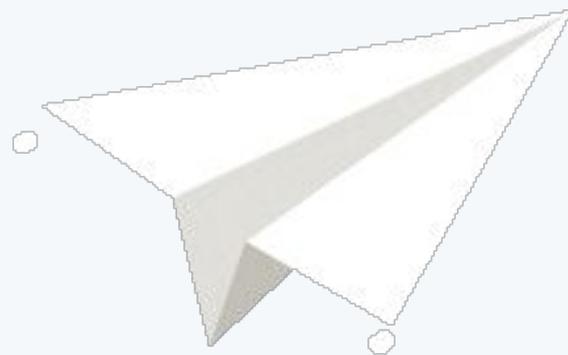


---

# E-mail marketing:

O objetivo deste curso é fornecer uma compreensão abrangente do e-mail marketing e como utilizá-lo de forma eficaz para impulsionar os resultados de negócios.

por Henrique Tavares - Head de Parcerias da E-goi



---

# Avisos

- Nossa formação tem a **duração de 4h**;
- Teremos **duas atividades** de revisão;
- Teremos **duas pausas** de 10 minutos;
- Perguntas podem ser feitas a **qualquer momento**;
- Deixar a **câmera aberta** (se possível);
- A apresentação será **disponibilizada** posteriormente;
- Quanto mais **interação**, melhor :)

# O que vamos falar hoje?

- **Construção de Lista de Contatos** (18:30 às 20:00h)
- **Criação de Campanhas de E-mail** (20:10 às 21:40h)
- **Introdução a Automação de E-mails** (21:50 às 22:10)
- **Estratégias Avançadas de E-mail Marketing** (22:10 às 22:30)

---

**A melhor maneira de  
iniciar é parar de falar e  
começar a fazer!**

**#vamosnessa**

---

# Construção da Lista de Contatos

# Construção da Lista de Contatos

---

- Estratégias para construir uma lista de e-mails qualificada
- Melhores práticas para captação de leads
- Segmentação de público-alvo e personalização de conteúdo
- Consentimento e conformidade com as leis de privacidade de dados

## Estratégias para construir uma lista de e-mails qualificada



### **O quê?**

Definir qual o objetivo dessa ação

### **Quem?**

Definir as personas

### **Como?**

Listar as dores e necessidades

### **Onde?**

Descobrir onde está o público alvo

Melhores práticas para captação de leads

## Oferecer um incentivo

E-book, rich paper, live, webinar, vouchers, ferramentas...

## Formulários de inscrição

Landing pages, newsletter, pop-up forms ...

## Redes sociais

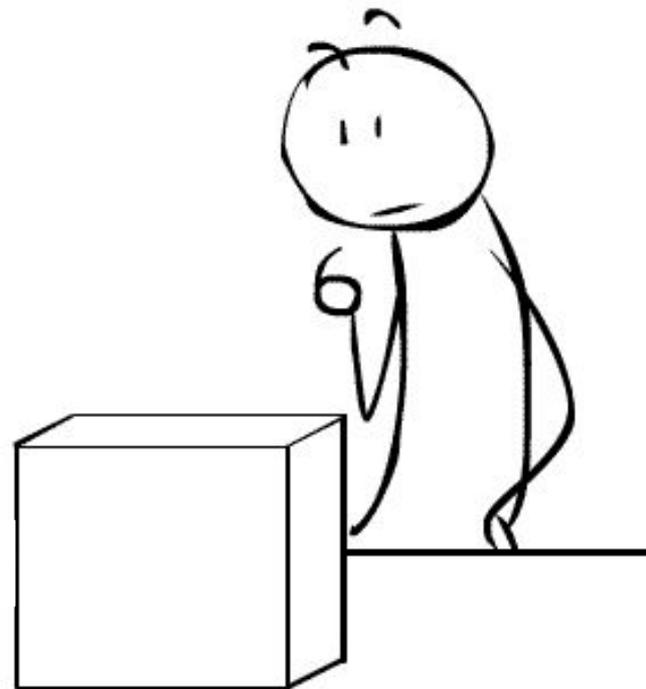
Link da bio, direct, lead ads...

## Parcerias e co-marketing

Ações online e offline

## Consentimento

Se coloque no lugar do seu cliente



---

Se você conhece o inimigo e conhece a si mesmo, não precisa temer o resultado de cem batalhas.

Se você se conhece mas não conhece o inimigo, para cada vitória ganha sofrerá também uma derrota.

Se você não conhece nem o inimigo nem a si mesmo, perderá todas as batalhas...

