

(UNIFICANDO E OTIMIZANDO)

# E-mail Marketing para 2025 e muito além

EDIÇÃO AMÉRICA LATINA



**mengage**

**BFSI**  
VAREJO E  
COMÉRCIO  
ELETRÔNICO

# INSIGHTS OVERVIEW

15,5 bi  
de e-mails analisados

10 métricas  
avaliadas

4 indústrias  
observadas

4 tipos de  
e-mail estudados

LATAM

# PREFÁCIO

Os clientes na América Latina amam quando as marcas escolhem se comunicar de maneira personalizada. De acordo com o nosso relatório Personalization Pulse Check 2023, 23,4% dos clientes ficam encantados quando uma marca foca em suas necessidades e demandas, enquanto 58% se sentem frustrados quando a comunicação é genérica. A partir disso, não é surpresa alguma que a personalização seja a chave para conquistar o coração dos clientes latino-americanos.

O e-mail marketing acaba sendo a escolha óbvia ao constatarmos a necessidade da comunicação personalizada. Além de mais pessoal, acaba sendo mais eficaz do que outros canais de marketing. Contudo, vale pontuar que destacar-se pode ser difícil, já que são centenas de e-mails chegando e disputando a atenção dos clientes todos os dias.

O nosso Relatório de Referência de E-mail, “(Unificando e Otimizando o) E-mail Marketing” é o seu guia para tirar o melhor proveito do recurso e torná-lo impactante.

Para isso, analisando o desempenho de diversas campanhas nos setores bancários, financeiro, varejo e comércio eletrônico para entender o que funciona melhor. Também avaliamos os diferentes tipos de e-mail, desde os enviados em massa até os personalizados, com base em preferências, comportamento e jornadas dos clientes.

Essas percepções ajudarão você a maximizar o impacto do e-mail marketing, enquanto constroi, ao mesmo tempo, estratégias para outros canais com a finalidade de engajar os clientes.

Atenciosamente,



LARISSA DIAS / SENIOR MARKETING MANAGER LATAM



# ÍNDICE

04

Introdução

05

Tipos de E-mails:  
comparação

06

Métricas de  
Campanhas  
por Setor

- BFSI
- Varejo e Comércio Eletrônico
- Mídia e Entretenimento
- Viagens e Hospitalidade

10

Métricas de Melhor  
Momento de Envio  
por Setor

14

Métricas  
e Capacidades  
da Plataforma

# “Os profissionais de marketing preferem enviar e-mails, mas a personalização é a chave”

O envio de e-mail marketing é o canal mais eficaz e econômico no mundo todo. Estima-se que 86% das empresas preferem a comunicação por e-mail com os clientes do que por outros canais de marketing.

O motivo é simples: os e-mails permitem que as marcas tenham uma conversa direta e individual com os clientes, personalizando a comunicação com base em atributos como demografia, comportamento e interesse, melhorando os índices de engajamento.

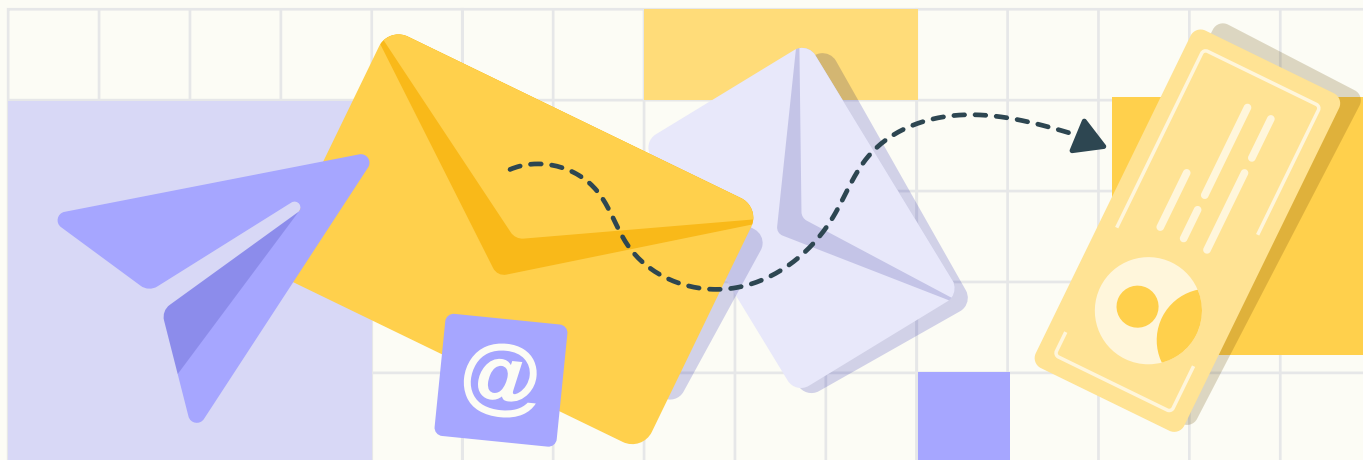
Além disso, o envio de e-mail oferece às marcas maior controle sobre a mensagem e o alcance, uma vez que são totalmente controlados e gerenciados pelas próprias empresas, e não depende dos algoritmos em constante mudança de outros canais de marketing.

No entanto, com os clientes recebendo uma média de 120 e-mails por dia, capturar a atenção deles tornou-se mais desafiador do que nunca. Por isso, é importante ir além dos e-mails em massa e focar no envio de e-mails personalizados para os usuários.

Nossa análise de 15,5 bilhões de e-mails ao longo de 12 meses mostra que e-mails personalizados, baseados em atributos, comportamento ou jornada, têm um desempenho melhor do que os e-mails em massa. E esse padrão é observado em todos os setores.

Selecionamos as referências de mercado para diferentes tipos de e-mails personalizados, para que você possa determinar o que funcionará melhor para sua marca e impactará seus clientes.

## Os tipos de e-mails Comparados neste Relatório



### E-mails em Massa

São e-mails enviados para um grande público com pouca ou nenhuma personalização. Esses e-mails costumam ter um engajamento menor na maioria das métricas.

### Personalização Baseada em Atributos

Personalização de e-mails com base em dados demográficos e atributos. Esta forma fundamental de personalização cria uma experiência mais relevante para o cliente.

### Personalização Baseada em Comportamento

A personalização aqui é baseada nas ações, preferências e comportamentos dos clientes. Trata-se de alcançar os clientes quando eles estão mais propensos a se engajar.

### Personalização Baseada na Jornada

Jornadas multissetoriais que se adaptam ao estágio do ciclo de vida do cliente, oferecendo o melhor desempenho entre todos os tipos de e-mails.

