

José Ferreira da Silva Junior

CRM HubSpot · Revenue Operations · Processos Comerciais · Análise de Funil

jose.fsilva00@outlook.com | (48) 99350-2119 | linkedin.com/in/josé-ferreira-da-silva-junior-246a84228
Grande Florianópolis, Santa Catarina | Disponível para projetos remotos

Sumário

Atuo em pré-vendas B2B e operações comerciais desde 2023, hoje como Analista de CRM e BDR Sênior na FB Pneu, onde respondo pela administração ponta a ponta do HubSpot: pipelines, automações, roteamento de leads, governança de dados e métricas de funil. Trajetória por TOTVS, IPM Sistemas, Modular Cursos e ZOU Brasil, com atuação em B2B, B2G e indústria.

Meu trabalho é anterior ao resultado de venda: é fazer o processo comercial existir em algum lugar confiável, para que conversão, origem de lead e motivo de perda passem a ser medidos em vez de estimados. Certificado oficialmente pela HubSpot em Revenue Operations, Sales Hub, Marketing Hub e Inbound.

Como posso ajudar

- Implantação de CRM do zero, com funil mapeado ao processo comercial real da empresa
- Reestruturação de CRM já contratado e subutilizado
- Higienização, deduplicação e importação de base de contatos preservando histórico
- Automações de roteamento de leads, criação de tarefas e cadências de follow-up
- Integração entre CRM e ERP para eliminar digitação duplicada
- Estruturação de métricas de funil: origem de lead, motivo de perda e SLA por etapa
- Treinamento do time comercial na ferramenta e documentação de uso

Cases de atuação

1. Estruturação do CRM HubSpot na FB Pneu

Contexto. Indústria catarinense de rodas e pneus, fornecedora de Tramontina, Lynus e Reafril, com HubSpot contratado mas subutilizado: pipelines que não refletiam o processo comercial real, ausência de automação, contatos duplicados e nenhuma forma de medir conversão por origem de lead. O gargalo ficou evidente após a FEICON 2026, quando 106 leads captados no stand entraram no CRM sem critério de qualificação.

Ação. Assumi a administração técnica do HubSpot. Reestruturei os pipelines por segmento de cliente (indústria, distribuição, varejo e construção), criei propriedades customizadas para análise de funil, implementei automações de roteamento de leads e de criação de tarefas, padronizei a cadência de follow-up multicanal com SLA por etapa e estabeleci rotina de deduplicação e padronização de telefone e e-mail antes de qualquer carga no CRM. Também trabalhei a integração entre o HubSpot e o ERP Omie.

Resultado. A operação passou a medir conversão por origem de lead e motivo de perda categorizado, o que antes não existia. Com as automações, o registro de atividade que o vendedor fazia à mão passou a ser gerado pelo próprio CRM. A base ganhou rotina de deduplicação prévia à carga, eliminando a entrada de registros duplicados que existia no processo anterior.

2. Auditoria da base de leads da FEICON 2026

Contexto. Após a participação da FB Pneu na FEICON 2026, 106 leads foram captados no stand sem critério estruturado de qualificação posterior. O time comercial atribuía a baixa conversão à qualidade dos leads, sem dado que sustentasse a hipótese.

Ação. Auditei a base inteira: classifiquei cada lead por motivo de perda em 7 categorias (telefone inválido, sem telefone, fora de ICP, contato duplicado, entre outras), verifiquei aderência ao ICP da empresa e mapeei os perfis com maior taxa de conversão.

Resultado. Cerca de 60% das perdas vinham de telefone inválido ou ausente, não de perfil errado de cliente. O problema não era a qualidade do lead, era a qualidade do dado de captação. Esse número saiu de contagem caso a caso, não de estimativa. A partir do achado, propus formulário digital com validação de contato na feira seguinte e deduplicação antes da carga no CRM, mudança adotada pelo time.

3. Cadência de follow-up segmentada

Contexto. A cadência de follow-up da FB Pneu era genérica e não segmentada por perfil de lead, com baixa taxa de resposta em prospects de feira.

Ação. Reestruturei os templates para 4 perfis de cliente (construtora, indústria, varejo e atacado), com pergunta de qualificação embutida na primeira mensagem (segmento e status de proposta) e tom consultivo padronizado.

Resultado. Os templates passaram a coletar segmento e status de proposta logo no primeiro contato, dado que antes só aparecia na reunião comercial. O vendedor recebe o lead já triado, com a informação que define a abordagem.

4. Cadência de reativação de carteira inativa

Contexto. A empresa atendia sua carteira por representantes comerciais externos e passou a operar com time interno, direto da fábrica. Restava uma base de clientes que já haviam comprado no passado e estavam sem contato.

