



TRENDS  
SPOT

HOUSECRICKET

INFORMAÇÃO PONTO A PONTO

EDIÇÃO 06/2019

06



TRE  
NDSP  
OT

HOUSECRICKET

O **TrendSpot** é um informativo periódico da **HouseCricket** que reúne as principais **tendências** e **destaques** sobre como as marcas estão utilizando a **comunicação dirigida** para se relacionarem com seus clientes. Aqui você vai conhecer cases de sucesso, mecânicas diferenciadas, novidades do mercado e muito mais.

Clique no “+” para entender melhor cada seção. E clique no título das matérias para vê-las por completo.



LUPA

NOTÍCIAS

TECNOLOGIA

RADAR

COMUNICAÇÃO

ESPECIAL



# Chipotle Rewards

Conheça o programa de recompensas da rede de comida mexicana.

O Chipotle Rewards é o programa de recompensas da Chipotle Mexican Grill, cadeia de restaurantes especializados em comida mexicana. O consumidor pode ser recompensado por meio das compras e dos pedidos realizados no restaurante que é especializado em comidas

como o famoso burrito. Nele, o cliente faz o pedido e ganha pontos conforme o valor gasto. Para isso, basta estar inscrito e realizar os pedidos por meio do aplicativo, da conta online ou escaneando o Código de Membro Digital na hora de fazer o pedido.

CONHEÇA O PROGRAMA DE RECOMPENSAS DA REDE DE COMIDA MEXICANA.



O participante acumula pontos ao fazer um pedido.



Cada dólar gasto é convertido em dez pontos.



Ao atingir 1.250 pontos, o cliente recebe uma entrada gratuita.

# Mecânica



**Um ponto positivo do Chipotle Rewards é que o consumidor ganha pontos mesmo usando uma oferta ou cupom no pedido,** o que não acontece em todos os programas de recompensas.

Além disso, **existem bônus especiais nos pedidos que geram recompensas adicionais para os participantes. Em alguns dias da semana, a empresa disponibiliza bônus capazes de praticamente duplicar os pontos dos pedidos.** A lista com as oportunidades de bônus fica sempre disponível na conta que o consumidor possui no programa.

Cada recompensa possui uma validade, e o consumidor pode encontrar essa informação na descrição do pedido.

Entretanto, um ponto negativo do programa é que os pontos expiram em caso de contas inativas por seis meses, por isso, o consumidor precisa sempre realizar algum pedido.

**Os clientes podem facilmente consultar o saldo de pontos, que são processados entre 24 e 48 horas após a realização do pedido.**

Os restaurantes da rede Chipotle são encontrados apenas nos Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemanha e França.

# Três mudanças do Instagram

As alterações têm o objetivo de promover os conteúdos.



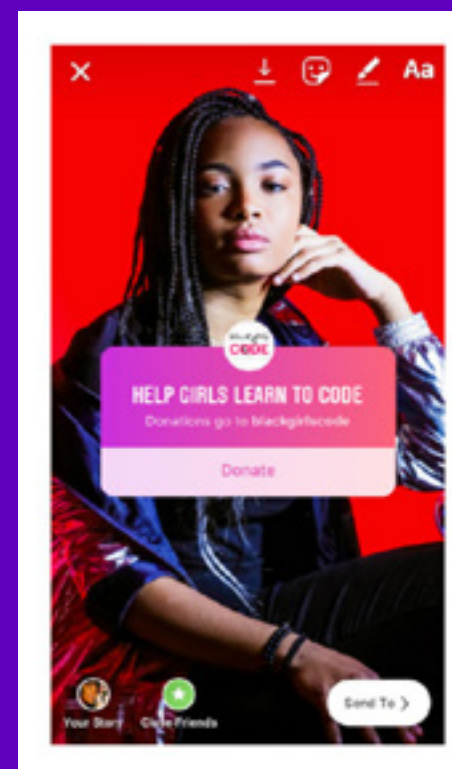
## 01

**Remoção do número de curtidas nas fotos e vídeos** em todos os perfis, que tem como objetivo principal **promover uma conexão entre os usuários por meio de conteúdo** e não pela quantidade de curtidas que a publicação possui.

*“Estamos testando isso porque queremos que seus seguidores se concentrem nas fotos e nos vídeos que você compartilha, e não em quantos likes eles têm”, afirma o chefe da plataforma, Adam Mosseri.*

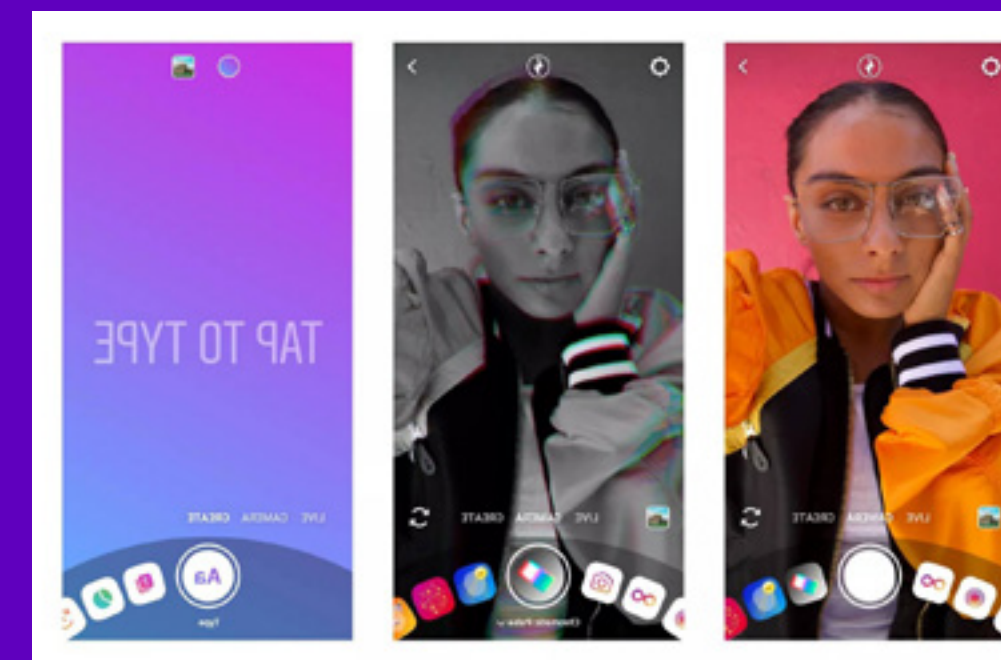
## 02

**Adesivo para doação no Stories com o objetivo de arrecadar fundos para as instituições sem fins lucrativos.** Para utilizá-lo, basta o usuário publicar uma foto ou vídeo e selecionar o sticker de uma organização que queira que tenha destaque. Então, segundo a rede, todo o dinheiro que for arrecadado devido ao uso dos adesivos será destinado para as ONGs.



## 03

**Atualização na aparência da câmera do Stories**, com mais opções de edição e de compartilhamento.





## Catálogo de produtos e exibição de anúncios diretamente no WhatsApp

Nova função do WhatsApp permitirá que os catálogos de produtos e de serviços sejam divulgados diretamente no aplicativo pelos lojistas de empresas que utilizam o WhatsApp Business.

*“Em um ano, milhões de pequenos negócios usam o WhatsApp Business para se comunicar com os seus clientes. Agora, estamos lançando uma nova ferramenta, o Catálogo de Produtos. Você conseguirá ver facilmente o que está disponível de cada empresa”, afirmou Mark Zuckerberg.*

*“Isso será especialmente importante para todos os negócios que não têm presença na internet e que estão aumentando o uso de plataformas de modo privado para interagir com seus clientes”, **concluiu o fundador.***

