



hands
eIT

Ebook
Dominando a Arte
Assinatura de E-mail
Corporativa

O Guia Definitivo
Para Você e Sua Empresa se Destacarem

EDIÇÃO 1

Introdução

O Papel Central das Comunicações
Via E-mail.

Como as Assinaturas de E-mails
Contribuem para a Identidade
Corporativa.

Para quem se destina esse e-book?

Quem escreveu esse e-book?

Capítulo 1: Os Riscos da Descentralização das Assinaturas de E-mails.

Capítulo 2: Por que Centralizar o Gerenciamento das Assinaturas de E-mails?

Eficiência Operacional.

Consistência de Marca.

Cumprimento de Normas e Regulamentações.

Oportunidade para Marketing & Vendas.

Capítulo 3: As Melhores Práticas para Criação de Assinaturas de E-mails Corporativas.

Capítulo 4: Explorando as melhores técnicas.

Codificação do HTML.

As imagens.

Texto e fontes.

Capítulo 5: Assinaturas de E-mail & SPAM.

O que fazem os filtros de SPAM.

O carrapato?

Minha assinatura faz com que meu e-mail vá para o lixo!

Capítulo 6: Sugestão de Ferramentas para começar a analisar o spam.

Um passo a passo para analisar seu e-mail.

Descobri que meu domínio ou o IP do meu servidor, está sendo bloqueado e consta em um ou mais blacklist, o que devo fazer?

Uma ferramenta específica para analisar SPF.

Descobri que tenho um problema de SPF, o que devo fazer?

Capítulo 7: Medindo o Retorno do Investimento (ROI).

Envio de Template para cada usuário alterar e implantar sua assinatura.

O Admin conecta com os usuários, para implantar as assinaturas.

Se cada usuário envia em média 200 e-mails por semana...

Aumento da Consistência da Marca.

Retornos Intangíveis.

Melhoria na Comunicação Interna e Externa.

Impacto nas Taxas de Conversão.

Experiência do Cliente Aprimorada.

Aspectos Jurídicos e Compliance.

**Capítulo 8 – Ferramentas para
Gerenciamento de Assinaturas de
E-mails Corporativas.**

Empresa com 10 colaboradores.

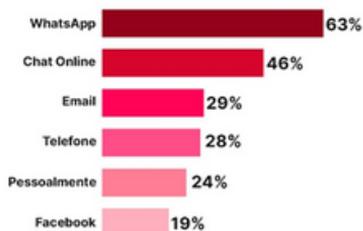
Empresa com 10, 100 ou Milhares de
Colaboradores.

Capítulo 9 – Conclusões Finais.

O E-mail se tornou a espinha dorsal das **comunicações corporativas**. É a ferramenta mais utilizada para troca de informações, tanto internamente entre membros da equipe quanto externamente com clientes, parceiros e fornecedores. A rapidez, a facilidade de uso, a rastreabilidade e a segurança jurídica, fazem do e-mail uma ferramenta essencial na comunicação empresarial de todos os portes e tamanho.

Só para você ter uma ideia, uma pesquisa sobre as tendências do Varejo Brasileiro para o ano de 2.024, mostrou que **mesmo entre as pessoas físicas, o E-mail ainda é o Terceiro meio mais utilizado** para interagir com as lojas, ficando atrás apenas do Whatsapp e Chats online.

Em qual canal os brasileiros preferem se relacionar com as lojas?



► Fonte: Opinion Box "Tendências do varejo 2024"



Além dos E-mails serem uma espinha dorsal das comunicações corporativa, essa é uma uma mídia não explorada pelas empresas, porque se você observar bem, há vários benefícios em utilizar essa mídia que por décadas foi deixada de lado por todas as corporações.

Atualmente, a atenção é a principal moeda de troca e não explorar essa mídia que tem um custo extremamente baixo, pode fazer com que sua empresa esteja perdendo uma excelente oportunidade de marketing, vendas e engajamento.

Ao multiplicar as mensagens de todos os seus colaboradores, você tem uma exposição exponencial da sua marca e cabe a pergunta: **Como sua marca quer ser vista e lembrada?**



Você irá se surpreender e saberá como pode tirar o máximo de proveito dessa oportunidade para sua carreira e para a empresa aonde você trabalha.

As Assinaturas de E-mails Corporativas não são apenas formalidades; **são ferramentas estratégicas**. Elas oferecem oportunidades para destacar mensagens-chave, **promover produtos ou serviços e fornecer informações essenciais**. Além disso, são uma extensão direta da marca e podem ser utilizadas para criar uma impressão positiva e duradoura nos **destinatários, em que muitas vezes, é o nosso “cliente ideal”**

As assinaturas de e-mail transcendem a simples conclusão de uma mensagem. **Elas são elementos visuais da identidade corporativa**. Elementos como logo, dados de contato atualizados, links para redes sociais e até mesmo mensagens promocionais contribuem para fortalecer a imagem da nossa empresa.

An illustration on the left side of the page shows a small figure in a red shirt and dark pants pushing a large, light blue circular icon with three curved arrows inside, suggesting a cycle or process. The figure is on a dark brown, rounded shape that looks like a hill or a platform. There are some small white circles and a leaf-like shape in the background.

Consistência nessas assinaturas é crucial para construir uma identidade visual sólida e reconhecível ao longo do tempo, pois quanto mais tempo você usar adequadamente as assinaturas de e-mails, maior é o seu retorno.



As plataformas de comunicação via e-mails transcendem os dispositivos e eu gostaria que você notasse que **estamos 100% do tempo conectados** em algum deles, seja **no computador** quando estamos trabalhando ou estudando, ou mesmo no **celular** ou **tablets** quando estamos em movimento **e é aí, que sua empresa precisa estar para ser lembrada.**

Quem nunca recorreu a um e-mail antigo, para obter o contato que estava na assinatura de e-mail daquela pessoa ou empresa que você precisa?



Agora imagine sua empresa com essa capacidade, porém **100% dos seus colaboradores se comunicando claramente e estampando sua marca e contato o tempo inteiro com o mercado?**



Se você é um profissional que tem o desafio de implantar uma política de assinatura de e-mails corporativa, seja da área de Marketing, Vendas, T.I, Jurídico ou mesmo RH, não importa qual área, esse e-book é para você, porque vai te mostrar soluções práticas, reais e aplicáveis

no seu ambiente de e-mail, para tornar essa tarefa o mais fácil possível para você e ainda te livrar dos perigos e armadilhas.

Você também terá ferramentas à sua disposição, gratuitas e pagas, para tornar essa tarefa a mais simples e otimizada possível, de acordo com o seu cenário e desafios.



Para quem se destina esse e-book?



Esse Ebook foi desenvolvido também pensando em ajudar a alta **Diretoria das Empresas**, com informações atualizadas e considerando o cenário atual do mercado e das tecnologias existentes, para que esses profissionais tenham consciência dos riscos e oportunidades ao implantar uma política de assinatura de e-mails na sua companhia.

Se você é um profissional da alta Diretoria, recomendo que você leia pelo menos **os capítulos do 1 até 2 e depois do 7 até o 9** deste ebook.

Em hipótese alguma, deixe de ler o **Capítulo 7 - Medindo o Retorno do Investimento (ROI)**.



Esse Ebook foi escrito por diversos profissionais da Empresas Hands4IT.

<https://www.hands4it.com.br>

Envolvemos profissionais de diversas áreas de negócio, para colaborarem com suas visões Empreendedoras sobre Marketing e Mídia, Vendas, Jurídica, Tecnologia da Informação (TI) e Suporte, cujo conhecimento somado está compilado na forma deste ebook e disponível para você e sua empresa encurtar a tomada de decisão sobre o que fazer e não fazer, quando o assunto é Assinaturas de E-mails Corporativas.

A **Hands4IT** é uma empresa Prestadora de Serviços de T.I., com mais de 20 anos de existência e temos a experiência de implantação de **Políticas de Assinaturas de E-mails Corporativa**, que passam por empresas públicas e privadas, de todos os setores da economia, que atendem a milhares de usuários e colaboradores.

Toda sugestão, correção, crítica ou mesmo colaboração sobre esse ebook, é bem-vinda e você pode fazê-lo através do e-mail:

contato@hands4it.com.br



Continue a lendo que você irá se surpreender.

