

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.

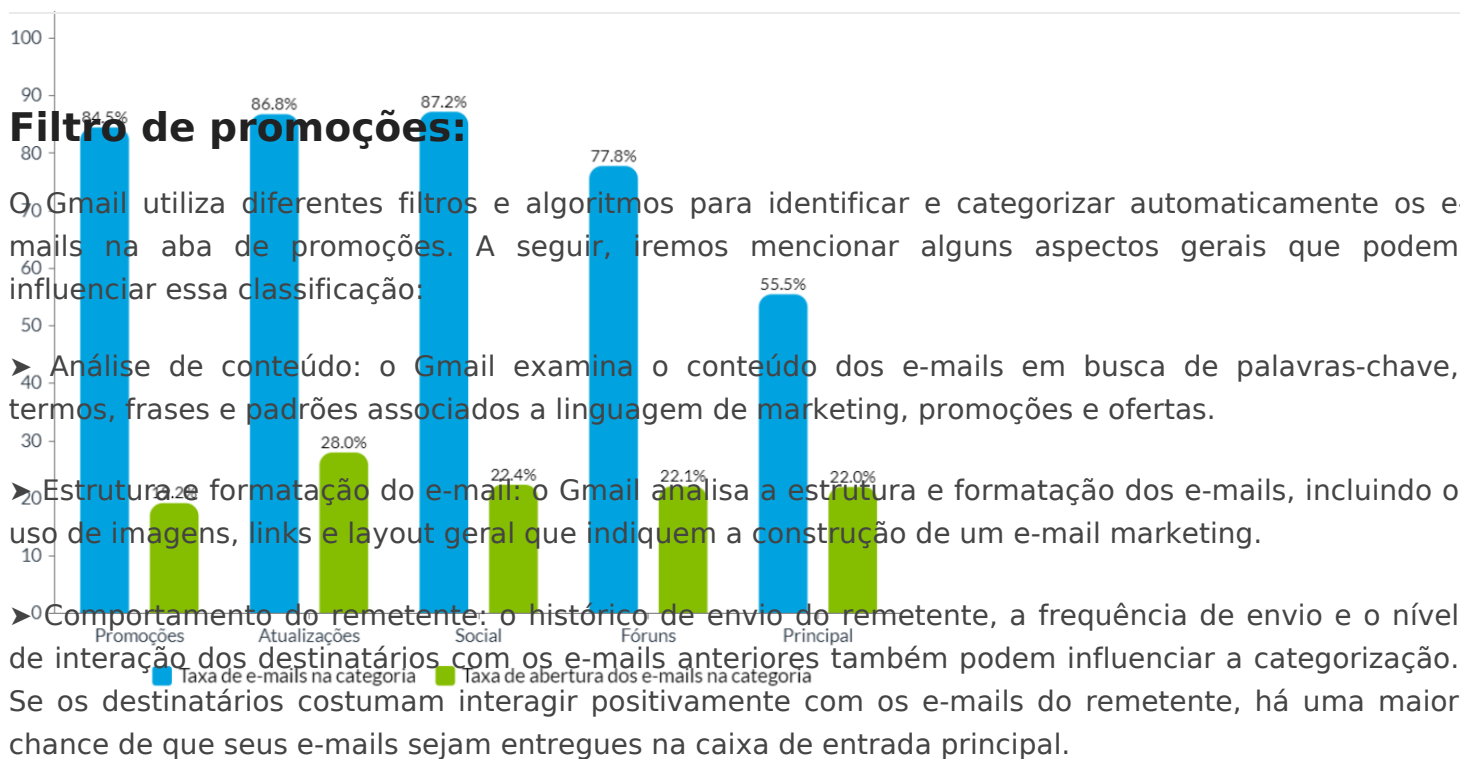
Quando um e-mail é identificado como **promocional ou de natureza comercial**, o Gmail o direciona automaticamente para a aba de Promoções, separando-o dos e-mails considerados **mais pessoais ou importantes**, exibidos na aba **Principal**.

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.



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:

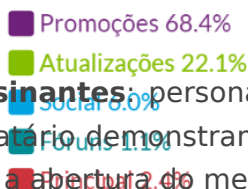
evite enviar e-mails com muitas imagens ou com fotos que demonstrem que seja um anúncio de produto ou oferta.

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

Revision #22

Created Tue, May 16, 2023 8:10 PM by [Paula Bianca](#)

Updated Wed, May 24, 2023 3:26 PM by [Paula Bianca](#)