



# Rafael Duarte Gomes



## Contato

**Email:** rafaelduarte@rafaelduarte.com.br

**Blog:** [rafaelduarte.com.br](http://rafaelduarte.com.br)

**Me Adiciona:** [rafaelduarte](#)

**Endereço:** Rua Afonso de Freitas, 239, Paraíso

**MSN:** rafaelduarte@rafaelduarte.com.br

**Telefone:** 11 – 9964.2608

**Skype:** rafael.duarte.gomes

**Nascimento:** 26/08/1982

## Resumo

Profissional com mais de oito anos de experiência em negócios online, com diversos cursos, eventos e certificações focadas em internet. Excelente conhecimento de e-commerce e marketing digital, gosta de trabalhar em equipe e muito motivado. Experiência de dois anos como gerente de e-commerce da ABAFILM, fazendo a loja saltar da 18ª posição para a 6ª posição em faturamento. Como supervisor de e-commerce da Ibyte conseguimos desenvolver a maior loja virtual do Ceará e a primeira do Brasil a usar o Magento Enterprise.

Em pouco tempo como gerente de atendimento na Webtraffic, reestruturei o setor, criando métricas, fluxos e controles. Aumentei o ROI de uma campanha de e-mail marketing de 0.4 para 8.8 com higienização/segmentação de base e ofertas, além de testes A/B.

Recentemente conquistei a certificação [Google Analytics Individual Qualification - US English](#) e tenho interesse em trabalhar na área de gestão de lojas virtuais, web analytics e inteligência competitiva.

## Histórico Profissional

### **Gerente de Atendimento – [Webtraffic](#) – (06/2011 – 09/2011)**

Gestão das atividades da equipe de atendimento, dos processos dos departamentos e desempenho dos colaboradores, auxílio aos executivos em atendimento dos principais clientes e reuniões com os clientes, fornecer relatórios gerenciais com informações sobre os clientes e colaboradores, feedback a equipe, participar e ministrar treinamentos, gerar relatórios analíticos de desempenho da equipe e setores da empresa. Colaborar com os demais setores da empresa afim de melhorar o fluxo dos trabalhos.

### **Consultor e Analista de mkt digital – [BASICS](#) - (11/2010 – 04/2011)**

Atendimento ao cliente, elaboração de planejamento de marketing digital seguindo a metodologia Web Logical Chain.

### **Supervisor de e-commerce – [Ibyte](#) - (04/2009 – 08/2010)**

Elaborar e supervisionar o planejamento estratégico do e-commerce, envolvendo o gerenciamento da equipe da loja virtual e toda parte relacionada ao projeto da loja virtual da Ibyte, tais como a disponibilização dos produtos no site, campanhas em redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter, blogs), marketing digital (SEO, links patrocinados, newsletters, campanhas de banners, métricas), cobrança online, padronizações e logística. Providenciar a prospecção de novos produtos a serem disponibilizados na loja virtual, para o enriquecimento de consultas e a concretização do e-commerce. Definir os canais de mídia para veiculação de campanhas, estabelecer parcerias e acompanhar as ações dos concorrentes expandindo a área de atuação da Ibyte. Solicitar e acompanhar demandas de agências web e de marketing.

### **Coordenador da Célula de e-Commerce e Marketing Online da [NOIX Internet](#) (07/2008 – 12/2008)**

Gestão e desenvolvimento de equipes de atendimento e desenvolvimento web. Gestão de contas de clientes: Atendimento ao cliente, vendas, elaboração e acompanhamento de projetos. Desenvolvimento de campanhas de webmarketing, incluindo redes sociais, e-mail marketing, links patrocinados e SEO (Search Engine Optimization).

### **Gerente de E-commerce da [ABAFILM](#) (08/2006 – 07/2008)**

Elaborar e supervisionar o planejamento estratégico do e-commerce, envolvendo o gerenciamento da equipe da loja virtual e toda parte relacionada ao projeto da loja virtual da ABAFILM, tais como a disponibilização dos produtos no site, campanhas em redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter, blogs), marketing digital (SEO, links patrocinados,

newsletters, campanhas de banners, métricas), cobrança online, padronizações e logística. Providenciar a prospecção de novos produtos a serem disponibilizados na loja virtual, para o enriquecimento de consultas e a concretização do e-commerce. Definir os canais de mídia para veiculação de campanhas, estabelecer parcerias e acompanhar as ações dos concorrentes expandindo a área de atuação da ABAFILM. Solicitar e acompanhar demandas de agências web e de marketing.

## VANGUARDA DIGITAL - Webmaster (02/2000 – 08/2005)

Negociação com clientes e fornecedores, elaboração de projetos web, formação e gerenciamento de equipe, elaboração e implementação de estratégias de marketing, criação, manutenção e hospedagem de sites.

