

E-mail Marketing

O Guia Mais Completo



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺

CONSULTOR
ALEX BARBOSA
www.alexbarbosa.com

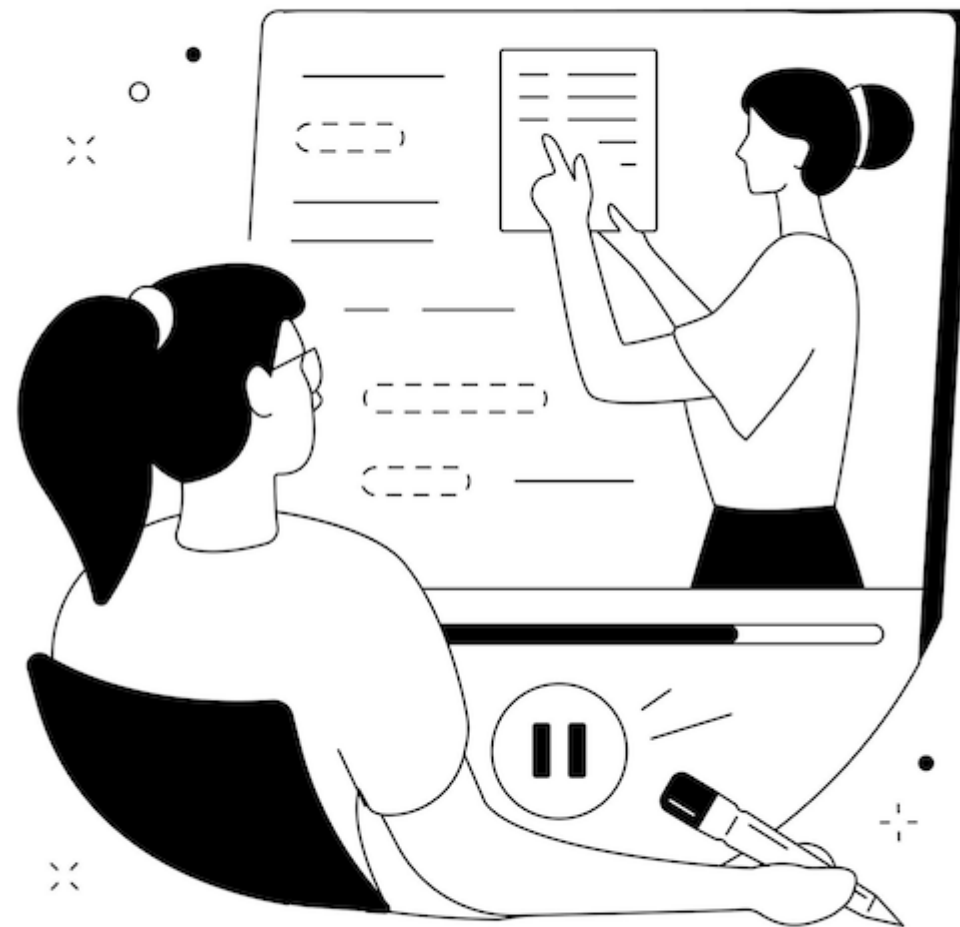
Índice

- O que é Email Marketing?
- Por que utilizar o Email Marketing?
- Como planejar uma campanha de Email Marketing?
- Quais as melhores ferramentas de Email Marketing?
- Existe ferramenta de Email Marketing grátis?
- Mautic: vantagens e desvantagens
- Principais vantagens
- Principais desvantagens
- Por que você deve configurar o DKIM e SPF?
- Por que você deve configurar o DMARC?
- Certificado de entregabilidade para Email Marketing (White List)
- IP Dedicado
- O que são Blacklists? Como pesquisar se o IP e o domínio estão nelas? Como agir?
- O que são ISPs?
- Vale a pena enviar spam?
- O que é spamtrap?
- LGPD: adeque-se a esta lei
- Anti-spam e CAPEM (Código de Autorregulamentação para a Prática de Email Marketing)
- O que é OptIn e Optout?
- E o SoftOptin?
- Hard Bounced e Soft Bounced
- Como integrar o WordPress, Magento, Vtex, Tray e NuvemShop com ferramentas de email marketing?
- Integração com outras ferramentas
- Quais as melhores maneiras de segmentar sua lista de contatos?
- Como enviar Email Marketing com listas de terceiros?
- Como aumentar o número de inscritos em uma lista?
- Ferramentas para higienizar listas de emails
- Quais os principais tipos de conteúdo para enviar por Email?
- Template ou Criar do Zero?
- Drag & Drop ou HTML?
- Usabilidade no Email Marketing
- Como elaborar assuntos que geram aberturas
- Email Marketing com campos personalizados
- Teste A/B para Email Marketing
- Landing Page: 4 formas de criar
- Email Marketing ou Automação de Marketing?
- O que é uma régua de relacionamento?
- Como funciona o Email Retargeting?
- Como medir os resultados de uma campanha de Email Marketing?
- Email Transacional para e-commerce e outras plataformas
- Como aumentar os leads através do WhatsApp
- Marketing Automation com Whatsapp
- Email Marketing x SMS x Whatsapp
- Conclusão

O que é Email Marketing?

Email Marketing é um processo de criação e envio de emails para um grupo selecionado de destinatários com o objetivo de promover uma mensagem ou produto. Geralmente, os emails são enviados como parte de uma campanha publicitária para aumentar as vendas ou melhorar a relação com os clientes.

O Email Marketing envia mensagens personalizadas que estejam alinhadas com os interesses e necessidades deles. Isso também torna mais fácil medir o sucesso de suas campanhas, já que você pode ver quantas pessoas abriram ou clicaram em sua mensagem.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Por que utilizar o Email Marketing?

Existem diversas razões pelas quais as empresas utilizam o Email Marketing, e algumas das principais são:

- Aumentar as vendas: Com o Email Marketing, você pode enviar ofertas e promoções para seus clientes, o que aumenta as chances de eles realizarem uma compra.
- Melhorar a relação com os clientes: Com o Email Marketing, você pode enviar conteúdos interessantes para seus clientes, além de manter um contato mais próximo com eles. Isso melhora a relação entre a empresa e os seus clientes.
- Diminuir os custos: O Email Marketing é uma das formas de marketing mais baratas, e normalmente gera um ROI (Retorno Sobre Investimento) bem alto.



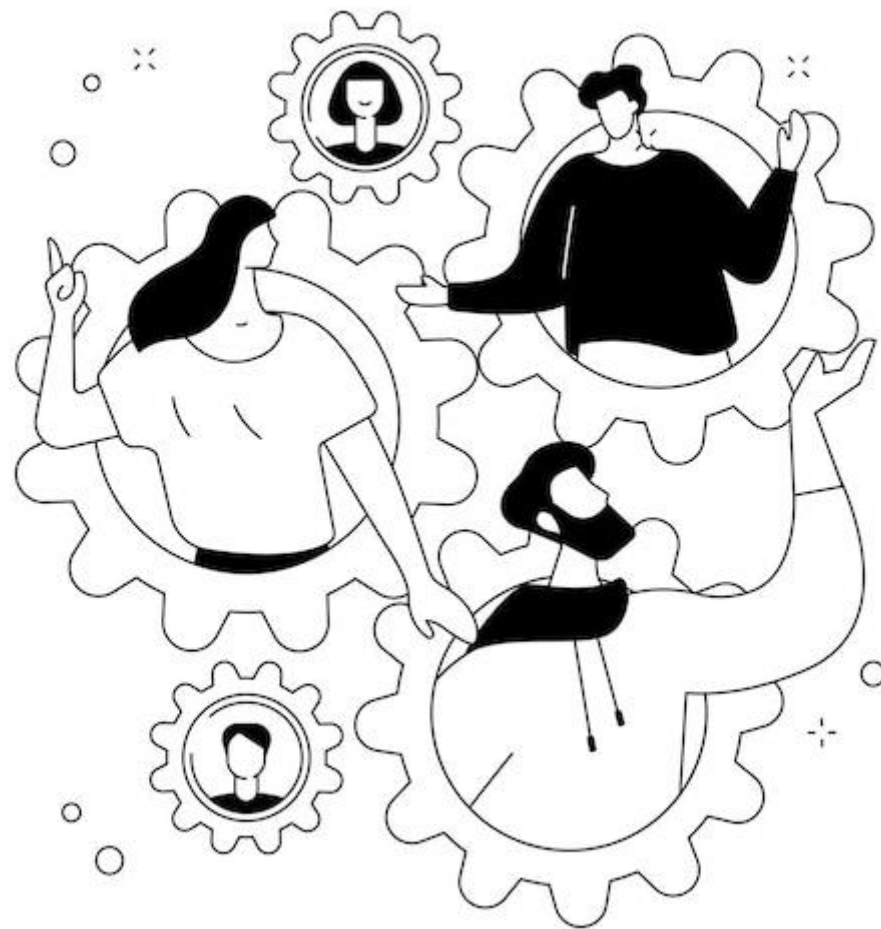
[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> FERRAMENTAS

Quais as melhores ferramentas de Email Marketing?

Existem muitas ferramentas de Email Marketing disponíveis no mercado, cada uma com diferentes recursos e preços. Por isso, é importante ter um conhecimento profundo das ferramentas de Email Marketing antes de optar pela mais adequada para as necessidades da sua empresa. Listarei os principais recursos e benefícios das ferramentas de Email Marketing, para que você possa tomar a melhor decisão para o seu negócio.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> FERRAMENTAS

Quais as melhores ferramentas de Email Marketing?

