

Relatorio de Analise de Carreira

Fernanda Cristina Alves -> Analista de Growth Marketing - E-commerce FashionHub

45

Moderado

Fernanda é especialista consolidada em SEO e estratégia de conteúdo com comprovado histórico de crescimento orgânico (730 mil visitas/mês), mas sua experiência é centrada exclusivamente em canais orgânicos e não cobre performance paga (Google Ads, Meta Ads) nem CRO - os pilares técnicos desta vaga. O gap crítico é a ausência total de experiência com campanhas pagas acima de R\$ 100 mil/mês, testes A/B estruturados e atribuição multicanal, requisitos obrigatórios da posição.

PRÓXIMO PASSO

Inscra-se hoje no Google Skillshop e Meta Blueprint (gratuito) e conclua as certificações de Google Ads em 3 semanas; em paralelo, peça acesso a uma conta de Google Ads ou Meta de pequeno orçamento (real, mesmo em agência parceira ou projeto freelancer) para ganhar experiência prática antes de candidatar-se novamente - evidencie isso no LinkedIn atualizando seu perfil com 'Estudando performance marketing e otimização de conversão' para sinalizar movimento.

PONTOS FORTES

- Expertise sólida em análise de dados e ferramentas de tracking (GA4, Google Search Console, Ahrefs, Semrush) - fundação técnica transferível para atribuição e tracking avançado
- Histórico comprovado de decisões orientadas a dados com crescimento exponencial (120k->850k visitas/mês), demonstrando capacidade analítica e pensamento estratégico
- Experiência de liderança de equipe (4 redatores) e gestão de múltiplos projetos simultâneos (12 clientes na agência), sinalizando organização e capacidade de priorização
- Domínio de WordPress e Notion + copywriting estratégico - habilidades de apoio para otimização de landing pages e documentação de testes

GAPS CRÍTICOS

- Ausência total de experiência com Google Ads e Meta Ads - requisito obrigatório; nunca gerenciou campanhas pagas acima de R\$ 100 mil/mês
- Nenhum background em CRO (Conversion Rate Optimization) ou testes A/B estruturados; vaga exige mínimo 20 experimentos comprovados executados
- Não possui experiência prática com Looker Studio para dashboards executivos - ferramenta específica e não mencionada no perfil
- Desconhecimento de atribuição multicanal (UTMs avançados, pixels, Conversions API) e feed de produtos (Google Merchant Center) - competências esperadas em performance marketing

HABILIDADES MAPEADAS

Gestão de campanhas Google Ads (SEM)

Gestão de campanhas Meta Ads (Facebook, Instagram)

CRO e testes A/B em landing pages

Atribuição e tracking avançado (UTMs, pixels, Conversions API)

Looker Studio para dashboards executivos

Google Analytics 4

SEO On/Off Page

Content Strategy e Copywriting

Ahrefs e Semrush

TikTok Ads

Google Merchant Center

Pensamento orientado a dados

PLANO DE MELHORIA PRIORITÁRIO

1. Certificação Google Ads (Search + Display + Shopping) + Meta Blueprint Certification

Faça os cursos gratuitos na Google Skillshop (skillshop.withgoogle.com) para Google Ads (Search, Display, Video) e Meta Blueprint (facebook.com/blueprint). Tempo: 3-4 semanas, 5-7h/semana. Investimento: zero. Estes certificados são reconhecidos e mostram competência estruturada. Após, peça acesso a uma conta de Google Ads ou Meta de baixo budget (R\$ 500-1.000/mês inicial) em um projeto real ou agência para acumular experiência prática antes de candidatar.

2. Curso prático de CRO, testes A/B e otimização de conversão

Inscreva-se no curso 'CRO Fundamentals' da Conversion Rate Experts (CRE, 4-6h assíncrono, ~R\$ 200-400) ou 'Landing Page Optimization' da Unbounce Academy (gratuito). Objetivo: aprender framework de testes A/B, hipóteses, análise estatística e ferramentas (Google Optimize, Unbounce, Optimizely). Tempo: 2-3 semanas. Em paralelo, rode 5-10 testes A/B em um blog pessoal ou projeto de baixo custo para documentar aprendizado.

3. Dominar Looker Studio para construção de dashboards executivos

Estude o curso 'Google Looker Studio For Beginners' no YouTube (Creator Academy, gratuito) ou 'Data Studio Mastery' (Udemy, ~R\$ 50-100). Construa 3-4 dashboards práticos conectando GA4, Google Ads e dados de conversão de um projeto real ou simulado. Tempo: 2-3 semanas, 5h/semana. Adicione exemplos dos dashboards criados ao portfólio/LinkedIn.

4. Aprofundar em atribuição multicanal, UTMs avançados e Conversions API

Leia 'Advanced Google Analytics' (Justin Cutroni, O'Reilly) ou faça curso 'Advanced Analytics Implementation' (Analytics Academy, Google, gratuito). Aprenda a estruturar UTMs, instalar pixels de conversion, configurar Conversions API do Meta. Tempo: 3-4 semanas. Implemente em um projeto real (próprio site, cliente, agência - mesmo com budget pequeno) para ganhar experiência prática.

DICA DE APRESENTAÇÃO

Use este texto ao se candidatar no LinkedIn ou por e-mail:

Fernanda: Seu histórico de crescimento de 730 mil visitas/mês em SEO prova que você domina análise de dados e otimização - exatamente a mentalidade que esta vaga busca. O que falta é experiência prática com campanhas pagas (Google Ads, Meta Ads) acima de R\$ 100 mil/mês e CRO estruturado. Estou investindo nas próximas 4 semanas em certificações Google Ads + Meta Blueprint e rodando testes A/B em projetos reais para cobrir esse gap. Sou a candidata certa para 'transitar entre canais' - tenho a base técnica (GA4, atribuição) e estou completando o lado de performance paga.