

Lidando com Problemas de Entrega de E-mails: Dicas e Soluções Práticas

Sabemos o quanto é importante que as campanhas de e-mail sejam entregues e a interação dos leads com o seu conteúdo. É por isso que criamos este guia prático, com soluções efetivas para resolver os principais problemas que podem afetar o envio de campanhas de e-mail. Entre os problemas comuns abordados neste guia estão: endereços de e-mail inválidos, filtragem de spam, envio de e-mails para a aba de promoções, links suspeitos e outros.

- [E-mails taxados como SPAM:](#)
- [E-mails taxados como promoções:](#)
- [E-mails taxados com link suspeito:](#)
- [Blacklist:](#)
- [Campanhas bloqueadas: Palavras bloqueadas no conteúdo do e-mail](#)

E-mails taxados como SPAM:

O que é SPAM?

O termo SPAM refere-se ao envio em massa de mensagens indesejadas e não solicitadas para um grande número de destinatários sem o consentimento prévio, geralmente por meio de e-mails. Seu conteúdo costuma ser comercial, publicitário (buscando promover um produto ou serviço) ou até mesmo malicioso (disseminando malwares e esquemas fraudulentos).

Filtros de SPAM:

Os filtros de spam são mecanismos projetados e implementados nos serviços de e-mail para identificar e classificar mensagens de e-mail indesejadas ou potencialmente prejudiciais, como SPAM, antes que elas cheguem à caixa de entrada do destinatário.

Entregabilidade:

A entregabilidade se refere à capacidade do seu e-mail de chegar com sucesso à caixa de entrada dos destinatários. Uma boa taxa de entrega depende de diversos fatores e os requisitos exigidos para que um e-mail passe pelo filtro de spam pode intervir na entregabilidade dos seus e-mails, por esse motivo, iremos citar abaixo quais os métodos comuns utilizados pelos sistemas para a avaliação de e-mails e como melhorar sua capacidade de entrega com o MailingBoss 5.0:

Métodos comuns de análise de SPAM:



Análise de Conteúdo

Os filtros de spam examinam o conteúdo do e-mail em busca de palavras-chave, frases suspeitas, padrões de spam ou características específicas associadas a mensagens indesejadas. Essa análise pode incluir a detecção de linguagem promocional excessiva, uso de termos típicos de spam, conteúdo enganoso ou sensacionalista, solicitações de informações pessoais, entre outros.

□ Para passar pela análise de conteúdo sem preocupações, defina primeiramente o objetivo da mensagem que deseja enviar, filtre o público que irá receber seus e-mails e monte o conteúdo em texto e layout baseado nas decisões anteriores, por fim, revise o conteúdo e pense em um título do assunto para o email ser enviado.

Algumas palavras-chave e frases utilizadas normalmente para induzir os destinatários a abrirem os e-mails enviados podem levar a um e-mail ser taxado como spam. **Evite** as palavras mencionadas a seguir correlacionadas aos assuntos:

- Vendas: promoção, oferta, desconto, grátis, compre agora;
- Dinheiro: ganhe dinheiro, oportunidade de negócio, enriqueça rapidamente;
- Saúde: cura milagrosa, perda de peso rápida, medicamentos sem prescrição;
- Urgência: último dia/última chance, oferta limitada, não perca, assine agora, visite o site, clique aqui;
- Financeiro: empréstimo, consolidação de dívidas, crédito fácil;
- Conteúdo adulto: palavras explícitas e termos associados a conteúdo adulto;
- Phishing: solicitação de informações pessoais, como senhas, números de cartão de crédito, entre outras;
- Spelling alternativo: uso de variações ortográficas de palavras relacionadas a spam, como "v1agra"

ou "r3m3d10".



Listas de Bloqueio

Os filtros de spam comparam os remetentes de e-mail que estão realizando disparos de campanhas com listas de remetentes conhecidos de spam. Essas listas são compiladas com base em remetentes previamente identificados como spammers. Se um remetente estiver presente em uma lista de bloqueio, a mensagem enviada por ele será classificada como spam. As listas de bloqueio são atualizadas regularmente para incluir novos remetentes de spam identificados.

