

# Digit@l Tuesdays by IAPMEI

## MARKETING DIGITAL

Email marketing - Estratégias  
para alcançar resultados

---

WEBINAR • 23 ABRIL





## **André Novais de Paula**

- Formado em Marketing e Publicidade
- CEO da Directimedia
- Presidente da AMD – Associação Portuguesa de Marketing Directo e Digital

# Co-Autor



# Docente e Formador



**Digit@l Tuesdays by IAPMEI**

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

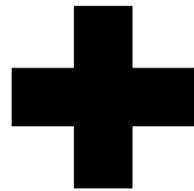
# Email Marketing



# **Benefícios**

- Acesso fácil
- Credibilidade
- Gerar tráfego
- Segmentação e personalização
- Fidelização
- ROI

# ROI



**Digit@l Tuesdays** by IAPMEI

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

# Estratégia



# **Estratégia**

“If You Don't  
Know Where You  
Are Going, Any  
Road Will Get  
You There”

Lewis Carroll

# Objetivos Email Marketing

- Branding
- Credibilidade, Autoridade e Notoriedade
- Informar, Educar, Atrair, Envolver
- Angariar Tráfego
- Nutrir Leads
- Aumentar Conversões
- Aumentar o Valor da Compra Média
- Apoio ao Cliente
- Satisfação do Cliente
- Retenção de Clientes e Fidelização

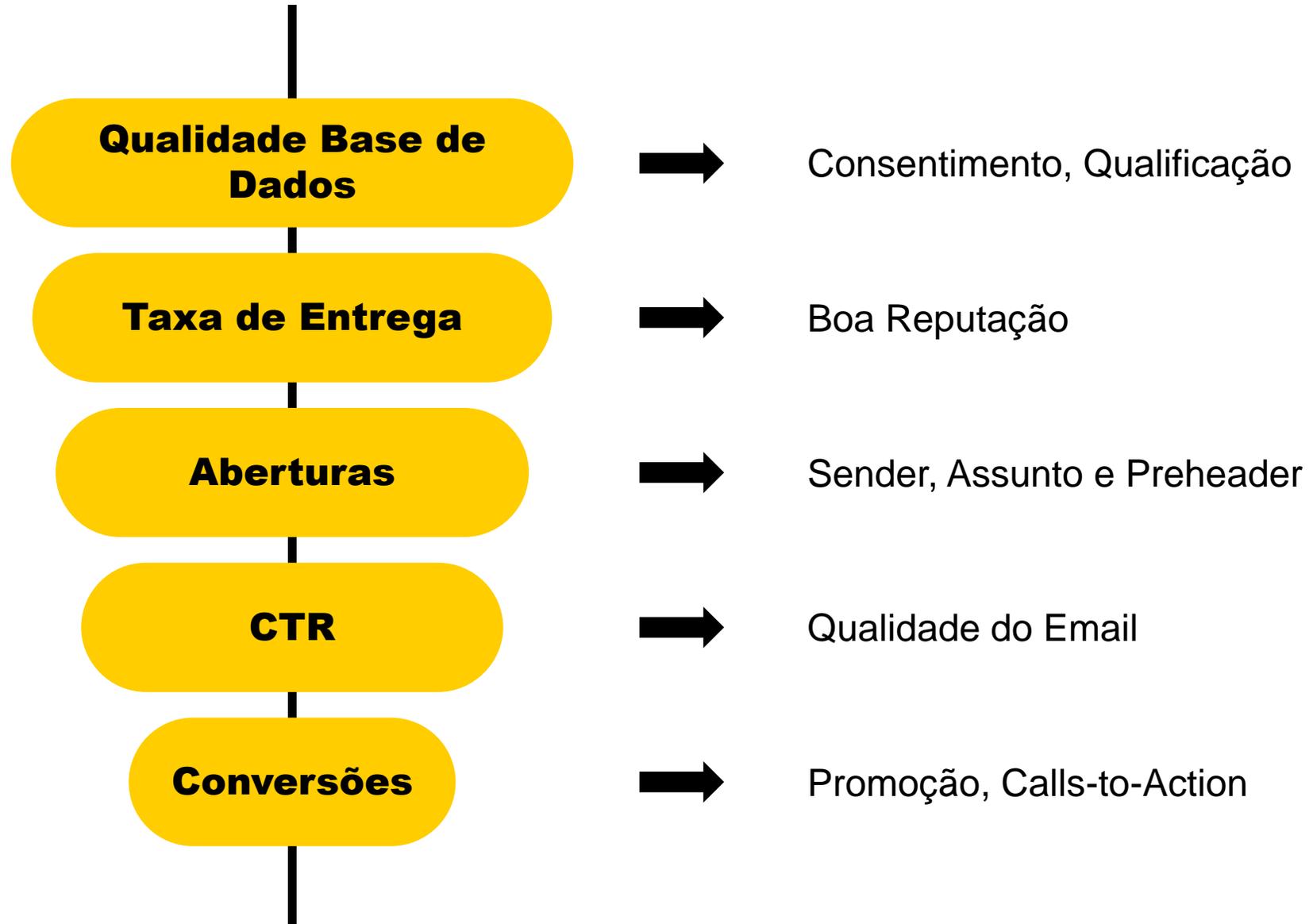
# **Estratégia em Email Marketing**

- Objectivos
- Base de Dados
- Angariar Registos
- RGPD e Consentimento
- Plataforma de Email Marketing
- Tipos de Emails
- Segmentação e Personalização
- Plano de Conteúdos
- Análise de Resultados
- Testes A/B
- Optimização

# Tipos de Email

- Newsletter
- Promocional
- Notícias
- Aniversário
- Boas-vindas
- Press Releases
- Onboarding
- Sequências de Emails
- Lead Nurturing

