

## **Analícia Mauger Toledo**

Brasileira, Casada, 45 anos (22/02/1975), 1 filha  
R. Aleixo Garcia, 40, apto.162, Vila Olímpia, São Paulo – SP  
Tels. : 3848 9340 (Res.), 98288 7856 (Cel & whatsapp)  
e.mail : analiciamtoledo@gmail.com

**Áreas de Interesse:** Trade Marketing/ Marketing/ Comercial/ Merchandising/ Planejamento Comercial/ Sales Operations/ Sales Capabilities/ Go to Market

### **Principais Projetos e Realizações**

- Reestruturação do Departamento de Trade MKT da Coty Brasil, influenciando a mudança cultural da empresa para uma filosofia de “sellout first” e execução.
- Definição da estratégia de Branding e Arquitetura da marca Multilaser, assim como a Estratégia de Comunicação das várias sub-brands criadas no grupo.
- Liderança efetiva e legítima do time nacional de merchandising da Kraft Foods (2.200 colaboradores), motivando e direcionando o time em direção à excelência na execução, com resultados recordes de devoluções na Páscoa.
- Start up do Departamento de Trade MKT na Bauducco, desde a formação de time até construção de processos.
- Reversão de cenário dos retornos financeiros dos investimentos em materiais permanentes da AmBev e liderança do programa "Domínio do PDV", atingindo metas consecutivas de execução.
- Mentora oficial do Programa de Mentoring Alumni ESPM para alunos da graduação.
- Co-autora do livro “Empreendedoras de Alta Performance”, da editora Leader.(2017)
- Voluntária na ONG CISV em projetos com crianças visando a “Educação pela Paz”.
- Empreendedora do setor de gastronomia.

### **Histórico Profissional**

#### **❖ Empreendedorismo e Voluntariado**

**(08/19 – Atual)**

- Desenvolvimento de Business Plan, compra e Start up da operação de Restaurante Contemporâneo para administração familiar.
- Voluntária em Comitê Oficial do CISV (Children International Summer Village), ONG Global que trabalha com crianças para “Educação pela Paz Mundial”.

#### **❖ Coty Brasil – Divisão Consumer Beauty**

**(08/16 – 08/19)**

Empresa multinacional de grande porte do setor de beleza e personal care, detentora das marcas Monange, Paixão, Bozzano, Risqué, Koleston, Biocolor, Cenoura & Bronze, etc.

#### **Diretora de Trade Marketing & Sales Operations - reporte ao VP Comercial (08/16 -08/19)**

- Reestruturação da área de Trade MKT, estabelecendo escopos e “way of working” das áreas de Trade MKT Categoria, Trade MKT Canal, Gerenciamento de Categorias, Merchandising, Trade Services, Sales Operations e Sales Capabilities.
- Gestão de 667 colaboradores, sendo 7 Gerentes (reportes diretos), 60 colaboradores internos e 600 promotores (field force – CLT)
- Definição da Estratégia de Canal/Área e execução de Planos de sell out para todas as categorias e marcas da empresa.
- Elaboração e execução de JBP’s (Join Business Plan) para os top 80 clientes da empresa, monitorando sua correta execução e mensurando seus retornos financeiros (ROI).
- Definição de padrões ideais de execução (Perfect Store) através de conceitos de Shopper MKT e Gerenciamento por Categoria.
- Orientação, treinamento e monitoramento da execução em PDV pelo time de Merchandising.
- Desenvolvimento de eventos nacionais, calendário promocional e materiais de PDV para suportar crescimento de sell out.

- Suporte à equipe de vendas desenvolvendo e disponibilizando relatórios e ferramentas de simplificação no processo de planejamento e execução de vendas.

