

# Guia de Otimização de E-mail Marketing

Conheça as melhores práticas para aumentar as taxas de abertura e de cliques



## Índice

E-mail marketing funciona? .....	03
Termos essenciais de e-mail marketing .....	05
Parâmetros de desempenho .....	06
Melhores práticas de campanhas de e-mail .....	08
Dicas para não cair na caixa de spam .....	12
Como aumentar a taxa de abertura de e-mails .....	13
Como aumentar a taxa de cliques .....	16
Ferramentas de disparo .....	18

# E-mail marketing funciona?

---

Em média, quatro em cada cinco pessoas não abrirão seus e-mails apenas duas em cada cem<sup>1</sup> clicarão nos links das suas mensagens, em média.

Posto dessa forma, parece que e-mail marketing é uma estratégia ineficaz, não é mesmo?

Então por que 82% das empresas B2B e B2C<sup>2</sup> utilizam essa forma de comunicação com o público?

Alguns dados nos ajudam a entender:

- E-mail marketing tem um retorno sobre o investimento de 4400% ([Campaign Monitor](#));
- E-mail é 40 vezes mais efetivo para conquistar clientes do que o Facebook e o Twitter juntos ([McKinsey](#));
- Newsletters são uma parte essencial da estratégia do marketing de conteúdo para 40% dos profissionais B2B ([Content Marketing Institute](#));
- Para 59% dos profissionais de marketing, o e-mail tem o melhor retorno sobre investimento ([Emma](#));
- E-mail marketing aumenta a retenção de clientes para 80% dos negócios ([Emarsys](#)).

Apesar dos parâmetros de abertura de e-mails e de taxa de cliques parecerem baixos, uma estratégia de e-mail marketing pode ser extremamente vantajosa para sua empresa. E quando executada em conjunto com uma estratégia de marketing de conteúdo, seguindo um fluxo de nutrição que conduz o usuário pelo funil de vendas, o e-mail marketing pode trazer resultados ainda melhores.

Por isso, veremos neste e-book como otimizar o desempenho da sua comunicação de e-mail marketing, abordando os seguintes assuntos:



**Melhores práticas** para elaborar mensagens;



**Melhores horários** para disparar e-mails;



Como escrever **títulos arrebatadores**;



Ferramentas para **automatizar** esse o envio de e-mails.



Dicas para **evitar a caixa de spam**;

Confira tudo isso e muito mais nas próximas páginas.

## Termos essenciais de e-mail marketing

---

E-mail marketing	Newsletter	Fluxo de nutrição
Tipo de marketing baseado no envio de mensagens de cunho informativo e/ou comercial a uma base de contatos da empresa	É um e-mail de caráter mais informativo, enviado de forma recorrente, e não precisa focar em uma oferta específica	É a prática de “alimentar” sua base de contatos com informações relevantes para ajudar na decisão de compra
Lead	Taxa de abertura	Taxa de clique
É como pode ser chamado o contato em sua base de e-mails	Métrica calculada a partir do total de pessoas que receberam sua mensagem pelo número delas que a abriu de fato	Também conhecida como click-through rate (CTR), esta métrica é o percentual de pessoas que clicaram em algum link do e-mail pelo total de aberturas

**Quer saber mais?**

[Confira nosso glossário Tudo sobre Marketing: 127 termos essenciais com definições.](#)

# Parâmetros de desempenho

---

Conhecer os parâmetros de envio de e-mail marketing é fundamental para avaliar seu desempenho com essa estratégia.

Valendo-se de uma base de bilhões de disparos mensais, a Mailchimp compilou alguns dados que podem ajudar sua equipe nessa avaliação. Destacamos aqui três métricas principais: taxa de abertura, taxa de clique e percentual de cancelamentos.

Em pequena medida, alguns cancelamentos são esperados para refinar sua base de contatos e não prejudicar os dois outros índices. Acima dessa média, no entanto, é preciso rever alguma parte da sua estratégia que esteja prejudicando seu desempenho.

