

# 37

## DICAS INTELIGENTES

---

para construir e crescer  
sua lista de emails  
(sem ter que pagar  
nada por isso)

VIVER DE BLOG



# INTRODUÇÃO

**Email Marketing é uma forma de marketing direto, onde é possível criar relacionamento e informar o cliente por meio do envio de emails.**

Se você não tem uma estratégia de Email Marketing, nem que seja ao menos a de capturar emails em seu site, você está, como dizem, *“deixando dinheiro na mesa”*.

Aqui estão as principais razões pelas quais você precisa criar e cultivar sua lista de emails:

- ▶ Promover seus artigos do blog;
- ▶ Interagir com seus leitores;
- ▶ Conseguir melhores conversões;
- ▶ Obter mais receitas na venda de seus produtos ou de afiliados.

E mais alguns números para enfatizar a importância do Email Marketing para o seu site ou negócio:

- ▶ **92%** dos usuários da internet tem, pelo menos, 1 conta de email;
- ▶ **72%** dos usuários checam sua caixa de entrada de emails **6x** ou mais todos os dias;
- ▶ Existem mais de **3 bilhões** de contas de emails criadas (são 3x mais contas de email do que todas as contas do Facebook + Twitter combinadas!);
- ▶ Clientes que recebem uma *newsletter* por email gastam **83%** mais do que clientes não cadastrados;
- ▶ Em relação ao uso comercial, **75%** dos usuários utilizam o email contra apenas **3%** das redes sociais;
- ▶ Em 2012, o Email Marketing teve um impressionante ROI (Retorno Sobre Investimento) de **4000% (!)**.

Esse eBook irá mostrar a você **37** maneiras inteligentes de turbinar sua lista de email.

As dicas são baseadas em estudos de mercado, experiências próprias e regras de boas práticas para que você possa usar a melhor “arma” do seu arsenal de marketing digital.

# 1

## Use um bom software de Email Marketing

Dos *softwares* de Email Marketing atuais no mercado, o [Mailchimp](#) (link afiliado) é, na minha opinião, o mais completo e mais adequado, tanto para iniciantes como para *experts*.

Ele possui um plano grátis. Mas se você criar uma conta paga através [desse link](#), tanto você quanto eu ganhamos \$30. Ganha-Ganha!



### DICA:

Quando você utilizar o editor *drag-and-drop* do MailChimp, verá como é fácil customizar e enviar lindos emails. Não posso falar muito. Sou fã deles e, literalmente, visto a camisa (tenho 2 camisas deles aqui comigo).



# CAPÍTULO 1

---

Onde capturar emails  
em seu site/blog



VIVER | DE | BLOG

# 2

## A caixa em destaque (The Featured Box)

A caixa em destaque (*featured box*) é um termo inventado por Derek Halpern do site *Social Triggers* para o grande campo de captura de email logo no topo da *HOME* de seu site.

Por que ela funciona tão bem? O nome “caixa em destaque” já diz tudo. Ela está mais destacada do que todos os outros elementos do site, além de estar na *homepage*, geralmente a página mais acessada dos sites.



DICA:

Essa “simples” caixa de captura é responsável por mais de 30% (**30,17%** para ser exato) dos emails capturados dentro do site Viver de Blog.

VIVER DE BLOG

Featured-Box

INÍCIO SOBRE ARQUIVO CONTATO

SEU BLOG COM  
ALGO A MAIS



Cadastre-se **agora** e receba gratuitamente atualizações, artigos e dicas imperdíveis para ter sucesso com o seu blog

Respeitamos sua privacidade, **NUNCA** enviamos spam!

QUERO RECEBER!



# 3

## Sidebar

Outro lugar muito popular é a *sidebar*, a lateral do seu site.

Como ela é visível na *homepage*, nos artigos e nas páginas, ela tem grandes chances de capturar mais emails.

Um campo de captura de emails na *sidebar* é essencial. Obrigatório. Se você não possui um, coloque-o pra ONTEM.

Lembre-se de destacá-lo dos demais conteúdos da *sidebar*, como campos de pesquisa, redes sociais e *banners*.

The screenshot shows a sidebar on a blog. At the top, there is a small grey box with the text "Quisque lacus quam, egestas ac tincidunt". Below it is a white email capture form with a dark header that says "FIQUE ATUALIZADO!". The form contains the text "Insira aqui o seu email para receber gratuitamente as atualizações do blog!", an input field with the placeholder "insira seu email...", and a blue button labeled "ASSINAR AGORA". A red arrow points from a black box labeled "Sidebar" below the form to the form itself. To the right of the sidebar, there are two article teasers. Each has a "MAIS EMAILS" and "COMENTE!" button above it. The first article is titled "CAPTURA DE EMAILS: MAIS QUE FUNDAMENTAL PARA SEU BLOG" and the second is "OTIMIZANDO SUA PARTICIPAÇÃO EM COMUNIDADES". Both teasers include a small image and a paragraph of placeholder text, followed by a "Continue lendo >>" link.