Agora, vamos examinar os e-mails em massa específicos do setor comparados aos personalizados.

# MÉTRICAS DE CAMPANHA

TODOS  
OS SETORES

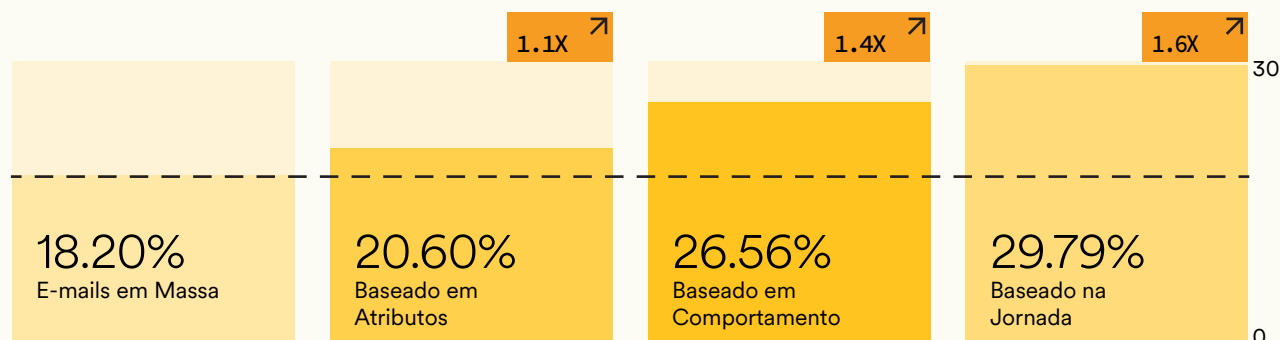
MÉTRICAS DE CAMPANHA

# Todos os Setores

A personalização baseada em comportamento se destaca, com marcas vivendo um aumento de 2,95 vezes maior nas conversões em todos os setores.

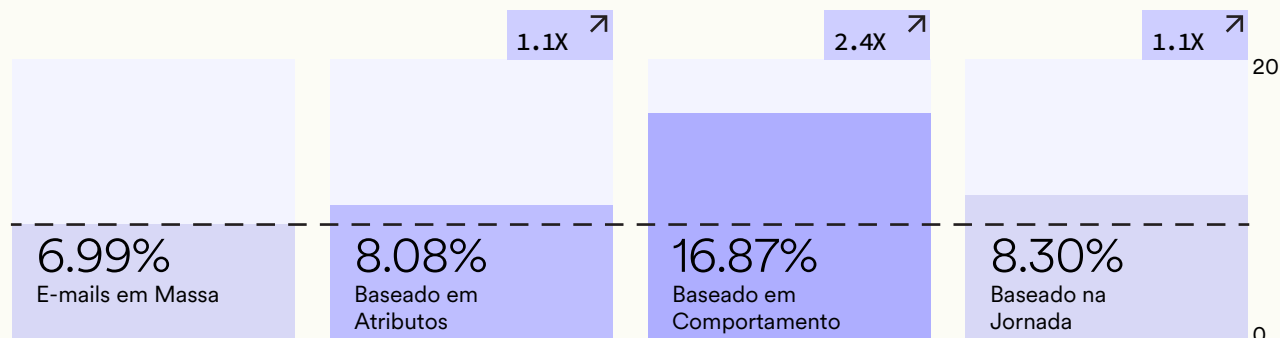
## TAXA DE ABERTURA

Desempenho % em relação aos E-mails em Massa

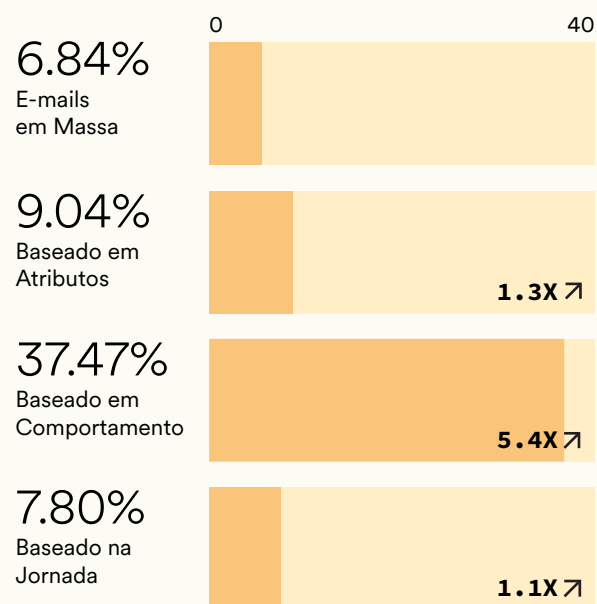


## CTOR

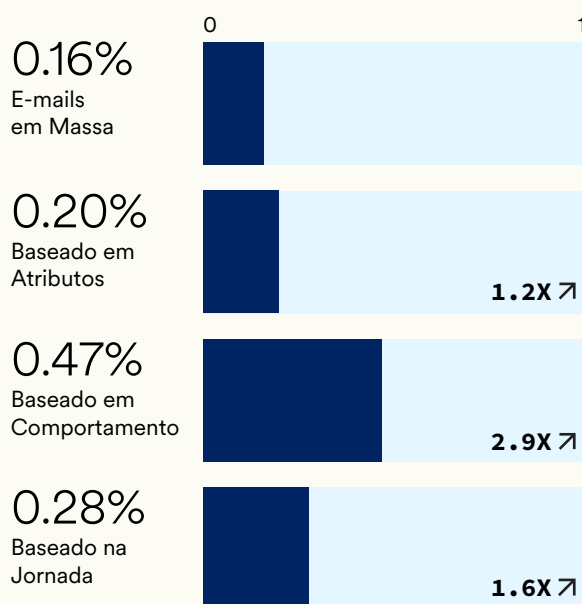
Desempenho % em relação aos E-mails em Massa



## TAXA DE CANCELAMENTO



## TAXA DE CONVERSÃO



**Dica de especialista:** a taxa de conversão para e-mails baseados em comportamento é 2,95 vezes maior do que a dos e-mails em massa. Portanto, invista tempo na coleta de dados comportamentais, como preferências dos clientes, dados de navegação, histórico de compras etc, e use essas informações para enviar e-mails personalizados.