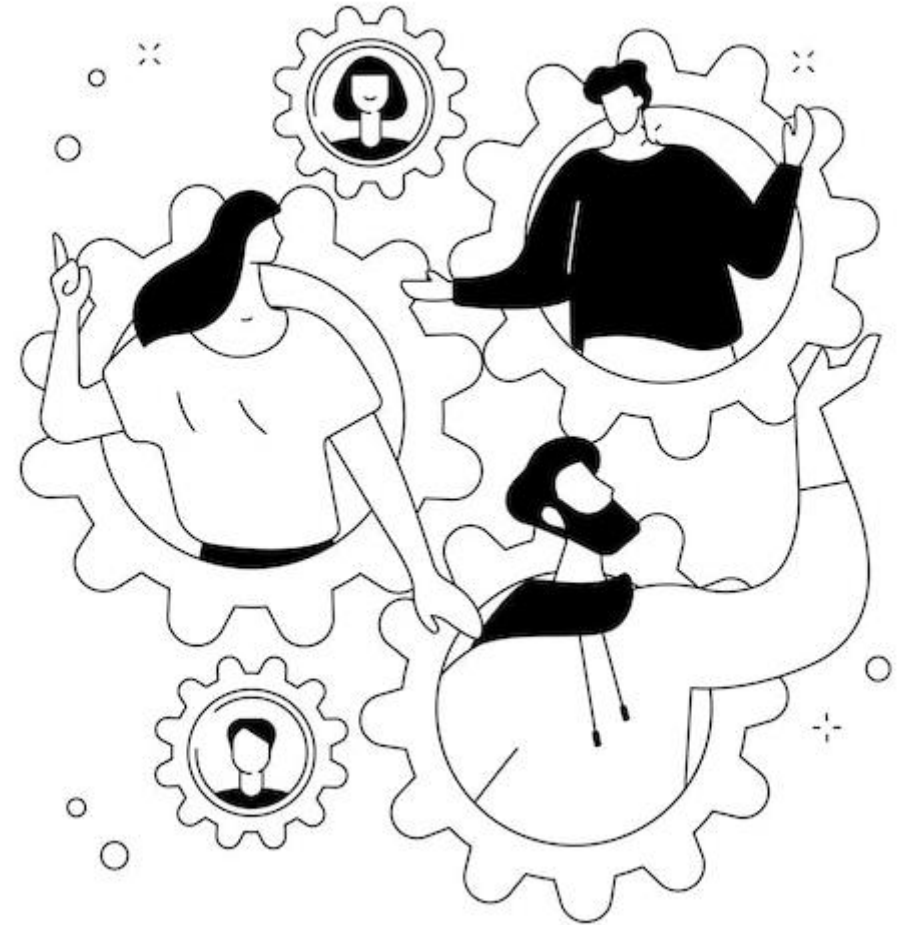
Empresa	Finalidade	Diferenciais	Canais	Suporte / Plataforma	Preço
<u>E-goi</u>	Automação de marketing e envios em grande volume	Botão de Whatsapp, Retargeting, Cria Anúncios Ads (Google, Facebook e Instagram), Gestão de Redes Sociais, E-mail e SMS Transacional.	Email Marketing, SMS, Mobile Push, Web Push, Torpedo de Voz	Português / Português	\$ (inclui plano grátis por tempo ilimitado)
<u>Active Campaign</u>	Automação de marketing e envios em grande volume	CRM, Lead Tracking, Lead Scoring, Chatbot, App, Serviço de Migração e AI.	Email Marketing, SMS e Web Push	Português / Português	\$\$\$ (inclui teste grátis por 14 dias)
<u>RD Station</u>	Automação de marketing	CRM, Lead Tracking, Lead Scoring, Recursos para SEO e Botão de Whatsapp	Email Marketing	Português / Português	\$\$ (inclui teste grátis por 10 dias)



> FERRAMENTAS

Quais as melhores ferramentas de Email Marketing?

Empresa	Finalidade	Diferenciais	Canais	Suporte / Plataforma	Preço
<u>Mailchimp</u>	Automação de marketing e envios em grande volume	Jornadas pré-criadas e Otimização do horário de envio	Email Marketing	Inglês / Inglês	\$\$ (inclui plano grátis por tempo ilimitado)
<u>Eloqua (Oracle)</u>	Automação de marketing e envios em grande volume	AI para segmentação de público	Email Marketing e SMS	Português / Inglês	\$\$\$ (inclui demonstração)
<u>Hubspot</u>	Automação de marketing	CRM, Recursos para atendimento ao cliente e SEO de site	Email Marketing	Português / Inglês	\$\$\$ (inclui plano grátis por tempo ilimitado)



Existe ferramenta de Email Marketing grátis?

A maioria das ferramentas de Email Marketing oferece um plano grátis, mas com limitações. É ideal para testar ou para negócios que estão iniciando. Outro caminho é utilizar o **Mautic**, plataforma completa e open source (código livre).



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Mautic: vantagens e desvantagens

O **Mautic** é mais que uma plataforma que possui muitas vantagens. É extremamente fácil de usar e fornece recursos avançados, como emails automatizados, fluxos de trabalho e seções para várias equipes de marketing. Também ajuda a manter o seu conteúdo organizado por segmento de audiência. A Mautic permite que você monitore as ações dos usuários em tempo real para melhorar a segmentação e a eficácia das campanhas de marketing. Além disso, você pode integrar a Mautic com diversos outros sistemas de CRM, como Salesforce, para aprimorar suas campanhas de automação.

Então, se você está considerando usar a Mautic, avalie cuidadosamente todos os benefícios e riscos desta solução de automação de marketing para garantir que ela atenda às suas necessidades.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Mautic: vantagens e desvantagens

Principais vantagens

- Ferramenta gratuita (open source);
- Automatização de envio de emails personalizados e segmentados;
- Geração de leads e pontuação de contato (lead score);
- Criação de landing pages e formulários;
- Rastreamento da atividade do usuário no site da empresa.

Principais desvantagens

- Demanda conhecimento técnico para a sua instalação;
- Conhecimento de inglês (há pouco material em português);
- Inexistência de suporte técnico no Brasil (é preciso recorrer a comunidades on-line ou tutoriais em texto ou vídeo);
- Código de tracking e URL de acesso ao Mautic: apenas um para todos;
- Sair da lista é apenas um para todos também;
- Não existem muitos desenvolvimentos e atualizações de extensões, como por exemplo, de integrações.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> ENTREGABILIDADE

Por que você deve configurar o DKIM e SPF?

O objetivo de configurar o DKIM (Domain Keys Identified Mail) e o SPF (Sender Policy Framework) é garantir que as mensagens enviadas a partir do seu domínio sejam verificadas e autenticadas. Estas verificações são essenciais para melhorar a segurança e a reputação dos emails enviados, pois protegem o remetente contra o envio de spam ou de outras mensagens indesejadas. Além disso, o DKIM e o SPF, quando corretamente configurados, ajudam os provedores de serviço de email a identificar as mensagens autênticas e, assim, reduzir os falsos positivos, melhorando a entregabilidade. Por isso, é vital configurar DKIM e SPF para garantir uma boa entrega de todas as mensagens. Além disso, com essas verificações, você pode se certificar de que os emails enviados a partir do seu domínio não serão usados para práticas fraudulentas ou ilegais.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Por que você deve configurar o DMARC?

O DMARC (Domain-based Message Authentication, Reporting & Conformance) é um protocolo de autenticação de email criado pela DMARC.org para aprimorar a segurança dos emails. Ele ajuda a impedir a entrega de emails maliciosos em seu domínio e detectar o uso não autorizado do mesmo. A configuração do DMARC colabora para que seus emails serão entregues com segurança. Com a configuração do DMARC, você também pode monitorar e analisar seus emails para garantir que todos os envios estejam funcionando corretamente. Além disso, ele também pode ajudar a identificar com precisão possíveis fraudes de email dentro dos seus domínios.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Certificado de entregabilidade para Email Marketing (White List)

Para garantir a entregabilidade das suas mensagens, uma boa estratégia é utilizar um certificado de entregabilidade. O certificado de entregabilidade é um selo que garante que as suas mensagens serão entregues na caixa de entrada do destinatário e não na pasta de spam.

O certificado de maior reputação atualmente é o [Sender Certification](#) (Validity), antes chamado de Return Path, até sua aquisição em 2019.

Segue transcrição de um trecho do site do Sender Certification:

“Chegar à caixa de entrada tornou-se significativamente mais desafiador devido ao aumento dos volumes de e-mail e algoritmos de filtragem mais rígidos. Mesmo as melhores equipes de marketing por e-mail podem observar um declínio na capacidade de entrega à medida que mais e-mails são colocados na pasta de spam. Como remetente certificado, os principais provedores de e-mail e empresas de filtragem de spam em todo o mundo o reconhecem como um remetente forte e respeitável. Eles usam a Certificação como um sinal positivo ao tomar decisões de filtragem, levando a mais mensagens na caixa de entrada e menos mensagens sendo bloqueadas, filtradas ou limitadas. A Sender Certification recompensa remetentes sofisticados, ajudando-os a alcançar e engajar mais pessoas com cada campanha que enviam, levando a um ROI mais alto.”



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

IP Dedicado

Um IP Dedicado é um endereço exclusivo na Internet que é usado apenas por um usuário, dentro da ferramenta de envio de Email Marketing. Com o IP dedicado, as empresas conseguem ter controle total sobre qualquer problema relacionado a Email Marketing. Também ajuda a melhorar a reputação de envio de email, aumentando as taxas de entrega e abertura de emails. Por isso, investir em um IP dedicado pode ser uma ótima estratégia para alavancar os resultados do Email Marketing.