Os spammers são identificados de diversas formas, porém, a principal, é a denúncia realizada pelos próprios usuários ao marcar tal mensagem como SPAM.

❑ Evite entrar em listas de bloqueio mantendo um bom relacionamento tanto com os servidores de e-mail quanto com os seus próprios leads, mantenha-se atento às reclamações de spam feitas pelos destinatários e responda a elas prontamente. Certifique-se também de ter permissão dos destinatários para enviar e-mails. Sempre construa sua própria lista de contatos por meio de opt-ins voluntários, como formulários de inscrição em seu site, o importante é que os usuários sempre confirmem explicitamente que desejam receber suas campanhas.

Saiba mais sobre o que são formulários de inscrição de modelos single e double opt-in ►



Análise de Reputação do Remetente

A reputação do remetente refere-se à percepção que os provedores de e-mail têm sobre você como remetente, ou seja, a percepção sobre o endereço utilizado para o disparo das mensagens. A reputação do remetente é baseada em vários aspectos do seu comportamento de envio, incluindo:

seu histórico de envios, a consistência dos volumes de envio, a taxa de reclamações de spam recebidas, a quantidade de e-mails devolvidos como não entregáveis (bounces) e a taxa de engajamento dos destinatários (taxas de abertura, cliques e respostas dos destinatários).

[Saiba mais sobre o que são bounces e como evitá-los >](#)

□ Aumentar a reputação do remetente requer um esforço constante, porém, algumas ações auxiliam no processo:

➤ Práticas de envio saudável: comece enviando apenas um e-mail por dia, até que a taxa de engajamento, principalmente de abertura das campanhas, chegue em pelo menos 10%, evite também enviar e-mails de anúncios ou propagandas de produtos e serviços antes da taxa de engajamento indicada, artigos e notícias geralmente são o melhor conteúdo para iniciar seus disparos, acima de tudo, oferecer um conteúdo relevante, valioso e relacionado ao conteúdo oferecido no momento da inscrição para os destinatários é sempre a melhor forma de aumentar seu engajamento.

➤ Nome de remetente humanizado: configurar um nome e endereço de remetente reconhecível, indicando que o envio foi feito por uma pessoa real ou por uma empresa conhecida, aumenta as chances dos provedores de e-mail considerarem as campanhas enviadas como legítimas e confiáveis. Algumas razões pelas quais um nome de remetente humanizado pode ajudar na entrega de e-mails são: aumentar a credibilidade; evitar a aparência de spam, nomes de remetente genéricos ou impessoais, como **"noreply@seusite.com"**, **"admin@seusite.com"**, **"fa436khc95b62@mailier.mailingboss.net"** (exemplo de e-mail de remetente genérico oferecido pelo próprio MailingBoss), podem parecer suspeitos e serem associados a práticas de envio de spam; facilitar a identificação; estabelecer um relacionamento pessoal entre o remetente e o destinatário.



de Autenticidade

Os filtros de spam analisam os registros DNS (Domain Name System) para verificar a autenticidade

do remetente. Isso envolve a verificação da existência correta do domínio do remetente e a confirmação das configurações de autenticação SPF (Sender Policy Framework), DKIM (DomainKeys Identified Mail) e DMARC (Domain-based Message Authentication, Reporting, and Conformance). Essas tecnologias de autenticação ajudam a comprovar a autenticidade do remetente e reduzir o risco de spoofing de e-mail, onde um remetente mal-intencionado finge ser outro.

Mudar de plataforma de e-mail e adquirir um novo domínio (sem histórico de envio de campanhas por email) influenciam nas verificações de DNS feitas pelos servidores de e-mails para identificarem por quem e de onde os disparos são realizados, nesses casos, é necessário realizar todas as configurações exigidas de autenticidade pelos servidores de e-mail para que as mudanças sejam identificadas como legítimas, pois agora, o IP, DNS, CNAME e/ou o domínio, são completamente diferentes.

