

# E-mails responsivos

Otimize suas campanhas  
para dispositivos móveis



WHITEPAPER

*mailify*

Hoje em dia, quase metade de todos os e-mails são lidos em dispositivos móveis. No entanto, poucas empresas otimizam seu e-mail marketing para smartphones, desconhecendo os benefícios que eles poderiam trazer, aumentando o desempenho de suas campanhas de forma significativa e mantendo os seus clientes engajados.

O número de consultas de e-mail via celulares está explodindo. Profissionais de comunicação e marketing podem se beneficiar dessa tendência, fazendo newsletters responsivas para todos os tipos de dispositivos. Na verdade, 75% dos destinatários excluem e-mails que não são adaptados para suas telas móveis. (Estudo Chadwick Martin Bailey)

Graças ao Design responsivo, suas mensagens podem ser perfeitamente exibidas em celulares. Enviar e-mails responsivos é um elemento chave para aumentar a taxa de abertura da sua campanha e adicionar mais valor à sua marca.

Nesta 2ª edição, Mailify explica o contexto técnico, as melhores práticas e os métodos a serem adotados para tornar seus e-mails responsivos em todos os dispositivos.

<https://www.mailify.com>

<b>Os usuários e seus smartphones</b> .....	<b>5</b>
<b>O Mercado de smartphones</b> .....	<b>7</b>
Vendas de smartphones em todo o mundo .....	7
Sistema operacional .....	8
Os 10 smartphones mais vendidos do mundo .....	9
<b>Leitura de email em dispositivos móveis</b> .....	<b>10</b>
3 maneiras de consultar seus e-mails em um smartphone .....	12
Contextos técnicos que você deve saber .....	15
<b>Por que é importante fazer um e-mail responsivo</b> .....	<b>17</b>
<b>E-mail fluído</b> .....	<b>19</b>
O que é um e-mail fluído? .....	19
<b>E-mail responsivo com suporte a Media Queries</b> .....	<b>21</b>
Definindo a largura de um e-mail responsivo .....	23
Quais aplicativos e telefones celulares são compatíveis? .....	24
O código para um e-mail responsivo .....	25
Exemplos de e-mails adaptativos .....	28
<b>EmailBuilder, editor responsivo</b> .....	<b>29</b>
<b>Conclusão</b> .....	<b>32</b>
<b>Apresentação do aplicativo Mailify</b> .....	<b>33</b>
O aplicativo Mailify .....	34

## Os usuários e seus smartphones

---

Os celulares foram introduzidos no mercado em 1992 pela IBM e foram amplamente divulgados pela Apple em 2007. Agora, os smartphones são parte integrante da vida das pessoas ao redor do mundo.

**2.3**  
bilhões  
em 2017

O número de usuários de smartphones aumentou de 1,57 bilhões em 2014 para 2,32 bilhões em 2017<sup>(1)</sup>.

O celular tornou-se uma ferramenta de comunicação essencial para todos. Este produto revolucionário seduziu as pessoas desde o início. Com esse fenômeno, as atividades sociais tomaram um novo rumo. Um smartphone é agora um assistente pessoal para metade dos usuários móveis.

62% dos usuários móveis estão na faixa etária de 18-34<sup>(2)</sup>.

3 de cada 4 usuários usam seus telefones para navegar na internet quase todos os dias<sup>(3)</sup>.

<sup>(1)</sup> Statista: número de smartphone usados no mundo de 2014 a 2020 (em bilhões), 2017

<sup>(2)</sup> Estatísticas Go-Gulf sobre o uso de smartphones em todo o mundo, 2012

<sup>(3)</sup> Barômetro de marketing móvel publicado pela Mobile Marketing Association em junho de 2014

Em 2018, estima-se que 36% da população mundial usará smartphones<sup>(1)</sup>. Graças ao Wifi, 3G e 4G, é mais fácil ter acesso à Internet em dispositivos móveis.

Em um dia, um usuário médio verifica seu dispositivo 221 vezes<sup>(2)</sup>.



Um estudo sobre o uso de smartphones foi liderado pela Tecmark no Reino Unido em setembro de 2014. Eles descobriram que os smartphones são os gadgets mais utilizados em nossas vidas diárias.

