

NOMBRAMIENTOS EN JOHN DEERE

John Deere Ibérica, S.A. 'pierde' a dos profesionales de suma importancia, que pasan a ocupar otros cargos de relieve en la compañía.

Por un lado, Ignacio Gradillas Nicolás, que ocupaba la Gerencia de Marketing, ha sido nombrado Gerente de Desarrollo de Concesionarios para Europa, África y Oriente Medio. En este puesto de nueva creación, que surge como resultado de la Estrategia de Crecimiento de John Deere para Europa, será responsable de liderar el *Camino a la Excelencia* de la Red de Concesionarios de esta zona de influencia, mediante el desarrollo y coordinación de estrategias, herramientas y estándares.

Su vacante en Getafe pasa a ocuparla Francisco Agúndez, que desde septiembre de 2004 era Gerente de Servicio Postventa. Su ingreso en John Deere Ibérica, S.A. se produjo en enero de 1990. Tras ejercer de Jefe Territorial en las regiones de Levante y Ara-

gón, en 1996 pasó a ocupar el puesto de Director de Productos para, en marzo de 2000 y junio de 2004, trasladarse a Mannheim como Director de Marketing del proyecto de tractores Serie 5020, así como otros proyectos globales de la Serie 5000.

El sustituto de Agúndez es José Carlos Herráez, cuya andadura en el sector de la maquinaria agrícola comenzó en 1989. En abril de 2006 se incorporó a John Deere Ibérica, S.A. como adjunto a la Gerencia de Servicio Postventa.

Otro técnico que deja España es Germán Martos, hasta la fecha Director de Productos y responsable del Centro de Formación de John Deere Ibérica, S.A., y que ha sido nombrado Director de Marketing para productos de Exportación de la factoría de Waterloo (EEUU), donde se fabrican los tractores de las series 7000, 8000 y 9000.

En sus nuevas funciones, trabajará con representantes de la organización de



De izquierda a derecha, José Carlos Herráez, Paco Agúndez, Ignacio Gradillas y Germán Martos.

todo el mundo para desarrollar planes de marketing que permitan identificar las características de los distintos mercados, para facilitar la adaptación del producto a las necesidades particulares de los mismos, como parte de la estrategia global de Enfoque al Cliente de Deere & Company.

Martos es Ingeniero Agrónomo por la Universidad Politécnica de Madrid y se incorporó a John Deere Ibérica, S.A. en 1998. Tras un periodo en el Departamento de Marketing de la planta de Mannheim (Alemania), volvió a España pa-

ra realizar funciones de Jefe Territorial y, posteriormente, ser nombrado Director de Productos y Director del Centro de Formación John Deere en Toledo.

Este puesto, y el de Director de Productos para Tractores y Soluciones AMS, los asume ahora Salvador García. Eduardo Martínez de Ubago se convierte en Director de Productos para Maquinaria de Campaña y Miguel Ángel Carpintero ha sido nombrado Supervisor de Formación para Servicio Postventa y Especialista de Servicio para tractores de la factoría de Waterloo.

AMPLIACIÓN A DOS AÑOS DE LA GARANTÍA EN LOS TRACTORES

Todos los tractores nuevos John Deere vendidos a partir del 1 de septiembre de 2006 disfrutarán de una garantía de dos años, sin coste adicional alguno para el cliente, en vez del año de vigencia que es habitual para los tractores en el sector de la maquinaria agrícola. Así lo ha comunicado John Deere Ibérica, S.A. a su Red de Concesionarios en toda España.

Esta iniciativa supone un paso más dentro de la estrategia de enfoque al cliente de Deere & Company, así como una muestra evidente del compromiso con la calidad del producto y el servicio postventa que ha caracterizado a la marca en sus casi 170 años de historia.

Como consecuencia de esta importante novedad, los términos del ac-

tual programa opcional de extensión de garantía *John Deere PowerGard*, que ofrecía a los clientes la posibilidad de contratar una extensión de la garantía oficial, prolongándola hasta los cuatro años, serán revisados por la marca para adaptarlos a la nueva situación, de manera que resulten aún más competitivos que en la actualidad.