# Sucesso em Email Marketing



**Digit@l Tuesdays** by IAPMEI

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

# Estratégia de Conteúdos



# **Estratégia de Conteúdos**

Planeamento,  
desenvolvimento e  
gestão de conteúdos  
úteis

# Conteúdos

- Promocionais
- Educacionais

# Conteúdos



**100%**  
Promocionais

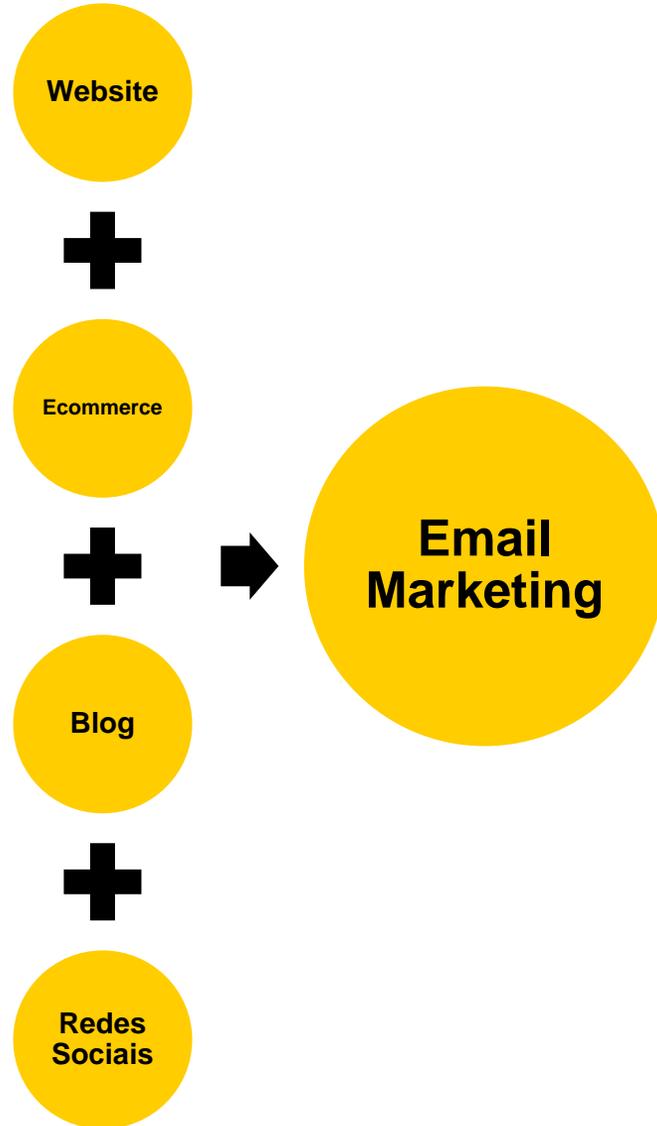


**Misto**  
Promocionais  
+  
Educaçãoais



**100%**  
Educaçãoais

# Conteúdos



# Conteúdos

BACKLINKO

ABOUT CONTACT NEWSLETTER

## How to Get High Quality Backlinks in 2019 (7 New Strategies)

1482 shares

by Brian Dean · Last updated Jan. 21, 2019

Today you're going to learn how to build high quality backlinks. (FAST)

Specifically, I'm going to show you 7 strategies that are working GREAT in 2019.

Let's jump right into the strategies...

1. Publish "Skyscraper" Content
2. Become a Source For Reporters and Bloggers (HARO)
3. Build Links From Outdated Resources
4. Stop Guessing. Use Content Formats PROVEN To Generate Links and Social Shares
5. Want High Quality Backlinks? Publish Ultimate Guides
6. Use Branded Strategies and Techniques
7. Authority Resource Pages

**Get Exclusive Traffic Tips**

Learn how to get more traffic with exclusive tips and insights that I only share with my private newsletter subscribers.

Email Address

Sign Up

Brian's SEO knowledge is insane. If you want higher rankings, you need to read his stuff - he's the unicorn among a sea of donkey SEOs.

Larry Kim - WordStream

your business logo and business name

## CHECKLIST infographic

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est. Aliquam volutpat porttentoque laeuis.

2. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est. Aliquam volutpat porttentoque laeuis.

### LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

2. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

3. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

4. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

5. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

6. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

7. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

8. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

9. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.

10. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed purus ris, ultramcorper vitae purus vel, mattis nulla elementum est.



BLACK FRIDAY

BLACK FRIDAY SALE UP TO 50% OFF

**Digit@l Tuesdays by IAPMEI**

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

# Bases de Dados



# Consentimento

- **Consentimento Prévio**
  - Antes de começar a comunicar
- **Consentimento Expresso**
  - Verdadeiro Opt-In
  - Não é possível ter a opção da Newsletter já seleccionada
- **Consentimento Específico**
  - Específico para cada finalidade
- **Consentimento Livre**
  - Não pode estar condicionado a aceitação de outras condições

# Consentimento Informado

- A identidade da organização que efectua o tratamento dos dados
- Indicar os motivos para o tratamento de uma forma clara
- Os fins para os quais os dados estão a ser tratados
- O tipo de dados que serão tratados
- A possibilidade de retirar o consentimento dado

# Consentimento Informado

As melhores dicas de Marketing entregues  
directamente no teu Email

Primeiro Nome\*

Email\*

Quero receber as Comunicações e compreendo como os  
meus dados pessoais vão ser tratados

**QUERO ASSINAR A NEWSLETTER!**

Os teus dados pessoais vão ser tratados pela NDP CORP., Lda., após obtermos o teu consentimento prévio, unicamente para o envio de comunicações de "André Novais de Paula". Não te esqueças que tens o direito de retirar consentimento em qualquer altura através das próprias comunicações (UNSUBSCRIBE) ou através do email para [andre@andrenovaisdepaula.com](mailto:andre@andrenovaisdepaula.com). Sabe mais na [Política de Privacidade](#).