Empresas que desejam utilizar o certificado Sender Certification (Validity) são obrigadas a trabalhar com IP Dedicado. Normalmente este combo de otimização (IP Dedicado + Certificado White List) é um investimento alto e tem adesão maior nas grandes empresas.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

O que são Blacklists? Como pesquisar se o IP e o domínio estão nelas? Como agir?

As blacklists de email chegaram para nós ajudar a lidar com o spam e hoje estão por toda parte. Inclusive, os ISPs (provedores de email, como Hotmail, Yahoo e outros), utilizam as blacklists para saber a reputação de um remetente de uma campanha.

Primeiro, pesquise se o seu Domínio e IP estão listados em blacklists, utilizando ferramentas como: [MxToolbox](#), [MultiRBL](#) ou [Mail Tester](#).

No entanto, existem 6 blacklists de email que você realmente precisa se preocupar.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

6 blacklists de email que você realmente precisa se preocupar

1. Spamhaus

Fundada em 1998, a Spamhaus está sediada em Genebra, na Suíça e em Londres, no Reino Unido. É uma organização internacional sem fins lucrativos que rastreia spam e ameaças cibernéticas, além de fornecer inteligência de ameaças em tempo real ??para as principais redes, corporações e fornecedores de segurança da Internet em todo o mundo. Os dados do Spamhaus são usados ??pela maioria dos ISPs (provedores de serviços de email) e isso significa que, se você está listado na Spamhaus, seguramente suas campanhas de email não chegarão na caixa de entrada.

Site: <https://www.spamhaus.org>

Processo de remoção: Você pode usar o Blocklist Removal Center <https://check.spamhaus.org>



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

6 blacklists de email que você realmente precisa se preocupar

2. SpamCop

Fundada em 1998 por Julian Haight, tem como principal objetivo receber denúncias de spam e reportar aos ISPs (provedores de serviços de email), protegendo os destinatários das mensagens indesejadas. Hoje faz parte da IronPort, uma subsidiária da Cisco Systems.

Site: <https://www.spamcop.net>

Processo de remoção: Ao contrário de outras blacklists, não há processo de remoção manual do Spamcop. Como eles usam um mecanismo de pontuação, eles removerão automaticamente o seu IP caso não haja reclamações posteriores. Geralmente as remoções acontecem dentro de 48h depois que o spam é interrompido.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

6 blacklists de email que você realmente precisa se preocupar

3. Barracuda

A Barracuda Networks foi fundada em 2003 por Dean Drako, Michael Perone e Zach Levow. Em 2008, a empresa lançou a BRBL (Barracuda Reputation Block List), sua lista proprietária com o objetivo de combater o spam, impedindo a sua disseminação. A BRBL é baseada na Barracuda Reputation System e opera de forma colaborativa para combater o spam. A BRBL fornece uma lista de endereços IP que estão enviando spam. A Barracuda Reputation System usa métodos de coleta automatizada para adicionar e excluir endereços IP da BRBL. Seu sistema detecta spam usando spamtrap, endereços de email criados e espalhados em sites, fóruns etc., com o intuito de serem copiados e coletados por remetentes de spam.

Site: <http://www.barracudacentral.org>

Processo de remoção: Você pode usar o Barracuda Central Reputation System – Removal Request para obter mais detalhes sobre o processo de remoção da blacklist: <http://www.barracudacentral.org/rbl/removal-request>



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

6 blacklists de email que você realmente precisa se preocupar

4. SURBL

Fundado em 2004 para substituir as blacklists que anteriormente eram usadas no SpamAssassin e distribuídas através de sites. Normalmente é usada como um filtro de segundo nível que funciona em conjunto com o Spamhaus, conseguindo detectar cerca de 95% dos emails indesejados. Esta é uma blacklist respeitável e indexa efetivamente o spam.

Site: <http://www.surbl.org>

Processo de remoção: Você pode usar o SURBL Lookup para obter mais detalhes sobre o processo de remoção da blacklist: <http://www.surbl.org/surbl-analysis>



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

6 blacklists de email que você realmente precisa se preocupar

5. Invaluement

Fundada em 1996 com o nome PowerView Systems e originalmente especializada em hospedagem, design e desenvolvimento de software. Mais tarde, em 2004, o foco mudou para filtragem de spam e serviços de segurança de email, tendo seu nome alterado para Invaluement. Em 2007, as blacklist foram lançadas.

É uma compilação de 3 blacklists: ivmURI (baseado em domínio), ivmSIP (baseado em IP) e ivmSIP/24 (baseado em rede).

Site: <https://www.invaluement.com>

Processo de remoção: Você pode usar o Delist Requests para obter mais detalhes sobre o processo de remoção da blacklist: <https://www.invaluement.com/removal/>



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

6 blacklists de email que você realmente precisa se preocupar

6. SenderScore

O SenderScore é usado por um grande número de ISPs (provedores de serviços de email), sistemas de email corporativos, provedores de serviços de Email Marketing e outros, para pontuar emails. Se sua pontuação no SenderScore cair abaixo de 85, você provavelmente terá problemas de entrega. Ao contrário das blacklists de email, nenhum bloqueio é feito diretamente com base no seu SenderScore. Em vez disso, a pontuação é alimentada em sistemas de identificação de spam para ajudar a determinar se o seu email marketing deve ser bloqueado ou não.

Site: <https://www.senderscore.org>

Processo de redefinição de pontuação: Em geral, há melhorias em até dois dias após a interrupção do spam. Em casos de volumes muito altos de spam, pode ser necessário um longo período de recuperação.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

O que são ISPs?

Os ISP's (Hotmail, Gmail, Yahoo, etc) são responsáveis por fornecer um endereço de email para seus clientes. Além de fornecer o endereço de email, eles também oferecem serviços adicionais, como o armazenamento de mensagens. Os ISP's têm um papel importante pois são responsáveis por permitir que a campanha de Email Marketing seja entregue na caixa de entrada, na caixa de spam ou seja simplesmente rejeitada por completo.

Os principais fatores que afetam a entregabilidade das campanhas são o nível de reputação do remetente e as configurações do filtro de spam do destinatário. O nível de reputação do remetente é determinado pelo histórico de envio de emails para os destinatários. Se o remetente tiver um histórico positivo, isto significa que os seus emails são considerados úteis pelos destinatários e, portanto, têm maior probabilidade de ser entregues.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

O que são ISPs?

Se o remetente tiver um histórico negativo, isto significa que os seus emails são considerados como spam pelos destinatários e têm menor probabilidade de ser entregues. As configurações do filtro de spam também podem impedir que alguns emails sejam entregues mesmo quando o remetente tem um bom histórico. Vale lembrar também que a reputação do remetente tem relação com o IP do servidor de envio (utilizado na ferramenta de envio) e ao domínio utilizado, o seu www. Ou seja, se você contrata uma ferramenta de envio que compartilha o mesmo IP com vários clientes, mesmo que você faça tudo corretamente, a sua entregabilidade pode ser afetada por um outro usuário. Algumas ferramentas sérias avaliam cada um dos usuários, e quem não segue as boas práticas, pode passar por uma suspensão temporária e até definitiva. Caso esta seja uma preocupação sua, opte pelo IP Dedicado.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Vale a pena enviar spam?

O spam é uma forma não autorizada de envio de email em massa. Estas mensagens são enviadas a muitos destinatários ao mesmo tempo, normalmente sem o seu conhecimento ou consentimento prévio. Em alguns casos, os spams podem ser ofensivos ou indesejados, o que reforça ainda mais o uso inapropriado da tecnologia de email.

O envio de spam é uma violação da privacidade e ilegal em muitos países. Infringe, inclusive, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), no Brasil.

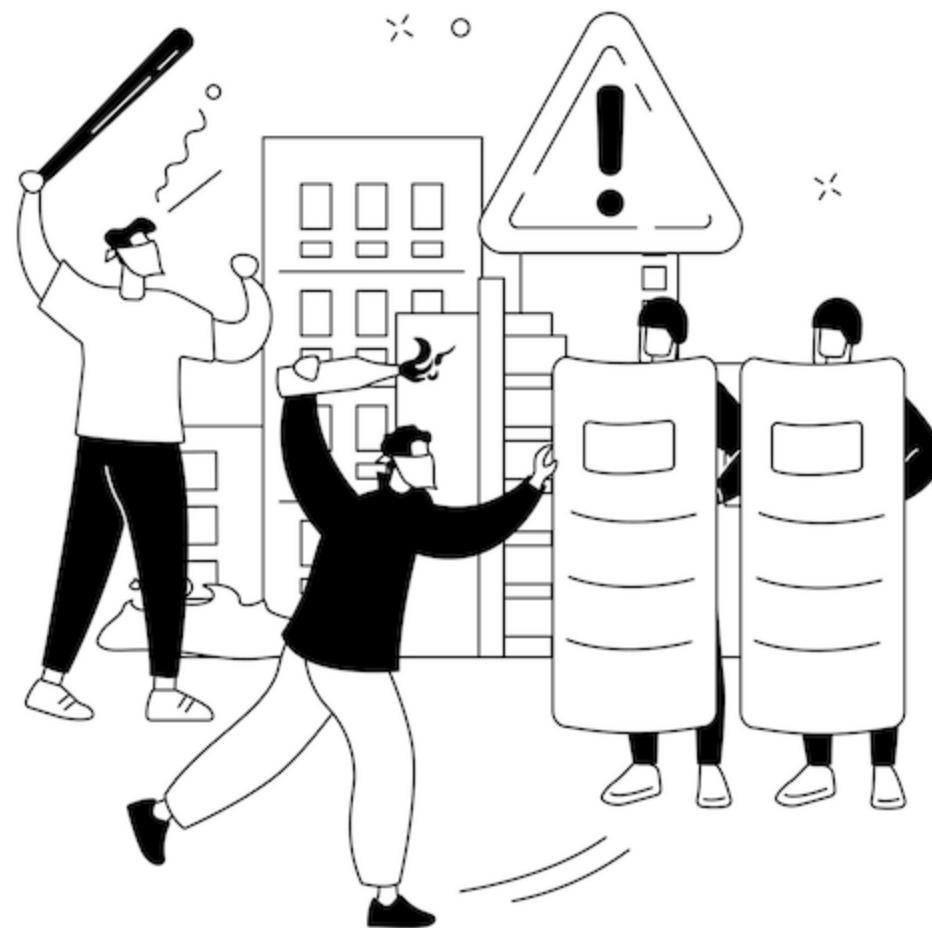


CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Mas vale a pena? É lucrativo?

