

Pesquisa

# QUALIDADE DAS BASES DE E-MAILS NO BRASIL

Gestão, organização e limpeza

EDIÇÃO 2017

Realização:



**SafetyMails**

Apoio:



**contenttools**

# PANORAMA DO MERCADO

Por mais um ano, o e-mail marketing desponta como mídia de maior ROI do mercado digital e uma das preferências dos consumidores para comunicação (Adobe Consumer Email Survey Report, 2017).

O crescimento das vendas no mercado do e-commerce brasileiro (Webshoppers, 2017) e a demanda por novos clientes vem forçando os gestores digitais a adotar novas estratégias e abordagens de e-mail marketing, como profundas segmentações e réguas de relacionamento mais elaboradas, exigindo uma qualidade mais refinada na gestão do ciclo de e-mail marketing, em todas as suas etapas.

Um dos aspectos vitais desse ciclo é a gestão das bases de e-mails. Sejam elas simples, apenas com nome e e-mail, ou mais complexas, com dados pessoais e histórico de consumo, é fato que um e-mail inválido torna a comunicação

mais difícil ou até mesmo impossível, caso o e-mail seja o único canal de comunicação direta disponível e aplicável.

Por outro lado, agravando o cenário, provedores não toleram mais bases de e-mails com registros inválidos (além de outros problemas, como spamtraps). Mesmo as ferramentas de envio de e-mail marketing adotaram medidas de bloqueio de campanhas com bases ruins. Somado a isso, o crescimento do *turnover* nas empresas (dados de 2015 já apontavam um número duas vezes maior que a média mundial), se apresenta como um sério agravante para o problema.

Entender essa dinâmica e a importância da correta validação das bases de e-mails é fundamental para a manutenção da reputação, melhoria da entregabilidade e otimização dos resultados.