CATÁLOGO DE PRODUTOS  
E EXIBIÇÃO DE ANÚNCIOS  
DIRETAMENTE NO WHATSAPP

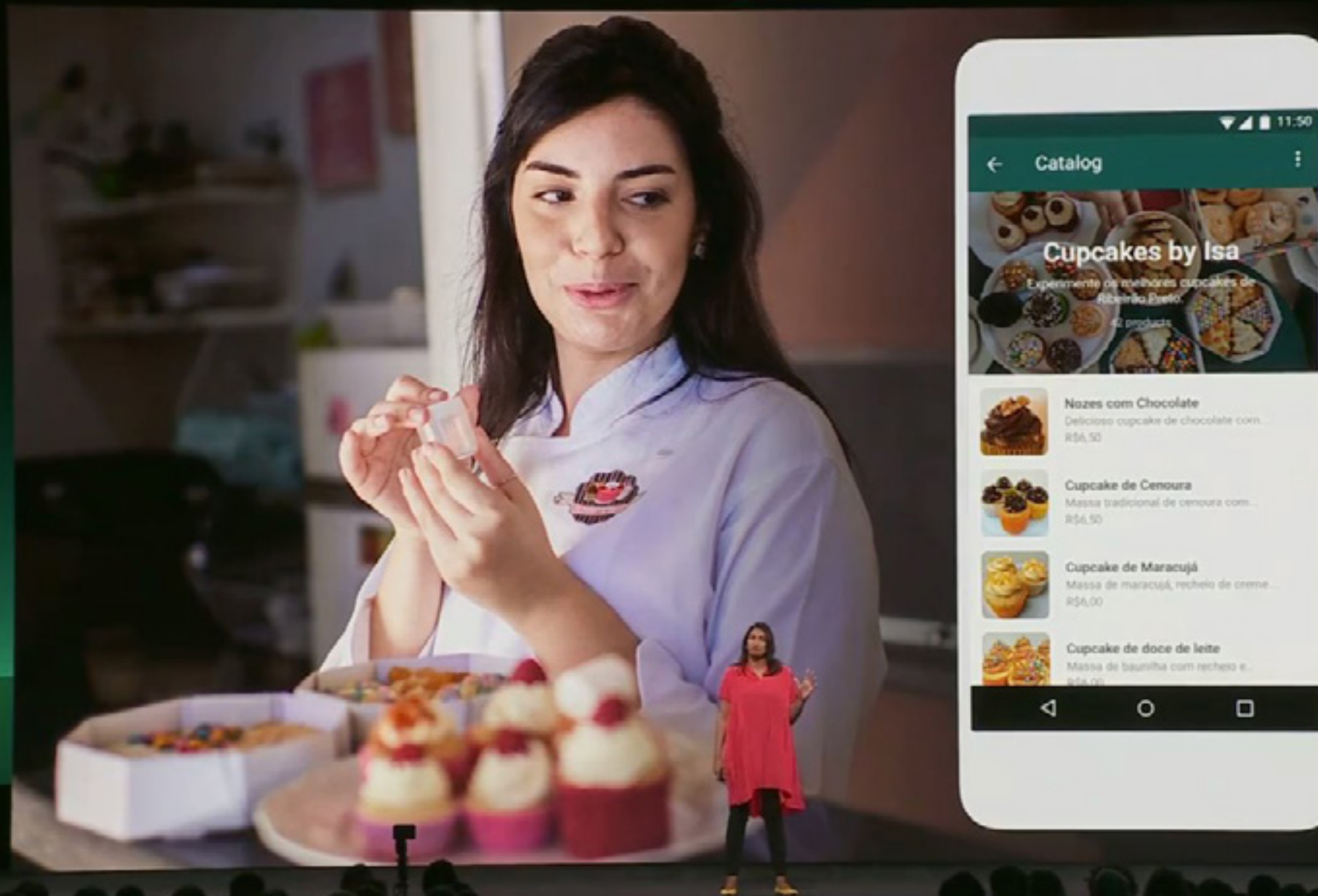
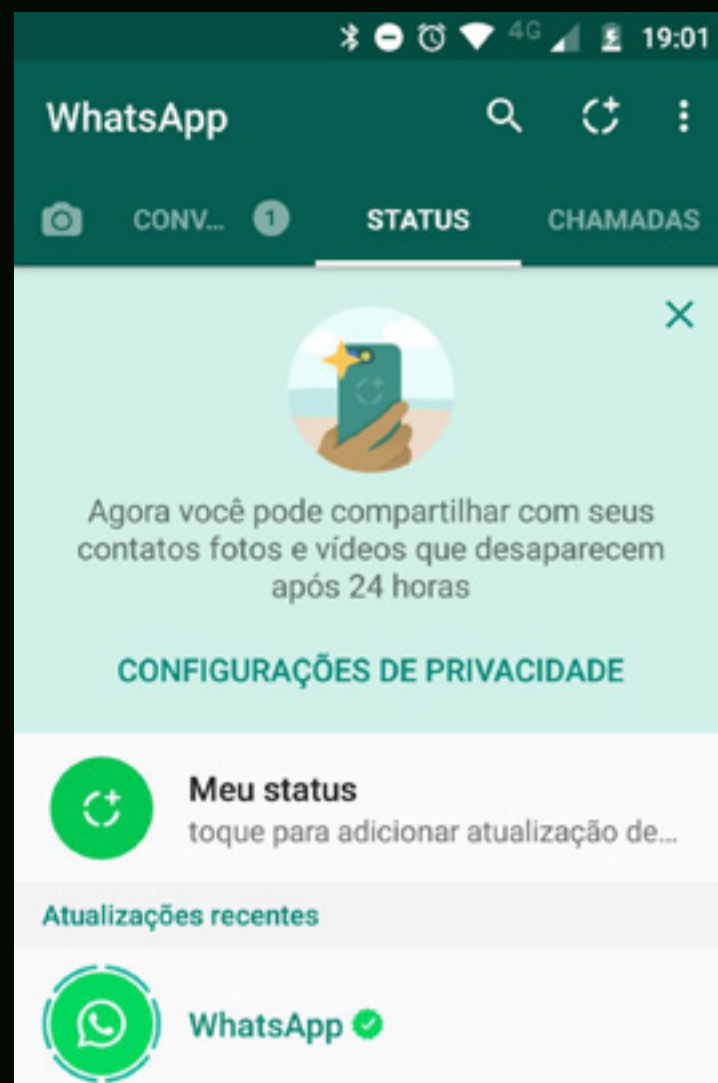
Outra função que já está em teste é a realização dos pagamentos diretamente pela plataforma do WhatsApp, facilitando as compras para lojistas e consumidores.



... “Estamos testando com cerca  
... de um milhão de pessoas, e  
... o feedback tem sido ótimo.  
... Teremos muitas novidades para  
... conversar nesse ano que virá”,  
... **contou Zuckerberg.**



CATÁLOGO DE PRODUTOS  
E EXIBIÇÃO DE ANÚNCIOS  
DIRETAMENTE NO WHATSAPP



## EXIBIÇÃO DE ANÚNCIOS NO PRÓPRIO STATUS

**A empresa também anunciou a disponibilização de anúncios no status do WhatsApp.** Essa mudança ocorrerá para que o uso do aplicativo continue sendo gratuito. Esses anúncios aparecerão como postagens entre as

publicações dos usuários, com um símbolo que indicará que se trata de um post patrocinado. **Além disso, haverá uma seta para que seja possível acessar o link do anúncio publicado.**





# NOVA PLATAFORMA DO ITAÚ PROMETE REINVENTAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE



NOVA PLATAFORMA DO ITAÚ  
PROMETE REINVENTAR A  
EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

## **FUNÇÃO PROMETE** *MUDAR O JEITO DE OS CLIENTES SE RELACIONAREM COM O DINHEIRO.*

O Itaú anuncia a novidade iti, uma plataforma que vai mudar a maneira pela qual os clientes pagam e recebem.

Por meio do iti, a realização de pagamentos poderá ser feita nos estabelecimentos ou entre os clientes sem o uso do cartão físico ou da máquina de cartão. **O pagamento é feito instantaneamente com o uso de QR Code a qualquer hora do dia.**

Como a plataforma é exclusivamente digital, sem vínculo com o atendimento das agências bancárias, ela tem a possibilidade de permitir que as taxas cobradas tenham uma queda significativa para as transações, alterando os preços no mercado das contas digitais.



NOVA PLATAFORMA DO ITAÚ  
PROMETE REINVENTAR A  
EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

*“Estamos transformando o nosso modelo de negócio. Ter o iti será a maneira mais fácil e barata para um indivíduo, seja ele bancarizado ou não, receber e transferir seus recursos. Queremos ser protagonistas nessa construção de uma sociedade mais tecnológica, empreendedora e inclusiva”, explica o diretor geral de Varejo do Itaú Unibanco, Márcio Schettini.*



Além disso, o uso da plataforma será aberto a clientes de qualquer instituição bancária.



*“Nossos clientes terão absoluta liberdade para entrar, sair e escolher com quais instituições querem se relacionar. Em nosso aplicativo, pagadores podem cadastrar cartões de crédito de qualquer instituição financeira ou creditar valores para qualquer conta bancária. Não é preciso ter cartão ou conta corrente Itaú para usar o iti. Ele está aberto para todos os brasileiros”, afirma a diretora e uma das idealizadoras do iti, Livia Chanes.*

NOVA PLATAFORMA DO ITAÚ  
PROMETE REINVENTAR A  
EXPERIÊNCIA DO CLIENTE



## FUNCIONAMENTO DO ITI

O acesso à plataforma pode ser realizado em poucos minutos. Basta o usuário baixar o aplicativo gratuito e se cadastrar com alguns dados básicos (não é necessário comprovar a renda).

Na sequência, o cliente faz uma transferência ou pagamento de boleto para adicionar dinheiro à conta iti. Então, basta utilizar a câmera do celular para a leitura do QR Code para efetuar os pagamentos ou para transferir dinheiro gratuitamente para um contato salvo na agenda.

De acordo com a empresa, o iti estará disponível no terceiro trimestre de 2019 para smartphones iOS e Android e garante que passará por constantes evoluções conforme a avaliação dos seus usuários.