2000 usuários foram questionados e descobriu-se que cada um deles verifica seu telefone 221 vezes ao dia

Seus hábitos:

- Verificar a previsão do tempo
- Ler e-mails
- Consultar redes sociais
- Inspeccionar sua agenda
- Criar uma lista de tarefas
- ...



Com todos os aplicativos disponíveis em nossos smartphones, este dispositivo tornou-se muito útil em nossas vidas diárias.

<sup>(1)</sup> Statista: número de smartphone usados no mundo de 2014 a 2020 (em bilhões), 2017

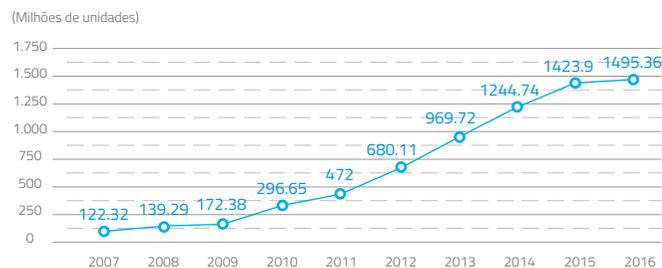
<sup>(2)</sup> Fonte: <http://www.tecmark.co.uk/smartphone-usage-data-uk-2014/>

## O Mercado de smartphones

Os smartphones estão vendendo mais do que celulares simples: 49,5% da população prefere usar smartphones<sup>(1)</sup>. O número de smartphones continua aumentando a cada ano: Em 2016, 1,5 bilhões de smartphones foram vendidos em todo o mundo, em comparação com 680 milhões em 2012<sup>(2)</sup>.

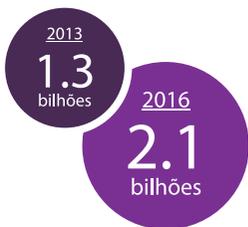


### NÚMERO DE SMARTPHONES VENDIDOS EM TODO O MUNDO <sup>(2)</sup>



<sup>(1)</sup> Emarketer: 2 bilhões de consumidores em todo o mundo terão um smartphone em 2016

<sup>(2)</sup> Statista: Número de smartphones vendidos a usuários finais no mundo de 2007 a 2016



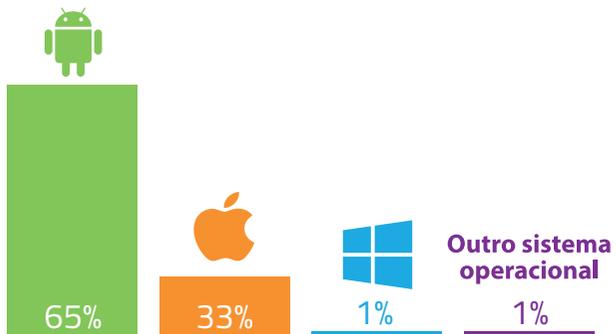
O número de usuários de smartphones tem aumentado a cada ano. Estima-se que em 2016, 2,16 bilhões de pessoas estarão usando smartphones em comparação com 1,31 bilhões em 2013<sup>(1)</sup>.

## SISTEMA OPERACIONAL

O iOS da Apple foi o principal sistema operacional por um longo tempo, mas tem perdido espaço nos últimos anos. Por alguns anos, o Android vem assegurando a maioria da quota de mercado do sistema operacional móvel. Ele ganhou popularidade entre os usuários de smartphones por seus vários recursos.

Com 64,76% de participação de mercado, o Android está na posição de liderança, seguido pela Apple com 32,93%<sup>(1)</sup>.

Participação de mercado de sistemas operacionais móveis<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Netmarketshare «Participação de Mercado dos Sistemas Operacionais para Celular/Tablet» (2017)

## OS10 SMARTPHONES MAIS VENDIDOS DO MUNDO

Desde que o iPhone 6 foi lançado em setembro de 2014, os smartphones da Apple são os mais vendidos.