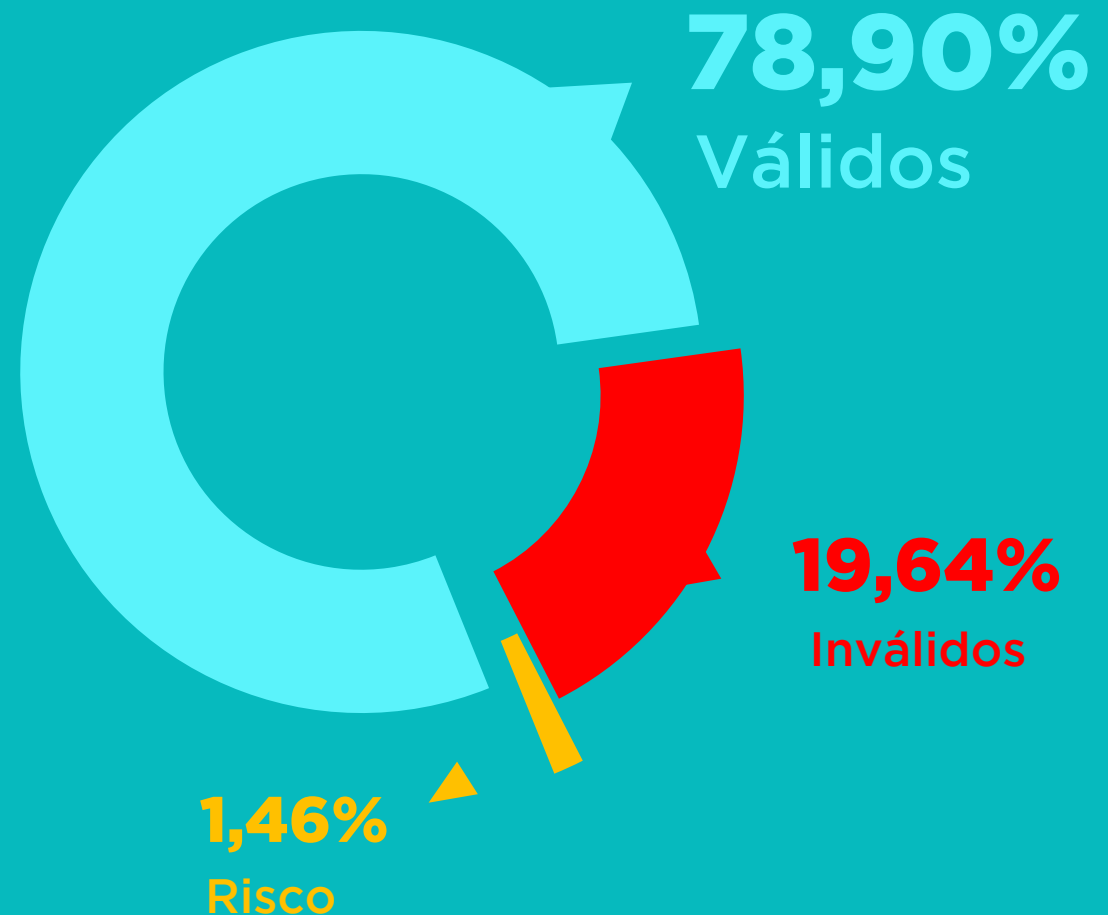
# A PESQUISA

Como na sua primeira edição, lançada em 2015, a **Pesquisa de Qualidade das Bases de E-mails no Brasil – 2017** partiu da necessidade de conscientizar os gestores de marketing digital em relação ao cuidado necessário com a gestão de seus mailings, principalmente no aspecto da captação de registros e na atenção à remoção de e-mails inválidos.

A nova edição coletou dados no período 2016.02 — 2017.01, contendo em sua amostragem 300 milhões de registros únicos. Além desse volume, também foram analisados pouco mais de 40 milhões de registros provenientes de consultas em tempo real em formulários de cadastro.

