

50 MANEIRAS

de aumentar a sua lista de e-mail



50 maneiras de aumentar a sua lista de e-mail

Escrito por Casey Swanton



Casey atualmente é Response Consultant de Serviços Profissionais da Return Path. A experiência de Casey em agência envolveu consultoria estratégica para marcas de alta visibilidade, como Disney, Mars e Adecco, onde desenvolveu, implementou

e aperfeiçoou os programas de email, mobile e social, promovendo o equilíbrio de ROI alto com uma experiência de marca positiva e significativa para os consumidores. Sua abordagem unifica os objetivos de seus clientes com os desejos e necessidades do usuário final, garantindo que ambos tenham interações mais gratificantes e positivas.

Quem Deve Ler?



Iniciantes

Conteúdo Iniciante é destinado a profissionais de marketing apenas começando ou para aqueles que apenas precisam de uma reciclagem.



Intermediário

Conteúdo intermediário é destinado a profissionais de marketing com alguma experiência no assunto, incluindo estratégias e táticas.



Avançado

Conteúdo avançado é para os profissionais de marketing que têm um nível avançado de compreensão do email marketing e estão à procura de estratégias e táticas avançadas.



Conteúdo:

5: Introdução

6: Fundamentos Básicos

Construir uma base para experiências positivas do Assinante

11: Arroz com Feijão

O site Opt-in

15: Além do Digital

Envolvendo a Loja Física

17: Fora da Caixa

Fazendo Impressos e Mídia Exterior Trabalharem Mais

18: Captura no Atendimento ao Cliente

Obtendo o Máximo de Cada Ponto de Contato

19: Seja Social

Conectando Email e Mídias Sociais

22: Há um App Para Isso?

Coleta de Email no Mobile

23: Procurando Assinantes

SEM e SEO

24 : Misturando Tudo

Estratégias Cross-brand



Produtos Return Path



Placement.EQ

Maximize a entrega em caixa de entrada com precisão superior e visibilidade dos dados de assinantes ativos, listas de seeds e reputação de envio.



Certification.EQ

Aumente o impacto na caixa de entrada, aumentando a velocidade de entrega e ignorando filtros de email com a whitelist mais respeitada da indústria.



Insight.EQ

Faça do seu programa de email o melhor da indústria, vendo como os assinantes se envolvem com a sua marca, como o conteúdo renderiza, e um benchmark lado a lado sobre as principais métricas.



Protect.EQ

Proteja seus usuários e sua marca, ganhando visibilidade total do tráfego de email conhecido, desconhecido e potencialmente fraudulento.



Secure.EQ

Mantenha a confiança em sua marca por meio do monitoramento e bloqueio de phishing e integrando as mais recentes informações sobre ameaças de email em seu programa de segurança.



Serviços Profissionais

Soluções de consultoria personalizadas de especialistas em Email Intelligence que impulsionam o desempenho do email, geram resultados mensuráveis e melhoram o seu ROI.

Aumentar o tamanho e a qualidade de uma lista de assinantes de email geralmente é uma prioridade para os profissionais de Marketing, e com razão.

O canal de email normalmente apresenta não somente um ROI elevado quando comparado a outros canais de marketing direto, como oferece um meio para os profissionais de marketing envolverem e informarem seus assinantes. Além disso, o email pode ser integrado com outros canais para intensificar os esforços de divulgação e melhorar o desempenho geral da campanha. As recomendações a seguir podem ajudar a aumentar o número de sign-ups (assinantes) de email com sucesso, aumentando a exposição do programa de email e facilitando para prospects encontrarem e concluírem o processo de opt-in.



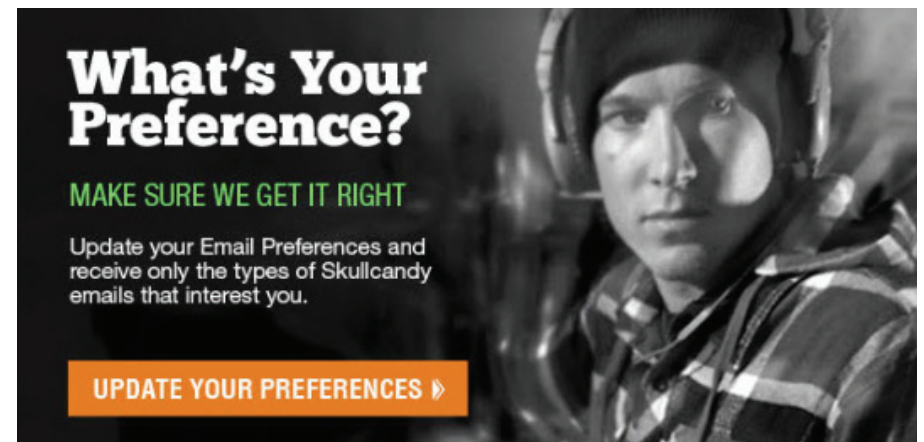
OS FUNDAMENTOS:

1

Independentemente de quais os métodos utilizados para aumentar a sua lista, certifique-se de que a sua abordagem seja focada no assinante e user-friendly (amigável).

A meta principal de construir uma lista de email deve ser criar uma experiência de assinante gratificante e satisfatória desde o opt-in ao email de reengajamento e outros.

Construa uma Base para Experiências Positivas dos Assinantes

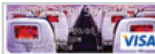


2

Inclua um pedido de permissão claro e um link para a política de privacidade em todas páginas e formulários opt-in. Definir expectativas com novos assinantes é essencial para o crescimento de uma base de assinantes engajados e satisfeitos.

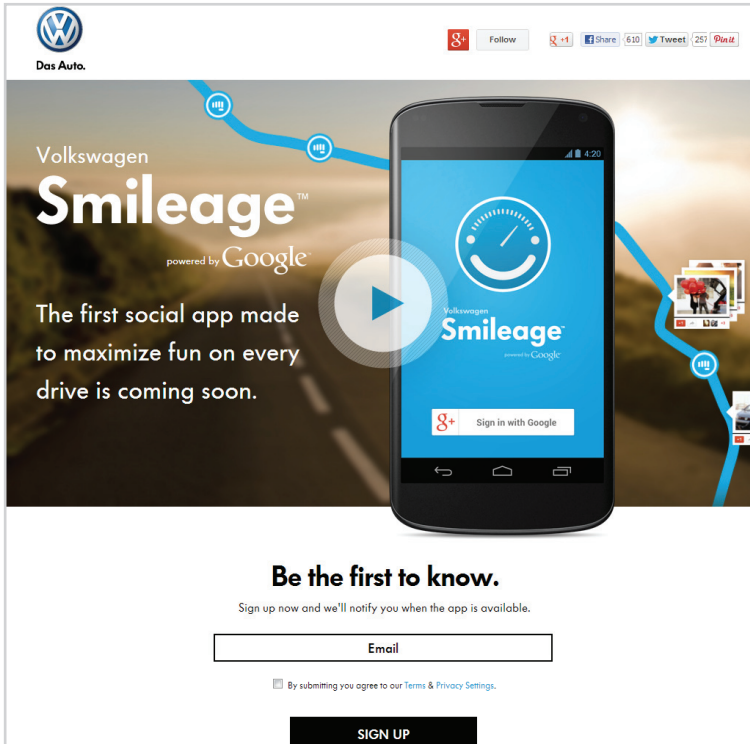
Ao garantir que os assinantes compreendem que tipos de emails estarão recebendo, desde o início, assegura também que estarão menos propensos a marcar as futuras mensagens como spam!



 up to 25,000 bonus points. Apply Now ▶ <small>*Terms & Conditions Apply.</small>		Elevate Inc. Travel with returns. Register Now ▶	
Get Deals, Offers, and more.		Sign up to receive special fares, promotional offers and news. (Virgin America's Privacy Policy)	
		Email Address: _____ Confirm Email: _____	
Site Map	Secure Flight	Guest Service Commitment	
Contact Us	Careers	Contract of Carriage	

3

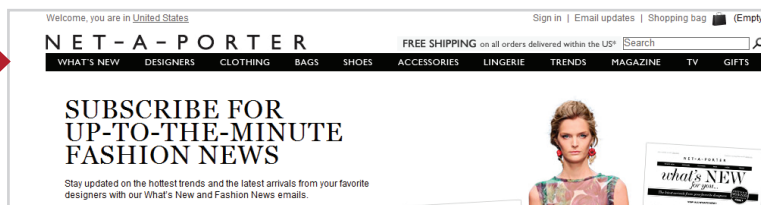
Aproveitar a página inicial para promover o opt-in para o email é uma ótima maneira de aumentar a base de assinantes para grandes lançamentos, novas estratégias de divulgação da marca, eventos-chave e qualquer outra promoção que dependa da construção de uma lista de email.



