NJOBSS / NHI COMPLETO™

NJOBSS

RELATÓRIO EXECUTIVO DE EMPREGABILIDADE

NHI Completo

Diagnóstico completo, mercado, LinkedIn e plano de ação

PREPARADO PARA

Mariana Costa Ribeiro

Cargo-alvo: Analista de Marketing Sênior · Curitiba, PR

54/100

NOTA GERAL DO CURRÍCULO

Elaborado pela Lyna.ai, assistente de carreira da NJOBSS, com validação da headhunter sênior NJOBSS.

29 OUT 2026

NJOBSS / NHI COMPLETO™

1. DIAGNÓSTICO EXECUTIVO DO CURRÍCULO

Nota geral do currículo: **54/100**

Classificação do perfil: Especialista

O posicionamento não está claro: o currículo abre com um objetivo genérico e não diz que você é analista de marketing com foco em digital. Título, resumo e experiências não conversam com o cargo-alvo sênior, porque as entregas aparecem como tarefas, sem escopo nem números. A narrativa de carreira é coerente (assistente, depois analista pleno), mas o ateliê interrompe a leitura. A densidade de palavras-chave é baixa e concentrada no fim, em "Conhecimentos", onde o algoritmo dá menos peso.

- Principal risco hoje: sem título no topo e sem métricas, o ATS e a IA classificam o perfil como pleno genérico, e você não aparece nas buscas por "Analista de Marketing Sênior".
- Principal oportunidade: assumir o posicionamento em inbound e geração de leads, onde o RD Station já é evidência real.
- Por que o perfil está pouco visível no LinkedIn: o algoritmo de busca do LinkedIn ranqueia primeiro pelo título atual e pela headline; com termos genéricos, você não entra nas buscas que recrutadores fazem por cargo e competência.

NJOBSS / NHI COMPLETO™

2. POSICIONAMENTO E SENIORIDADE

- Como você é percebida hoje: analista pleno de marketing generalista, com foco em redes sociais.
- Como deveria ser posicionada: analista de marketing digital com especialidade em inbound, automação e geração de leads, pronta para o nível sênior.
- Cargos e tempo de experiência: Analista de Marketing Pleno na Varejo Sul, cerca de 4 anos (aproximado, falta o mês de entrada); Assistente de Marketing na Construtora Horizonte, 2 anos e 10 meses; Sócia do Ateliê Mari Doces, cerca de 2 anos (aproximado).
- Desalinhamentos: o objetivo fala em "crescer profissionalmente", enquanto a trajetória já sustenta um posicionamento técnico claro.

> **TÍTULO PRINCIPAL RECOMENDADO**
> Analista de Marketing Digital | Inbound e Geração de Leads

Títulos alternativos: Analista de Inbound Marketing; Analista de Marketing e CRM; Especialista em Automação de Marketing

Títulos a evitar: Social Media (reduz o escopo e a senioridade); Coordenadora de Marketing (ainda não há evidência de gestão de equipe)

3. ANÁLISE ATS E IA DE RECRUTAMENTO

A. ATS tradicional: 61/100

A estrutura é limpa e sem tabelas, o que facilita a leitura. Perde pontos porque falta o título no topo, o cargo atual está sem mês de entrada e as palavras-chave exatas das vagas (inbound, geração de leads, automação) não aparecem nas experiências, só na lista final.

B. ATS semântico: 52/100

O algoritmo semântico procura sinônimos de cargo e competências ligadas a entregas. "Responsável pelas redes sociais" não se associa a "marketing digital" nem a "geração de demanda", e o RD Station aparece sem contexto.

C. IA de recrutamento: 46/100

Sem números, a IA não consegue medir escopo nem impacto. Ela lê "criação de campanhas e acompanhamento de resultados" como genérico e rebaixa a senioridade.

D. Recrutador humano: 52/100

Na leitura de 6 a 10 segundos, o recrutador vê um objetivo genérico e quatro tarefas. Não há um resultado que prenda a atenção nem um resumo que diga o que você entrega.