CAPÍTULO 01

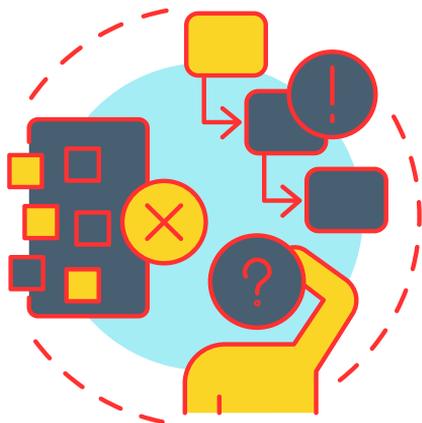
Os Riscos da Descentralização das Assinaturas de E-mails

Descentralizar o gerenciamento das assinaturas de e-mail, realizar essa tarefa de forma “manual” ou mesmo pedir para seus colaboradores realizarem por conta própria, pode levar a uma variedade de problemas. Desde inconsistências na apresentação visual até riscos legais, a falta de controle centralizado que pode comprometer a eficácia e a conformidade das comunicações empresariais.



Abaixo, detalhamos alguns dos riscos associados à falta de um controle centralizado e automatizado:

Inconsistência Visual: A descentralização muitas vezes leva à falta de padronização nas assinaturas de e-mail. Isso pode resultar em diferentes estilos, fontes, cores e até mesmo informações ausentes, prejudicando a identidade visual da empresa.





Os riscos associados à falta de um controle centralizado - continuação:

Conformidade e Jurídico: Se informações críticas, como avisos legais, políticas de privacidade e declarações de isenção de responsabilidade, não estiverem presentes em todas as assinaturas, a empresa corre o risco de violar regulamentações e enfrentar questões jurídicas.

Segurança da Marca: A marca de uma empresa é um ativo valioso. A descentralização pode permitir que funcionários usem versões desatualizadas ou personalizadas das assinaturas, afetando a consistência da marca e a percepção dos clientes.



Dificuldades de Atualização: Atualizar informações em todas as assinaturas torna-se uma tarefa árdua e propensa a erros quando não é gerenciada centralmente. Isso inclui alterações de cargos, números de telefone, links de redes sociais, entre outros.



Os riscos associados à falta de um controle centralizado - continuação:

Impacto na Eficiência: Gerenciar assinaturas descentralizadas consome tempo e recursos significativos.

A eficiência operacional é comprometida quando as equipes precisam lidar com uma variedade de formatos e configurações.

Imagine que você tem um design para criar uma arte de assinatura para cada um dos seus colaboradores. Depois que houve todo esse trabalho de criar arte por arte, ele envia para os usuários configurarem suas assinaturas.



Digamos que todos os usuários façam isso corretamente e você tem mais de 100 usuários. **Imaginou o esforço?** Você tem certeza **de que a imagem da assinatura vai ser sempre exibida** e não bloqueada? E as assinaturas quando enviamos os e-mails do celular?



Os riscos associados à falta de um controle centralizado - continuação:

Perda de Oportunidades: Mensagens promocionais, links para conteúdo relevante e chamadas para ação estratégicas podem ser perdidos quando não há controle centralizado sobre as assinaturas.



Riscos de Segurança: A utilização de assinaturas de e-mail não padronizadas pode aumentar os riscos de phishing. Os usuários podem ser mais propensos a clicar em links suspeitos se as mensagens não seguirem um padrão conhecido.

Ter um controle centralizado desses elementos não apenas mitiga esses riscos, mas também otimiza a gestão, promove a conformidade e fortalece a imagem da empresa.

CAPÍTULO 02

**Por que Centralizar o
Gerenciamento das
Assinaturas de E-mails?**

O gerenciamento centralizado das assinaturas de e-mails oferece uma série de benefícios essenciais para empresas que buscam otimizar suas comunicações digitais. Neste capítulo, exploramos as razões fundamentais por trás dessa prática.

Centralizar o gerenciamento das assinaturas de e-mails resulta em uma eficiência operacional notável. Aqui estão alguns pontos-chave:



Automatização Simplificada: Com um sistema centralizado, as atualizações nas assinaturas podem ser automatizadas, eliminando a necessidade de ajustes manuais em cada conta de e-mail individualmente. Isso economiza tempo e reduz erros.

Facilidade na Implementação de Alterações: Mudanças nas políticas da empresa, informações de contato ou atualizações de branding podem ser implementadas de forma rápida e uniforme em todas as assinaturas.

Quando você mudou a sua pela última vez?

Gestão de Usuários Simplificada: Adicionar, remover ou modificar informações de usuários torna-se uma tarefa centralizada, facilitando a gestão de grandes equipes e garantindo que todos tenham assinaturas atualizadas.



Controle de Acessos: Uma solução centralizada permite um controle mais rigoroso sobre quem pode fazer alterações nas assinaturas, garantindo conformidade e evitando modificações não autorizadas.

Assinaturas de E-mails Elegantes em Todos os Dispositivos de Todas as Pessoas: De forma automática! Sem encostar nos dispositivos dos usuários e sem instalar nada!

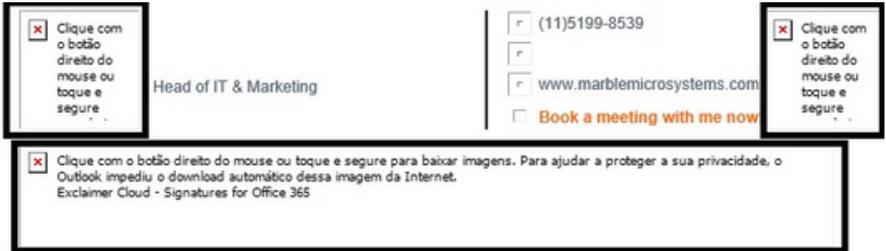
Seus usuários tem assinatura de e-mail corporativa, quando enviam mensagens do celular?



Múltiplos Idiomas: Automatize a entrega de assinaturas de e-mails em múltiplos idiomas, garantindo também sua presença e sua marca em outros países nos quais sua empresa tem envolvimento.



QrCode sem Esforço: Adicione um QrCode com acesso direto a Agenda de Contatos, Tráfego para sua loja ou seu site, Link para o Whatsapp ou mesmo links Promocionais. Use sua criatividade



Imagens sempre visíveis: Uma vez que você tem suas imagens preparadas para te ajudar na jornada empreendedora, não vai querer que essas imagens sejam bloqueadas por terceiros. Ter uma solução de gerenciamento profissional de assinaturas de e-mails, garante que suas imagens são sempre exibidas e não fiquem com aquele famoso “xis vermelho” e o usuário final, tendo que clicar com botão direito em “Baixar imagens”.

Será que sua assinatura não tem esse problema?



Aumente sua audiência: Colocar links direcionados para suas redes sociais, como Instagram e LinkedIn, podem aumentar sua base de seguidores e audiência da sua marca.

Apple/iOS ou Google/Android? Qual a relevância para o seu negócio, se os usuários apresentarem em suas assinaturas de e-mails, um texto com o famoso **“Enviado do meu Iphone”**? Senão fizer sentido, remova automaticamente, sem encostar nos dispositivos dos usuários.

Sua empresa é uma patrocinadora da Apple ou do Google?



Padrões Jurídicos e Regulamentações: Assegura que todas as assinaturas estejam em conformidade com requisitos legais, como políticas de privacidade, declarações de isenção de responsabilidade e outras normas específicas do setor.

Prevenção de Riscos: Ajuda a evitar riscos legais e de segurança, garantindo que todas as mensagens estejam em conformidade com as normas relevantes.

Auditoria Simplificada: Facilita a realização de auditorias para garantir a conformidade contínua, especialmente em setores altamente regulamentados.

Controle Eficiente e Flexível: Seu usuário não deveria poder alterar **o cargo ou colocar o celular pessoal dele nas assinaturas de e-mails**, correto? Então controle isso, ou delegue somente se for necessário.

Você define a política e não ao contrário.

Por que Centralizar o Gerenciamento
das Assinaturas de E-mails?
Oportunidade para Marketing & Vendas.