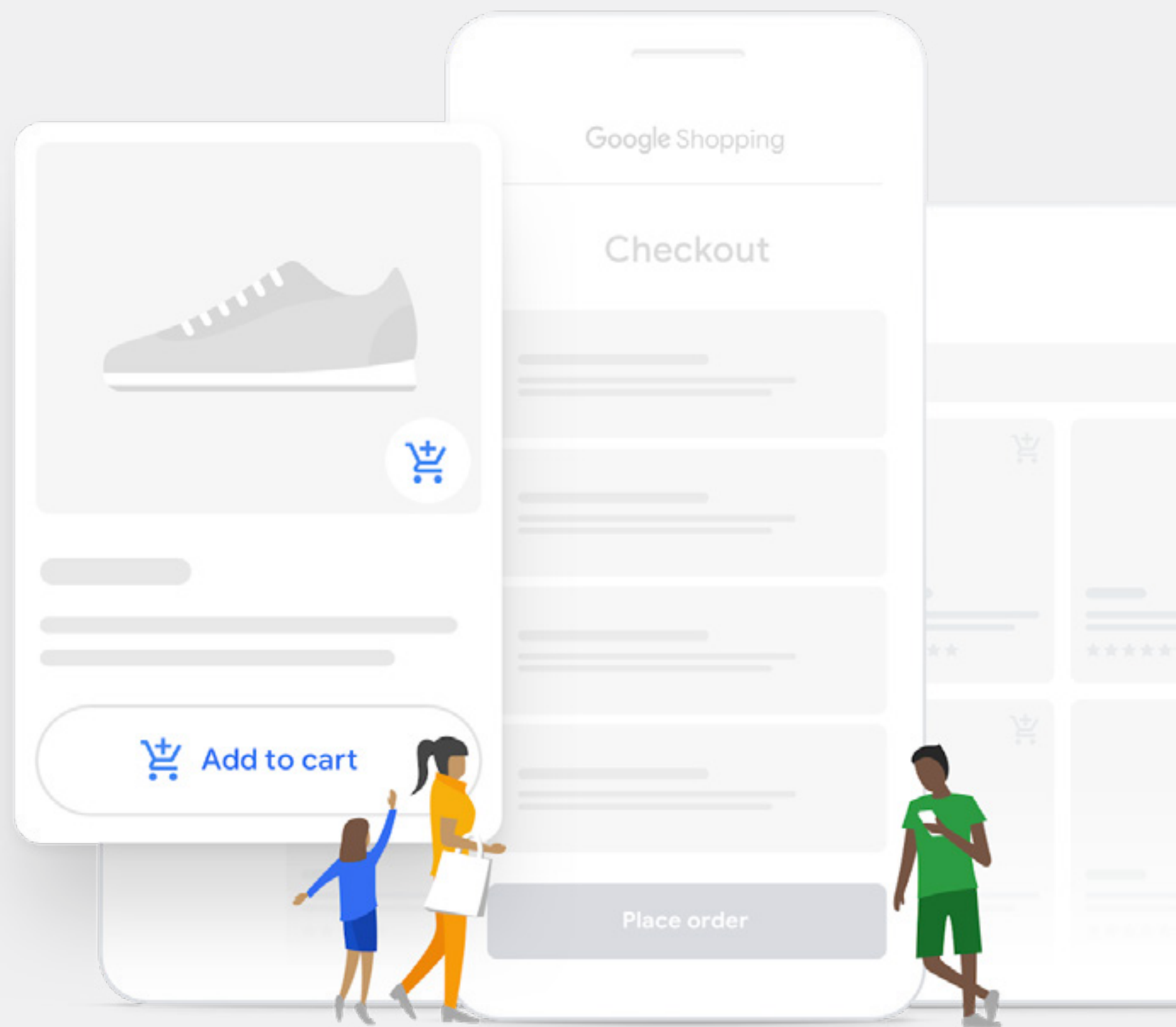


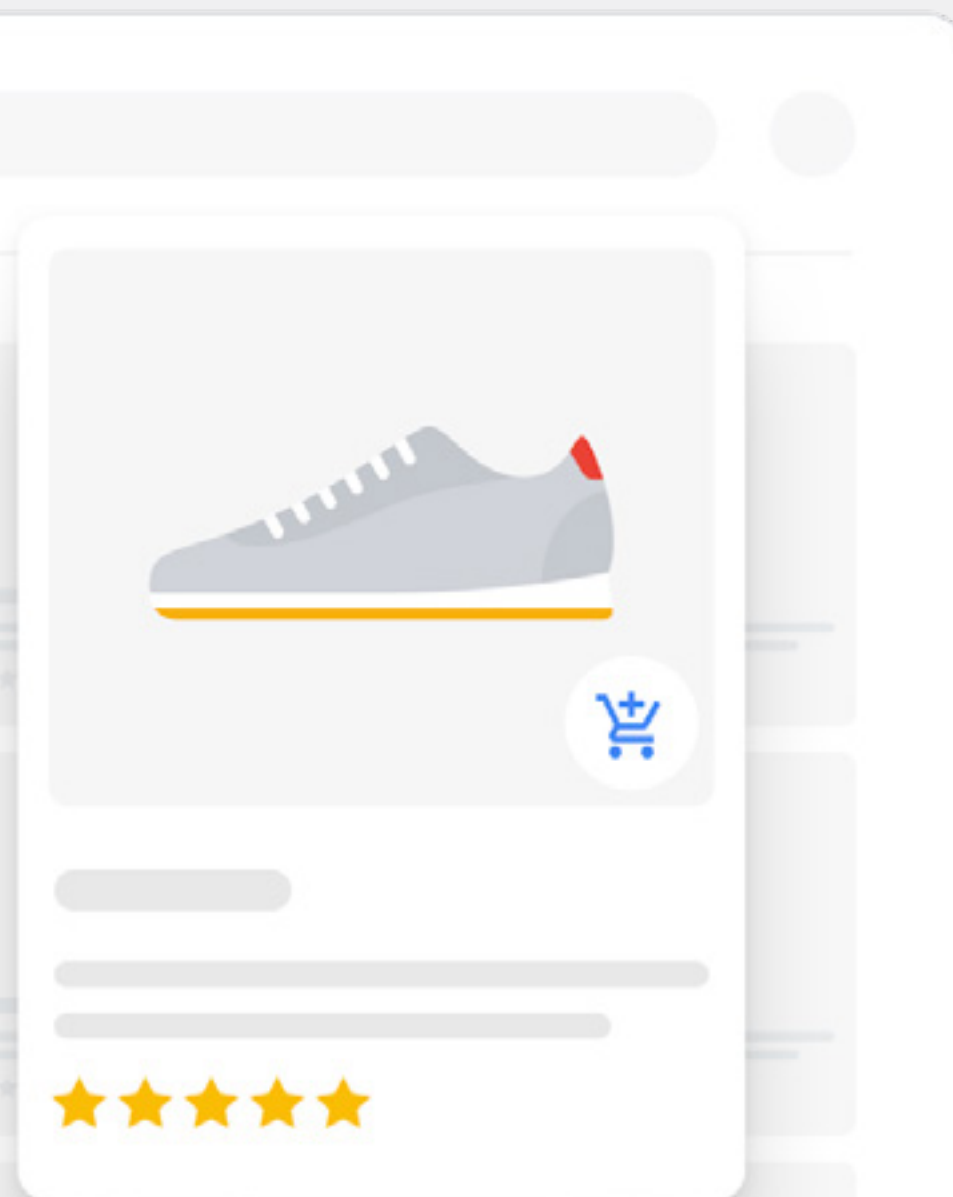
# Mudanças da Google para se tornar marketplace

**Alterações são destinadas a anunciantes e lojistas.**

A empresa anunciou uma nova versão para o Google Shopping, permitindo que o consumidor navegue pelos itens e tenha a opção de comprar no site da marca, na loja física ou no site da Google (em breve).

Seguindo a tendência das outras redes sociais, essa novidade torna a Google um marketplace.



MUDANÇAS DA GOOGLE PARA  
SE TORNAR MARKETPLACE

Para comprar, o consumidor terá a opção de clicar no ícone de carrinho azul que adicionará o item na sacola de compras. O pagamento será efetuado na plataforma da Google por meio dos dados cadastrados.

*“As pessoas podem comprar com confiança, sabendo que o Google está lá para ajudar se elas não conseguirem o que estavam esperando, se o pedido estiver atrasado ou se tiverem problemas para obter um reembolso”, afirma o vice-presidente de gerenciamento de produtos e compras da Google, Surojit Chattarjee.*