❖ **Multilaser** **(04/13 – 07/16)**

Empresa nacional de grande porte do setor de periféricos de informática e eletrônicos (celulares, smartphones, tablets, GPS, automotivos, brinquedos, artigos esportivos, etc)

Diretora de Marketing e Trade Marketing - reporte ao CEO **(04/13 – 07/16)**

- Estratégia de desenvolvimento da área de Marketing e Trade Marketing da empresa, liderando time de 30 colaboradores internos e 200 colaboradores externos (merchandising).
- Definição, com base em pesquisas e estudos aprofundados, da estratégia de Branding e Arquitetura da Marca, criando novo posicionamento e implementando novo Plano de Comunicação.
- Desenvolvimento e implementação do plano de Marketing Digital (e.commerce, site, redes sociais, blogs) visando a reversão da imagem da marca, assim como planos digitais de mídia programática e de performance para alavancar vendas online no ecommerce da empresa.
- Definição da estratégia de Trade MKT, com foco em alavancagem de sell out.
- Definição da segmentação de mercado, padrões de execução e nível de atendimento de merchandising de acordo com cada segmento.
- Gerenciamento e implementação de todos os eventos da empresa, incluindo convenções nacionais, viagens de incentivo, feiras, encontro com clientes, etc.

❖ **Mondelez Brasil (antiga Kraft Foods)** **(11/09 – 03/13)**

Empresa multinacional americana de grande porte do setor de alimentos, detentora das marcas Lacta, Bis, Sonho de Valsa, Tang, Royal, Club Social, Trakinas, Halls, Trident e outras.

Gerente Nacional de Merchandising - reporte ao VP Comercial **(01/12 – 03/13)**

- Liderança do time nacional de merchandising formado por mais de 2.200 colaboradores, incluindo 4 gerentes, 13 supervisores, 120 coordenadores e mais de 2.000 promotores
- Conexão das estratégias da empresa/marcas à Execução no PDV, direcionando a excelência no padrão de execução e implementações de ações negociadas.
- Desenvolvimento e implementação de Plano de desenvolvimento e capacitação da equipe de merchandising.
- Monitoramento dos KPI's nacionais de execução.

Gerente Nacional Trade MKT Sr. / Canal - reporte ao Diretor de Trade MKT **(11/09 – 12/11)**

- Desenvolvimento de Plano Anual das atividades de sell in e sell out para o Canal Moderno (Global Key Accounts e Supermercados Regionais) para alcance das metas anuais.
- Desenvolvimento e implementação de Calendário Promocional de ações customizadas para os principais clientes do Canal, assim como suas respectivas análises de resultados financeiros.
- Monitoramento e análise de KPI's para correções de eventuais desvios do plano.
- Diagnóstico de mercado, elaboração e execução de plano de ação segundo diagnóstico, e acompanhamento de resultados.
- Definição da estratégia de mercado para Lançamento de produtos.

❖ **Nokia do Brasil Tecnologia Ltda.** **(05/08 – 11/09)**

Empresa multinacional finlandesa de grande porte do setor de tecnologia, pioneira na fabricação de celulares.

National Head of Retail & Customer MKT - reporte ao Diretor de MKT **(05/08 – 11/09)**

- Desenvolvimento de Campanhas 360º e Projetos de Comunicação de MKT Cooperados, em parceria com operadoras e varejistas.
- Definição de estratégia e implementação de Campanhas Promocionais Sazonais (Pais, Mães, Natal, etc.) direcionadas ao Consumidor Final e/ou ao Trade.

- Desenvolvimento da Estratégia de Comunicação no PDV e execução dos processos de materiais de merchandising e ações de experiência de produtos e serviços no PDV.
- Monitoramento e análise dos índices de Desempenho das Contas, diagnóstico de mercado, elaboração e execução de plano de ação segundo diagnóstico : Campanhas de Incentivo, Promoções ao consumidor, Mystery Shopper, reposicionamento de preços, campanhas de mídia cooperada, etc.

#### ❖ **Bauducco e Cia. Ltda. (Pandurata Alimentos)**

**(03/02 – 04/08)**

Empresa nacional de grande porte do setor de alimentos, detentora das marcas Bauducco, Visconti, Fritex e distribuidora nacional das marcas Hersheys e Ovomaltine.

