

## **Bruno Campos – Tema: Data Driven Marketing**

Bruno Campos, publicitário, carioca, torcedor do Fluminense, entusiasta da internet, formado na Escola de Comunicação da UFRJ e especializado em Marketing (MBA) pelo IAG-PUC-RJ, iniciou sua carreira na Infoglobo (jornais e rádios das Organizações Globo) depois passando por algumas agências digitais, aos 25 anos ingressou no conceituado programa de Trainee da C&A onde ficou até 2009 passando por diversos desafios na área comercial da maior varejista de moda da época. Após esse período iniciou sua trajetória na Nike do Brasil aonde construiu toda a história da marca Nike no ecommerce brasileiro, com projetos como NikeID, toda estruturação do ambiente de multimarca digital e trade-marketing para as marcas Netshoes, Centauro, Paquetá Esportes e Dafiti e finalmente desencadeando no lançamento de Nike.com, a plataforma de ecommerce proprietária da Nike, em 2013, iniciando a primeira operação da Nike fora do hemisfério norte. Nesta operação comandou todas as áreas envolvidas, de logística, comercial, até toda construção de marca e estratégia de mídia. Em 2014 executou a Copa do Mundo Fifa 2014 e iniciou a área de Business Intelligence e Insights na Nike do Brasil, encerrando o ano de 2015 com a operação de ecommerce lucrativa, algo raro na economia brasileira. Em junho de 2015 foi convidado para assumir a cadeira de E-commerce e Inovação da ABInBev (proprietária da AMBEV) no Brasil liderando projetos de ecommerce na cervejaria brasileira. Por 2 anos desenvolveu projetos de inovação, mídia, omni-channel, metodologia ágil e design thinking na maior empresa do país. Após esse período foi convidado para assumir a Diretoria de Marketing Digital e Mídia da General Motors do Mercosul, onde gerencia mais de R\$ 700 milhões em investimentos de mídia e projetos de inovação. Responsáveis por projetos inovadores como Shop Click and Drive, Algoritmo de Predição de Vendas e Virtual Reality no Campeonato Brasileiro, Bruno e GM foram indicados ao Caboré 2017, o Oscar da Publicidade brasileira, como melhores anunciantes por toda inovação no ano, algo inédito na história centenária da marca Chevrolet no Brasil.

Além de formado em Publicidade e Propaganda pela UFRJ, Bruno Campos tem MBA em Marketing pela PUC-RJ, extensões internacionais em Marketing Digital por Harvard Business School, Data Driven Marketing pela Kellogg School of Management e Organização Exponenciais na Singularity University. Bruno também é professor universitário há 6 anos em escolas como: Gouveia de Souza, ComSchool e FGV-SP e RJ.