PORTEFÓLIO · 2026

Fábio Pires

Portefólio de Marketing Digital

Estratégia · Analytics · Experiência de Cliente

Cinco casos aplicados. Um percurso profissional: experiência de negócio traduzida em decisões práticas de marketing digital.

01 Sui Records

02 Percentagem.pt

03 Calumia Studio

04 Corkart

05 FisioVida

Elvas, Portugal · Remoto / Híbrido · Cidadão UE

Uma base comercial com uma direção em marketing digital.

O portefólio foi criado para demonstrar capacidade de decisão aplicada, sem exagerar a experiência.

10+ anos

de experiência comercial, operacional e de contacto com clientes

17,8 / 20

Pós-Graduação em Marketing e Estratégia Digital · 2025-2026

Objetivo: primeira função profissional em Marketing Digital ao nível júnior / assistente / executivo.

ANALÍTICO

Interpretação de dados, reporting e priorização

COMERCIAL

Contexto de negócio, clientes, fornecedores e decisões

CLIENTE

Serviço, jornada do cliente e melhoria da experiência

DIGITAL

Estratégia, SEO, conteúdos, e-commerce, CRO e IA

Português Nativo · Espanhol C1 · Inglês B2 · Portugal · Remoto / Híbrido

Da experiência profissional ao Marketing Digital.

Uma visão concisa da experiência que hoje sustenta a minha transição para Marketing Digital.

2013

Zmar Eco-Campo

Estagiário de Receção e Serviços de Lazer

Apoio de receção · reservas de SPA e atividades desportivas

VALOR PARA MARKETING
Contacto com clientes · operações de serviço

2015-2019

Vila Galé Évora

Rececionista · Night Auditor · Tournant

Procedimentos de abertura · reservas/grupos · auditoria noturna · resolução de reclamações

VALOR PARA MARKETING
Experiência de cliente · recuperação de serviço · rigor operacional

2019-Presente

Sanielvas, Lda.

Assistente Administrativo e Análise Comercial

Análise de vendas/ERP · ciclo de encomendas · propostas · clientes/fornecedores · relatórios e dashboards

VALOR PARA MARKETING
Interpretação de dados · visão comercial · pensamento de processos

2025-2026

Pós-Graduação

Marketing e Estratégia Digital · 17,8/20

GA4 · SEO/SEM · Social · E-commerce · CRO · UX/UI · IA e Automação

VALOR PARA MARKETING
Competências digitais aplicadas · prática baseada em casos · frameworks de marketing

Lógica do percurso · experiência de cliente → análise comercial → marketing digital aplicado

Cinco casos. Cinco questões de marketing diferentes.

Cada caso foi selecionado por demonstrar uma competência distinta.

01	**Sui Records**	Como pode um pequeno retalhista criar relevância sem competir em escala?	Estratégia · Marca · Conteúdos · IA
02	**Percentagem.pt**	O que devemos fazer com os dados e o que devemos medir a seguir?	Analytics · SEO · CRO
03	**Calumia Studio**	Como pode a procura digital crescer sem ultrapassar a capacidade operacional?	E-commerce · Omnicanalidade
04	**Corkart**	Como pode o know-how industrial tornar-se autoridade credível nas redes sociais?	Social · B2B/B2C · Conteúdos
05	**FisioVida**	Como pode uma clínica reduzir fricção sem perder o cuidado humano?	CX · SEO Local · Automação

Sui Records: criar uma razão para pertencer.

Sui Records ESTRATÉGIA · MARCA · CONTEÚDOS · IA

O PROBLEMA

Um pequeno conceito de retalho de vinil não podia vencer pelo preço, escala ou profundidade de catálogo.

A oportunidade era criar relevância através da afinidade cultural, e não apenas da conveniência.

O meu papel · projeto individual de ponta a ponta

RESPOSTA ESTRATÉGICA

CURADORIA + EDUCAÇÃO + COMUNIDADE + EVENTOS + OMNICANALIDADE

01 · PESQUISA

PESTEL, Porter e análise da concorrência para identificar a lacuna de posicionamento.

02 · DESENHO

Marca, público, arquitetura do website e sistema de conteúdos.

03 · RETENÇÃO

Lead magnet, fidelização, sequência de email e ciclo de feedback.

Trabalho académico conceptual · sem alegação de resultados de desempenho comercial.

Sui Records: uma ideia ao longo da jornada do cliente.

Sui Records — POSICIONAMENTO → EXPERIÊNCIA → RETENÇÃO

DESCOBRIR	→	ENVOLVER	→	CONVERTER	→	RETER	→	APRENDER
Artigo SEO formatos sociais		histórias da comunidade eventos		descoberta de produto newsletter		Sui Records Club email		feedback questionário

OUTPUTS SELECIONADOS

Identidade de marca · sitemap/wireframe · calendário de conteúdos · posts sociais · artigo SEO · podcast · lead magnet · fidelização · email

FLUXO DE IA

Perplexity para evidência · ChatGPT para estratégia/copy · ferramentas criativas especializadas · validação humana

PRINCIPAL APRENDIZAGEM

A IA acelerou a execução, mas o posicionamento e o julgamento humano definiram a direção estratégica.