## Formação Acadêmica

Faculdade Integrada do Ceará - Marketing – Último Semestre

## Cursos e Certificações

Certificação do Google: [Google Analytics Individual Qualification - US English](#)



**InternetInnovation:** Formação de Gerente de e-Commerce e Marketing Digital

### Módulo I - Introdução ao Comércio Eletrônico

- Comércio Eletrônico no Mundo
- Comércio Eletrônico no Brasil
- Histórico Evolutivo
- Principais Categorias/Participação
- Performance Comparativa On-Line/Off-Line
- Ticket Médio
- Marcas / Domínios / SEO
- .com, .net, .com.br
- Conceito B2B e B2C
- Plano Compacto de Negócios

### Módulo IV - Meios de Pagamento

- Disponibilidade de Opções
- Integração com e-Commerce
- Gateways de Pagamento
- Intermediadores
- Operação Off-Line
- Análise de Risco – Fraude
- Conciliação / Liberação do Pedido

### Módulo VII - Marketing Digital II

- Introdução e Importância
- E-Mail Marketing
- Programa de Fidelização
- Programa de Afiliados
- Exercícios

### Módulo X - Marketing Digital V

- Mídias Sociais
- Microblogs (Twitter, Tweetpeek)
- Publicação (Wikipedia, Blogs)
- Mundos Virtuais (Second Life)
- Estudo de Cases

### Módulo XIII - Marketing Digital IX

- In-Text Advertising:
- Mídia contextual (canal que veicula publicidade para mais de 20 milhões de internautas por mês).

### Módulo II – Tecnologia

- Tecnologia em e-Commerce
- Recursos Indispensáveis
- Funcionalidades X Necessidades
- Arquitetura X Otimização
- Configurações da Loja Virtual
- Custos Setup + Hospedagem
- Suporte e Atualizações

### Módulo V – Logística

- Embalagens
- Correios: Sedex - eSedex – PAC
- Transportadoras
- Frete Grátis
- Logística Reversa
- Rastreamento
- E-Mails Automáticos
- E-Mails Operacionais

### Módulo VIII - Marketing Digital III

- Banners
- Portais Verticais X Portais Horizontais
- Comparadores de Preços
- Exercícios

### Módulo XI - Marketing Digital VII

- Buscadores
- Por que fazer Links Patrocinados
- Panorama Geral do Search Marketing
- Vantagens dos Links Patrocinados
- Entender a Estrutura de uma Conta do Google AdWords
- Conhecer Técnicas de Otimização: Aumentar Tráfego, Aumentar Relevância e Aumentar ROI
- Yahoo Search Marketing

### Módulo XIV - Marketing Digital X

- WebAnalytics
- Como Configurar a Conta do Google Analytics
- Integração Analytics e AdWords
- O que são Métricas
- Comparação de Métricas

### Módulo III – Design e Usabilidade

- Logo - Cores – Slogan
- Desenvolvimento de Lay-Out
- Usabilidade e Navegabilidade
- A Home
- As Categorias
- Paginação X PageViews
- Cadastro de Produtos
- KeyWords / MetaTags

### Módulo VI – Marketing Digital I

- Introdução ao SEO
- Análise de SEO
- Estratégia de SEO
- Otimização Contínua do SEO

### Módulo IX - Marketing Digital IV

- Mídias Sociais
- O que são Mídias Sociais
- Como Trabalhar Mídias Sociais
- Redes Sociais (Orkut, Facebook)
- Redes de Discussão (MSN, Skype, GTalk)
- Troca de Arquivos (YouTube, Flickr, Slide Share)

### Módulo XII - Marketing Digital VIII

- Buscadores
- Aula Prática de Google AdWords
- Configuração de uma Campanha no AdWords

### Módulo XV - Marketing Digital XI

- WebAnalytics
- Visitantes (Distribuição Geográfica)
- Fontes de Tráfego (Como os Usuários Entraram no Site) • Conteúdo (Navegação dos Visitantes no Site) • Metas • Configuração das Metas • Comércio

- Segmentação de Visitantes

Eletrônico (Receita do Comércio Eletrônico)

### Módulo XVI - Marketing Digital XII

- WebAnalytics
- Analisando Retorno de Campanhas de Marketing
- Selecionando KPIs (Indicadores Chaves de Desempenho)
- Cruzando Métricas e Dimensões
- Análise de Usabilidade do Site, Processo de Compras, Páginas de Destino e Páginas de Saída

### Módulo XIX - Mobile Marketing

- Números de mercado e comportamento do usuário
- Players que compõe a cadeia do Mobile Marketing
- Formatos e tecnologias de hoje e de amanhã (do SMS à mobile TV)
- O celular como aliado das mídias tradicionais

### Módulo XVII - Financeiro I

- Quanto Custa a Loja Virtual
- Investimentos X Custos Fixos
- Obrigações Tributárias
- Custos Financeiros Meios Pgtos / Charge Back
- Custos Financeiros Frete / Operador Logístico
- Investimento Mídia & ROI
- Profit & Loss
- ERP
- Discussão