Ao centralizar o gerenciamento das assinaturas de e-mails, as empresas podem colher esses benefícios, resultando em uma comunicação mais eficiente, uma identidade de marca mais forte, conformidade regulamentar aprimorada e principalmente: Ajudar a vender mais.

Comunicação de Produtos e Serviços o

ano inteiro: Uma vez que você automatiza as assinaturas de e-mails, você pode programar para que num período, seja apresentado um banner, disparado por um grupo ou todas as pessoas da sua organização, visando promover um produto, serviço ou evento, de sua empresa.





Uma nova mídia: Já parou para pensar que nós enviamos e-mails para o nosso cliente ideal, fornecedor ideal e parceiro ideal?

Usar desse meio para promover nossas intenções de Marketing e Vendas é uma estratégia inteligente e de baixo custo, pois chega a ser 65% mais barato que qualquer plataforma de Ads.

Maravilhoso alcance: Imagine que sua empresa tem cerca de 250 colaboradores. Todo esse pessoal enviando e-mails com assinaturas corretas e bem pensadas,



geram para empresa uma visibilidade de 2,7 milhões de visualização por ano.



Vai um NPS, aí? Realize pesquisas de satisfação diretamente na assinatura de e-mails e tenha relatórios e insights em tempo real sobre seu desempenho. **Foque em tirar proveito dos dados e seus ensinamentos e não no operacional da pesquisa.**



Rastreo de Clicks: O quanto te ajudaria a promover e vender mais, se você pudesse rastrear os clicks nas urls incorporadas nas assinaturas de e-mails?



Tem um ou mais clientes especiais? Que tal criar assinaturas de e-mails exclusivas para esses clientes, de maneira que faça o sentir especial na parceria entre as empresas, fortalecendo os laços e aumentando o seu LTV? **O time de sucesso do cliente vai amar essa ideia!**



As Agendas do seu time de Vendas, são importantes? Coloque um link nas assinaturas de e-mails, integrando diretamente com seu sistema de calendário, para aumentar a eficiência e ocupação do time comercial.

CAPÍTULO 03

**As Melhores Práticas para
Criação de Assinaturas de
E-mails Corporativas.**

A criação de assinaturas de e-mails corporativa é uma arte que combina design, informatividade e estratégia de promoção. Neste capítulo, exploraremos as melhores práticas para garantir que suas assinaturas não apenas forneçam informações essenciais, mas também impressionem e promovam sua marca.



Design Impactante e Profissional:

- Utilize as cores da marca para reforçar a identidade visual.
- Mantenha um equilíbrio entre elementos visuais e texto para evitar sobrecarregar a assinatura.
- Escolha uma fonte legível e conhecida, adequada ao tom da sua marca.
- Considere o uso de imagens ou logotipos para uma estética profissional.
- **Sempre que possível, use a opção “embeded picture” ao invés de “online picture”. Isso vai garantir que suas imagens sejam sempre visíveis.**

Inclusão de Informações Relevantes:

- Nome completo e cargo do remetente para uma comunicação pessoal.
- Informações de contato como telefone e e-mail, facilitando a comunicação direta.
- Site da empresa para direcionar os destinatários para mais informações.



Promoção de Conteúdo e Eventos:

- Destaque promoções, eventos ou lançamentos recentes para manter os destinatários informados.
- Utilize banners ou links chamativos para direcionar os usuários para páginas específicas.

Links de Redes Sociais:

- Inclua ícones/link para redes sociais relevantes.
- Facilite a conexão social, aumentando a presença digital da empresa.

Padronização e Atualização Regular:

- Padronize o layout para manter consistência em todas as assinaturas.
- Atualize as informações regularmente para refletir mudanças organizacionais ou eventos importantes.

Uso de Templates e Modelos de Assinaturas de E-mails:

- Simplifique o processo de criação usando templates predefinidos para manter a consistência.
- Adapte modelos conforme necessário para diferentes departamentos ou equipes.

Assinaturas de E-mails diferentes, para situações diferentes:

Procure responder primeiro as seguintes perguntas:

- Todo e-mail novo, deve qual design de Assinatura de e-mail?
- Todo e-mail respondido, deve ter o mesmo design do primeiro e-mail, ou é melhor personalizar?
- Ao encaminhar um e-mail, mantem-se a Assinatura de E-mail?

Crie assinaturas baseadas em épocas do Ano, como Outubro Rosa, Novembro Azul, Boas Festas, Aniversário da Empresa, entre outras situações que só o seu negócio precisa.



OUTUBRO
rosa



NOVEMBRO
Azul



Adicione pesquisa de Satisfação eficiente.

Usar as assinaturas de e-mails é uma opção inteligente para saber o que o nosso cliente está pensando:

- Acrescente e personalize uma pesquisa de satisfação diretamente na sua assinatura de e-mails e de preferência.
- Crie uma landing page ou página de obrigado, para que seus usuários e clientes possam deixar comentários.
- Tenha dados de todas as interações.
- Tire conhecimento desses dados para contribuir com sua jornada empreendedora e do seu negócio.



Visualização em Ambiente de Celular:

- Certifique-se de que a assinatura seja responsiva e tenha boa aparência em dispositivos móveis.
- Observe os tamanhos das telas, para que seu design de assinatura de e-mail seja responsivo suficiente para “caber” na tela do celular.

Modos Claro e Escuro:

- Adapte o design para modos claro e escuro, considerando as preferências dos usuários em diferentes ambientes.



Formato do E-mail: Um e-mail atende somente a 3 formatos possíveis:

- **Texto simples** – aquele que não tem nenhum tipo de formatação.
- **RTF – Texto de formato Rico** – Aquele pode ter a fonte alterada, o tamanho e a cor.
- **HTML** – Esse formato já suporta inúmeras personalização.

A Recomendação é que você converta automaticamente todas as mensagens em **HTML** e adicione uma assinatura de e-mail usando todo o poder desse formato de e-mail.



Disclaimer e Informações de Privacidade:

Lembre-se de incluir um disclaimer (aviso legal) padrão informando que as informações contidas na assinatura são confidenciais e destinadas apenas ao destinatário pretendido.

Além disso, reforce as práticas de privacidade e destaque que o tratamento dos dados pessoais segue as normativas de privacidade vigentes.

Parabéns!!!

Ao seguir essas melhores práticas e dicas adicionais, suas assinaturas de e-mail se destacarão visualmente, fornecendo informações cruciais e promovendo efetivamente a marca da sua empresa.

CAPÍTULO 04

Explorando as melhores técnicas.

Já vimos anteriormente que o formato HTML é o principal formato suportado por mensagens enviadas por e-mail, além de ser o formato que mais de dará recursos para design e automação. Diante disto, relacionaremos abaixo algumas sugestões de como usar os recursos do HTML a favor do seu design de assinaturas de e-mails.

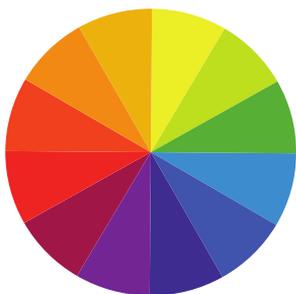


Use tabelas com células separadas para diferentes elementos, como imagens, texto ou espaços reservados.

Colocar esses elementos em células separadas de uma tabela permite controlar sua posição dentro da assinatura (por exemplo, para posicionamento lado a lado dos detalhes de contato do remetente). **Importante:** isso também preserva o layout e impede que os elementos da assinatura se movam em diferentes clientes de e-mail e/ou resoluções de tela.

Reduza os atributos cellpadding e cellspacing para zero.

Alguns clientes de e-mail podem adicionar espaçamento indesejado entre as células da tabela. Configurar esse atributo impede que eles o façam.



Cores:

Dê cor aos elementos usando os mesmos códigos da cor. Ao olho humano pode parecer tudo igual, mas ao mudar aonde estamos visualizando o e-mail, pode haver muita diferença.

Não use outros contêineres em seus modelos de assinatura.

Quando usados para o design de layout do modelo de assinatura, elementos HTML como `<div>` ou `` podem ser interpretados de maneira diferente em diferentes clientes de e-mail. Isso pode produzir resultados imprevisíveis, como itens de assinatura de e-mail aparecendo em cima um do outro ou sobrepostos a outros.



Use quebra de linha em vez de um novo parágrafo em assinaturas HTML (Shift+Enter em vez de Enter).