4

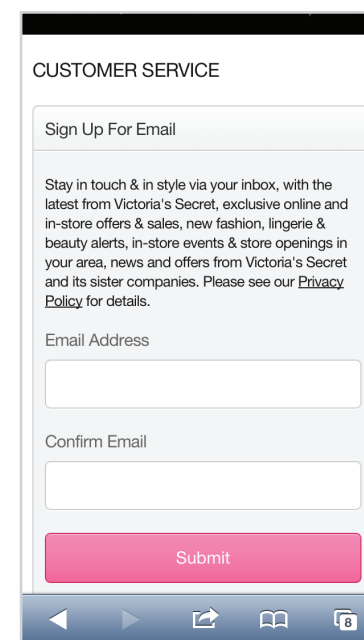
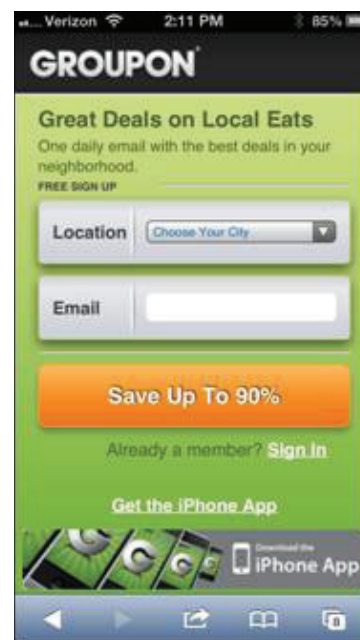
Ofereça aos prospects um caminho mais fácil no processo de subscrição e de volta para o conteúdo do site, se eles optarem por não se inscrever. Isso parece contraditório, mas os prospects que têm uma experiência de marca positiva estão mais propensos a fazerem opt-in.

Além disso, esses mesmos visitantes do site podem optar por fazer opt-in em outra página, uma vez que eles tiverem mais tempo para explorar seu conteúdo. Veja o número 12 para garantir que você feche o ciclo de assinantes em potencial!



5

Crie uma página simplificada, otimizada para móbile, que inclua uma visão geral dos benefícios do programa de email, um opt-in, e navegação básica para o site principal. Isso garante que um público maior será facilmente capaz de fazer opt-in.



6

Facilite o opt-in pela inclusão de um número limitado de campos obrigatórios que são claramente identificados como tal.

Se a sua estratégia de marca requer um alto nível de dados, considere adicionar uma página secundária ou seção onde os usuários possam oferecer informações adicionais ou ajustar preferências.

7

Mantenha o layout de seu formulário de opt-in simples e intuitivo, e você verá uma taxa de abandono menor.

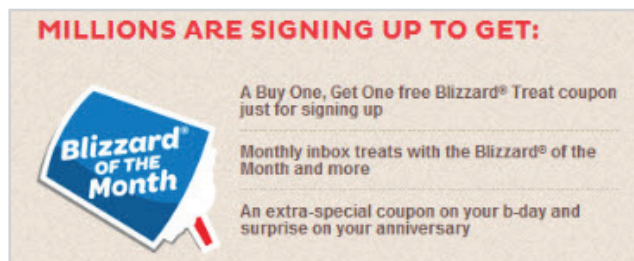
8

Mostre claramente como o seu programa de email pode beneficiar seus assinantes e clientes e defina as expectativas sobre que tipo de mensagens eles receberão.



9

Ofereça promoções exclusivas por email, informações e oportunidades para aumentar o valor agregado de seu programa de email para os assinantes.



10

Tenha um email de boas-vindas otimizado para confirmar o opt-in e acolher novos assinantes para o seu programa. Isso não vai ajudar a aumentar a sua lista, mas é um passo importante para começar as coisas com o pé direito e evitar atritos em sua lista!