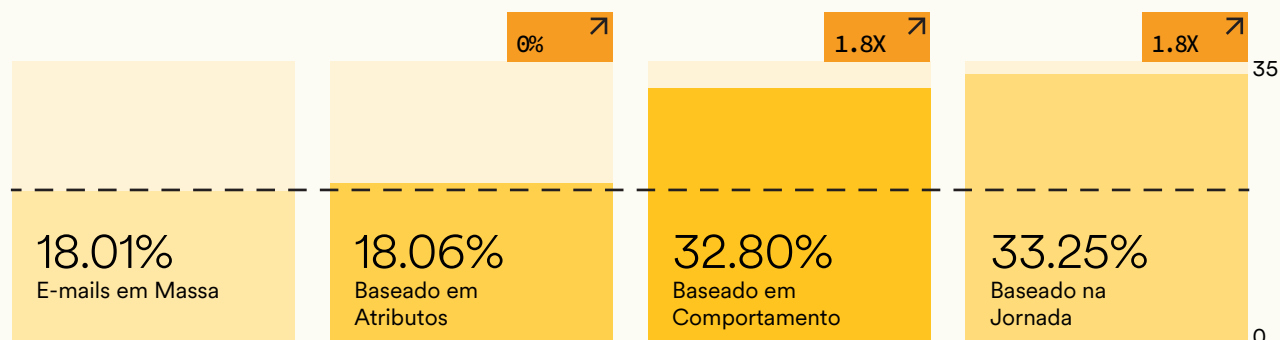
MÉTRICAS DE CAMPANHA

# BFSI

As conversões aumentaram 1,5x mais quando os clientes receberam e-mails personalizados baseados em seu comportamento.

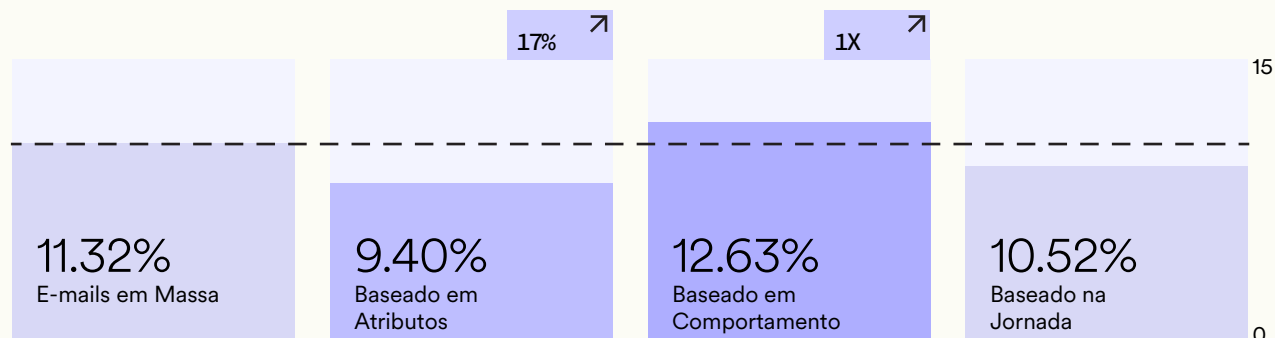
## TAXA DE ABERTURA

Desempenho % em relação aos E-mails em Massa

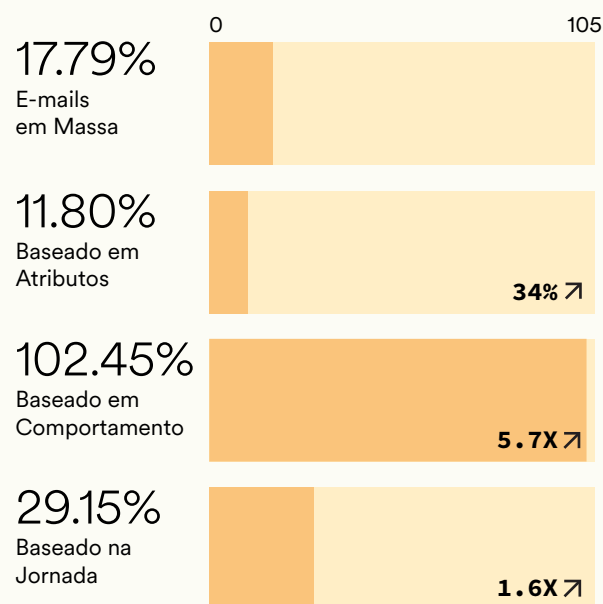


## CTOR

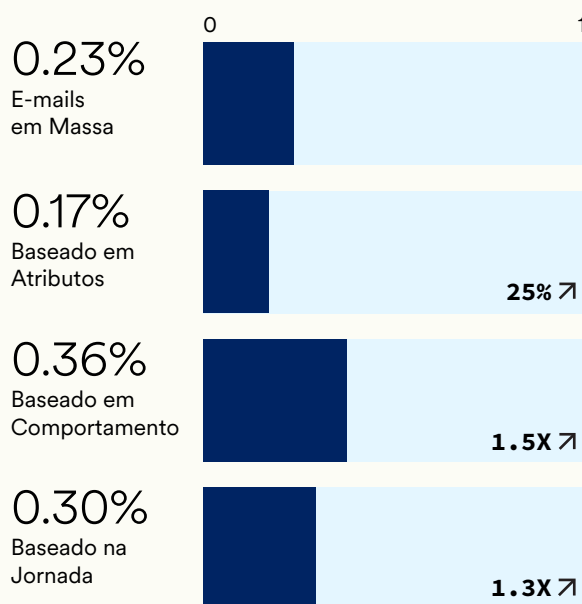
Desempenho % em relação aos E-mails em Massa



## TAXA DE CANCELAMENTO



## TAXA DE CONVERSÃO



**Dica de especialista:** como as conversões são mais altas para e-mails personalizados baseados em comportamento, considere enviar e-mails sobre produtos relevantes para o apetite de risco dos clientes. Por exemplo, você pode recomendar produtos financeiros conservadores para clientes com perfil de baixo risco ou oportunidades de investimento agressivas para aqueles com apetite de alto risco.