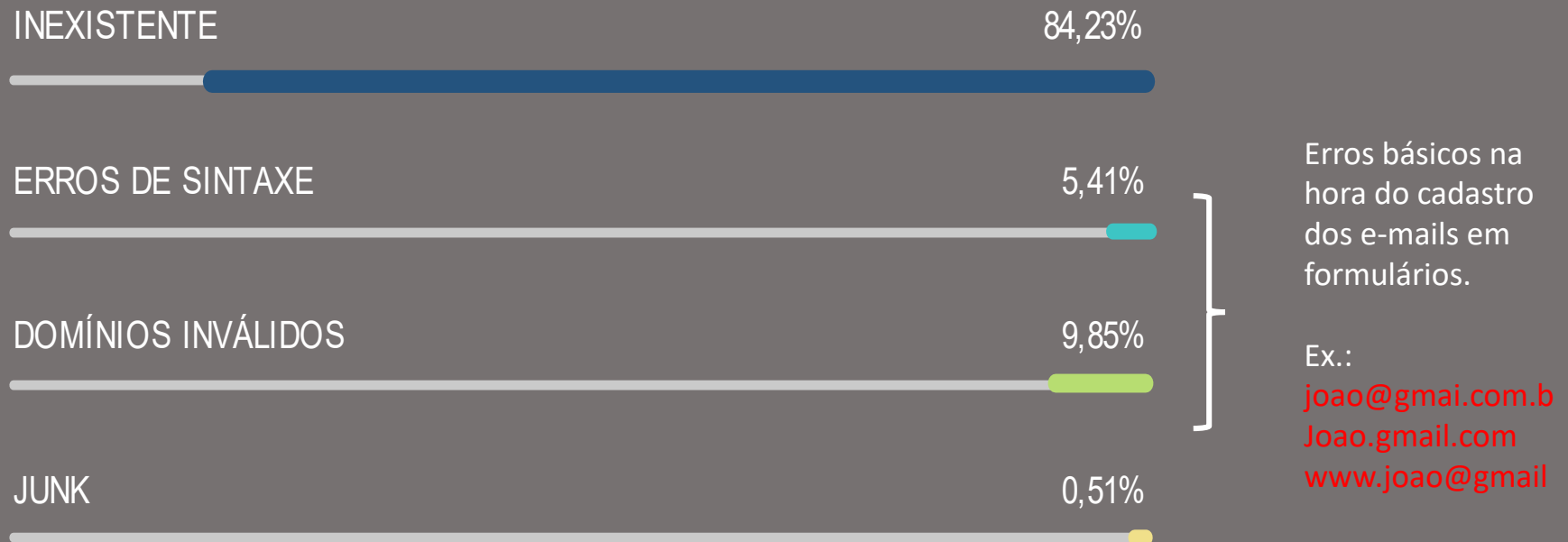
# ANÁLISE GERAL DOS E-MAILS

É possível verificar que 19,64% dos e-mails que faziam parte das bases verificadas no período foram classificados como **inválidos**. Esse percentual está bem acima do limite de 3% estabelecido pelos principais provedores de internet.



# DISTRIBUIÇÃO POR INVÁLIDOS

É interessante ver a participação de e-mails que foram classificados como inválidos por erros simples de sintaxe e digitação de domínios. Muitas vezes, isso se deve à pressa ou desatenção no momento do cadastro, seja do visitante, seja de um atendente responsável pelo cadastro.



# DISTRIBUIÇÃO POR RISCO



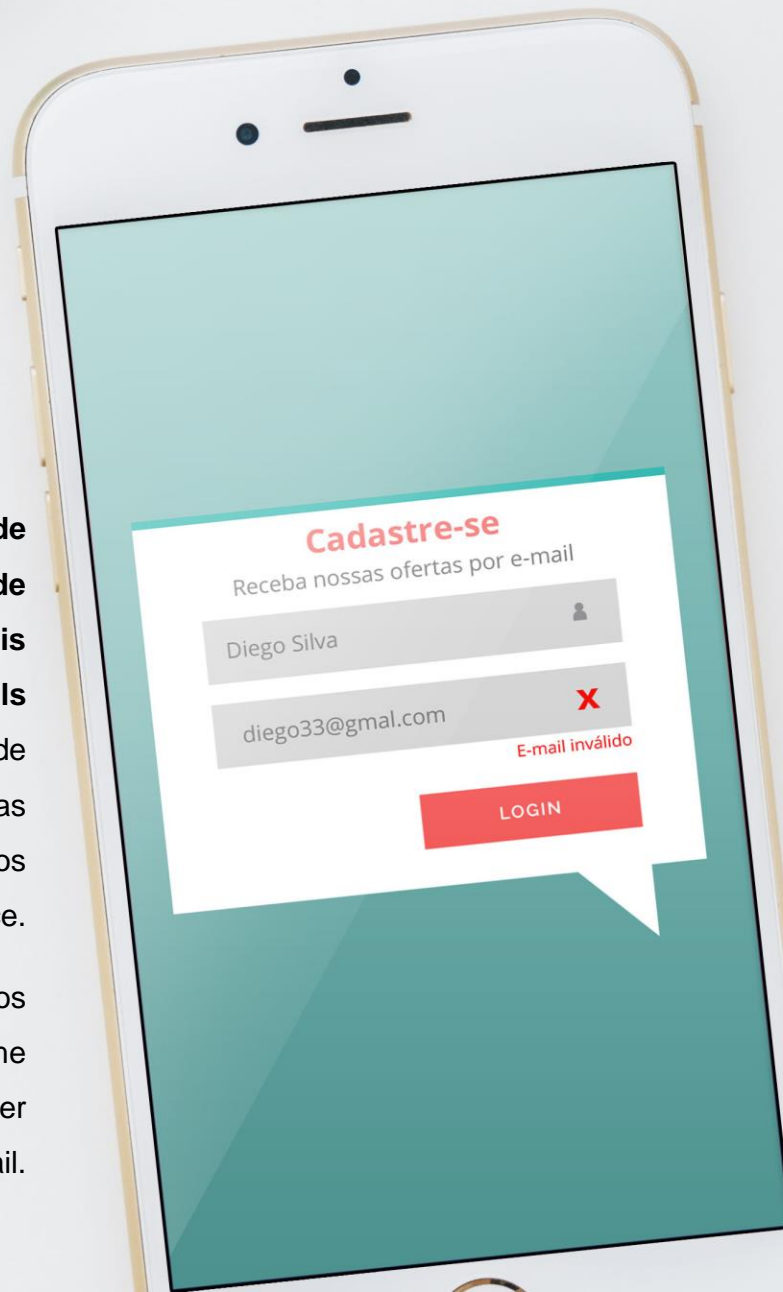
A análise dos **1,46% dos e-mails de risco** (Análise Geral dos E-mails - página 4) revela a grande incidência de e-mails acceptall/denyall, com 27,61% desse grupo, e os endereços scraped (e-mails comuns como vendas, sales, contato, e repositórios), com 39,87% de participação. Os scraped e-mails precisam ser avaliados com cuidado, inclusive do ponto de vista do engajamento, pois como são e-mails “genéricos”, normalmente sem um proprietário, representam potencial ausência de engajamento ou aumento de complaints, prejudicando a entregabilidade.