### DICA:

Essa *sidebar* é responsável por **20,95%** de todos os emails capturados dentro do site Viver de Blog.

# 4

## No topo de cada artigo

Tenho, por hábito, ler muitos blogs em inglês sobre marketing digital e percebi que os maiores sites (e os que eu mais admirava) estavam utilizando essa estranha área para capturar emails.

Eu pensei: "Por que alguém cederia seu email antes mesmo de ler o artigo?". Eu achava que tinha um argumento forte.

Porém, decidi testar essa área, colocando esse campo de captura no topo de todos os artigos do blog.

VIVER DE BLOG



INÍCIO SOBRE ARQUIVO CONTATO



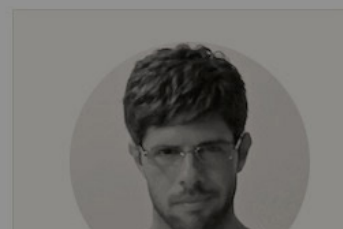
FIQUE ATUALIZADO!

Insira aqui o seu email para receber gratuitamente as atualizações do blog!

seu email...

ASSINAR JÁ!

Topo dos Artigos



MAIS TRÁFEGO

7 SIMPLES PASSOS PARA VOCÊ CONSEGUIR MAIS TRÁFEGO PARA SEU SITE (GARANTIDO!)

DICA:

Essa área é responsável por **20,92%** de todos os emails capturados dentro do site Viver de Blog.



# 5

## No final de cada artigo

### DICA:

A caixa de captura no final do artigo só conseguiu capturar **4,52%** de todos os emails dentro do site Viver de Blog.

Se alguém leu o seu artigo até o final, é muito provável que essa pessoa tenha gostado do seu trabalho.

Afinal, quem consegue ficar muito tempo lendo um artigo, quando as 24 horas do dia parecem não ser mais suficientes em nossas vidas e com tantas distrações como Facebook, email, entre outros?

Portanto, você deve dar uma oportunidade para esses bravos guerreiros, que leram todo o seu artigo, de receberem mais conteúdos do seu site, se cadastrando em sua lista de email.

Por esse motivo, compartilhe sua opinião nos comentários e não esqueça de se inscrever em nossa lista de emails para ser o primeiro a receber novos artigos. 😊

Até o próximo artigo!

Forte Abraço,

Henrique Carvalho

Final do Artigo

📩 FIQUE ATUALIZADO!

Insira aqui o seu email para receber gratuitamente as atualizações do blog!

insira seu email...

➔ ASSINAR AGORA



### Sobre o autor

Henrique Carvalho é o criador do primeiro infoproduto a alcançar os R\$ 8.295,22 em menos de 24h. Continue Lendo [AQUI!](#)





# 6

## Dentro de artigos-chave

### DICA:

Entre no seu *Google Analytics*. Verifique quais são os 5 artigos mais visitados. Agora, coloque um campo de captura de email no meio do conteúdo desses artigos.

Logo, faça uma quebra no meio de seu conteúdo, como a que se segue abaixo:

*“Está gostando desse artigo? Então coloque seu email no campo abaixo para receber mais conteúdos como esse!”*

Você verá um aumento significativo de novos emails cadastrados.

Espero que esses templates possam ajudar você a escrever títulos ainda melhores.

### Está gostando desse artigo?

Cadastre seu email no campo abaixo para ser o primeiro a receber novas atualizações do site.

 **FIQUE ATUALIZADO!**

Insira aqui o seu email para receber gratuitamente as atualizações do blog!

[ASSINAR AGORA](#)

Dentro de Artigos-Chave

# 7

## Pop-Ups

Mais importante do que usar um *plugin* para esse objetivo, é você saber segmentar para quem você deseja mostrar esse *pop-up*.

Exemplo: Ao invés de mostrar o *pop-up* a todo momento, para todos os leitores, você pode mostrar apenas para novos leitores e que já tenham visitado, pelo menos, uma página em seu site.

