

CIRCUITO ELÉTRICO: UMA AÇÃO DE MARKETING DE GUERRILHA

Coordenador: CRISTINA MUNARSKI JOBIM HOLLERBACH

O presente trabalho buscou avaliar o impacto e o resultado de uma ação de Marketing Guerrilha sobre os jovens frequentadores do Zeppelin Bar, em Santa Maria, RS. Optou-se por executar uma ação de Marketing de Guerrilha para sair do formato "tradicional" da propaganda com a possibilidade de inovar através de diferentes abordagens, e também, pelo fato de não ser uma estratégia muito utilizada por agências de propaganda. O objetivo foi intervir junto ao público-alvo com uma ação de Marketing de Guerrilha para divulgar o Circuito Elétrico, evento que ocorreu no dia 10 de maio de 2008 no Zeppelin Bar e teve por objetivo incentivar o hábito da leitura, levando literatura ao público jovem que frequenta bares e casas noturnas da cidade. A ação consistiu em um "apagão". Em determinado momento da noite, as luzes e o som do bar foram apagados e um spot de 15 segundos foi veiculado, convidando o público a comparecer ao evento. Os frequentadores do bar também foram surpreendidos pela adesivação feita pelo grupo na entrada do local e nos banheiros. A experiência revelou as reações e a eficácia de uma ação de Marketing de Guerrilha, além de endossar a importância de um planejamento prévio para qualquer ação publicitária.