# ERROS NO OPTIN

Da amostra estudada de **40 milhões de e-mails digitados em formulários de cadastro, um total de 18% (pouco mais de 7 milhões de registros) eram e-mails inválidos**. Uma perda significativa de leads, representando perda financeira nas ações de captação, e problemas futuros de bloqueios dos provedores por bounce.

Um dos erros mais comuns nos cadastros de e-mails está relacionado ao costume de inserir o país (.br) no final de qualquer endereço de e-mail.



**82%**  
Válidos

**18%**  
Inválidos

# DISTRIBUIÇÃO POR PROVEDOR

OS 9 PRINCIPAIS PROVEDORES DE E-MAILS NO BRASIL

PROVEDOR	DISTRIBUIÇÃO
HOTMAIL	31,65%
GMAIL	21,27%
YAHOO	7,69%
UOL/BOL	4,89%
TERRA	4,10%
IG	2,91%
OI	1,60%
GLOBO	1,08%
OUTLOOK	0,95%



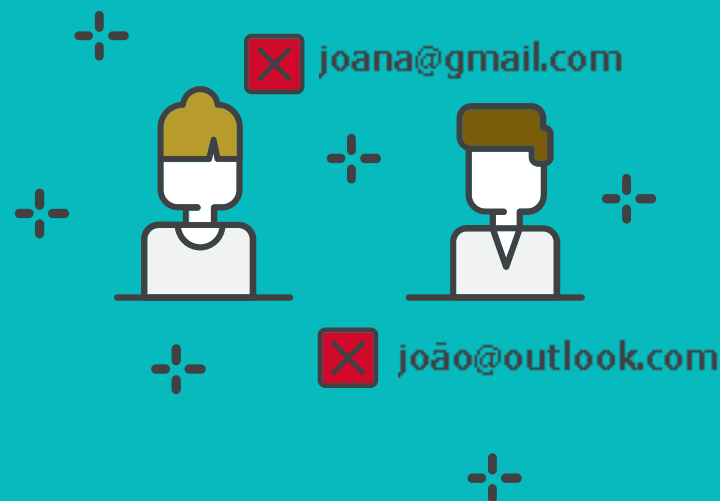
O domínio Hotmail continua reinando como a maior participação (31,65%) nas bases de e-mails brasileiras, seguido pelo Gmail, com 21,27% de participação. O Terra (4,1%) merece nossa atenção pois o provedor cancelou seu serviço de e-mail em vários países mas permanecerá com o serviço ativo no Brasil.