O primeiro inicia uma nova linha, enquanto o último inicia um novo parágrafo.

Parágrafos são tratados de maneira diferente em diferentes clientes de e-mail.

Por exemplo, no Outlook na web, nenhum espaço vertical é adicionado entre os parágrafos, enquanto nos aplicativos de desktop do Outlook, espaços verticais são adicionados por padrão e são bastante grandes.

Isso não se aplica a assinaturas de texto simples, onde você pode usar a tecla Enter para quebrar a linha.



Evite usar elementos que possam acionar filtros de spam nos sistemas de e-mail de seus destinatários.

Não use links encurtados, pois os filtros de spam não conseguem segui-los e podem considerá-los maliciosos. Alternativamente, você pode usar serviços de encurtamento de links que incluirão seu próprio nome de domínio.

Evite usar imagens hospedadas (online picture ou url para a imagem). Geralmente, elas são bloqueadas pelos clientes de e-mail e, às vezes, podem ser tratadas como spam.

Além disso, mensagens que contêm muitas imagens e links, podem às vezes serem tratadas como phishing.



Não crie uma assinatura feita exclusivamente de uma imagem.



Além do trabalho manual extenso, pois você terá que produzir uma imagem para cada colaborador, você não vai conseguir automatizar o preenchimento de campos de dados, como nome, cargo, telefone entre outras variáveis desejadas a serem incluídas.

Imagens maiores, são mais difíceis de se enquadrarem automaticamente nos diversos tamanhos de tela e podem ultrapassar e muito, os limites estabelecidos.

Se a imagem não for incorporada na mensagem, ela não será exibida e você perderá o seu trabalho.

Não use qualquer editor WYSIWYG.

Esses programas podem adicionar algumas tags que não são suportadas ou não são válidas de acordo com os padrões do W3C. Como resultado, sua assinatura pode ser exibida incorretamente em diferentes clientes de e-mail. Em vez disso, você pode usar os editores de texto simples para preparar modelos de assinatura de e-mail.

Não adicione declarações de estilos CSS na tag <HEAD> ou na tag <BODY> da assinatura.

Lembre-se que é impossível adicionar uma folha de estilo CSS externa a um e-mail. Além disso, alguns clientes de e-mail podem ignorar esses atributos. O exemplo abaixo mostra como usar os atributos CSS corretamente:

```
<BODY>
  <P style="font-family: Tahoma;">
    Your content goes here
  </P>
</BODY>
```

Use o CSS junto com atributos HTML.

Alguns clientes de e-mail não suportam todos os atributos CSS, enquanto alguns atributos HTML que agora são obsoletos ainda podem ser usados em clientes de e-mail mais antigos. A sintaxe preferida é, por exemplo.

```
"TR vAlign""top" style'vertical-align: top;"
```

Usar ambos permite que a assinatura funcione corretamente em várias situações.

Tenha cuidado ao usar aspas ao editar manualmente o código HTML.

Certifique-se de que você está usando os símbolos de aspas corretos e neutros (" e ").

Alguns editores de texto os substituem automaticamente por aspas tipográficas ou curvas (“e”). Se você estiver usando esse um programa e copiando seu código a partir dele, verifique se há símbolos corretos.

Use pixels (px) para definir tamanhos de fontes e espaços verticais ao usar propriedades CSS.

Usar pontos (pt) pode resultar em redimensionamento incontrolável de espaços ou texto, dependendo do cliente de e-mail do destinatário e da resolução da tela. Para a solução correta, veja o exemplo abaixo:

```
<!-- this code is part of the HTML table -->
<TR>
  <!-- note that all values are provided in px unit -->
  <TD style="font-size: 12px; line-height: 12px;">
    Your content goes here
  </TD>
</TR>
```

Use propriedades CSS ao usar valores percentuais para dimensões.

Ao fornecer, por exemplo, dimensões de tabela em porcentagens, você deve fornecê-las como propriedades CSS (não HTML), como no exemplo abaixo:

```
<!-- this code is part of the HTML table -->
<TR>
  <TD style="width: 100%;">
    Your content goes here
  </TD>
</TR>
```

Não use linhas vazias para formatar espaços verticais na sua assinatura (exemplo: `<p> </p>`).

Isso é interpretado como um novo parágrafo por clientes de e-mail. Dependendo do software, o tamanho do espaço vertical será diferente, pois alguns clientes adicionam espaçamento adicional entre os parágrafos.



Remova ou substitua variáveis que eventualmente podem estar vazias.

Ao adicionar campos de dados variáveis, como cargo, departamento, telefone entre outros, esses podem estar sem conteúdo e gerar inconsistência na sua assinatura, por exemplo. Imagine a expressão na sua assinatura desta maneira:

Telefone: {mobile}

Você espera que seja exibido algo como:

Telefone: 11 98282-0909

Caso a variável {mobile} esteja vazia, ficaria assim:

Telefone: <vazio>

Note que não tem informação na frente da palavra Telefone: porque não há com o que preencher. Nesses casos, o melhor a ser feito, é suprimir (esconder) todos os elementos, inclusive a palavra Telefone.

Use imagens de alta resolução.

Como a maioria dos dispositivos modernos e clientes de e-mail podem exibi-los, é melhor anexar imagens de alta qualidade a assinaturas de e-mail e usar atributos CSS e HTML para escalá-los para dimensioná-los para o tamanho desejado.

FULL HD

Use imagens incorporadas para garantir que elas estejam sempre visíveis para os destinatários de e-mail.

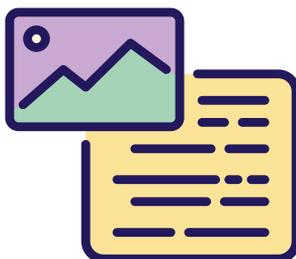
Clientes de e-mail impedem o download automático de gráficos hospedados (online) ou exigem uma permissão para baixá-los e exibi-los, substituindo-os por um x vermelho em uma caixa. Além disso, se uma imagem hospedada for acidentalmente/intencionalmente removida do servidor, ela não aparecerá em uma assinatura de e-mail. Ao usar a opção “Embeded Picture”, os gráficos são adicionados aos e-mails como anexos ocultos.

Use apenas imagens PNG, JPG e GIF.

Estes são os formatos mais populares, que são suportados pela maioria dos clientes de e-mail, por isso é muito provável que sejam exibidos corretamente, independentemente da configuração do seu destinatário. Ao escolher um formato de imagem, considere que o PNG é sem perdas, o que geralmente significa que os arquivos podem ser maiores. Por outro lado, o uso de arquivos JPG compactados permite a produção de assinaturas “mais leves” ao custo da qualidade da imagem. Os arquivos GIF, por sua vez, são uma maneira perfeita de incluir gráficos animados no design da assinatura do seu e-mail.

Evite formatos de imagem menos populares, como BMP, SVG ou base64, o que pode causar problemas relacionados à compatibilidade e segurança e erros inesperados.





Adicionar texto alternativo às imagens para melhorar a acessibilidade.

Ao inserir uma nova imagem, adicione um texto alternativo que descreva o que está na imagem de forma concisa, por exemplo. “Logo do arbibo com o nome de uma empresa em uma fonte sofisticada abaixo.” A descrição permitirá que pessoas com deficiência visual (que usam leitores de tela) tenham a ideia de uma imagem e, conseqüentemente, toda a assinatura. Observe que a descrição pode ser necessária em determinadas jurisdições.

O texto alternativo também é uma opção de fallback inteligente se a sua imagem não for exibida no dispositivo do destinatário por algum motivo (por exemplo, conexão lenta, erro de leitura, etc.). Nesse caso, a descrição será exibida para dar ao destinatário a ideia de uma imagem.



Permitir a compatibilidade do modo escuro das assinaturas.

Evite imagens / ícones com fundos brancos ou quadros ao redor deles. Se possível, use imagens com fundos transparentes (isso é suportado, por exemplo, formatos como PNG, mas não por JPG). Ao selecionar as cores de fontes, ícones e outros elementos gráficos, leve em consideração como sua assinatura ficará em um fundo escuro.

Escolha apenas fontes seguras para uso em suas assinaturas de e-mails.

