Faça as vantagens quebrarem em duas linhas quando o browser ficar com menos de 520px de largura, como na imagem abaixo:

No HTML basicamente você precisará colocar as vantagens e fazer a *media query* no CSS.

HTML:

<tr bgcolor="#47a138">

<td align="center">

<table>

<tr>

<td width="33%" class="vantagem">

<table>

<tr>

<td>

<img src="images/Icone\_Cadastro\_Facilitado.png" class="vantagem-icone">

<span class="vantagem-titulo">

Cadastro fácil

</span>

<br>

<span class="vantagem-texto">

Ingresso simples, sem burocracia, sem análises extensas e com muita rapidez.

</span>

<br>

<hr style="border-color: #195a0e">

</td>

</tr>

</table>

</td>

<td width="33%" class="vantagem--espacador">

&nbsp;

</td>

<td width="33%" class="vantagem">

<table>

<tr>

<td>

<img src="images/Icone\_Online.png" class="vantagem-icone">

<span class="vantagem-titulo">

100% online

</span>

<br>

<span class="vantagem-texto">

Resolva tudo sem a necessidade de ir ao banco ou perder tempo ao telefone.

</span>

<br>

<hr style="border-color: #195a0e">

</td>

</tr>

</table>

</td>

</tr>

</table>

</td>

</tr>

CSS

@media (max-width: 520px) {

.vantagem {

display: block;

max-width: 90%;

width: 90%;

margin: 0 auto;

}

.vantagem--espacador {

display: block;

height: 1px;

}

}

* Os caminhos usados no curso podem não funcionar quando você tentar acessar ([teste aqui para ver se está carregando uma imagem](http://bytebank.herokuapp.com/img/Bg_Cartao.jpg)), por conta disso recomendo que **suba as imagens no seu próprio servidor** ou em alguma plataforma como o Imgur ([Como subir imagens no Imgur](https://cursos.alura.com.br/course/email-marketing-responsivo-parte-2/task/aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa));
* Você pode usar qualquer servidor para hospedar as imagens, como o [ImageShack](https://imageshack.us/).
* Se não tiver, crie uma conta no Gmail e no Outlook para testar seu email marketing;
* Crie uma conta no [Mailchimp](https://login.mailchimp.com/signup/) e crie uma campanha para fazer os testes;

Preferencialmente seria interessante subir as imagens do projeto no seu próprio servidor.

Caso não o possua, suba as imagens em um serviço de *host* de imagens como o [Imgur](https://imgur.com/upload)ou [PasteBoard](https://pasteboard.co/).

Para subir as imagens neles, escolha um, entre na página principal e arraste as imagens dentro da página.

Agora é só pegar o link gerado da imagem e usá-la em seu código.

Vimos em aula algumas formas de se testar o email marketing que estamos desenvolvendo.

Das opções abaixo, qual seria a mais eficiente?

Enviar um email de teste e abrir nos *clients* usados pelo usuário.

Usando alguma ferramenta de disparo de emails como o [Mailchimp](https://mailchimp.com/) ou [GetResponse](https://www.getresponse.pt/) é a maneira mais eficiente pois estaríamos vendo exatamente onde o usuário abrirá o email.

Se você não tem ideia de quais *clients* precisa suportar, um caminho interessante é pegar os mais usados na lista abaixo, desenvolvida pelo pessoal do Litmus:

[https://emailclientmarketshare.com](https://emailclientmarketshare.com/)

Você está desenvolvendo um email marketing e ao testar no **Outlook.com** um dos links está com a cor padrão usada nos textos do corpo do email.

Assinale as alternativas que apresentam motivos que podem ter gerado esse erro:

Falta o link final no atributo href do elemento <a> em questão

Ao contrário do Gmail, quando colocamos nada ou somente o símbolo de **#** no href o Outlook.com não identifica o <a> como link.

 O elemento é um <span> e não um <a>

Apesar de irmos contra muitas vezes as boas práticas da web ao desenvolver um email marketing, para *linkar* devemos sempre usar o <a href="...">.

 Alternativa correta



Falta de CSS para o <a>

Caso não coloquemos nenhum estilo, em alguns *clients* o link ficará com a cor azul #0000FF.

Desenvolvendo o email marketing da Bytebank percebemos que os estilos CSS não estão sendo aplicados em alguns *clients* como o Gmail para Android.

Eliminando a possibilidade de um erro de sintaxe, por qual razão isso pode estar acontecendo?

Alguns clients só entendem CSS inline.

Para resolver isso, podemos usar ferramentas como o [Premailer](http://premailer.dialect.ca/).

Em aula, vimos que no Outlook.com o background-image não estava sendo aplicado, mesmo colocando o CSS inline.

Quais soluções poderíamos aplicar para que esse problema seja minimizado mantendo a fácil edição do nosso código?

Tentar não depender de imagem de fundo para exibir uma informação.

Excelente tática para economizarmos tempo de desenvolvimento. Lembrando que isso deve ser conversado sempre com o time.

Colocar uma cor de fundo como plano B.

A fim de ganharmos tempo de desenvolvimento, podemos usar uma cor próxima da imagem de fundo para não deixar um espaço vazio no email.

Você pode criar uma conta no [Litmus](https://litmus.com/) ou acompanhar apenas com os vídeos aqui no curso.

Para criar conta na ferramenta é preciso ter cartão de crédito (mesmo para usar o trialde 7 dias).