Para enviar spam é preciso adquirir listas de emails não autorizadas. E com isso você tem alguns possíveis resultados: 1) Normalmente estas listas vendidas possuem emails inválidos, incorretos, spamtrap, emails que não são mais utilizados e outros. 2) Os ISPs possuem inteligência para identificar que trata-se de uma lista pouco engajada e seus emails não serão entregues. 3) Sendo uma lista sem engajamento algum com a sua empresa, a sua taxa de abertura e clique, muito provavelmente, será zero. 4) Você pode ser avaliado como spammer e ter seu IP ou domínio listado em blacklists. 5) Se a ferramenta de envio identificar que você está fazendo spam, você será bloqueado e talvez expulso da ferramenta, mesmo que tenha pago pelo plano. Em resumo, não vale a pena! O seu esforço será grande para nenhum resultado. Em vez de utilizar uma lista comprada, eu sugiro trabalhar com listas de terceiros.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

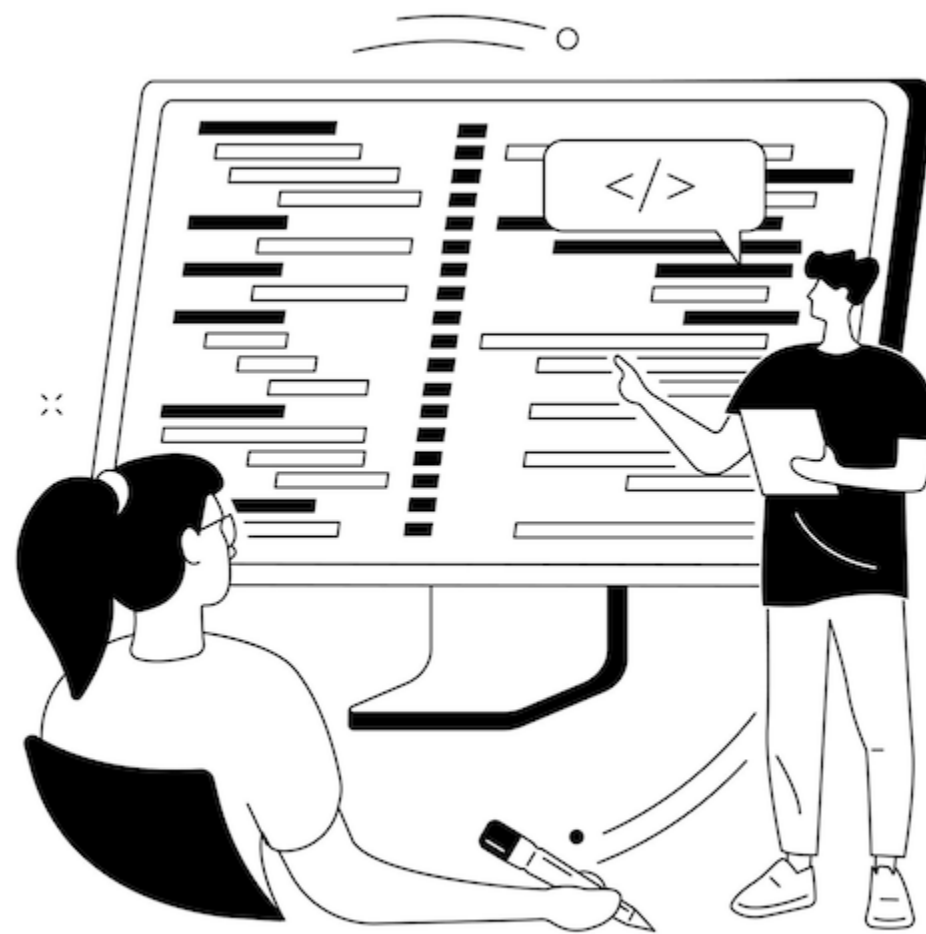
ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

O que é spamtrap?

Spamtraps são endereços de email criados não para comunicação, mas para identificar spams e mitigar o impacto dessas mensagens indesejadas nas contas de email dos usuários. Ou seja, spamtraps são armadilhas para identificar spams e spammers! Na prática, se você adquire uma lista não autorizada de emails, e se ela contém spamtraps, ao enviar uma campanha de email para esta lista, você estará caindo em uma armadilha.

Spamtraps puros – Emails criados com o único propósito de pegar spammers, ou seja, não deveriam jamais receber emails.

Spamtraps reciclados – Emails que já existiram no passado, mas foram assumidos pelos ISPs após um determinado tempo de inatividade. E-mails inativos, sem engajamento são comuns em listas compradas.



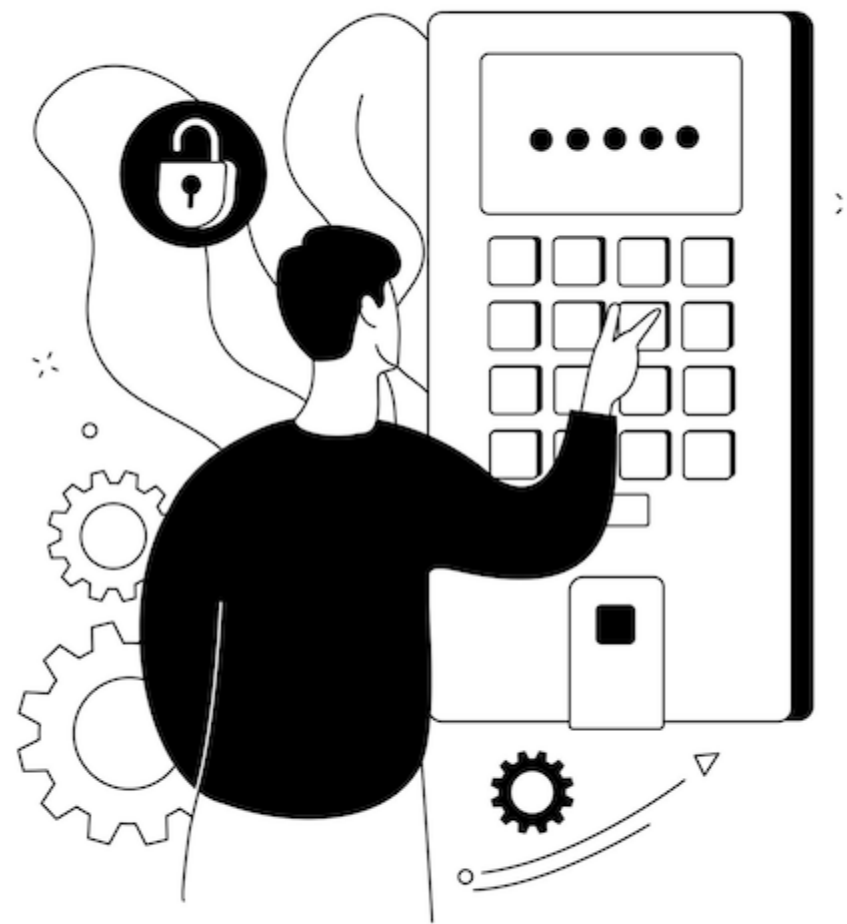
CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> BOAS PRÁTICAS

LGPD: adeque-se a esta lei

Com a nova regulamentação sobre as leis de proteção de dados (LGPD) em vigor no Brasil, os profissionais de marketing precisam se atualizar e garantir que suas estratégias de email estejam em conformidade. A Lei Geral de Proteção de Dados estabelece diretrizes para a coleta e o uso de dados pessoais para a prática de Email Marketing. Portanto, é essencial compreender todos os requisitos da [LGPD](#) para garantir que suas campanhas de Email Marketing estejam sempre em conformidade. Afinal, apenas assim seu trabalho será bem sucedido e sua empresa manterá um bom posicionamento. Por isso, recomendamos que você tenha em mente e siga as diretrizes da LGPD para garantir que seu Email Marketing seja totalmente seguro e eficaz.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

LGPD: adeque-se a esta lei

Se você é responsável pelo email marketing da empresa, aqui estão algumas dicas para cumprir as diretrizes da LGPD:

1. Tenha certeza de que você só envia email marketing para destinatários que realmente concordaram em recebê-los. Para isso, explique o motivo pelo qual você está coletando dados, como as informações serão usadas e quais terceiros terão acesso aos mesmos.
2. Mostre claramente como os destinatários podem optar por não receber emails da sua empresa. A lei exige que os destinatários tenham a opção de se desinscrever (opt-out) de uma lista de remetentes a qualquer momento.
3. Configure o email marketing para usar uma linguagem clara e transparente. Seja honesto sobre como as informações dos destinatários estão sendo usadas.

