

Envio de E-mail Marketing (HTML e Texto)

Versão: 1.0

Última atualização: 2025-01-XX

Aplicável a: e-mails promocionais, informativos e transacionais

Responsáveis: Jurídico, Compliance, CRM, Marca, Tecnologia

1. Objetivo do documento

Este documento define as **diretrizes obrigatórias** para criação, validação, aprovação e envio de e-mails pela Orquestra, garantindo:

- Conformidade legal e regulatória
- Transparência e respeito ao destinatário
- Boa experiência de leitura em múltiplos dispositivos
- Proteção da reputação e entregabilidade da marca
- Governança de conteúdos produzidos por humanos e por IA

Estas diretrizes se aplicam a **times internos, agências, fornecedores e sistemas automatizados**.

2. Princípios fundamentais do canal E-mail

1. Consentimento e expectativa

O destinatário deve reconhecer por que está recebendo o e-mail.

2. Transparência total

Ofertas, condições e intenções devem ser claras.

3. Controle do usuário

O cancelamento de comunicações deve ser simples e imediato.

4. Entregabilidade e reputação

Boas práticas técnicas e de conteúdo são obrigatórias.

3. Identificação do remetente (obrigatório)

Regras obrigatórias

- O remetente deve ser claramente identificado como **Orquestra**.
- O nome exibido do remetente deve ser consistente e reconhecível.

- O domínio de envio deve ser oficial da Orquestra.

Exemplo aceitável

Orquestra <comunicacao@orquestra.com>

Exemplo não aceitável

Ofertas Especiais <promo@email-desconhecido.com>

4. Assunto e preheader

Assunto

- Deve refletir fielmente o conteúdo do e-mail.
- Proibido usar **clickbait** ou promessas enganosas.
- Evitar CAPS LOCK e excesso de emojis.

Preheader

- Complementa o assunto.
 - Não deve repetir o assunto palavra por palavra.
 - Não deve conter informações sensíveis.
-

5. Opt-out e cancelamento (obrigatório)

Regras obrigatórias

Todo e-mail promocional deve conter:

- **Link visível de descadastro (unsubscribe)**
- Funcionamento imediato ou com confirmação simples
- Linguagem clara e respeitosa

Exemplos aceitáveis

- “Cancelar recebimento”
- “Descadastrar-se”
- “Não quero mais receber e-mails”

Exemplos não aceitáveis

- Texto confuso ou escondido
- Exigir login para cancelar

- Condicionar o cancelamento a atendimento humano

 **Ausência de unsubscribe é falha crítica (BLOCKER).**

6. Conteúdo e estrutura do e-mail

Diretrizes gerais

- Hierarquia clara (título → conteúdo → CTA).
- Escaneável (parágrafos curtos, bullets).
- Um objetivo principal por e-mail.

CTA

- Deve ser claro, específico e coerente com o conteúdo.
 - Evitar múltiplos CTAs concorrentes.
 - Texto do botão deve indicar ação real (“Simular”, “Acessar”, “Ativar”).
-

7. Promessas, ofertas e condições

Proibições absolutas

É proibido:

- Garantir resultados (“100% garantido”, “sem risco”).
- Omitir condições relevantes.
- Criar falsa escassez (“últimas vagas”) sem base real.

Transparência obrigatória

Quando houver:

- preços
- taxas
- descontos
- benefícios financeiros

Devem constar:

- condições mínimas essenciais
 - prazos
 - limitações relevantes
-

8. Privacidade e dados pessoais

É proibido

- Incluir dados pessoais sensíveis no corpo do e-mail.
- Inferir situações pessoais (“sabemos que você está precisando...”).
- Expor informações que possam ser compartilhadas indevidamente.

Personalização permitida

- Primeiro nome
 - Referência genérica a produtos/serviços
 - Conteúdo contextual **sem revelar dados sensíveis**
-

9. Boas práticas técnicas (HTML)

Estrutura

- HTML simples, compatível com clientes de e-mail.
- Uso de tabelas quando necessário.
- Fallback em texto (plaintext).

Obrigatório

- **Link de unsubscribe funcional**
- **Endereço físico ou identificação institucional da Orquestra**
- Links válidos e testados
- Texto alternativo (alt) em imagens relevantes

Proibições

- Scripts (JavaScript)
 - Formulários interativos
 - Conteúdo que quebre clientes de e-mail comuns
-

10. Acessibilidade

- Contraste adequado entre texto e fundo.
- Fontes legíveis.
- Não depender apenas de imagens para transmitir informação.
- Alt-text descritivo em imagens importantes.

11. Linguagem e tom de voz

Diretrizes

- Linguagem clara, profissional e respeitosa.
- Evitar jargões internos.
- Coerência com a marca Orquestra.

Emojis

- Permitidos com moderação, preferencialmente no assunto/preheader.
 - Nunca comprometer clareza ou profissionalismo.
-

12. Entregabilidade e anti-spam

Boas práticas

- Evitar palavras associadas a spam (“GRÁTIS!!!”, “URGENTE!!!”).
- Não usar excesso de imagens.
- Balancear texto e imagem.
- Evitar anexos em campanhas promocionais.

Frequência

- Evitar envios excessivos.
 - Não reenviar e-mails ignorados sem mudança relevante.
-

13. Segurança e phishing

Proibições

- Solicitar senhas, códigos, dados pessoais.
- Linguagem alarmista fora de contexto legítimo.
- Links mascarados ou enganosos.

Diretriz

E-mails de segurança devem direcionar o usuário ao **app ou site oficial**, nunca pedir ação sensível diretamente no e-mail.

14. Uso de Inteligência Artificial

- Conteúdos gerados por IA devem respeitar integralmente estas diretrizes.
- Sugestões de IA devem:
 - ser auditáveis
 - permitir aceitação/rejeição humana
 - registrar versão do prompt/modelo
- IA **não substitui** aprovação humana final.