

Juliana Padron

Email marketing do zero à caixa de entrada

1a Edição (2020) - São Paulo

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Padron, Juliana

E-mail marketing [livro eletrônico] : do zero à caixa de entrada / Juliana Padron. -- 1. ed. -- São Paulo :
Juliana Padron, 2020.

PDF

ISBN 978-65-00-10359-5

1. Correio eletrônico 2. Internet (Marketing) 3. Marketing digital I. Título.

Índices para catálogo sistemático:

1. Correio eletrônico : Comunicação por computador :
Ciência da computação 004.692

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

Sumário

Apresentação **6**

O que é email marketing?	7
Por que enviar email marketing?	7
Quem pode enviar email marketing?	13
Para quem enviar o email marketing?	14
Quanto custa enviar email marketing?	15
O que você pode fazer com o email marketing?	19
O que você pode descobrir pelo email marketing.....	21
Que tipos de email marketing enviar?	24
Conhecendo o ambiente de email	50

Boas Práticas **54**

Definição	54
Permissão	56
Relevância	69
Consistência	74
Autenticação	77
Responsividade	77

Planejamento da Ação **81**

Por que planejar o email marketing é importante?	81
Defina seus objetivos de comunicação	84
Passo-a-passo do email marketing	93
Organizando a agenda de email marketing	110

Definição do Público-alvo **112**

O sucesso de sua ação começa por aqui	112
Como construir ou aumentar seu mailing	113

Organizando o mailing para usar personalização no email marketing	127
Utilizando a segmentação para enviar ações mais assertivas	129
Mantendo o mailing saudável com higienização	132
Listas de terceiros.....	136
Criação da mensagem	143
<hr/>	
Introdução.....	143
O que é um template de email marketing?.....	144
Tipos de templates de email marketing.....	146
Email marketing em texto puro.....	147
Email marketing em HTML apenas com imagens	149
Email marketing em HTML com textos	158
Boas práticas de redação para email marketing	160
Boas práticas de design para email marketing	167
Boas práticas de HTML para email marketing	181
Introdução ao email marketing responsivo.....	213
Envio e entrega do email marketing	221
<hr/>	
Autenticação e identificação do remetente	221
Reputação	225
Blacklists.....	234
Assunto	236
Dados de remetente	243
Plataforma de envios	257
Melhor dia e horário.....	264
Testes.....	268
Resultados do email marketing	292
<hr/>	
Como mensurar o sucesso de uma ação de email marketing	292
Entendendo os números dos relatórios das plataformas de envio	295
Planejando ações futuras com base nos resultados de agora.....	315
Apêndices	316
<hr/>	
Exercício prático	316

Checklist de email marketing.....	320
120 Expressões suspeitas de spam	328
Sobre a autora	329
<hr/>	
Agradecimentos	331
<hr/>	
Mais informações	332

Apresentação

Olá! :)

Se você chegou até este livro, é porque quer começar a trabalhar com email marketing da maneira correta, ou já trabalha e quer otimizar os seus processos, ou apenas gostaria de folheá-lo para encontrar algumas ideias e solução de dúvidas que possam lhe ajudar em seu trabalho.

Este conteúdo é destinado a profissionais iniciantes e intermediários em email marketing, designers, webdesigners, proprietários de micro e pequenas empresas, profissionais de marketing e comunicação, estudantes e entusiastas do email marketing.

Quem está começando vai aprender tudo o que precisa para colocar seus planos em prática, e quem já tem uma certa experiência com esta comunicação terá a oportunidade de revisar suas campanhas, aplicando os “pequenos grandes truques” que apresentamos e, posteriormente, observar a melhora de suas ações.

Você pode começar a ler este material desde o início, como um livro de ficção, ou usá-lo para consulta, indo direto ao capítulo e ao ponto que lhe interessa, mas posso lhe garantir que, se você fizer a leitura completa, do começo ao fim, absorverá melhor o conteúdo e terá mais segurança para começar a gerenciar campanhas de email marketing!

Criei este conteúdo para tentar desmitificar o email marketing e provar que ele é, sim, uma ferramenta que reúne muitos benefícios, que pode ir muito além dos formatos tradicionais que conhecemos, só dependendo da criatividade dos remetentes.

Você vai conhecer as melhores práticas éticas para trabalhar com o email marketing, respeitando sempre os destinatários, as limitações dos programas de email e como lidar com elas, como construir templates otimizados para práticas antispam e para a visualização em diversos programas de email, e também vai aprender a interpretar os resultados de cada ação, compreendendo os números que a plataforma de envio fornece e aprendendo a calculá-los por conta própria.

Então, vamos lá?

Sobre a autora

Meu nome é Juliana Padron e nasci dia 02 de setembro de 1981. Sempre gostei de escrever, mas nunca achei que um dia pudesse fazer com que isso fosse parte da minha vida profissional.

