

# POR QUE VALIDAR A SUA BASE DE CONTATOS?



## Revisão



**Bárbara Silva**

X-mail de Marketing e Conteúdo  
bsilva@mediapost.com.br

## Conteúdo



**Gabriela Rezende**

X-mail de Vendas  
grezende@mediapost.com.br



**Jossandro Ribeiro**

X-mail de Pré-Vendas  
jribero@mediapost.com.br

## Designer



**Jefferson Santos**

X-mail de Criação  
jsantos@mediapost.com.br

## Finalização



**Lucas Sousa**

X-mail de Marketing  
lsousa@mediapost.com.br

## Colaboradora



**Érika Flor**

X-mail de Suporte  
eflor@mediapost.com.br



# Índice

## Apresentação

### 1. O que é a validação da base de contatos?

### 2. Quais problemas podem ocorrer sem a validação?

2.1 Envios para domínios inexistentes

2.2 Queda na conversão

2.3 A má reputação

2.4 Baixa entregabilidade

### 3. Por que é importante realizar a validação?

3.1 Como garantir uma boa base de contatos?

### 4. Valide sua base de contatos com a @MediaPost!

### 5. Dicas dos X-mails

5.1 Crie sua própria lista de contatos

5.2 Segmente sua a base

5.3 Exerça as boas práticas de e-mail marketing

# Apresentação

Bem-vindo(a)!

Se você baixou este e-book, certamente é porque precisa resolver um problema ou está à procura de mais conhecimento sobre o tema, certo? Que bom, pois a ideia desse material é justamente te ajudar a solucionar dúvidas e direcioná-lo a um caminho assertivo, para obter ótimos resultados por e-mail marketing.

Além de, é claro, oferecer um material rico para esclarecer suas dúvidas, estudo e consulta sempre que houver a necessidade. Afinal, é muito bom ter materiais relevantes para isso, não é mesmo?

Então, sem mais delongas, vamos ao que realmente interessa: falar sobre a validação da base de contatos, abordando os prós e contras, o porquê de validá-la e como fazer isso.

Boa leitura!



# 1. O QUE É VALIDAÇÃO DA BASE DE CONTATOS?

A validação da base de contatos trata-se do processo de análise em camadas de um endereço de e-mail, como: sintaxe, domínio e configurações.

Validar uma base de contatos significa remover os e-mails que prejudicam a reputação com endereços inválidos (*hard bounce*), a marcação de SPAM - quando o destinatário marca você como tal - e o descadastramento, ou seja, quando solicitam remoção da sua lista, *opt-out*.

- Como está a higiene da sua lista de contatos?
- Será que você tem exercido uma prática adequada?

Quando eu digo 'prática adequada', me refiro a saber se você já fez, alguma vez, a validação da sua lista, para realizar envios mais assertivos e evitar problemas com seus resultados. Mais à frente você vai entender melhor essa questão.



# TERMOS PARA E-MAIL MARKETING:

## ***Opt-out***

Refere-se às regras da central de preferências que realiza o cancelamento de cadastro de alguém ou um grupo, ou seja, são os usuários que optaram por não receber as mensagens.

## ***Hard Bounce***

É uma mensagem de e-mail que foi devolvida porque o endereço do destinatário é inválido; um *hard bounce* pode ocorrer quando o nome de domínio não existe ou o destinatário é desconhecido dentro deste domínio.

## ***Soft Bounce***

É uma resposta do servidor de destino do e-mail enviado, que foi devolvida porque o *mailserver* do receptor não pôde aceitar a mensagem; um *soft bounce* pode ocorrer quando a caixa de entrada do destinatário está cheia, fazendo com a mensagem seja entregue em outro momento.

## 2. QUAIS PROBLEMAS PODEM OCORRER SEM A VALIDAÇÃO?



Quem usa o e-mail marketing sabe que para conquistar bons resultados, o ideal é fazer um bom gerenciamento das listas de e-mails, uma vez que são elas as responsáveis por gerar a interação do cliente com a mensagem.

Diante do cenário preocupante relacionado a qualidade das bases de e-mails, que, muitas vezes, afetam a *performance* dos enviadores, fazer a higienização e a organização correta da base de contatos é mais do que necessário, pois com essa prática, a probabilidade de inibir os malefícios e conquistar bons resultados é grande.

Muitas pessoas ainda não conhecem a importância de validar uma lista, mas se você está lendo este material, é porque se preocupa em melhorar seus resultados.

A seguir, você verá alguns sintomas que prejudicam o seu *mailing* quando não há validação.

## 2.1. Envios para e-mails e domínios inexistentes

É importante saber que a higienização da base de contatos não é indicada para quem tem uma lista comprada, pois, em muitos casos, nelas contêm diversos e-mails inválidos ou inexistentes, que podem prejudicar a relevância e a qualidade da lista.