3. Configure o email marketing para usar uma linguagem clara e transparente. Seja honesto sobre como as informações dos destinatários estão sendo usadas.

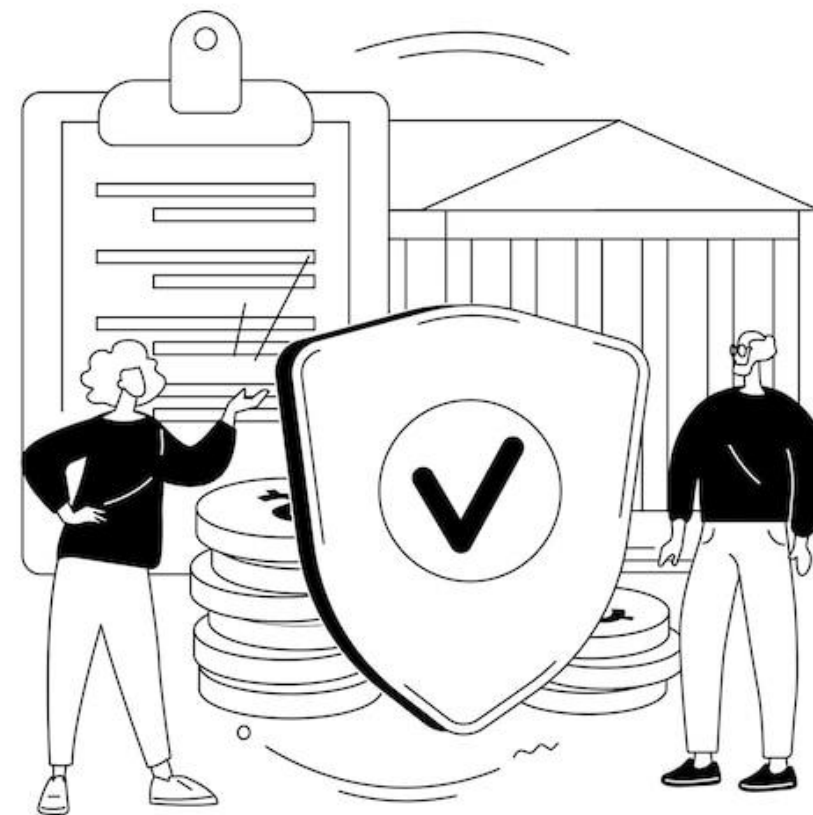
4. Certifique-se de que você esteja cumprindo todas as leis locais e estaduais, além da LGPD. Certifique-se de ler a legislação e as diretrizes da LGPD antes de começar a campanha de Email Marketing.

A implementação adequada das diretrizes da LGPD para email marketing garante que as informações de seus destinatários sejam mantidas privadas e seguras. Além disso, isso assegura que a sua empresa não seja responsabilizada por não cumprir as leis brasileiras de proteção de dados. Então, configure seu Email Marketing de acordo com essas diretrizes para evitar ações legais.



Anti-spam e CAPEM (Código de Autorregulamentação para a Prática de Email Marketing)

O [CAPEM](#) é um código de autorregulamentação que foi desenvolvido para ajudar os profissionais de marketing no uso responsável e seguro em campanhas de email. O CAPEM é essencial para estabelecer confiança entre as partes envolvidas e garantir que as diretrizes de anti-spam sejam cumpridas. No CAPEM, existem regulamentos sobre como enviar Email Marketing, incluindo quem pode receber estas mensagens, informações sobre como os usuários se descadastram, como as informações dos usuários são armazenadas e como lidar com queixas dos destinatários. É extremamente importante que as empresas que trabalham com o Email Marketing cumpram estes requisitos para não sofrerem com ações judiciais ou penalidades por violação de spam, que são cada vez mais recorrentes.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

O que é OptIn e Optout?

OptIn e Optout são duas das principais estratégias de gerenciamento de listas de emails.

OptIn é o processo pelo qual um usuário se inscreve para receber emails de uma empresa ou organização. Uma vez que um usuário se inscreve, ele pode optar por receber determinados tipos de emails, como promoções, novidades sobre produtos ou eventos específicos.

Se um usuário não quiser mais receber emails da empresa ou organização, ele pode optar por cancelar a inscrição, o Optout.

E o SoftOptin?

Soft Optin é uma forma alternativa de aumentar a lista de leads e costuma ser feita, por exemplo, através de contatos por telefone, em eventos ou feiras de negócios.

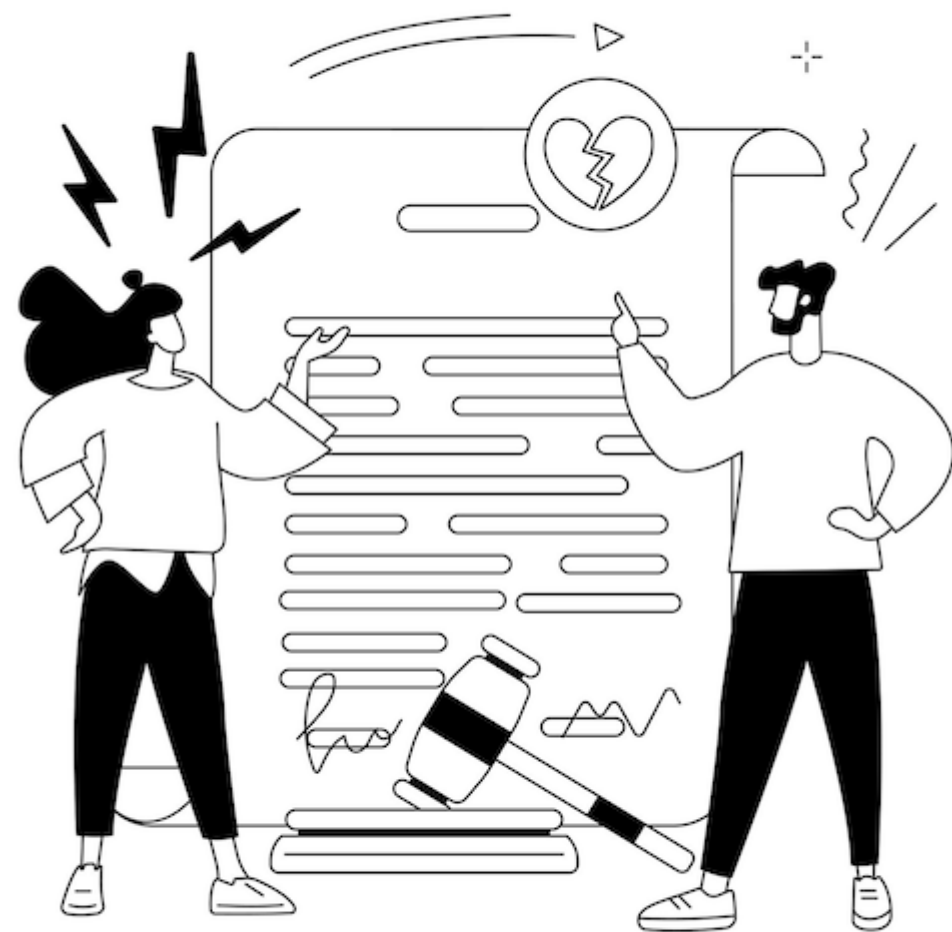


CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Hard Bounced e Soft Bounced

Hard bounced é quando um email é enviado e o servidor do destinatário devolve o email porque o endereço não existe. Soft bounced é quando um email é enviado e o servidor do destinatário devolve o email porque o endereço está temporariamente indisponível (por exemplo, a caixa de correio está cheia).



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> INTEGRAÇÃO

Como integrar o WordPress, Magento, Vtex, Tray e NuvemShop com ferramentas de email marketing?

A integração entre o seu negócio online e a ferramenta de email marketing é crucial para aumentar o engajamento e obter mais conversões. Basicamente estou falando em integrar dados como nome e email entre plataformas diferentes. Desta forma é possível, por exemplo, que alguém realize uma compra numa loja Vtex e imediatamente seus dados sejam compartilhados com uma ferramenta de email marketing (ou automação de marketing), entrando numa régua de relacionamento para receber comunicados e promoções.

Além disso, conectar seu WordPress, Magento, Vtex, Tray e NuvemShop com sua ferramenta de email marketing oferece insights valiosos sobre comportamentos de compra e outras estatísticas.

É importante ter em mente que as integrações precisam ser cuidadosamente feitas utilizando os guias de cada serviço. Busque primeiros por aplicativos ou plugins já criados com o propósito de integrar. Mas caso não exista, terá que desenvolver uma integração utilizando APIs.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

Integração com outras ferramentas

Como dito anteriormente, hoje em dia, quase toda plataforma online já possui recursos com o objetivo de integrar.

Consulte as ferramentas que você deseja integrar e veja se já existe algo feito. Mas caso não exista, terá que desenvolver uma integração utilizando APIs.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> LISTA

Quais as melhores maneiras de segmentar sua lista de contatos?

Para obter os melhores resultados, você deve segmentar sua lista de contatos. A segmentação permite que você crie conteúdo mais relevante e personalizado para diferentes tipos de clientes. Esta prática dá também mais foco aos seus esforços de marketing por email, pois trata cada contato da forma que ele precisa para melhorar a conversão. Os principais tipos de segmentação de email marketing são: interesses, comportamento, dados demográficos, localização, etc. Utilizando essas informações, você pode criar campanhas de email marketing mais precisas e direcionadas para os seus clientes. Como resultado, você pode obter um maior retorno sobre o seu investimento.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Como enviar Email Marketing com listas de terceiros?