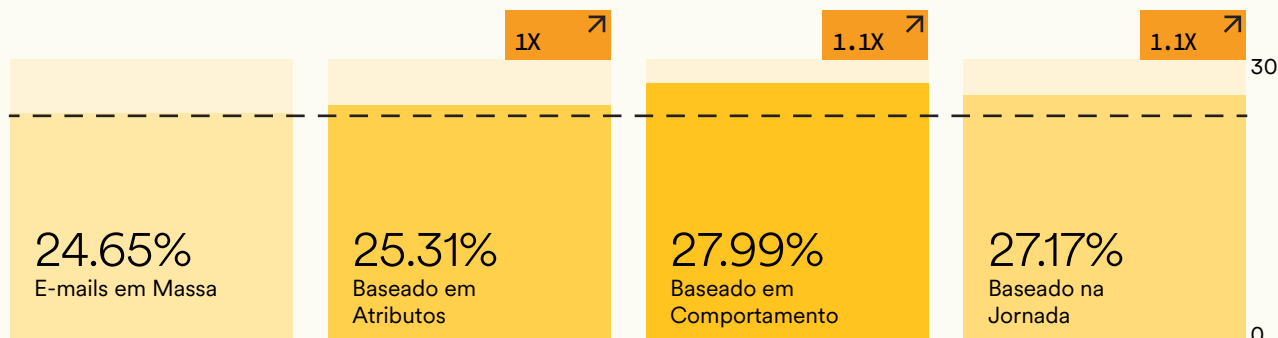
MÉTRICAS DE CAMPANHA

# Varejo e E-Commerce

Diversas marcas observam um aumento de 2,26 vezes nas conversões ao enviar e-mails personalizados baseados em comportamento para os compradores.

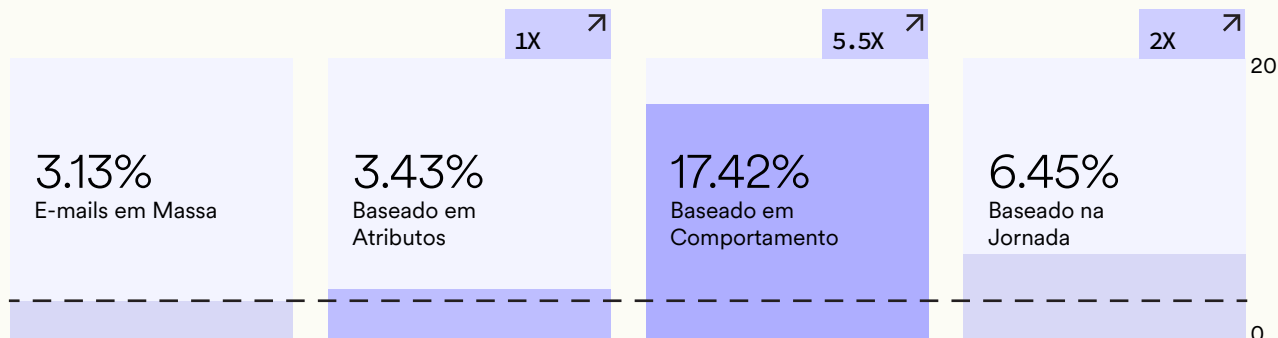
## TAXA DE ABERTURA

Desempenho % em relação aos E-mails em Massa

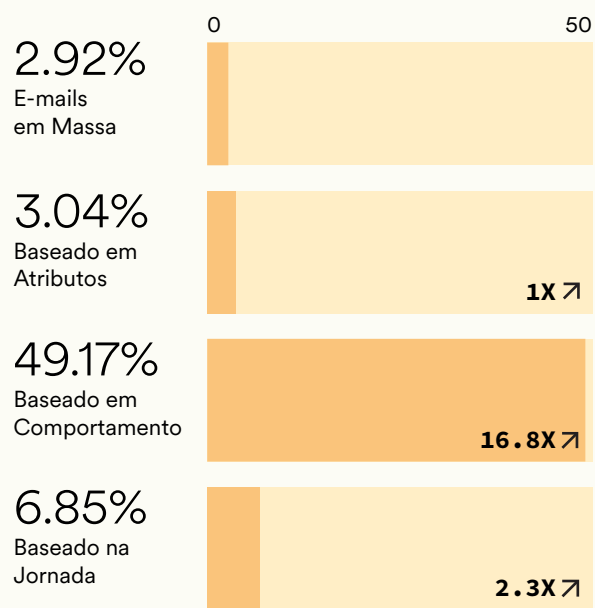


## CTOR

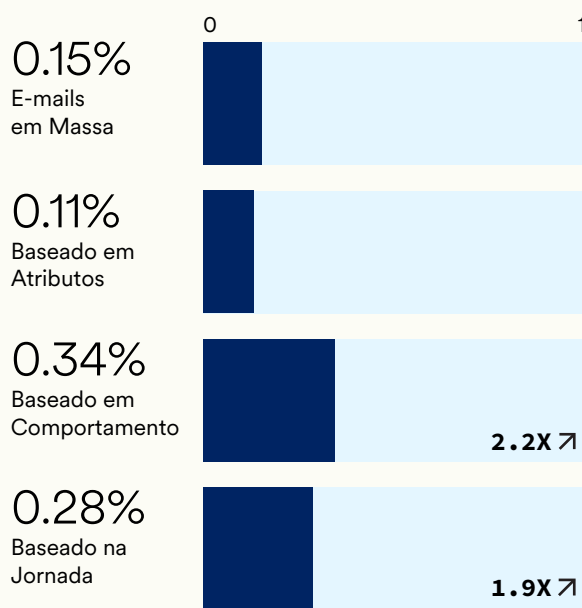
Desempenho % em relação aos E-mails em Massa



## TAXA DE CANCELAMENTO



## TAXA DE CONVERSÃO

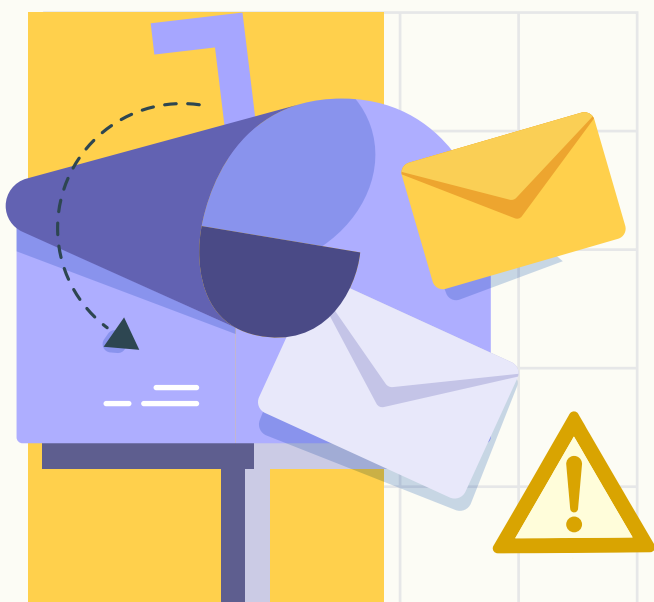


**Dica de especialista:** os varejistas percebem maiores taxas de conversão ao enviar e-mails personalizados baseados em comportamento. Usando uma plataforma intuitiva com inteligência artificial, os varejistas podem obter insights sobre as preferências dos compradores e os produtos que eles gostaram, adicionaram à lista de desejos ou compraram, e personalizar recomendações para aumentar o engajamento e as conversões.