Quando adolescente, tive muitas agendas que funcionavam como diários - jovens, o bullet journal é mais antigo do que pensam! - e às quais eu dedicava boa parte das horas do meu dia. Tive um fã clube do Green Day que chamava-se Born in a Green Day - será que você fez parte dele? Eu amaria saber!

Gostava muito de produzir os zines que, a princípio, eram artesanais, mas que quando eu pude ter um computador em casa, veio o PageMaker e tudo mudou. Transporteiei para os zines o prazer que tinha na criação de páginas e layouts das minhas agendas.

Nessa época, eu estava no ensino médio e acho que foi por causa dessas "artes" gráficas que eu escolhi cursar a faculdade de Desenho Industrial, que fiz no Mackenzie. No início da faculdade, meu pai precisava de um site para a empresa dele e não podia pagar um profissional para fazê-lo, então eu aprendi HTML e criei um, muito básico (e, claro, muito feio).

Em Desenho Industrial, me especializei em design de produto e, por uns anos, trabalhei com design de embalagens na Nadir Figueiredo e na agência Projeto Integrado. Ambos foram ótimos trabalhos, com colegas de trabalho incríveis, mas em determinado momento eu não tinha mais amor por ter cola e cortes nos dedos todos os dias por causa da montagem dos mockups de embalagens.

Foi quando decidi dar mais atenção à área de webdesign, porque não me saía da cabeça o quanto foi legal fazer aquele site em HTML. Fiz alguns cursos, saí da agência e fui para a Plugweb, um provedor de hospedagem, onde eu sabia que aprenderia mais - o que realmente aconteceu. Aí eu tive meu primeiro contato com email marketing - estávamos em 2006.

Um cliente da empresa queria fazer um email marketing e fui encarregada de pesquisar como isso funcionava. A grande maioria dos materiais de referência que encontrei na web eram de fora do Brasil e, como todos os jogos de RPG de vídeo

games que joguei na adolescência me ajudaram a aprender melhor inglês, eu não tinha problemas para traduzir os whitepapers estrangeiros que encontrava sobre email marketing. Foi quando percebi que eu poderia ter um blog para falar disso por aqui, então comecei um.

Meu blog não tinha muitas visitas, mas uma delas foi fundamental para o ponto de virada da minha vida profissional. Nessa época, existia uma plataforma de envios de email marketing chamada Virtual Target, desenvolvida pela Virid, e uma pessoa dessa empresa - a Karen Vedoveli ou a Veruska Reina, me perdoem por não lembrar exatamente quem foi - encontrou meu blog e me chamou para uma entrevista de trabalho. Fui, passei, aceitei e amei.

Na Virid, pude trabalhar exclusivamente com email marketing e aprender muito mais sobre as questões de entrega, data intelligence, marketing de permissão e, claro, sobre templates, que foi a minha principal paixão e especialização - talvez por me remeter aos layouts das minhas agendas e zines. Passei a produzir conteúdos sobre email marketing para o site da Virtual Target, que tornou-se uma das maiores plataformas de envios do Brasil.

Depois de quase três anos de Virid / Virtual Target, decidi que era hora de partir. Foi quando nasceu a Templateria, em sociedade com o Pedro, meu irmão mais novo.

Pela Templateria, além dos trabalhos como agência de email marketing, ministrei palestras, cursos presenciais e online para a Internet Innovation, iMasters e empresas dos mais diversos segmentos e portes. Hoje, temos também o Zenmail, que é a nossa plataforma de envios, e o Portal Email Marketing, onde continuarei escrevendo sobre email marketing.

Na vida pessoal, ainda ouço Green Day, Marilyn Manson, jogo video game e escrevo na minha agenda - apesar que agora eu passo mais tempo do que gostaria escrevendo listas de mercado.

Vivem comigo 3 gatos - a Filó, o Fabrício e a Pequena - e o Gil, meu companheiro de vida.

Mais informações

Juliana Padron é designer e sócia-fundadora da Templateria®, do Zenmail® e do Portal EMKT. Conheça:

	<p>A Templateria® é uma agência full service de email marketing estabelecida na cidade de São Paulo. Atendemos clientes do Brasil e do mundo na criação de templates de email marketing responsivos, desenvolvimento de HTML, planejamento de campanhas, envios e treinamentos.</p> <p>https://www.templateria.com.br</p>
	<p>O Zenmail é uma plataforma de envios de email marketing self service, em que qualquer pessoa pode criar sua conta online e começar a enviar suas campanhas. Conte com mais de 50 templates de email marketing responsivos prontos para você apenas personalizar com seu próprio conteúdo e enviar para seu mailing.</p> <p>https://www.zenmail.com.br</p>
	<p>O Portal EMKT é onde eu publico, periodicamente, conteúdos sobre email marketing. São tutoriais, artigos, pesquisas e estudos completos sobre temas específicos da web aplicados ao email marketing, tais como acessibilidade, animações, design responsivo e muitos outros. Inscreva-se no portal e receba as atualizações em seu email!</p> <p>https://www.emailmarketing.com.br</p>