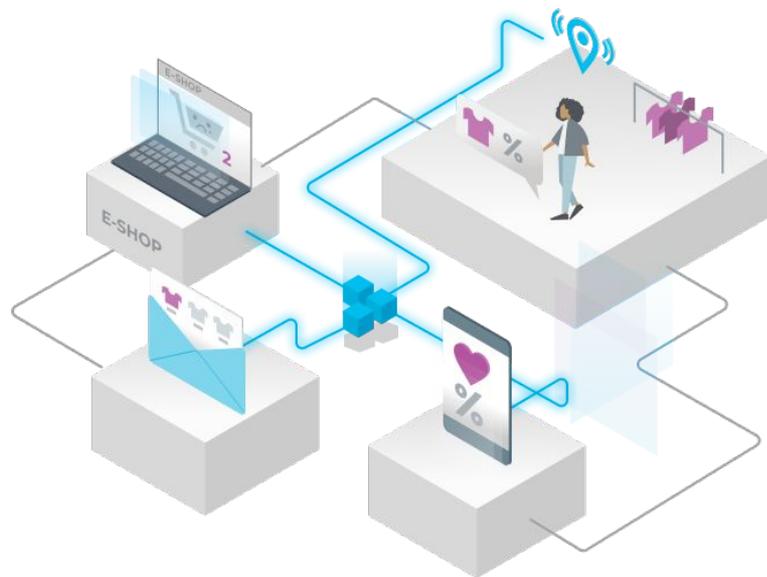
# Segmentação de público-alvo e personalização de conteúdo

- **Segmentação por dados**

Cidade, região, género, idade, frequência de envio, data de compra, data de aniversário, categoria de produtos comprados, quantidade de pedidos efetuados, etc.

- **Segmentação por comportamento**

Quem abre mais ou nunca abriu os emails, quem mais clica nos botões que direcionam o utilizador para uma outra página, dentre outros critérios.



## Segmentação de público-alvo e personalização de conteúdo

Nome da agência \*

Website da agência \*

Nome do responsável \*

Email do responsável \*

Portugal (+351) ▼ Telemóvel do responsável \*

**REALIZAR INSCRIÇÃO**

Aceito a [Política de Privacidade](#) \*

### Passo 01

Estamos comprometidos com a sua privacidade. Ao preencher este formulário, concorda em receber comunicações da E-goi e dos parceiros promotores deste conteúdo. Poderá editar a sua subscrição sempre que quiser. Para mais informações consulte a nossa [Política de Privacidade](#).



# Segmentação de público-alvo e personalização de conteúdo

**Para melhorar a sua experiência connosco, precisamos de conhecer um pouco mais da teste!**

Número de Funcionários \*

Tempo de operação \*

Cargo \*

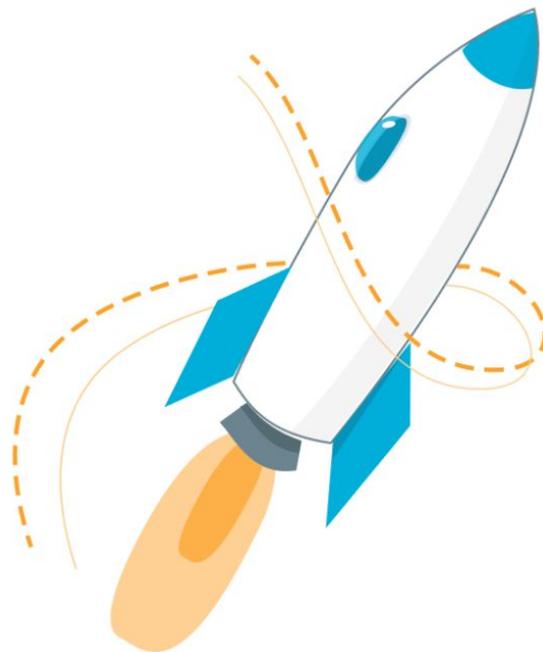
Idiomas \*

Aceito a Política de Privacidade \*

Quero ser parceiro e iniciar a certificação

Estamos comprometidos com a sua privacidade. Ao preencher este formulário, concorda em receber comunicações da E-goi. Poderá editar a sua subscrição sempre que quiser. Para mais informações consulte a nossa [Política de Privacidade](#).

## Passo 02



## Segmentação de público-alvo e personalização de conteúdo

### Tags

Segmentação fixa

### Segmentos

Segmentação dinâmica

### Campos únicos

NIF, TLM, e-mail

### Campos extras

Registo das características

### Objetivos

Tracking comportamental



Segmentação de público-alvo e **personalização de conteúdo**

## O que é possível personalizar



- Remetente
- Assunto / Snippet
- Copy / Conteúdo
- Fotos / Layout
- Botões / CTAs
- Canal / Fluxo



## IMPORTANTE

---

- Nunca comprar listas de e-mail;
- Sempre ter o consentimento na captação e uso de dados pessoais;
- Elaborar uma política de privacidade clara e abrangente;



# Vamos revisar?

- 5 questões de múltipla escolha
- Apenas uma questão é correta
- **Não avançar** para a próxima secção

## Formação de E-mail marketing



### Construção de Lista de Contatos

Qual é uma das melhores práticas para captação de leads no e-mail marketing?

