

## RESUMO

### COMO CHEGUEI ATÉ AQUI?

Comecei aos 16 anos no SBT/TV no departamento esportivo, e me formei em jornalismo pela Cásper Libero. Fui contratado pela TV Bandeirantes como editor, com 19 anos me tornei editor chefe, com 21 anos, diretor de programa (Show de Esportes) e com 24 diretor-geral de jornalismo esportivo.

Fiquei 10 anos e migrei para o mundo digital para criar duas WebTv's - uma delas a primeira TV corporativa do Brasil, a TV Mercedes Benz.

Não sai mais do Digital e me especializei na área, me tornando Digital Product | MKT/Communication/UX/CX Expert Sênior, especializado em plataformas e Startups.

### MINHAS PRINCIPAIS REALIZAÇÕES

- Copas do Mundo (direção) e Olimpíadas (direção)
- Tv Mercedes Benz
- Cennarium (primeiro pay per view de teatro do mundo)
- Plataforma de CX - JBS
- Plataforma de CX - Fini
- Clube Duratex
- Plataforma Fox Sports
- Plataforma CNN/BRASIL
- Criação de programas TV Jovem Pan (com visão UX/CX)
- Plataforma de CX Propago/Marketup/Token

### O QUE ME DIFERENCIA?

Tenho perfil T-shape (posso trabalhar multidisciplinarmente ou de forma específica), trafegando por Metodologias ágeis, Product Owner, UX/CX, Project Thinking, Product Manager, Product Designer, Analytics, Research, Conteúdo, Marketing, Inovação.

Atuo na Direção/Gerência em Inovação/Transformação digital, com ênfase no Desenvolvimento/ Estratégias/Projetos, Startups, MKT, Performance, UX e CX. Head design de produto e research.

Tenho experiência em direção, desenvolvimento, planejamento e estratégia de produtos para grandes empresas.

### O QUE OFEREÇO?

Tenho grande experiência na resolução de problemas.

*"TODO PROBLEMA GERA UMA SOLUÇÃO E TODA SOLUÇÃO LEVA A UMA TRANSFORMAÇÃO".*

Tenho grande habilidade no entendimento e na negociação com clientes e na captação de novas oportunidades.

Experiência em comando de equipes.

Conhecimento total dos processos.

Experiência em desenvolvimento de novos produtos e em startups.

Solido conhecimento em geração de conteúdo e em marketing digital.

Sou um grande curioso e estudante de novas tendências.

## CONTATO

55 11 999187413  
[btolima@gmail.com](mailto:btolima@gmail.com)

## SOFT SKILLS/METAS

**FOCADO NO CLIENTE:** PRESTAR BOM ATENDIMENTO E DEDICAÇÃO AO CLIENTE

**COLABORADOR:** COOPERAR COM A EQUIPE E NA ROTINA DE TRABALHO

**PAIXÃO POR APRENDER:** SAIR DA ZONA DE CONFORTO E IR EM BUSCA DE NOVOS CONHECIMENTOS

**HABILIDADE ORGANIZACIONAL:** CONHECIMENTOS QUE O GESTOR PRECISA PARA COMPREENDER A COMPLEXIDADE DA ORGANIZAÇÃO

## ÚLTIMAS EMPRESAS

**MY PERFECT (DELIVERY/CX)**  
**ME. TRA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**  
**ALL IN DIGITAL**  
**YO TRADE**  
**TRIXE COMUNICAÇÃO**  
**NORTIK PROJETOS DIGITAIS**