Passa tranquilamente pela verificação de autenticidade com a função de "domínio verificado" do MailingBoss 5.0: Para domínios hospedados na Builderall, ao serem conectados no MailingBoss 5.0, os apontamentos exigidos para comprovar a autenticidade dos disparos e verificar o domínio em nossa ferramenta são criados automaticamente. Porém, caso o seu domínio seja externo, não se preocupe, ao conectá-lo na ferramenta MailingBoss 5.0, todos os apontamentos necessários serão indicados, basta adicioná-los em sua hospedagem, esperar propagar e verificar o domínio em nossa ferramenta.

[Saiba mais sobre como verificar seu domínio no MailingBoss 5.0 >](#)



Análise de Características Técnicas

No processo de análise de características técnicas os filtros examinam elementos técnicos do e-mail, como cabeçalhos, estrutura da mensagem, codificação e outros atributos relevantes. Sendo assim, são analisados pelos filtros de spam: os cabeçalhos do e-mail, a estrutura da mensagem, anexos, URLs adicionadas e os conteúdos por escrito adicionados.

Aprimore a estrutura dos seus e-mails seguindo as dicas a seguir:

- **Formatação profissional:** evite o uso excessivo de letras maiúsculas, pontuação exagerada, repetições excessivas de palavras ou frases, informações excessivas e formatação incomum; busque manter a formatação do seu e-mail limpa e profissional. Para a criação do layout priorize o uso tanto de mensagens de texto quanto de imagens. Por fim, crie layout responsivos que permitam uma boa visualização do conteúdo enviado tanto nos desktops quanto nos dispositivos móveis.
- **Evite anexos suspeitos:** evite anexos com extensões incomuns ou arquivos executáveis que possam ser considerados perigosos. É melhor compartilhar links ou direcionar os destinatários para fazer o download de arquivos em um local seguro.
- **Verifique os links:** certifique-se de que os links incluídos no seu e-mail sejam legítimos e direcionem para sites seguros. Evite URLs suspeitas ou encurtadas que possam ser associadas a práticas de spam.
- **Opção de cancelamento:** inclua sempre uma opção clara de cancelamento de assinatura em seus e-mails. Isso permite que os destinatários optem por não receber mais suas mensagens, reduzindo o risco de denúncias de spam.
- **Personalize o seu e-mail:** personalizar o conteúdo do e-mail para parecer direcionado especificamente para o destinatário, demonstram que o e-mail é genuíno e não criado com a intenção de spam em massa.

Parabéns! Agora você já sabe todas as principais informações e dicas essenciais para evitar problemas com spam no envio de suas campanhas através do MailingBoss 5.0.

⚠Lembrando que, **a Builderall é totalmente contra a prática de spam**. O uso do sistema de e-mails da Builderall para esse fim é estritamente proibido, ocasionando total violação dos termos de uso da nossa plataforma. Encorajamos todos os usuários a aderirem práticas de envio éticas e em conformidade com as leis de privacidade e spam. Ao seguir essas orientações, você estará garantindo uma experiência positiva tanto para você quanto para seus destinatários.⚠

Qualquer dúvida em relação a política da Builderall sobre spam, não hesite em consultar nossa documentação e termos de uso ➤

Avalie a nossa Central de Ajuda, sua opinião é importante para nós!

Faça seu negócio decolar 

Equipe Builderall

E-mails taxados como promoções:

O que é aba de promoções do Gmail?

A aba de **Promoções** do Gmail é uma das categorias de organização de e-mails implementada pelo Google em sua interface no ano de 2013, ao criar diferentes abas para a segmentação dos e-mails como uma solução para a "sobrecarga" da caixa de entrada. As categoriais atuais de segmentação de e-mails do Gmail são:

Social: Atualizações e notificações de mídias sociais.

Promoções: E-mail marketing - ofertas e promoções

Atualizações: E-mails transacionais como recibos e notificações de envio.

Fóruns: Listas e Grupos de e-mail.