# MÉTRICAS RELACIONADAS AO MOMENTO IDEAL

MÉTRICAS DE E-MAIL  
NO MELHOR MOMENTO  
POR SETOR

# O momento certo é tudo no e-mail.



Se a sua marca envia e-mails nos momentos errados com muita frequência, os consumidores podem cancelar a assinatura, denunciar ou abandonar sua lista de e-mails. Isso pode afetar a reputação do seu domínio de e-mail, diminuindo a taxa de sucesso na entrega e o envio para a caixa de entrada principal.

Considerando esse cenário, vamos analisar as métricas de e-mail no melhor momento por setor.

## VOCÊ SABIA?

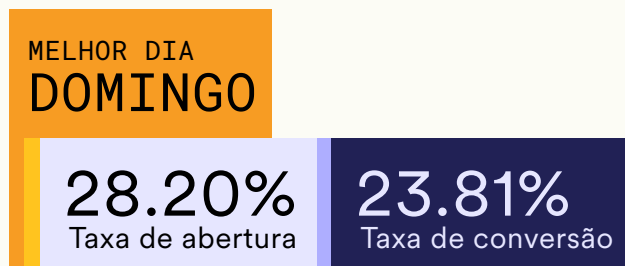
Com o poder da Sherpa **AI**, MoEngage BTS e MPC permitem automatizar e-mails para seus clientes no melhor momento e canal possível, tornando a experiência via e-mail, além de encantadora, muito mais eficaz!



## Melhor Dia da Semana para Enviar E-mails por Setor

Os domingos são os melhores dias para marcas BFSI enviarem e-mails para clientes, enquanto marcas de varejo e e-commerce observam um aumento de 11,72% nas taxas de conversão nas terças-feiras.

### BFSI



### Varejo e E-commerce

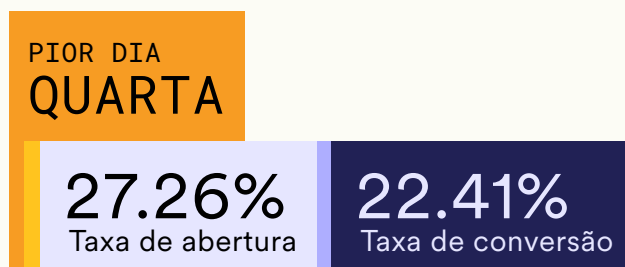


**Dica de especialista:** nossa análise ao longo de 12 meses indica que os clientes de marcas BFSI preferem receber e-mails aos domingos, enquanto os clientes de varejo preferem terças-feiras. No entanto, recomendamos realizar testes A/B tanto em dias de semana quanto em finais de semana para determinar quais dias são mais e menos eficazes para enviar e-mails aos clientes. Essa abordagem permitirá que você alcance os consumidores no momento certo e aumente o engajamento e as conversões.

## Pior Dia da Semana para Enviar E-mails por Setor

O setor BFSI vê baixas conversões nas quartas-feiras, enquanto o varejo e o e-commerce enfrentam o mesmo problema aos domingos.

### BFSI



### Varejo e E-commerce

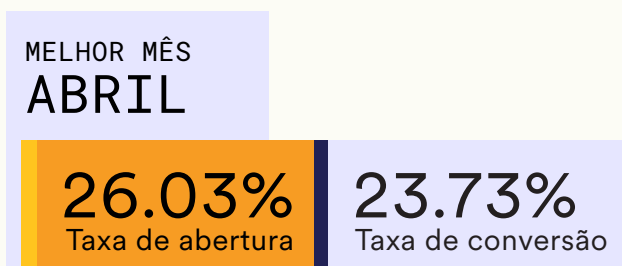


**Dica de especialista:** para evitar baixas taxas de conversão, os setores BFSI e varejo devem considerar não enviar e-mails nas quartas-feiras e domingos, respectivamente. No entanto, um teste A/B ajudará você a tomar uma decisão mais informada sobre os dias a serem evitados.

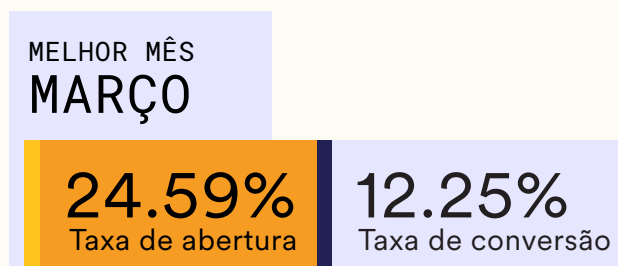
## Melhor mês do ano para enviar e-mails por setor

O setor BFSI percebeu as maiores taxas de conversão em abril, enquanto o varejo e o e-commerce observaram um aumento em março.

### BFSI



### Varejo e E-commerce

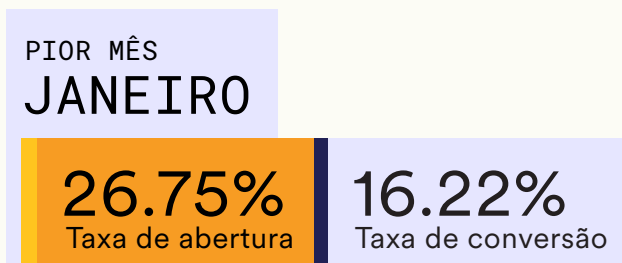


**Dica de especialista:** analisamos os e-mails entre julho de 2023 e junho de 2024, e descobrimos que abril foi o melhor mês para o setor BFSI; e março para as marcas de varejo e e-commerce. Você pode acompanhar o desempenho de suas campanhas de e-mail ao longo de 12 meses para planejar suas campanhas de e-mail de forma mais eficaz.

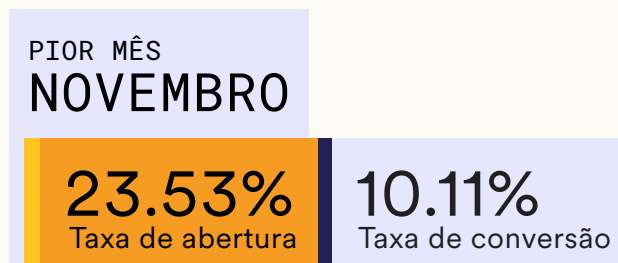
## Pior mês do ano para enviar e-mails por setor

O setor BFSI viu uma queda nas conversões em janeiro, enquanto novembro foi o pior mês para as marcas de varejo e e-commerce.