## OUTRAS EMPRESAS

### SPORTS MARKETING

diretor de comunicação/marketing

PELÉ PRO

diretor de comunicação/marketing

#### PERFIL

- Especializado em construir, conduzir e acompanhar os projetos de inovação visando transformar os negócios, cultura, pessoas e tecnologia, para garantir a melhor experiência aos clientes e gerar resultados relevantes aos negócios e sua constante evolução e transformação;
- Reestruturação de modelos de marketing, gestão e p&d para geração de novas receitas e aumento de margens;
- Reestruturação de planejamento estratégico e modelos de negócios para uma dinâmica de inovação, digital e orientada a dados;
- Prospecção e desenvolvimento ativo de oportunidades de novos clientes, aplicações, segmentos e regiões com olhar para o crescimento nas participações de mercado em todas nossas linhas de negócios;
- Desenho e desenvolvimento tático de estratégias go-to-market desde novas features a novos produtos;
- Construção de relacionamentos com clientes em busca das melhores soluções para o desenvolvimento de produtos;
- Criação da harmonia entre o produto e o mercado, com a responsabilidade pela interseção das diferentes áreas importantes em negócio produto, CX, CS, marketing, vendas, etc.;
- Criação de iniciativas de marketing para aumentar o engajamento do cliente com o produto;
- Hands-on;
- Habilidade em transitar em diferentes áreas da empresa e parceiros estratégicos e conseguir trabalhar com uma ampla gama de pessoas;
- Entendimento de negócios e visão estratégica;
- Forte orientação para processos de transformação digital e/ou e-commerce;
- Sólida base intelectual relacionada as mais modernas ideias e metodologias de Product Marketing ou Product Management;
- Vasta experiência com Product Marketing ou como Product Marketing Manager ou papéis semelhantes, como Product Manager ou Growth Hacker ou PO;
- Mais 20 anos de experiência conduzindo times de Marketing ou de Produto em empresas B2B, Startups, SaaS e/ou correlatas;
- Experiência com o desenvolvimento de estratégias de alta performance;
- Experiência na área de desenvolvimento de produtos web & mobile (site, portal web, app, chat, etc.);
- Experiência no monitoramento do comportamento do cliente/usuário (Analytics);
- Experiência em estruturação de MVP, discovery, metodologia OKR;
- Experiência em vendas, desenvolvimento de negócios;
- Profundo conhecimento e utilização de metodologias ágeis;
- Experiência em UX, UX Research, CX;
- Experiência e habilidades no uso de ferramentas de inovação como: design thinking, canvas, ágil, anti-fragil, de inovação, modelos de negócio, construção e validação de hipóteses em ciclos rápidos,
- Habilidades para manuseio de dados;

## HABILIDADES PROFISSIONAIS - DIGITAL

### GROWTH HACKER/UX/CX

metodologias ágeis, scrum, lean, design thinking, project thinking, design sprint, pesquisas, MVP, testagens, jornada do usuário, cx, pesquisas

### ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO/MARKETING/PERFORMANCE DIGITAL

ads, redes sociais, programático, análise de presença, planejamento, desenvolvimento, estruturação, engajamento, analytics, call-to-action performance, aquisição, roi

### STARTUPS

planejamento e desenvolvimento estratégico e estrutural, definição de personas, ux, cx, escala, prototipação, táticas e iniciativas para o lançamento no mercado e sua sustentação no marketing

### DESIGN THINKING

entendimento, observação, ponto de vista, ideação, prototipagem, canvas

### INOVAÇÃO

estratégia, ambiente, processos e pessoas

### TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

estudo, análises, planejamento, implementação, estruturação

### M- LEARNING

geração de conteúdo, estrutura, análise, bi - social learning, m-learning, game thinking

### APPS

estruturação da ideia, criação, desenvolvimento, lançamento, marketing

### PLATAFORMAS

estruturação de plataformas de relacionamento com banco de dados e bi

## TRABALHOS MARKETING ESPORTIVO

pelé pro - direção  
sports marketing (usa) - direção br  
luqui - direção  
fox sports - estrategista