NJOBSS / NHI COMPLETO™

4. MATRIZ DE LACUNAS DE MERCADO

Competência buscada	Evidência atual	Lacuna	Como corrigir	Onde inserir
Geração de leads	Campanhas e redes sociais	Não aparece o termo nem o volume	Citar leads gerados por mês	Título e Varejo Sul
Automação de marketing	RD Station na lista final	Ferramenta sem uso descrito	Descrever fluxos e réguas criados	Experiências
Análise de dados e KPIs	Google Analytics na lista	Sem indicadores acompanhados	Citar KPIs e relatórios	Resumo e conquistas
Mídia paga	Não aparece	Competência muito pedida	Incluir se houver experiência real	Competências
Gestão de orçamento	"Controle de orçamento"	Sem valor nem resultado	Citar orçamento gerido	Construtora Horizonte
Planejamento de marketing	Campanhas sazonais	Não aparece como planejamento	Citar o plano anual ou trimestral	Resumo

Relacionamento com vendas	Apoio ao comercial	Sem resultado para vendas	Citar leads repassados e conversão	Varejo Sul
Inglês para o mercado	Intermediário	Limita vagas em multinacionais	Indicar o nível com clareza	Tecnologias e idiomas

NJOBSS / NHI COMPLETO™

5. 30 PALAVRAS-CHAVE AUSENTES OU SUBUTILIZADAS

A. Técnicas

- inbound marketing — resumo e título — é o termo que o ATS usa para vagas como a sua
- geração de leads — título e Varejo Sul — resultado mais cobrado no varejo
- marketing de conteúdo — Varejo Sul — liga as redes sociais a uma estratégia
- e-mail marketing — Construtora Horizonte — já existe, mas sem o termo exato
- SEO — competências — só se houver prática real com o site

B. Ferramentas

- RD Station Marketing — experiências — nome completo da ferramenta é o que o ATS busca
- Google Analytics 4 — competências — versão atual da ferramenta
- Meta Business Suite — competências — ferramenta de quem gere redes
- CRM — Varejo Sul — conecta marketing ao time comercial
- Looker Studio — competências — só se usou para relatórios

C. Indicadores

- KPIs — resumo — mostra orientação a resultado
- taxa de conversão — conquistas — indicador central de inbound
- CPL — conquistas — custo por lead, muito usado em vagas sênior
- ROI — conquistas — fala a língua do gestor
- taxa de abertura — Construtora Horizonte — já se aplica ao e-mail marketing

D. Metodologias

- funil de vendas — Varejo Sul — mostra visão de jornada
- lead scoring — experiências com RD Station — sinal de senioridade
- testes A/B — conquistas — só se fez
- jornada do cliente — resumo — linguagem atual de marketing

E. Negócio

- varejo — resumo — setor onde você tem mais tempo
- construção civil — Construtora Horizonte — segundo setor de experiência
- marketing B2C — resumo — define o tipo de mercado

- alinhamento marketing e vendas — Varejo Sul — você já apoia o comercial

F. Liderança

- gestão de fornecedores — experiências — se contratou agências ou gráficas
- planejamento de marketing — resumo — sinal de nível sênior
- gestão de orçamento — Construtora Horizonte — já existe, falta o valor

G. Soft skills estratégicas

- visão analítica — resumo — conecta com KPIs
- comunicação com stakeholders — Varejo Sul — você apoia o time comercial
- orientação a resultados — resumo — reforça a senioridade
- autonomia — resumo — esperado no nível sênior

NJOBSS / NHI COMPLETO™

6. ANÁLISE DAS EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS

A. Analista de Marketing Pleno — Varejo Sul Ltda. (2022 – atual)

- O cargo está claro, mas falta o mês de entrada.
- As quatro atividades são genéricas e não mostram escopo.
- Não há nenhum resultado mensurável.
- Faltam ferramentas (RD Station, Meta Business Suite) e indicadores.
- Do jeito que está, não reforça a senioridade que você busca.

B. Assistente de Marketing — Construtora Horizonte (03/2019 – 12/2021)

- Datas completas, o que conta a favor.
- "Controle de orçamento" é um ponto forte que está pouco explorado.
- Falta o resultado do e-mail marketing.

C. Sócia — Ateliê Mari Doces (2017 – 2019)

- Ocupa espaço demais e mistura áreas. Reduza para uma linha com foco em Instagram e vendas.

Bullets reescritos:

ANTES Responsável pelas redes sociais da empresa

DEPOIS Gerenciei o Instagram e o Facebook da Varejo Sul com calendário editorial e Meta Business Suite, ampliando o alcance em [métrica a levantar] % e gerando [métrica a levantar] leads por mês para o time comercial.