# Consentimento Informado



Preencha o formulário para receber informações sobre como se tornar Associado da AMD

Em alternativa poderá enviar-nos um email ou ligar-nos:  
[amdportugal@amd.pt](mailto:amdportugal@amd.pt)  
+351 214 386 727 (chamada para a rede fixa nacional)

Nome (obrigatório)

Nome	Sobrenome
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Empresa (obrigatório)

Designação Social da Empresa

Telefone (obrigatório)

País	Número
Portugal <input type="text"/>	+351 <input type="text"/>

E-mail (obrigatório)

[Quero Receber Informações Sobre como Tornar-me Associado da AMD](#)

**A ADESÃO DE ASSOCIADOS ESTÁ CONDICIONADA À ACEITAÇÃO PRÉVIA PELO CANDIDATO DO CÓDIGO DE CONDUTA DAS EMPRESAS DE MARKETING DIRECTO E DIGITAL (ART. 8º DOS ESTATUTOS DA AMD)**

Os seus dados pessoais serão tratados pela AMD - Associação Portuguesa de Marketing Directo e Digital para analisar, responder e gerir mensagens e pedidos de informação de Não-Associados.

Consultar a [Política de Privacidade](#)

+ Carregue para Saber Mais

# Consentimento Informado

Os seus dados pessoais serão tratados pela AMD - Associação Portuguesa de Marketing Directo e Digital para analisar, responder e gerir mensagens e pedidos de informação de Não-Associados e no âmbito do apoio ao Associado.

[Consultar a Política de Privacidade](#)

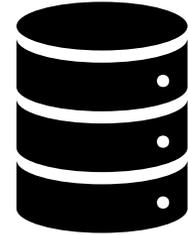
## — Carregue para Saber Mais

1. Os seus dados pessoais serão tratados pela AMD - Associação Portuguesa de Marketing Directo e Digital (adiante, AMD), com o NIPC 501.903.186 e sede na Estrada de Queluz, 91 - 2794-100 Carnaxide (Portugal), tendo por fundamento os interesses legítimos da AMD.
2. O tratamento é necessário para responder aos contactos que são efectuados pelos Utilizadores, sendo expectável por parte dos Utilizadores que a AMD trate os seus dados pessoais necessários a fornecer a(s) resposta(s) como parte da gestão do relacionamento entre a AMD e os Utilizadores.
3. Os dados pessoais irão ser conservados durante um (1) ano após o seu contacto, sendo eliminados ou anonimizados findo este período, excepto as mensagens e pedidos de informação que vierem a fazer parte de um processo de adesão à AMD e/ou subscrição da lista de oposição.
4. Sem estes dados pessoais não conseguiremos responder ao seu contacto, pelo que o fornecimento dos dados pessoais é obrigatório.
5. A AMD poderá comunicar os seus dados pessoais a prestador(es) de serviços no âmbito do cumprimento da finalidade descrita, sem prejuízo de comunicações que resultem por obrigação legal e/ou regulamentares, nomeadamente, junto a autoridades públicas.
6. Poderá exercer os seus direitos previstos na legislação (acesso, rectificação, apagamento, limitação, oposição, portabilidade) através de contacto escrito para o seguinte email [amdportugal@amd.pt](mailto:amdportugal@amd.pt), sem prejuízo do direito a apresentar reclamação à autoridade de controlo competente ([www.cnpd.pt](http://www.cnpd.pt)).
7. Pode saber mais sobre a forma como os seus dados serão tratados
  - a) Consultando a nossa Política de Privacidade; ou
  - b) Contactando a AMD através do email [amdportugal@amd.pt](mailto:amdportugal@amd.pt)

# Opt-in

- Single Opt-in
- Double Opt-in

# Single Opt-in



# Double Opt-in



# Single Opt-in vs Double Opt-in

## Single Opt-in

- Obrigatório por Lei
- Registos podem não ser reais
- Maior angariação de registos
- Menor qualificação
- Piores resultados

## Double Opt-in

- Não é obrigatório por Lei
- Garantia que são registos reais
- Menor angariação de registos
- Maior qualificação
- Melhores resultados

**Digit@l Tuesdays by IAPMEI**

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

# Angariação de Registos



# Angariação de Registos

Deve existir uma estratégia bem definida para a Angariação de Registos. Este deve ser um processo contínuo em todas as suas frentes

# Angariação de Registos

- Identificar todos os touchpoints
- O momento é adequado?
- O momento tem potencial para a angariação de registos?
- Criar mecânicas de angariação para cada momento
- Implementar
- Medir, Testar e Optimizar