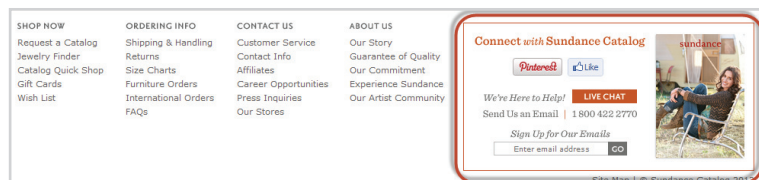
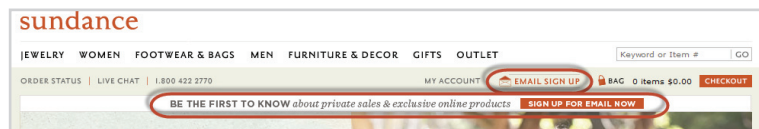


ARROZ COM FEIJÃO:

O site Opt-in

11

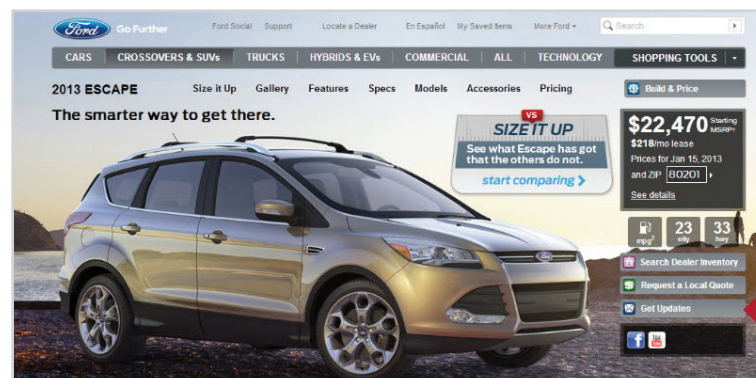
Deixe o opt-in em sua home page perceptível e fácil de encontrar! Quanto mais tempo os visitantes do site têm de procurá-lo, menor a quantidade que concluirá o processo com êxito.



12

Coloque uma chamada para o opt-in em suas páginas de conteúdo ou dentro de cabeçalhos do site ou barras laterais que são consistentes em todas as páginas do seu site.

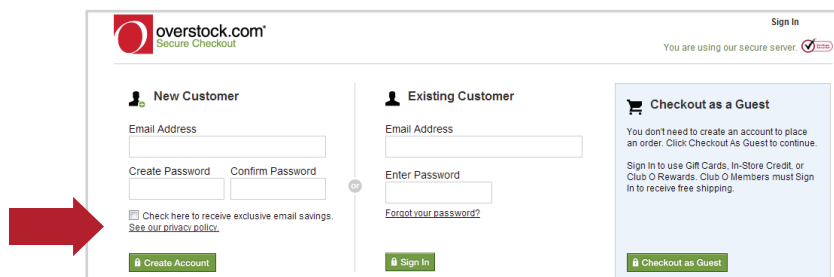
O exemplo abaixo da Ford permite que os assinantes se inscrevam no email, uma vez que já tiveram a oportunidade de explorar as áreas do site que são relevantes.



13

Inclua um opt-in no carrinho de compras, páginas de pagamento, mas tente não deixar a opção de inscrição pré-marcada.

Garantir que o opt-in seja voluntário e intencional pode ajudar a reduzir a chance de reclamações de spam e opt-outs no futuro.



The screenshot shows the Overstock.com checkout page. On the left, under 'New Customer', there is a form with fields for 'Email Address', 'Create Password', and 'Confirm Password'. Below these fields is a checkbox labeled 'Check here to receive exclusive email savings. See our privacy policy.' and a green 'Create Account' button. A red arrow points to this button. In the center, under 'Existing Customer', there is a form with fields for 'Email Address' and 'Enter Password', a 'Sign In' button, and a link for 'Forgot your password?'. On the right, there is a 'Checkout as a Guest' section with a heading, a paragraph explaining that no account is needed, and a green 'Checkout as Guest' button.

14

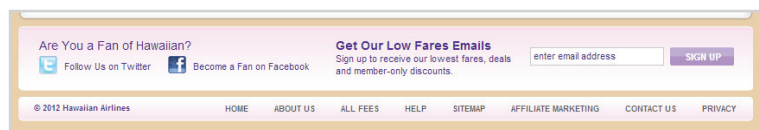
Para sorteios e concursos, inclua uma declaração de benefícios, permissões claras e uma caixa de opt-in para receber emails promocionais.

15

Para todos os formulários de inscrição para webinars, demonstrações ou outros eventos on-line, promova seu programa de email e forneça uma maneira para fazer opt-in.

