



INDÚSTRIA FORTE É DESENVOLVIMENTO

Orientação para disparos de e-mail marketing corporativo

01/08/2019

Florianópolis/SC

SOLICITAÇÃO DE DISPARO DE E-MAIL MARKETING CORPORATIVO

Responsabilidade: Gerência Comercial e de Marketing – COMAR

1. OBJETIVO

Definir a sistemática do recebimento de solicitações de disparos de E-mail Marketing corporativo para as Entidades do Sistema FIESC.

2. CONCEITOS

E-mail Marketing corporativo: comunicação corporativa que envolve o envio de e-mail marketing para *mailings*/públicos técnicos ou corporativos, com o intuito de divulgar um evento, realizar pesquisas, qualificar contatos, enviar comunicados institucionais ou comercializar um produto.

E-mail de retorno: endereço que servirá de retorno, caso o público alvo responda o e-mail marketing recebido.

Público-alvo: refere-se ao público que se objetiva alcançar com a comunicação.

Mailing: lista de contatos com dados de empresas e pessoas vinculadas aos grupos de relacionamento com os quais a FIESC deseja se relacionar.

Critérios para seleção do mailing CRM: características do público-alvo determinado para um disparo específico. A definição das características do público alvo é obrigatória para o filtro no CRM.

Exemplo 1:

Com a ação XXX, queremos alcançar as pessoas da Grande Florianópolis, que já foram clientes do SENAI em 2017 e 2018.

Exemplo 2:

Com a ação YYY, quero falar com o RH das indústrias da Vice-Presidência Norte-nordeste, de grande e médio porte.

- Informações sobre mailing CRM FIESC estão disponíveis no [Artigo 4394](#) na Base de Conhecimento em Importação de Contatos

Arte/Layout: é a identidade visual do e-mail marketing. É onde informamos visualmente qual o produto/serviço que estamos comunicando, por meio de ícones, fotos, marcas, etc. O *layout* é composto por elementos gráficos + texto. Esses elementos gráficos se resumem em uma arte para o cabeçalho e outra arte para o rodapé do e-mail marketing. Em alguns casos podemos utilizar elementos gráficos no corpo do e-mail para aprimorar o *layout*.

Template: "Modelo padrão que dá "forma" ao e-mail marketing. Podemos ter mais de um template. Um exemplo de de template poderia ser um e-mail marketing composto por "um cabeçalho + uma coluna de texto + duas colunas de imagem + um botão + um rodapé".

- Orientações adicionais sobre *templates* de campanhas estão disponíveis no [Artigo 3505](#) na Base de Conhecimento.

3. DIRETRIZES

- a. Definir a Gerência Comercial e de Marketing - COMAR como única área com permissão para realizar disparos de e-mail marketing promocionais e comerciais na FIESC e suas Entidades, utilizando para este fim a ferramenta corporativa Mail2Easy Pro – Dinamize.
- b. Promover a integração da base de contatos com o CRM FIESC e Dinamize. As informações dos contatos registradas com o aceite formal de uso de dados atendem as especificações da Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD que entrará em vigor em Dezembro de 2020.
- c. Adequar a base de contatos da FIESC e suas Entidades com a nova legislação do uso de dados pessoais. Para garantia desta ação, a partir de 14/08/2019, os disparos de e-mail marketing promocionais e comerciais utilizarão exclusivamente o CRM FIESC como base de extração de mailing. Listas de contatos das áreas de negócios precisam ser incluídas no CRM.
 - Informações adicionais no [Artigo 4394](#) na Base de Conhecimento em Importação de Contatos.
- d. Padronizar o processo de solicitação e envio de e-mail marketing para todos os públicos de interesse da FIESC e de suas Entidades.
- e. Evitar o envio de e-mail em massa utilizando a ferramenta de mensagem corporativa Gmail. Além de comprometer a reputação do domínio **@fiesc.com.br**, o servidor Gmail não foi projetado para enviar e-mails em massa.
- f. Evitar o envio de e-mail marketing em duplicidade para todos os públicos de interesse da FIESC, utilizando este meio de comunicação de forma eficiente, com conteúdo muito mais rico e interativo.