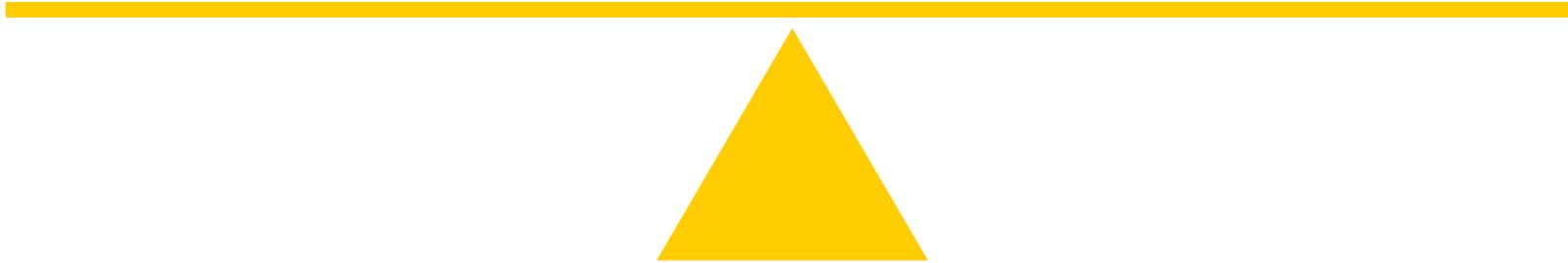
# **Dados a Pedir**

- Email
- Outros dados do contacto e de qualificação

# Volume vs Qualificação

**Volume**

**Qualificação**



**Digit@l Tuesdays** by IAPMEI

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

# Anatomia de um Email e Boas Práticas

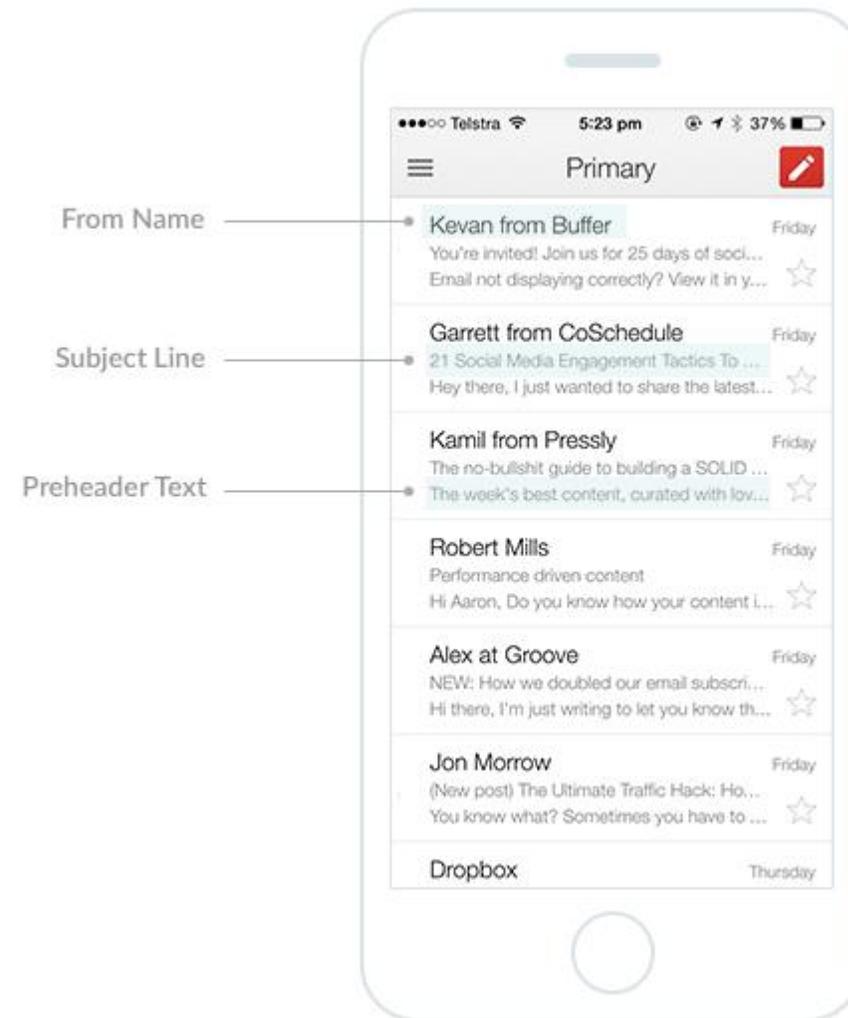


# **Anatomia de um Email**

- Info Email
- Cabeçalho
- Corpo
- Rodapé

**Info Email**

# Info Email



# Info Email

- From
- Assunto
- Preheader

# From

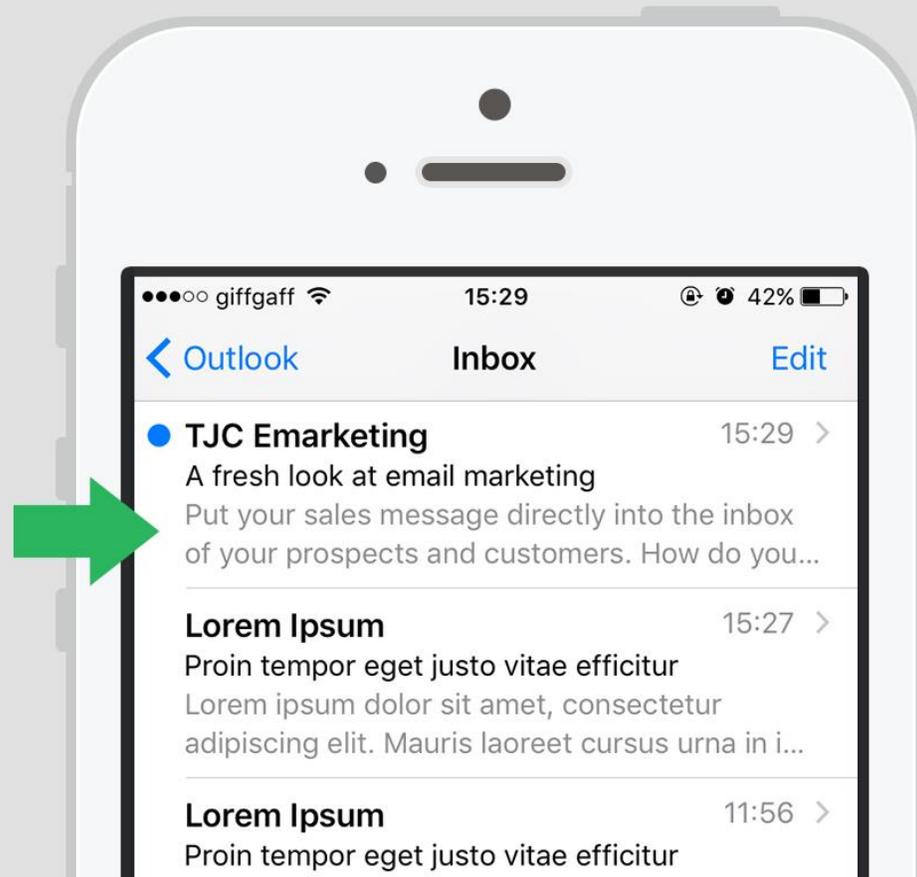
- Identificação clara de quem envia a comunicação
- Possibilidade de Personalizar com o nome do contacto que envia