16

Certifique-se de que o rodapé de seu site inclui uma chamada para o seu programa de email e/ou link para a página de opt-in.

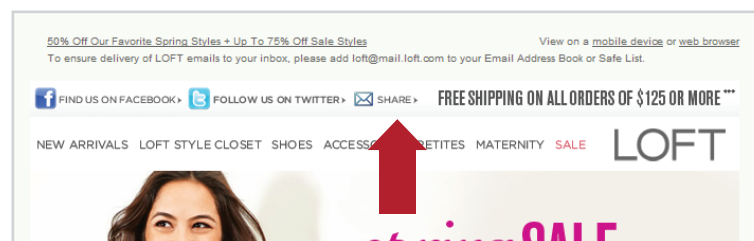


17

Certifique-se de que vale a pena compartilhar o seu conteúdo! Se você tem grandes ofertas, dicas, informações, imagens ou conteúdo, seus assinantes estarão mais propensos a compartilhar.

18

Inclua uma chamada clara e motivadora dentro do email que incentive e/ou permita que seus assinantes enviem um email para seus amigos.

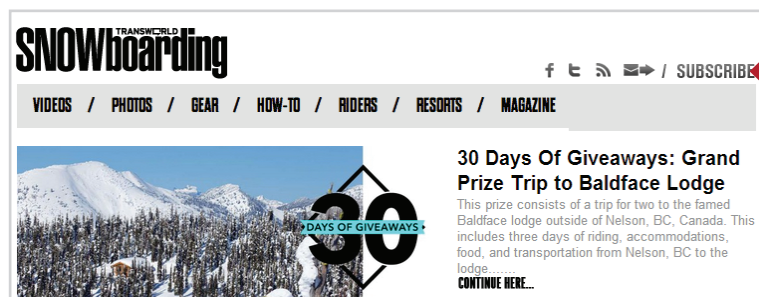


19

Se possível, para todos os emails que são encaminhados através de chamadas dentro do conteúdo, adicione um banner ou chamada para o template que inclui uma cópia motivadora e um link para o amigo se inscrever para receber emails.

20

Inclua um link para o opt-in no rodapé ou conteúdo de todos os emails comerciais, assim os amigos podem fazer opt-in, mesmo que o email tenha sido encaminhado através do cliente de email do remetente.



21

Apresente um link destacado para encaminhar a um amigo dentro da sua série de email de boas-vindas para capitalizar assinantes novos e engajados.

22

Considere enviar um email que destaca o conteúdo compartilhável e/ou recursos de compartilhamento multi-canal disponíveis para os assinantes divulgarem a sua marca, produtos ou ofertas. Para os programas Convide um amigo, crie páginas de destino user-friendly (amigáveis) e motivadoras.



23

Inclua uma chamada para participar do seu programa de email em emails transacionais para clientes que não estão inscritos no programa de email.



ALÉM DO DIGITAL:

Envolvendo a Loja Física

24

Transforme clientes da loja em assinantes de email, informando os consumidores sobre os benefícios do programa de email e oferecendo-lhes uma opção de opt-in no ponto de venda.

25

Tire um pouco da pressão em seus funcionários da loja para divulgar, incluindo sinalização e chamadas no ponto de compra que destaquem brevemente os benefícios do seu programa de email.



26

Se você já está enviando notas ou recibos por email, modifique o modelo para incluir uma chamada para o seu programa de email e um link para o formulário de opt-in.

27

Inclua uma declaração dos benefícios de seu programa de email em recibos/notas de vendas impressos.

28

Aproveite os códigos QR como uma maneira rápida de clientes experientes da loja irem direto para a sua página móvel de opt-in.

29

Se você tem um programa de fidelidade, verifique se ele está conectado ao seu programa de email.

Permita que os membros de opt-in recebam emails normais de venda, além de comunicações de programas de fidelidade.

BECOME A BEAUTY INSIDER

Join our free rewards program. Spend a dollar, earn a point. The more you shop, the better the rewards.



Sign up now to add **42** points from today's order to your Beauty Bank.

birth date

☐ Join and agree to [Terms & Conditions](#)

By joining, you will automatically receive Beauty Insider offers via email.

JOIN BEAUTY INSIDER

COMPLIMENTARY BIRTHDAY GIFT



FORA DA CAIXA:

Fazendo Impressos e Mídia Exterior Trabalharem Mais

30

Em peças de publicidade impressa em revistas e jornais, faça uma chamada aos benefícios do programa de email e inclua o endereço do site e/ou um código QR.