### BFSI



### Varejo e E-commerce



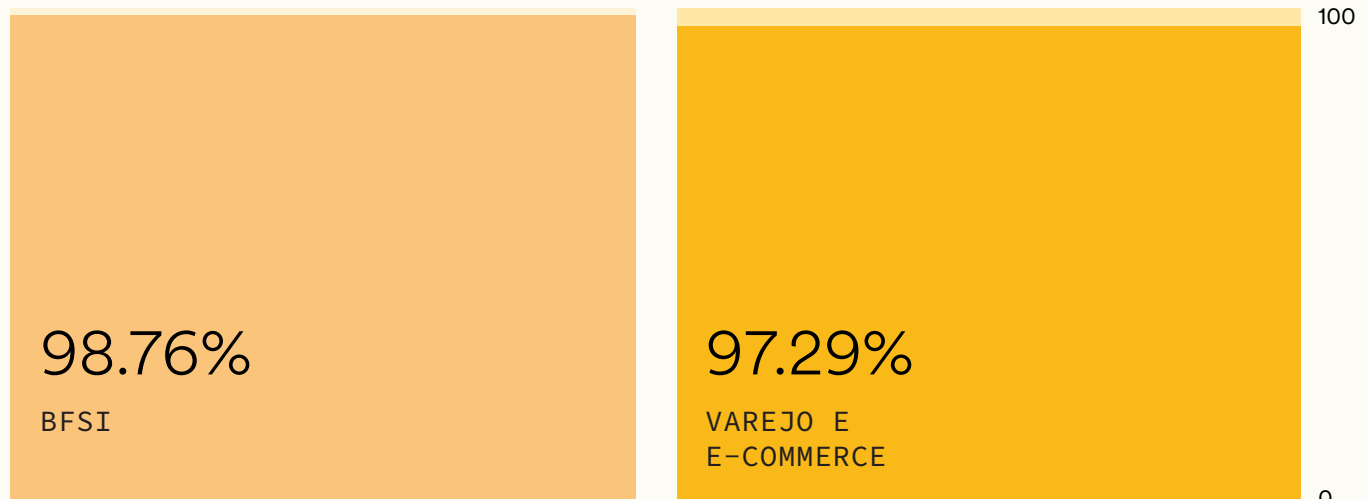
**Dica de especialista:** acompanhe suas métricas de e-mail ao longo do ano para identificar os piores meses para disparar e-mails, e evite ou ajuste suas estratégias de campanha para melhorar as conversões.

# MÉTRICAS E CAPACIDADES DA PLATAFORMA

## MÉTRICAS E CAPACIDADES DA PLATAFORMA

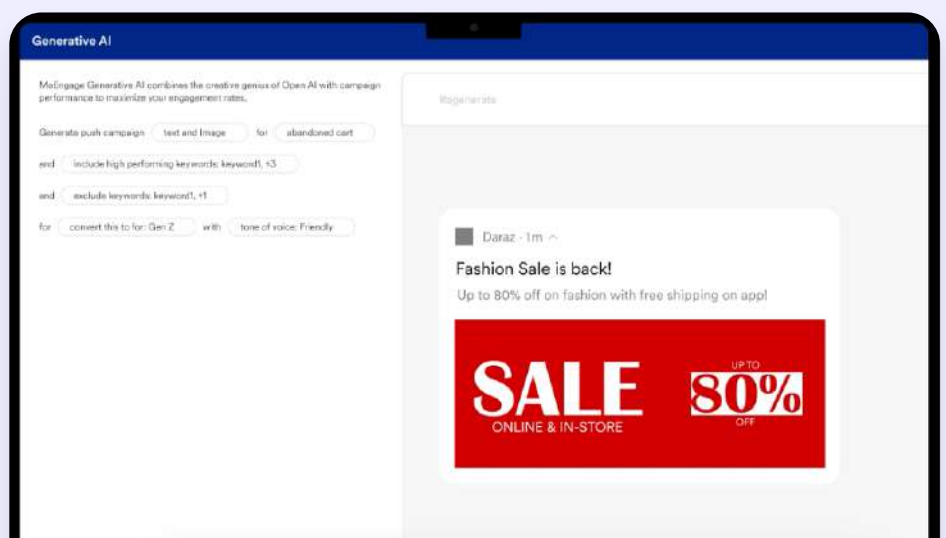
# Taxas de Entrega de E-mails por Setor

Manter uma alta reputação junto ao domínio de e-mail é essencial para garantir que suas campanhas sejam entregues nas caixas de entrada dos clientes e não em suas pastas de spam e lixo eletrônico.



## A vantagem MoEngage

Nossa análise abrangente no Relatório de Métricas de E-mail deste ano revela uma verdade absoluta: marcas que dominam a personalização de e-mails, apoiadas pelo parceiro de engajamento certo, alcançam um sucesso incomparável. Os dados são claros: e-mails personalizados, ajustados para atender às necessidades e preferências únicas de cada destinatário geram um engajamento significativamente maior em todos os aspectos. Há muito tempo não se trata apenas de chamar seu cliente pelo nome. Entregar conteúdo relevante no momento certo, através de segmentação e direcionamento sofisticados é a virada de chave.



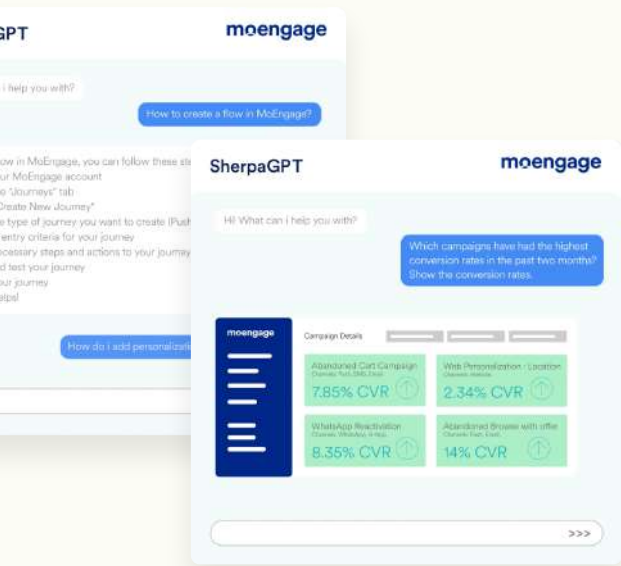


## A VANTAGEM MOENGAGE

Veja algumas maneiras pelas quais a MoEngage ajudou centenas de marcas em todo mundo a obter resultados excepcionais por meio de campanhas de e-mails:

### Suite de Análise Superior:

na MoEngage, estamos revolucionando o marketing por e-mail através de nossos insights avançados e impulsionados por IA. Ao entender e antecipar o comportamento do cliente, oferecemos às marcas a capacidade de criar jornadas de e-mail personalizadas. Essa abordagem não só melhora o engajamento, mas também impulsiona significativamente as métricas de crescimento das marcas.

