

Pablo Costa

São Carlos - SP

(16) 98870-3693

pablo.costapires@gmail.com

<https://www.linkedin.com/in/pablo-costa-a42b00129/>

Profissional de Marketing com sólida formação acadêmica. Movido a desafios, busco cativar pessoas para despertar interesse e confiança na marca e no produto, mas principalmente na construção de uma relação positiva que propicie resultados positivos tanto para a marca quanto para a empresa.

Experiência

11/2023 - 04/2024

Analista de CRO – WEBJUMP

Responsável pelas atividades:

- Atendimento a carteira de clientes;
- Planejamento de experimentos – Teste A/B, MVT, Teste com IA;
- Testes baseados em comportamentos dos usuários no site dos clientes, atendendo a objetivos a nível de negócios tanto nacionais quanto internacionais;
- Planejamento de UX;
- Explorar oportunidades em conjunto com o time de UX e UI para melhorar a experiência do usuário em todas as etapas de navegação;
- Análise de página com diversas inteligências para predizer possibilidades com base no comportamento do usuário.

Resultados relevantes: Dentro da Webjump, nossa equipe de CRO utilizou Adobe Target, Adobe Analytics, AEM e VWO para atender clientes como Yara e Nestlé. Com a Yara, implementamos uma nova home page que dobrou as interações dos usuários, melhorando a hierarquia da informação e a apresentação de produtos premium. Além disso, rotacionamos o conteúdo com base em safras e geolocalização. Para a Nestlé, gerenciamos campanhas pontuais e desenvolvemos estratégias de storytelling para promover cápsulas de café premium, resultando em um aumento significativo no engajamento e nas vendas.

05/2022 - 02/2023

Especialista de CRO – C&A

Responsável pelas atividades:

- Planejamento de experimentos;
- Testes baseados em comportamentos dos usuários no site da C&A como objetivo de melhorar conversão;
- Planejamento de Backlog dos testes, sendo 2 testagens em PdPs e 2 testagens em checkout, separados em:
 - Dados/Pesquisa
 - Designs de UI
 - Produção Técnica
 - Aplicação e Coleta de Resultados ao longo de 90 dias.
- Catalogação de problemáticas durante a jornada de compra para possíveis soluções e aplicações de experimentos;
- Planejamento de UX;
- Explorar oportunidades em conjuntos ao time de UX e UI para melhora de conversão dos

- produtos e Cross-Sell e Up-Sell dos produtos recomendados;
- Análise de página com Hotjar e usabilidade dos módulos com eventos no GTM para criar estudos e após estratégias de como aprimorar o uso de elementos-chaves para a decisão de compra.

Resultados relevantes: Como Especialista de CRO, nossa equipe utilizou VWO para estudar a utilização da PdP e a influência de cada módulo no fechamento de vendas. Identificamos, junto ao time de UX, a possibilidade de destacar os módulos mais impactantes na conversão, aumentando significativamente as taxas durante a jornada do usuário.

03/2021 - 05/2022

Analista de Marketing e E-commerce – PETIKO

Responsável pelas atividades:

- Planejamento da comunicação;
- CRM - Mautic;
- Redes Sociais - Instagram, TikTok;
- Mídias Pagas - MetaADS e GoogleADS;
- Notificação do Aplicativo para os usuários;
- Planejamento de produtos;
- Sortimento de Itens;
- Compra de itens com fornecedor;
- Buy Box do Site e Aplicativo;
- Análise de KPIs;
- Relatório Mensal das KPIs com planejamento do próximo mês;
- Planejamento Semanal e Mensal de Promoções e Evento (Exemplo: Amor de Petisco, Black Friday, Aniversário da Petiko) ;
- Planejamento das páginas de SHOP.Petiko da Revista Mensal.

Resultados relevantes: Como Analista de Marketing e E-commerce, trabalhei com o time de design para lançar o aplicativo de e-commerce da empresa. Estudamos tendências do mercado pet, analisamos propagandas e interfaces, e compilamos ideias para criar um MVP. Realizamos estudos e entrevistas com stakeholders sobre o aplicativo e a experiência do usuário. O resultado foi um produto eficiente e otimizado que quase dobrou as vendas após seu lançamento.

Habilidades

Atendimento ao cliente • Adobe Customer Journey • Mautic • Planejamento e execução de experimentos • Catalogação de problemáticas durante a jornada de compra para possíveis soluções • Planejamento de UX • Análise de comportamento do usuário e predição de possibilidades • Gerenciamento de redes sociais • Capacidade de trabalhar de forma interdisciplinar para alcançar objetivos comuns • Coordenação de produção técnica e coleta de resultados ao longo de prazos definidos • Visão Estratégica • Aplicação de estudos e estratégias para aprimorar o uso de elementos-chave na decisão de compra

Educação

2020

Gestão de Empresas - FATEC