Ação. Analisei a base de 726 clientes únicos entre 2024 e 2026, identifiquei os 62 recorrentes nos três anos e isolei o segmento inativo. Sobre esse recorte montei uma sequência de reativação no HubSpot com tarefas de ligação e e-mails automáticos intercalados ao longo de 13 dias, cada tarefa com roteiro associado, ancorando a abordagem na compra anterior do cliente.

Resultado. A carteira inativa deixou de ser uma planilha parada e virou fila de trabalho com etapa, responsável e prazo. As métricas por etapa da sequência (tarefa criada, concluída, reaberta e cancelada) permitem ajustar a cadência com dado de execução, não com percepção do time.

5. Operação B2G na IPM Sistemas

Contexto. A IPM Sistemas atende órgãos públicos, com ciclo de venda longo e processo regulado pela Lei 14.133/2021.

Ação. Atuei como BDR B2G por 5 meses: mapeamento de oportunidades em editais e portais de licitação (ComprasNet e Licitações-e), prospecção consultiva a gestores de contratos e secretários administrativos, SPIN Selling adaptado ao setor público, registro estruturado no CRM e apoio ao time comercial em propostas.

Resultado. Domínio prático do processo de compra pública brasileira, repertório pouco comum em perfis de CRM e RevOps vindos exclusivamente de SaaS B2B.

Trajectoria profissional

FB Pneu — Analista de CRM (HubSpot) e BDR Sênior

Janeiro/2026 até hoje · São José/SC

Administração técnica completa do HubSpot, governança de dados, estruturação do processo outbound (ICP, cadências e funil), análise de métricas de conexão, resposta e conversão.

TOTVS — BDR Sênior e Analista de Novos Negócios

Junho a Setembro/2025 · Florianópolis/SC

Prospecção consultiva multicanal, qualificação por maturidade e timing, orquestração de reuniões com Engenheiros de Valor, gestão rigorosa de CRM e mentoria a BDRs juniores.

IPM Sistemas — Analista de Desenvolvimento de Negócios (B2G)

Fevereiro a Junho/2025 · Florianópolis/SC

Prospecção a órgãos públicos, mapeamento em portais de licitação, domínio da Lei 14.133/2021 e colaboração em propostas técnicas.

Modular Cursos — Business Development Representative

Abril/2024 a Fevereiro/2025 · Florianópolis/SC

Prospecção e qualificação de leads B2B, contato multicanal, registro em CRM e acompanhamento da conversão de lead em oportunidade.

ZOU Brasil — Supervisor de Pré-vendas

Maió a Novembro/2023 · Florianópolis/SC

Gestão de time de BDRs, definição e acompanhamento de KPIs (SQLs, conversão de reuniões, SLA com vendas), desenvolvimento de scripts e cadências, onboarding e rampagem de novos BDRs.

Certificações

CRM, RevOps e vendas

- Revenue Operations — HubSpot Academy, 2026
- Inbound — HubSpot Academy, 2026
- Sales Hub — HubSpot Academy, 2026
- Marketing Hub Software — HubSpot Academy, 2026
- Sales Engagement para SDR — Meetime, 2025
- BDR e Gestão de Vendas Consultivas — RD University, 2025

Dados, processos e formação

- Product Analytics: decisões baseadas em dados — G4, 2026
- Análise de Dados como Suporte à Decisão — Enap, 2025
- Yellow Belt Lean Six Sigma — FM2S, 2021
- Análise de Dados, em formação — EBAC: Excel, SQL, Power BI e Python
- Engenharia de Software, em curso — UniFatecie

Ferramentas

- **CRM:** HubSpot (administração avançada), Spotter (Exact Sales), Salesforce (Trailhead em formação)
- **ERP e integração:** Omie, integrações via API
- **Dados:** Excel avançado, Google Sheets, SQL, Power BI e Looker Studio
- **Prospecção:** LinkedIn Sales Navigator, WhatsApp Business, ComprasNet e Licitações-e
- **Produtividade:** Notion, Slack, Teams, Google Workspace, Claude e ChatGPT aplicados ao workflow comercial

Como trabalho

- **Diagnóstico antes de configuração.** Ferramenta mal implantada custa mais caro que ferramenta nenhuma, porque o time perde a confiança no dado e volta para a planilha.

- **Escopo escrito.** Digo o que está incluso e o que não está antes de começar, não no meio do projeto.
- **Número só quando existe medição.** Trabalho com métrica de processo verificável e não reivindico resultado de receita que dependa de preço, produto e vendedor.
- **Entrega com transferência.** Treinamento e documentação fazem parte, para a operação não ficar dependente de mim depois do projeto.