Essas fontes seguras são instaladas na maioria dos dispositivos e incluem:

Arial, Arial Black, Gadget, Comic Sans MS, Impact, Charcoal, Lucida Sans Unicode, Lucida Grande, Tahoma, Geneva, Trebuchet MS, Verdana, Courier New, Lucida Console e Times New Roman.

Se uma fonte não for encontrada no sistema, o cliente de e-mail a substituirá por outra (geralmente a fonte padrão), o que significa que a assinatura não ficará como pretendido.

Isso acontece porque quem processa o código html é o dispositivo que está vendo sua assinatura, logo, se ele não tiver a fonte instalado localmente, uma fonte padrão será exibida.

A_A M N A_A

Crie uma imagem que contenha o texto que você deseja usar se uma fonte não estiver popularmente disponível.

Se você quiser que seu texto seja visto de uma maneira específica e garanta que a formatação e as fontes permanecem inalteradas entre diferentes clientes de e-mail, considere preparar uma imagem que contenha esse texto. **No entanto, evite usar uma imagem como a assinatura inteira.**

Mantenha o texto curto e conciso.

Ao adicionar um aviso ao seu e-mail, certifique-se de que ele não é excessivamente longo e fornece apenas as informações necessárias. Fora isso, uma assinatura de e-mail que é muito longa pode ser esmagadora, pouco clara e até irritante, especialmente se estiver anexada a uma mensagem mais curta.



CAPÍTULO 05

Assinaturas de E-mail & SPAM

SPAM ou lixo eletrônico é o arqui-inimigo da maioria dos usuários de e-mail.

Como se não fosse ruim o suficiente para ter sua caixa de correio transbordando com comunicação indesejada, os e-mails indesejados geralmente estão repletos de malware e tentativas mais ou menos bem-sucedidas de phishing. Para nos proteger, contra todas essas ameaças, uma infinidade de soluções foram desenvolvidas para enviar esses e-mails desagradáveis para uma pasta de lixo ou quarentena – onde eles pertencem. Que alívio! Isto é, até você ver o seu e-mail em uma pasta de spam...

O problema é que nenhuma solução anti-SPAM é perfeita. Pode acontecer que seus e-mails estejam indo para a pasta de lixo do destinatário, por exemplo, logo após você começar a adicionar uma nova assinatura de e-mail. Vamos explicar por que isso pode acontecer e o que fazer para evitar isso.

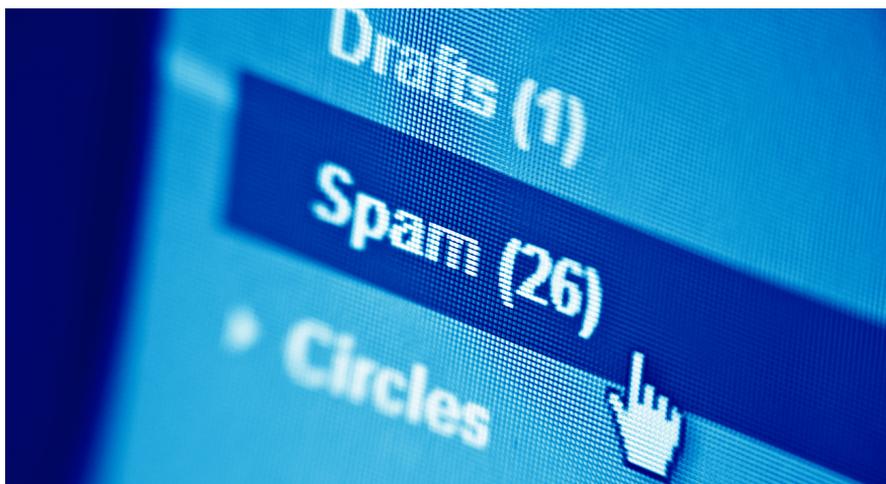
Primeiro, apesar de uma crença popular, as assinaturas de e-mail não fazem magicamente os e-mails serem tratados como SPAM. A questão mais importante é: **o que fazer?**



Os filtros de SPAM (ou anti-SPAM) funcionam usando um sistema baseado em pontos. Isso significa que eles analisam todos os e-mails recebidos e atribuem pontos para cada elemento que eles interpretam **Como SPAM-like**. Se um e-mail recebe pontos suficientes, ele é sinalizado como lixo. Então, quais os fatores para aumentar a pontuação? Os exemplos possíveis incluem:

- Falta de um registro SPF na sua zona de domínio ou de um registro SPF errado.
- A **resposta para** abordar não correspondendo o endereço **de (origem)**.

- Envio para **vários destinatários**. Quanto mais eles estiverem, maior a probabilidade de seu e-mail ser considerado lixo.
- Usando um conjunto de **caracteres** ou alfabeto diferente dos usados pelos destinatários.
- O IP, endereço ou domínio do remetente foi colocado na lista negra (**blacklist**).
- Seu e-mail contém palavras-chave e frases que se enquadram na categoria “**apenas adultos**”. Eles podem se relacionar, por exemplo, a sites de namoro ou certos tipos de drogas.
- Más práticas de marketing direto. Ou seja: escrever palavras com **todas as letras maiúsculas** (ou SHOUTING), usando muitos pontos de exclamação, ou frases de vendas como “Oferta de tempo limitado!”, “Compre um, obtenha um grátis!”
- Usar hiperlinks encurtados ou links que levam a **sites não confiáveis** (lista negra).
- Utilização de **imagens vinculadas ou hospedadas**. Eles não apenas são bloqueados pela maioria dos clientes de e-mail, de modo que a confirmação adicional de você é necessária para mostrar essas imagens, mas também alguns filtros de SPAM as qualificam como SPAM.



Se você descobrir que, depois de adicionar uma assinatura de e-mail, seus e-mails não chegam aos seus destinatários, isso pode significar que você excedeu a pontuação permitida do SPAM.

Normalmente, um e-mail em uma pasta de spam é igual a um e-mail não lido. Muito provavelmente, alguns elementos que você incluiu na assinatura de e-mail são suspeitos da perspectiva dos filtros. **Então, o que você pode fazer para evitar que seus e-mails sejam considerados SPAM, após a implantação da sua assinatura de e-mail?**



Investigue os hiperlinks que você usa.

Usando Links encurtados, por mais bonitos que pareçam, é um não definitivo para a maioria dos Filtros de SPAM. Isso porque os clientes de e-mail não têm os meios para que automaticamente saiba onde o link encurtado é redirecionado.

Os serviços de encurtamento de URL são muitas vezes usados por spammers para esconder o destino final onde o link leva você. Especialmente se o endereço de destino estiver na lista negra.

Bloquear links abreviados é uma prevenção contra spammers.

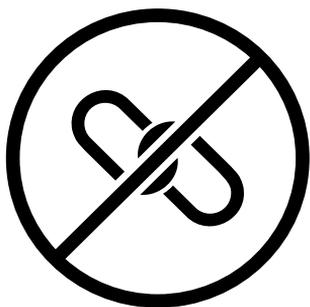


Verifique se o seu IP ou o seu O domínio não está na lista negra.

Se o seu domínio ou o seu IP estiver na lista negra, você não precisa de muito para exceder a pontuação permitida do SPAM.

O problema é que existem todos os tipos de listas negras diferentes e vários filtros podem usar qualquer número dessas listas. Usar uma ferramenta de pesquisa IP pode ajudá-lo a encontrar a origem do problema e confirmar se você foi pego como “falso positivo” em qualquer lista negra.

Sair dessas listas deve ser sua principal prioridade, pois além de entregar seus e-mails para as pastas de spam dos destinatários, também pode diminuir o ranking do tráfego e do mecanismo de pesquisa (SEO) do seu site.



Use imagens incorporadas.

Alguns filtros consideram as imagens hospedadas ou vinculadas como suspeitas.

Além de bloqueá-las imediatamente, eles podem aumentar sua pontuação de SPAM. Dito isto, cada cliente de e-mail suporta a adição de gráficos incorporados. O mesmo vale para métodos de adicionar uma assinatura de e-mail global.

O único meio infalível de lidar com imagens incorporadas para todos na empresa é usar uma ferramenta de gerenciamento de assinatura de e-mail profissional.



Use as boas práticas do marketing.

Só porque você pode adicionar um banner de marketing em sua assinatura de e-mail não significa que é uma boa ideia adicionar uma tonelada de pontos de exclamação ou cores nauseantes apenas para chamar a atenção.

