

PEDRO HENRIQUE MARCONATO

CRM / ANALYTICS / BUSINESS INTELLIGENCE / LTV / SQL

📍 Brasileira, Casado e 33 anos

☎ (55) 98114-7758

✉ pedrohmarconato@gmail.com

🌐 [linkedin.com/in/pedrohmarconato](https://www.linkedin.com/in/pedrohmarconato)

RESUMO DE QUALIFICAÇÕES

- || Mestre em Administração de Empresas, com ênfase Trajetória na área de Analytics, unindo inteligência de dados, CRM, visualização analítica e automação para gerar valor ao negócio
- || Atuação em empresas de grande porte e alta complexidade, como Grupo RBS, Realize CFI (Grupo Lojas Renner S.A.) e Rede Globo, liderando projetos estratégicos nas frentes de CRM, inteligência comercial e performance de marketing
- || Vivência com dados aplicados a marketing, canais, crédito, controle e operações, conectando áreas e traduzindo necessidades técnicas em soluções analíticas de alto impacto
- || Destaques em projetos de visualização, segmentação e comportamento de consumo, com domínio de ferramentas como Databricks, SQL, Responsys, Power BI, Python, Salesforce, Mailchimp, Tableau, SAS, Mix Agents e Kanbanize
- || Conhecimento em metodologias ágeis (Scrum, Kanban), com atuação na priorização de backlog, estruturação de squads e aceleração de entrega com foco no cliente
- || Experiência com integração de dados de múltiplas fontes, construção de pipelines, análises preditivas e mapeamento de comportamento para suportar decisões estratégicas
- || Diferencial na combinação entre capacidade analítica, pensamento estratégico e conhecimento técnico, com atuação reconhecida como liderança mesmo em estruturas consultivas
- || Gestão de pessoas, liderando times multidisciplinares com foco em desenvolvimento, autonomia e geração de resultados consistentes

FORMAÇÃO ACADÊMICA & TECNOLOGIA

FORMAÇÃO

Mestrado em Administração de Empresas

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

Conclusão: 2019

Bacharelado em Administração

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

Conclusão: 2015

FERRAMENTAS & PLATAFORMAS

Databricks SQL Power BI
Python Oracle Responsys Kanbanize
Mailchimp Mix Agents SAS
Tableau Salesforce CRM

CERTIFICAÇÕES & CURSOS

Statement of Accomplishment - Intermediate R Course

Marketing Analytics in Practice - Coursera

Marketing Analytics em R

EPQA - Programa de Pós-Graduação em Administração

Fundamentos de Solução de Problemas

Marketing in a Digital World - Illinois University

Send element 🔊

Send console errors (0)

LOJAS RENNER | REALIZE CFI (Empresa Nacional do segmento Financeiro)

2020–2025

CRM Manager

2021–2025

- Responsável pela liderança da frente estratégica de CRM, com foco na evolução da área, crescimento da base de clientes e geração de valor ao negócio
- Definição e acompanhamento dos OKRs da área, conectando metas do negócio a indicadores de relacionamento
- Planejamento, execução e otimização de campanhas de relacionamento multicanal (e-mail, SMS, push, entre outros), aplicando segmentações inteligentes e automações para aumentar frequência de uso e vendas
- Construção de jornadas personalizadas com base em comportamento e perfil dos clientes, promovendo a evolução do ciclo de vida e fidelização em produtos financeiros (cartões, empréstimos, seguros e consumo no ecossistema Renner)
- Gestão do ritmo de gestão ágil (daily, planning, reviews e retrospectives), utilizando frameworks como Scrum e Kanban para manter ritmo de entrega, visibilidade de prioridades e foco em impacto
- Gestão do backlog da área, com mapeamento, priorização e organização das demandas de acordo com o valor incremental e alinhamento com o time comercial
- Gestão estratégica de fornecedores e parceiros de tecnologia, incluindo plataformas de CRM, automação e enriquecimento de dados, garantindo qualidade das entregas e alinhamento às diretrizes da área
- Interface contínua com áreas-chave (TI, Produtos, Analytics, Marketing, Lojas e Comercial), promovendo alinhamento entre as iniciativas de CRM e os objetivos corporativos
- Gestão técnica e operacional de ferramentas como Oracle Responsys, Databricks e Power BI, viabilizando segmentações automatizadas, tratamento de dados e dashboards de performance
- Monitoramento e análise de KPIs e indicadores de campanhas, utilizando dados para orientar decisões, validar hipóteses e promover a melhoria contínua
- Liderança de projetos e iniciativas estratégicas de expansão da base ativa de clientes e ativação de novos canais de comunicação

Especialista de Analytics

2020–2021

- Responsável por criar dashboards e indicadores estratégicos para áreas como Marketing, CRM, Crédito e Canais, entregando uma visão integrada e em tempo real para apoiar decisões de negócio
- Desenvolvimento de bases segmentadas e relatórios automatizados voltados ao time de CRM, com foco em ganho de eficiência, agilidade nas análises e geração de receita por meio de ações mais precisas
- Organização e integração de dados operacionais, comportamentais e transacionais, consolidando múltiplas fontes em uma base confiável para análises completas do ciclo de vida do cliente
- Utilização prática de ferramentas como SQL, BigQuery, Python e Power BI para análises exploratórias, automações de rotinas e desenvolvimento de modelos preditivos aplicados ao negócio
- Atuação próxima às áreas de Marketing, Produtos, Riscos e Operações, traduzindo necessidades estratégicas em análises aplicáveis, com foco em direcionamento de ações e tomada de decisão

Especialista de Analytics

2020–2021

DBC COMPANY (Empresa Nacional do segmento de Consultoria em TI)

- Responsável por apoiar a reestruturação estratégica da área de CRM no cliente Realize, implementando metodologias ágeis (Kanban) e definindo processos que reduziram o time-to-market das campanhas e aumentaram a eficiência operacional

GRUPO RBS (Empresa Nacional do segmento de Mídia)

- " Responsável pela estruturação e análise dados de desempenho comercial, audiência e comportamento de mercado, apoiando a liderança na tomada de decisões estratégicas do cliente Rede Globo
- " Desenvolvimento de estudos de segmentação e mapeamento de potencial de consumo, utilizando dados para orientar decisões, validar hipóteses e promover ações de vendas e prospecção
- " Criação de relatórios e dashboards analíticos em tempo real para apoiar decisões do negócio
- " Interface direta com a liderança, traduzindo dados de mercado em planos de ação e oportunidades de crescimento
- " Análise de KPIs e indicadores de campanhas, utilizando dados para orientar decisões, validar hipóteses e promover a melhoria contínua