- Enviar e-mails não solicitados em massa
- Comprar listas de e-mails de terceiros
- Oferecer um incentivo valioso em troca do endereço de e-mail
- Enviar e-mails promocionais sem consentimento

O que significa segmentar a lista de contatos no e-mail marketing?

- Dividir a lista de contatos em grupos com base no nome e sobrenome
- Enviar o mesmo e-mail para todos os contatos da lista
- Personalizar o conteúdo do e-mail com base nas preferências e características do público-alvo
- Excluir contatos inativos da lista

Por que é importante obter o consentimento dos usuários ao captar seus endereços de e-mail?



COFFEE TIME

**10:00**

Teacher-Grace

---

# Criação de Campanhas de E-mail

# Criação de Campanhas de E-mail

- Elementos-chave de um e-mail eficaz
- Estratégias para aumentar a taxa de abertura e cliques
- Personalização do conteúdo
- Testes A/B e otimização de campanhas
- Métricas de análise de campanhas de e-mail
- Boas práticas de envio

# Elementos-chave de um e-mail eficaz

---

- Estrutura de um e-mail: cabeçalho, corpo e rodapé.
- Design responsivo para garantir a compatibilidade com diferentes dispositivos.
- Uso adequado de cores, imagens e tipografia para criar uma aparência atraente.
- Uso de call-to-action (CTA) claro e direcionado.
- Conexão com o público alvo.





BRAND NEW  
Specialty Coffee



By roasting lighter than many in the past have dared, the **Authentic Coffee** were able to unlock and bring out tasting notes of brown sugar, with a dark chocolate & nutty finish. A new coffee experience you don't want to miss!

Get the freshest, best-tasting cup of organically grown, sustainably-farmed coffee, shipped right to your doorstep.

SHOP NOW



# BLACK FRIDAY



**-60%**  
EM CENTENAS DE PRODUTOS

APROVEITAR!

OFERTAS ESPECIAIS DE BLACK FRIDAY

Item 1	Item 2	Item 3
€55.71 / €71.31	€55.71 / €71.31	€55.71 / €71.31
COMPRAR	COMPRAR	COMPRAR
Item 4	Item 5	Item 6
€55.71 / €71.31	€55.71 / €71.31	€55.71 / €71.31
COMPRAR	COMPRAR	COMPRAR



With the freshest  
Ingredients

Our History



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Tempora incididunt ut dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Our Restaurants



Bournehail | Durnardbar | Nettehad  
Contacto | Contacto | Contacto

Best Sellers

<b>Fruit Salad</b> Banana   Carambola   Pera   Maça	
€15	
<b>Goodness Bowl</b> Branco   Orange   Apple   Peach   Sementes	
€15	
<b>Veggie Mix</b> Maça   Carambola   Ananás   Laranja	
€15	

Explore Menu



For a good meal

Book online

# Estratégias para aumentar a taxa de abertura e cliques

---

- Criação de linhas de assunto atrativas e persuasivas.
- Utilização de pré-headers/snippet para complementar a linha de assunto.
- Personalização do conteúdo com base nas preferências e histórico do destinatário.
- Uso de palavras-chave e gatilhos emocionais para despertar o interesse.
- Evitar termos que possam parecer spam ou enganosos.



## Poupe tempo. Consiga Leads.

1 mensagem

**Michael Peters** [mpeters@gmail.com](mailto:mpeters@gmail.com)

para mim

Olá Estefany,

← **ATENÇÃO**

Nós sabemos que não é fácil encontrar leads relevantes.

← **INTERESSE**

Manter-se à frente da concorrência é essencial, principalmente nos serviços de restauração. O tempo deve ser usado diariamente para garantir que você está tomando as decisões corretas e se mantendo no topo da competição.

← **DESEJO**

Eficiente. Seguro. Confiável. Essas são apenas algumas das características que você pode tomar sem precisar passar horas buscando por leads. A solução para o alcance frio que você estava procurando.

Nos deixe ajudá-lo a voltar ao ritmo. Seu tempo e esforço merecem ser combinados com a agilidade do Snovio. [Teste agora gratuitamente.](#)

← **AÇÃO**

# Tipos de assuntos atrativos e persuasivos.

---

1. Como se manter atualizado no marketing digital ...
2. Algo GRANDE está chegando
3. Regras de marketing durante uma crise
4. 80% de desconto em 3... 2... 1...
5. Tchau?
6. Obtenha a certificação em marketing de conteúdo por XXX euros?
7. ENCERRAMENTO em 3... 2... 1...?
8. Chance FINAL de acesso gratuito!
9. @marcougouveia te marcou

# Personalização do conteúdo

---

Título

Olá !fname! Participe gratuitamente de nossa campanha!....

- Utilização de dados do destinatário para personalizar o conteúdo do e-mail.
- Segmentação de público-alvo e criação de mensagens direcionadas.
- Abordagem de destinatários pelo nome para aumentar a conexão e o envolvimento.