32

Promova o seu programa de email nos folhetos e catálogos impressos.

31

Promova o seu programa de email para clientes e prospects em sua lista de endereços físicos. Em peças de mala direta, promova os benefícios específicos de uma assinatura de email ou filiação on-line e forneça instruções simples e claras sobre como aderir.

33

Destaque os benefícios do programa de email em anúncios exibidos em espaços com um público cativo, como anúncios de transporte público. Forneça um link ou código QR que direciona os visitantes para o site móvel ou página opt-in móvel.



CAPTURA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE:

Obtendo o Máximo de Cada Ponto de Contato:

34

Forneça ao seu call center scripts que destaquem brevemente o programa de email e permita que os clientes que ligam façam o opt-in para receber mensagens promocionais.

35

Adicione um link descritivo sobre o programa de email nas assinaturas de email dos representantes que se comunicam com clientes/prospects. Essa estratégia funciona muito bem para B2B ou para as marcas que aproveitam o ciclo de vida individual ou programas de email de atendimento ao cliente.

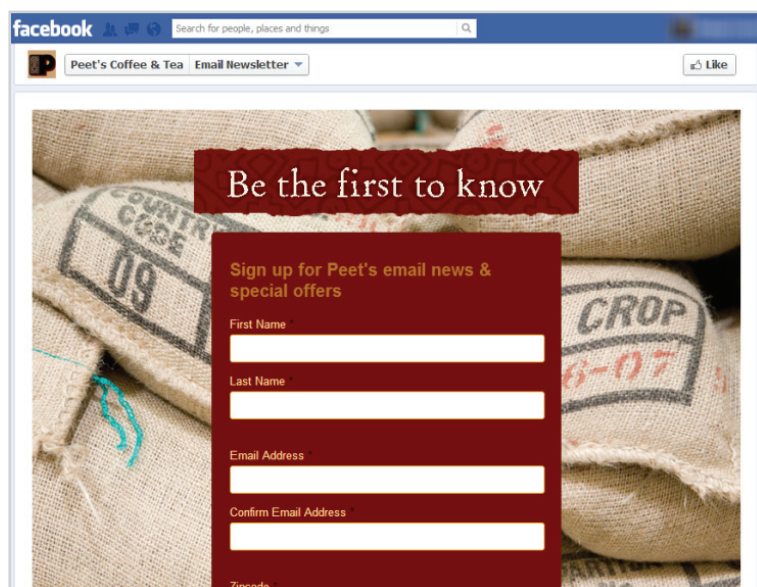


SEJA SOCIAL:

Conectando Email com Mídias Sociais

36

Se você tem uma página no Facebook, crie uma aba que promova os benefícios do programa de email e permite que visitantes entrem na sua lista opt-in.

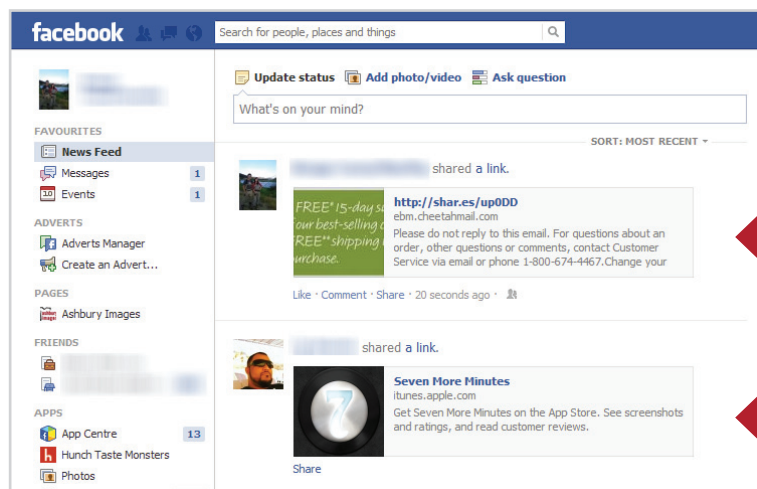
A screenshot of a Facebook post from the page 'Peet's Coffee & Tea'. The post features a background image of coffee sacks with text like 'COUNTRY CASE 09' and 'CROP 6-07'. Overlaid on this is a dark red sign-up form with the heading 'Be the first to know'. The form includes the text 'Sign up for Peet's email news & special offers' and four input fields labeled 'First Name', 'Last Name', 'Email Address', and 'Confirm Email Address'. A 'Zipcode' label is visible at the bottom of the form.

