



НИНА ГАЛЯМОВА

РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГА/
ПРОДУКТОВЫЙ МАРКЕТОЛОГ/
PRODUCT MARKETING MANAGER

5+ лет совокупного опыта в **e-commerce** и **digital-маркетинге**.

Разрабатываю и внедряю полный цикл запуска продуктов
(Co-To-Market): от исследования ЦА (CustDev, UX), A/B-тестов,
проверки гипотез на MVP до позиционирования и роста
продаж.

Использую AI-инструменты для оптимизации процессов.

ОБРАЗОВАНИЕ

ЧелГУ, высшее

2010 - 2015 гг. | Лингвистика и перевод.
Маркетинг и реклама.

НАВЫКИ

- UX-исследования / CustDev
- A/B-тесты
- Product Analytics (Яндекс Метрика)
- Excel / Google Sheets
- Tilda / Canva
- AI инструменты
(ChatGPT, Gemini, Gem-bot, AI Agents)
- Английский язык B1
- CRM (Битрикс, 1C)
- Task-менеджер Notion

ОПЫТ РАБОТЫ

- 2022-2026 **E-commerce Product Lead**
Wildberries (B2C)
 - Разработка GTM-стратегии: проводила комплексный анализ рынка и потребностей ЦА. Выстроила с нуля юнит-экономику, позиционирование и маркетинговые кампании, что обеспечило успешный вывод новых продуктов на рынок - попадание ключевых позиций в ТОП-10 категории и рост выручки бренда в 7 раз за 2023–2024 гг.;
 - Тестировала спрос на новые SKU через запуск MVP - пробных партий, оценивая Product-Market Fit;
 - Управляла воронкой продаж на каждом этапе (Показы → CTR → Корзина → Заказы). За счет A/B тестирования контента и SEO-оптимизации вывела конверсию воронки на стабильно высокий уровень;
 - Проводила CustDev (отзывы, вопросы, причины возвратов). На основе данных аналитики дорабатывала характеристики продукта и упаковку;
 - Запускала рекламные кампании с привлечением внешнего трафика (блогеры). Анализировала окупаемость интеграций по метрикам CAC, CPC и ROI, перераспределяя бюджет в пользу наиболее эффективных каналов.
- 2019-2022 **Руководитель отдела интернет- маркетинга**
компания ООО "МБК"
 - Руководила интернет-маркетингом компании, управляла перформанс-каналами, SEO, контекстной рекламой и аналитикой (Яндекс.Метрика);
 - Проводила CustDev и UX-исследования для оптимизации пути пользователя (CJM) на сайте и роста конверсии в B2B-сегменте;
 - Взаимодействовала с командами разработки и продаж для вывода на рынок продуктов;
 - Управляла онлайн-продажами и антикризисным маркетингом в COVID-период;
 - Организовала с нуля и масштабировала онлайн-продажи с сайта высоко востребованных медицинских товаров (ПЦР-тесты, оборудование ИВЛ и др.) в условиях пандемийного спроса;
 - Заключала и сопровождала контракты с крупнейшими федеральными игроками рынка, включая ПАО «Лукойл» и ПАО «Газпромнефть».