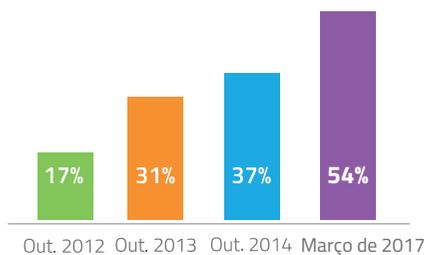
- Apple – iPhone 6S
- Apple – iPhone 7
- Apple – iPhone 7+
- Apple – iPhone 6S+
- Samsung – Galaxy S7 edge
- Samsung – Galaxy J3
- Oppo – A53
- Samsung – Galaxy J5
- Samsung – Galaxy S7
- Samsung – Galaxy J7

Estudo Counterpoint, publicado em setembro de 2014  
<http://www.counterpointresearch.com/top10sep2014>

## A leitura do e-mail em dispositivos móveis

**88%**  
no mundo  
todo

88% dos e-mails são lidos em dispositivos móveis <sup>(1)</sup>.

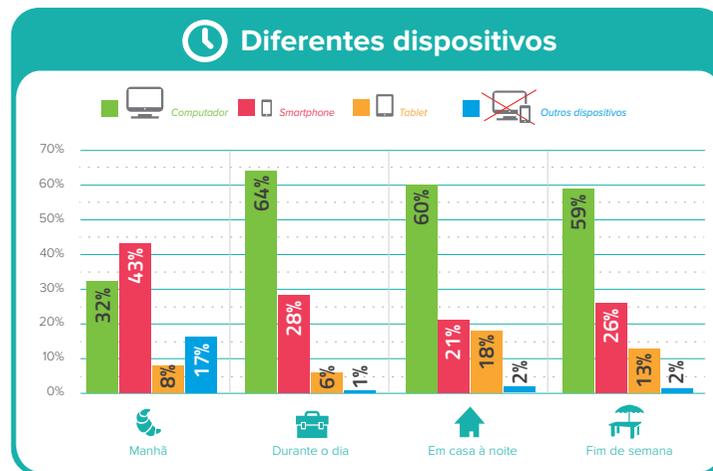


Mais e-mails são lidos em celulares a cada dia, 37% dos e-mails foram lidos em smartphones em 2014 em comparação com 31% em 2013 e 17% em 2012, mostrando um crescimento de 117% em 2 anos<sup>(1)</sup>. Em 2017 uma pesquisa da Litmus aponta que 54% de todos os emails são lidos em um dispositivo móvel<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> Estudo publicado por Return Path

<sup>(2)</sup> Litmus "State of Email" (Março de 2017)

A qualquer hora do dia você pode verificar seus e-mails do seu celular.



<sup>(1)</sup> BlueHornet «Opiniões do cliente sobre o e-mail marketing 2015»

### 3 MANEIRAS DIFERENTES DE VERIFICAR E-MAILS EM UM SMARTPHONE

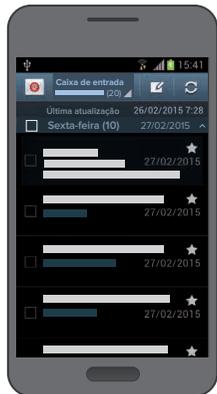
Existem várias aplicativos que permitem a leitura de e-mails no smartphone:

#### 1. Aplicativos de e-mail nativos

A maioria dos usuários de celular usa seus aplicativos de e-mail nativos para verificar e-mails. Para o iPhone, o aplicativo é chamado de Mail e para o Android, é chamado de Email.



O usuário só terá que configurar o aplicativo de e-mail, já que ele já está instalado em todos os smartphones. Ele permite reunir vários endereços de e-mail, o que é conveniente quando temos mais de uma conta de e-mail.



#### 2. Aplicativos de e-mail

No momento, todos os clientes de e-mail têm seu próprio aplicativo. Mesmo que os recursos sejam semelhantes ao aplicativo de e-mail nativo, a usabilidade e o conteúdo variam para cada um.

Os usuários somente precisam fazer o download do aplicativo e configurar o seu e-mail.

Cada aplicativo e cada cliente de e-mail tem sua própria maneira de interpretar o código HTML e exibir seu conteúdo.