Um design limpo (também conhecido como profissional) e um banner simples provavelmente serão mais eficazes. O que é mais importante – ele não vai fazer as pessoas quererem sinalizar seus e-mails como SPAM.

sent from my iphone

Evite enviar a assinatura padrão contida em todos os dispositivos móveis.

Embora o texto “Enviado do meu iPhone” como sua assinatura de e-mail provavelmente não seja tratada como SPAM por filtros de e-mail, ela pode ser vista como tal **pelo destinatário**. Enquanto algumas pessoas ignoram essas isenções de responsabilidade como uma relíquia da década anterior, outros podem vê-lo como **pouco profissional e descuidado**. Se você se preocupa com sua marca, a melhor ideia é unificar suas assinaturas de e-mail em vários dispositivos e clientes de e-mail.



Teste sua assinatura de e-mail.

Se você não tem certeza do que está errado com sua assinatura de e-mail, uma boa ideia é testá-la completamente – adicione um elemento de cada vez, envie e-mails de teste para vários destinatários e de vários IPs e assim por diante.

Algumas vezes, os e-mails chegam ao SPAM só porque alguém adicionou você à sua própria lista negra por engano.

É especialmente comum fazer isso em um aplicativo móvel. Surpreendentemente, isso também pode afetar os clientes de e-mail de desktop, mesmo que a lista negra não seja acessível a partir desses aplicativos de desktop.

CAPÍTULO 06

**Sugestão de Ferramenta
para começar a analisar o
spam.**

Ferramenta para analisar o spam.
Um passo a passo para analisar seu e-mail

Como vimos, existem muitos fatores que podem implicar em classificar seu e-mail como spam. Visando um ponto de partida ágil, recomendamos usar a ferramenta abaixo que é gratuita.

A ferramenta é a <https://www.mail-tester.com/>

O funcionamento é simples e objetivo. Uma vez que você acessar o site acima, ele vai criar uma conta de e-mail temporária para você enviar um e-mail direto para a ferramenta/conta criada. Logo depois de enviado, volte a essa ferramenta, clique em “Em seguida, verifique sua pontuação”, que ela vai receber sua mensagem e analisar como está sua mensagem em termos de pontuação de SPAM.

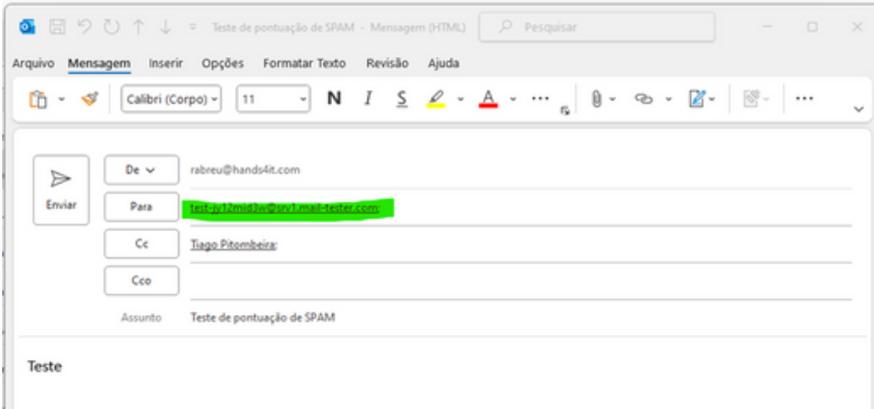
Aqui um passo a passo para analisar seu e-mail:

1 – Acessando a ferramenta:



Ferramenta para analisar o spam.
Um passo a passo para analisar seu e-mail

2 – Enviando um e-mail para:
test-jy12mid3w@srv1.mail-tester.com



3 – Voltando à ferramenta e verificando minha pontuação:



Ferramenta para analisar o spam.
Um passo a passo para analisar seu e-mail

4 - Navegando nas sessões logo abaixo, você verá a análise dos principais recursos de spam e saberá como endereçar, caso sua pontuação não seja uma das melhores.

Assunto: Teste de pontuação de SPAM Recebido 1 minuto atrás

- ✓ Clique aqui para ver a sua mensagem
- ✓ SpamAssassin gostou de você
- ✓ Você não está totalmente autenticado
- ✓ A sua mensagem pode ser melhorada
- ✓ Você não está em nenhuma blacklist
- ✓ Nenhum link quebrado

Seu adorável total: 10/10

5 – Na sessão de blacklist acima, você verá se seu domínio consta em algum deles. Veja o exemplo nosso:

^ Você não está em nenhuma blacklist ✓

Corresponde a (40.107.102.46) do seu endereço de IP de servidor contra a 24 de IPv4 blacklists mais comuns.

Não listado em Spamhaus SBL Advisory	Não listado em Spamhaus CSS Advisory	Não listado em Spamhaus XBL Advisory
Não listado em Spamhaus PBL Advisory	Não listado em Barracuda	Yellow listed in Hostkarma
Não listado em IMP-SPAM	Não listado em BACKSCATTERER	Não listado em China Anti-Spam Alliance
Não listado em LashBack	Não listado em mailspike	Não listado em NIX Spam
Não listado em REDHAWK	Não listado em SORBS (Relay)	Não listado em SORBS (last 48 hours)
Não listado em SORBS (last 28 days)	Não listado em SPAMCOP	Não listado em SEM-BACKSCATTER
Não listado em SEM-BLACK	Não listado em RATS-ALL	Não listado em PSBL
Não listado em SWINOG	Não listado em GBUdb Truncate	Não listado em Weighted Private Block List

Descobri que meu domínio ou o IP do meu servidor, está sendo bloqueado e consta em um ou mais blacklist, o que devo fazer?

Essa é uma situação que pode ocorrer e você deve trabalhar para evitar ao máximo.

Caso seu domínio conste em algum blacklist, você deverá entrar em contato com o respectivo provedor da blacklist e solicitar sua exclusão da lista negra.

Tenha apoio técnico à sua disposição, bem como credenciais de admin, porque lhe serão solicitadas informações e procedimentos para garantir e evidenciar de que seu domínio realmente não merece estar bloqueado.

Caso seja o IP do seu servidor que conste em algum blacklist, o procedimento é o mesmo do domínio. Caso o IP seja de algum provedor, tais como Locaweb, Godaddy, Microsoft Office 365, Google, Zoho, entre outros, você pode notificar o provedor e solicitar ajuda para removê-lo da blacklist, até porque, outros clientes estão afetados também.

Ferramenta para analisar o spam.
Ferramenta específica para analisar SPF

A configuração do SPF é um fator fundamental em qualquer sistema de e-mail.

Recomendamos usar a ferramenta abaixo, para verificar se o SPF do seu domínio está configurado corretamente.

<https://dmarcian.com/spf-survey/>

Basta informar seu domínio e fazer uma verificação inicial de como anda seu SPF.

Exemplo de domínio com problemas de SPF:

There is something wrong with your SPF record.

[Click here to read our "Getting Started with DMARC" guide.](#)

Access/bookmark this inspection at <https://dmarcian.com/spf-survey/?domain=chleba.com.br>

Click on nodes to expand.

EXPAND ALL

COLLAPSE ALL

```
- 12 [redacted]
v=spf1 ip4:200.140.197.220 ip4:200.208.76.190 ip4:8.243.153.30 ip4:200.174.10.130 ip4:200.212.150.
50 include:spf.protection.outlook.com include:spf.chleba.net -all
▲ [Error] 12 DNS lookups required to evaluate the SPF record. The maximum is 10.
+ip4:200.140.197.220/32
```

Descobri que tenho um problema de SPF, o que devo fazer?

Os 3 principais problemas de SPF são:

1 – Falta de um registro.

Nesse caso, basta identificar o que deve ser incluído, acessar o seu gerenciador de dns público e incluir o registro.

2 – Configuração errada de um registro.

Uma vez identificado qual registro de SPF está errado, basta editá-lo diretamente no gerenciado de DNS e corrigir o texto.

3 – Excesso de registros.

Esse pode ser o problema mais crítico, porque o SPF suporta no máximo 10 registros de SPF. O que passar disto, será ignorado, além de registros problemáticos de SPF poderem te levar automaticamente a fazer parte de blacklists.

