



MUDANÇAS, PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS SOCIOESPACIAIS:  
15 ANOS DA FAMAM NO RECÔNCAVO DA BAHIA/BRASIL  
8 A 10 DE NOVEMBRO DE 2018  
FACULDADE MARIA MILZA



## MARKETING DE GUERRILHA: UMA ESTRATÉGIA DE POTENCIALIZAÇÃO DE VENDAS

Gilmar Santos do Amor Divino<sup>\*</sup>  
Mônica da Silva Machado dos Santos<sup>\*\*</sup>

As estratégias promocionais podem fazer toda a diferença na decisão de compra do consumidor final em segmentos de empresas que produzem produtos parecidos. Vender mais e conquistar novos clientes são alguns dos principais objetivos das organizações. No mercado de cervejaria, essa disputa é ainda mais acirrada pois a competição é na maioria das vezes por um público similar fazendo com que o cliente tome sua decisão de compra com base em inúmeros fatores, seja por preço, qualidade ou diferenciação. Tendo essa compreensão percebe-se a necessidade de boas estratégias por meio das quais a organização delineará metas e objetivos a fim de posicionar melhor suas marcas e fazer com que os clientes as escolham. Para isso o marketing se torna um componente importante, principalmente no posicionamento de produtos fazendo a diferença, entendendo e dando ao cliente o que ele necessita de forma que o agrade com isso consequentemente possibilite a identificação das ferramentas que melhor atendam suas necessidades. Uma opção é o marketing de guerrilha por depender mais de criatividade e empenho dos envolvidos se apresenta como uma ferramenta de diferenciação frente as concorrentes, já que sua utilização dependerá da menos de investimentos financeiros e mais de comprometimento de todos na execução do ponto de venda. O problema de pesquisa definido para nortear esse o estudo foi: Como o marketing de pesquisa ajuda a potencializar as vendas em uma empresa do ramo cervejeiro? Como objetivo geral, propõe-se analisar o marketing de guerrilha como forma de potencializar as vendas em uma empresa do ramo cervejeiro e para responder o questionamento os objetivos específicos são descrever as aplicabilidades e táticas do marketing de guerrilha para empresa; descrever as táticas de marketing de guerrilha presente no planejamento de venda da empresa AMBEV e identificar as táticas de marketing de guerrilha aplicadas nos pontos de vendas consideradas de melhor resultado nas vendas. A pesquisa se caracteriza como um estudo de caso qualitativo de natureza exploratória e descritiva, dessa forma busca-se nas ações de marketing quanto as probabilidades para a potencialização das vendas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Estratégia de Marketing. Marketing de Guerrilha. Cervejaria. Diferenciação.

---

\* Graduando no Bacharelado em Administração na Faculdade Maria Milza (FAMAM).  
gilmarsadivino@hotmail.com

\*\* Mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela FAMAM. Docente no Bacharelado em Administração na FAMAM. monika728@hotmail.com