Gerente Trade MKT e Operações PDV p/ Brasil e América Latina - reporte ao Dir.Vendas (03/02 – 04/08)

- Estruturação do Departamento de Trade Marketing (start up) desde a formação da equipe até as definições de “Job Description” e processos inerentes à área, para atuação nos Canais “Key Accounts”, Supermercado/Rede Média e Pequeno Varejo (via Distribuidores)
- Desenvolvimento da Estratégia de Segmentação de mercado e definição de padrões de execução para os produtos da linha regular e da linha sazonal (Natal e Páscoa), para cada perfil de loja.
- Planejamento, execução e controle da Estratégia Promocional ao varejo, aos distribuidores e ao consumidor final, incluindo produção de “on packs”, incentivos, Concursos de Vendas e calendário promocional por canal.
- Definição e controle do Processo de Merchandising, desde o desenvolvimento de novos materiais adequados a cada canal, dimensionamento correto de quantidades, distribuição e aplicação no mercado.
- Desenvolvimento do processo de Gerenciamento por Categoria, atuando como capitão da categoria de Biscoitos, Bolos e Torradas em Redes como Wal Mart e Via Brasil.
- Gerenciamento da Equipe de Promotores, tanto para atuação regular (quadro efetivo de 470 promotores) quanto para atuação sazonal (cerca de 1.000 promotores a cada campanha).
- Análise dos Mercados Latino-Americanos, elaboração da estratégia de atuação (país a país) para cada categoria de produtos, planejamento e execução das ações de Trade MKT.

#### ❖ **Companhia de Bebidas das Américas (Brahma/ AmBev)**

**(04/96 – 02/02)**

Multinacional brasileira de grande porte do setor de bebidas

Gerente Nacional Canal Frio p/ Cervejas e Refrig. - reporte ao Ger. Nacional Trade MKT (06/01 – 02/02)

- Elaboração integral do Planejamento Anual das ações de Trade Marketing das marcas AmBev para o Canal Frio (bares, restaurantes, padarias, etc.) incluindo ações promocionais (consumidor final e Trade), materiais de merchandising e diretrizes de positivação no mercado.
- Gerenciamento de todos os investimentos permanentes realizados no mercado, acompanhando seus respectivos Retornos Financeiros.
- Desenvolvimento, implantação e acompanhamento de desempenhos regionais dos padrões de execução de mercado para todas as marcas AmBev (Programa Domínio do PDV).

Gerente Regional de Trade Marketing (SP estado) para Skol - reporte ao Ger. Regional (01/99– 05/01)

- Diagnóstico de mercado, elaboração e execução de plano de ação segundo diagnóstico (ações estratégicas e táticas), e monitoramento de resultados, com foco no aumento de sell out e da distribuição.
- Gerenciamento e Capacitação da Equipe de Vendas e Marketing no estado de São Paulo, incluindo equipe interna e de distribuidores, para implementação dos Programas de Mercado.

Coordenadora de Promoções para a marca Skol em SP - reporte ao Gerente Skol SP (02/98 – 12/98)

- Coordenação regional das Promoções Nacionais e Regionais voltadas ao consumidor final e ao Trade, e dos eventos proprietários da marca Skol como Skol Rock, Skol Beats e Skol SuperCross.

Analista Marketing – Business Development Unit (Brahma/ Pepsi) - reporte ao Líder BDU (12/96 – 01/98)

- Acompanhamento, do briefing à veiculação, de todas as Campanhas dos Produtos Brahma e Pepsi, incluindo o desenvolvimento e produção de filmes, materiais de merchandising, promoções ao consumidor final, mídia alternativa, sites, etc.

Estagiária de Marketing de Projetos Especiais - reporte a Gerente de Projetos Especiais (04/96 – 11/96)

- Acompanhamento do desenvolvimento de Projetos Especiais de PDV para Clientes formadores de Opinião, alavancando as vendas e criando novas oportunidades de consumo.

## **Formação Acadêmica**

---

- Pós-Graduação : CEAG - Curso de Especialização em Administração para Graduados Especialização em Lançamento de Produtos - FGV SP – 2001
- Graduação : Publicidade e Propaganda com ênfase em Marketing ESPM (Escola Superior de Propaganda e MKT) – 1996

## **Idiomas**

---

- **Inglês Fluente**

Advanced Course - EF School of Boston : Boston – 1998

Formação completa – Instituto de Idiomas Yázigi – 1987 à 1992

Aulas Particulares – Manhattan Village

- **Espanhol Fluente**

Programa Intensivo – Aulas particulares

- **Português - Nativo**