



Cássia Costa

[Ela / She / Her / Hers]

Marketing, Estratégia & Consumer Insights



cassiacosta@gmail.com



+55 21 98181-9721



linkedin.com/in/cassiacosta/



São Paulo, SP - Brasil

Sobre mim

Há mais de 15 anos apaixonada por Marketing, penso e ajo de forma prática e acredito num trabalho evolutivo, estruturado, que traduz melhorias contínuas, olhando sempre para a tecnologia e inovação como enabler para refinar estratégias e otimizar processos.

Possuo vasta experiência em suportar empresas líderes nos seus segmentos a atingir seus objetivos e agregar valor para o consumidor / cliente, através da geração de insights acionáveis, direcionamento e implementação de soluções inteligentes que atendam não somente atendam suas necessidades, como superem suas expectativas.

Ao longo da minha carreira, tive a oportunidade de liderar equipes, acreditando sempre na comunicação, empatia e transparência como ferramentas essenciais para um dia a dia eficiente que traz resultados sustentáveis.

Experiência em diversas indústrias B2C e B2B (FMCG, Consultoria e Tecnologia) em áreas de marketing, inteligência de mercado, planejamento e estratégia.

Idiomas

Português: nativo • **Inglês:** fluente

Habilidades & Ferramentas

Market / Consumer / Competitive Insights • Pensamento Estratégico • Visão Analítica • Orientação à resultados • Liderança • Empatia • Gestão de Pessoas • Hands on • Planejamento • Decision Making • Segmentação • Pesquisa de Mercado • Report Analysis • Storytelling • Oratória • Gestão de Projetos • Gestão de Orçamento • Relacionamento com Agência • Pacote Office • Nielsen • MS Project • Canva • Trello

GRÃO INTELIGÊNCIA (Consulting / Tech) | Mai/21 – Atual (3a)

Gerente de Marketing, Planejamento e Customer Experience | Abr/23 – Atual (Reporte para o sócio fundador/ Diretor Executivo)

- Liderança da área de Marketing, sendo responsável end-to-end por diversos pilares estratégicos, como planejamento, gestão de portfólio, branding corporativo e marketing digital B2B;
- Liderança do processo de pré-vendas junto à equipe técnica e comercial, direcionando a abordagem, proposta técnica / comercial e garantindo o processo e customer experience desde a prospecção até o fechamento da proposta comercial.

Gerente de Marketing e Planejamento | Mai/21 – Mar/23

(Reporte para o sócio fundador/ Diretor Executivo)

- Liderança, desenvolvimento e implementação de pilar de crescimento através da estratégia de Inbound e Account-Based Marketing (ABM);
- Implementação do novo brand book da marca e renovação dos canais de atuação (site, Instagram, LinkedIn), criação do canal de podcast corporativo (GCast) e ativação contínua;
- Atuação como líder de projeto para uma grande empresa do ramo de comunicação e participação ativa em diversos outros.

ANO SABÁTICO | Jun/20 – Mai/21 (1a)

Maternidade em tempo integral

BRITISH AMERICAN TOBACCO / BAT (FMCG) | Jan/08 – Mai/20 (12a 3m)

Gerente de Planejamento de Ativação (equipe de 6 pessoas) | Fev/18 – Mai/20

(Reporte para o Head of Activation)

- Orquestrar o planejamento de mídia (offline) considerando os touchpoints dentro da jornada do consumidor a partir de metodologias e pesquisas com o consumidor, a fim de maximizar o impacto das marcas;
- Desenvolvimento de uma nova inteligência de mídia ("Smart Media") fazendo com que novos lançamentos saíssem de ~37% para ~70% de awareness considerando a revisão da base de atuação e duplicação dos pontos de contato através de um modelo de ativação integrado (360°);
- Liderança no planejamento do ciclo de atividades de marketing ao longo do ciclo de S&OP, garantindo insights efetivos sobre campanhas de marcas e atividades de trade e alinhamento ao framework global;
- Implementação de um novo ciclo do planejamento de marketing otimizado (S&OP) com a redução de 20% das reuniões mensais e maior produtividade nas discussões e tomadas de decisão.

Gerente de Inteligência Competitiva | Jan/17 – Jan/18

(Reporte para o Gerente Sênior de Planejamento)

- Antecipação de movimentos da concorrência com geração foresights efetivos através de pesquisas de mercado, desk research, análise de dados históricos e alinhamento global, criando valor para o negócio e influenciando o direcionamento estratégico e decisões (ex.: antecipação do upgrade de embalagem da principal marca concorrente, influenciando diretamente na estratégia de vendas, acelerando lançamentos internos e o desenvolvimento proativo de ações de reação / combate);
- Elaboração de estudos ad hoc para diretoria, objetivando o acompanhamento da performance e movimento de marca como migrações e lançamentos.