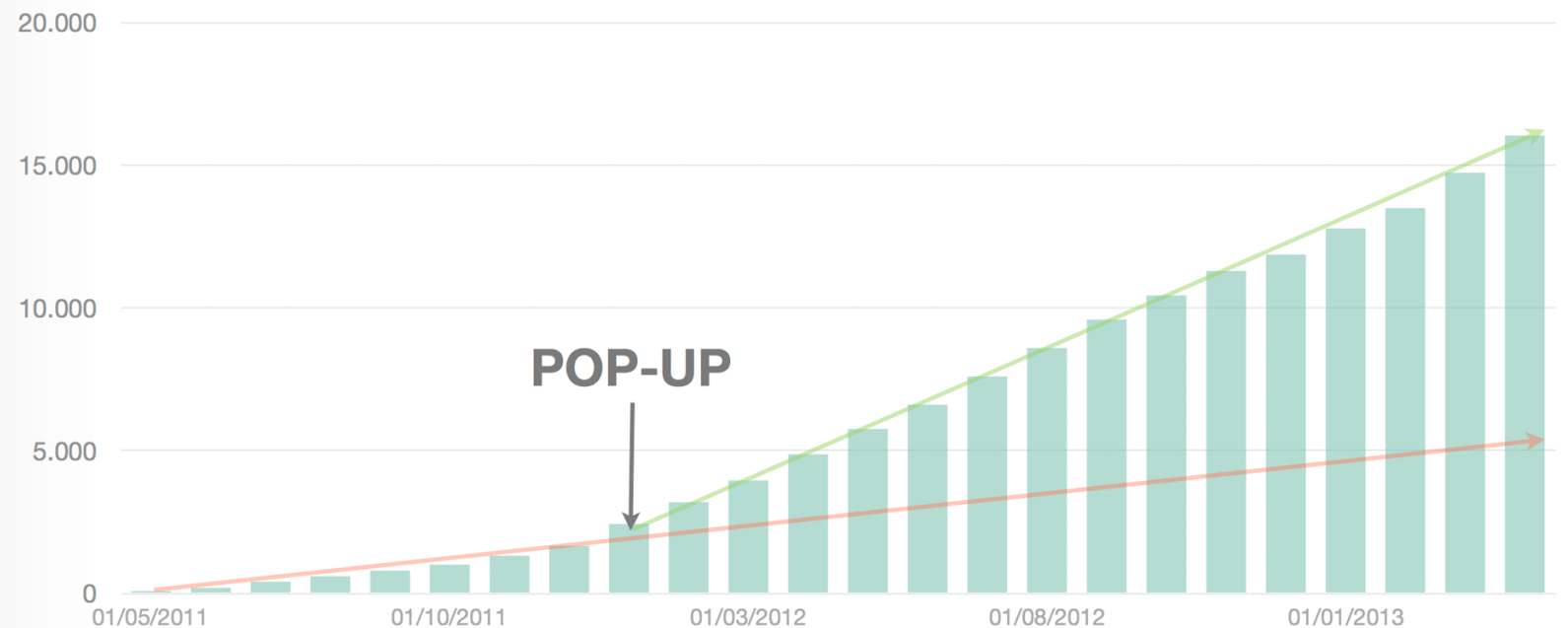


DICA:

Esses são alguns bons *softwares* de *pop-up* para seu site:

- ▶ [Hybrid Connect \(veja a área de bônus\)](#)
- ▶ [PadiAct](#)
- ▶ [Pop-Up Dominaton](#)
- ▶ [Subscribers Magnet](#)

### Lista de Email: Acumulado



# CAPÍTULO 2

---

Estratégias para o crescimento de sua lista de email





# 8

## Facebook *custom tab*

Mais de 1 Bilhão de usuários estão no Facebook e lá você encontrará audiência para prestar atenção no que você tem a dizer. Logo, utilize as *custom tabs* de sua *fanpage* para capturar emails para sua lista.

The screenshot shows the Facebook Admin Panel for the page 'Viver de Blog'. At the top, there's an 'Admin Panel' header with buttons for 'Create Post', 'Edit Page', 'Build Audience', 'See Insights', 'Help', and 'Show 99+'. The main header area features the page name 'Viver de Blog' with the tagline 'Seu Blog com Algo a MAIS' and the website URL 'www.viverdeblog.com'. Below this is a profile picture of a man with glasses and a cover photo of two computer monitors displaying bokeh light effects. The page has 114,829 likes and 2,194 people talking about it. A 'Personal Website' section links to 'http://viverdeblog.com/'. At the bottom, there are four custom tabs: 'Photos', 'Comece AQUI', 'Blog do ZERO', and 'Mais Tráfego'. The 'Blog do ZERO' tab is highlighted with a red border.

### DICA:

Se você utiliza anúncios para ganhar mais “curtidas”, você pode pedir o email dos usuários assim que eles curtirem sua *fanpage*. Lembre-se: O segundo “sim” é muito mais fácil do que o primeiro.

# 9

## Redes Sociais

Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn. Você tem inúmeras razões para pedir o email de seus seguidores nas redes sociais. É fácil, é rápido e é de graça.



DICA:

Não peça o email de seus seguidores apenas por pedir. Ofereça uma isca digital em troca. Pode ser um eBook, um webinar ou até uma planilha.



# 10

## *Guest blogging*

Se você costuma publicar artigos além do seu blog, experimente colocar, nesses artigos “para fora”, links para uma Landing Page que capture o email do leitor desse blog.

