POLÍTICA ANTI-SPAM

Buscando aplicar as práticas de mercado exigidas pelos principais provedores de email, tais como, Gmail, Outlook, etc, também de acordo com nossas práticas aplicadas em todo o nosso ecossistema de trabalho, criamos esta Política Anti-Spam, com o objetivo de orientar nossos clientes quanto ao uso correto das ferramentas oferecidas por nossas soluções. Buscamos maior respeito no uso e tratamento de dados pessoais, bem como na forma de abordagem de potenciais clientes ou clientes efetivos. A Comunidade Europeia e vários países, incluindo o Brasil, aprovaram leis que conferem mais proteção aos dados pessoais. Por conta disso, o SALES DOMAIN, através desta Política vem contribuir com o uso saudável de dados pessoais coletados por seus clientes, bem como o respeito à legislação.

IMPORTANTE: O descumprimento por parte do cliente dos termos previstos nesta Política Anti-Spam, bem como taxas de email muito abaixo do padrão de mercado, podem gerar a imediata suspensão do envio de mensagens e o cancelamento da respectiva conta.

Referente ao conteúdo enviado

Titularidade do remetente da mensagem

É vedado o uso de domínios que não sejam de titularidade da empresa contratante, exemplo: a Empresa A detentora do domínio @empresaA.com.br só poderá utililizar remetentes do tipo exemplo@empresaa.com.br, ela não está autorizada a enviar emails com o remetente que não seja de sua propriedade.

Práticas de *phishing* e atividades ilícitas

Phishing é uma prática ilegal que em termos gerais consiste em fazer uso da marca de uma empresa terceira (geralmente um banco) para roubar dados sensíveis de uma pessoa (por exemplo dados bancários). Nós não toleramos tal prática e qualquer suspeita referente ao tema pode implicar a suspensão de emails antes mesmo de eles serem enviados.

Além de phishing somos contrários a qualquer prática ilícita aplicada com o uso de nossos sistemas, portanto qualquer suspeita de atividades dessa natureza pode implicar na suspensão de envio de emails e cancelamento da conta.

É obrigatório o uso e respeito às políticas de descadastro de email

Todo email deve conter um link de descadastro e o desejo do cliente de não receber mais mensagens deve ser respeitado. Por padrão o SALES DOMAIN possui um campo obrigatório associado a essa prática, bem como impede a comunicação com leads que tenham desejado se descadastrar do recebimento de email.

Caso um lead, após ter se descadastrado, queira voltar a receber e-mails, ele mesmo deve realizar o PROCESSO DE REATIVAÇÃO com dupla confirmação, fornecendo o devido consentimento.

Comprometimento com a qualidade do conteúdo

Todo conteúdo enviado por email está sujeito a avaliação dos provedores de email (Gmail, Outlook, Yahoo e etc.), tal avaliação gera uma reputação perante esses servidores que implica na entrega das mensagens de um determinado remetente. Por mais que a reputação seja majoritariamente atribuída à marca e a conta específica do cliente, parte dela também afeta a ferramenta responsável pelo envio (SALES DOMAIN). Portanto solicitamos que Você se comprometa a seguir todas as boas práticas de conteúdo.

Referente às oportunidades (leads) selecionadas para envio

Quanto ao consentimento dos usuários

De acordo com a Lei Geral de Proteção dos Dados, para contatar alguém por email é necessário que este tenha consentido em prover seus dados para uso da empresa e também é necessário que ele tenha explicitamente consentido em receber comunicações via email daquela empresa. Para mais informações sobre a Lei Geral de Proteção dos Dados e suas implicações, consulte a Lei. Outras

legislações podem se aplicar no caso de operações internacionais (como GDPR na Europa por exemplo)

Importação de dados e oportunidades oriundas de outros sistemas

Em linha com a definição de consentimento anterior, todo lead importado para o SALES DOMAIN deve em algum momento ter provido consentimento explícito para uso de seus dados e consentido com a comunicação por email, o mesmo vale para leads vindos dos demais sistemas do cliente.

Aquisição de listas de clientes por terceiros

Nós não permitimos o uso de leads adquiridos via terceiros, seja essa lista adquirida de forma paga ou não. Em casos de parcerias firmadas entre empresas que impliquem no fornecimento de leads, é necessário garantir que o lead expressou consentimento para uso dos dados e comunicação tanto do parceiro quanto do cliente que usará a lista.

Quanto ao engajamento de oportunidades (leads)

É de responsabilidade do cliente manter seus leads engajados e minimizar o contato com leads desengajados. Toda comunicação com leads desengajados piora a reputação do cliente perante Gmail, Outlook, etc. fazendo com que menos emails passem a ser entregues nesses provedores. Por mais que primariamente a marca e a conta do cliente seja a principal impactada, o SALES DOMAIN também pode ser afetado por esse comportamento. Assim sendo, pedimos aos nossos clientes que evitem se comunicar com esses leads, principalmente durante processos de envio de grande massa de e-mails.

Referente às práticas de envio

Aquecimento de domínio e IP dedicado

Toda troca de domínio ou instalação de IP dedicado demanda um período de aquecimento gradual onde o cliente deve se comprometer a realizar um volume controlado de envios. É fundamental seguir e respeitar esse período de aquecimento para garantir o bom funcionamento do SALES DOMAIN.

Ação sob o número de descadastro e marcação de SPAM

Para preservar uma boa reputação com os principais servidores de email e garantir a entrega dos emails do cliente, é fundamental que seja feito ajustes periódicos em sua estratégia de comunicação e campanhas visando minimizar a quantidade de descadastros e marcação de SPAM.

Ação sob o número de Soft e Hard Bounces

Assim como o tópico anterior, para preservar a reputação e garantir uma boa taxa de entrega é fundamental agir em torno de minimizar as taxas de Soft Bounce e Hard Bounce, a forma mais eficiente de minimizar essas taxas é garantir a validade e interesse dos leads selecionados para as campanhas, além de evitar o relacionamento com contatos/listas muito antigos, onde a chance de existir endereços que não existem mais é muito alta. Como medida de segurança o SALES DOMAIN já suspende campanhas com altas taxas de Hard Bounce, entretanto isso não invalida o cuidado e atenção que o cliente deve ter para manter essas taxas baixas.

Quanto ao envio em massa de emails

Seguindo a definição de SPAM, o SALES DOMAIN é contrário a qualquer prática de envio de email em massa para leads que não demonstram interesse pelo que está sendo ofertado. Assim, nossos clientes devem sempre segmentar e direcionar suas campanhas para perfis específicos, de forma a não realizar campanhas de alto volume para uma audiência grande e genérica.

Variação abrupta da quantidade de emails enviados

Os principais servidores de email (Gmail, Outlook, etc.) estão constantemente monitorando o volume de emails enviados por cada remetente e consolidando um perfil de disparo para esses remetentes. Portanto, ao realizar um aumento súbito nos emails enviados por um curto período de tempo, o cliente não só prejudica sua reputação e entrega de emails para os provedores de email, como também afeta a reputação do SALES DOMAIN. Assim sendo, é solicitado que nossos clientes realizem seus disparos de forma mais distribuída no tempo e, em época de lançamento onde os volumes são maiores, ele se prepare nas semanas anteriores aumentando seu volume progressivamente.

Atualizado em 14 de mARÇO de 2022