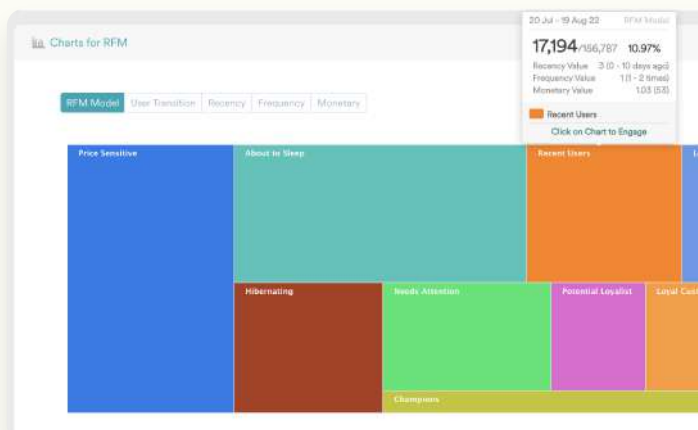


### Otimização de Campanhas Impulsionadas por IA:

nosso motor de IA, Sherpa, permite a otimização dinâmica de conteúdo, garantindo que cada cliente receba e-mails que ressoam com suas preferências e comportamentos individuais. Esse nível de personalização em grande escala ajuda as marcas a construir conexões mais fortes com seus públicos, levando a uma maior lealdade do cliente e a um impacto notável no resultado financeiro.

### Capacidades de Segmentação Bullseye:

a MoEngage oferece recursos robustos de segmentação, permitindo que você categorize os clientes com base em suas preferências, comportamento e probabilidade de realizar ações específicas em seu site ou app. Essas funcionalidades ajudam a direcionar o público apropriado para as comunicações por e-mail, evitando spam desnecessário e aumentando o ROI através do conteúdo personalizado - seja nas linhas do assunto ou no corpo do e-mail.



# Unificando e-mails com uma plataforma de engajamento do cliente (CEP)

Configurar campanhas de e-mail e colocá-las no ar pode ser trabalhoso, especialmente quando você está enviando um grande número de e-mails direcionados a prospects e clientes.

Para simplificar o processo, as marcas devem investir em um CEP confiável e de alto desempenho. Para entender o impacto do CEP nas campanhas de e-mail, perguntamos sobre isso para as grandes marcas globais de diversos setores. Confira o que descobrimos:

## BFSI

Configuração e Lançamento de Campanha



## Varejo e E-commerce

Configuração e Lançamento de Campanha



## Direto da caixa de entrada dos clientes



“De **4 dias para 20 minutos** para lançar várias campanhas de e-mail”

Não dá para acreditar que agora leva só 20 minutos, em vez dos 4 dias que costumávamos levar só para compilar e-mails.”



“Todas as necessidades de marketing resolvidas através de **uma plataforma**”

Antes, se eu precisasse fazer um determinado tipo de campanha, desde a concepção até a coleta de dados e a configuração de processos, eu precisava de muita ajuda das equipes de tecnologia e acabava gastando entre 7-8 dias. Com a MoEngage, posso fazer a mesma coisa em 20-30 minutos. Isso capacita nossa equipe a experimentar novas ideias sem precisar sobrecarregar as equipes de tecnologia e dados. Tudo isso resolvido com uma única ferramenta é o que mais me impressionou!”



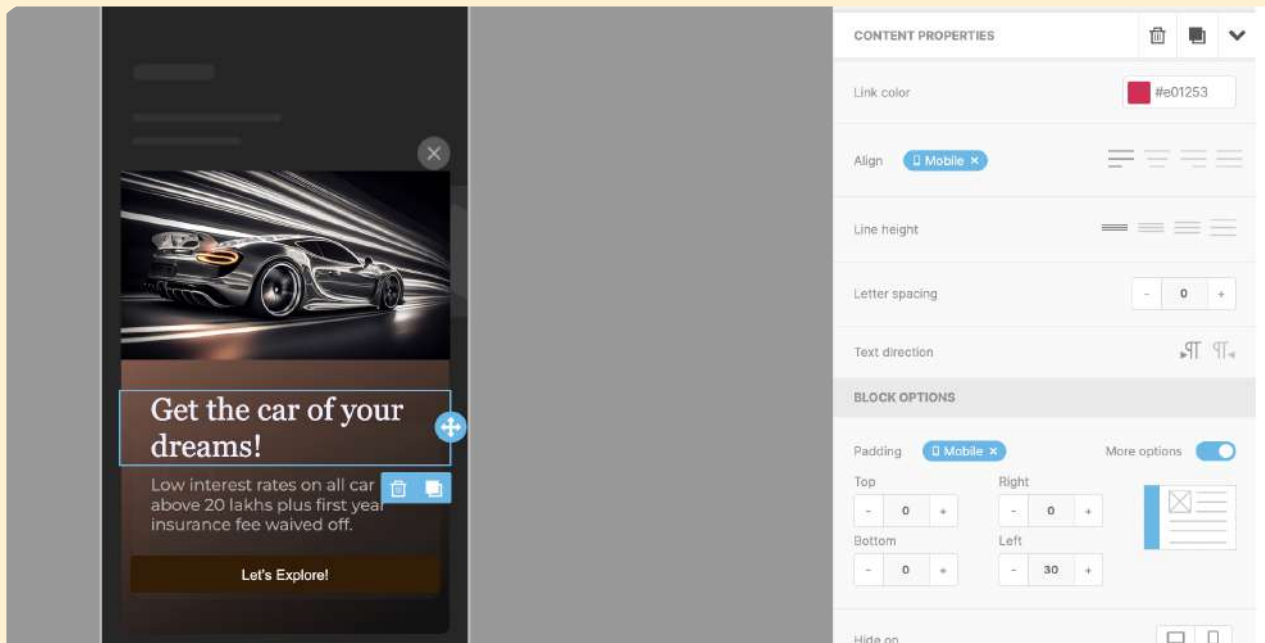
“De **60 minutos para 5 minutos** para configurar campanhas de e-mail e push.”