# Assunto

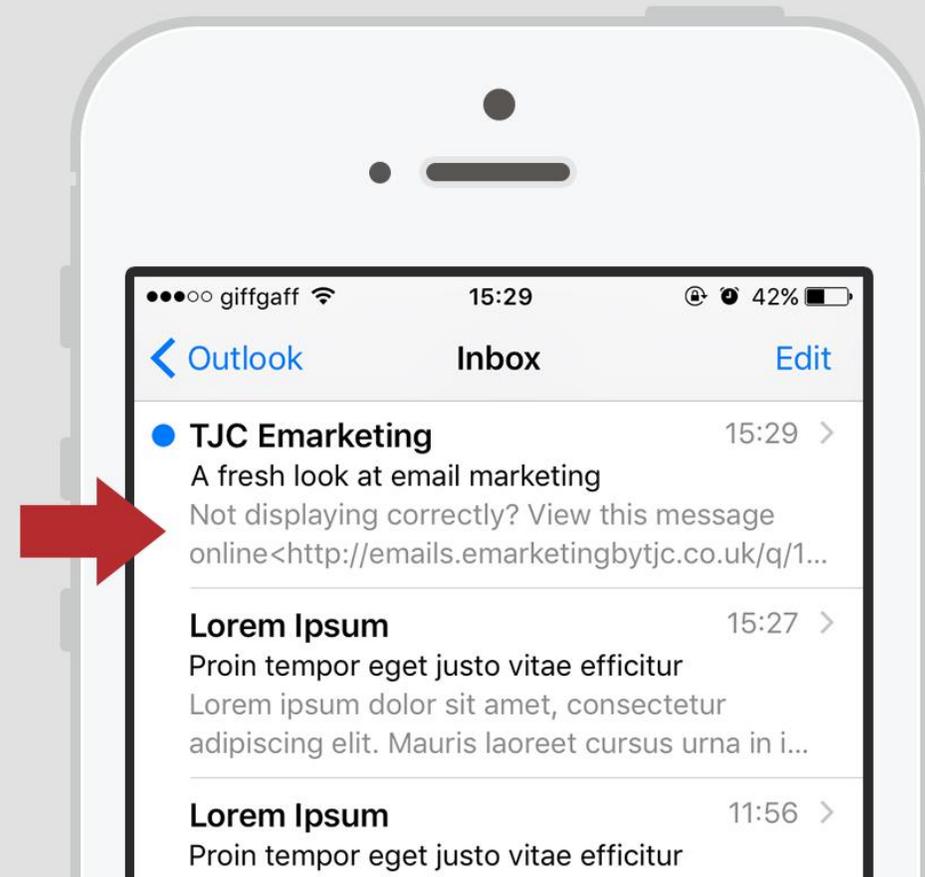
- Curiosidade
- FOMO
- Humor
- Incerteza
- Vaidade
- Ganância
- Preguiça

# Preheader

With Preheader Text



Without Preheader Text



**Cabeçalho**

# Cabeçalho

- Branding
- Nome do Email
- Data
- Numeração
- Ver na Web
- Opt-out

# Cabeçalho

Uber Eats

Despensa vazia?



Faça as compras sem sair de casa e com 14€ de desconto. Aplique o código:

EATSPT147LK

Peça agora →

**Corpo**

# Corpo

- Copy
- Imagens
- Links
- Botões
- CTA

# Layout

- 500 a 600 px largura
- Vertical
- Separar as diferentes secções
- Deve ser Responsive ou Mobile

# Copy

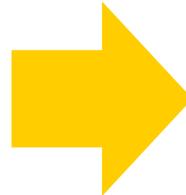
- Utilizar fontes de sistema
- Não mais de 3 fontes
- Corpo de fonte para títulos com 22 px
- Corpo de fonte para texto com 14-16 px

# Texto vs Imagens



Se não deseja voltar a receber esta newsletter proceda da seguinte forma: dirija-se à Área de Cliente do site [www.bertrand.pt](http://www.bertrand.pt) e na opção Newsletters anule a subscrição de Newsletters.

Caso pretenda entrar em contacto connosco não responda a este email. Escreva-nos para [leit@bertrand.pt](mailto:leit@bertrand.pt)



 **LER VERGÍLIO FERREIRA**  
NOMES QUE DERAM NOME À LITERATURA.

E eis que me instalo erifim na minha casa do Alto, Tornado o desvio para São Bento, sobe-se depois aos moinhos, a casa fica ao lado direito. Uma vizinha trata-me dos arrumos, tomo na cidade quase sempre as refeições, mesmo as ligeiras, que, todavia, por vezes eu próprio preparo. No pátio em frente há um toldo de glimicas que começam a florir e, debaixo, bancos de madeira

**As Livrarias Bertrand assinalam o Cinquentenário de O Existencialismo é um Humanismo - Da Fenomenologia a Sartre, com 30% de desconto nas principais obras de um dos maiores mestres da nossa literatura.**

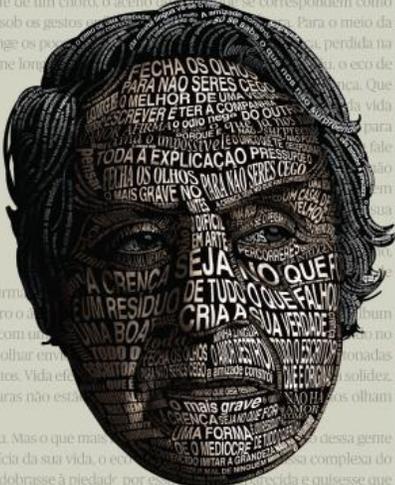
torçura, onde me... ismo também, veste de branco a acumulação dos séculos como de um luar de morte. O espaço esvazia-se até ao limiar da memória, onde alastra o meu cansaço, o afago quente de um choro, o aceno o... se correspondem como ecos de um labirinto. Num obliquio aviso alboro o que estremece sob os gestos... Para o meio da planície, uma me... erada toalha de água de represa lembra ao longe os pressos... perdida na planura, descompa... se os olhos de vertigem da distância. Quedo-me lon...

**De 21 de maio a 3 de junho,**  
venha à Bertrand e aproveite os nossos descontos.

**Dia 1 de Junho, sexta-feira, às 18.30,**  
a LER leva Vergílio até à Bertrand do Chiado.  
Com Hélder Godinho, Virgílio Kasperzykowski, e Paulo Ferreira.  
Moderação de Anabela Mota Ribeiro.