## Parâmetros médios por setor

Setor	Taxa de abertura	Taxa de clique	Taxa de cancelamento
Média dos setores	20,81%	2,43%	0,23%
Agências e serviços criativos	21,59%	2,51%	0,37%
Agricultura e serviços alimentícios	23,12%	2,69%	0,29%
Arquitetura e construção	23,13%	2,55%	0,35%
Beleza e cuidados pessoais	17,01%	1,76%	0,31%
Casa e jardim	22,21%	3,02%	0,36%
Computadores e eletrônicos	19,39%	1,98%	0,29%
Construção	21,01%	2,03%	0,40%
Consultoria	18,96%	2,15%	0,28%
E-commerce	15,66%	2,07%	0,24%
Educação e treinamento	21,80%	2,48%	0,20%
Entretenimento e eventos	20,41%	2,19%	0,28%
Esportes	23,77%	2,88%	0,28%
Farmácia	18,95%	2,39%	0,20%
Imobiliárias	19,67%	1,80%	0,29%
Manufatura	20,51%	2,18%	0,35%
Marketing e publicidade	16,48%	1,74%	0,26%
Mídia e publicações	21,92%	4,55%	0,12%

Setor	Taxa de abertura	Taxa de clique	Taxa de cancelamento
Música e músicos	21,80%	2,68%	0,28%
Negócios e finanças	20,47%	2,59%	0,21%
Recrutamento e seleção	19,33%	1,81%	0,28%
Relações públicas	20,21%	1,63%	0,19%
Restaurante	20,26%	1,06%	0,28%
Saúde e fitness	20,06%	2,18%	0,37%
Seguros	20,99%	2,09%	0,25%
Serviços jurídicos	21,14%	2,71%	0,22%
Serviços médicos e planos de saúde	21,09%	2,25%	0,29%
Serviços profissionais	20,77%	2,39%	0,30%
Software e aplicativos	19,81%	2,05%	0,35%
Telecomunicação	20,27%	2,20%	0,24%
Varejo	19,36%	2,24%	0,27%
Viagem e transporte	20,03%	2,00%	0,24%

Fonte: [Email Marketing Benchmarks](#), de Mailchimp.

# Melhores práticas de campanhas de e-mail marketing

---

Para garantir um bom desempenho em suas campanhas de e-mail marketing, é preciso ter muito mais que um assunto instigante ou uma oferta imperdível. É necessário utilizar boas práticas que assegurem que suas mensagens não caiam na caixa de spam e nem sejam marcadas como tal pelos leads.

Além disso, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e a General Data Protection Regulation (GDPR) entraram em vigor impondo diversas normas a respeito dos limites da comunicação das empresas. A mais importante delas é que seu negócio não pode mais enviar e-mails comerciais sem o expresso consentimento da pessoa que os receberá.

Portanto, siga estes passos em suas campanhas de e-mail marketing.

## 1. COMPLIANCE



Solicite a autorização para envio de e-mails informativos e comerciais em seus formulários de cadastro, como páginas de contato, de download de materiais ricos etc. As multas por infração à LGPD podem chegar a 2% do faturamento da empresa ou até 50 milhões de reais.

## 2. SEGMENTAÇÃO



Segmente as listas de contato para direcionar novidades sobre sua empresa e ofertas de produtos ou serviços às pessoas mais interessadas. Empresas que adotam essa prática têm um aumento de retorno de até 760%, segundo a Campaign Monitor.

## 3. PERSONIFICAÇÃO



Quando aplicável, prefira enviar e-mails de endereços pessoais. Além de serem menos propensos a cair na caixa de spam que um endereço como “comercial@marca.com”, criam um relacionamento mais próximo com o lead.

#### 4. AUTOMATIZAÇÃO



Use ferramentas digitais para programar o disparo de e-mails desde que o contato fornece os dados dele para comunicação. Essa automação aumenta, em média, a taxa de abertura em 70,5% e o CTR em 152%, de acordo com Epsilon Email Institute.

#### 5. ACESSIBILIDADE



O acesso por dispositivos móveis já corresponde a 49% de todas as aberturas de e-mails, revela a eMailmonday. Portanto, é preciso fornecer uma experiência agradável de leitura em qualquer que seja o formato da tela.

#### 6. VERIFICAÇÃO



Antes de clicar em “enviar” para sua base de contatos, faça um teste interno para saber como o e-mail será visualizado e se o assunto não aparece cortado. Dica: no iPhone, apenas os 30 primeiros caracteres do assunto ficam à mostra, então enxugue ao máximo esse texto.