Nos casos de excesso de registros, você tem 2 opções:

A – Remover o que não estiver em uso.

B – Consolidar endereços IPS, usando nomes públicos, para diminuir as entradas.

CAPÍTULO 07

Medindo o Retorno do Investimento (ROI)

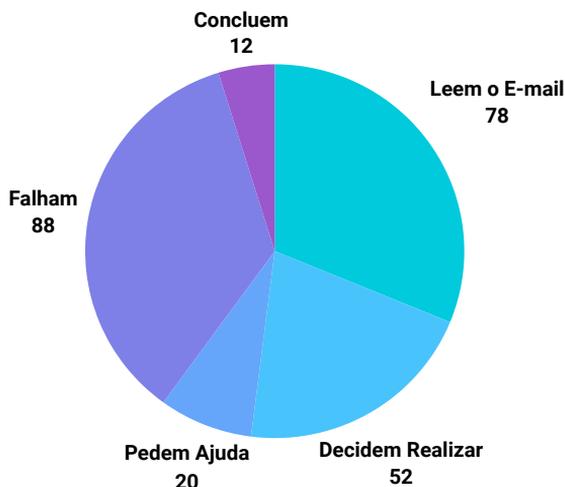
Medindo o Retorno do Investimento.
Cenário: Envio de Template para cada usuário preparar a sua assinatura.

No dia a dia das empresas.

Os cenários abaixo, são a realidade em todas as empresas no Brasil e no mundo. Certamente, você já viu alguém tentar arrumar um “jeitinho” para entregar as assinaturas de e-mails das seguintes formas:

Considere uma empresa com 100 colaboradores.

Cenário: Envio de Template para cada usuário alterar e implantar sua assinatura.



Qual o custo de imagem e possíveis novos negócios para sua empresa?

Cenário: O Admin vai até os usuários (ou conecta) para implantar as assinaturas.

Considere uma empresa com 100 colaboradores.

4:52 minutos em média de tempo de configuração.

00:22 minutos entre estações.

5:00 minutos subindo ou descendo escadas.

6:00 minutos Atendendo usuários. *Porque não imprime?*

12:00 minutos respondendo ao CEO.

Usuários Remotos ou não disponíveis.

44%

Retorno do Investimento em uma ferramenta: 44% de economia

Medindo o Retorno do Investimento.
Cada usuário envia em média 200
e-mails por semana.

Cenário: Cada usuário envia em média 200 e-mails por semana.

Considere uma empresa com 100 colaboradores.

Os e-mails enviados pelas pessoas, são abertos em média duas vezes.

São cerca de 2 milhões de oportunidades perdidas por ano.



Qualquer Plataforma de Ads custará mais de 65%, se comparado ao investimento em uma ferramenta.



Aumento da Consistência da Marca.

A consistência na apresentação da marca é um dos ativos mais valiosos para qualquer empresa. Aqui, vamos aprofundar como o gerenciamento centralizado de assinaturas de e-mail contribui significativamente para alcançar e manter essa consistência.

Retornos Intangíveis:

Padrões Visuais Unificados:

A centralização permite a definição de padrões visuais unificados para elementos como logotipos, cores, fontes e layout. Isso assegura que cada e-mail enviado pela equipe tenha uma aparência coesa e alinhada com a identidade visual da marca.

**Atualizações Dinâmicas:**

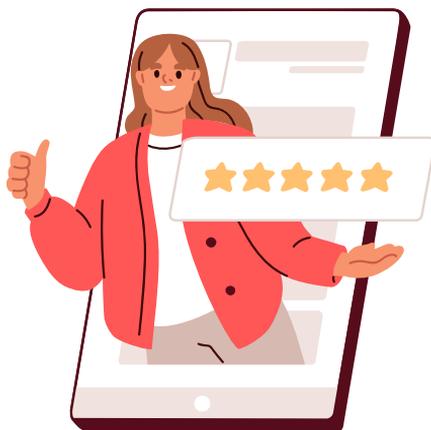
A capacidade de fazer atualizações dinâmicas e instantâneas em todas as assinaturas de e-mail facilita a implementação de alterações na identidade visual da marca. Isso é vital em situações como rebranding ou simples ajustes nas diretrizes visuais.

Inclusão de Elementos Estratégicos:

A centralização possibilita a inclusão fácil de elementos estratégicos, como banners promocionais ou chamadas para ação, sem comprometer a integridade da marca. Isso permite uma comunicação mais dinâmica sem perder a consistência visual.

Adaptação a Diferentes Departamentos:

Estratégias para garantir que diferentes departamentos ou equipes, que podem ter necessidades específicas, ainda estejam alinhados com a identidade visual global da marca. A centralização permite essa adaptação de maneira controlada.



Experiência do Cliente Aprimorada:

A consistência na comunicação, facilitada pela uniformidade nas assinaturas, contribui para uma experiência do cliente mais confiável e reconhecível, promovendo a fidelização e a construção de uma imagem sólida no mercado.

**Uniformidade Visual:**

A consistência nas assinaturas de e-mail contribui diretamente para uma experiência do cliente mais positiva. A uniformidade visual cria uma imagem confiável e reconhecível, proporcionando uma sensação de familiaridade a cada interação.

Comunicação Confiável:

A padronização nas assinaturas não apenas reforça a identidade da marca, mas também cria uma comunicação mais confiável para os clientes. Ao receber mensagens consistentes, os clientes têm uma experiência mais previsível e agradável.

**Reconhecimento da Marca:**

A uniformidade nas assinaturas contribui para o reconhecimento instantâneo da marca. Esse reconhecimento é vital para a fidelização, pois os clientes podem identificar e conectar-se mais facilmente com a empresa.

Fidelização e Lealdade:

Uma experiência do cliente positiva, impulsionada pela uniformidade nas comunicações, contribui para a fidelização e lealdade. Clientes que têm uma experiência coesa e confiável estão mais propensos a permanecer fiéis à marca.



Melhoria na Comunicação Interna e Externa.

Explorar a influência do gerenciamento centralizado de assinaturas de e-mail na comunicação, tanto interna quanto externa, revela diversas maneiras de aprimorar os processos e fortalecer os relacionamentos, que aumenta seu ROI. As vantagens são:

Atualizações em Tempo Real:

A capacidade de atualizar informações em tempo real em todas as assinaturas de e-mail contribui para manter todos os membros da equipe alinhados com as últimas novidades, como alterações de cargos ou conquistas individuais.

Uniformidade nas Mensagens Internas:

A padronização das assinaturas internas pode criar uma linguagem consistente, reforçando a cultura organizacional e promovendo uma identidade única para os colaboradores, o que é essencial para a construção de um ambiente de trabalho coeso.



Comunicação com Parceiros e Clientes:

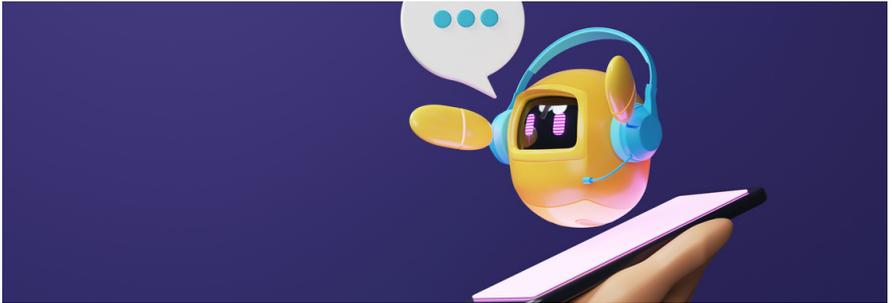
Estratégias para otimizar a comunicação com parceiros e clientes através de assinaturas de e-mail consistentes. Essa uniformidade não só transmite profissionalismo, mas também cria uma experiência coesa para aqueles que interagem com a empresa.

Personalização Estratégica:

A personalização estratégica nas assinaturas, possibilitada pelo gerenciamento centralizado, pode ser utilizada para adaptar a comunicação tanto para públicos internos quanto externos, criando mensagens mais direcionadas e impactantes.

Integração com Outras Plataformas:

A integração das assinaturas de e-mail com outras plataformas de comunicação interna, como intranets ou redes sociais corporativas, pode fortalecer ainda mais a coesão nas mensagens e proporcionar uma experiência mais integrada.