### 3. . Navegador da Web

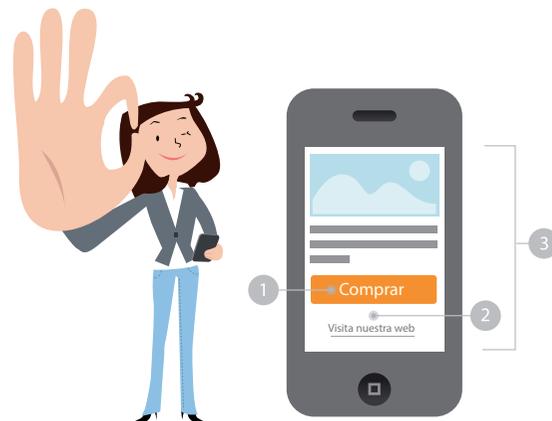
É possível acessar sua caixa de entrada de e-mail a partir do navegador da web Safari em iPhones ou do Internet Explorer no Android. Ambos instalados por padrão.



No navegador, o usuário pode acessar sua conta de email.



### CONTEXTOS TÉCNICOS QUE VOCÊ DEVE SABER



A navegação em telas sensíveis ao toque é muito intuitiva. Mas nem sempre é fácil de usar e pode ser irritante às vezes se o conteúdo não é adaptado para o dispositivo usado. Os dedos não podem ser tão precisos quanto o mouse do computador, então existem algumas regras a respeitar no design de seus e-mails e websites:

- 1 Os elementos clicáveis devem ser visualmente identificáveis: ao contrário de um mouse onde você pode identificar instantaneamente um elemento clicável, não sabemos quais elementos são clicáveis ao usar uma tela sensível ao toque. É por isso que você deve se certificar de que seus links estão sublinhados e seus botões CTA visíveis (colorido, em forma retangular ou borda arredondada...). Recomendamos que você use um tamanho mínimo de 44X44 pixels para seus botões CTA.
- 2 Crie espaço em torno de seus links clicáveis: será difícil distinguir links se eles estiverem muito próximos uns dos outros. Seus contatos podem se sentir irritados se clicarem em um link que não era o desejado.
- 3 Uma vez que as telas do smartphone são menores, é desagradável rolar para baixo para verificar a mensagem inteira. Encurte seu conteúdo para facilitar a leitura do e-mail.

Um pré-cabeçalho é o texto em cima do seu e-mail. Na maioria das vezes, ele é usado para colocar um link para exibir a mensagem em um navegador. Geralmente, a sentença é algo semelhante a «visualizar este e-mail no navegador». A maioria dos profissionais de marketing não exploram este espaço idealmente, porque eles podem não saber que os aplicativos de e-mail para iPhone e Android exibem o início do pré-cabeçalho logo após a linha de assunto. Use esse espaço para adicionar mais informações complementares além de sua linha de assunto e convencer seus destinatários a abrir sua mensagem.



Para garantir que seu e-mail seja exibido corretamente em smartphones, recomendamos usar fontes como Verdana ou Arial. Essas fontes são fáceis de ler em uma tela.

Para os recursos visuais, recomendamos aplicar contrastes fortes. Pequenos contrastes não são adequados para telas pequenas, isso dificultará a leitura. Você também deve pensar nos destinatários que irão abrir o seu e-mail logo que acordarem, para que as cores não sejam muito forte para os olhos. Evite certas cores como o amarelo, que pode ser desagradável para a leitura.

## Por que é importante fazer um e-mail responsivo

Dependendo das funcionalidades de suporte do aplicativo usado para ler e-mails, uma campanha não responsiva poderá ser exibida de duas maneiras:

- Em um tamanho menor

A largura de um documento é redimensionada para uma tela pequena. Você verá toda a newsletter de uma só vez, o que lhe permite obter uma boa visão geral do posicionamento dos diferentes módulos, mas será completamente impossível ler qualquer texto ou clicar em um link sem o zoom.



- Em um tamanho maior

A largura do e-mail não se adapta à largura da tela e você vê o conteúdo em seu tamanho real. As palavras e frases são legíveis, mas os blocos de texto ficam encurtados ou são movidos. A hierarquia das informações não é clara, e será difícil orientar a leitura da mensagem.



Você terá que diminuir o zoom para entender a estrutura da mensagem e identificar as informações.

Essas restrições não estão exclusivamente vinculadas ao e-mail marketing, mas sim às características de uma página da web. Quando você está checando uma página da web que não é otimizada para um smartphone, você vai enfrentar os mesmos problemas. Quem nunca enfrentou essa dolorosa experiência com um cardápio ou uma pesquisa?

