

Danilo Campos Espeleta

Analista de CRM e Lifecycle Marketing

São Paulo, SP • daniloespeleta@gmail.com • +55 11 92178-6184 • linkedin.com/in/daniloespeleta

RESUMO

Gerente de CRM e Marketing do Ciclo de Vida com 8+ anos de experiência estruturando jornadas de relacionamento de ponta a ponta, automações de multicanal e segmentação avançada. Especialista em gestão de base, pontuação de leads, definição de SLAs entre Marketing e Vendas e monitoramento de métricas de saúde (LTV, Churn Rate, NRR) via dashboards no Power BI. Opera pilhas complexas com n8n, Make e Zapier para garantir integração e qualidade dos dados em todo o funil.

HABILIDADES

- Gestão de bases e segmentação: organização, qualidade dos dados, segmentação avançada.
- Jornadas do ciclo de vida: construindo fluxos de relacionamento para leads, clientes ativos e pós-vendas, com foco em retenção e LTV.
- Automação multicanal: criação e otimização de fluxos via RD Station, Mautic, Mailchimp.
- Orquestração de dados: integração de stacks via APIs e webhooks com n8n, Make, Zapier.
- Redação publicitária aplicada ao CRM: escrita e testes A/B com uma rotina estruturada.
- Inteligência de engajamento: Pontuação comportamental de leads, nutrição direcionada e identificação de oportunidades de retenção, cross-sell e upsell.
- Métricas e painéis: monitoramento da taxa de abertura, CTR, conversão, taxa de rotatividade, LTV e recorrência via Power BI e Google Analytics.
- Alinhamento de Marketing/CS/Comercial: definição de SLAs de transferência, governança de campanhas e QA de processos para previsibilidade do pipeline.
- Ferramentas de Análise: Power BI, Google Sheets, Excel, Google Analytics.
- Ferramentas de IA: Claude (análise de segmentos), Perplexity (referências de mercado).

EXPERIÊNCIA

Analista de CRM e Lifecycle Marketing

Jul. 2022 – presente

Fênix Educação | São Paulo, SP

- Construímos e otimizamos jornadas do ciclo de vida para aquisição, integração e retenção com base de 50 mil leads, utilizando pontuação comportamental de leads e nutrição direcionada, resultando em um crescimento de 20% no volume de inscrições.
- Aumentou a taxa de abertura de e-mails em 400% e o engajamento médio da base para 50%, por meio de segmentação avançada, personalização de mensagens e otimização de tempo, com uma rotina contínua de testes A/B no sujeito, CTAs, cores de botões e texto.

- Reduzimos em 30% os leads não qualificados por meio da automação de e-mails para qualificação de leads e padronização de formulários, para melhorar a qualidade dos dados e a eficiência do funil do MQL para SQL, com SLAs definidos entre Marketing e Comercial para garantir uma transferência confiável.
- Fluxos multicanais automatizados (e-mail, WhatsApp, push, SMS) via Mautic, RD Station e integrações com WordPress e fluxos de trabalho (captura e distribuição de leads, comunicação, integrações de IA, relatórios) via n8n, Make e Zapier.
- Aumentou a taxa média de CTR de e-mail em 35% e construiu painéis de captura, engajamento e conversão no Power BI, acompanhando a taxa de abandono, LTV e métricas de recorrência para apoiar decisões estratégicas de liderança.
- Ferramentas integradas de IA generativa ao fluxo operacional: Claude para análise de segmentos e síntese de insights, Perplexity para benchmarks de mercado, acelerando ciclos de análise e experimentação.

Analista de Parcerias Estratégicas

Abr 2021 – Jul 2022

Legião da Boa Vontade (LBV) | São Paulo, SP

- Acelerou a aquisição de usuários orientada por dados em 15% por meio de campanhas co-branded com influenciadores e celebridades de alto perfil, expandindo significativamente o banco de dados comercializável do topo do funil.
- Construiu e gerenciou um funil de parceria corporativa de ponta a ponta, garantindo patrocínios B2B de alto valor monetário e em espécie para financiar grandes projetos promocionais.
- Dirigiu colaborações multifuncionais entre executivos corporativos externos, agências de talentos e equipes criativas internas para lançar campanhas promocionais unificadas e multicanais.
- Otimizou o engajamento ao longo da vida ao criar benefícios e iniciativas exclusivas patrocinadas por parceiros que aumentaram a lealdade da comunidade e impulsionaram a retenção a longo prazo.
- Estabeleceram KPIs de campanha e parâmetros de acompanhamento para avaliar o desempenho dos parceiros, analisando o alcance do público e o valor da mídia para otimizar estratégias futuras de colaboração.
- Gerenciou o desenvolvimento integral de relacionamentos e negociações contratuais com stakeholders de alto valor, garantindo alinhamento rigoroso com os valores organizacionais e as diretrizes da marca.

Gerente de Comunicação e Branding

Mar 2016 – Abr 2019

Monchu Agenciamento, Editora e Eventos Ltda | São Paulo, SP

- Desenvolveu um CRM personalizado e pipeline de retenção de clientes integrando bancos de dados externos de tickets com Google Sheets e Mailchimp para rastrear dados comportamentais de vários anos.
- Construiu um framework acionável de RFM para monitorar a frequência dos eventos dos clientes e as janelas de lapso, lançando fluxos de trabalho direcionados de reengajamento que escalaram a participação em eventos em 500% (de 500 para 3k+).

- Analisou métricas comportamentais de eventos, incluindo horários precisos de check-in e checkout, para otimizar o planejamento do evento e melhorar a lealdade a longo prazo da comunidade.
- Reformulou a infraestrutura de marketing de campo recrutando, contratando e liderando uma equipe de alto desempenho de 15 a 20 promotores selecionados especificamente para aquisição de público de nicho e desempenho em vendas.
- Orquestrou uma estratégia de conteúdo omnichannel, alinhando as ativações online e offline dos promotores com um calendário unificado que ampliou o alcance digital orgânico em 150%.

Coordenador de Telemarketing

Jul 2005 – Mar 2012

Legião da Boa Vontade (LBV) | São Paulo, SP

- Aumentou o volume de novos doadores em 25% e aumentou a média de ingressos em 20% por meio da aplicação da metodologia SPIN Selling, com sessões contínuas de Coaching de Vendas para uma equipe de 40+ operadores.
- Otimizou a produtividade em 15% e melhorou o AHT em 30%, estruturando rituais de feedback e monitorando KPIs críticos (CPC, taxas de conversão) via CRM, Excel e Power BI.
- Reduziu a rotatividade em 40% ao implementar uma cultura de liderança humanizada e acelerar a incorporação de novos funcionários por meio de oficinas técnicas e manuais de processos.

EDUCAÇÃO

Licenciatura: PT & EN Letras

Conclusão em 07/2015

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

SITES E PORTFÓLIOS

- espeledata.com
- github.com/daniloespeleta
- bit.ly/espeleta-mavenshowcase

IDIOMAS

- Português – Nativo
- Inglês – Avançado

CERTIFICAÇÕES

- Google Analytics – Google
- Marketing Psychology do Marketing: How We Decide – Oxford Saïd Business School
- Software de Marketing HubSpot – Academia HubSpot
- Inbound – HubSpot Academy
- Painel de Vendas CRM – Maven Analytics
- Proprietário de Produto Profissional Scrum – Awari