**Um encontro literário a não perder.**

alfarrabista, Elevo-os à sua... gignidade, perfilando-os nas estantes, irri...  
Subitamente, no meio da confusão da livralhada, descubro o a...  
velho, pesado como o tempo. A... apa arredonda-se em almofada, com u...  
regação um leque fechado. Cinta instantânea, seios pequenos, um olhar em...  
só se passam devagar, e em cada fi... de folha, só um ou dois retratos. Vida et...  
de uma unicidade eterna. Retrato de grupo há só um. Mas as figuras não esta...  
Campanha válida até 3 de junho em toda a rede de livrarias.  
arrogante. Cerro os olhos e sei de novo que toda esta gente morreu. Mas o que mais...  
está suspenso em mim. Porque eu tenho ainda uma pequena notícia da sua vida, o eco...  
seu ser e sentir. Tia Dulce contou-me. E foi como se ela própria se dobrasse à piedad... por e...  
alguma coisa perdurasse. Mas de muitos retratos já... da sei. São esses que er firo com mais angústia. Tem olhos espantados ou  
risinhos ou sérios. Que medos, que sonhos, que virtudes lhes inventaram a vida em eternidade? Mas vós estais mortos e ninguém



Se não deseja voltar a receber esta newsletter proceda da seguinte forma: dirija-se à Área de Cliente do site [www.bertrand.pt](http://www.bertrand.pt) e na opção Newsletters anule a subscrição de Newsletters.

Caso pretenda entrar em contacto connosco não responda a este email. Escreva-nos para [leit@bertrand.pt](mailto:leit@bertrand.pt)

# Gifs Animados



## What a year it's been

In 2019, we helped you store and protect the things that matter most to you – like your great travel photos and family videos, and all your important files. Let's take a look at how you are using your storage to protect all those memorable moments and more. Then we'll revisit the rest of the year with Google One.

650 GB

of your 2 TB storage is used



We had your back-

in

# ILIA

BESTSELLERS

FACE

LIP

EYE

MULTI-USE

## MULTI-STICK 101

Perfect for on-the-go application, this blendable + buildable formula melts into the skin for a soft wash of color.



Warm it up with your finger or pair it with our Perfecting Buff Brush for a perfect flush every time. Blend it onto the apples of your cheeks or apply like a balm for a kiss of color.

[SEE MORE SHADES>](#)

# Links

[My account](#)

---

### Episodic video, served four ways

[Video Marketing](#) | Lisa Marinelli

Whether you're a tech company for marketers or a music streaming platform for artists, you too can create original content. Learn from four companies that are seeing success with episodic video today!

[Let's see](#)

---

### Featured Posts

#### What Changes to YouTube Means for Marketers

Find out what you can do to take more control over your viewer's experience.

[Learn more →](#)

# Botões

## Standard Button Shapes

rounded corners

square corners

pill shaped

ghost button

shadowed button

# Call to Action

- Usar verbos de acção
- Chamar a atenção
- Deve ser específico
- Transmitir o ganho
- Transmitir urgência
- CTAs curtos
- Escritos na primeira pessoa

**Rodapé**

# Rodapé

- Redes Sociais
- Entidade que envia o Email\*
- Morada e Contactos\*
- Razão do envio
- Onde se inscreveram para receber as comunicações
- Opt-out\*
- Política de Privacidade

\* obrigatório

# Really Good Emails

Search

Explore School More...

Sign In Sign Up

## Really Good Emails

The web's best, and most attractive 😊, curated collection of over 7,929 emails, showing off both design and code.

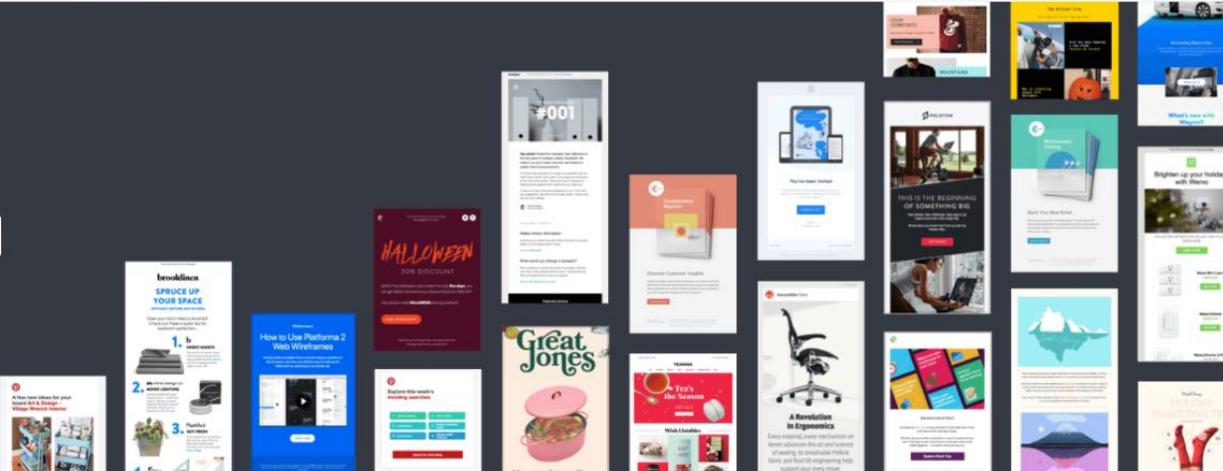
Search

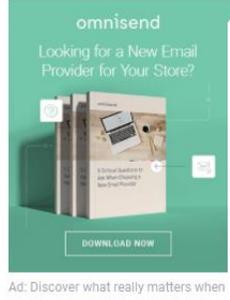
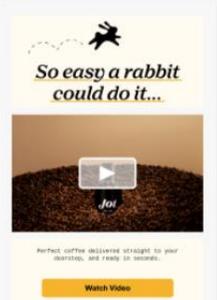
Check out [ecommerce](#), [fashion](#), [retention](#), or brands like [Pinterest](#), [Apple](#), [Postmates](#), and [Invision](#)

Sign up and smile

New

Emails Categories Companies





Ad: Discover what really matters when choosing a new ESP. Download the

## Milled is a search engine for email newsletters

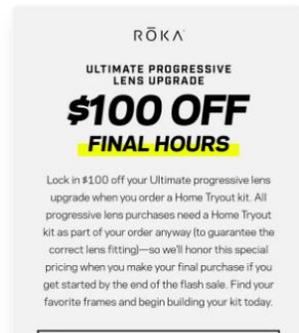
Find sales, deals, coupons, and discount codes from 92k+ brands and retailers.

