

RESUMO

Com a consolidação do consumo na classe C, muitas empresas passaram a atender esse segmento de mercado, sendo necessário o desenvolvimento de estratégias específicas para atender aos desejos dos clientes da base da pirâmide, de acordo com as suas necessidades e condições financeiras. Esta pesquisa tem por objetivo geral identificar as estratégias de marketing desenvolvidas por uma empresa varejista de móveis e eletrodomésticos da cidade de Guarabira-PB, destinada aos consumidores da base da pirâmide. Especificamente buscou-se identificar também os tipos de serviços destinados a esse público, bem como as estratégias de precificação. Para tanto, utilizou-se um método de pesquisa de caráter bibliográfico e pesquisa de campo com abordagem qualitativa. Com a constatação foi possível identificar que o crediário e o preço são a principal estratégia de marketing desenvolvida pela empresa estudada para atrair os consumidores da base da pirâmide. Essa empresa tem prezado também por desenvolver serviços de pré-transação, de transação e de pós-transação, necessários para atender bem ao perfil de seus consumidores.

Palavras- chave: consumidor da base da pirâmide; estratégia de marketing; varejo de baixa renda.