## TRABALHOS NA TV

show do esporte - direção  
esporte total - direção  
faixa nobre do esporte - direção  
copas do mundo 86 - 90 - 94 - 98 - 02 - 06 - 10 -14 - direção  
olimpíadas 88 - 92 - 96 - 00 - 16 - direção  
criação e desenvolvimento da tv  
senac/fiesp/senai - direção geral  
consultoria Sportv  
consultoria Fox sports  
consultoria CNN Brasil  
consultoria TV Jovem Pan

## ÚLTIMOS TRABALHOS DESENVOLVIDOS

### PLATAFORMAS DE CX

[www.clubeduratex.com.br](http://www.clubeduratex.com.br) (direção, conceito, desenvolvimento, experiência da jornada, estratégia de conteúdo/marketing/aquisição)  
<https://dev.parceirofini.com.br/> (direção, experiência da jornada, marketing, estrutura de cx)  
<https://homologacao.rotadaconquistaseara.com.br/> (interno)  
<https://rotadaconquistaseara.com.br/> (direção, experiência da jornada, marketing, estrutura de cx)  
[www.propago.com.br](http://www.propago.com.br) (criação e desenvolvimento, experiência da jornada - plataforma b2b para antecipação de recebíveis e fundo de garantia)

### CONSULTORIA EM PLATAFORMA DE CONTEÚDO DIGITAL/CONTEÚDO TV

[www.foxsports.com.br](http://www.foxsports.com.br) (estratégia, estrutura, adequação, formato de conteúdo, estratégia marketing digital (ads/redes sociais/analises)  
<https://www.cnnbrasil.com.br/ao-vivo> (estratégia, estrutura, adequação, formato de conteúdo, estratégia marketing digital (ads/redes sociais/analises)  
Tv Jovem Pan (criação de programação e readequação da grade dentro do conceito UX/CX)

### PLATAFORMA DE HOT COMMERCE/DTC

<https://peeling.kbeautystore.com.br/#page-top> (LG)(direção plataforma de hotcommerce/DTC - criação do conceito de conteúdo e marketing, como forma de captação direta do consumidor, ux/cx)

### DESENVOLVIMENTO DE CONCEITO TECNOLÓGICO E CONTEÚDO EDUCACIONAL

<http://escolaamericanadesantos.com.br/> (todos os lugares de aula são estações digitais, desenvolvidas para aulas em VR e VA, aula de robótica e comportamento digital, estruturação de marketing (ads)

### STARTUPS

[www.cennarium.com.br](http://www.cennarium.com.br) (direção - pay per view de teatro, o primeiro do mundo/ideia, criação, desenvolvimento, marketing, ux/cx)  
[www.fanstation.com.br](http://www.fanstation.com.br) (experiências online e presenciais com e entre fãs/empresas e ídolos) (estruturação da plataforma, estratégia de marketing - ux/cx)  
my perfect delivery (consultoria para restaurantes visando alta performance em vendas - criação e desenvolvimento, ux/cx)

### STARTUP EM DESENVOLVIMENTO

<https://w3tools.com.br/dev/meu-mentor/> (plataforma online de mentorias específicas/ criação e desenvolvimento e conceito de conteúdo para o EAD, estruturação de marketing, ux/cx)  
<http://www.appbreeze.com.br/> (delivery de praia/criação e desenvolvimento)

## OUTROS TRABALHOS

### MULTISMILES

2020 - pesquisa, estudo, e planejamento de todo o processo da criação da Startup - A plataforma vai unir dentistas a laboratórios para cotação e compra em real time de próteses, aparelhos dentários

### RCI (BANCO RENAULT)

2019 - pesquisa, estudo, e direção de todo o processo de criação de plataforma CX própria, para geração de BI e programas de incentivo junto a colaboradores, pdv e cliente final

### ITURAN

2019 - pesquisa, estudo, e direção de todo o processo de criação de plataforma CX própria, para geração de BI e programas de incentivo junto a colaboradores, distribuidores, pdv e cliente final

### SIMS

2019 - desenvolvimento e estruturação da startup. O Sistema de Inovação Médico Social é o único no Brasil, que além de agendar consultas e exames, vai agendar cirurgias a preços ultra populares, baseado em tabela SUS.