37

Não exija que visitantes do Facebook curtam sua marca antes de se cadastrar para receber emails. Em grupos de todas as faixas etárias, o email ainda tem uma liderança sobre como as pessoas gostariam de receber mensagens promocionais. Exigir um “like” e um endereço de email pode contribuir para o abandono da página e a perda de uma oportunidade de entrar em contato com o visitante através de ambos os canais.

38

Para o Facebook, personalize o texto, imagem e links que são publicados no site quando o assinante compartilha o conteúdo ou ofertas do email. Certifique-se de que a mensagem que é exibida é envolvente e permita alguma ação dos amigos.



39

Dentro de seus perfis nas redes sociais, garanta que links de sites direcionem usuários de volta para uma página de destino relevante que contém uma declaração dos benefícios e opt-in para o programa de email. Isto pode ser conseguido através da atualização do rodapé, cabeçalho ou barra lateral para que contenham uma chamada para seu programa de email e para o formulário opt-in.

What to do

What *not* to do

40

Promova os benefícios do seu programa de email nos sites sociais que você tem presença e forneça um link para a página opt-in.

41

Promova ofertas exclusivas por email em sites sociais e forneça links para a página opt-in.

Certifique-se de que estas páginas ofereçam navegação de volta para páginas principais de conteúdo para permitir que os visitantes explorem ainda mais a sua marca e seu site.

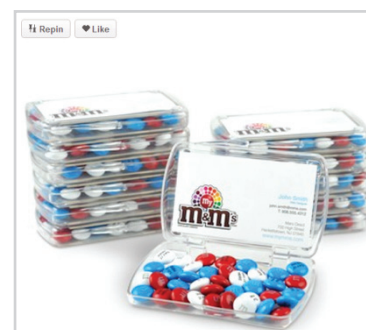
42

Se a sua marca é muito ativa no Pinterest ou seu site vê o tráfego frequentes a partir deste site, certifique-se de que a barra lateral, cabeçalho ou rodapé de todas as suas páginas de conteúdo contenham um opt-in fácil de localizar.

Deixe o opt-in fácil para os visitantes interessados já que imagens do Pinterest podem muitas vezes direcionar para o mais conteúdo do site.

43

Em todo o conteúdo amigável do Pinterest, garanta que, quando a imagem fixada é clicada, os usuários sejam direcionados de volta para uma página de conteúdo que contém um opt-in para o programa de email.



Pinterest Image links to relevant web page with email opt-in

HÁ UM APP PARA ISSO?

Coleta de Email no Mobile

44

Se você tiver um aplicativo móvel, adicione uma opção opt-in nas configurações do aplicativo, nas telas de introdução ou nas páginas de conteúdo.

45

Já está conectado a uma conta de email e enviando mensagens transacionais? Inclua uma declaração de permissão e opção de opt-in para receber emails promocionais e amplie a oportunidade através da inclusão de um link opt-in dentro do conteúdo do email.

PROCURANDO ASSINANTES:

SEM e SEO

46

Faça uma chamada para o seu programa de email em anúncios SEM, especialmente se você tiver uma oferta para novos assinantes. Você não vai somente obter mais endereços de email, como pode fazer mais vendas a prospects que estão procurando ofertas ou descontos.

47

Se a sua marca utiliza anúncios de busca, inclua um link para o opt-in de seu programa de email.



MISTURANDO TUDO:

Estratégias Cross-brand

48

Se a sua marca está incluída no email promocional de outra empresa, assegure-se que a página de destino inclui uma oportunidade de opt-in para o programa de email.

49

Se a sua marca é promovida no centro de preferência de outra marca ou formulário opt-in, certifique-se de que a permissão é muito clara ou use um processo de double opt-in.

Isso pode ajudar a aumentar a confiança do assinante e reduzir as chances de reclamações de spam e opt-outs no futuro.

50

Se a sua marca está envolvida, ou contribui para causas altruístas e seu logotipo é destaque em seu site, solicite que o logotipo seja um link ativo que direciona o tráfego para uma página de site relevante que contém uma opção de opt-in para o programa de email.