Se você não possui uma lista grande para envio de suas campanhas de email, e também quer atingir novos públicos, pode contratar empresas que fazem envios para listas próprias, segmentadas por categoria, localização, faixa etária etc.

Entenda que estas empresas não vão entregar listas para que você faça os disparos, pois isso seria spam. Elas próprias farão os disparos! E normalmente elas cobram por CPL (Custo por Lead), CPM (Custo por Mil), CP (Custo por Aquisição) ou CPC (Custo por Clique).

Entre em contato para receber indicação de empresas!



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Como aumentar o número de inscritos em uma lista?

O Email Marketing pode ser um dos principais fatores de crescimento de sua empresa, pois é uma forma muito eficaz de propaganda direta. Porém, para obter resultados satisfatórios, é necessário aumentar o número de inscritos na sua lista, sempre mantendo a qualidade.

Gerando tráfego a partir de outras ações, como redes sociais ou google ads, a etapa seguinte é incentivar o preenchimento dos formulários em seu site, desde o mais simples para optin, até os mais complexos para compras online.

Muitas vezes, ter um incentivo maior pode fazer com que sua lista cresça mais rapidamente:

- Oferecendo um cupom de desconto;
- Oferecendo um e-book;
- Oferecendo um quiz.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Ferramentas para higienizar listas de emails

Para garantir que sua lista de emails seja válida e segura, é importante higienizá-la. Para isso, existem algumas ferramentas especializadas que podem tornar este processo muito mais simples.

Algumas delas são: [Verifier Million](#), [Emailable](#), [Proofy](#) e [SafetyMails](#).



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> CRIAÇÃO

Quais os principais tipos de conteúdo para enviar por Email?

Os principais tipos de conteúdo para enviar por email são ofertas, cupons, lançamentos de produtos, novidades sobre a empresa e blog posts. Ofertas e cupons costumam ter um grande apelo entre os clientes, pois podem representar uma economia significativa. Já os lançamentos de produtos costumam despertar o interesse dos clientes que acompanham a marca, assim como as novidades sobre a empresa. Por fim, os blog posts são uma ótima forma de manter o contato com os clientes e fazer com que fiquem por dentro das novidades da marca.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Template ou Criar do Zero?

Quando se trata de Email Marketing, há duas maneiras principais de se abordar o design: usar um template pronto ou criar um do zero. Ambas as opções têm suas vantagens e desvantagens, então é importante avaliar qual se adequa melhor às suas necessidades antes de tomar uma decisão.

Usar um template pronto pode ser uma boa opção para quem não tem muito conhecimento em design ou para quem está com o tempo curto. Há inúmeros sites que oferecem templates gratuitos ou por um pequeno valor, basta escolher o que melhor se adequa ao seu negócio. Aliás, muitas ferramentas de envio de email também oferecem templates. A principal desvantagem de usar templates é que eles podem não ser totalmente personalizáveis, o que significa que você pode acabar com um email que não se destaca da massa.

Criar um design do zero pode ser mais trabalhoso, mas isso também significa que você terá um email totalmente personalizado e único. Se você tem algum conhecimento em design gráfico, pode criar facilmente um layout atraente do zero; caso contrário, pode contratar um designer para fazer isso por você. A principal desvantagem de criar um email do zero é o tempo envolvido – mas se você quer realmente impressionar os destinatários, vale a pena investir esse tempo extra.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Drag & Drop ou HTML?

Existem duas maneiras principais de criar um Email Marketing: o Drag & Drop ou o HTML. Cada um tem suas vantagens e desvantagens, então vamos analisar os dois para que você possa escolher a melhor opção para sua empresa.

O Drag & Drop é uma maneira simples de criar um Email Marketing. Você só precisa arrastar os elementos que deseja incluir na mensagem e soltá-los no lugar desejado. Essa ferramenta é ótima para quem não tem muito conhecimento de HTML ou não quer se complicar com a criação da mensagem.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Drag & Drop ou HTML?

A principal desvantagem do Drag & Drop é que ele limita um pouco a customização da mensagem. Você pode escolher alguns templates prontos, mas não terá total controle sobre a aparência final do email. Se sua empresa precisa de uma comunicação visualmente muito personalizada, com um visual avançado, essa pode não ser a melhor opção.

Já o HTML é um pouco mais complexo, mas também oferece maior flexibilidade na criação da mensagem. Com esse tipo de ferramenta, você pode controlar todos os aspectos da apresentação do seu email, desde as cores até os layouts diferenciados. Isso torna possível criar verdadeiras obras de arte, que chamam bastante a atenção dos destinatários.

A principal desvantagem do HTML é que ele exige um certo conhecimento técnico para ser usado corretamente. Se você não tem familiaridade com programação, talvez precise contratar um profissional especializado para fazer essa parte do trabalho por você.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Usabilidade no Email Marketing

Não basta criar um Email Marketing bonito. É preciso garantir que ele seja responsivo, ou seja, compatível com desktop e smartphone. Isso vai garantir que todos os seus clientes potenciais possam visualizar o email, independentemente do dispositivo que estiverem usando.

Existem algumas maneiras de fazer isso:

- A maioria das ferramentas de envio de Email Marketing já possuem recurso para criar emails responsivos, baseado no Drag and Drop (arrastar e soltar). Por isso, você não precisará entender de html. Elas são fáceis de usar e irão garantir que seus emails sejam visualizados corretamente em qualquer dispositivo.

- Tenha cuidado com as imagens: as imagens são importantes em qualquer design, mas é preciso ter cuidado para não sobrecarregar o email com elas. Imagens muito grandes e pesadas podem causar problemas de carregamento em dispositivos mais lentos, o que pode prejudicar a experiência do usuário. Se possível, use imagens menores, no tamanho necessário, para melhor performance.

- Ao criar o email, dê preferência a um tamanho de fonte suficiente para causar conforto a quem irá ler. Recomendamos o mínimo de 12pt para que a leitura seja agradável. Também não use todo o texto em letras maiúsculas, pois foge das regras de etiqueta da internet.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Como elaborar assuntos que geram aberturas

Não há nada mais importante para um Email marketing do que elaborar assuntos que façam com que seus destinatários abram suas mensagens. Se os seus emails não forem abertos, eles nunca serão lidos, o que significa que todo o seu esforço para criar uma campanha de sucesso será em vão.

Mas como elaborar assuntos que garantam aberturas? A resposta é: envolvendo os seus destinatários. Quanto mais você conseguir envolvê-los com o seu assunto, maiores serão as chances de eles abrirem o email.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Aqui estão algumas dicas para criar assuntos irresistíveis

1. Crie uma pergunta no assunto do email. As pessoas são naturalmente curiosas, então uma pergunta no título do seu email irá despertar a sua curiosidade e fazê-las querer saber a resposta. Por exemplo: “Você sabe qual é o maior erro de marketing?”

2. Use números no assunto do email. Os números chamam a atenção das pessoas e prometem informações concretas em um formato fácil de ler. Além disso, os números ajudam a transmitir a ideia de que o conteúdo é valioso e relevante para o leitor. Por exemplo: “5 maneiras simples de melhorar o seu site”.

3. Faça promessas no assunto do email. As pessoas adoram receber coisas grátis, então prometer algo gratuito no título do email irá despertar o interesse delas. Por exemplo: “Baixe agora nosso guia gratuito sobre Email Marketing”.

4. Desperte a curiosidade no assunto do email. A curiosidade é natural do ser humano e representa o desejo intrínseco de alguém por experiência e conhecimento. Usar um assunto que gere curiosidade, pode impulsionar as taxas de abertura. Por exemplo: “Você ganhou um benefício!”



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Email Marketing com campos personalizados

O Email Marketing pode ter diversos campos personalizados, no assunto e até na mensagem do corpo do texto.

A personalização mais comum, mais utilizada, é para o <nome>. Isso significa que o seu assunto pode ser algo como: Olá, João! Quer um desconto de 50% hoje?

Personalizar cria uma intimidade maior e aumenta a taxa de abertura e cliques nas campanhas de Email Marketing.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Teste A/B para Email Marketing

O Teste A/B para Email Marketing é uma estratégia importante para aumentar o ROI (Retorno Sobre Investimento). Basicamente, você está testando diferentes variações de um email para um grupo específico de pessoas, medindo o que funciona melhor e, em seguida, enviando a versão mais bem-sucedida para todos os seus contatos.

Existem muitas coisas que você pode testar em suas campanhas de Email Marketing, desde o assunto da mensagem até o layout do email. Mas antes de começar a realizar qualquer teste, é importante ter um objetivo claro em mente. Você está testando para verificar se determinada variação irá aumentar o número de pessoas que abrem seus emails? Ou talvez esteja interessado em descobrir qual versão gera mais cliques? Ter um objetivo bem definido vai permitir que você determine facilmente qual versão é melhor e como implementar as mudanças na sua campanha.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Teste A/B para Email Marketing

Uma vez que você saiba o que deseja testar, é hora de escolher quais variáveis usar. Algumas dicas:

Assunto do email: O assunto é a primeira coisa que as pessoas verão quando receberem um email da sua campanha, portanto, certifique-se de escolher algo chamativo que vai despertar o interesse do destinatário. Você também pode considerar incluir um CTA (Call to Action) no assunto da mensagem para incentivar as pessoas a abrirem o seu email.

Layout do email: O layout do seu email também é importante. Certifique-se de que as imagens estão carregando corretamente e são relevantes para o conteúdo da sua mensagem. Também é importante ter um layout organizado e fácil de ler, com textos separados em parágrafos curtos. Isso vai tornar mais fácil para as pessoas absorverem as informações contidas no seu email.