Principal: E-mails pessoais e mensagens de outras categorias em que a guia não está ativada.

Quando um e-mail é identificado como **promocional ou de natureza comercial**, o Gmail o direciona automaticamente para a aba de Promoções, separando-o dos e-mails considerados **mais pessoais ou importantes**, exibidos na aba **Principal**.

Ao categorizar os e-mails recebidos, o Gmail permite que os usuários tenham uma visão mais clara de suas mensagens promocionais, ao mesmo tempo que, mantém sua caixa de entrada principal focada em comunicações pessoais e importantes. Porém, sabemos que para os profissionais de marketing e remetentes de e-mail, a classificação das campanhas enviadas na aba de Promoções pode representar um desafio. Isso porque os e-mails nessa aba podem receber menos visibilidade e interação por parte dos destinatários, comparados aos e-mails que chegam diretamente na aba

Principal.

Lembre-se! A aba de promoções do Gmail é um espaço dedicado a e-mails que contenham ofertas, descontos e informações promocionais. É importante ressaltar que **esses e-mails não são considerados spam**.

Uso da aba de promoções pelos usuários:

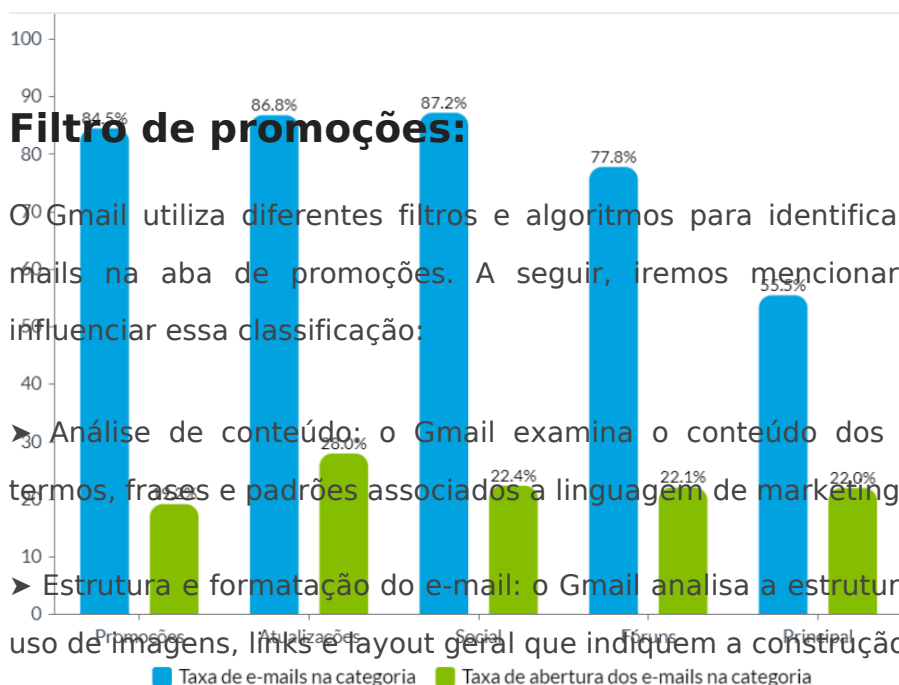
Uma pesquisa realizada pela **Return Path**, empresa americana especialista em análises avançadas para seus usuários da reputação de remetentes, entregabilidade dos e-mails e a interação dos destinatários com os mesmos; indicou a porcentagem de e-mails enviados para cada separador do Gmail e a taxa de leitura de cada um deles pelos usuários, incluindo a aba de promoções. Na pesquisa, a aba de promoções, apesar de apresentar um dos maiores valores em relação a taxa de e-mails enviados para a aba, recebeu a menor taxa de leitura, com apenas 19,2% - 2,8% a menos que a abertura na aba principal, com esta apresentando a menor taxa de e-mails direcionados para a aba.