Os e-mails inválidos são chamados de *hard bounce*, ou seja, endereços que já existiram, por exemplo, um e-mail corporativo de uma pessoa que trabalhava em uma empresa e foi desligada, ou de endereços com erros de digitação, por exemplo: `barbara@hotmail.com.br`

Exemplificando uma situação:

Uma carta acabou de ser entregue ao carteiro e ele faz a checagem das informações para saber se os dados do destinatário - nome e endereço - estão corretos. Feito isso, ele se direciona ao local de entrega e, ao chegar na portaria, entrega a carta ao porteiro que alega a não existência do destinatário naquele lugar. Com isso, a carta é devolvida ao carteiro e ele, então, tem a função de marcá-la como destinatário inexistente.

Essa situação é semelhante nos servidores, quando existe a tentativa de entregar um e-mail ou domínio inexistente em uma caixa de entrada e ele é devolvido.

Quando isso acontece repetidas vezes para o mesmo provedor, ele entende que você está tentando fazer muitas entregas para o mesmo domínio – que não existe – e te classifica como um *spammer*, pois você não conhece, de fato, a sua lista.

Entretanto, no meio dessa base de contatos inexistentes tem também os existentes que, por infelicidade, são prejudicados e impedidos de receberem seus e-mails. Por isso, é muito importante validar a sua lista de contatos, mantendo-a atualizada, para que as mensagens cheguem ao destinatário corretamente.

## TERMOS PARA E-MAIL MARKETING:

### ***Spammer***

São pessoas que praticam *Spam* ao enviar campanhas ou qualquer outro tipo de informação para pessoas que não autorizaram o recebimento.

## 2.2. Queda na conversão

Conforme falamos acima sobre os e-mails e domínios inexistentes, a queda na conversão também pode sofrer influência por conta disso, principalmente, se a lista estiver desatualizada. Mas em que sentido? Suponhamos que você tenha uma lista com 1.000 contatos e desse montante, 200 sejam inexistentes; os 800 contatos existentes serão afetados pelos provedores que não vão entregar sua mensagem.

A questão é que a lista de contatos é um dos pontos mais importantes e de extrema relevância para uma campanha de e-mail marketing, pois quando você realiza muitos envios para e-mails, sem uma checagem correta, essa prática impacta diretamente na chegada do conteúdo ao destinatário, o que propicia a um alto índice de devolução.

Com a sua reputação afetada, os servidores identificam que você não conhece sua lista o suficiente, e por isso, seus e-mails vão parar na caixa de *spam* ou são descartadas. **Uma pesquisa feita pela Oracle demonstrou que a taxa recomendada para e-mails devolvidos deve ser abaixo de 3%**, caso contrário, as chances de as conversões e do engajamento serem afetados são grandes, então, quanto menor for a taxa de devolvidos, melhor.



## 2.3. A má reputação

Antigamente, para se ter uma boa reputação, bastava realizar as configurações de domínio e tomar cuidado com o HTML. Hoje, os filtros *anti-spam* dos provedores estão cada vez mais rígidos quando se trata de e-mail marketing.

Além de todo o cuidado que se deve ter ao montar uma campanha de e-mail, é preciso, também, entender e analisar os resultados, pois caso você tenha uma taxa alta de devoluções, baixas conversões e muitos cancelamentos, você terá queda em sua reputação.

Mesmo que você envie mensagens para pessoas que autorizaram receber seus e-mails e elas não interajam com sua mensagem há um tempo, os provedores entenderão que você está enviando para contatos que não tenham interesse em receber seu e-mail, e nesse caso, quanto menor for a interação dos seus contatos com a mensagem, menos reputação você terá.



## 2.4. Baixa entregabilidade

A entregabilidade é baseada na reputação do IP, no engajamento, na frequência de disparos, nas marcações como *spam*, nos *spamtraps*, *bounce rates* e *blacklists*. Um problema comum que acontece nas entregas de e-mail marketing está relacionado ao modo como os contatos são captados para a base de dados, ou seja, se são orgânicos e vieram por meio de blogs, redes sociais, formulários ou comprados em fontes não confiáveis.

A falta de segmentação dos contatos prejudica a entrega dos e-mails, pois realizar disparos para uma lista que nunca interagiu ou mal abre suas mensagens é um grande tiro no pé e pode indicar aos servidores que suas mensagens são *spams*.

# TERMOS PARA E-MAIL MARKETING:

## ***Spamtraps***

São e-mails criados e usados pelos provedores para identificar quem está praticando *spam*.

## ***Blacklist***

Consiste no bloqueio de algum tipo de acesso aos servidores de e-mail que inserem os domínios de remetentes com baixa reputação e diminuem as entregas às caixas de entrada.

# 3. POR QUE É IMPORTANTE REALIZAR A VALIDAÇÃO?

Um dos fatores que beneficia o e-mail marketing e favorece os bons resultados, é conhecer a própria lista de contatos.

**Com isso, quais vantagens você tem?**

- A boa reputação com os servidores de e-mails.
- Melhores taxas de aberturas, cliques e engajamento.
- Bons envios para uma base de contatos segmentada e validada.
- Possibilidade de vender e converter mais em suas campanhas.



## 3.1. Como garantir uma boa base de contatos?

Tendo uma base qualificada, você conseguirá engajar seus contatos e, positivamente, manter uma imagem positiva, perante os servidores de e-mails.