Preferimos a MoEngage em relação a outros CEPs usados no passado, pois é fácil de usar e nos permite lançar campanhas omnichannel personalizadas em escala com facilidade, apoiado pela equipe de suporte incrível!”

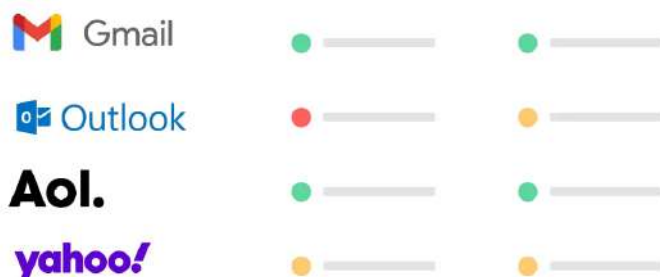
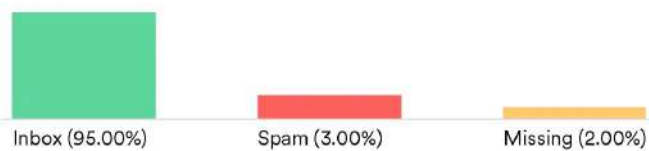
# Simplifique o e-mail com um CEP para ampliar seus resultados

O impacto positivo de um CEP fácil de usar e repleto de insights é difícil de ignorar em comparação com plataformas de e-mail legadas e complicadas. Com um CEP orientado por insights, você tem:

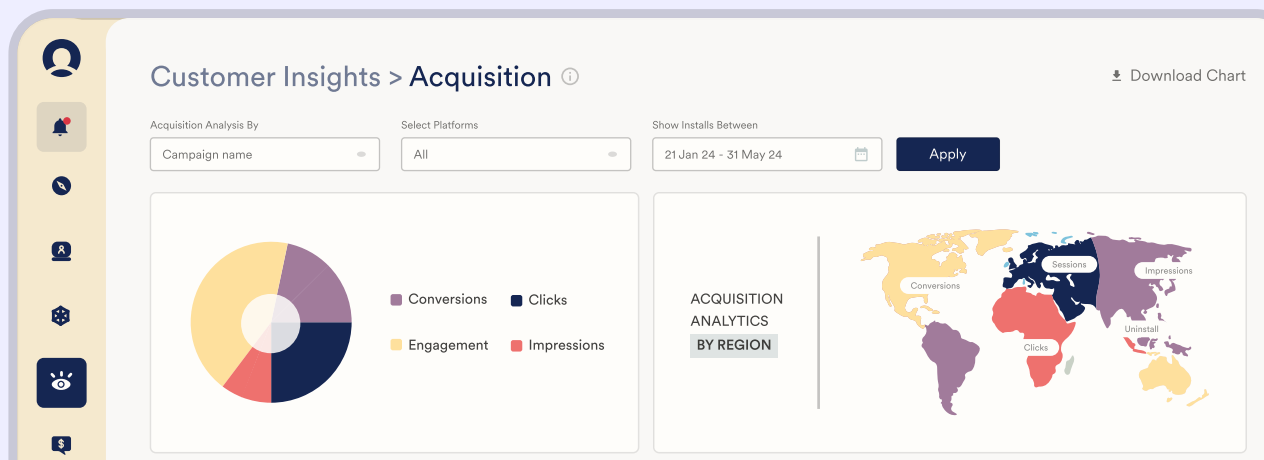
## Uma plataforma de automação sem esforço



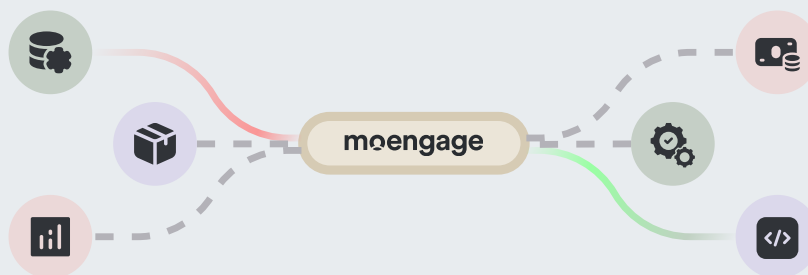
## Que é segura e conforme



## Repleta de Análises e Insights em Tempo Real



## Que gera cliques e conversões com rapidez e escala



Com o e-mail sendo um dos canais mais importantes para o ROI, as marcas devem estar preparadas para empoderar suas equipes com insights, time e plataformas certas para liderar os rankings de e-mail marketing em 2025.

Chegou a hora de potencializar seu desempenho com e-mail marketing!

Junte-se a mais de

**1200** marcas globais

Descomplique seu e-mail com a MoEngage!

# SOBRE MOENGAGE

MoEngage é uma plataforma de engajamento do cliente baseada em insights, com a confiança de mais de 1.350 marcas de consumo globais, como Adidas, Coca-Cola, Starbucks, Dominos, Samsung, Ajinomoto, Remessa Online, Outback, Nestlé, Deutsche Telekom, Magalu Consórcios e muito mais. combina dados de diversas fontes para ajudar as marcas a obter uma visão de 360 graus de seus clientes.

O [MoEngage Analytics](#) fornece aos profissionais de marketing e proprietários de produtos insights sobre o comportamento do cliente. As marcas podem então aproveitar o [MoEngage Personalize](#) para orquestrar jornadas e construir conversas individuais no site, dispositivos móveis, e-mail, redes sociais e canais de mensagens. [MoEngage Inform](#), a infraestrutura de mensagens transacionais, ajuda a unificar a comunicação promocional e transacional em uma única plataforma para obter melhores insights e reduzir custos. O [AI Suite](#) da MoEngage ajuda os profissionais de marketing a desenvolver cópias e criativos vencedores, otimizar campanhas e canais que aumentam o engajamento e ajudam na execução mais rápida.

Marcas líderes de consumo em mais de 60 países usam o MoEngage para potencializar experiências digitais para mais de um bilhão de clientes mensais. Com escritórios em 13 países, a MoEngage é apoiada pela Goldman Sachs Asset Management, B Capital, Steadview Capital, Multiples Private Equity, Eight Roads, F-Prime Capital, Matrix Partners, Ventureast e Helion Ventures. A MoEngage foi nomeada concorrente no relatório The Forrester Wave™: Real-Time Interaction Management, relatório do primeiro trimestre de 2024, e forte desempenho no relatório The Forrester Wave™ 2023. A MoEngage também foi apresentada como líder no IDC MarketScape: Worldwide Omni-Channel Marketing Platforms for B2C Enterprises 2023.



Gartner  
Peer Insights™

Gartner

FORRESTER®



moengage