# Personalização do conteúdo

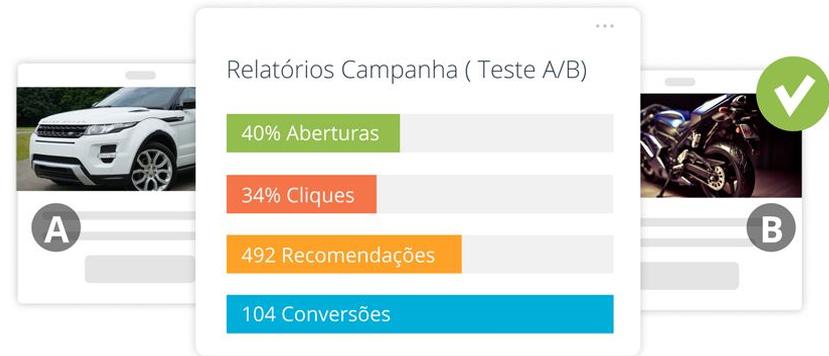
---

Parâmetro	Descrição	Exemplo	Resultado
UPPER ou TOUPPER	Põe em maiúscula.	Olá, {!fullname:UPPER}!	Olá, JOSÉ RODRIGUES!
LOWER ou TOWER	Põe em minúscula.	Olá, {!fullname:LOWER}!	Olá, josé rodrigues!
UCWORDS	Maiúscula inicial em cada palavra.	Olá, {!fullname:UCWORDS}!	Olá, José Rodrigues!
UCFIRST	Maiúscula só na primeira letra.	Olá, {!fullname:UCFIRST}!	Olá, José rodrigues!
FIRSTWORD	Mostra só a primeira palavra.	Olá, {!fullname:FIRSTWORD}!	Olá, José!
LASTWORD	Mostra só a última palavra.	Olá, {!fullname:LASTWORD}!	Olá, Rodrigues!
TRUNCATE	<p>Corta o texto após X caracteres (o parâmetro ":1" força a incluir o último caracter).</p> <p>Se não forçar a incluir o último caracter e o texto tiver várias palavras, só aparecerá a primeira.</p>	<p>Olá, {!fname:TRUNCATE:4:1}!</p> <p>Olá, {!fname:TRUNCATE:4}!</p> <p>Olá, {!fullname:TRUNCATE:9:1}!</p> <p>Olá, {!fullname:TRUNCATE:9}!</p>	<p>Olá, José!</p> <p>Olá, Jos!</p> <p>Olá, José Rodri!</p> <p>Olá, José!</p>

# Testes A/B e otimização de campanhas

Fazer teste A/B é o processo de comparar duas ou mais versões e testá-las para ver qual tem a melhor conversão. Através desta ação é possível testar:

- Assunto do e-mail / Snippet
- Hierarquias de conteúdo
- Botões (CTA)
- Copy (texto)
- Remetente
- Design / Cores / Imagens
- Oferta/Promoção
- ...



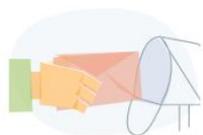
# Métricas de análise de campanhas de e-mail



ENVIADOS ?

15.442

▼ Criar segmento



ENTREGUES ?

99.94%  
15.433

▼ Criar segmento



ABERTURAS ÚNICAS ?

17.27%  
2.666

▼ Criar segmento



POR ABRIR ?

82.73%  
12.767

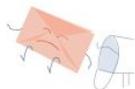
▼ Criar segmento



CLIQUE ÚNICOS ?

10.88%  
290

▼ Criar segmento



REMOÇÕES ?

0.14%  
22



BOUNCES ?

0.06%  
9



QUEIXAS ?

0.26%  
10

# Métricas de análise de campanhas de e-mail

GERAL

**LINKS**

LEITORES

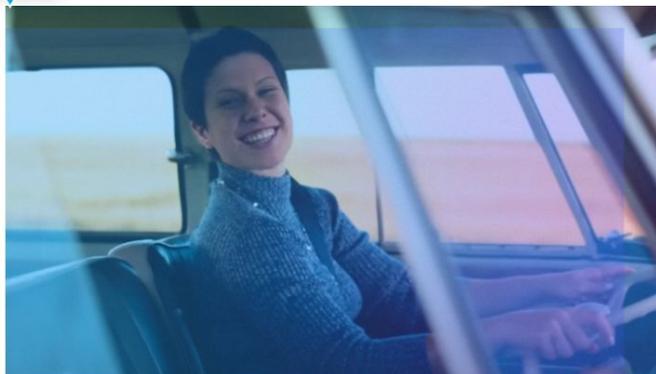
LOCALIZAÇÃO

DOMÍNIOS

ATIVIDADE

ECOMMERCE

72%



Oi, tudo bem?

Você já assistiu à propaganda em que Elis Regina e sua filha Maria Rita cantam "juntas"? Muita gente viu e se emocionou.

