



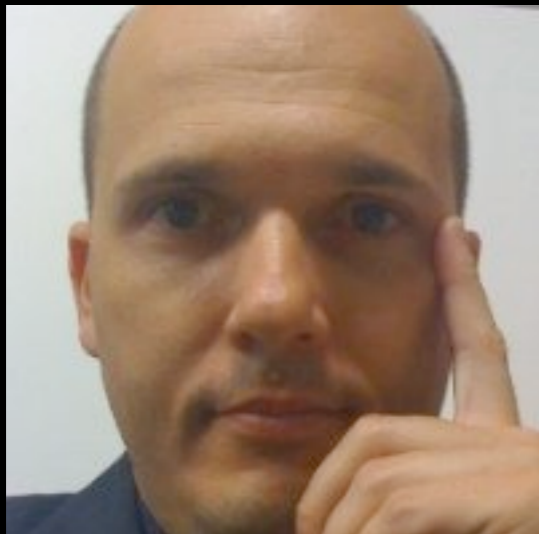


Os Sete Pecados Capitais da Entregabilidade



(ou, quem nunca caiu em tentação que atire a primeira pedra)

Rio, outubro de 2012

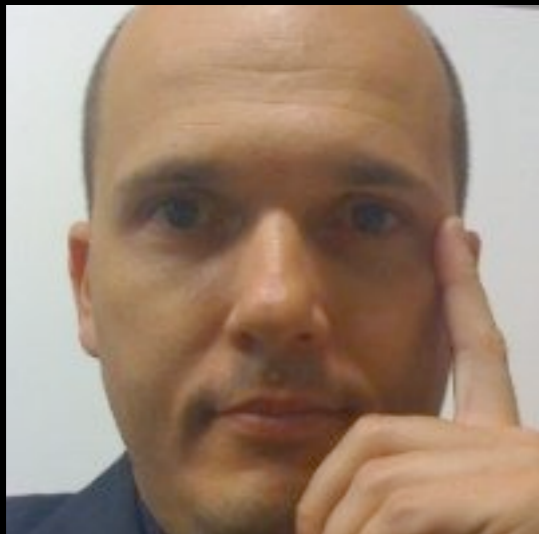


Pessoal

Rodrigo de Almeida

twitter.com/hodrik

ralmeida@dinamize.com



Pessoal

Rodrigo de Almeida

twitter.com/hodrik

ralmeida@dinamize.com

Publicitários pela UFRGS, MBA pela ESPM

Diretor comercial da Dinamize há 5 anos

Membro do conselho superior do CAPEM pela ABRADi

Professor de EMM na Madia Marketing School e Internet Innovation

Autor de artigos como Os 4 Ps do E-mail Marketing, O Multiplicador do E-mail Marketing, O Filho Bastardo das Mídias Digitais, entre outros

Agenda

Estatísticas sobre IPR no Brasil e no mundo

Os sete pecados:

Gula: Base

Soberba: Reputação

Luxúria: Troca de IPs

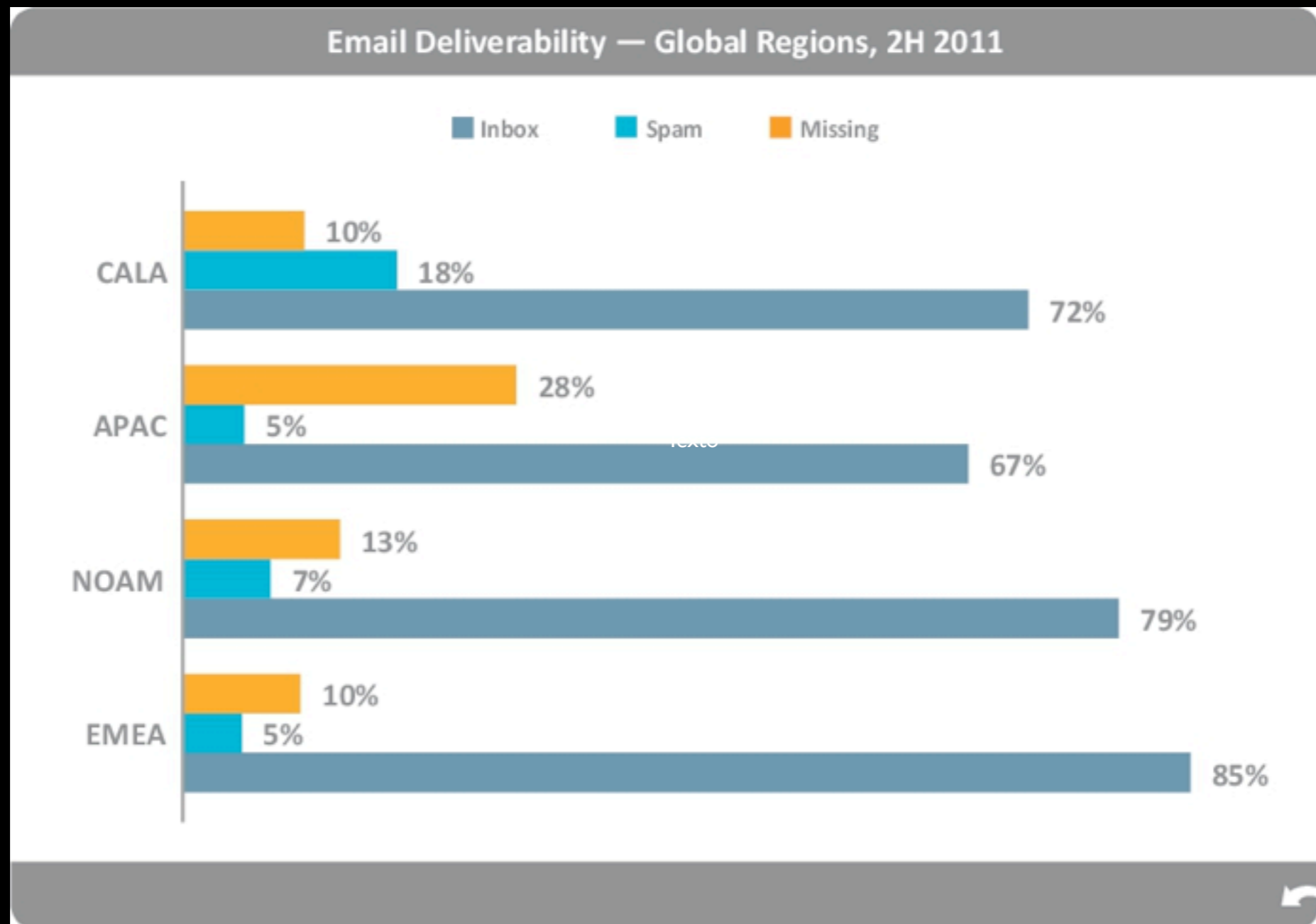
Avareza: Conteúdo

Inveja: Engajamento

Ira: Opt Out

Preguiça: Falta de análise

Inbox Placement Rate



Return Path, Global Email Deliverability Benchmark report, 2nd half of 2011

GULA:

Base de contatos



GULA:

Base de contatos



GULA:

Base de contatos

- Conta de padaria: envio 10 mil e-mails e tenho X resultado. Enviarei 100 mil e terei 10X resultado
- Compra de base:
 - hardbounces
 - spamtrap
- Baixo resultado



GULA:

Base de contatos

- Aluguel de base: empresas sérias e picaretas
- Falta de critérios na contratação
 - Contrato de risco (paga por venda efetiva)
 - Gera muito spam e contribui para o baixo IPR brasileiro



SOBERBA: Reputação



SOBERBA: Reputação



SOBERBA: Reputação

- Um dos principais fatores de entrega na inbox
- Reputação dos IPs utilizados
 - Blacklists
 - Histórico de uso dos IPs
- Reputação dos domínios
 - Blacklists



SOBERBA: Reputação

- Empresas ignoram a qualidade e reputação dos IPs e domínios
 - Desconhecimento
 - Arrogância, pois mesmo com problemas, emm dá resultado
- Ferramentas para mensurar reputação de IPs e domínios e consulta a blacklist
 - senderscore.org
 - senderbase.org
 - mxtoolbox.com
 - uribl.com (apenas domínios)



LUXÚRIA:

Troca de IPs / infraestrutura



LUXÚRIA:

Troca de IPs / infraestrutura

- Manutenção de IPs é fundamental: histórico de bons antecedentes
- Troca de IPs: prosmicuidade
 - “Solução mágica” para resolver problemas com reputação/blacklist
 - Filtros antispam não estão acostumados com grandes volumes dos novos IPs (warm up)
 - Insustentável no médio prazo: prejudica a infraestrutura de várias empresas de envio e nenhuma vai aceitar este tipo de cliente novamente
- Troca de IPs é apenas em último caso, geralmente por problemas anteriores ao uso de determinada empresa



AVAREZA:

Conteúdo/formatação da mensagem



AVAREZA:

Conteúdo/formatação da mensagem



AVAREZA:

Conteúdo e formatação da mensagem

- E-mail “de sempre”
 - mesmo tipo de conteúdo
 - pouco criativo
- Formatação:
 - palavras e expressões que caem em filtros antispam
 - conteúdo total ou predominantemente baseado em imagem



INVEJA:

Engajamento da audiência



INVEJA:

Engajamento da audiência



INVEJA:

Engajamento da audiência

- Por que não consigo taxas de abertura de 20%, 30% ou mais?
 - Envio indiscriminado:
 - sem segmentação
 - ignorando quem não interage
- => Baixo engajamento



INVEJA:

Engajamento da audiência

- Baixo engajamento:
 - marcar a mensagem como lida sem lê-la
 - deletar sem ler
- => Ao longo de alguns meses, faz com que os provedores filtrem as mensagens como spam



INVEJA:

Engajamento da audiência

Para os provedores, spam deixou de ser o que você não pediu para receber. Spam é o que não lhe interessa.



IRA:

Opt-out difícil ou ineficiente



IRA:

Opt-out difícil ou ineficiente

- Mais de 70% dos e-mails precisa de 2 ou mais cliques para efetuar o descadastro
 - Link de descadastro difícil de localizar OU processo de descadastro difícil
- => Report Spam**



IRA:

Opt-out difícil ou ineficiente

- Fazer opt out e continuar recebendo e-mails deixa qualquer um irado
- => Report Spam



PREGUIÇA:

Falta de análise e implementações



PREGUIÇA:

Falta de análise e implementações



PREGUIÇA:

Falta de análise e implementações

- Conteúdo: adequar-se às boas práticas, com predominância de texto
- Segmentação: identificar perfis do público e preparar conteúdo específico
=> Aumenta engajamento



PREGUIÇA:

Falta de análise e implementações

- Teste A/B: abordagem (conteúdo e assunto) que gera mais audiência, cliques e, por consequência, resultados
=> aumenta engajamento
- Facilitar o descadastro
=> elimina reports de spam



PREGUIÇA:

Falta de análise e implementações

- Análise do opt out:
identifica o que não
está funcionando na
comunicação com seu
público

=> reduz opt out,
aumenta
engajamento



Obrigado

Rodrigo de Almeida

Diretor Comercial - Dinamize

twitter.com/**hodrik**
ralmeida@dinamize.com