## 7. ATUALIZAÇÃO



Limpe os contatos inativos por longos períodos. Por exemplo, após três meses sem um lead abrir seus e-mails, sua empresa pode enviar uma mensagem tentando reengajá-lo e avisando que cessará o disparo após isso. É uma forma indireta de melhorar sua taxa de abertura.

## 8. RELEVÂNCIA



Envie apenas mensagens que sejam importantes ou vantajosas para o conhecimento do lead, ou ele cancelará a inscrição da sua lista ou marcará sua mensagem como spam. Segundo a [DMA](#), a maioria das empresas B2C enviam de 2 a 5 e-mails por mês, enquanto as B2B enviam de 1 a 5. Sua marca pode ir além dessa média, desde que mantenha a relevância de conteúdo.

## 9. PROGRAMAÇÃO



Realize testes também no sentido de avaliar os momentos mais adequados para disparo das mensagens. De um modo geral, um [relatório](#) da CoSchedule com base em 14 pesquisas diferentes aponta que os melhores dias e horários\* para envio de e-mail marketing são os seguintes:



\* Outros períodos da semana e do dia podem ter mais resultado no seu caso, por isso é importante testar a resposta da sua audiência.

## Dicas para não cair na caixa de spam

Veja o que fazer e o que evitar na hora de disparar seus e-mails.

- ✘ Evite utilizar no assunto de e-mail a palavra “grátis”.
- ✘ Não use mais do que três links por mensagem.
- ✘ Nunca compre listas de contatos.
- ✘ Não envie anexos sem ter contato prévio com o destinatário.
- ✘ Não faça falsas promessas no assunto da mensagem.
- ✘ Não repasse conteúdos que não sejam relevantes para o usuário.

- ✔ Prefira enviar e-mails de um endereço pessoal.
- ✔ Escolha um serviço de e-mail conhecido e confiável.
- ✔ Remova os contatos inativos e envios não entregues.
- ✔ Textos simples funcionam melhor que imagens.
- ✔ Solicite uma dupla confirmação de inscrição por e-mail.
- ✔ Ofereça ao lead o controle sobre a frequência de recebimentos.

## Como aumentar a taxa de abertura de e-mails

---

Agora que você já sabe como passar com segurança pelos filtros de spam e seus e-mails estarão à vista do usuário, surge um desafio ainda maior: fazer a pessoa abrir a mensagem. O caminho para uma maior taxa de abertura passa, então, pelo assunto do e-mail. Primeiro, por meio de dados, vamos analisar quais são as melhores práticas para destacar sua marca na caixa de entrada.

### Segundo as pesquisas:

Assuntos personalizados aumentam em 26% a taxa de abertura. ( <a href="#">Campaign Monitor</a> )	Assuntos com o nome do lead podem aumentar a abertura em até 18,3%. ( <a href="#">SuperOffice</a> )	Assuntos com emoji têm desempenho 56% melhor que apenas em texto. ( <a href="#">Experian</a> )
---	--	---

# Como escrever assuntos irresistíveis

---

A partir disso, já temos três boas práticas para aumentar a taxa de abertura de e-mails. Vejamos quais outras devem ser utilizadas para ter bons resultados em suas campanhas, com exemplos do artigo "[Crie assuntos de e-mail irresistíveis](#)" do portal Negócios SC.

1

## Seja específico

Ex.: Oportunidade exclusiva para Santa Catarina

2

## Use o nome da pessoa

Ex.: Julia, aproveite seu cupom de aniversário!

3

## Aposte em emojis

Ex.: Pare 🙅 Vai perder esta economia?

4

## Ofereça algo

Ex.: Presente: E-book exclusivo para nossos leitores

5

## Use números e listas

Ex.: Não lance uma marca sem seguir estas 5 etapas

6

## Tenha urgência

Ex.: Última chance! ⚠️  
Apenas 10 vagas disponíveis

7

### **Incite o medo de perder**

Ex.: Faça antes que seus concorrentes descubram

8

### **Entenda a dificuldade**

Ex.: Está difícil atrair leads com marketing digital?

9

### **Brinque com a curiosidade**

Ex.: Ninguém gosta quando isso acontece... Veja a solução

10

### **Surpreenda**

Ex.: Até minha avó concorda!

11

### **Faça uma pergunta**

Ex.: Buscando as melhores ofertas de Black Friday?