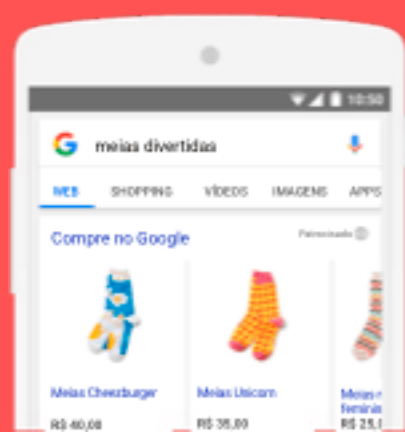
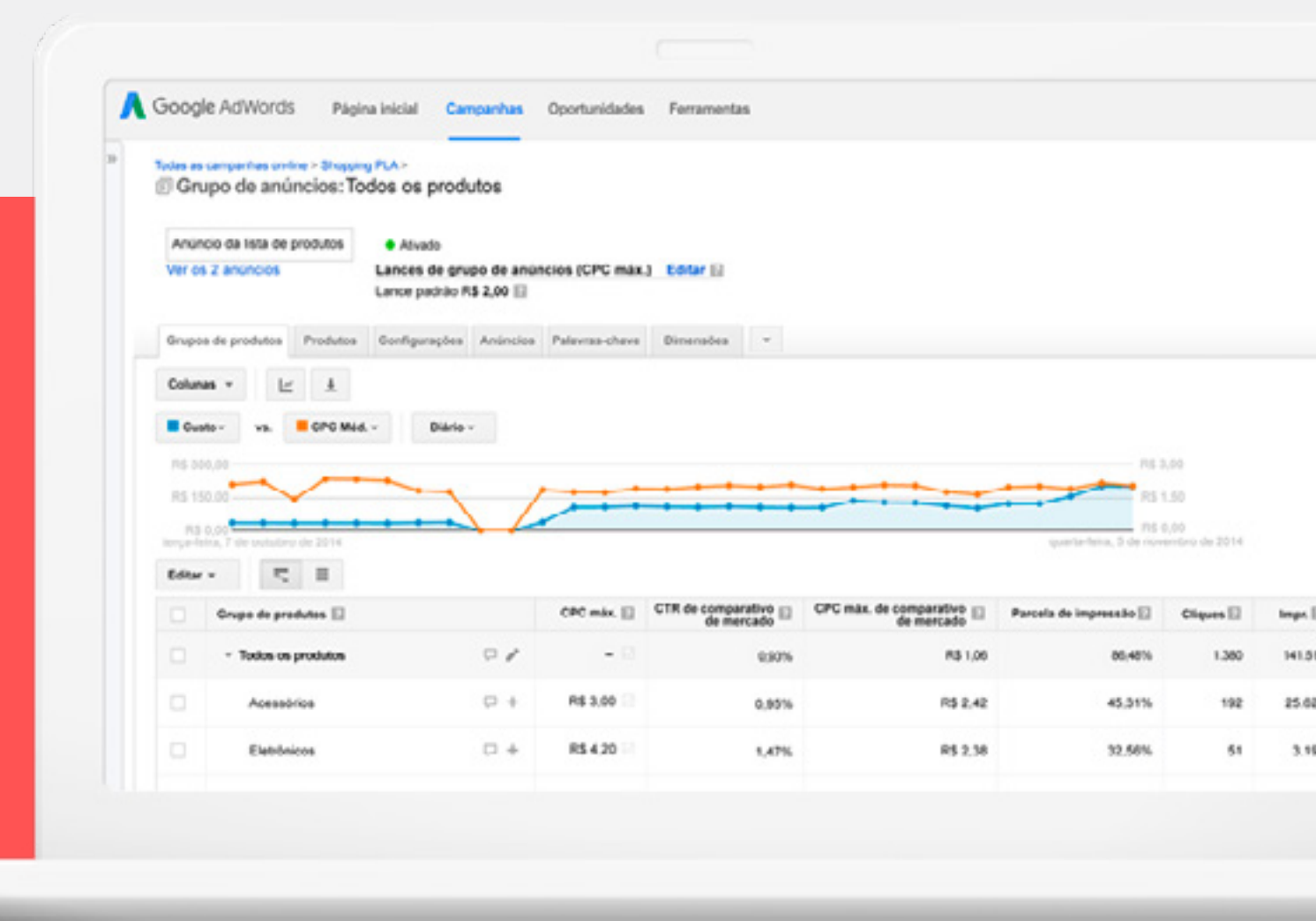
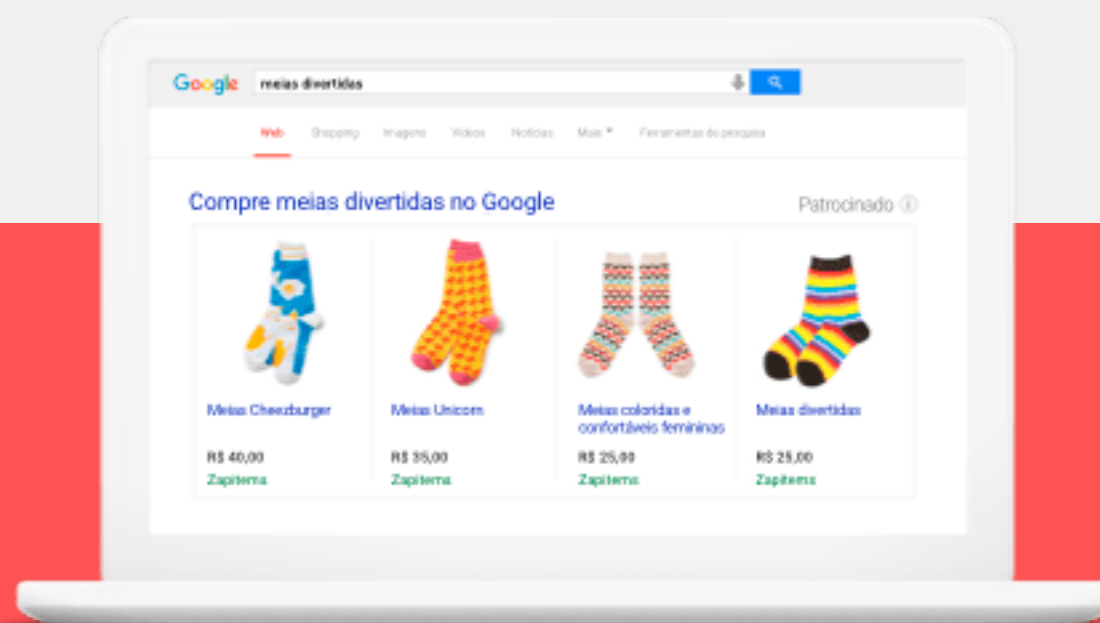
A empresa também disponibilizará a opção de compras nos vídeos do YouTube. Em um tutorial de maquiagem, por exemplo, o internauta terá a possibilidade de comprar o item específico que aparece no vídeo.

## MUDANÇAS DA GOOGLE PARA SE TORNAR MARKETPLACE

Além disso, a Google tem o objetivo de facilitar o **Click&Collect**. Assim, todos os itens disponíveis para serem retirados terão a marcação de uma etiqueta, facilitando a compra para os usuários. Segundo a empresa, uma pesquisa revelou que quase 50% dos consumidores já realizaram as compras pela internet e buscaram o produto diretamente na loja.

Essas mudanças colocam a empresa para **competir com a Amazon e o Instagram, atraindo mais marcas e desenvolvedores de conteúdo**.

A previsão é de que, até o final do ano, essas atualizações estejam disponíveis em alguns países, como nos Estados Unidos.



## MENUS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL SÃO INSTALADOS PELO MCDONALD'S

### O intuito da rede é atender melhor os clientes.

**O McDonald's passou a utilizar a Inteligência Artificial na instalação de um menu digital.**

Os menus instalados ao ar livre exibem as opções de alimentos de acordo com o horário, clima, tráfego e tendência de pedidos.

Utilizando as telas, o cliente inicia o pedido selecionando um produto, e a tecnologia permite que ele tenha acesso a sugestões que o deixem mais satisfeito.

O lançamento dessas telas já ocorreu em alguns lugares dos Estados Unidos e, de acordo com a rede, irá se expandir internacionalmente.







# Nova função para o buscador da Google



## Realidade aumentada eleva a interação com usuários.

A Google anunciou que está incorporando a realidade aumentada na ferramenta de buscas. Por meio da câmera do celular, o usuário poderá interagir com os objetos virtuais tridimensionais.

A empresa promoveu uma demonstração da nova ferramenta no último Google I/O. **Uma funcionária buscou por “tubarão branco” e, quando ela selecionou a função de realidade aumentada, o celular teve a câmera acionada e surgiu a imagem interativa de um tubarão branco, dando a impressão de que ele estava flutuando em cima do palco.**

**A agência espacial americana NASA** e outras marcas fizeram uma parceria para desenvolver os modelos dos objetos tridimensionais.

# Mais segurança com a nova tecnologia da 99

Ferramenta de reconhecimento facial para os motoristas.

**A 99 lançou uma nova ferramenta para reconhecimento facial de todos os motoristas do aplicativo.** Essa tecnologia tem o objetivo de trazer mais segurança para as corridas, visto que os condutores são identificados automaticamente pelo sistema antes mesmo de se conectarem ao app.

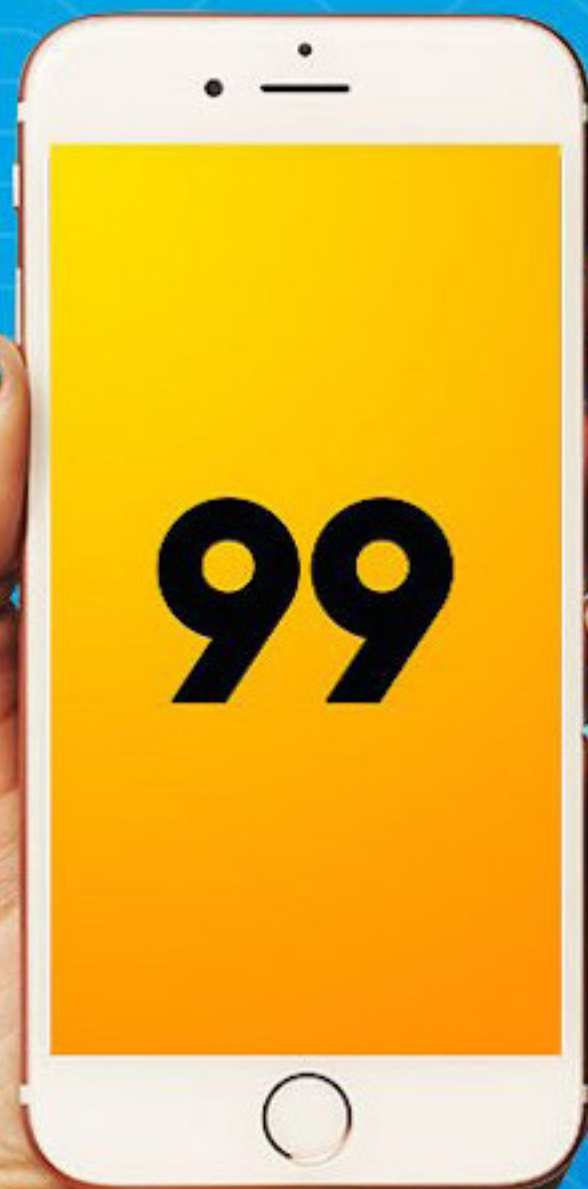
De acordo com a líder de segurança

em operações da 99, Lívia Pozzi, a empresa coloca a segurança de todos os passageiros e motoristas em primeiro lugar.

**O desenvolvimento da ferramenta foi realizado por engenheiros e programadores do Brasil, dos Estados Unidos e da China.**



MAIS SEGURANÇA COM A  
NOVA TECNOLOGIA DA 99



**Essa identificação ocorre por meio de uma parceria da 99 com o Departamento Nacional de Trânsito (Denatran).** A validação é feita de maneira automática, confirmando que a imagem coletada no reconhecimento facial corresponde à foto que está registrada no banco de dados do

órgão de trânsito.