### DICA:

Uma Landing Page contextualizada, ou seja, dizendo de onde o leitor veio, ajuda a aumentar a conversão para a captura de email. Experimente o título: “Olá leitores do [site para o qual você escreveu]!”.



# 11

## Promover um material (como eBook) na lista de um parceiro, como anúncio

Ter um parceiro com uma grande lista de email e que utilize anúncios dentro dessa lista é uma ótima oportunidade para você investir no crescimento de sua própria lista a partir da dele.



### DICA:

Coloque uma oferta impossível de ser recusada como seu anúncio na lista desse parceiro e direcione esse leitor para uma Landing Page específica dessa oferta.



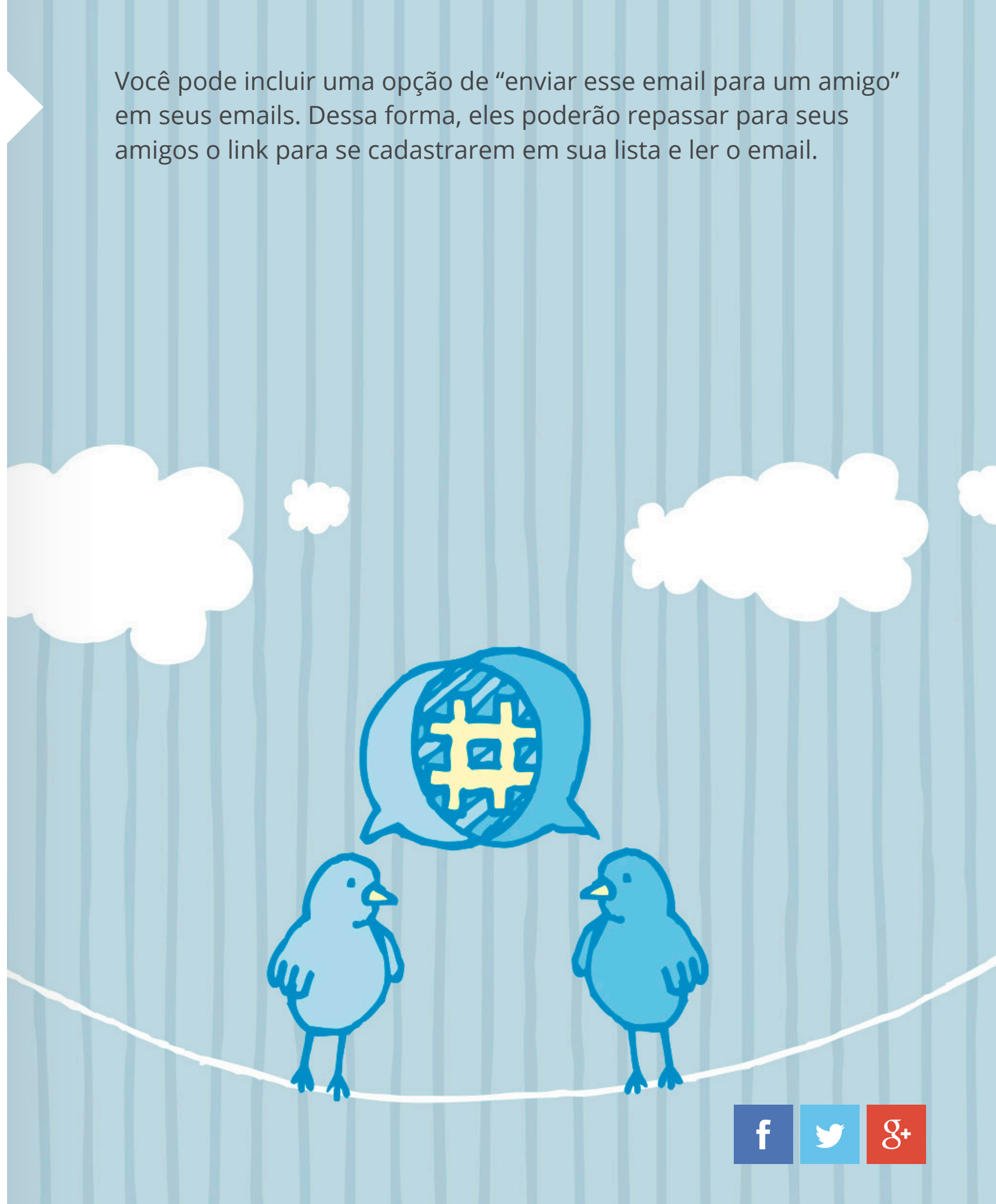
# 12

## Peça para o pessoal que já está na lista ajudar a divulgar sua lista de email

Você pode incluir uma opção de “enviar esse email para um amigo” em seus emails. Dessa forma, eles poderão repassar para seus amigos o link para se cadastrarem em sua lista e ler o email.