O encontro entre gerações nos ajuda a entender como, apesar de tanta

LINK

CLIQUEs TOTALIS

LINK	CLIQUEs TOTALIS
<a href="https://institutokoziner.com/como-nossos-pais-campanha-propicia-encontro-emocionante-de-elis-e-maria-rita/">https://institutokoziner.com/como-nossos-pais-campanha-propicia-encontro-emocionante-de-elis-e-maria-rita/</a>	366 72%
<a href="#">/remove</a>	23 5%
<a href="https://www.instagram.com/mario.koziner/">https://www.instagram.com/mario.koziner/</a>	23 5%
<a href="https://www.facebook.com/mariokoziner/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/mariokoziner/?ref=page_internal</a>	20 4%
<a href="https://wa.me/5511938020889">https://wa.me/5511938020889</a>	20 4%
<a href="https://institutokoziner.com/">https://institutokoziner.com/</a>	14 3%



# Métricas de análise de campanhas de e-mail

## Desktop

 Desconhecido	46.97%	<a href="#">i</a>
 Apple Mail	0.39%	<a href="#">i</a>
 Thunderbird	0.15%	<a href="#">i</a>
 Outlook 2013	0.08%	<a href="#">i</a>
 Leitor de email do Windows	0.03%	<a href="#">i</a>

## Webmail

 Gmail	42.12%	<a href="#">i</a>
 Outlook	3.29%	<a href="#">i</a>
 Outros	0.98%	<a href="#">i</a>
 Versão web do email	0.23%	<a href="#">i</a>

## Mobile

 App de email do Android	3.83%	<a href="#">i</a>
 Apple Mail (iPhone)	1.80%	<a href="#">i</a>
 Outros	0.10%	<a href="#">i</a>
 Apple Mail (iPad)	0.05%	<a href="#">i</a>

# Métricas de análise de campanhas de e-mail

GERAL

LINKS

LEITORES

LOCALIZAÇÃO

DOMÍNIOS

ATIVIDADE

**ECOMMERCE**



FATURAÇÃO ?

0.00



PEDIDOS ?

0



TICKET MÉDIO ?

0.00

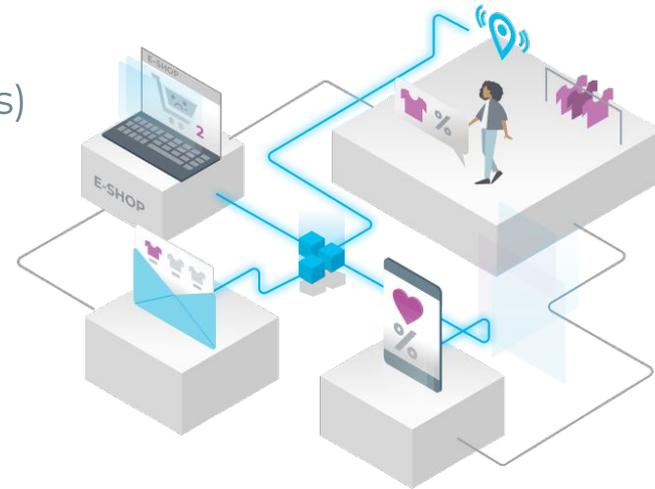


TAXA DE CONVERSÃO ?

0.00%

# Boas práticas de envio

- A estratégia vem antes das táticas e da tecnologia;
- A permissão é obrigatória – não só do ponto de vista jurídico;
- Concentre no papel dos funis em email marketing;
- Use um remetente reconhecível
- Crie conteúdos relevante e envolventes (personas)
- Teste o e-mail em diferentes clientes de e-mail
- Use uma chamada para ação (CTA) forte
- Realize testes A/B e fique de olho nas métricas



# Vamos revisar?

---

- 5 questões de múltipla escolha
- Apenas uma questão é correta
- Ver resultado final

O assunto do e-mail interfere diretamente em qual métrica?

1 ponto

- Taxa de conversão
- Taxa de cliques
- Taxa de entrega
- Taxa de abertura

Qual destes é um elemento-chave de um e-mail eficaz?

1 ponto

- Linha de assunto persuasiva, design atraente e chamada para ação clara
- Comprimento longo, imagens de alta resolução e várias fontes
- Conteúdo genérico, design simples e botões de call-to-action
- Muitos links, várias cores e anexos de arquivo

Por que os testes A/B são importantes nas campanhas de e-mail?