Formação Acadêmica

Extensão (FDC - 2016)	Business Management
Extensão (COPPEAD - 2009)	International Administration
Formação (PUC - 2007)	Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Executive Training	2022 <ul style="list-style-type: none">› Gestão de Projetos Complexos› Design Thinking: Viabilizando soluções› Agile Crash Course: Agile Project Management
	2021 <ul style="list-style-type: none">› Inbound Marketing
	2020 <ul style="list-style-type: none">› Marketing Digital
	2018 <ul style="list-style-type: none">› Women in Leadership (interno)› Shopper Marketing Platform Management
	2013 <ul style="list-style-type: none">› Treinamento de Liderança (interno)

Vivência Internacional

Intercâmbio em Enfield, CT - EUA
1999/2000

Gerente de Trade Insights (equipe de 3 pessoas) | Feb/14 – Dez/16

(Reporte para o Gerente Sênior de Planejamento)

- Atuação como business partner para Regionais de Venda com perfil altamente competitivo desenvolvendo análises com insights acionáveis para apoiar a entrega dos principais indicadores, proporcionar melhores decisões para o negócio, alavancar competitividade e antecipar oportunidades (como, por exemplo, o ajuste da melhor data para aumento de preço no mês, melhor tipo de promoção para o mercado, etc.);
- Suporte à área de Business Development nos planos de combate ao mercado ilegal, garantindo entrega de insights tangíveis para influenciar a tomada de decisão e sendo o elo com a estratégia das marcas;
- Suporte ao ciclo de planejamento de volume mensal garantindo a melhor visão da performance das Regionais de Venda para a Diretoria e influência nos planos de ação para garantir continuidade / reversão.

Gerente de Brand Insights (equipe de 2 pessoas) | Jan/13 – Jan/14

(Reporte para o Gerente Sênior de Planejamento)

- Liderança na avaliação de tendências (através de pesquisas contínuas e ad-hoc) de consumidores, marcas e varejistas para fornecer insights relevantes e garantir que as estratégias das marcas Dunhill e Hollywood estivessem adequadas à realidade mercadológica e necessidades dos consumidores;
- Responsável por pesquisa quantitativa nacional (amostra representativa de 85% da população brasileira) para mensuração do mercado total e análises de mercado para o planejamento estratégico corporativo;
- Monitoramento do mercado entendendo o comportamento do consumidor, gerando recomendações táticas e estratégicas na avaliação das atividades de marca.

Gerente de Produto | Dez/10 – Jan/13

(Reporte para o Gerente de Marca)

- Desenvolvimento e implementação de novos lançamentos, upgrade de embalagem e atividades táticas da marca Derby (cerca de 30% do share de mercado), tais como consumer promotion, limited edition packaging, retail as ambassador (treinamento da equipe de vendas) e eventos através do engajamento com equipes multifuncionais, desde a operação de fábrica até a equipe de vendas;
- Liderança, desenvolvimento e implementação de planos táticos para contribuir com a reversão de resultados da queda de performance (crescimento de contrabando), incluindo o lançamento de uma nova marca low cost (Minister / Rothmans), posteriormente mantida no portfólio e atualmente líder de vendas;
- Participação no desenvolvimento do Brand Plan, com exercício de orçamento, inputs de mercado e operação (timing / capacidade de produção / restrições industriais / implementação);
- Gestão do orçamento da marca (aprox. R\$17MM) via relatórios trimestrais, análises e controle de trade offs.

Analista Sr de Planejamento de Ativação | Jan/08 – Dez/10

- Liderança em frente de trabalho com gerentes de marcas, inteligência e mídia para estabelecimento de governança de fluxo de informações;
- Responsável pela organização, condução e preparação dos tópicos para discussão da reunião onde se planeja o ciclo de mais de 250 atividades de marketing ao ano;
- Assistência na preparação e condução dos principais fóruns de discussão em todos os níveis da companhia;
- Influência na tomada de decisões de portfólio através da participação em grupo com gerentes de outras diretorias para construção de dashboard de riscos de projetos, interação contínua com Regionais e Marcas para negociação e influência para a tomada de decisão que beneficie o consumidor final.

SC JOHNSON (Consumer Goods) | Jul/07 – Jan/08 (6m)

Assistente de Marketing