ЮЛІЯ ГУБАНОВА

Head of Marketing · E-commerce і маркетплейси ЄС · Fractional CMO

Запоріжжя, Україна · віддалено · проєктна або часткова зайнятість (10–20 год/тиждень)
+380 67 979 63 08 (Telegram, WhatsApp) · gubanova.marketer@gmail.com · LinkedIn
https://www.linkedin.com/in/yuliiya-hubanova-a59168215/?isSelfProfile=true

ПРО МЕНЕ

Маркетолог повного циклу з 6 роками в міжнародному e-commerce. Веду маркетинг німецького бренду мальованих вручну картин на 6 ринках Європи — від стратегії й вибору каналів до SEO-текстів, карток на маркетплейсах і email-ланцюжків. Без агенцій. Запустила з нуля два канали, які разом принесли **≈€966 тис. продажів**, і вибудувала модель, що росте без залежності від платної реклами.

Допомагаю e-commerce та D2C-брендам виходити на ринки ЄС через власний сайт і маркетплейси: Etsy, Amazon, OTTO, Allegro.

КЛЮЧОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

- **Etsy з нуля: 1 649 замовлень**, середній чек ≈€278; пік — ≈540 замовлень на рік.
- **Власний сайт з нового домену:** середньомісячна виручка зросла вдвічі
- **Частка реклами у виручці сайту: з 9% до ≈1%** при збереженні росту
- **Частка знижок 13,8% → 8,6%**
- Впровадження **AI-пошуку як канал продажів**

ДОСВІД РОБОТИ

Керівник маркетингу (Marketing Director)

YS-Art Gallery — Німеччина, віддалено 2018 – дотепер

Бренд мальованих вручну картин і годинників; ринки DE/AT, UK, PL, FR, NL, UA, вихід у RO. Прийшла редактором карток товарів (2018), з 2020 — відповідаю за весь маркетинг.

Канали та продажі

- Запустила Etsy-магазин з нуля: структура, асортимент, SEO-лістинги англійською, політики, робота з відгуками — 1700 тис. продажів.
- Самостійно мігрувала сайт із Shopware на Shopify; через втрату старого домену запуск на новому — без SEO-ваги.
- Веду контент на Amazon (DE/FR/IT), OTTO, XXXLutz Marketplace, Allegro; зараз — запуск bol.com і eMAG.
- Розробила онлайн-платформу для дизайнерів на Shopify (3D-моделі картин, замовлення на виробництво) з англомовною версією для трьох ринків.

SEO, контент і AI-пошук

- Зібрала семантичні ядра на 6 мов — ≈67 тис. запитів — з аналізом конкурентів і окремими списками для маркетплейсів.
- Вивела сайт з обвалу органіки 2025 року: фокус на цільових запитах, усунення канібалізації, перелінковка — ≈360 запитів у топ-3. Технічний аудит: 404-помилки з 9,6 тис. до ≈1,6 тис.
- Впровадила FAQ-блоки та структуру контенту під AI-асистентів; органіка — найбільше джерело виручки сайту за GA4.
- Перебудувала візуальну мову бренду: від фото процесу до інтер'єрних сцен і сюжетних відео; продюсування промо-роликів.

Ефективність і нові напрями

- Скоротила рекламний бюджет з €1,5–2 тис./міс майже до нуля без втрати продажів;
- Листи покинутого кошика в Mailchimp, підключення Klarna, налаштування мультиринкової вітрини.
- Запуск нових ліній: B2B-серія для офісів, розписні вази, 3D-картини, індивідуальні замовлення.

Проєкт-менеджер

Seller UP, Канада — віддалено листопад 2024 – лютий 2025

- Керувала проєктами з розробки магазинів на Shopify, частину робіт виконувала самостійно.
- Аналітика ринку Amazon для запуску нових товарів.

Маркетолог-консультант
Фріланс, міжнародні клієнти березень 2021 – дотепер

- Аудити й оптимізація магазинів на Etsy, Amazon, Shopify; стратегії просування брендів.

Редактор / контент-маркетолог
Фріланс, видавничі та медіапроєкти грудень 2016 – грудень 2021

- Контент-стратегії, керівництво командою копірайтерів.

КОМПЕТЕНЦІЇ

Стратегія: вихід на нові ринки ЄС, вибір каналів, unit-економіка (CAC, LTV, ROMI), CJM, North Star Metric
E-commerce: Shopify, Etsy, Amazon, OTTO, XXXLutz, Allegro — запуск, лістинги, локалізація
SEO і AI-пошук: семантика й кластеризація, технічний аудит, контент під Google і AI-асистентів
Performance: Google Ads, Merchant Center, Meta Ads — аналіз і оптимізація
Retention: email-ланцюжки та тригерні листи (Mailchimp)
Аналітика: GA4, Google Search Console, Shopify Analytics, звітність

СТРАТЕГІЧНІ ПРОЄКТИ ДЛЯ БРЕНДІВ

Консалтингові проєкти для реальних компаній у межах Projector Digital Marketing Advanced — аналіз і рекомендації:

- **Unit-економіка D2C-бренду:** нова структура замовлення — за розрахунком прибуток із замовлення зростає у 18–26 разів без зміни собівартості.
- **Retention для продукту за підпискою:** тригерні механіки повернення клієнта на 2–3-тю покупку при відтоку 80%.
- **Customer Journey Map і North Star Metric:** карта бар'єрів на 4 етапах воронки, розмежування бізнес- і маркетингових цілей для виходу на новий ринок.

Повний кейс YS-Art з цифрами та скриншотами — за запитом.

ОСВІТА

MIM-Київ — pre-MBA з маркетингу, 2026
Університет імені Альфреда Нобеля — бакалаврат з маркетингу (навчаюся)
Projector — Digital Marketing Advanced
IMT Академія (2020) · Академія ШАГ (2021) · Бізнес-школа Нової Пошти

МОВИ

Українська, російська — рідні · Англійська — середній рівень · Польська — початковий