Recomendo que cancele o serviço assim que concluir o curso a fim de não ter gastos extras.

Veja aqui no FAQ do [Litmus como cancelar a assinatura](https://litmus.com/help/accounts/cancel-subscription/).

Confira vários fatos sobre o Outlook nesse post da [Juliana Padron](https://twitter.com/julliejoe):

[- 50 fatos sobre email marketing no outlook](https://templateria.com/blog/templates/50-fatos-sobre-email-marketing-no-outlook).

Além desse post especificamente, há diversos outros que agregam bastante conhecimento a respeito do tema Email Marketing.

Boas referências também incluem: [blog da Campaign Monitor](https://www.campaignmonitor.com/blog/) e [blog da Email on Acid](https://www.emailonacid.com/blog).

Para praticar um pouco, pegue uma newsletter de alguma empresa que você segue (não vale uma muito fácil, hein!) e **sem ver o código fonte** faça uma réplica.

Não é necessário usar os mesmos textos e imagens, você pode usar o [http://www.lipsum.com](http://www.lipsum.com/) e o [https://dummyimage.com](https://dummyimage.com/) para novos conteúdos.

Pegue essa newsletter e torne-a responsiva, focando em deixá-la ok em dois clients de email.

Gmail e Outlook, Inbox iOS e Yahoo Mail, Gmail Android e Outlook 2016, por exemplo.

Interessante subir o código no seu Github como forma de demonstrar conhecimento nessa área.

Ao desenvolver nosso email marketing, visando dar suporte para Outlooks antigos percebemos que o nosso botão call to action não estava funcionando como deveria.

Em qual linguagem tivemos que refazê-lo com o auxílio da ferramenta [Buttons.cm](https://buttons.cm/)?

VML (Vector Markup Language)

Nas ocasiões como a do enunciado, temos que fazer uso dessa defasada linguagem por conta de compatibilidade.

Use o [Buttons.cm](https://buttons.cm/) para deixar o botão call to action funcionando como deveria no Outlook 2013. Lembrando que você pode comentar a forma anterior (<a> normal) apenas para manter as duas formas disponíveis.

O código gerado ficará como o abaixo:

<tr>

<td align="center">

<!-- <a href="https://bytebank.herokuapp.com/aceitar-convite" class="cta">

ACEITAR CONVITE

</a>

<br><br><br> -->

<div><!--[if mso]>

<v:rect xmlns:v="urn:schemas-microsoft-com:vml" xmlns:w="urn:schemas-microsoft-com:office:word" href="https://bytebank.herokuapp.com/aceitar-convite" style="height:55px;v-text-anchor:middle;width:219px;" stroke="f" fillcolor="#47a138">

<w:anchorlock/>

<center>

<![endif]-->

<a href="https://bytebank.herokuapp.com/aceitar-convite"

style="background-color:#47a138;color:#ffffff;display:inline-block;font-family:sans-serif;font-size:22px;font-weight:bold;line-height:55px;text-align:center;text-decoration:none;width:219px;-webkit-text-size-adjust:none;">ACEITAR CONVITE</a>

<!--[if mso]>

</center>

</v:rect>

<![endif]--></div>

</td>

</tr>

Vimos no curso que para mirar apenas nos clients Outlook podemos utilizar os comentários condicionais para isso.

Confira o excelente post do pessoal do MailChimp sobre o assunto:

<https://templates.mailchimp.com/development/css/outlook-conditional-css/>

Repare que é possível usar as keywords **gte** (greater than) e **lt** (less than).

E nesse artigo abaixo é mostrado todos os operadores aceitos pelo IE e Outlook.

[https://msdn.microsoft.com/en-us/library/ms537512(v=vs.85).aspx](https://msdn.microsoft.com/en-us/library/ms537512%28v=vs.85%29.aspx)

Coloque os <br> mostrados em aula e mude a largura das <td> das vantagens para 133px.

Comente as <hr> usadas e use a solução de borda como vista em aula:

.vantagem {

border-bottom: 2px solid #195a0c;

max-width: 133px;

}

Além disso, use comentários condicionais para criar os espaços necessários para que o email no Outlook 2013 fique mais próximo do resultado final atingido quando fizemos para o Gmail, ou seja, tentando manter os espaçamentos e respiros. Uma sugestão de estrutura para esse fim é a seguinte:

<!--[if mso]>

<tr bgcolor="#47a138">

<td>

&nbsp;

</td>

</tr>

<![endif]-->

Uma lista de boas referências sobre o tema do curso:

* [Blog da Campaing Monitor](https://www.campaignmonitor.com/blog/)
* [Blog do Email on acid](https://www.emailonacid.com/blog)
* No [Responsive Email Patterns](http://responsiveemailpatterns.com/) você pode encontrar diversos padrões para facilitar seu trabalho;
* O [EMN Boilerplate](https://mariosouto.com/emm-boilerplate/) é um template que foi desenvolvido pelo [Mario Souto](https://twitter.com/soutomarios), um dos instrutores do Grupo Caelum;
* O [MJML](https://mjml.io/) é um framework para email marketing responsivo, possuindo uma ótima documentação e constantes updates (dica do [Rafael Dantas](https://twitter.com/RaffaelDantass/status/918214175830274049));
* O próprio MailChimp e o Dreamweaver possuem alguns templates.

[Templates Dreamweaver](https://s3.amazonaws.com/caelum-online-public/683-email-marketing-responsivo-parte-2/print-dreamweaver-templates.png)