Para evitar que seus leitores precisem de zoom, você deve controlar a exibição, integrando a propriedade meta viewport à tag <HEAD> no código HTML. Isso garantirá que o seu conteúdo se adapte automaticamente à largura do dispositivo usado.

Exemplo:

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
```

width :tamanho da tela em pixel

O objetivo do design responsivo é otimizar um site ou um e-mail para todos os tipos de dispositivos. Isso pode ser feito para cada dispositivo separadamente ou por grupos de telas semelhantes.

Como torná-lo responsivo?

Existem muitas maneiras possíveis. Vamos explicá-las nos capítulos seguintes.

## E-mail fluído

---

### O QUE É UM E-MAIL FLUÍDO?

Um e-mail fluído tem um layout adaptado para telas pequenas e grandes. O conteúdo é redimensionado automaticamente para o dispositivo utilizado sem introduzir qualquer alteração na estrutura da página. Se seu e-mail já é composto em apenas uma coluna, você pode usar um e-mail fluído.



Para adaptar seu e-mail a diferentes tipos de dispositivos, você deve definir as dimensões de seus elementos em porcentagens.



O código a ser usado:

```
style = "width : 80%; max-width : 600px; height : auto;"
```

width: largura da imagem em porcentagem para telas pequenas

max-width: largura máxima da imagem para telas maiores e computadores

height: altura automatizada para manter a proporção da imagem

**Cuidado: max-width e min-width não são compatíveis no Outlook 2007, 2010 e 2013.**

## E-mails responsivos usando Media Queries

---

Media Queries são fundamentais quando se trata de adaptar o conteúdo de um e-mail para dispositivos móveis. Seu recurso CSS3 permite identificar a largura do dispositivo e, portanto, aplicar um conteúdo diferente.

Este método amplamente utilizado consiste em segmentar o tamanho de pixel CSS da tela:

- min-device-width: largura de tela mínima em pixels CSS
- max-device-width: largura máxima da tela em pixels CSS

Código a ser usado:

```
@media only screen and (max-device-width : 480px)
```

Neste exemplo, definimos o limite para 480 pixels. Isto significa que os e-mails abertos em celulares com uma largura inferior a 480px CSS exibirá uma versão otimizada.

Media Queries oferecem múltiplas combinações. Aqui estão 2 possibilidades a ter em mente:

Seleção baseada na orientação do dispositivo (retrato ou paisagem)

Exemplo:

```
@media(max-device-width : 480px) and (orientation :
portrait) {
    / * Largura inferior a 480px e orientação vertical * /
}
```

Seleção baseada na resolução da tela ou na relação de pixels

Exemplo:

```
@media (min-device-pixel-ratio: 1.5) {
    / * Tela superior a 144dpi * /
}
```



## DEFININDO A LARGURA DE UM EMAIL RESPONSIVO

Aqui está uma visão geral de diferentes smartphones no mercado (em negrito são os celulares mais vendidos em setembro de 2014):

	Pixels phys. Width	Pixels phys. Height	Pixels CSS Width	Pixels CSS Height
Apple iPhone 3	320	480	320	480
ZTE Open (Firefox OS)	480	720	320	480
Microsoft Lumia 900	480	800	320	480
Samsung Galaxy S3 mini	480	800	320	533
Samsung Galaxy S2	480	800	320	480
Samsung Galaxy S	480	800	320	480
Microsoft Lumia 620	480	800	320	480
Microsoft Lumia 830	720	1280	320	480
Apple iPod Touch	640	1136	320	568
Apple iPhone 4	640	960	320	480
<b>Apple iPhone 5, 5S &amp; 5C</b>	<b>640</b>	<b>1136</b>	<b>320</b>	<b>568</b>
Microsoft Lumia 1020	768	1280	320	480
Microsoft Lumia 925	768	1280	320	480
Microsoft Lumia 920	768	1280	320	480
HTC 8X	720	1280	320	480
Blackberry Torch 9800	360	480	360	480
HTC Evo 3D	540	960	360	640
Samsung Galaxy S4 mini	540	960	360	640
Samsung Galaxy Note 2	720	1280	360	640
Sony Xperia P	540	960	360	640
Blackberry Z30	720	1280	360	640
Samsung Galaxy S3	720	1280	360	640
Samsung Galaxy Nexus	720	1200	360	600
Sony Xperia S	720	1280	360	640
<b>Samsung Galaxy S4</b>	<b>1080</b>	<b>1920</b>	<b>360</b>	<b>640</b>
<b>Samsung Galaxy S5</b>	<b>1080</b>	<b>1920</b>	<b>360</b>	<b>640</b>
<b>Samsung Galaxy Note 3</b>	<b>1080</b>	<b>1920</b>	<b>360</b>	<b>640</b>
Sony Xperia Z	1080	1920	360	640
LG Nexus 5	1080	1920	360	640
HTC One	1080	1920	360	640
LG G3	1440	2560	360	640
<b>Apple iPhone 6</b>	<b>750</b>	<b>1334</b>	<b>375</b>	<b>667</b>
LG Optimus G	768	1280	384	640
LG Nexus 4	768	1280	384	640
Blackberry Z10	768	1280	384	640
Samsung Galaxy Note	800	1280	400	640
<b>Apple iPhone 6 Plus</b>	<b>1080</b>	<b>1920</b>	<b>414</b>	<b>736</b>

A largura do smartphone em pixels CSS corresponde à 3ª coluna.

## QUAIS CELLULARES E APLICATIVOS SÃO COMPATÍVEIS?

Media queries testadas em:

### Aplicativo padrão em Compatibilidade

Android 2.3	✓
Android 5	✓
BlackBerry 9930	✗
iPhone 5S com iOS 7	✓
iPhone 5S com iOS 8	✓
iPhone 6 com iOS 8	✓
iPhone 6 Plus com iOS 8	✓

### Gmail App Compatibilidade

Android 5	✗
iOS 7	✗
iOS 8	✗

### Yahoo App Compatibilidade

iOS 8	✓
-------	---

### TouchDown App Compatibilidade

Android 5	✗
-----------	---

### Safari Compatibilidade

Gmail	✗
Yahoo	✗
Outlook.com	✗

Dependendo do tipo de sistema operacional, certas regras não são levadas em consideração como Media Queries. Teste sua campanha no seu celular para verificar se tudo funciona bem.

## CÓDIGO PARA EMAIL RESPONSIVO

As Media Queries devem ser integradas na tag <HEAD> da mensagem dessa forma:

```
<!DOCTYPE HTML>
<html>
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html;
charset=utf8">
<style type="text/css">
@media only screen and (max-device-width : 480px) {
  .container{
    width: 80% !important;
  }
  .title-red {
    color: #F00!important;
  }
  .img-mobile {
    .img-mobile {
  }
  .column{
    width:80% !important;
    display:block !important;
  }
  .hide-mobile{
    display:none !important;
  }
}
</style>
</head>
```

Seguido pela tag <BODY> mostrando o conteúdo do e-mail

Em Media Queries, indique como seu e-mail deve ser exibido com recursos especiais:

- A classe CSS «container» permite fixar a largura da tabela em porcentagem, indicamos 80% aqui
- A classe CSS «title-red» permite que você altere a cor do título na versão para celular
- A classe CSS «img-mobile» permite que você redimensione a imagem, em porcentagem, dependendo da largura da tela, indicamos aqui 80%
- A CSS «column» permite que você tenha um e-mail em uma coluna em vez de 2 colunas
- A CSS «hide-mobile» permite esconder elementos da versão tradicional na versão para celular

Cada classe CSS deve ser introduzida na parte <BODY> do código HTML, dependendo dos elementos que você deseja alterar. A regra de prioridade !Important deve ser adicionada à Media Query, para que o estilo específico seja priorizado no lugar do estilo indicado na tag <BODY>.

Aqui está um exemplo:

```
<body style= "padding:0; margin:0">
<table class="container" align="center" width="600" border="0"
cellspacing="0" cellpadding="0">
  <tr>
    <td style="padding:15px 0">
      <p class="title-red" style="font-family:
Arial, Helvetica, sans-serif; color:#000; font-
size:30px"><strong>Responsive design</strong></p>
    </td>
  </tr>
  <tr>
    <td style="padding-bottom:20px"></td>
  </tr>
  <tr>
    <td>
```