Popular Brands ▾ US ▾ All Categories ▾ Settings ▾

Emails sent Mar 17, 2022

ROKA · Mar 17

Lock in your \$100 off with a Home Tryout Kit



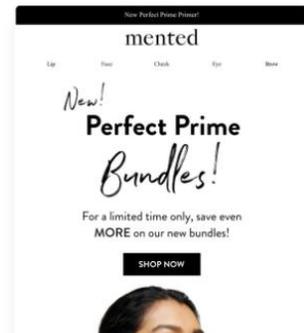
Net-A-Porter · Mar 17

The must-have staples to wear this season



Mented Cosmetics · Mar 17

NEW Exclusive Primer Bundles!



Tula · Mar 17

Your skin & gut will love these



Brooks Brothers · Mar 17

Factory styles are going fast



**Digit@l Tuesdays by IAPMEI**

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

**Medir**



# Métricas e KPIs

- Taxa de Entrega
- Taxa de Abertura
- Click-through Rate
- Click-to-open Rate
- Taxa de Conversão
- Unsubscribe Rate
- ROI
- Bounces
  - Soft Bounces
  - Hard Bounces

# Métricas

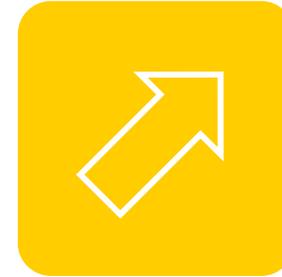
## Aberturas

+29% é uma boa taxa de Abertura



## CTR

+5% é um bom CTR



## Opt-out

0,3% é aceitável



## Bounces

-2% de Hard Bounces



**Digit@l Tuesdays** by IAPMEI

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

# Testar e Optimizar



# Testes

- Teste de Envio
- Teste de  
Optimização

# Teste de Envio

# Teste de Envio

Testar todos os elementos do email para garantir que não há erros antes de enviar

# Teste de Optimização

# Teste A/B

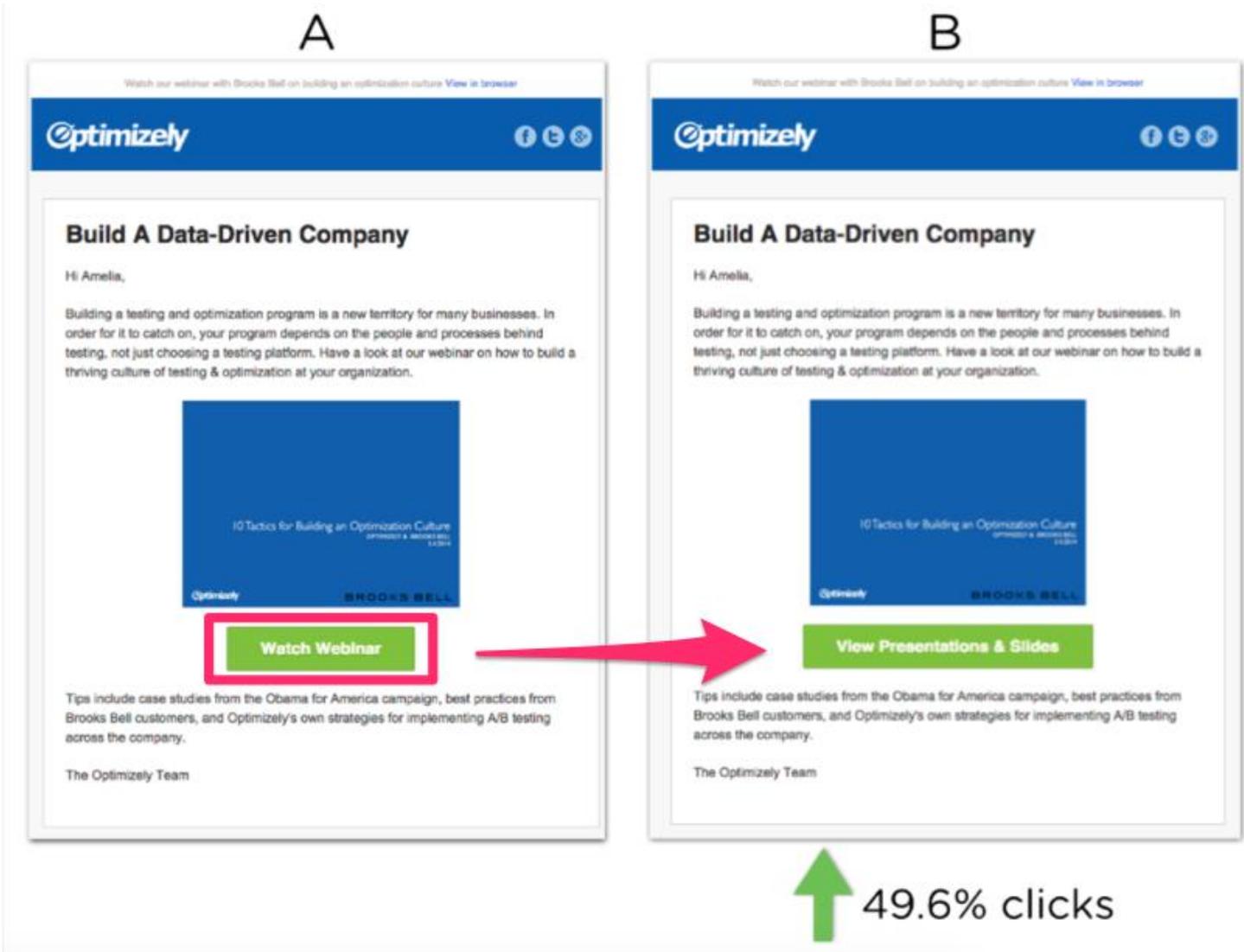
The image illustrates an A/B test comparing two different layouts for a promotional card featuring a Minion character. The background is a solid purple color.