### DICA:

A melhor forma de explorar essa estratégia é pedir ao pessoal que acabou de assinar sua lista para compartilharem a sua página de capturar nas redes sociais. Como eles já disseram o primeiro “sim”, o segundo fica muito mais fácil.



# CAPÍTULO 3

---

## Isclas Digitais



# 13

## eBooks



DICA:

O conteúdo de um eBook é, sem dúvida, muito importante, mas o que irá chamar a atenção do usuário é a capa desse eBook e o seu título. Portanto, não deixe de investir seu tempo nesses elementos.

Você, provavelmente, cedeu seu email para ler esse eBook, correto? Percebe como colocar um conteúdo de valor no formato de um eBook e oferecê-lo como recompensa pela troca do email é efetiva?



# 14

## Webinários

Webinários são palestras online, em um horário específico, geralmente grátis. Utilize a captura de email para que os usuários só tenham acesso à sua palestra online após cederem seu email.



### DICA:

Algumas pessoas não conseguirão assistir seu webinar naquele horário específico. Portanto, aproveite para capturar o email dessas pessoas que desejam assistir a gravação do webinar.



# 15

## Vídeos gravados

Funciona do mesmo modo que um webinar gravado. A pessoa deve colocar seu email para assistir o vídeo gravado.



### DICA:

As pessoas desejam recompensas imediatas. Logo, é mais prático oferecer um único vídeo que resolva um problema específico do que uma série de 10 vídeos sobre um determinado assunto.

# 16

## MiniCursos online

Experimente juntar alguns ótimos artigos de seu site e transforme-os em um formato de minicurso, capturando o email dos usuários para que eles tenham acesso a esse material.