ANTES Criação de campanhas e acompanhamento de resultados

DEPOIS Planejei campanhas sazonais integradas (redes, e-mail e loja), acompanhando KPIs no Google Analytics e elevando a conversão em [métrica a levantar] %.

ANTES Envio de e-mail marketing

DEPOIS Executei campanhas de e-mail no RD Station Marketing com segmentação de base, atingindo taxa de abertura de [métrica a levantar] %.

ANTES Controle de orçamento da área

DEPOIS Controlei o orçamento de marketing de R$ [métrica a levantar] por ano, acompanhando fornecedores e custo por campanha.

NJOBSS / NHI COMPLETO™

7. CONQUISTAS E MÉTRICAS

- Resultados que já aparecem: nenhum resultado em número.
- Resultados fracos: "acompanhamento de resultados" sem dizer quais.
- Indicadores que fortaleceriam o currículo: leads por mês, taxa de conversão, CPL, crescimento de seguidores, taxa de abertura de e-mail, orçamento gerido.

Perguntas para você levantar suas métricas:

1. Quantos leads por mês as redes e o e-mail geravam para o comercial?
2. Quanto cresceram os seguidores ou o alcance desde que você assumiu?
3. Qual a taxa média de abertura dos e-mails?
4. Qual era o orçamento anual de marketing que você controlava?
5. Alguma campanha aumentou as vendas? Quanto?
6. Quantos eventos você organizou e para quantas pessoas?

NJOBSS / NHI COMPLETO™

8. ADERÊNCIA POR PLATAFORMA

- Gupy: 58% — ranqueia pelo título do cargo e por palavras-chave exatas — sem título e com termos genéricos — título igual ao da vaga e palavras-chave nas experiências
- Sólides: 56% — combina competências e perfil comportamental — competências sem contexto — descrever o uso de cada ferramenta
- Catho: 55% — busca por cargo e cidade — cargo atual sem mês de entrada — corrigir datas e título
- LinkedIn: 48% — prioriza título atual, headline e competências fixadas — headline genérica e poucas competências — headline da seção 12 e 10 competências
- Pandapé: 47% — lê títulos e datas — datas incompletas — mês e ano em todas as experiências

- Workday: 44% — usado por multinacionais, exige campos estruturados — resumo genérico — resumo com palavras-chave
- Greenhouse e Lever: 40% — usados por empresas de tecnologia, valorizam métricas — nenhum número — conquistas em número
- BairesDev: não recomendado — plataforma focada em tecnologia, fora do seu eixo

Percentuais estimados.

NJOBSS / NHI COMPLETO™

9. EMPRESAS E MERCADOS COMPATÍVEIS

- Redes de varejo com e-commerce em Curitiba e região — varejo — você tem 4 anos de varejo — Analista de Marketing Digital e CRM
- Construtoras e incorporadoras com marketing próprio — construção civil — experiência direta na Construtora Horizonte — Analista de Marketing Imobiliário
- Agências de inbound marketing — serviços de marketing — RD Station é a ferramenta central delas — Analista de Inbound
- RD Station e o ecossistema de parceiros — tecnologia para marketing — domínio da ferramenta conta a favor — Analista de Marketing ou Customer Success
- Educação privada (faculdades e escolas de idiomas) — educação — captação de alunos é geração de leads — Analista de Marketing de Captação
- Indústrias de bens de consumo com marca própria — indústria B2C — campanhas sazonais e trade — Analista de Marketing Pleno ou Sênior

NJOBSS / NHI COMPLETO™

10. CARGOS COMPATÍVEIS E ADJACENTES

A. Cargos principais

- Analista de Marketing Sênior — evolução natural da trajetória
- Analista de Marketing Digital — onde está a maior parte da sua prática
- Analista de Inbound Marketing — RD Station e e-mail já são evidência

B. Cargos adjacentes

- Analista de CRM — você apoia o time comercial
- Analista de Marketing de Conteúdo — redes e campanhas
- Analista de Growth — se levantar métricas de conversão

C. Cargos de transição

- Especialista em Automação de Marketing — passo técnico seguinte
- Analista de Customer Success em martech — uso avançado de ferramenta

- Coordenadora de Marketing Digital — médio prazo, com evidência de liderança

D. Cargos a evitar

- Social Media — reduz o escopo e a senioridade
- Assistente de Marketing — abaixo do nível atual
- Gerente de Marketing — ainda sem evidência de gestão de equipe