12

### **Use verbos de ação**

Ex.: Saiba como aumentar o fluxo no PDV em 12 passos

**Dica bônus:** você pode misturar elementos de atração para agregar apelos ao assunto do e-mail. Para saber quais técnicas funcionam melhor com seu público, separe as suas listas de contato e envie assuntos diferentes para cada uma. Depois de repetir algumas vezes esse teste, poderá estabelecer um padrão para escrita de e-mails otimizados.

# Como aumentar a taxa de cliques

---

O próximo passo, depois da abertura do e-mail, é levar o lead a clicar na oferta que você oferece no corpo da mensagem. Ela pode ser um conteúdo informativo, o acesso a uma landing page para baixar um material rico, uma página do seu comércio virtual, um link para suas redes sociais, entre outras possibilidades.

Então, o que dizem os dados sobre como melhorar a taxa de cliques (CTR)?

## Segundo as pesquisas

Incluir vídeos no e-mail pode aumentar o CTR em 300%. ( <a href="#">Martech Advisor</a> )	Campanhas personalizadas aumentam o CTR em 14%. ( <a href="#">Demand Gen Report</a> )	Quanto mais imagens no e-mail, menor o CTR. ( <a href="#">HubSpot</a> )
Um botão de chamada para ação, em vez de texto simples, pode aumentar o CTR em 28%. ( <a href="#">Campaign Monitor</a> )	Adicionar botões de compartilhamento nas redes sociais pode aumentar o CTR em 128%. ( <a href="#">Disruptive Advertising</a> )	E-mails visualizados apenas em texto têm maior CTR que e-mails só em imagem ou em HTML. ( <a href="#">HubSpot</a> )
E-mails entre 50 e 125 palavras têm a melhor resposta dos usuários. Idealmente, a mensagem deve ficar abaixo das 200 palavras, mas é preciso testar caso a caso, assim como a frequência de envios. ( <a href="#">Boomerang, Constant Contact</a> )		

## Temas favoritos do público B2C

---

Cada segmento de atuação abordará seus próprios conteúdos, é claro. Mas ao direcionar seus e-mails para o consumidor final, existem alguns temas que chamam mais a atenção desse público, de acordo com a pesquisa [Retail Email Benchmark Report](#) da Bluecore.

Sua empresa já envia algum desses tipos de mensagem?

### CTR por tema de e-mail:

- Queda de preço: 8,8%
- Abandono de carrinho: 8,39%
- De volta em estoque: 6,95%
- Abandono de produto: 6,46%
- Lista de desejos: 6,46%
- Últimas unidades: 6,41%
- Abandono de busca: 5,14%
- Pós-compra: 4,7%
- Boas-vindas: 4,61%
- Novos produtos: 4,04%
- Mais vendidos: 2,56%

# Ferramentas de disparo

---

Uma boa estratégia de e-mail marketing não seria possível sem o uso de ferramentas para programar, automatizar, gerenciar e monitorar suas campanhas. Confira então algumas sugestões para ajudar sua empresa nessas tarefas.

- **RD Station Marketing:** além de outras funções de marketing, por meio desta ferramenta nacional é possível programar fluxos de nutrição de e-mails, agendar campanhas e acompanhar o desempenho das suas ações.
- **Mailchimp:** é a plataforma de referência em e-mail marketing, com 11 milhões de clientes pelo mundo. Oferece um plano grátis para até 2 mil contatos e algumas funções básicas, como disparos automáticos de boas-vindas.
- **Constant Contact:** é uma boa opção para pequenos negócios, com um período de teste gratuito de 60 dias. Assim como as demais ferramentas, traz a possibilidade de realização de testes A/B e integração com demais serviços digitais.
- **SendInBlue:** outra plataforma que oferece um plano gratuito, embora limitado em suas funções, e ainda permite o gerenciamento de campanhas de SMS.
- Outras ferramentas do gênero para conhecer são: **Drip, GetResponse, ConvertKit, e SendPulse.**

## Quer saber mais?

Descubra como facilitar seu dia a dia com nosso guia de [Ferramentas de Marketing, Vendas e Gestão](#) com dicas grátis.

**A informação que  
impulsiona sua marca.**

[www.negociossc.com.br](http://www.negociossc.com.br)