CTA: Você também pode incluir CTA, em forma de botão, no corpo do email, como no final da mensagem. Experimente diferentes posições ou textos para ver qual funciona melhor para a sua campanha.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Landing Page: 4 formas de criar

As Landing Pages (ou LPs) são uma ótima forma de conseguir leads de qualidade, escalar rapidamente o seu negócio e aumentar suas vendas. É necessário entender e conhecer as melhores formas de criar uma LP para aproveitar esses ganhos.

Existem quatro formas principais de criar uma LP:
1) Usar uma ferramenta de Email Marketing. 2) Usar uma ferramenta específica de LP. 3) Usar o Wordpress. 4) criar do zero, programando. A escolha do método dependerá do que você espera da sua página, do seu nível de conhecimento técnico e também do orçamento disponível.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Landing Page: 4 formas de criar

1) Usar uma ferramenta de Email Marketing pode ser útil se você precisar criar uma Landing Page para abrigar um formulário de inscrição. Esta opção vale mais para quem não possui nenhuma experiência com webdesign e quer aproveitar as facilidades das ferramentas de Email Marketing. Neste modelo, normalmente a customização é menor.

2) Ferramentas específicas de LP vêm equipadas com recursos úteis para tornar a criação da LP muito mais eficiente. Por exemplo, algumas ferramentas de LP permitem que você crie a LP inteiramente em seu navegador apenas arrastando elementos, o que poupa tempo e esforço. Porém, é preciso verificar se a ferramenta integra bem com sua ferramenta de envio de emails.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Landing Page: 4 formas de criar

3) Usar o Wordpress é ótimo se você quiser uma LP mais completa. Além de ter acesso a temas e plugins, você terá acesso a todas as ferramentas de SEO para garantir um bom ranqueamento. É necessário ter conhecimento de webdesign e servidor.

4) Criar do zero programando requer um maior conhecimento técnico, mas oferece maior flexibilidade e recursos extras para personalizar a LP. Utilizando HTML, CSS e Javascript, você pode criar um layout personalizado e aprimorado para a sua LP. Mas provavelmente este caminho será mais caro e demorado.

Como você pode ver, existem quatro formas principais de criar uma Landing Page com ferramentas, serviços e programação. Cada uma tem suas próprias vantagens, desvantagens e recursos. Escolha o método que melhor atenda às suas necessidades e comece a criar as suas páginas de destino.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> AUTOMAÇÃO

Email Marketing ou Automação de Marketing?

Automação de marketing é uma evolução do Email Marketing. A automação de marketing foca justamente em entender o comportamento e interesse de cada contato, lead ou cliente, e age de forma personalizada enviando comunicações que podem ser por email, sms, push etc., até o objetivo final, a conversão. Algumas ferramentas evoluíram para o modelo de CRM, fazendo a gestão completa de relacionamento com o cliente.

Atualmente, quase todas as ferramentas de Email Marketing fazem automação de marketing, do nível básico ao avançado.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

O que é uma régua de relacionamento?

Uma régua de relacionamento no contexto de Email Marketing é a melhor maneira de garantir que os destinatários da sua campanha recebam conteúdos relevantes e atualizados. Ela ajuda a fornecer uma experiência personalizada para o destinatário e oferece a oportunidade de montar relacionamentos duradouros. Em termos simples, ela consiste em definir e monitorar regras de relacionamento que especificam quando devem ser enviadas mensagens para um destinatário e quais mensagens devem ser entregues. Portanto, a régua de relacionamento é essencial para o sucesso das suas campanhas de Email Marketing. Ela pode ajudar na definição dos objetivos e estratégias de marketing, fornecendo informações sobre os melhores momentos e assuntos para se comunicar com seus destinatários. Ao usar uma régua de relacionamento, você pode desenvolver uma forte conexão pessoal com seus leads e clientes. Além disso, ela pode reduzir significativamente os custos com anúncios e aumentar a taxa de leitura e conversão das campanhas.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

> OUTROS

Como funciona o Email Retargeting?

O Email Retargeting é uma estratégia de marketing que visa alcançar clientes potenciais que já demonstraram interesse em seus produtos ou serviços. Isso é feito enviando emails personalizados para esses clientes com base nas ações que eles tomaram em seu site. Por exemplo, um visitante que navega pelas páginas da sua loja virtual, mas não converte, pode ser alvo de um Email Retargeting personalizado oferecendo um desconto para finalizar a compra.

O Email Retargeting é uma ótima maneira de capitalizar o tráfego do seu site, aumentando as chances de conversão. Ele também pode ajudar a construir relacionamentos com os clientes potenciais, enviando conteúdo relevante para eles em momentos oportunos.

Dependendo da tecnologia, o retargeting pode funcionar somente se o usuário estiver logado da loja virtual. Mas, algumas tecnologias conseguem identificar o usuário mesmo sem login, considerado um usuário "anônimo", o que aumenta ainda mais as chances de atingir o objetivo: reimpactar e reengajar.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Como medir os resultados de uma campanha de Email Marketing?

Quando se trata de medir os resultados de uma campanha de Email Marketing, existem vários fatores a serem considerados. Além do número de pessoas que receberam o email, é importante levar em conta o número de pessoas que abriram o email e o número de pessoas que clicaram nos links presentes no email. Outro fator importante a ser considerado é a taxa de conversão, ou seja, o número de pessoas que realmente tomaram a ação desejada após receber o email, por exemplo, se o objetivo da campanha era vender um produto, quantas dessas pessoas acabaram comprando o produto?

Além da própria ferramenta de envio, existem diversas ferramentas que podem ser usadas para acompanhar esses dados, como por exemplo, Google Analytics.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Email Transacional para e-commerce e outras plataformas

Qualquer site que requer um cadastro por email, normalmente envia emails transacionais automaticamente, de acompanhamento de algum processo. Porém, emails transacionais são muito usados para confirmar compras, pagamentos e envios de produto. Para criar um bom email transacional, você deve ter um bom design e uma mensagem clara. Além disso, o seu email deve ser otimizado para a entregabilidade.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Como aumentar os leads através do WhatsApp?

O WhatsApp é uma ótima ferramenta para ajudar empresas a aumentar seus leads. É uma plataforma amplamente usada no Brasil e permite que empresas estabeleçam conexões ao construir e cultivar relacionamentos com clientes em potencial. Esta é uma ótima maneira de aumentar as vendas, gerar leads e construir um relacionamento de longo prazo com seu público-alvo.

Existem várias maneiras de usar o WhatsApp para aumentar os leads para sua empresa ou negócio. Uma delas é utilizando o [Whatsapp Leads](#) em seu site, onde um simples botão abre um formulário, integrado WhatsApp com uma lista de automação de marketing. Com este recurso, os usuários que entrarem em contato não ficarão perdidos no seu celular. Além do mais, este formulário poderá ser personalizado, incluindo campos como desejar.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Marketing Automation com WhatsApp?

A forma mais fácil de construir uma ação de marketing automation com E-mail, SMS e WhatsApp é integrando ferramentas como a [Sak](#), a [Pluglead](#) e a [Notificações Inteligentes](#) com o [E-go](#). Essas integrações permitem que você automatize suas campanhas de marketing em todos os canais.

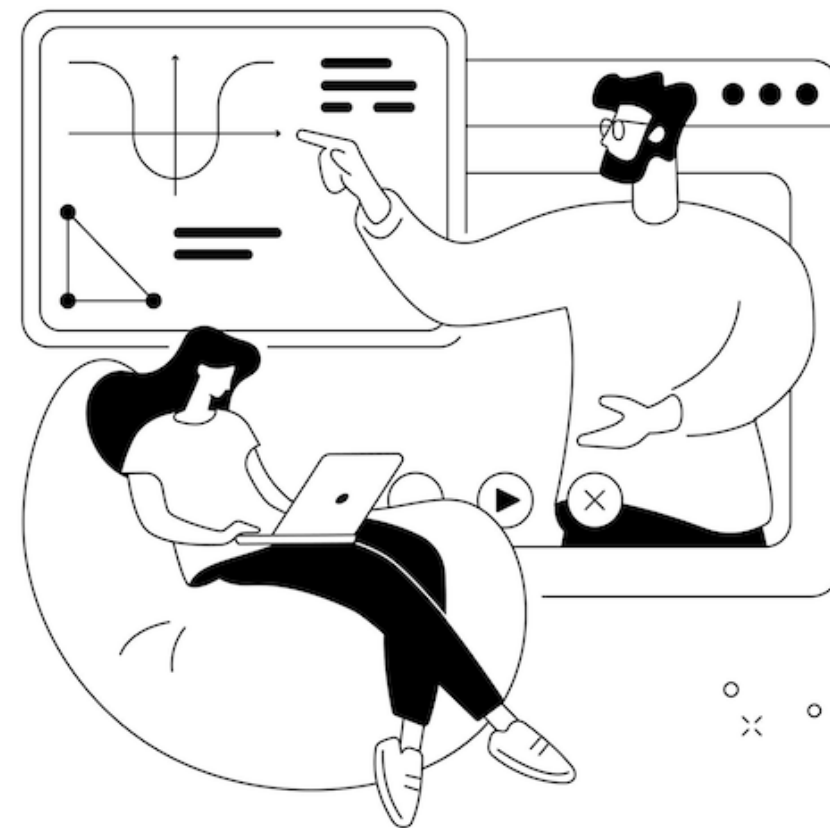


CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Email Marketing x SMS x Whatsapp

Qual a melhor maneira de se comunicar com o seu público? Com certeza, essa é uma das principais perguntas que todo empreendedor se faz. E a resposta não é tão simples assim. Depende muito do seu negócio, da sua audiência e do objetivo da sua campanha. Mas, hoje, vamos esclarecer as diferenças entre os três principais canais de comunicação: Email Marketing, SMS e WhatsApp.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

