Antispam.br :: 5/8/12 4:02 PM



OCERT.br

Registro.br



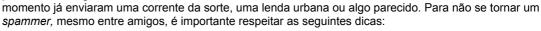
Sumário

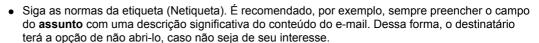
Como não se tornar um spammer

Como fazer marketing por e-mail, sem fazer spam

Como não se tornar um spammer

Muitas pessoas, mesmo sem perceber, em algum





Todos os direitos reservados - CG

- Procure informações a respeito dos diversos e-mails que receber. Muitos usuários, por desconhecimento, reiniciam a propagação de lendas urbanas ou boatos.
- Antes de enviar um e-mail, reflita se o conteúdo será útil ou de interesse do grupo para o qual pretende remetê-lo.
- Procure refletir antes de repassar e-mails suspeitos, tais como: boatos, lendas urbanas e até mesmo, golpes. Na dúvida, não envie.
- Respeite o propósito e o formato das listas de discussão e demais fóruns na rede.
- Não use listas de mala direta ou particulares de amigos de terceiros para enviar propaganda ou quaisquer divulgações pessoais.
- Se decidir fazer marketing de sua empresa ou negócios na Internet, informe-se antes sobre as melhores práticas para este fim.

Como fazer marketing por e-mail, sem fazer spam

Fazer marketing pela Internet sem provocar spam, requer o uso de boas práticas. A seguir, algumas das quais podem evitar a propagação de e-mails não solicitados.

- Enviar e-mails somente para os clientes que optaram pelo cadastro na lista de divulgação de seus produtos e/ou serviços. Tal cadastro pode ter sido feito por telefone, na hora do primeiro contato comercial ou por formulário disponível no site da empresa na Internet.
- Não usar listas de divulgação de terceiros, nem comprá-las de fornecedores de mala direta.
- Não reutilizar listas de divulgação, ou seja, não enviar informações de determinado serviço aos clientes cadastrados na lista de divulgação de outro serviço, ainda que sejam da mesma empresa.
- Respeitar as opções do cliente no preenchimento de formulários de cadastramento em listas de

Antispam.br :: 5/8/12 4:02 PM

divulgação, por escrito ou on-line.

- Respeitar as solicitações de descadastramento de suas listas.
- Não iniciar o primeiro contato com o cliente por e-mail, ou seja, o envio do primeiro e-mail, sem prévia autorização do cliente, caracteriza a prática de spam.