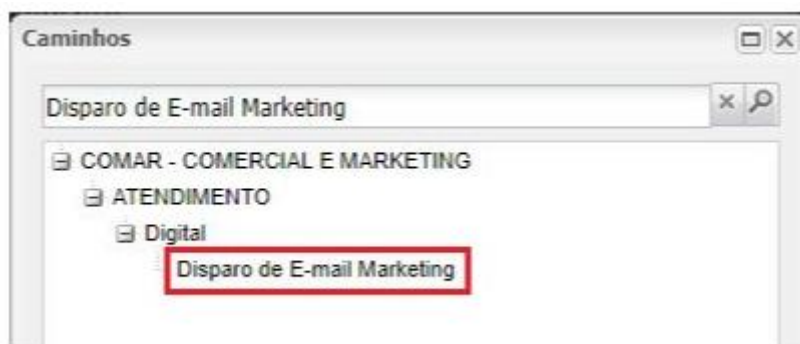
3.1. Para otimizar a efetividade dos disparos, sugerimos:

- O corpo do e-mail deve conter, preferencialmente, texto e imagem. Caso o solicitante opte por um envio apenas com imagem, deve encaminhar um documento com o conteúdo da arte em formato de texto para que seja inserido como texto alternativo do disparo;
- A resolução da imagem deve respeitar o limite máximo de 256 kbs. No modelo Newsletter, a soma de todas as imagens não poderá ultrapassar 500 kbs;
- As dimensões das imagens devem estar entre 700 pixels de largura e 1200 pixels de altura;
- Quando o solicitante optar por um disparo com a arte no formato HTML, o código deve respeitar o limite máximo de 100 kbs de resolução;
- Para personalizar e-mails com o nome do cliente/empresa, com assinatura pessoal e com imagens adequadas, costumam apresentar indicadores de entrega melhores.
- O cronograma de disparos deve respeitar o prazo de 72 horas para novo envio e o solicitante deverá optar para qual público do *mailing* reenviar;

4. PROCEDIMENTOS

O solicitante deverá obrigatoriamente abrir um chamado na ferramenta CSC - Central de Serviços Compartilhados com no mínimo **4 dias de antecedência** da data de início do disparo. Preencher o formulário de solicitação no corpo do chamado e anexar a arte.

COMAR – COMERCIAL E MARKETING – Atendimento – DIGITAL – Disparo de e-mail Marketing



Para um *mailing* que não seja da base do CRM, o demandante deve acessar o [Artigo 4394](#) da Base do Conhecimento, baixar a planilha de importação de contatos e anexá-la ao chamado.

4.1. PRAZOS

- a. Abertura do chamado: no mínimo 4 dias úteis de antecedência do início da ação;
- b. Análise e aprovação de solicitação: 1 dia útil;
- c. Envio de relatório: 3 dias úteis após o término da ação.

5. RESPONSABILIDADES

a. Digital/COMAR FIESC

- a.1. Receber e avaliar o chamado;
- a.2. Extrair do CRM o *mailing*, conforme os critérios descritos no chamado;
- a.3. Elaborar o e-mail marketing na ferramenta Mail2Easy Pro de acordo com as especificações de boas práticas;
- a.4. Validar com o demandante enviando e-mail teste;
- a.5. Programar e realizar o disparo solicitado no formulário do chamado;
- a.7. Emitir relatório de envio ao término da ação.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estas orientações, bem como os demais documentos complementares serão divulgadas aos públicos de interesse da FIESC e disponibilizadas na Base de Conhecimento, no [artigo 9133](#).

Fica centralizado na Gerência Comercial e de Marketing o recebimento das solicitações e disparo de todos os e-mails marketing corporativos. As orientações para disparos de e-mail para grupos internos e profissionais do Sistema FIESC serão determinadas pela SUSERV/GEPES – Gerência de Gestão de Pessoas.

Periodicamente este documento poderá sofrer alterações conforme necessidade da FIESC e de suas Entidades.