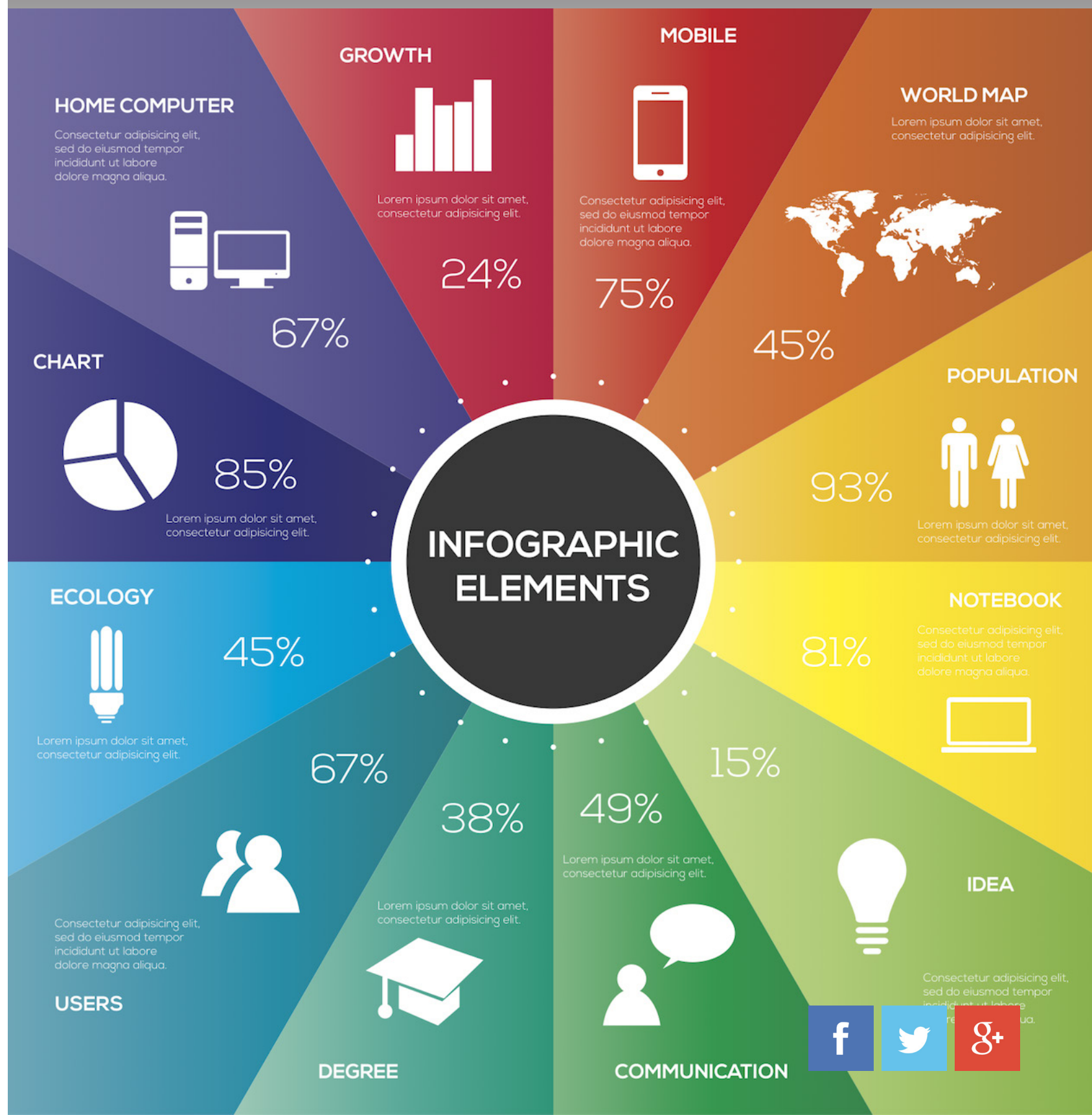


Como se trata de uma sequência de lições, aproveite para colocar links estratégicos para algum serviço ou produto durante esse minicurso.

# 17

## Infográficos

Ofereça uma versão em alta resolução (PDF com 1.000 pixels de largura) para os usuários baixarem.



### DICA:

Se você já tiver uma boa lista de email, ofereça também a opção do pagamento social além da captura de email. Ela será útil para o pessoal que já está na sua lista e deseja baixar o material, precisando compartilhar nas redes sociais antes de baixar.



# 18

## Planilhas

Ofereça uma planilha (ou um conjunto delas) em troca apenas do email do usuário.



Sempre tenha, em sua página inicial, uma planilha que promova alguma coisa. Pode ser um curso, uma outra planilha, eBook. Não importa! É importante não desperdiçar esse espaço para gerar mais conversões.



# 19

## Checklists

Um *checklist* é uma lista de tarefas que o usuário deve seguir para ir do início até o final de um projeto, seguindo boas práticas. Ele pode ser oferecido como um aplicativo online ou até mesmo uma planilha.



DICA:

Assim que o usuário terminar a lista de tarefas, dê a ele uma nova direção. É recomendável ter uma chamada para conhecer seus produtos ou serviços.



# 20

## Ferramentas online

Ferramentas de avaliação de site, geração de conteúdo ou qualquer outro tipo que resolva um problema rapidamente para o usuário são úteis e você pode capturar o email desse usuário para que ele possa usar a ferramenta.



Assim como o *checklist*, ofereça uma nova *call to action* (chamada para ação) quando o usuário usar sua ferramenta.

# 21

## Concursos online

Se você lida com concursos ou premiações online, não deixe de capturar o email dos usuários participantes.



DICA:

Aproveite a ideia do segundo “sim” para conseguir que novos usuários participem do seu concurso.



# CAPÍTULO 4

---

Mais dicas para escrever emails que são abertos, lidos e clicados





# 22

## Não compre listas de email

Sério, nem pense nisso! Elas não funcionam e podem destruir sua reputação.

Esse será o pior investimento que você já fez. Gastará dinheiro, queimará sua reputação e alimentará uma prática desonesta de entrar em contato com quem nunca confiou a você esse direito.



### DICA:

Ao invés de gastar dinheiro comprando listas, que tal investir em anúncios que promovam suas iscas digitais? Você terá melhores resultados.

# 23

## Seja pessoal

Utilize o **seu nome** ao invés do nome da empresa ou do seu site.

Pessoas se conectam com pessoas. Hoje em dia, as pessoas se interessam em saber quem está por trás de um site.

 **DICA:**

Procure criar uma conexão mais forte com o leitor através de uma história, tornando o email mais pessoal.





# 24

## Escreva um título que seja impossível não abrir

O título de seu artigo e de seu email são muito, muito importantes.

Se o leitor falhar em abrir seu email, de nada adiantará ter um conteúdo maravilhoso que nunca será lido.



DICA:

Procure não extrapolar **70 caracteres**.  
Menos é mais.





# 25

## Se possível, personalize seus emails com o nome da pessoa que irá recebê-los

Quando ouvimos nosso nome, automaticamente paramos tudo para saber quem está falando conosco, mesmo que não seja conosco de fato.

Com email é a mesma coisa. Quando lemos nosso nome, prestamos mais atenção no que está sendo dito.



O aumento de cliques nos emails pode ser de até **14%**, conforme detalhado no [infográfico sobre Email Marketing](#).

# 26

## Otimize suas newsletters para mobile

Estudos mostram que **38%** das pessoas abrem emails em seu aparelho móvel, conforme detalhado no [infográfico sobre Email Marketing](#).

É muito recomendável que o *software* que você utiliza envie emails responsivos, ou seja, que o email entregue por ele se adapte, dependendo do tamanho da largura desse aparelho.



DICA:

Procure um bom *software* de email que seja responsivo. Recomendo o [Mailchimp](#) (link afiliado).

# 27

## Não envie emails com alta frequência

69% das pessoas citam que esta é a razão #1 para descadastrarem seu email, conforme detalhado no [infográfico sobre Email Marketing](#).

Evite o contato a todo momento e só envie emails que são realmente necessários, tendo algo de valor real para seus leitores.