Impacto nas Taxas de Conversão

A correlação entre assinaturas de e-mail profissionais e taxas de conversão é uma peça crucial na avaliação do ROI. Vamos explorar em detalhes como isso se desenrola:

Credibilidade e Confiança:

Uma assinatura profissional pode gerar credibilidade, estabelecendo confiança desde o primeiro contato. Essa confiança é um fator essencial nas decisões de compra e colaborações comerciais.

Incorporação de Elementos de Conversão:

Incorporar estrategicamente elementos de conversão, como links diretos para produtos ou chamadas para ação, nas assinaturas pode direcionar efetivamente os destinatários para as etapas desejadas do funil de vendas.



Estudos de Caso e Exemplos Práticos:

Estudos de caso e exemplos práticos que demonstram a influência direta das assinaturas de e-mail nas taxas de conversão, ilustrando os benefícios tangíveis.

Otimização Contínua:

Estratégias para a otimização contínua das assinaturas de e-mail, ajustando-as conforme necessário para alinhar-se às metas de conversão em evolução da empresa.

Uniformidade Visual:

A consistência nas assinaturas de e-mail contribui diretamente para uma experiência do cliente mais positiva. A uniformidade visual cria uma imagem confiável e reconhecível, proporcionando uma sensação de familiaridade a cada interação.

Comunicação Confiável:

A padronização nas assinaturas não apenas reforça a identidade da marca, mas também cria uma comunicação mais confiável para os clientes. Ao receber mensagens consistentes, os clientes têm uma experiência mais previsível e agradável.



**Reconhecimento da Marca:**

A uniformidade nas assinaturas contribui para o reconhecimento instantâneo da marca. Esse reconhecimento é vital para a fidelização, pois os clientes podem identificar e conectar-se mais facilmente com a empresa.

Fidelização e Lealdade:

Uma experiência do cliente positiva, impulsionada pela uniformidade nas comunicações, contribui para a fidelização e lealdade. Clientes que têm uma experiência coesa e confiável estão mais propensos a permanecer fiéis à marca.



Aspectos Jurídicos e Compliance.

Padronização em Informações Legais:

A importância de apresentar informações legais de maneira padronizada nas assinaturas de e-mail. Isso inclui elementos como avisos legais, políticas de privacidade e outros aspectos jurídicos que devem estar presentes em todas as comunicações.

**Contribuição para a Conformidade:**

A padronização contribui diretamente para a conformidade com regulamentações e leis. Ao garantir que todas as assinaturas estejam alinhadas com as normas jurídicas, a empresa reduz os riscos de não conformidade.

Proteção contra Litígios:

A apresentação consistente de informações jurídicas não apenas fortalece o compliance, mas também protege a marca contra possíveis litígios. A clareza nas informações jurídicas pode ser fundamental em situações legais.



Adaptação a Mudanças Regulatórias:

As estratégias para adaptar rapidamente as assinaturas de e-mail a mudanças nas regulamentações. A flexibilidade na padronização é crucial para garantir que a empresa permaneça conforme as leis em constante evolução.

Ao explorar esses aspectos, teremos uma compreensão mais abrangente de como o gerenciamento centralizado de assinaturas de e-mail se torna um alicerce crucial para a construção e sustentação da consistência da marca, garantindo um excelente retorno do seu investimento.

CAPÍTULO 08

**Ferramentas para
Gerenciamento de
Assinaturas de E-mails
Corporativas.**

Ferramentas para Gerenciamento de Assinaturas de E-mails Corporativas.

Ter uma ferramenta de gerenciamento de profissional, centralizada, automatizada e corporativa de assinaturas de e-mails é fundamental para todas as empresas e, quanto maior for o número de colaboradores que sua empresa tiver, maior será a sua dependência deste tipo de ferramenta.

Além do mais, colocar em produção todas as boas práticas, requer automação e inteligência, algo que a tecnologia de ponta traz facilmente e de maneira acessível para qualquer porte de empresa.

Diante disto, gostaríamos de separar essa indicação sob dois aspectos:

Empresa que tem até 10 colaboradores.

Empresa que tem mais de 10 colaboradores. As vezes mais de 100 ou mais de 1.000.

Empresa que tem até 10 colaboradores

Se você tem uma empresa em estágios iniciais, ou mesmo com poucos colaboradores, digo até uns 10 colaboradores, talvez você ainda consiga realizar todas essas tarefas manualmente e sem automação. Se este é o seu caso, ou seja, sua empresa tem até uns 10 colaboradores e pode abrir mão de automação, a gente recomenda o uso dessa ferramenta aqui:

<https://www.mail-signatures.com/signature-generator/> - Ferramenta Gratuita.

Agora caso você já queira pensar em automação, ou seja, focar mais em tirar benefícios das assinaturas de e-mails ao invés de ficar trabalhando no operacional das assinaturas de e-mails, a nossa recomendação é essa ferramenta aqui:

<https://www.hands4it.com.br/assinaturas/>

Empresa que tem até 10 colaboradores

Caso você já queira pensar em automação, ou seja, focar mais em tirar benefícios das assinaturas de e-mails ao invés de ficar trabalhando no operacional das assinaturas de e-mails, a nossa recomendação é essa ferramenta aqui:

<https://www.hands4it.com.br/assinaturas/>

Com essa ferramenta sugerida acima, sua empresa pode ter multimarcas, múltiplas localidades como fábricas e escritórios, múltiplos domínios internet, múltiplos times disciplinares e muitas vezes, múltiplos países. Essa ferramenta endereça todas essas questões e ainda implanta todos os requisitos descritos nesse ebook, e você não precisa ter especialistas de TI ou Marketing na sua empresa, para que a implantação seja um sucesso.

Empresa que tem mais de 10 colaboradores. As vezes mais de 100 ou mais de 1.000

Certamente nesses casos, sua empresa não consegue realizar a entrega de assinaturas de e-mails de forma profissional, automatizada, centralizada e corporativa sem uma ferramenta adequada.

É necessário investir nesse tipo de ferramenta, que certamente ela lhe trará um bom ROI – Retorno do Investimento e você levará sua empresa para o próximo nível.

A nossa recomendação é essa ferramenta aqui à <https://www.hands4it.com.br/assinaturas/>



Empresa que tem mais de 10 colaboradores. As vezes mais de 100 ou mais de 1.000

Uma empresa maior, não consegue realizar a entrega de assinaturas de e-mails de forma profissional, automatizada, centralizada e corporativa sem uma ferramenta adequada.

A nossa recomendação é essa ferramenta aqui à <https://www.hands4it.com.br/assinaturas/>

Além disto, sua empresa pode ter multimarcas, múltiplas localidades como fábricas e escritórios, múltiplos domínios internet, múltiplos times disciplinares e muitas vezes, múltiplos países. Essa ferramenta endereça todas essas questões e ainda implanta todos os requisitos descritos nesse ebook, e você não precisa ter especialistas de TI ou Marketing na sua empresa, para que a implantação seja um sucesso.

CAPÍTULO 09

Conclusões finais

Primeiro queremos agradecer a você leitor, por ter chegado até aqui:

Muito obrigado!



Todos os aspectos abordados nesse ebook, são frutos de implantação, suporte, convivência e experiência diária com empresas de todos os seguimentos, portes, privadas e públicas, de diversos setores, ou seja, é baseado no que existe e está em uso no dia a dia dessas empresas, visando encurtar o seu caminho com esse tipo de projeto.

Também estamos atentos ao mercado, às tecnologias, as plataformas e a inteligência artificial que está presente nas nossas vidas, visando facilitar a adoção de soluções, mantendo a segurança, conformidade e privacidade dos nossos dados e ambientes de TI.



Também não ignoramos os esforços humanos, nem os custos para adoção de tecnologias que verdadeiramente trazem benefícios reais para as empresas.

Saiba também que um time enorme, multidisciplinar e internacional que trabalha diuturnamente para proporcionar esse tipo de solução para tantas empresas.



E como palavras finais, saiba que a adoção de qualquer prática, código, procedimento ou mesmo ferramenta indicada neste ebook, é fruto de muito estudo e testes práticos, para garantir que você tenha sucesso e encurte o caminho da sua jornada.