Percentagem.pt: transformar dados em prioridades.

Percentagem.pt ANALYTICS · SEO · COMPORTAMENTO DO UTILIZADOR · CRO

177,112	3,360	1.90%	5.9
IMPRESSÕES	CLIQUES	CTR	POSIÇÃO MÉDIA

O QUE OS NÚMEROS SIGNIFICAVAM

A visibilidade melhorou drasticamente, mas a eficiência dos cliques, a experiência mobile e a qualidade da medição tornaram-se os verdadeiros limites ao crescimento.

Projeto de grupo · dados reais do website · 2026

Percentagem.pt: um diagnóstico multiplataforma.

Percentagem.pt SEARCH CONSOLE + GA4 + CLARITY

PESQUISA

Visibilidade na primeira página; as principais pesquisas correspondiam ao produto. Portugal gerou 95,6% dos cliques do Google.

COMPORTAMENTO

34 s de envolvimento médio e 18% de profundidade de scroll foram interpretados em contexto: trata-se de um site utilitário.

MOBILE

Envolvimento desktop 48,78% vs mobile 27,61%; 46 s vs 16 s de envolvimento médio.

LACUNA DE MEDIÇÃO

5.727 eventos GA4, mas 0 conversões personalizadas da calculadora. Tracking proposto: submissão, tipo de cálculo, conclusão, abandono e utilização repetida.

ROADMAP DE PRIORIDADES

1 Medir · 2 Melhorar UX mobile · 3 Desenvolver SEO long-tail · 4 Diversificar aquisição para além do Google.

Calumia Studio: crescer ao ritmo da capacidade operacional.

Calumia Studio

E-COMMERCE · OMNICANALIDADE · UX · PLANEAMENTO DE CAMPANHAS

QUESTÃO CENTRAL

Como pode uma marca artesanal crescer através do e-commerce sem perder autenticidade, qualidade ou controlo operacional?

LIMITAÇÕES

Sem loja online própria · dependência da fundadora · capacidade de produção limitada

RESPOSTA

Profissionalizar primeiro · validar procura · converter · reter

POSICIONAMENTO

Premium · emocional · personalizado · visualmente distintivo

Projeto de grupo · estratégia conceptual

Calumia Studio: construir o ecossistema antes de aumentar o investimento.

Calumia Studio — LOJA-HUB · FUNIL · MEDIÇÃO

LOJA ONLINE — Vendas · Marca · Relação · Dados

SOCIAL	Descoberta + comunidade	PINTEREST	Inspiração + pesquisa visual	MARKETPLACES	Alcance + teste de procura
EMAIL	Nutrição + recompra	PAGAMENTOS	MB Way · PayPal · Klarna		

Lógica de planeamento de 50 mil euros

Awareness 30 mil euros / 60% · Consideração 15 mil euros / 30% · Conversão 5 mil euros / 10%

Metas/projeções de planeamento, não resultados medidos.

Corkart: transformar know-how industrial em autoridade nas redes sociais.

Corkart — REDES SOCIAIS · B2B/B2C · CONTEÚDOS · AUTORIDADE DE MARCA

DIAGNÓSTICO

Forte credibilidade técnica, mas conteúdos demasiado institucionais e centrados no produto para expressar plenamente o valor da marca.

POSICIONAMENTO

Inspirational Expertise = credibilidade técnica + sustentabilidade + design premium + património industrial português.

LÓGICA DE PÚBLICOS

Arquitetos/designers primeiro · distribuidores/retalho depois · consumidor final premium como gerador de procura.

+30%
META DE ALCANCE MENSAL

+20%
META DE SEGUIDORES

4
META DE PARCERIAS

+15%
META DE TRÁFEGO DO WEBSITE

Metas estratégicas a seis meses; não são resultados medidos.

Corkart: cada plataforma tem um papel estratégico distinto.

Corkart	ARQUITETURA DE CANAIS · SISTEMA DE CONTEÚDOS · MEDIÇÃO
INSTAGRAM	Portefólio aspiracional — Imagem de marca + interesse
LINKEDIN	Autoridade técnica — Credibilidade + apoio comercial
YOUTUBE	Biblioteca de conhecimento — SEO + apoio B2B
FACEBOOK	Proximidade institucional — Presença + contacto
TIKTOK	Humanização — Alcance orgânico + público futuro

Pilares de conteúdo: produto · projetos · sustentabilidade · fábrica/inovação · autoridade · educação · histórias humanas · parcerias

FisioVida: reduzir fricção sem perder a proximidade humana.