# INVÁLIDOS POR PROVEDOR

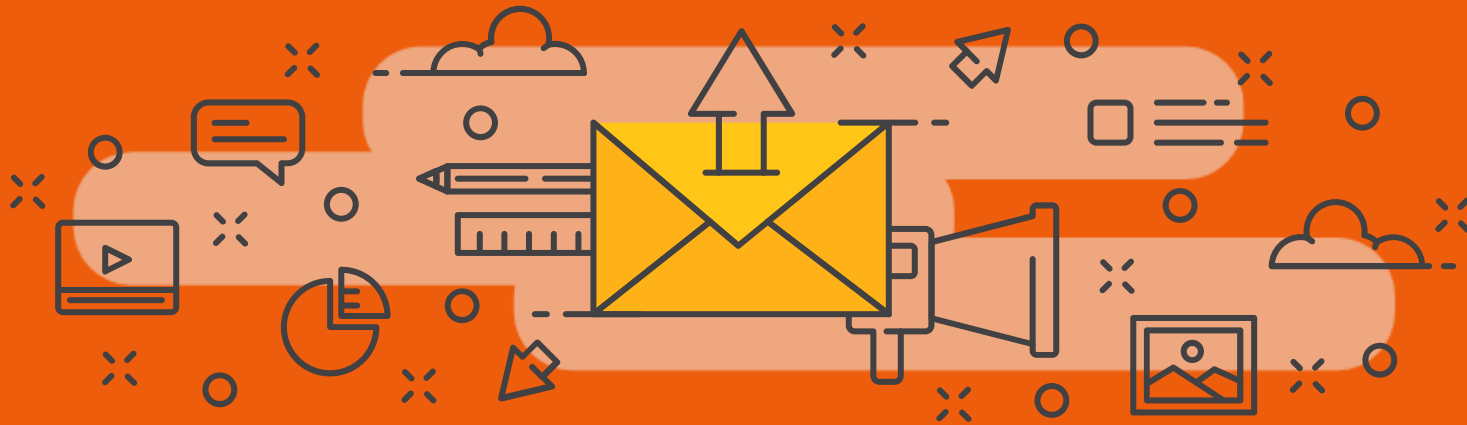
OS 9 PROVEDORES DE E-MAILS COM MAIOR ÍNDICE DE INVÁLIDOS NO BRASIL

PROVEDOR	% DE BOUNCE
OI	93,16%
IG	92,00%
GLOBO	84,42%
TERRA	71,18%
UOL/BOL	40,25%
HOTMAIL	34,86%
YAHOO	23,88%
OUTLOOK	22,55%
GAAIL	8,77%



A participação de e-mails inválidos pelos principais provedores revela um certo “apego” dos gestores às bases de e-mails muito antigas. É preciso compreender que há uma migração entre provedores e alguns endereços acabam sendo abandonados ou se tornam “repositórios de spam”. Provedores com altos índices de e-mails inválidos precisam acionar um alerta na gestão de bases.

# CONCLUSÃO



Os novos profissionais de marketing digital tem um desafio importante pela frente: **melhorar a qualidade dos resultados em um cenário de e-mail marketing promissor, mas que exige cuidados especiais em termos de estratégia e gestão.**

Diante de números bastante preocupantes relacionados à qualidade das bases de e-mails, a higienização e organização das bases de e-mails se mostra mais necessária do que nunca. Trata-se de uma peça que deve ser considerada como engrenagem permanente da cadeia de e-mail marketing.

