

CAMILA ROCCA

Rua Prof. Osvaldo Teixeira 84, apto 112

05617 – 020

São Paulo – SP – Brasil

Tel.: +55 11 9617 3344

E-mail: camila@camilarocca.com

www.camilarocca.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/camilarocca>

Resumo de Qualificações:

- 13 anos de experiência em inteligência de mercado, branding e planejamento estratégico de marcas, produtos/serviços e comunicação, planejamento digital;
- Liderança de projetos Nacionais e Internacionais (América Latina, EUA, Europa);
- Especialização em projetos de inovações

Principais Competências: liderança, pensamento estratégico, gerenciamento de complexidades mesmo sob alta pressão, conhecimento multidisciplinar, agilidade, flexibilidade, desenvolvimento de equipes e departamentos.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Wonderland Spot – Planejamento Estratégico, Planejamento Digital e Inteligência de Mercado

Cargo: **CEO, fundadora**

Principais clientes: McCann Erickson, McCann Healthcare London/NY, Sun/MRM Worldwide, iThink, New Style, About People; Vivo, Sara Lee, Procter & Gamble, Whirlpool, AmBev, Multiplus, Adidas, Wyeth, Colgate, Merck Serono, Boehringer Ingelheim, Natura, Credicard, Itaú, Sadia, Shopping Center Vale, Sustagen.

(Abril 2010 – Current)

Sun/MRM (McCann Worldgroup) – Agência Digital e de Marketing de Relacionamento, São Paulo;

Departamento: Planejamento Estratégico

Cargo: **Diretora de Planejamento** (todos os clientes e contas)

Reporte direto ao Sócio/Vice-presidente da agência.

Principais Clientes: GM, Microsoft, Mastercard, Intel, T4F, Nestlé Brasil, Grupo Santander Brasil, Alumni, Club Med, TIM, JumpEducation, Submarino, Coca-Cola, J&J.

(Abril 2008 – Abril 2010)

Lew Lara/TBWA – Agência de Publicidade, São Paulo;

Departamento: Planejamento Estratégico

Cargo: **Gerente Senior de Planejamento**

Principais clientes: Bunge (Primor, Delícia), J.Macêdo (Dona Benta, Sol, Petybon, Brandini), Friboi (Swift, Minuano), Gomes da Costa, OESP – website Limão, Pernambucanas.

(Abril 2007 – Março 2008)

InBev, São Paulo; **Departamento: Inteligência de Mercado**

Cargo: **Gerente de Inteligência de Mercado para Inovações de Cervejas** (todas as marcas) e **Comunicação de Antartica Pilsen**.

Principais lançamentos: Skol Lemon, Brahma Bier, Brahma Fresh (Bahia), Puerto del Sol, Chopp Bohemia Swiss (edição limitada com chocolate), Chopp Brahma Black.

(Novembro 2005 – Abril 2007)

KRAFT FOODS BRASIL, Curitiba;

Departamento: Consumer Insights

Coordenadora de Consumer Insights para a categoria de Snacks (biscoitos e chocolate).

Categoria de Snacks (Chocolates e Biscoitos):

Chocolates: Lacta e sub-marcas, Milka, Toblerone, entre outras;

Biscoitos: Nabisco e sub-marcas (Club Social, Ritz, Bits Chipits, Trakinas, entre outras);

Bebidas: Tang, Clight, Fresh, Maguary Concentrado, Maguary Pronto para Beber, Ki-suco, Q-Refresko.
(Setembro 2003 – Novembro 2005)

WILMA ROCCA & ASSOCIADOS – Instituto de Pesquisa de Mercado e Planejamento Estratégico, São Paulo;

Analista Senior de Pesquisa de Mercado

Principais clientes: Unilever, Santher, Reckitt Benckiser, Petrobras, AMBEV, Rede Globo, MTV Brasil.

(Agosto 1998 – Agosto 2003)

FORMAÇÃO ACADÊMICA

PUC - Mestrado Stricto Sensu em Semiótica. 2010 (em andamento)

PUC - Pós-Graduação Latu Senso em Semiótica Psicanalítica – Clínica da Cultura. 2007 (incompleto)

FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado), São Paulo. Comunicação Social Graduação: Publicidade e Propaganda (1998 – 2001)

PROGRAMA DE INTERCÂMBIO CULTURAL

Janeiro – Março 2000 - ELS, Santa Bárbara – Califórnia (EUA). Inglês.

FLUÊNCIA EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS

Inglês – fluente

Espanhol – fluente

Cursos de Línguas

ALUMNI, São Paulo – Brasil. Inglês: do nível Intermediário-avançado ao Avançado (2002 - 2003)

Cultura Inglesa, São Paulo. Inglês: do nível Básico ao Intermediário-avançado (1998 – 1999)

Aulas particulares com professor nativo, São Paulo. Espanhol (2002 - 2003)

CURSOS

Treino Social Media Marketing: Jump Education, São Paulo, 2009. Estratégia de marketing em mídias sociais.

Treino Planejamento de Comunicação Digital: Jump Education, São Paulo, 2009. Estratégia de planejamento em meios digitais; novas mídias e tendências do universo digital.

Treinos Google: Google, São Paulo, 2008. Ferramentas: Google Analytics, Google Ad Words, Google Trends.

Treino Disruption: TBWA, São Paulo, 2008. Metodologia exclusiva desenvolvida pela TBWA para definir o posicionamento estratégico das marcas e um caminho diferenciado e proprietário para traduzir o posicionamento da marca em comunicação.

Curso VBB – Value Based Brands: Tomorrow AM, Bélgica, 2007. Processo de desenvolvimento e construção do posicionamento estratégico de uma marca.

Curso ECC – Effective Consumer Connection: Tomorrow am, São Paulo, 2006. Técnicas para aplicar o posicionamento de uma marca em cada uma de suas ações de marketing – mídias (meios), comunicação (caminhos criativos), plataformas de experiência de marca, ações nos pontos-de-venda.

Programa de Desenvolvimento Gerencial: “Growing@Kraft” – módulo Business II Fundação Getúlio Vargas – EASP; Curitiba, 2005.