A plataforma já conta com uma série de processos de análises de documentos dos condutores, e a nova função poderá analisar quais são os padrões de uso e, caso considere necessário, solicitar outras checagens aos motoristas.



*“O reconhecimento facial se junta agora às demais ferramentas de proteção para os usuários, como as câmeras embarcadas e o botão de emergência”, afirma Lívia Pozzi.*

# Novo dispositivo da **AMAZON**

A large, illuminated Amazon logo is displayed in a store setting. The logo is white and stands out against the dark background of the store. The background shows shelves and other store elements, but they are out of focus.

## Para a leitura das emoções dos consumidores.

**A Amazon está desenvolvendo uma tecnologia com o codinome Dylan capaz de compreender as emoções e dar dicas de relacionamentos.**

A interpretação é realizada por meio do uso de uma pulseira que vem com um microfone e escuta a voz do consumidor detectando o estado emocional em que ele se encontra.

Além disso, esse equipamento teria a função de dar

conselhos para que o usuário interaja mais com as outras pessoas de maneira eficaz, dando dicas de relacionamentos. Para isso, o dispositivo age por meio de um aplicativo próprio para smartphones.

A Amazon ainda não comentou sobre o assunto, mas uma patente que foi registrada há dois anos sugere que a marca utiliza as informações sobre esses sentimentos dos usuários para recomendar os produtos de que ele necessita.



# Twitter traz mudanças para os retweets

**Novo recurso permite inclusão de imagens, GIFs e vídeos.**

Desde o dia 6 de maio, quem for retweetar um texto pode inserir até quatro imagens, um GIF ou um vídeo. O objetivo da mudança é tornar a conversa mais divertida e incentivar a interação entre os usuários. **O novo recurso torna o tweet mais criativo** e, para as empresas, permite aproximar ainda mais a comunicação com o público, com a **possibilidade de retweetar conteúdos produzidos por outras pessoas e dar um toque pessoal, com a cara da marca.**

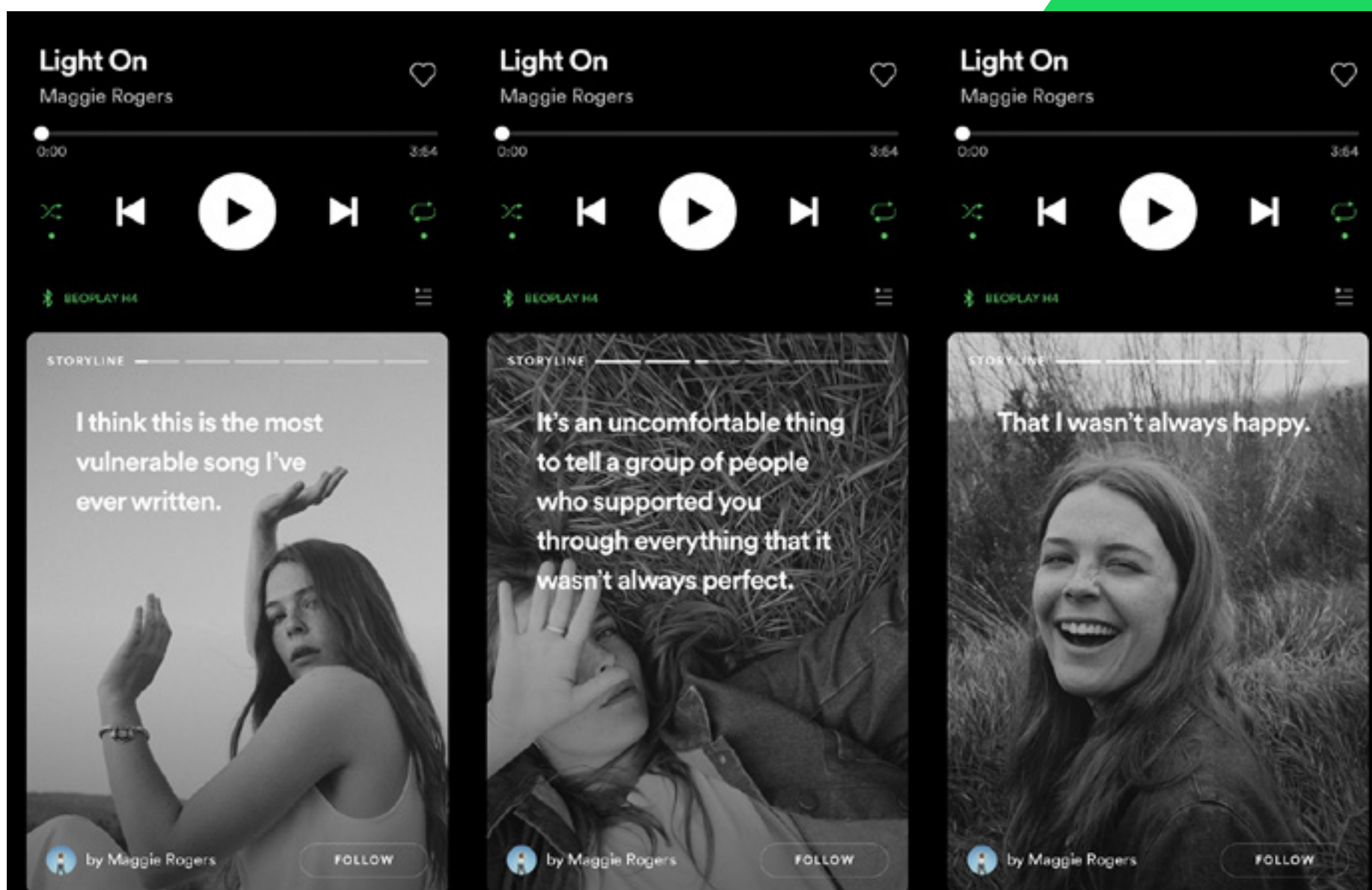
## PAGAMENTO POR APROXIMAÇÃO TEM CRESCIMENTO DE 18 VEZES NO BRASIL

**Dados levantados pela Visa, levando em conta as transações realizadas no ano de 2018, mostram que houve um crescimento de 18 vezes no uso do pagamento por aproximação no Brasil.**

As cidades de São Paulo, Curitiba, Belo Horizonte, Belém, Porto Velho, Salvador e Rio de Janeiro, exatamente nessa ordem, foram as que mais fizeram uso do pagamento por aproximação. **Esse aumento está ligado ao fato de que, no país, mais de 80% dos terminais aceitam esse tipo de tecnologia.**

## STORYLINE: A NOVA FERRAMENTA (EM TESTE) DO SPOTIFY

*Na mesma linha dos Stories, encontrados nas redes sociais, o Spotify colocou em fase de testes o Storyline.*



Os Stories estão presentes em todas as redes sociais, sendo um recurso que permite aos usuários compartilharem fotos ou vídeos mais curtos. **O Spotify, ao observar o quanto o recurso faz sucesso, decidiu testar algo parecido em sua plataforma de streaming, o chamado Storyline.**

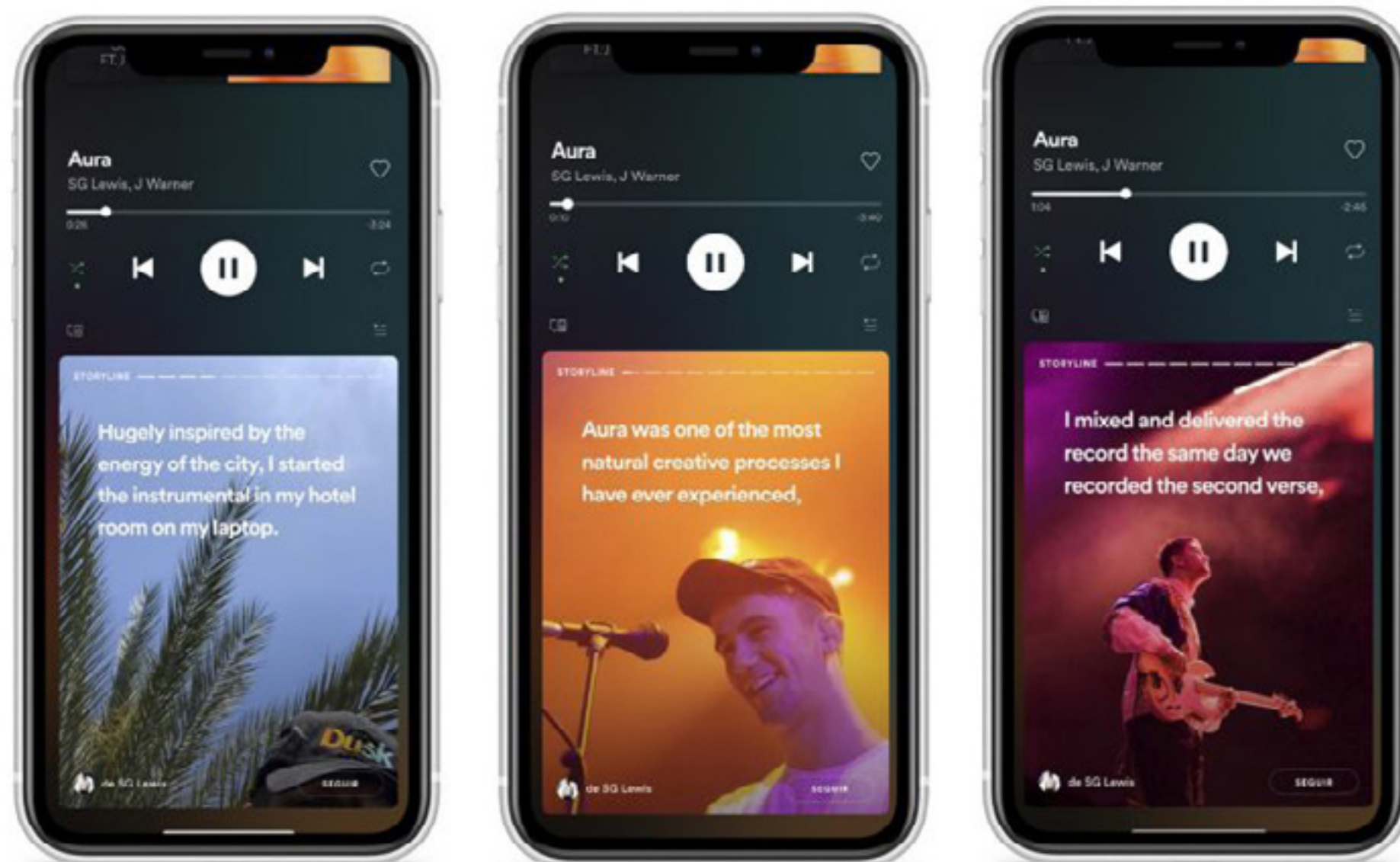
Como o serviço está ligado a músicas e podcasts, o Storyline será um espaço para que os artistas possam compartilhar um pouco do que acontece por trás do processo de produção das canções. **Além disso, também poderão falar de seus pensamentos,** o que os inspira e até o processo criativo no desenvolvimento de seu conteúdo.