---

## OUTROS CLIENTES ATENDIDOS

**PEDIGREE - WHISKAS - KARSTEN - CREDIFIBRA - PEPSICO - BANANA BOAT - COTY LATIM AMÉRICA - BAALBEK**

---

## ATIVIDADES

### PALESTRA

porque as startups não saem do papel

### CURSO

startups - desenvolvimento & planejamento

## CASE UX/CX

### CLUBE DURATEX

[www.clubeduratex.com.br](http://www.clubeduratex.com.br) (Criação de um novo modelo de negócio, conceito, desenvolvimento, direção e gerenciamento de planejamento, estratégia de conteúdo/marketing).

A Duratex tem duas personas finais (lojista e marceneiro) e uma terceira que foi colocada como persona influenciável (consumidor final). Com o lojista ela tinha total domínio de conhecimento, mas com marceneiro não, já que os dados de compra ficavam com a loja. Já o consumidor final ele só realiza a compra em função do que o marceneiro ou o lojista lhe indicam.

O objetivo era engajar e evangelizar a perna mais fraca, mas que é a base de todo o negócio de placas de MDF, o marceneiro. Isto desde seu grau de capacitação para trabalhar o produto passando pelo processo de compra, chegando aplicação do produto e satisfação do cliente final.

Como solução a minha ideia foi criar uma plataforma de CX, que além de gerar os resultados esperados, ainda criaria uma base de BI, para futuras ações de negociação e marketing. A metodologia escolhida para o gerenciamento e execução do projeto.

Criei a plataforma, onde existe uma geração de conteúdo continua e treinamentos e montei e dirigi as equipes. A metodologia ágil foi aplicada em todas as etapas. Uso da plataforma Salesforce.

Cada marceneiro um tem um avatar próprio onde recebe pontuação por ações (se ele lê um artigo e responde ao um quiz, comenta ou compartilha ele recebe pontos - se ele faz um curso, ele recebe pontos - se posta trabalhos idem).

Por fim foi criado um sistema de OCR para leitura da nota fiscal, que em real time capta todos os dados da compra para um banco de dados, desta forma, se sabe quem comprou, aonde, que produto, quantidade e etc.

A compra também gera uma pontuação. Quando o marceneiro atinge um determinado número de pontos, ele pode trocar por produto (MDF), ferramentas ou cursos profissionais com certificação.

Também existe a possibilidade da contratação dos serviços deste marceneiro por App, a pessoa determina o serviço e os marceneiros mandam o orçamento, a pessoa escolhe o melhor orçamento (existe localização, sharing, classificação, histórico e portfólio a disposição do cliente).

Com isto, hoje se sabe quem é o marceneiro, o que consome de conteúdo, cursos que faz, necessidades, o que compra, onde, em que tempo, quanto gasta, trabalhos feitos e sua atuação.

Permite ver quais cursos são necessários, aprimoramentos, campanhas específicas, desenvolvimento de novas ferramentas. Se criou um BI, que pode trabalhar grandes bases e micro regiões e, por exemplo, lançar campanhas específicas, baseadas em performance.

Hoje existem mais de 29 mil marceneiros registrados e com 73% atuantes.

Minha atuação foi criar toda a estratégia e gerir todo o processo, que foi montado com uma equipe hibrida que envolvia os stakeholders da Duratex, equipe Duratex e equipe externa responsável por TI, pesquisa, ux, geração de conteúdo, marketing e análise de performance. O intuito era que equipe externa fizesse 80% do processo e aos poucos, conforme as entregas fossem feitas seria feita a migração para uma equipe final, formada por pessoas Duratex e externas.

Minha atuação como gestor durou até o fim da última fase que era o banco de trabalhos, e a montagem, e capacitação da equipe final, ou seja, foi um trabalho de ponta a ponta desde da concepção até a transição.