Portanto, avalie o número de interações, a quantidade de descadastrados, as devoluções e as denúncias de *spam*. Envie somente para as pessoas que tenham, de fato, solicitado o recebimento.

Procure também, analisar sua base a cada 90 dias e separe os contatos bons dos ruins, ou seja, aqueles que interagem, daqueles que nunca te deram atenção. Ao separar a lista dos engajados e não engajados, pense em uma forma de reverter a situação do não engajado com uma estratégia diferenciada, iniciando uma conversa, por exemplo:

“Oi, Bárbara, tudo bem?  
Faz tempo que não nos falamos, você sumiu.  
O que acha de estabelecermos um contato mais próximo?”

Todavia, dê um espaço de tempo para essa lista, deixando os contatos esfriarem, ou seja, sem receber nenhum tipo de conteúdo. Não se esqueça de fazer a segmentação da sua base de contatos, para conhecer cada vez mais o seu público e enviar exatamente o que eles precisam.

## 4. VALIDE A SUA BASE DE CONTATOS COM A @MEDIAPOST!

Já que você entendeu o cenário da validação da lista e sua importância para toda e qualquer campanha de e-mail marketing, agora é hora de ir direto à prática!

Pensando em você que tem uma lista de contatos, mas nunca fez uma validação eficiente nela, a @MediaPost oferece uma solução chamada *Checking*, que higieniza toda a base de contatos e te apresenta um relatório completo com os resultados dos e-mails válidos, inválidos, desconhecidos e válidos, mas com risco. Além disso, você garante os seguintes benefícios:

- Redução nas taxas de e-mails devolvidos.
- Aumento das chances do seu e-mail chegar à caixa de entrada.
- Impedimento de disparo de suas mensagens para e-mails inexistentes.
- Garantia de uma validação em tempo *flash* de 2 e-mails por segundo.

# 5. DICAS DOS X-MAILS

## 5.1 Crie sua própria lista de contatos

Quanto mais contatos orgânicos você tiver, maiores serão as chances de ter uma lista irresistivelmente perfeita.

Você pode captar contatos *opt-in* para a sua lista por meio de:

- **Redes sociais:** em eventos ou até mesmo em publicações e pelo *inbox*.
- **Blog:** por meio de conteúdo relevante e fornecimento de formulários para inscrição; *pop-ups* e *landing pages*.
- **Formulários presenciais:** caso você tenha alguma loja ou faça algum evento e queira obter contatos, deixe alguns formulários à disposição para que as pessoas possam colocar seus dados.

Baixe este e-book [“Como Captar Novos Contatos”](#) e saiba como obter contatos da maneira certa.

**TERMOS  
PARA E-MAIL  
MARKETING:**

### ***Opt-in***

É o termo empregado para as regras de envio de mensagens que definem a proibição de mandar e-mails comerciais/*spam*, a menos que exista uma concordância prévia por parte do destinatário.

## 5.2. Segmente sua base de contatos

Outro ponto essencial para nortear a direção dos seus envios é a segmentação que pode ser feita através do:

- Estágio de funil de vendas, ou seja, o momento do cliente em sua base.
- Primeiro contato; área de interesse; conteúdo consumido e localização.
- Personalização de contato, exemplo: “Oi, Bárbara.”, em vez de “Prezada, Sra.”
- Data da última compra; tempo do cliente ou aniversário de vida; *retargeting*.



## 5.3. Exerça as boas práticas de e-mail marketing

As boas práticas de e-mail marketing precisam ser seguidas, pois esta é a chave para você também ser um *expert* em e-mail marketing. Segui-las corretamente significa saber o que, quando e como disparar suas campanhas.

Para ajudá-lo(a) a entender melhor este universo, sugerimos que você adquira gratuitamente este [“Manual de Boas Práticas com 8 dicas poderosas de E-mail Marketing.”](#)



## Conclusão

Como se pode perceber ao longo deste e-book, fazer a validação da base de contatos é primordial para que suas campanhas tenham sucesso e você consiga alcançar seus resultados por e-mail marketing, a fim de garantir a boa reputação com os servidores.

No entanto, caso essa validação não ocorra, todo o esforço atribuído anteriormente terá sido em vão, e você, sem dúvida, terá perdido tempo planejando estratégias ou enviando e-mails para quem não existe e/ou nem conversar com você. Por isso, conte com os especialistas da @MediaPost para validar sua base e ajudar a potencializar suas vendas por e-mail marketing.

Com certeza, você verá um crescimento nos resultados e terá uma diretriz de qual o melhor caminho seguir para ter êxito em suas campanhas.



O seu e-mail a gente entrega



Somos especialistas em relacionamento digital e estamos prontos para ajudar sua empresa a se tornar especialista também! Oferecemos a melhor ferramenta de e-mail marketing do mercado, com flexibilidade, inovação e resultados que só quem entende seu público de verdade pode oferecer! Conheça as nossas soluções e entre para a era do relacionamento digital!



Conheça o serviço Checking da @MediaPost. [Clique aqui!](#)