1 ponto

- Permitem comparar diferentes versões de um mesmo e-mail para identificar o que gera melhores resultados
- São úteis apenas para empresas de grande porte
- Aumentam a taxa de conversão independentemente do público-alvo
- Não são relevantes para o sucesso das campanhas de e-mail



COFFEE TIME

**10:00**

Teacher-Grace

---

# Introdução a Automação de E-mails

# Economize tempo e dinheiro com automações

## Gatilhos (Triggers)



INSCRIÇÃO



EDIÇÃO DA  
INSCRIÇÃO



CONVERSÃO



CLIQUE



RECOMENDAÇÃO



ABERTURA



TRACK &  
ENGAGE



REMOÇÃO



CONDIÇÃO



DATA



RESPOSTA



TAG ADICIONADA



TAG RETIRADA

## Condições



ESPERAR



CONDIÇÃO



TESTE A / B



SALTAR PARA



PARAR OUTRO  
AUTOBOT



WEBHOOK

## Mensagens



ENVIAR  
CAMPANHA



NOTIFICAR

## Contatos



INSCRIÇÃO



EDITAR O  
CONTACTO



REMOVER /  
INACTIVAR



ADICIONAR TAG



ELIMINAR TAG



LISTA DE  
SUPRESSÃO

# Fluxo de Nutrição

Fluxos de nutrição com comunicação multicanal

## Enviar campanha

Pode criar uma nova ou ir buscar uma que já tenha criado fora dos Autobots.

Nome

Enviar campanha

Que tipo de campanha?

Email

Email

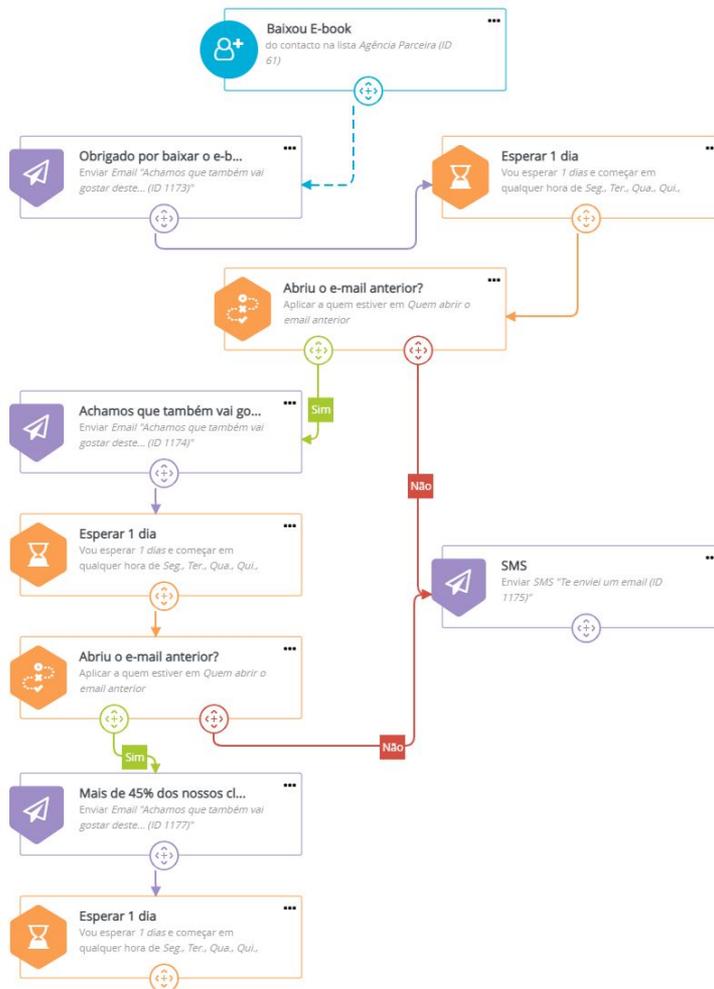
SMS

SmartSMS

Voz

Web Push

FEITO



# Fluxo de Qualificação

Leadscoring (pontuação de leads) para qualificar e direcionar conteúdo dentro da régua de comunicação e direcionamento para vendas.

### Editar o contacto

Com esta acção, pode mudar qualquer dado do contacto. Se o campo for numérico, até é possível aumentar-lhe ou reduzir-lhe o valor (ideal para pontuar contactos). Se o campo for de texto, também pode usar os nossos códigos de personalização (ex. use !fname para inserir o nome do contacto noutro campo).