# GLOSSÁRIO

- **Validação de E-mails** - processo de análise em camadas de um endereço de e-mail, como sintaxe, domínio, configurações, etc. É um processo mais avançado que a simples crítica do e-mail.
- **Verificação de E-mails** - processo de confirmação da existência de um endereço de e-mail em um provedor, através de diversos mecanismos e cruzamentos de bancos de dados, após a confirmação da sua validade.
- **ROI** - Retorno Sobre o Investimento (Return On Investment). Indicador que permite saber quanto dinheiro a empresa ganhou (ou perdeu) em relação aos investimentos feitos. Calcula-se assim:  $\text{ROI} = (\text{Lucro do investimento} - \text{custo do investimento}) / \text{Custo do investimento}$ .
- **Turnover** - é a alta rotatividade de funcionários em uma empresa.
- **Bounce** - é um endereço de e-mail identificado como inválido no momento do envio do e-mail marketing para um provedor.
- **Reputação** - pontuação baseada no histórico de ações feitas em campanhas de e-mail marketing. Leva em consideração aspectos como volume de envios, reclamações de spam, e-mails inválidos, spamtraps, etc. Quanto pior for a reputação, menos e-mails serão entregues até que haja o bloqueio das mensagens. Quanto melhor, mais favorável é o ambiente de entrega.
- **Entregabilidade** - é a capacidade de entregar e-mails na caixa de entrada (inbox) dos destinatários. É calculada a partir da reputação do remetente e elementos relacionados (como volume de envios e quantidade de e-mails inválidos).
- **Mailing** - sua lista de contatos de e-mail e demais dados relacionados (nome, cidade, etc).
- **Bloqueio** - processo onde um provedor ou ferramenta de envio impede o envio / recebimento de seus e-mails enviados por questões de baixa reputação / qualidade de bases de e-mails.

# GLOSSÁRIO

- **Spamtrap** - endereço de e-mail válido que tem a finalidade de identificar spammers e gestores descuidados de bases de e-mails. Existem dois tipos: os novos, que identificam compradores de bases; e os reciclados, feitos de e-mails que possuíam proprietários, mas foram abandonados e reaproveitados pelos provedores.
- **Sintaxe de E-mail** - aspectos que formam o que pode ser considerado um endereço de e-mail, atendendo às especificações de diferentes RFCs (determinadas pelo IETF - Internet Engineering Task Force) que especificam os padrões que serão utilizados por toda a Internet.
- **Scraped E-mails** - a origem é do inglês, do verbo raspar (to scrape). Trata-se de uma técnica spammer de construção de listas de e-mails, que leva em consideração os nomes mais comuns usados em e-mails nos domínios corporativos, como adm, vendas, financeiro, webmaster.
- **Accept All** - quando um provedor de e-mails recebe e confirma todas as mensagens, ainda que os endereços sejam inválidos.
- **Deny All** - quando um provedor de e-mails nega e acusa bounce em todas as mensagens, ainda que os endereços sejam válidos.
- **Engajamento** - interação de um usuário em um e-mail. Neste caso, a abertura do e-mail.
- **Optin** - processo de cadastro de um e-mail que dá a permissão para envio de e-mail marketing.
- **Double Optin** - processo semelhante ao Optin, mas requer uma confirmação de cadastro feita por link acionável em mensagem de e-mail.



Ferramenta online de **validação, verificação e enriquecimento** de bases de e-mails

## NÃO DEIXE QUE E-MAILS RUINS PREJUDIQUEM SEU E-MAIL MARKETING

Identifique e remova de suas listas os e-mails inválidos, inexistentes, descartáveis ou spamtraps. E ainda proteja seus formulários com nossa API de integração em tempo real evitando que e-mails ruins sejam inseridos em suas bases de e-mails.