STORYLINE: A NOVA FERRAMENTA (EM TESTE) DO SPOTIFY

## COMO VAI FUNCIONAR?

O recurso ficará disponível no **topo do aplicativo** e permitirá aos usuários navegarem pelas fotos e vídeos que mais lhes interessem e que ainda estão no ar, da mesma forma que funciona no Facebook ou no Instagram.

Por enquanto, os testes estão liberados apenas no aplicativo para iOS e Android em alguns países e ainda não há previsão de lançamento em todo o mundo.





## GOOGLE MUDA A FORMA COMO POSTS PATROCINADOS APARECEM NOS RESULTADOS DE BUSCA

*O objetivo é melhorar a visualização dos resultados em dispositivos móveis, deixando mais claro o que é patrocinado.*

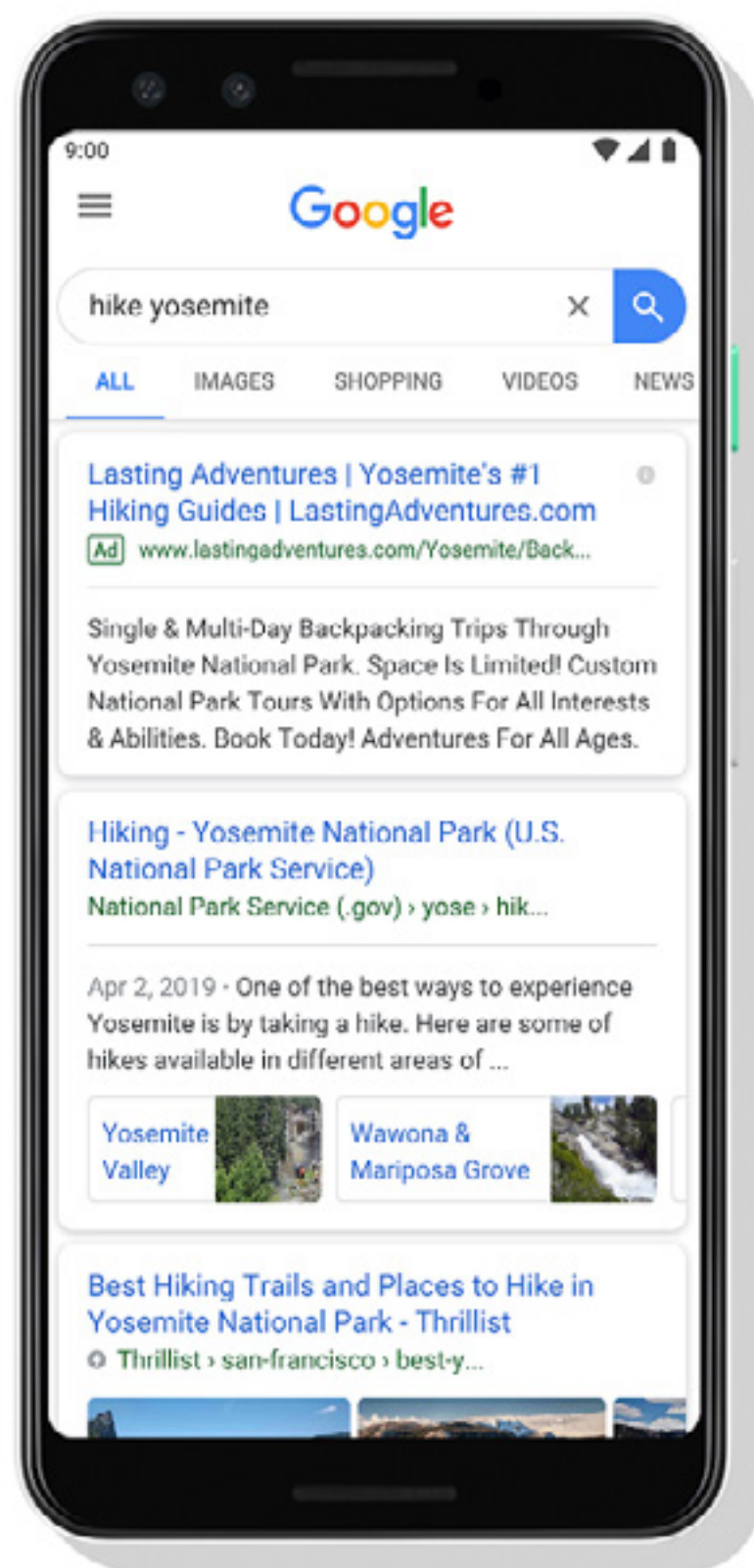


O Google decidiu alterar a maneira como os posts patrocinados são visualizados em dispositivos móveis. Até o momento, a identificação “Ad” aparece em verde, logo ao lado do link, porém, abaixo do título. **Com a mudança, essa identificação vai ganhar maior destaque, aparecendo em preto (e negrito), antes do link e acima do título.**

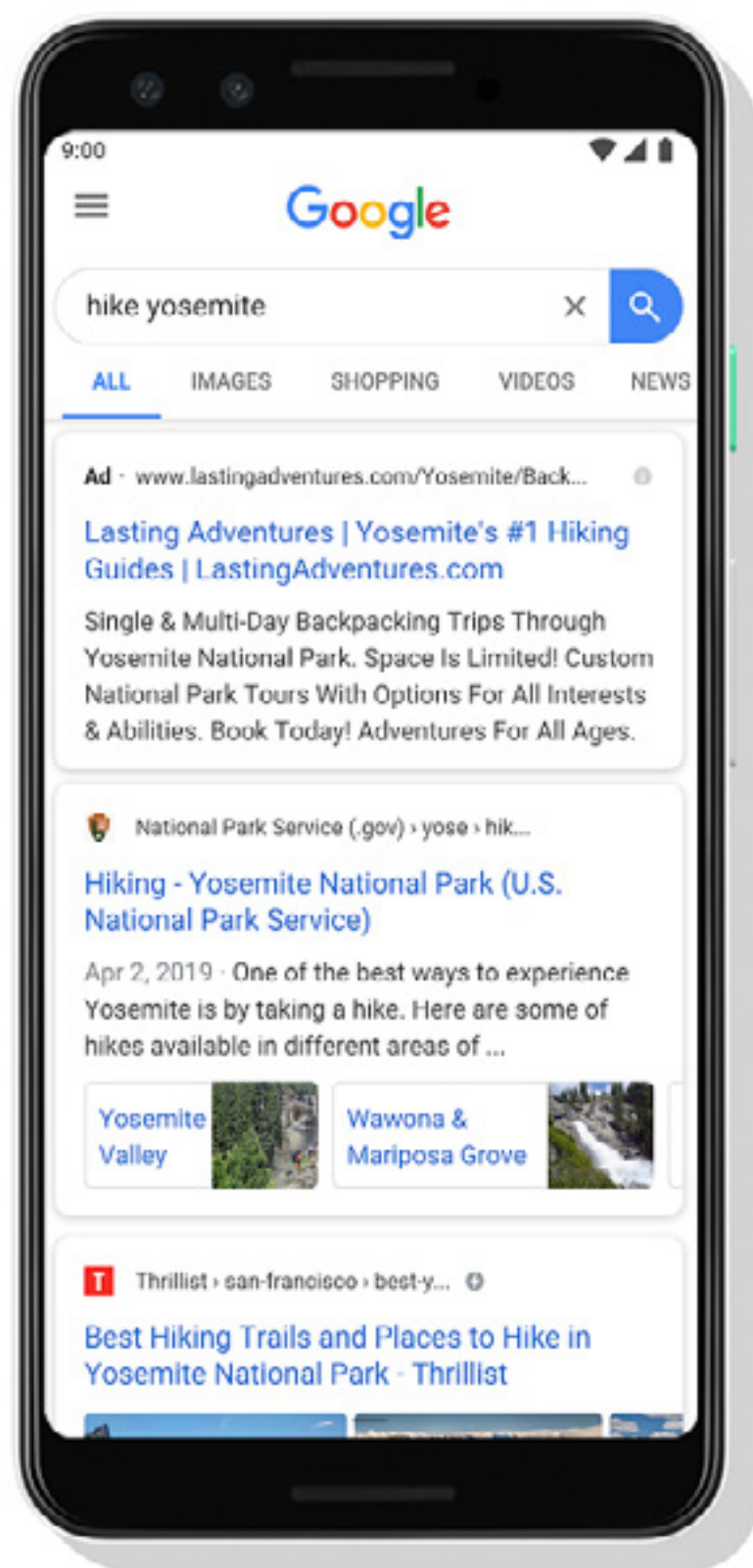
Trata-se de uma alteração leve, que visa facilitar o conhecimento dos usuários sobre o conteúdo patrocinado. Assim, todos conseguirão compreender melhor porque determinados links estão em destaque e são exibidos nas primeiras sugestões.

