

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO	1
2 – OBJETIVOS	3
2.1 – Objetivo Geral	3
2.2 – Objetivos Específicos	3
3 – REFERENCIAL TEÓRICO	4
3.1 – Algumas Definições importantes	4
3.2 - Criação da Satisfação do Consumidor Através de Qualidade, Serviço e Valor	6
3.3 - A empresa CNH	8
3.4 - Como Gerenciar para a Qualidade	8
3.5 - Implementação da Qualidade Total em Marketing	11
3.6 - Necessidades dos Clientes	18
3.7 - O Desdobramento da Função Qualidade	21
3.8 - Conceituação do Marketing no CQTE	22
3.9 - Marketing e Garantia da Qualidade	24
3.10 - A Estratégia Competitiva	24
3.11 – Diferenciação	27
3.12 - Qualidade Competitiva	29
4 – METODOLOGIA	30
5 – A EMPRESA CNH	31
5.1 - História	31
5.2 – Missão	37
5.3 – Organograma da CNH Mundial	38
5.4 - A Qualidade na CNH	40
5.5 – O Marketing da CNH	45
6 – RESULTADOS DA PESQUISA	48
7 – CONCLUSÃO	50
8 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
ANEXO	52