FisioVida EXPERIÊNCIA DE CLIENTE · SEO LOCAL · AUTOMAÇÃO · PROCESSOS

PROBLEMA DE NEGÓCIO

Marcações centradas no telefone, registos em papel e follow-up manual criavam perda de leads, fraca visibilidade de dados e escalabilidade limitada.

PRINCÍPIO DE DESENHO

A tecnologia deve ser simples para pacientes que precisam de confiança e rápida para quem privilegia a rapidez.

RESPOSTA ESTRATÉGICA

Ligar aquisição, marcação, cuidados, retenção e reporting de gestão num único ecossistema digital.

100%

META DE GESTÃO CLÍNICA DIGITAL

+15%

META DE CONSULTAS MENSAIS

1

DASHBOARD MENSAL DE GESTÃO

Metas de transformação definidas no projeto; não são resultados medidos.

FisioVida: redesenhar a jornada em torno da continuidade.

FisioVida — DESCOBRIR → REGRESSAR

01	02	03	04	05	06
DESCOBRIR	**AVALIAR**	**MARCAR**	**EXPERIÊNCIA**	**RECUPERAR**	**REGRESSAR**
Google · Maps · avaliações	Website · prova · conteúdos	Online / WhatsApp 24/7	Registo digital	Lembretes · exercícios	Reativação · comunidade

CONVERSÃO

Website + sistema clínico · SEO Local · Google Business Profile · WhatsApp · avaliações

RETENÇÃO

Lembretes 24h · apoio a exercícios · reenvolvimento · comunidade

GESTÃO

Ocupação · rentabilidade · retenção · origem da procura · faltas · carga administrativa

O que o trabalho demonstra efetivamente.

Uma competência só aparece aqui quando um caso fornece evidência concreta.

ESTRATÉGIA	**Sui Records: lacuna de posicionamento e modelo omnicanal** Calumia: lógica de crescimento faseado
ANALYTICS	**Percentagem: Search Console + GA4 + Clarity** FisioVida: lógica de dashboard de gestão
SEO / PESQUISA	**Percentagem: intenção, CTR e prioridades long-tail** FisioVida: SEO Local / GBP
CONTEÚDOS / SOCIAL	**Sui Records: papéis dos conteúdos ao longo da jornada** Corkart: arquitetura de canais + cadência
E-COMMERCE	**Calumia: loja como hub comercial/de dados** Sui Records: website como hub editorial + de conversão
UX / CRO	**Percentagem: fricção mobile + plano de tracking** Calumia: confiança + loja mobile-first
EXPERIÊNCIA DE CLIENTE	**FisioVida: redesenho da jornada + retenção** Calumia: procura alinhada com capacidade de resposta
IA / AUTOMAÇÃO	**Sui Records: IA por tarefa + validação** FisioVida: lembretes + reativação

Posicionamento: capacidade analítica para ler dados, visão comercial para compreender o negócio e foco no cliente para melhorar a experiência.

Aprendizagem aplicada, com limites claros.

As ferramentas digitais abaixo resultam de projetos da Pós-Graduação, salvo quando é indicada utilização profissional.

PÓS-GRADUAÇÃO

Marketing e Estratégia Digital · 2025-2026 · 17,8/20 · Nível 6 EQF

LICENCIATURA

Turismo · Universidade Politécnica de Portalegre · 2009-2014

ANALYTICS

GA4 · Search Console · Microsoft Clarity

PESQUISA

SEO · SEM · Google Ads · tráfego pago

EXPERIÊNCIA

CRO · testes A/B · UX/UI · jornada do cliente

CRESCIMENTO

E-commerce · omnicanalidade · conteúdos · redes sociais

IA

IA generativa · pesquisa e produção assistidas por IA

PROFISSIONAL

ERP · Excel · reporting · PowerPoint · otimização de processos

Limite profissional: não é alegada experiência profissional com CRM.

Uma forma simples de abordar problemas de marketing.

O mesmo padrão surge nos cinco casos, de analytics à experiência de cliente.

01

DIAGNOSTICAR

Compreender o problema de negócio, público, limitações e evidência disponível.

02

PRIORIZAR

Escolher as decisões mais importantes em vez de produzir uma longa lista de táticas.

03

DESENHAR

Ligar canais, conteúdos, experiência e operações num sistema coerente.

04

MEDIR

Definir KPIs e tracking que reflitam a verdadeira ação do cliente ou do negócio.

O objetivo não é parecer ocupado. É tornar a próxima decisão mais clara.

Pronto para transformar trabalho aplicado em experiência profissional.

Marketing Digital · Analytics · Experiência de Cliente

Fábio Pires

fabiopires123@gmail.com

linkedin.com/in/fabiopires-md

Portugal · Remoto / Híbrido · Cidadão UE

CASOS SELECIONADOS

01 **Sui Records**

02 **Percentagem.pt**

03 **Calumia Studio**

04 **Corkart**

05 **FisioVida**

Cinco casos que abrangem estratégia, analytics, e-commerce, redes sociais e experiência de cliente.

Case studies individuais completos disponíveis separadamente.