GOOGLE MUDA A FORMA COMO POSTS PATROCINADOS APARECEM NOS RESULTADOS DE BUSCA

### Antes



### Depois

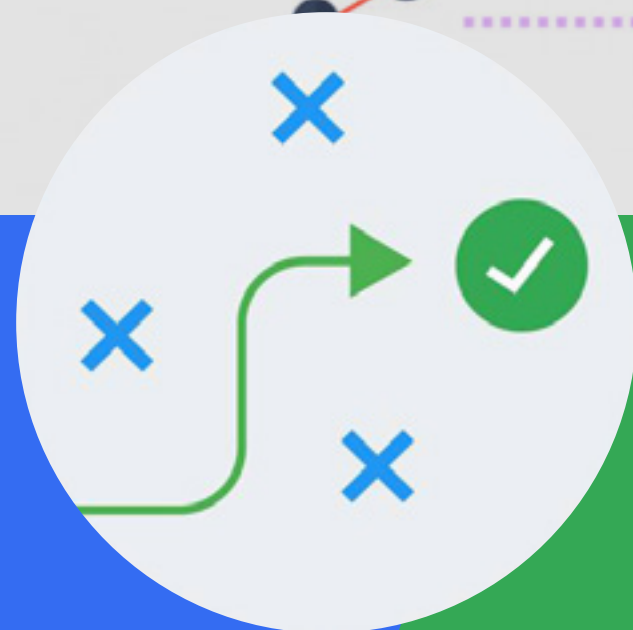


Quando questionada, a empresa afirmou que esta é apenas uma das novidades que está trazendo para o buscador. As alterações já estão confirmadas e devem ser implantadas em breve.

**Para as empresas que patrocinam seus links, não devem ocorrer mudanças negativas. Inclusive, esse destaque do Google dará mais credibilidade ao resultado de busca e pode incentivar ainda mais o clique do usuário.**

## ATUALIZAÇÃO DO GOOGLE ADS CONTARÁ COM RECURSO MACHINE LEARNING

*O serviço vai permitir que os anúncios sejam criados diretamente do smartphone e trará o recurso chamado Smart Bidding para estratégias automatizadas de lances.*



No começo do mês de maio, a plataforma Google Ads recebeu uma atualização que tem o intuito de facilitar a criação, a edição e o gerenciamento de anúncios. **A partir de agora, é possível gerenciar tudo diretamente do smartphone**, o que torna o serviço mais automatizado e fácil de se utilizar.

Se anteriormente era preciso estar em frente ao computador e descobrir, sozinho, quais estratégias seriam mais interessantes, **agora**

**o usuário pode gerenciar seus anúncios em qualquer lugar e ainda conta com a ajuda de um recurso de automatização, o Smart Bidding.**

A tecnologia com base machine learning visa facilitar a vida do usuário do Google Ads, fazendo com que algumas tarefas sejam automatizadas, como os lances realizados. Com isso, as chances de aumentar a taxa de conversão se tornam ainda mais altas.

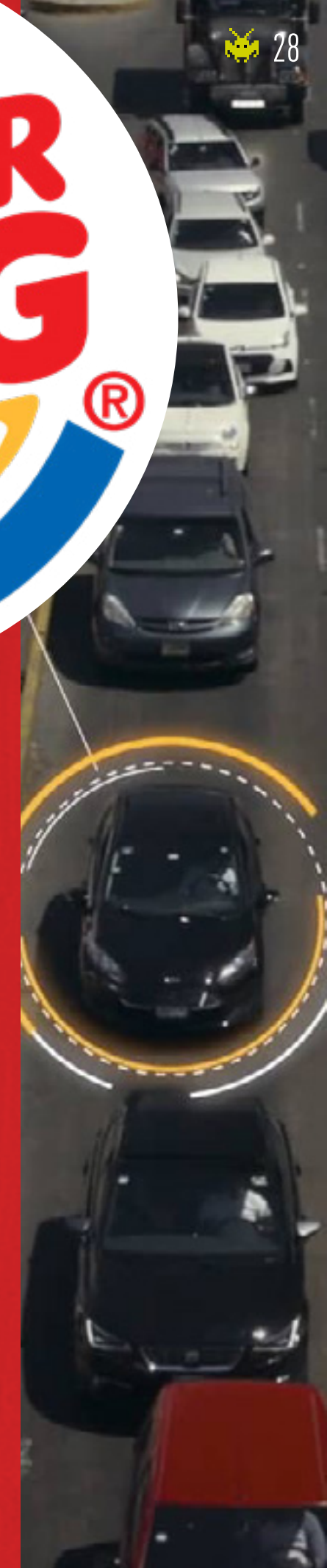
## AÇÃO DO **BURGER KING** LEVA WHOPPERS PARA MOTORISTAS QUE ESTÃO PRESOS EM ENGARRAFAMENTOS

*Chamada de Burger King  
Traffic Jam Whopper, a  
ideia é trabalhar com um  
delivery que leva lanches  
para motoristas presos no  
trânsito.*

O Burger King percebeu  
uma oportunidade incrível  
para oferecer seu produto:

os engarrafamentos.  
Em algumas cidades, o  
trânsito em horários de  
pico é terrível, a ponto de  
as pessoas ficarem não  
apenas minutos, mas horas  
presas nas estradas, até  
conseguirem chegar a seu  
destino.

Quem já viveu a experiência,  
muitas vezes se questionou  
se não teria valido a pena ter  
um lanchinho dentro do carro,  
já que a fome pode bater a  
qualquer momento. Pois o BK  
pensou exatamente nesses  
motoristas e resolveu dar uma  
ajuda: **criou um delivery que  
leva seus lanches até os carros  
parados no trânsito.**



AÇÃO DO BURGER  
KING LEVA WHOPPERS  
PARA MOTORISTAS QUE  
ESTÃO PRESOS EM  
ENGARRAFAMENTOS



## THE WHOPPHER

A ação, testada primeiramente na Cidade do México, que tem o pior tráfego do mundo, surpreendeu as pessoas, que realmente receberam os Whoppers diretamente em seus carros.

A ideia não tem nada de perigosa e foi projetada especialmente para alguém que esteja ao volante. Os pedidos são feitos por comandos de voz, por meio do app do Burger King, e o entregador – que vem de moto – sabe exatamente o intervalo em que a pessoa permanece

presa no engarrafamento e onde encontrá-la, através do serviço de localização em tempo real. Durante a ação, telões de anúncios que ficavam no caminho dos motoristas mostravam quantos minutos faltavam para o motoboy chegar com o Whopper.

**Os testes foram bem recebidos pelos motoristas e, agora, a empresa pretende disponibilizar a mesma funcionalidade para outras cidades que enfrentam trânsito caótico, como Los Angeles, Xangai e, aqui no Brasil, São Paulo.**



# COLORADO LANÇA NOVA CERVEJA POR MEIO DE GÔNDOLA VIRTUAL

AÇÃO FOI FEITA NO AEROPORTO DE CONGONHAS DURANTE O MÊS DE MAIO.

COLORADO LANÇA NOVA  
CERVEJA POR MEIO DE  
GÔNDOLA VIRTUAL

Para lançar sua nova cerveja, a **Ribeirão Lager**, a Colorado apostou em uma ação diferente. O local escolhido foi o aeroporto de Congonhas. O objetivo da marca é levar a nova cerveja para todo o Brasil, e esse intuito pode ser muito bem representado dentro de um aeroporto.



Um outdoor foi transformado em uma **gôndola virtual**, na qual os clientes poderiam adquirir a cerveja.



Para realizar a compra, o cliente deveria procurar pela Ribeirão Lager na gôndola virtual, escanear o QR code e pagar online por meio de cartão de crédito.



Depois, bastava determinar o endereço de entrega e esperar para receber o produto. Assim, cada consumidor poderia degustar a cerveja no conforto do seu lar, quando voltasse de viagem.

COLORADO LANÇA NOVA  
CERVEJA POR MEIO DE  
GÔNDOLA VIRTUAL



**O gerente de marketing da cervejaria, Guilherme Poyares, falou sobre a ação, que durou o mês de maio inteiro:**

*“Cada vez mais, queremos trazer experiências novas para o consumidor. A espera pelo voo no aeroporto é sempre um momento monótono. Então, ele pode comprar sua Colorado sem muito esforço e ter o produto em casa assim que chegar de viagem. Ribeirão Lager sai de Ribeirão Preto para todo o Brasil, assim como a Colorado. E o aeroporto é um novo local para promovermos essa dinâmica.”*

Esse tipo de ação não é uma novidade, e outras empresas já investiram nessa forma de divulgação. Em 2012, o Pão de Açúcar testou uma gôndola virtual de seus produtos no Shopping Cidade Jardim. Desde então, outras marcas têm apostado na ideia, como foi o caso da Colorado.

