



VICTORIA LIMA

SOCIAL MEDIA & CONTENT STRATEGIST
COMMUNITY & BRAND ENGAGEMENT

PERFIL

Profissional de Social Media e Estratégia de Conteúdo com +6 anos de experiência em grandes marcas. Atuação focada em planejamento estratégico, engajamento de comunidades, branding e análise de performance, conectando dados, criatividade e objetivos de negócio. Experiência com campanhas de grande alcance, gestão de canais proprietários, monitoramento de reputação e geração de insights para decisões estratégicas.

CONTATO

(11) 95912-7692

vvplima@outlook.com

[linkedin.com/in/vvplima](https://www.linkedin.com/in/vvplima)

[Portfólio de Trabalhos](#)

São Paulo, SP, Brasil.

GRADUAÇÃO

CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

Tecnologia em Marketing

Janeiro/2018 – Dezembro/2019

PROJETOS & CAMPANHAS

SHOPEE + SILVÉRIO + SPFW

- Planejamento e execução da comunicação de pré-venda exclusiva em parceria com a SPFW, com foco em diversidade, posicionamento de marca e engajamento da comunidade LGBTQIAPN+.

SHOPEE LOVER DAY

- Criação e execução de ação de engajamento com fãs da marca, promovendo relacionamento direto com a comunidade e fortalecimento de brand love.

EXPERIÊNCIA

SHOPEE BRASIL | SOCIAL MEDIA SÊNIOR

ABRIL 2022 – DEZEMBRO 2025

- Liderança do pilar de engajamento da marca nas redes sociais, com foco em comunidade e brand love.
- Planejamento e gestão estratégica do Twitter/X, com crescimento consistente de engajamento e participação orgânica.
- Criação e estruturação do canal oficial de WhatsApp da Shopee, alcançando +2 milhões de inscritos, com foco em retenção, recorrência e campanhas.
- Geração de insights estratégicos para campanhas de grande porte e datas duplas, influenciando decisões de conteúdo e abordagem criativa.
- Monitoramento contínuo de concorrentes e comportamento do consumidor nas redes sociais.
- Elaboração de relatórios semanais e mensais com análise de KPIs de conteúdo, campanhas e reputação de marca.

LIV UP | COMMUNITY MANAGEMENT SÊNIOR

SETEMBRO 2021 – FEVEREIRO 2022

- Desenvolvimento de estratégias de conteúdo focadas em relacionamento e comunidade.
- Atuação direta no mapeamento de influenciadores e creators alinhados à marca.
- Monitoramento de redes sociais com foco em gestão de crise, reputação e insights estratégicos.
- Criação de relatórios de performance com análise de KPIs, SLA e reputação da marca.

PARTICIPAÇÕES

CAMPANHA + MAIS DO QUE VOCÊ VÊ

- Convidada pela @thebodyshopbrasil, postando uma foto cheia de representatividade no feed do instagram da marca.

LIVE DO DIA NACIONAL DA VISIBILIDADE TRANS

- Convidada pela @thebodyshopbrasil, a falar sobre a importância desse dia e vivência trans.

FERRAMENTAS

- Buzzmonitor
- Stilingue
- Zendesk
- Salesforce

CURSOS

IMPACTA TECNOLOGIA ELETRÔNICA

- Hardware Fundamentos
- Hardware Arquitetura e Suporte
- Hardware Suporte Avançado
- Hardware Manutenção em Notebook

EXPERIÊNCIA

THE BODY SHOP BRASIL | ANALISTA DE MARKETING MARÇO 2020 – SETEMBRO 2021

- Análise da jornada do cliente com foco na identificação e resolução de principais detratores.
- Apresentação e acompanhamento de dados e indicadores para suporte à tomada de decisão.
- Geração de insights estratégicos a partir de dados para melhoria contínua de processos.
- Atuação integrada com áreas internas para implementação de melhorias operacionais.
- Comunicação interna estratégica voltada à operação de atendimento ao cliente.
- Utilização das ferramentas Zendesk e Salesforce para gestão de demandas, indicadores e performance.

E.LIFE | COMMUNITY MANAGER ALOCADA NA NATURA ABRIL 2019 – MARÇO 2020

- Análise do comportamento do consumidor nas redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter).
- Monitoramento e tagueamento de interações para identificação de tendências e insights de marca.
- Gestão da régua de relacionamento com influenciadores alinhados ao posicionamento da marca.
- Acompanhamento de campanhas ativas e análise de performance e percepção do público.
- Elaboração e apresentação de insights, dados e indicadores por meio da ferramenta Stilingue.

YOUSE CAIXA SEGURADORA | CUSTOMER EXPERIENCE OUTUBRO 2018 – MARÇO 2019

- Comunicação interna estratégica para alinhamento de discurso, tom de voz e diretrizes de marca na operação.
- Análise da jornada do cliente com foco em percepção de marca, reputação e identificação de detratores.
- Mapeamento de pontos críticos no atendimento que impactam a imagem e confiança na marca.
- Geração de insights estratégicos para fortalecimento da reputação e melhoria da experiência do consumidor.
- Apoio à criação de treinamentos orientados à consistência de marca e qualidade de relacionamento.