NJOBSS / NHI COMPLETO™

11. RECOMENDAÇÕES POR SEÇÃO DO CURRÍCULO

- Headline: "Analista de Marketing Digital | Inbound e Geração de Leads". O ATS compara essa linha com o título da vaga.
- Resumo: 4 linhas com anos de experiência, setores, ferramentas e um resultado. É onde a IA busca o contexto da senioridade.
- Áreas de expertise: 8 a 10 termos da seção 5 em uma linha. Aumenta a densidade de palavras-chave no topo.
- Conquistas: 3 resultados em número logo após o resumo. É o que prende o recrutador nos primeiros segundos.
- Experiências: mês e ano em todas e 3 a 5 bullets no padrão da seção 6.
- Experiências adicionais: ateliê em uma linha.
- Formação: previsão de conclusão da pós em Marketing Digital.
- Tecnologias: nomes completos das ferramentas e nível de inglês.
- LinkedIn: igualar o título atual e a headline ao título do currículo.

NJOBSS / NHI COMPLETO™

12. LINKEDIN QUE O ALGORITMO FAVORECE

- Headline sugerida: Analista de Marketing Digital | Inbound, RD Station e Geração de Leads | Varejo e Construção Civil | Curitiba
- Seção Sobre:

Sou analista de marketing digital com cerca de 6 anos de experiência em varejo e construção civil.

Trabalho com inbound, redes sociais, e-mail marketing e campanhas integradas, usando RD Station Marketing e Google Analytics para acompanhar resultados.

Apoio o time comercial com geração de leads e materiais, conectando marketing e vendas.

Busco desafios como Analista de Marketing Sênior, com foco em geração de demanda e automação.

- 10 competências para fixar: Marketing digital; Inbound marketing; Geração de leads; RD Station Marketing; Google Analytics; E-mail marketing; Automação de marketing; Funil de vendas; Planejamento de marketing; Gestão de redes sociais

- 3 ajustes: cargo atual igual ao título do currículo; localidade Curitiba com interesse em remoto; "aberta a trabalho" visível só para recrutadores.

NJOBSS / NHI COMPLETO™

13. PLANO DE AÇÃO DE 30 DIAS

A. Semana 1: responder as perguntas de métricas; reescrever título e resumo; corrigir as datas.

B. Semana 2: reescrever as experiências com os bullets da seção 6; aplicar a nova headline e o Sobre no LinkedIn; fixar as 10 competências.

C. Semana 3: atualizar o currículo na Gupy, Catho e Sólides; ativar alertas para os cargos principais; candidatar-se a 10 vagas.

D. Semana 4: enviar mensagem aos recrutadores de 10 vagas; seguir 15 empresas da seção 9; revisar os resultados com a headhunter.

NJOBSS / NHI COMPLETO™

14. MENSAGENS PRONTAS

A. Mensagem para recrutadores no LinkedIn

Olá! Sou Analista de Marketing Digital com experiência em inbound, RD Station e geração de leads em varejo e construção civil. Vi a vaga de Analista de Marketing Sênior e acredito que posso contribuir. Meu CV segue em anexo.

B. Message to recruiters

Hi! I'm a Digital Marketing Analyst with hands-on experience in inbound, RD Station and lead generation across retail and construction. I came across the Senior Marketing Analyst role and believe I could add value. My resume is attached.

C. Resumo do diagnóstico para WhatsApp

Análise da Headhunter NJOBSS para a sua empregabilidade

Seu currículo tem boa base, mas abre com um objetivo genérico e descreve tarefas sem resultados.

Nas plataformas, o ATS não encontra o título do cargo e a IA lê o perfil como pleno.

Para o recrutador, faltam números que provem o seu impacto nas campanhas.

Identificamos 26 palavras-chave ausentes, como inbound, geração de leads, funil de vendas, KPIs, CPL, ROI, automação de marketing, CRM, RD Station Marketing e jornada do cliente. Vamos te enviar a proposta para levar o currículo ao próximo nível.

NJOBSS / NHI COMPLETO™

15. RESUMO FINAL DA ANÁLISE

- Diagnóstico em uma frase: perfil com base prática sólida, apresentado abaixo do seu nível real.
- Principal prioridade: título no topo e resultados em número nas duas últimas experiências.
- Potencial de evolução: alto, com chance real de nível sênior em inbound.
- Nível de urgência: alto

> NJOBSS · Documento confidencial, de uso pessoal de Mariana Costa Ribeiro · njobss.com.br