### Módulo XVIII - Financeiro II

- Conceituação e relação entre Conceitos: Custos Fixos / Despesas; Custos Variáveis; Investimento; Pró-labore; Margem de Contribuição; Ponto de equilíbrio; Ponto de equilíbrio com vários produtos; Ponto de equilíbrio em quantidade e em valor monetário; Previsão e Geração de volume de vendas; Índice de margem de contribuição; Índice médio de margem de contribuição; Mark-up; e Lucro
- Estratégias de precificação: concorrência, clientes, custos e Mark-up
- Estratégias de promoção: qdo e porque fazer? Quais os efeitos das promoções sobre a cultura da empresa e relação com clientes.
- Simulações de pontos de equilíbrio a partir de variações nos preços de venda, custos variáveis e custos fixos
- Projeções de lucro a partir de simulações de volumes vendidos
- Crédito

**Goobec:** Google Adwords Seminar e Google Adwords Marathon

**Instituto Paulo Vieira:** Training in Job, Método CIS - Inteligência Emocional e Team Coaching

**SEBRAE:** Organização de eventos, Pequeno grande negócio na internet, Gerência de marketing, Como vender mais e melhor e Análise e planejamento financeiro

**Fastjob:** Logística, Estratégias de motivação de equipes, Oratória: A arte de falar em público

**Iwtraining:** Certificados oficiais da Adobe: Flash Fundamental, Flash Actionscript, Flash Actionscript Advanced, Flash Application Development, Dreamweaver Creating Websites, Dreamweaver Dynamic Applications, Fireworks Designing Websites

**FATENE:** Análise de sistemas web (2 semestres)

**Universidade Federal do Ceará** – Filosofia (4 semestres)

## Eventos que participe:

2007	<a href="#">Palestra: Estratégias de mercado na internet</a>	<a href="#">ALTERNATIVA 2007.1 - Marketing de Guerrilha e Mídias Alternativas</a>
	<a href="#">Seminário INFO: Web 2.0</a>	<a href="#">MICROSOFT TECHNOLOGY ROADMAP</a>
	<a href="#">I Seminário de marketing e comunicação para internet</a>	<a href="#">Ciclo de seminários - Comércio Eletrônico 2007</a>
	<a href="#">Alternativa 2007.2 - Tendências de design e programação</a>	
2008	<a href="#">Seminário INFO: E-commerce na era da web 2.0</a>	<a href="#">Publicidade nas novas mídias será discutida na UFC</a>
2009	<a href="#">Ciclo de seminários - Comércio Eletrônico 2009</a>	<a href="#">Internet Infoco</a>
2010	<a href="#">Secrel Business: Desvendando o Magento E-Commerce</a>	<a href="#">Google Analytics - Muito além de Visitas e Taxa de Rejeição</a>
	<a href="#">Papos em Rede – Mídias Sociais além do verniz</a>	<a href="#">Café com Marketing - Marketing Digital</a>
	<a href="#">I Desconferência Unifor - Redes sociais e Mídia Digital</a>	<a href="#">EDTED – Encontro de Design e tecnologia digital</a>
	<a href="#">Papos em Rede - Empreendendo na Web</a>	
2011	<a href="#">5º Ciclo de Palestras ESPM: Novas perspectivas para os negócios</a>	<a href="#">eCommerceVale - Certezas de um mercado promissor</a>
	<a href="#">Expon 2011</a>	

## Referências Pessoais:

**BASICS** – Edson Dacal – Diretor - 11 3884 8674

**Ibyte** – Marcos Freitas – Gerente Comercial – 085 9104.3232

**NOIX Internet** – Ricardo Aciolly – Diretor Executivo – 011 6433-3564

**BRIBA** - Ricardo Avelar – Diretor – 085 3261.6660

**ABAFILM** – Sergio Albuquerque – Diretor Comercial – 085 8661.8898

## **Leituras:**

[Wikinomics: Como a Colaboração em Massa Pode Mudar o Seu Negócio](#)

[Cauda Longa: do Mercado de Massa para o Mercado de Nicho](#)

[Google Marketing: O Guia Definitivo do Marketing Digital](#)

[Marketing na internet](#)

[O monge e o executivo](#)

[Como se tornar um líder servidor](#)

[O Mundo é Plano: uma Breve História do Século XXI](#)

[Google Adwords a Arte da Guerra: a Batalha nos Links Patrocinados](#)

[Comércio Eletrônico: Modelo, Aspectos e Contribuições de Sua Aplicação](#)

[Parcerias Inovadoras: o Novo Código Genético dos Negócios](#)

## **Links:**

[De onde vim, onde estou, quem sou e para onde estou indo. \(1º parte\)](#)

[De onde vim, onde estou, quem sou e para onde estou indo. \(2º parte\)](#)

[Estratégias de mercado na internet é tema de palestra no Marketing](#)

[Publicidade nas novas mídias será discutida na UFC](#)

[Linkedin](#)