Filtro de promoções:

O Gmail utiliza diferentes filtros e algoritmos para identificar e categorizar automaticamente os e-mails na aba de promoções. A seguir, iremos mencionar alguns aspectos gerais que podem influenciar essa classificação:

► **Análise de conteúdo:** o Gmail examina o conteúdo dos e-mails em busca de palavras-chave, termos, frases e padrões associados a linguagem de marketing, promoções e ofertas.

► **Estrutura e formatação do e-mail:** o Gmail analisa a estrutura e formatação dos e-mails, incluindo o uso de imagens, links e layout geral que indiquem a construção de um e-mail marketing.



► Comportamento do remetente: o histórico de envio do remetente, a frequência de envio e o nível de interação dos destinatários com os e-mails anteriores também podem influenciar a categorização. Se os destinatários costumam interagir positivamente com os e-mails do remetente, há uma maior chance de que seus e-mails sejam entregues na caixa de entrada principal.

► Preferências do usuário: o Gmail considera as ações e preferências individuais dos usuários sobre quais abas o usuário deseja receber seus e-mails.

Na mesma pesquisa realizada pela **Return Path**, foi indicado que **68,4% dos e-mails enviados para o Gmail são classificados como "Promoções"**:

Como evitar que seus e-mails sejam enviados para a aba de promoções?

❑ **Crie um relacionamento com seus assinantes:** personalizar o conteúdo do e-mail para parecer direcionado especificamente para o destinatário demonstram que o e-mail é importante e não apenas mais uma oferta de promoções e incentiva a abertura do mesmo.

❑ **Peça aos assinantes para moverem seus e-mails:** inclua uma breve mensagem em seus e-mails solicitando aos destinatários que movam seus e-mails da aba de promoções para a caixa de entrada principal. Dessa forma, o Gmail entende as preferências do destinatário e encaminha os próximos e-mails para a aba principal.

❑ **Evite frases de conteúdo promocional:** evite o uso de palavras-chave, termos, frases e padrões associados a linguagem de marketing, promoções e ofertas. Exemplos:



1. "Aproveite esta oferta especial por tempo limitado e economize 20% em todos os produtos da nossa loja!"
2. "Não perca a oportunidade de adquirir o novo lançamento com frete grátis!"
3. "Obtenha acesso exclusivo a descontos incríveis em nossa venda de aniversário!"
4. "Compre agora e receba um brinde exclusivo junto com a sua compra!"
5. "Descubra as melhores ofertas da temporada e renove o seu guarda-roupa com estilo!"

❏ **Evite e-mails com muitas imagens:** evite enviar e-mails com muitas imagens ou com fotos que demonstrem que seja um anúncio de produto ou oferta.

❏ **Evite o uso excessivo de links:** quanto maior o número de links, estejam eles como texto ou em um botão, maiores as chances do e-mail ser encaminhado para a aba de promoções. Recomendamos utilizar um único *call to action* (CTA), dessa forma, a chance do e-mail encaminhado ser direcionado para aba de promoções diminui.

❏ **Evite o uso excessivo de detalhes no código HTML dos e-mails:** alguns dos elementos mencionados anteriormente, como o uso excessivo de imagens e links, criam um código HTML complexo e interferem na análise realizada pelo Gmail. Outros elementos que interferem no código HTML do e-mail são os estilos excessivos, evite configurar diferentes cores, fontes e tamanhos de texto personalizados no mesmo e-mail.

❏ **Teste suas campanhas:** cadastre um e-mail teste em sua lista e envie campanhas teste antes de enviá-las para sua lista, acompanhe dessa forma como o Gmail está atualmente classificando seu e-mails e faça alterações nas imagens, textos, títulos, botões, entre outros elementos, até obter o resultado desejado.

[Saiba mais sobre como evitar que suas campanhas caiam na aba promoções do Gmail ►](#)

[Avalie a nossa Central de Ajuda, sua opinião é importante para nós!](#)

Faça seu negócio decolar ☐☐

Equipe Builderall

E-mails taxados com link suspeito:

A classificação de um link como suspeito em e-mails ocorre quando servidores externos analisam URLs clicáveis em busca de possíveis ameaças à segurança. Essa análise é realizada por meio de filtros de e-mail e sistemas de segurança, que buscam identificar redirecionamentos para sites de phishing, malware, spam ou outras atividades maliciosas.