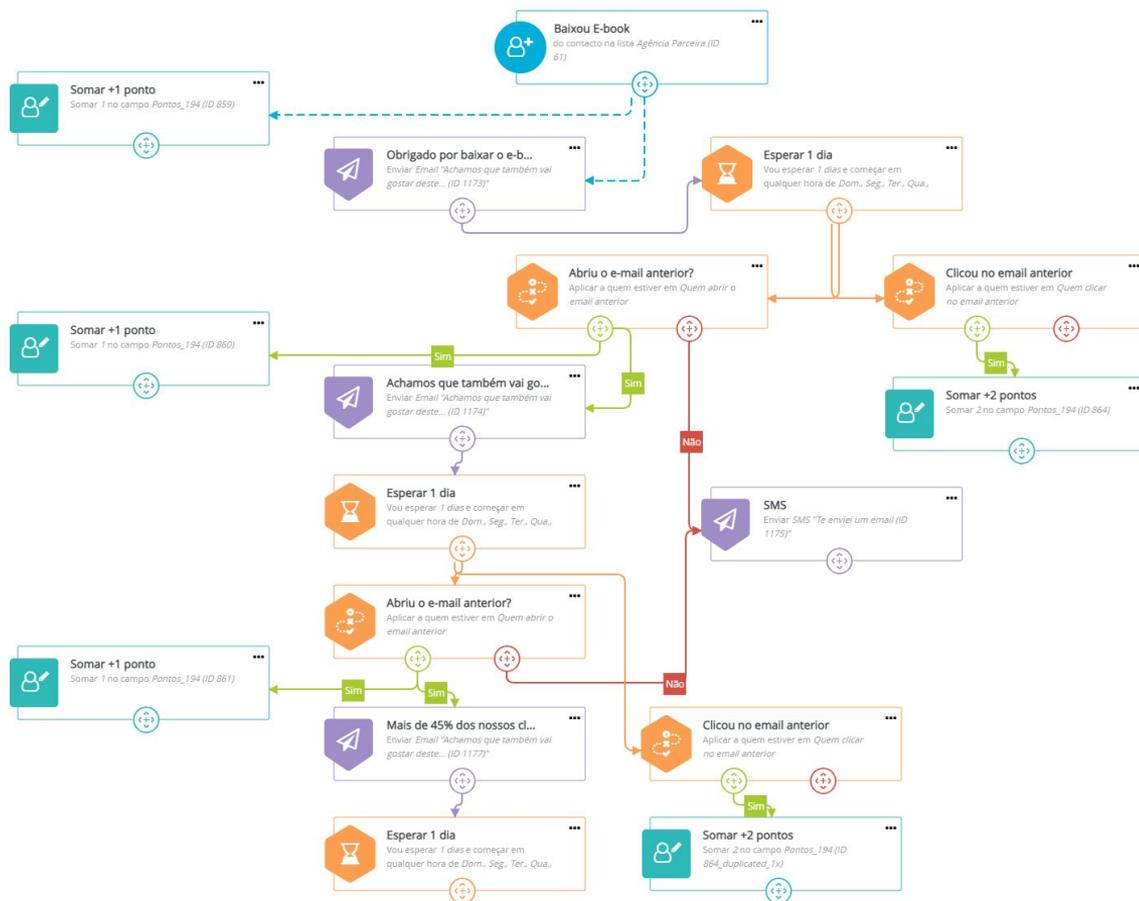
Nome  
Somar +1 ponto

O que quer mudar no contacto? \*  
116 - Pontos\_194

O que quer fazer nesse campo?  
Somar um número

Qual número? \*  
1

FEITO



# Fluxo de Qualificação

Pontuação e encaminhamento.

## Webhook

Um Webhook envia os dados do contacto para o URL que quiser.

Nome

Webhook - CRM

URL que vai receber os dados do contacto \*

Ex. <https://www.example.com/incoming>

Código JSON

Além dos dados do contacto e do Autobot, o E-goi também pode enviar ao seu URL qualquer outra informação fornecida por si. Basta colocá-la aqui no **formato JSON** (o código deve ter menos de 1KB).

Você pode testar seu Webhook! Basta inserir o url e clicar no botão "Testar".

FEITO



# Fluxo de Fidelização

NPS (Net Promoter Score)



# Fluxo de Reativação

Recuperação e inativação de leads.

### Condição

Este trigger activa-se sempre que os segmentos que escolher aqui tiverem contactos.

Nome

Verificar se há contactos

Diariamente

A que horas?

00:00

Quais segmentos? \*

Escolha pelo menos um segmento.

Subscritores pouco interessados (menos de 10 aberturas e 2 cliques) x

Aceitar contactos mais que uma vez  Novo

FEITO



---

# Estratégias Avançadas de E-mail Marketing

# Segurança e Agilidade: Desmaterialize as suas comunicações formais

O E-goi Registered é a ferramenta que, através de uma Chave-Digital Única, permite armazenar e gerir todas as informações de Emails e SMS Transacionais enviados.



### ✓ Armazenamento Encriptado

Com a Chave-Digital única tem acesso a todas as comunicações registadas, por um período standard de 10 anos, renovável.

### ✓ Registos Completos

Todos os comprovativos de envio e receção, dados do emissor e do recetor, bem como o conteúdo da mensagem ficam registados

### ✓ Dashboard Exclusivo

Todas as informações deste serviço ficam rapidamente acessíveis para consulta.

### ✓ Ecossistema E-goi

Na mesma chamada à API, um Email é enviado e, caso este não seja aberto, é enviado novo Email, SMS ou Push

# Tenha uma visão 360° do seu cliente

Com a solução de Customer Data Platform, centralize toda a informação recolhida nos ambientes offline e online, mas também com outras diferentes fontes de informação disponíveis (CRM, POS, ERP).