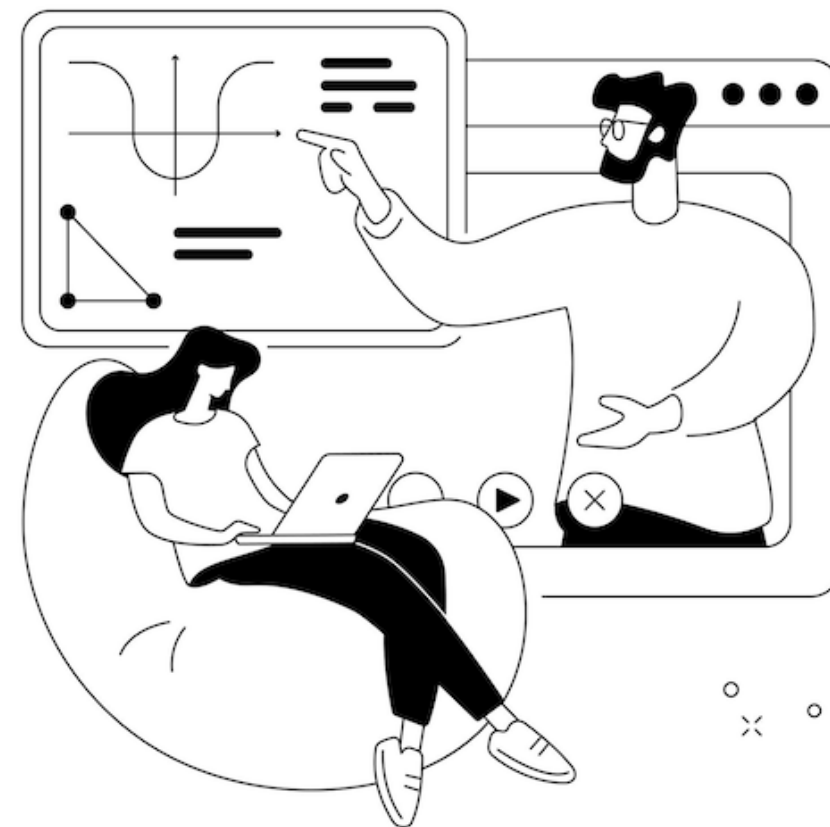
ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Email Marketing x SMS x Whatsapp

Email Marketing

Algumas características desse tipo de campanha são: personalização (é possível segmentar o público-alvo), relacionamento (é uma forma de manter o contato com os clientes), profissionalismo (gera credibilidade para a marca) e escalabilidade (pode ser facilmente adaptada para um número maior de destinatários).

Entre as principais vantagens do Email Marketing estão a facilidade de criação da campanha, o baixo custo e a alta taxa de conversão (quando bem executada). Já as principais desvantagens são o alto nível de spam, a dificuldade na segmentação do público-alvo e o baixo nível de interatividade.



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

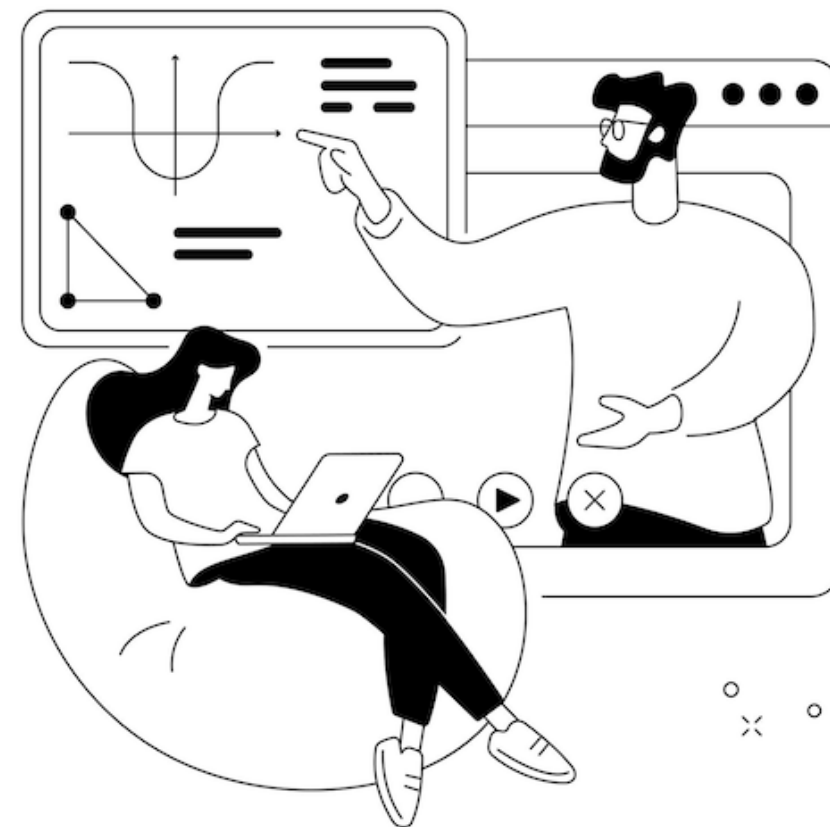
ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Email Marketing x SMS x Whatsapp

SMS Marketing

O SMS Marketing é uma estratégia similar ao Email Marketing, mas utiliza mensagens curtas via celular em vez de emails. Esse tipo de campanha tem um bom resultado, pois as pessoas costumam ler as mensagens recebidas no celular assim que elas chegam. Além disso, é uma forma rápida e direta de enviar uma mensagem para um grande número de pessoas.

As características são: personalização (possibilidade de segmentar o público), escalabilidade (fácil adaptação para um número maior destinatários) e interatividade (permite que o destinatário responda à mensagem). Já as principais vantagens são a facilidade na criação da campanha, o baixo custo relativo às outras estratégias digitais e altos índices de abertura das mensagens. As desvantagens incluem a limitação do tamanho da mensagem (160 caracteres) e possíveis bloqueios pelos prestadores de serviços.



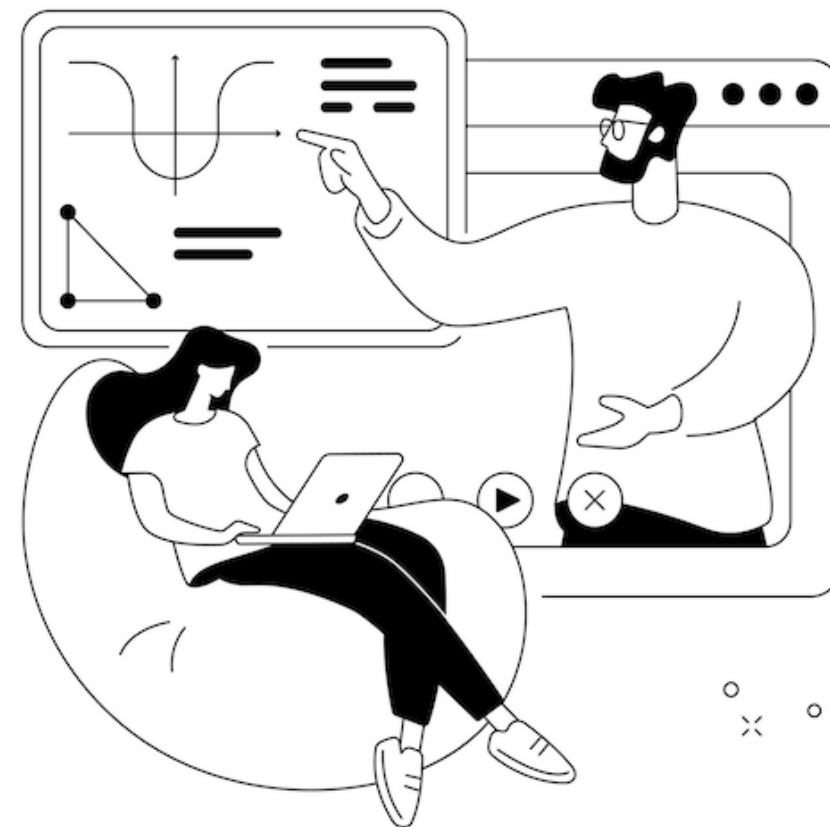
CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Email Marketing x SMS x Whatsapp

WhatsApp Marketing

O WhatsApp Marketing é uma estratégia recente que tem ganhado cada vez mais espaço entre as empresas. Ele consiste no envio massivo de textos, imagens e/ou vídeos por meio de um grupo no WhatsApp ou individualmente. Ele costuma ter um bom resultado com a taxa de abertura e visualização (já que as pessoas tendem a verificar o WhatsApp constantemente). As características são: a interatividade (permite conversas motivadas entre clientes e empresa), escalabilidade, segmentação do público e rapidez no envio das mensagens. A maior desvantagem é que no envio em massa no WhatsApp requer um chip aquecido, caso contrário o WhatsApp irá bloqueá-lo.



[CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS](#)

ab⁺ CONSULTOR
ALEX BARBOSA

Conclusão

Não importa qual seja o seu objetivo com o Email Marketing, seja aumentar as vendas, gerar mais leads ou fidelizar os clientes, o importante é saber como fazer uma campanha de Email Marketing eficiente. Com as dicas fornecidas aqui, você já está um passo à frente para ter sucesso!



CLIQUE E ABRA A SUA CONTA GRÁTIS

ab⁺

CONSULTOR
ALEX BARBOSA
www.alexbarbosa.com