```
    <table class="container" width="600" border="0"
cellspacing="0" cellpadding="0">
      <tr>
        <td class="column" style="line-height:20px">
          <p style="font-family: Arial, Helvetica, sans-serif;
color:#000; font-size:16px"> <strong>title</strong> </p>
          <p style="font-family:Arial, Helvetica, sans-serif;
color:#000; font-size:12px">Lorem Ipsum é simplesmente um
texto falso usado para marcação de espaço.</p>
        </td>
        <td width="15px" class="hide-mobile">&nbsp;</td>
        <td class="column" style="line-height:20px">
          <p style="font-family:Arial, Helvetica, sans-serif;
color:#000; font-size:16px"> <strong>Title</strong> </p>
          <p style="font-family:Arial, Helvetica, sans-
serif; color:#000; font-size:12px">Lorem Ipsum é simplesmente
um texto falso usado para marcação de espaço.</p>
        </td>
      </tr>
    </table>
  </td>
</tr>
</table>
</body>
</html>
```

## EXEMPLOS DE E-MAILS ADAPTATIVOS

### Newsletter Mailify

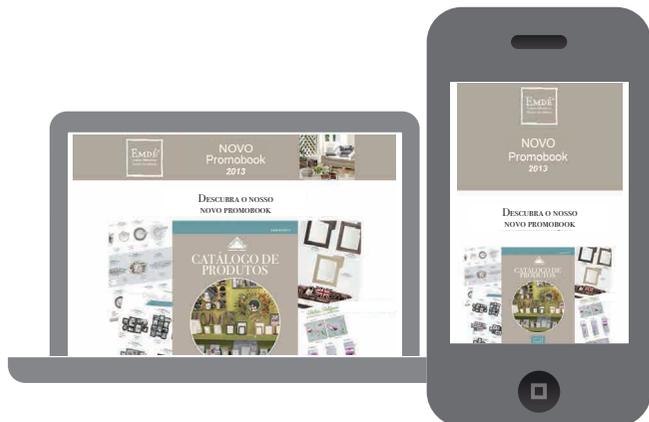


## EmailBuilder, um editor responsivo

Com o EmailBuilder Mailify, você cria newsletters em um piscar de olhos!

O editor gráfico revolucionário do Mailify orienta você passo a passo através da criação de uma newsletter. Tudo que você tem a fazer é arrastar e soltar o texto e/ou blocos de imagem, e seu layout é criado em minutos!

### Email marketing criado pela agência Mailify EMDE





---

## Conclusão

Ler e-mails em smartphones tornou-se um hábito entre os usuários de dispositivos móveis. Se as empresas ignoram este comportamento do consumidor, a sua comunicação por e-mail pode sofrer graves consequências.

Os e-mails podem ser responsivos para todos os dispositivos usando os métodos apresentados anteriormente.

Criando e-mails responsivos, você estará facilitando a leitura em dispositivos móveis para os seus contatos.

---

## Apresentação do Mailify Sunrise

Como uma ferramenta líder de e-mail marketing na Europa, o Mailify ajuda as empresas a criar e gerenciar suas campanhas de marketing digital.

Desde 2001, o software vem evoluindo continuamente para atender às necessidades e expectativas dos usuários, tornando-se hoje uma ferramenta de marketing «tudo-em-um»: e-mail marketing, marketing SMS, automação de marketing, envio preditivo, análise anti-spam, FormBuilder, estatísticas avançadas, etc.

Todas essas funcionalidades tornam o Mailify Sunrise uma ferramenta completa, simples de usar e líder de mercado.

Como um verdadeiro especialista em e-mail marketing, Mailify fornece conselhos e melhores práticas através de seus whitepapers, artigos de blog e webinars.

## O SOFTWARE: MAILIFY SUNRISE



A ferramenta foi completamente atualizada e integra novos recursos, permitindo que as empresas gerenciem facilmente seu e-mail marketing.

Mailify permite que você:



Gerencie suas campanhas de newsletter localmente com o aplicativo ou on-line.



Crie e-mails incríveis sem esforço.



Automatize seu marketing como as grandes empresas.



Exiba seus formulários com pop-ins inteligentes.



Veja facilmente todos os indicadores de desempenho de suas campanhas.