Os sistemas de segurança examinam os links presentes nos e-mails com base em diferentes características, como: o domínio de destino, a reputação do site, a presença de redirecionamentos suspeitos ou a correspondência com uma lista de URLs conhecidas por serem maliciosas.

Para evitar que os links adicionados em seu e-mail sejam classificados como suspeitos, aprenda neste tutorial como aumentar a reputação do seu domínio responsável pelos disparos de e-mails e que também será linkado nos e-mails enviados, utilizando a opção 'Postmaster Tools' do Google."

Passo 1 - Acesse a área "*Postmaster Tools*" do Google, caso uma conta Google (Gmail) não esteja conectada no navegador será solicitado o login antes de prosseguir para os próximos passos indicados;

[Acesse a área "*Postmaster Tools*" de forma fácil e rápida, clique aqui! ➤](#)

Ao acessar, selecione a opção "**Começar**" para prosseguir a configuração do domínio;

Bem-vindo!

Passo 2 - No MailinBoss 5.0, insira o domínio utilizado para o envio de campanhas ou associado ao site cuja URL está linkada no e-mail enviado;

Selecione a opção "**Próxima**" para prosseguir;

Qual domínio você usa para autenticar seus e-mails?

Passo 3 - Siga as instruções para a verificação do domínio; **copie o código TXT** indicado pelo sistema e **crie um apontamento TXT no domínio conectado** através da ferramenta "Gerenciador de DNS da Builderall (opção válida apenas para domínios hospedados na Builderall, ou seja, com os valores NS apontados para a Builderall, caso contrário, realize o apontamento TXT na plataforma externa na qual seu domínio está hospedado)

2/3 - Verificação do domínio

Passo 4 - Ao criar o registro TXT, adicione como **Host/Nome**: o próprio domínio ou o símbolo @; adicione como **Valor**: o código indicado pelo Google.

Não sabe como criar um apontamento TXT no seu domínio hospedado na Builderall?
Acompanhe o tutorial da nossa Central de Ajuda e aprenda a como criar registros TXT para o seu domínio: [Clique aqui!](#)

a verificação da sua propriedade do domínio. Para que a propriedade seja

Tipo: TXT

Passo 5 - Após adicionar o apontamento TXT, aguarde alguns minutos para a propagação do novo apontamento; retorne a tela do Google e clique na opção "**Verificar**"

2/3 - Verificação do domínio

Finalizamos assim a nossa configuração! Na última tela será indicado que seu domínio foi adicionado aos domínios verificados do Google com sucesso, selecione a opção de "**Concluído**" para finalizar a configuração e você já pode testar enviar novas campanhas sem se preocupar com a acusação de link suspeito!

1. Adicione o TXT à configuração do DNS de marketingdigitalbuilderall.tk

Registro TXT: google-site-verification=3WW6iCHbT2cjxA5qTm3SidsoTR

3/3 - Concluído

Outras dicas para evitar acusação de link suspeito:

marketingdigitalbuilderall.tk foi adicionado aos seus domínios verificados.

❑ Evite URLs encurtados: Links encurtados podem ocultar a verdadeira origem do link e dificultar a identificação de possíveis ameaças. Evite o uso excessivo de URLs encurtados em seus e-mails.

❑ Mantenha-se atualizado sobre ameaças: Esteja atento às últimas tendências em ataques de phishing e malware. Fique informado sobre as técnicas utilizadas pelos hackers e mantenha suas práticas de segurança atualizadas.

❑ Verifique a reputação dos links: Antes de incluir um link em seu e-mail, verifique sua reputação em serviços de verificação de segurança online. Esses serviços podem fornecer informações sobre possíveis problemas associados ao link.

● ● ● **ADICIONAR OUTRO** **CONCLUÍDO**

Avalie a nossa Central de Ajuda, sua opinião é importante para nós!