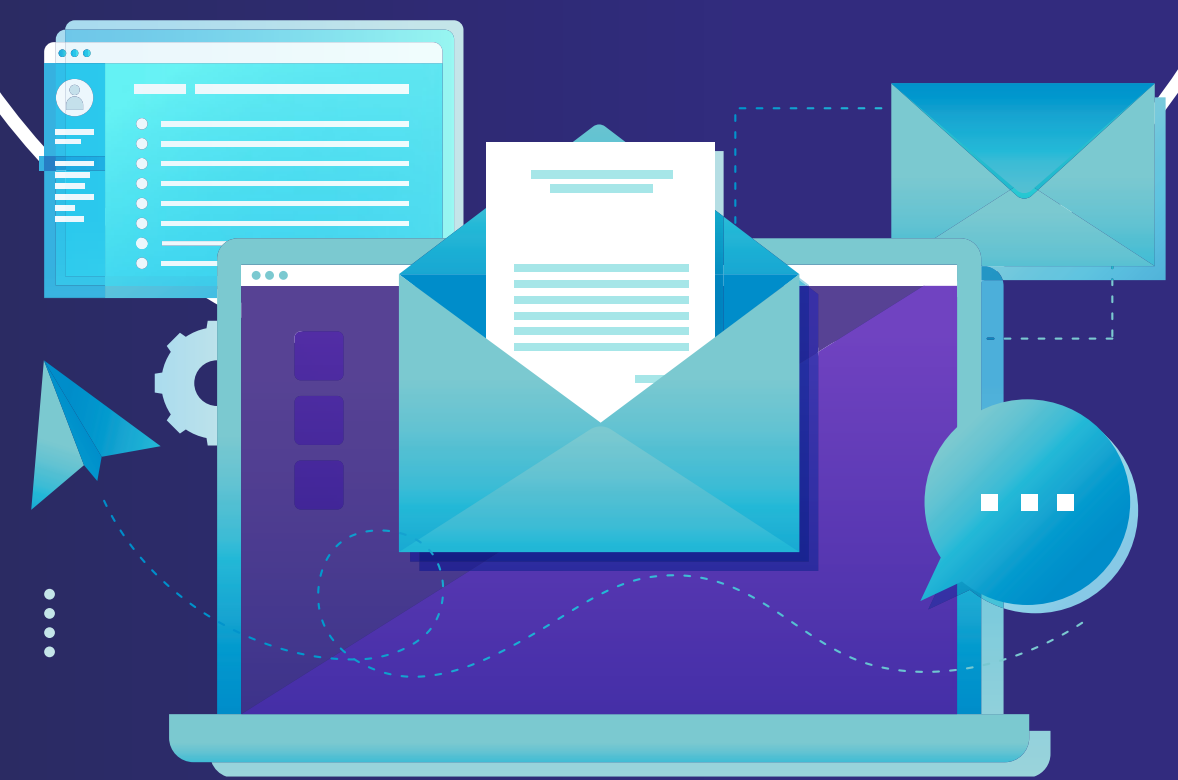


# ENGAJAMENTO NO E-MAIL

## 05

### INSIGHTS PARA MELHORAR OS RESULTADOS

Há quem acredite que o e-mail não é uma boa estratégia para se comunicar com os clientes, que se trata de uma ferramenta que está destinada a desaparecer. No entanto, não é o que tem sido observado: apesar de as outras redes sociais e outras formas de comunicação estarem em alta, ainda é possível gerar engajamento com o e-mail.



Os provedores de e-mail buscam fornecer a melhor experiência possível para seus usuários. Assim, trabalham com filtros e observam quais conteúdos são abertos com maior frequência e quais são ignorados. Sem contar que o próprio usuário pode classificar o e-mail recebido como SPAM. Para evitar esse filtro e manter as pessoas interessadas no conteúdo enviado, é preciso estar de olho em algumas tendências. **A Return Path, empresa que trabalha com e-mail marketing, realizou uma pesquisa e apontou cinco insights que devem ser levados em conta na hora de usar o canal.**

ENGAJAMENTO NO E-MAIL:  
CINCO INSIGHTS PARA  
MELHORAR OS RESULTADOS

## 01

## O E-MAIL NÃO VAI MORRER

Existem estudos que comprovam que haverá aumento no número de usuários de e-mail, o que justifica a **importância de melhorar a comunicação por meio dessa ferramenta.**



## 02

## ENGAJAMENTO E ENTREGA ESTÃO DIRETAMENTE RELACIONADOS

**Os provedores de e-mail levam em conta o que o usuário abre e o que ignora em sua caixa de entrada.** Se não existe interesse, as chances de um e-mail nem chegar a ser entregue tornam-se mais altas.

ENGAJAMENTO NO E-MAIL:  
CINCO INSIGHTS PARA  
MELHORAR OS RESULTADOS

03

## SEGMENTAÇÃO AUMENTA A TAXA DE ENTREGA

**Quanto mais segmentada é uma lista de e-mails, maiores as chances de o conteúdo ser aberto.**

A informação é levada a quem realmente tem interesse naquele assunto.



04

## PERSONALIZAÇÃO AUMENTA O ENGAJAMENTO

**O aumento na taxa de abertura**

e de conversão é maior quando existe algum tipo de personalização no conteúdo do e-mail.

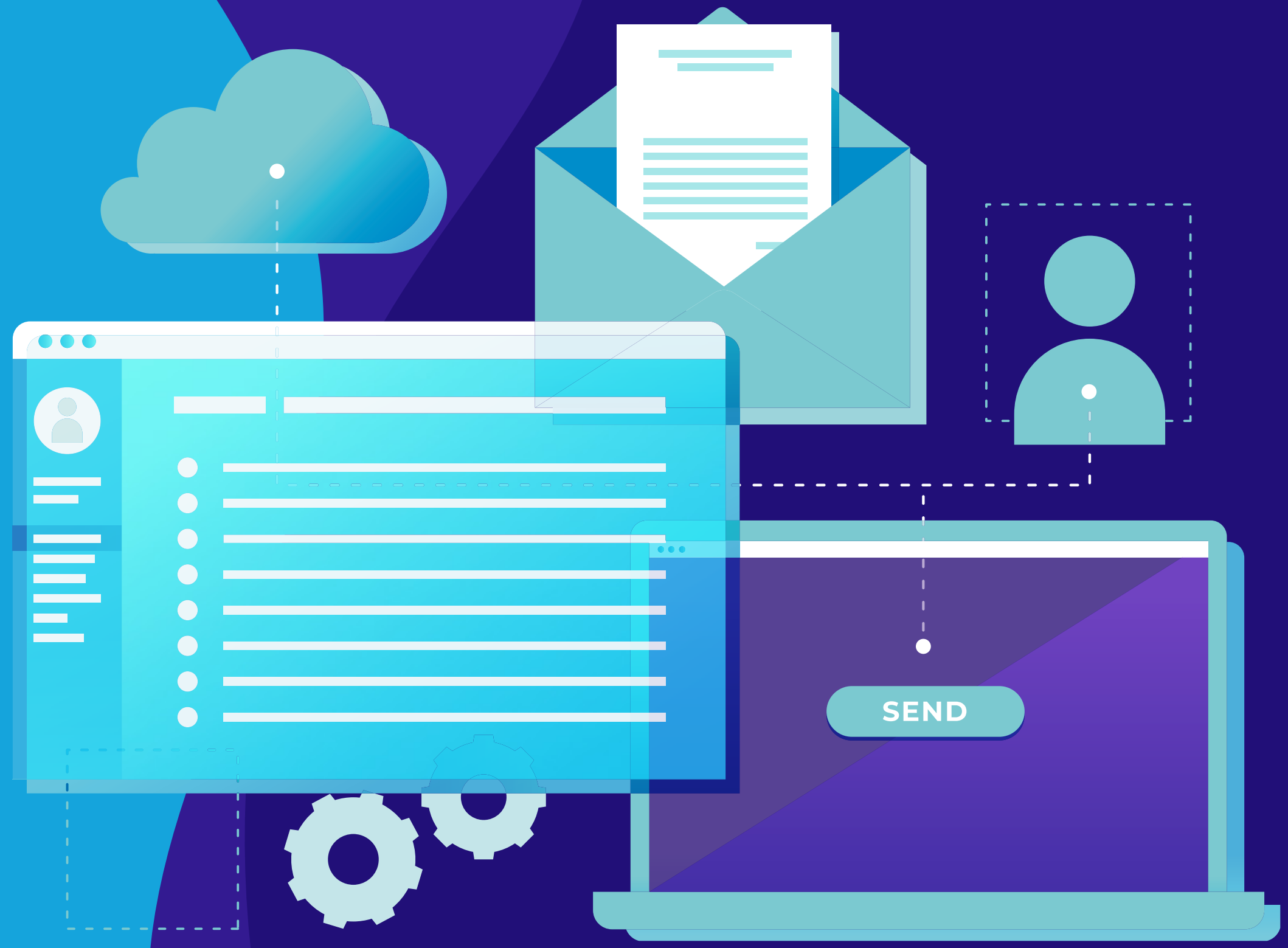
ENGAJAMENTO NO E-MAIL:  
CINCO INSIGHTS PARA  
MELHORAR OS RESULTADOS

## 05

## TODAS AS MÉTRICAS DEVEM SER CONSIDERADAS

Taxas de abertura e cliques são importantes, porém, não devem ser as únicas métricas observadas por quem se comunica com os clientes através do e-mail.

**Todas as métricas são importantes.**





**Curtiu?** Então aguarde.  
Em breve, traremos mais novidades, inovações e tendências.



Obrigado pela leitura!