

## O melhor dos mundos

Por Walter Sabini Junior\*

---

Imagine que sua loja favorita funcionasse 24 horas por dia e fosse permanentemente suprida com produtos de seu interesse. Quando você a visitasse (em qualquer data e horário que escolhesse), a loja nunca estaria cheia de gente, porém os vendedores somente o abordariam caso você desejasse e teriam sempre alguma boa novidade ou oferta para mostrar. Não seria uma experiência perfeita?

Pois essa "loja dos sonhos" – tão difícil de encontrar nos shoppings e nas ruas! – é a realidade das empresas e consumidores que fazem bom uso das ferramentas de email marketing. Mais do que simplesmente um instrumento para alavancar vendas ou aumentar o número de acessos em um site, o email marketing é uma estratégia de atendimento e relacionamento online, capaz de captar os interesses de cada cliente e atendê-lo exatamente da forma como ele deseja.

A utilização do email marketing para oferecer produtos e serviços – e também para fazer campanhas de fidelização, promoção de eventos e comunicados – traz muitas vantagens. A principal delas, claro, é a interação – o cliente opta efetivamente por receber a mensagem e ter acesso ao conteúdo dela. Além disso, é possível segmentar e personalizar o conteúdo de acordo com o sexo, faixa etária e demais características de cada consumidor. Por fim, a possibilidade de acompanhar o retorno das ações permite conhecer mais o perfil de cada cliente, entender melhor suas necessidades e antecipar seus desejos. Tudo isso com muita precisão e sem qualquer tipo de "achismo".

O email marketing permite às empresas entender muito bem sua base de clientes. Você leva as pessoas à sua loja e mostra o que elas querem, quando elas querem. E sem as inconveniências típicas dos estabelecimentos do mundo "offline": filas, horário de funcionamento limitado, longas esperas e vendedores inconvenientes. Não é o melhor dos mundos? Além de conquistar novos clientes, você fideliza e mantém as bases organizadas.

Entretanto, no Brasil, o email marketing tem alguns obstáculos pela frente. O maior deles é o desconhecimento. Muita gente ainda entende de forma equivocada esta ferramenta tão importante. É preciso fazer um esclarecimento: email marketing não é mera propaganda, email marketing é estratégia. Não basta simplesmente "transplantar" o anúncio impresso para a internet e achar que o trabalho está feito. Quando isso acontece, todo o conceito de email marketing é desvirtuado.

Outro problema comum é confundir quantidade com qualidade. O objetivo de uma mensagem de email marketing não é atender às massas, mas sim às necessidades individuais dos destinatários. Não adianta mandar o email para quem não quer receber. A pessoa vai repudiar a iniciativa e falar mal da marca. A mensagem pode até ter como objetivo atingir um milhão de pessoas, mas precisa estar adequada às características de cada uma delas.

No entanto, embora tenhamos ainda um longo caminho a percorrer, o mercado começa a conhecer melhor a utilização do email marketing, uma ferramenta cada vez mais necessária para sobreviver no mundo dos negócios. Atualmente, a Internet é uma mídia fundamental para qualquer empresa. Apenas no Brasil, são cerca de 44,9 milhões de usuários, segundo o Comitê Gestor de Internet; nos Estados Unidos e na China o número já ultrapassa 200 milhões, segundo dados do China Internet Network Information Center. Entender e saber se relacionar com este contingente de pessoas é indispensável para obter destaque entre os inúmeros sites que surgem a cada dia. E, para isso, as mensagens que falam diretamente com cada consumidor são, definitivamente, a melhor opção, pois permitem saber o que ele deseja ou necessita e literalmente levam-no para dentro do seu negócio.

*\*Walter Sabini Junior é CEO da [Virid Interatividade Digital](http://Virid Interatividade Digital), empresa especializada em soluções e serviços de email marketing. [jr@virid.com.br](mailto:jr@virid.com.br)*