Faça seu negócio decolar

Equipe Builderall

Blacklist:

O que significa o termo Blacklist?

Blacklist, traduzido para o português como Lista Negra, é um termo utilizado no marketing digital para se referir à inclusão de um remetente, domínio ou lead (contato) em uma lista de bloqueio. Para e-mails de remetente ou domínios, o processo ocorre quando os servidores de e-mail identificam atividades suspeitas, indesejadas ou de spam por parte dos responsáveis pelos envios. No caso de um contato da lista, a inclusão ocorre quando o mesmo não demonstra ser um e-mail confiável ou apresenta baixo interesse nos e-mails enviados pelo remetente.

A classificação das listas como blacklist é realizada pelo MailingBoss 5.0 com base nas avaliações dos próprios servidores externos, o que impede o envio de novos e-mails para os contatos da lista bloqueada. No entanto, é possível evitar que suas listas, e-mails de remetente e domínios sejam incluídos em uma blacklist. Acompanhe o tutorial abaixo para obter dicas e orientações sobre como manter uma boa reputação de remetente e evitar problemas de bloqueio:

Limpe suas listas regularmente:

Limpar regularmente suas listas de contato auxilia na remoção de contatos:

- Inativos: ou seja, aqueles que não têm interagido de forma alguma com os e-mails enviados por um longo período;
- Inválidos: e-mails considerados inexistentes, bloqueados ou que não estão formatados corretamente, não correspondendo a um endereço de e-mail real. E-mails inválidos geram um erro conhecido como hard bounces, ou seja, erros de envio definitivos/permanentes;
- Endereços de e-mail que estão resultando em soft bounces recorrentes: soft bounces são erros de

envio temporários relacionados ao servidor de destino ser incapaz de entregar o e-mail, o erro de envio pode ocorrer por diferentes motivos, exemplos: a caixa de entrada do destinatário estar cheia, o servidor de e-mail de destino estar temporariamente indisponível ou a mensagem exceder os limites de tamanho do servidor. Apesar de um soft bounce indicar um erro de envio temporário, se um endereço de e-mail estiver gerando soft bounces repetidamente, pode ser um sinal de que ele está se tornando um problema persistente, prejudicando a reputação do seu remetente;

No MailingBoss 5.0, após ocorrer o terceiro soft bounce consecutivo, o contato é automaticamente classificado como hard bounce, impedindo novas tentativas de envio.

► Endereços de e-mails que geram reclamações de spam: assim que um destinatário marca um e-mail como spam, isso indica que ele considera o conteúdo indesejado ou não solicitado. A ocorrência frequente de reclamações de spam pode prejudicar a reputação do remetente e afetar a capacidade de entrega dos e-mails.

❏ **Evite o alto volume de envios:**

Enviar um grande volume de e-mails em um curto período de tempo por parte de um e-mail de remetente ou domínio caracterizam como comportamento de envio suspeito e podem resultar em problemas de entrega, redução da capacidade de alcançar a caixa de entrada dos destinatários e consequentemente diminuição na reputação do remetente.

Recomendamos que os envios de campanhas sejam gerenciados, buscando sempre: estabelecer um limite de envio e segmentando os envios para os contatos baseado no acompanhamento das métricas de engajamento.

❏ **Lembre-se dos filtros de spam:**

Os filtros de spam são indicadores de domínios e e-mails de remetente que realizam envio de e-mails com atividades suspeitas, indesejadas e propriamente o envio de spam e auxiliam na classificação de

quais IP's de envio, domínios e e-mails de remetente serão incluídos em blacklist e impedidos de realizar novos envios.

[Saiba mais sobre os filtros de spam e como evitar que seus e-mails sejam taxados como spam para evitar as blacklists >](#)

Como remover o status de Blacklist de contatos no MailingBoss 5.0?