**Version A:** Labeled with a green 'A' in the top left corner. It features a Minion character on the left, a red circular button with the text 'BUY NOW' on the right, three horizontal grey lines representing text below the character, and a large red button with the text 'CLICK HERE' at the bottom.

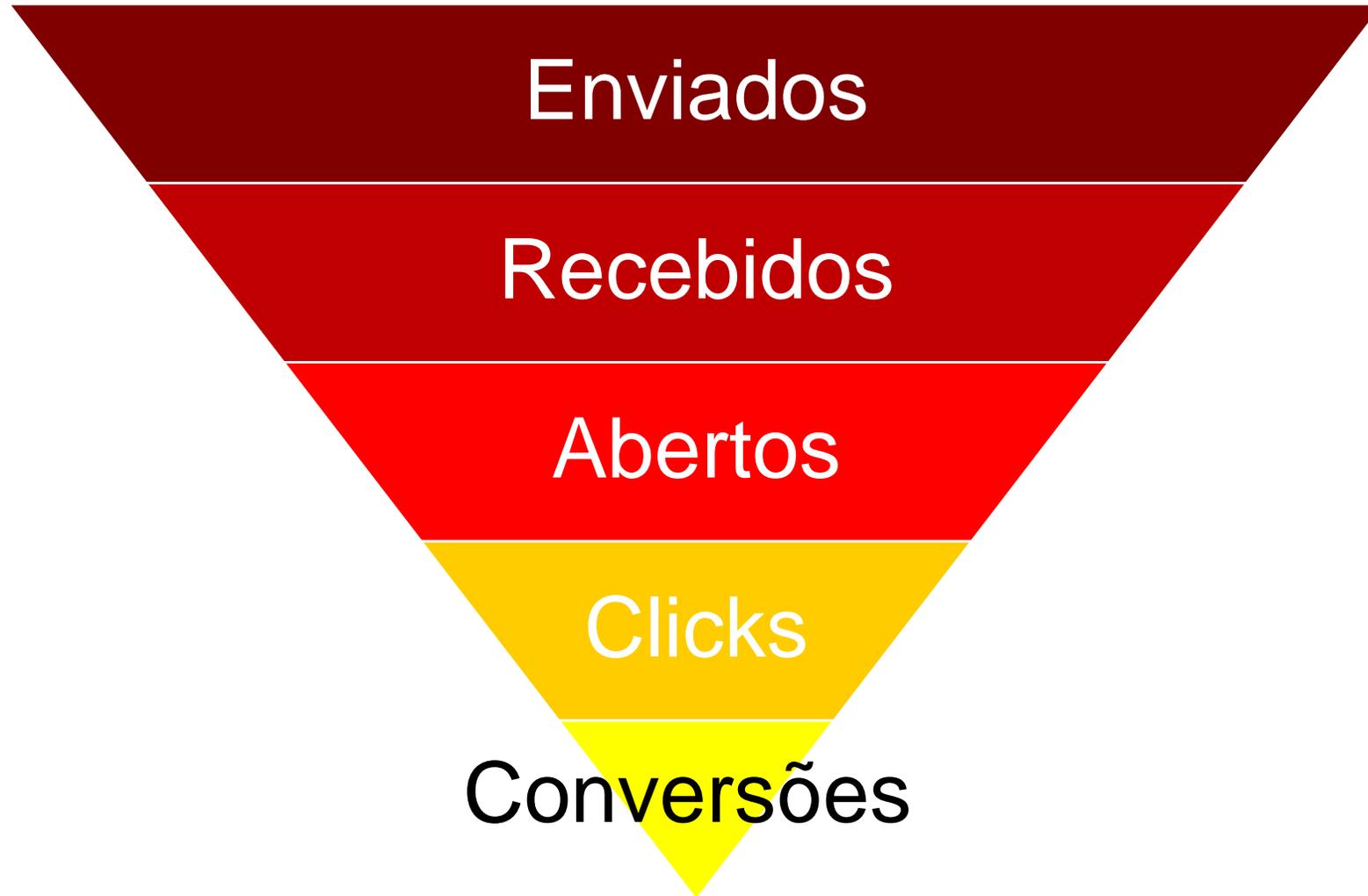
**Version B:** Labeled with a green 'B' in the top left corner. It features the text 'BUY NOW' in large red letters on the left, a Minion character on the right, two smaller Minion characters on the left side of the lower section, two sets of three horizontal grey lines representing text, and two small red buttons at the bottom.

The two versions are separated by the text 'VS' in the center.

# A/B Test



# Conversões



**Digit@l Tuesdays** by IAPMEI

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

# Notas Finais



1

Estratégia

2

# Angariar Registos

# 3

Customer  
Journey e  
Funis de  
Vendas

4

Conteúdo

# 5

Medir, Testar  
e Optimizar

# **Método SPARK Marketing**

# Método SPARK Marketing

**S**

**Strategy  
Building**

**P**

**Produce  
Content**

**A**

**Attract  
Leads**

**R**

**Reel-in  
Customers**

**K**

**Keep  
Clients**

# Curso Método SPARK Marketing

*CURSO MÉTODO SPARK MARKETING*

O MÉTODO QUE VAI  
**AMPLIFICAR OS TEUS  
RESULTADOS**



# Curso Método SPARK Marketing



**Digit@l Tuesdays** by IAPMEI

**MARKETING DIGITAL**

Email marketing - Estratégias para alcançar resultados

**Muito obrigado!**