### DICA:

Se você utiliza *autoresponders* (sequências automáticas de emails) é muito importante dar um limite de alguns dias entre um email e outro. 3 a 4 dias é um bom número.





# 28

## **Menos é mais. Evite emails longos e vá direto ao ponto**

Vale para qualquer tipo de comunicação, seja texto, vídeo ou apresentações.

O tempo é nosso ativo mais precioso. Afinal, podemos vendê-lo, mas nunca poderemos comprá-lo.

Pare de desperdiçar o tempo das pessoas. Apenas envie um email quando tiver algo útil para falar. E seja breve.



**DICA:**

O quanto breve você deve ser? Escreva apenas o essencial. E nada mais.



# 29

## Ajude. Seja gentil. Seja um grande amigo

Torne-se a pessoa em quem o seu leitor pode confiar, como um grande amigo. Lembre-se que pessoas se conectam com pessoas.

Esqueça o discurso corporativo e seja mais pessoal na sua comunicação. Procure ajudar o leitor sempre que possível.



DICA:

Envie para o pessoal de sua lista um presente inesperado. Pode ser um artigo exclusivo, uma mensagem de apoio ou até mesmo uma dica.





# 30

## Diga aos leitores porque eles recebem seus emails e onde se cadastraram

Essa é uma dica básica e necessária em vários *softwares* de email, mas ainda vejo quem não a utilize.

Se a pessoa receber um email seu e não lembrar o porquê está recebendo, serão grandes as chances de ela se descadastrar ou marcar seu email como *spam*.

Evite descadastramentos desnecessários, assim como classificações de *spam*.



DICA:

Coloque um simples aviso do tipo: "Você está recebendo esse email porque se cadastrou no site [seu site aqui]."



# 31

## Pare de falar apenas sobre você

Use mais a palavra “você” ao invés de “eu” e “nós”.

Coloque o foco de suas mensagens em seu leitor e não em você ou em sua empresa.

Aponte benefícios do seu serviço para ele ao invés de mostrar o quanto seu serviço é “ótimo”.



### DICA:

Resolva os problemas de seus leitores/clientes.  
Esqueça de você por um momento.



# 32

## Ofereça uma recompensa

Surpreenda seus leitores com uma recompensa. Faça eles se sentirem bem ao estarem em sua lista.

Você pode oferecer diversos tipos de recompensa como:

- ▶ eBooks;
- ▶ Webinários;
- ▶ Vídeos gravados;
- ▶ Minicursos online (sequência de emails);
- ▶ Infográficos;
- ▶ Planilhas e *Checklists*.



DICA:

Seja criativo e melhore o relacionamento com seus leitores.





# 33

## Se possível, evite imagens

Alguns dos serviços de email pedem para o leitor confirmar o uso de imagens em emails, sendo uma barreira entre seu conteúdo e o leitor.

Se o seu email tiver várias imagens, ele não aparecerá corretamente, diminuindo a taxa de cliques.

NO  
IMAGE  
AVAILABLE

### DICA:

Se utilizar imagens, não esqueça de preencher o atributo *alt*, que mostra um texto quando as imagens estão bloqueadas.