Para lidar com contatos que estão com o status de blacklist, é importante realizar a limpeza da lista para remover esses contatos e melhorar a reputação do remetente. Para realizar a limpeza da lista será necessário:

- 1. Exportar a lista:** exporte a lista de contatos que está atualmente em uso no MailingBoss 5.0;
 - 2. Realizar a limpeza da lista:** indicamos utilizar a plataforma externa de gerenciamento de listas [InboxPath](#) para realizar o processo de limpeza da lista exportada do MailingBoss 5.0;
 - 3. Importe os contatos novamente:** Após concluir a limpeza da lista, importe novamente os contatos atualizados no MailingBoss 5.0.
-

Como remover o status de Blacklist de listas no MailingBoss 5.0?

Para lidar com listas que estão com o status de blacklist, é necessário o remetente bloqueado enviar um e-mail para o endereço **contato@builderall.com** solicitando a remoção do status de blacklist e os motivos da solicitação de remoção junto com a comprovação de que foi realizada a limpeza da lista.

[Avalie a nossa Central de Ajuda, sua opinião é importante para nós!](#)

Faça seu negócio decolar ☐☐

Equipe Builderall

Campanhas bloqueadas:

Palavras bloqueadas no conteúdo do e-mail

Embora enviar e-mails aparente ser uma tarefa fácil e rotineira no contexto digital, é fundamental ter em mente a existência de algumas regras importante a serem seguidas buscando manter o envio saudável e prevenir problemas de envio. Entre as diferentes regras para manter um envio saudável, cuidar da qualidade do conteúdo dos e-mails também contribui para uma experiência positiva dos destinatários e evita possíveis bloqueios por parte dos servidores externos e do próprio MailingBoss 5.0 durante os disparos.

Dentro do contexto de conteúdo de e-mails, é importante considerar a existência de **palavras bloqueadas**, ou seja, palavras que, ao serem adicionadas no conteúdo do e-mail, aumentam as chances que os mesmos sejam taxados como spam, diminuem a reputação do remetente, aumentam as chances da classificação em blacklists e podem bloquear o envio do e-mail por parte dos servidores externos e próprio MailingBoss 5.0.

As palavras bloqueadas variam dependendo das políticas e regras estabelecidas pelo provedor de e-mail ou pelos filtros de spam utilizados. No entanto, existem algumas palavras ou termos conhecidos por acionar filtros de spam, ou serem considerados indesejados. Essas palavras incluem:

- Palavras relacionadas a SPAM;

Acesse o tutorial em nossa Central de Ajuda sobre e-mails taxados como SPAM e confira quais palavras evitar em seus e-mails: [Clique Aqui!](#)

- Palavras relacionadas a conteúdo adulto ou inadequado;
- Palavras relacionadas a medicamentos controlados, produtos farmacêuticos ou suplementos, como: "analgésicos", "estimulantes", "antidepressivo", "emagrecedores", "hormônios";
- Termos financeiros delicados ou confidenciais, como: "empréstimo", "investimento", "riqueza rápida", "herança", "consolidação de dívidas", "crédito fácil", entre outros;
- Palavras relacionadas a phishing, ou seja, informações pessoais, como: "senha", "confirme seus dados", "atualização de conta", "alerta de segurança", entre outros;
- Termos ofensivos, discriminatórios ou ilegais;
- Marcas proprietárias, como: "Netflix", "Mercado Pago", "Amazon", "Google", entre outros;
- Lorem Ipsum: série de palavras e frases em latim que não possuem um significado real, sendo apenas uma simulação de texto para demonstrar a aparência visual do conteúdo.

Lembrando que essas são apenas algumas palavras e categorias gerais, e as listas de palavras bloqueadas podem variar entre os provedores de e-mail ou serem personalizadas pelas configurações individuais de cada usuário. Ainda assim, é importante manter-se atento ao conteúdo enviado nos e-mails e aos tópicos indicamos acima.

Descubra como evitar problemas no envio das suas campanhas de e-mail com o nosso guia prático "Lidando com Problemas de Entrega de E-mails: Dicas e Soluções Práticas": [Clique Aqui!](#)

[Avalie a nossa Central de Ajuda, sua opinião é importante para nós!](#)

Faça seu negócio decolar ☐☐

Equipe Builderall