

ANA FLAVIA MAESTRI

PRODUCT MARKETING | GO-TO-MARKET | MESSAGING & POSITIONING | ADOPTION & GROWTH

Posicionamento e messaging | Go-to-market | Adoção e expansão | Sales Enablement | Customer education

+55 (48) 99928-2404 · hello@anamaestri.com · São Paulo, Brasil · linkedin.com/in/anamaestri

RESUMO

Possuo +15 anos em marketing e comunicação de produto, com trajetória em Product Marketing em negócios B2B, B2C e B2B2C (SaaS, fintechs e healthtechs). Transformo pesquisa de mercado e customer insights em posicionamento, propostas de valor, go-to-market e iniciativas de adoção e expansão, atuando entre Produto, Design, Vendas e Marketing. Contribuí para resultados como uso de produto 20% acima da meta, +24% no NPS do produto e -13% nos chamados sobre produtos e funcionalidades.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Design & Experience Lead – Product Messaging | Credit Cards @ Itaú

2024 — 2026

Serviços Financeiros · B2C em larga escala · Atuação cross em Cartões de Crédito (Daily Banking) · Liderança de 3 profissionais, seguida por atuação como especialista (IC), no mesmo nível organizacional

- Criação do framework de comunicação por e-mail de Contestação de Compras (500 mil casos/mês), com linguagem simples que elevou a legibilidade em 34,5%. No primeiro mês, as reclamações ao BACEN caíram 22%.
- Redesenho do formulário de abertura de contestação (91% no teste de usabilidade, SUM), uma das alavancas do aumento de 23,6 p.p. na digitalização.
- Atuação pela frente de conteúdo e experiência na evolução multicanal da jornada de contestação. Resultados do grupo: -51% em reclamações procedentes vs. 2024, +9,3 p.p. em CES e +15 p.p. em NPS de atendimento.

Product Education Manager | Enablement @ Azion

2022 — 2024

B2B SaaS · Edge Computing e Cibersegurança · Scale-up · Reporte ao Diretor de Product Education · Liderança de 7 profissionais

- Liderança de customer education e product content (onboarding, experiências in-product, documentação e lançamentos) em estratégia product-led (PLG), em parceria com Product Marketing, apoiando self-service, adoção e retenção. A melhoria do portal de documentação, mais acessado e encontrado, elevou em 60,5% os visitantes recorrentes.
- Aumento de 40% na eficiência do processo de tradução com uma ferramenta de tradução assistida por computador (CAT).

Head of Product Marketing, Customer Experience & Marketing @ Parcelex

2022

Fintech (BNPL) · Startup early-stage · B2B2C · Reporte ao VP de Desenvolvimento de Negócios · Liderança de 6 profissionais

- Definição de posicionamento, mensagem e proposta de valor para B2B e B2C, a partir de ICP, personas, segmentação e análise da concorrência.
- Go-to-market com parceiros de e-commerce (VTEX, Nuvemshop), materiais de Sales Enablement para o time comercial e guias de uso para parceiros como Hotmart.
- Estruturação do CRM no HubSpot, com segmentação por estágio do cliente, réguas multicanal e campanhas de produto e lifecycle, com contribuição para o aumento de ~5% nas solicitações de crédito e para elevar a nota no Google Reviews de 1,9 para 4,4.
- Mapeamento e melhoria dos processos de atendimento e onboarding, com playbooks e SLAs, com redução de 6 horas para 20 minutos na recuperação de desistências e +12% no CSAT. Lançamento do help center de autosserviço (contribuição para -15,6% no tempo dos tickets no pipeline) e liderança das iniciativas de crise.

Product Marketing & Growth Manager @ Genial Care

2020 — 2022

Healthtech · Startup seed-stage · B2C · Membro da equipe fundadora, reporte direto ao CEO · Liderança de 3 profissionais

- Liderança da estratégia de Product Marketing e Growth (posicionamento, messaging, go-to-market, lançamentos e Product-Market Fit), com pesquisa de mercado e entrevistas com clientes para orientar, junto ao CEO, decisões de produto e de posicionamento. Contribuição para o tráfego orgânico quase triplicar, com melhorias em messaging, posicionamento e conteúdo.
- Contribuição para a redução do tempo da jornada do cliente em 25% (interesse ao pagamento), 57% (pagamento ao onboarding) e 43% (onboarding à primeira consulta médica).

Group Product Marketing Lead, Content Experience @ Linx

2017 — 2020

B2B SaaS multiproduto · IPO, M&A · Reporte ao Diretor de Marketing de Produto e Growth · Liderança de 5 profissionais

- Definição de posicionamento, messaging e prioridades de comunicação entre cinco startups do portfólio, com go-to-market, lançamentos e Sales Enablement (battlecards, pitch decks e release notes), incluindo a campanha anual de Black Friday (69% de share of voice).
- Liderança de iniciativas de cross-sell e upsell que elevaram o uso do produto a 20% acima da meta e quadruplicaram o investimento médio de pequenas empresas no produto Ads.
- Contribuição para +24% no NPS do produto e -13% nos chamados sobre produtos e funcionalidades.

COMPETÊNCIAS

Product Marketing: Posicionamento e messaging · Proposta de valor · GTM e lançamentos · Sales Enablement e battlecards · Pesquisa de mercado e análise competitiva · ICP e personas · Customer insights

Lifecycle, dados e liderança: Adoção e onboarding · Retenção · Cross-sell e upsell · CRM e réguas multicanal (HubSpot) · Testes A/B · NPS, CSAT e CES · Voz do Cliente · Gestão de stakeholders · IA generativa aplicada

FORMAÇÃO ACADÊMICA E IDIOMAS

- MBA em Liderança e Estratégia de Produtos Digitais na era da IA, Tera / Sirius (2026 — atual)
- MBA em Marketing, FGV (2013 — 2015)
- Design Gráfico, UFSC (2007 — 2011)
- Executive Management for International Marketing, University of La Verne (2018)

Idiomas: Português (nativo) · Inglês (avançado, CEFR C1, 2024) · Espanhol (básico) · Italiano (aprendendo)