### ✓ Segmentos SMART

Crie segmentos altamente personalizados – perfil de compra, valor do cliente, categorias de interesse, comportamento online e offline.

### ✓ Personalização da jornada do cliente

Envie a mensagem certa, no momento certo, pelo canal mais conveniente e de forma automatizada.

### ✓ Customer Intelligence

Modele a informação com base em AI e Machine Learning e crie fluxos de comunicação capazes de incrementar a conversão e a fidelização.

### ✓ Ecossistema E-goi

Plataforma especialista em marketing omnicanal há mais de 15 anos.

## Saiba quando o cliente entra na loja e o que faz lá dentro

Com Phygital Experience, recolha informação comportamental em loja física e crie experiências unificadas, on e offline!



### ✓ InStore Customer Behavior

Monitorização do comportamento do cliente em loja física – entrada, percurso efetuado e momento de saída.

### ✓ Customer Data Platform

Segmentos altamente personalizados – perfil de compra, valor do cliente, categorias de interesse, comportamento online e offline;

### ✓ InStore Tailored Recommendations

Conteúdos em videowalls gerados por Inteligência Artificial, direcionados a quem está na loja.

### ✓ InStore Customer Scanner

Informação aos vendedores sobre os clientes que estão em loja, importância de cada um e o que deve vender a seguir.

# Combine os interesses do consumidor e os do seu negócio!

Otimize as suas taxas de conversão e entregue a melhor oferta para cada cliente, a um preço atraente e no canal mais adequado.



## ✓ Análise preditiva

O algoritmo de NBO tem como premissa a análise comportamental do cliente, estabelecendo relações similares;

## ✓ Aumento do ticket médio de compra:

Ao verificar produtos em comum entre clientes, o algoritmo recomenda produtos complementares, que não foram adquiridos por um ou mais clientes.

## ✓ Relações duradouras

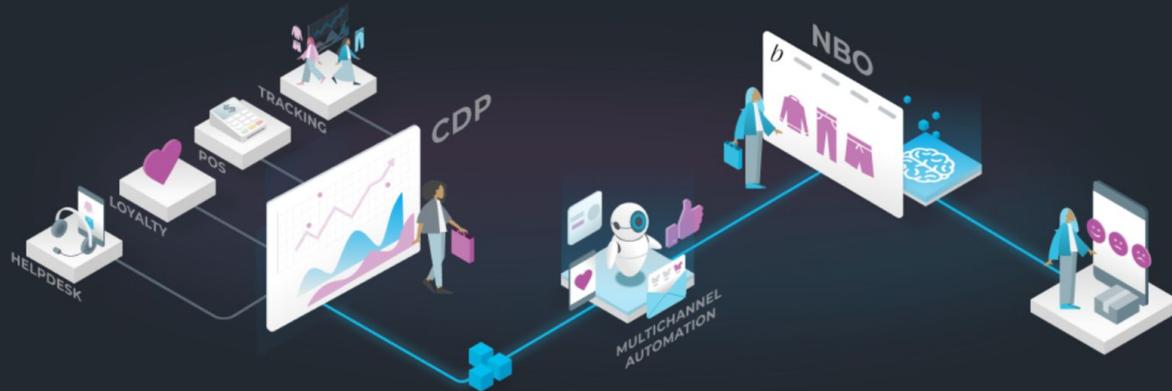
O modelo de Next Best Offer permite entregar comunicações personalizadas, relevantes e em tempo real.

## ✓ Ecossistema E-goí

Especialistas em marketing multicanal há mais de 15 anos.

# Atrair, converter e fidelizar!

Com mais de 15 anos de experiência, a E-goi disponibiliza um conjunto de soluções que permitem responder aos diversos desafios de todas as etapas da jornada do seu cliente.



### ✓ Conversão

Crie campanhas de e-mail com recomendação de produtos baseada no comportamento em loja online ou campanhas de lead nurturing, de acordo com visualizações e outros objetivos cumpridos onsite.

### ✓ Retenção

Campanhas de recuperação de produtos abandonados, totalmente personalizadas através diferentes canais de comunicação e em função do valor/perfil ou comportamento do cliente (Email, Web Push, App Push, SMS).

### ✓ Fidelização

Potencie a sua estratégia de upsell & cross-sell com recomendação de produtos com base em Inteligência Artificial.

### ✓ Relações duradouras

Mantenha os clientes satisfeitos e atualizados com mensagens pós-venda: alertas de estado de encomenda via SMS, inquéritos NPS via e-mail, entre outros.

# Um abraço super especial para todos!

---

[htavares@e-goi.com](mailto:htavares@e-goi.com)

[linkedin.com/in/henriqueftavares/](https://www.linkedin.com/in/henriqueftavares/)



---

*Mais arriscado que  
mudar é continuar  
fazendo a mesma coisa.*

Peter Drucker