# 34

## Insira múltiplos links

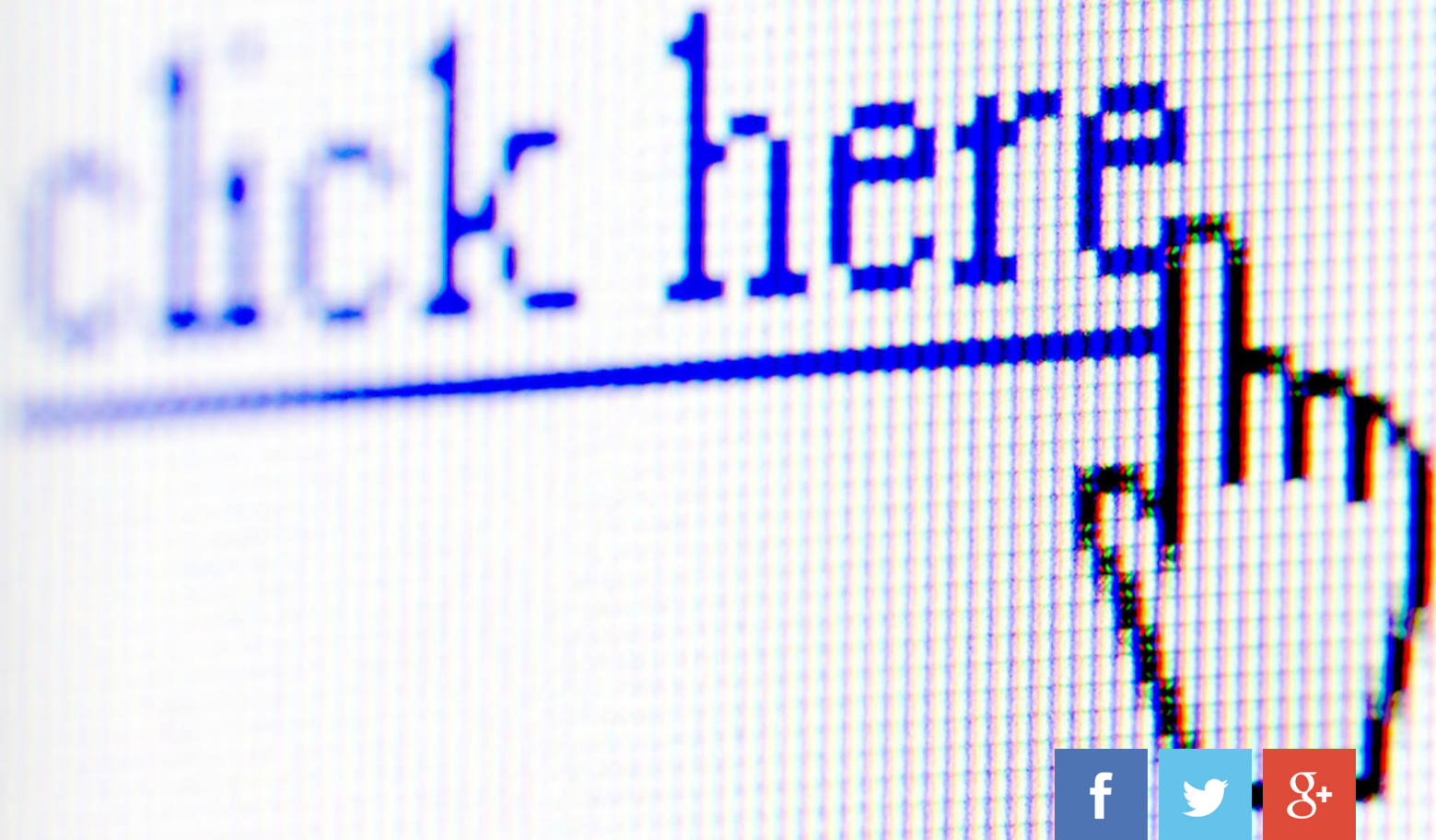
A matemática é simples. Quanto mais links no email, maior as chances deles serem clicados.

Lembre o leitor em vários pontos do benefício que ele terá ao clicar em seu link. Porém, tome cuidado para não exagerar na quantidade.



DICA:

Utilize links no início e no final do seu email.





# 35

## Deixe sua *call to action* visível

A sua *call to action* (chamada para ação) é o seu link, o botão que irá direcionar o leitor para a página que você deseja.

Ao invés de colocá-la somente no final do email, estando invisível para os leitores que não o rolarem para baixo, repita sua *call to action* ao longo do email.



DICA:

Faça com que o leitor não precise rolar muito o email para encontrá-la. Coloque sua *call to action* no início.



# 36

## Utilize o poder dos P.S.

Após se despedir, utilize um P.S. para lembrar o leitor de tomar algum tipo de ação (*call to action*) como clicar em um link.

Esse P.S, que vem do latim "*post scriptum*" (escrito depois), funciona muito bem como um lembrete.

A photograph of Steve Jobs on a stage, standing in front of a large blue screen. The screen displays the text "One more thing..." in white. Jobs is wearing his signature black turtleneck and blue jeans. The audience's heads are visible in the foreground, silhouetted against the stage.

One more thing...



### DICA:

O famoso "*one more thing*", do lendário Steve Jobs, é um ótimo exemplo de como surpreender seu público, mesmo depois de já ter entregue boa parte do conteúdo.



# 37

## Continue sempre testando

Teste modelos de títulos diferentes. Teste formatos de conteúdos diferentes no email.

Você nunca terá certeza de que algo realmente funciona se você não testar.

### DICA:

Se tiver que escolher apenas 2 itens para testar, teste o título e o horário que você envia seus emails.



**CONHEÇA AS FERRAMENTAS TESTADAS E APROVADAS PARA VOCÊ MONTAR E EXPANDIR O SEU IMPÉRIO ONLINE.**



**MOSTRE-ME ESSAS FERRAMENTAS!**

**VIVER DE BLOG**

# Fonte das imagens

Viverdeblog.com

Google.com

Shutterstock.com

Mailchimp.com

Design por:  
**Yuri Santos**



[yupastudio.com](http://yupastudio.com)



NÃO SE LIMITE APENAS A ESSE EBOOK. VISITE  
NOSSA PÁGINA SOBRE MATERIAIS EDUCATIVOS  
E AMPLIE SEU CONHECIMENTO



QUERO TER ACESSO A MAIS MATERIAIS EDUCATIVOS

VIVER DE BLOG