Análise de popularidade dos e-mails



Classificação dos e-mails



Identificação de engajamento



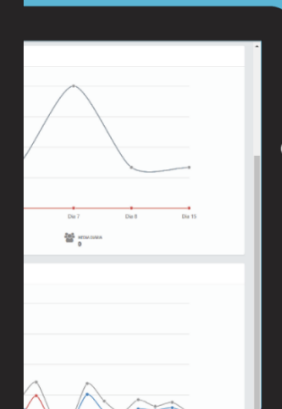
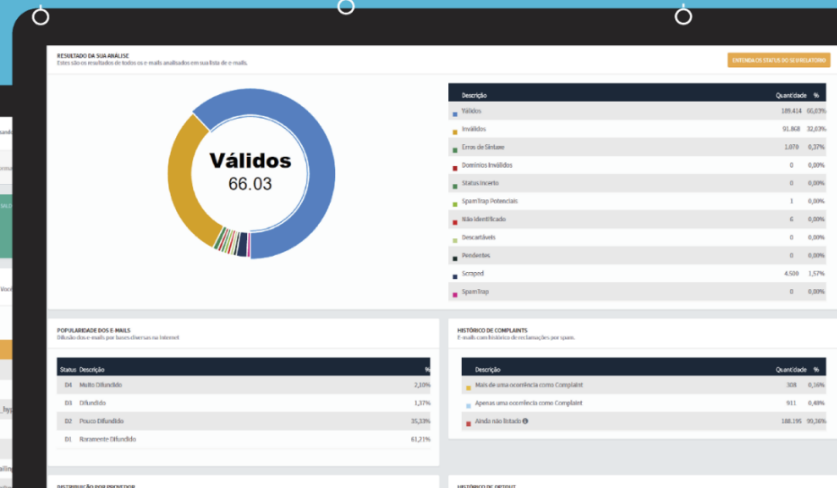
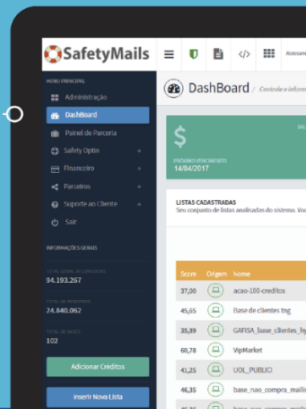
Reconhecimento de spamtraps ou e-mails fake



Correção de domínios



Enriquecimento com geolocalização





Aumente a performance do seu marketing de conteúdo com a ferramenta que centraliza toda a gestão e publica os conteúdos por você.

## FOQUE NA ESTRATÉGIA

Potencialize a assertividade do seu marketing de conteúdo tendo toda a sua estratégia registrada em um lugar só.

## ORGANIZE O PROCESSO

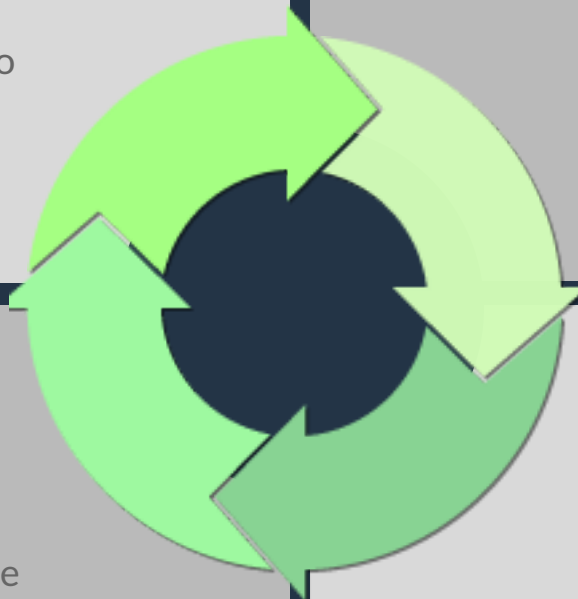
Toda sua produção de conteúdo organizada em um lugar só e com fácil acesso para toda sua equipe.

## ANALISE SUA PERFORMANCE

Tenha *insights* sobre os tipos de conteúdos com mais engajamento e visualizações para que você alcance todos os seus objetivos.

## ECONOMIZE TEMPO

Seus conteúdos ficam visíveis no seu calendário e são distribuídos no seu blog e redes sociais automaticamente nas datas definidas.



**FAÇA UM TESTE GRÁTIS**