

LEADLOVERS 2026

A peça chega sem leilão. O contato tem nome.

E-mail e newsletter própria:
da peça publicada ao contato
identificado na base da empresa.

GUIA DESTILADO DA PÁGINA DO PORTAL,
COM FONTE E DATA EM CADA NÚMERO · 12 PÁGINAS

CAFÉ SERRA CLARA · O ALCANCE QUE ACABA

O e-mail entrega a peça reaproveitada e devolve um contato com nome

A Café Serra Clara, torrefação de Goiânia com cinco funcionários e loja virtual, é o cenário fictício desta trilha. Enquanto a verba roda, gente nova aparece; no dia em que a verba acaba, o alcance encolhe.

O e-mail entrega a peça já publicada direto na caixa da pessoa, sem leilão de algoritmo, e devolve um contato com nome para a base da empresa. No Panorama de Marketing e Vendas RD Station edição 2026, 54% das empresas brasileiras usam o canal com frequência.

A conta técnica veio junto: desde 1º de fevereiro de 2024 o Google pede SPF, DKIM, DMARC, taxa de spam abaixo de 0,30% e descadastro em um clique de quem envia mais de 5.000 mensagens por dia ao Gmail.

O caminho tem seis etapas: a peça publicada leva a uma chamada para material complementar, que leva à página de captura com consentimento, que dispara o e-mail de entrega, que abre a sequência de relacionamento e termina com o contato identificado na base própria.

Um seguidor é um número no painel de outra empresa; um contato é uma linha na base da sua, com nome, origem e histórico de clique.



A RESPOSTA CENTRAL

Cada peça publicada volta a circular por um custo de envio que independe da disputa por espaço no feed, e a mesma pessoa pode receber a newsletter por anos sem que ninguém pague de novo pelo alcance daquela entrega.

NÚMEROS DE 2026

O alcance alugado acaba no dia em que a campanha para

A torrefação publica um vídeo de moagem por semana e patrocina os melhores. O e-mail troca o dono da lista: quem preenche o formulário entrega um endereço.

1

O canal de melhor retorno

Segundo o eMarketer em 2 de fevereiro de 2026, 26,9% dos profissionais de marketing do Reino Unido e dos Estados Unidos apontam o e-mail como o canal de melhor retorno, à frente do site próprio (22,7%) e do anúncio em rede social (11,4%).

2

A preferência de quem recebe

No mesmo levantamento do eMarketer de 2 de fevereiro de 2026, 59% dos adultos no mundo dizem preferir o e-mail para receber ofertas e novidades de marcas.

3

A busca sem clique

O eMarketer, em 2 de fevereiro de 2026, citou medição da Similarweb de julho de 2025 segundo a qual 69% das buscas no Google terminam sem clique, o que empurra a distribuição para canais diretos.

4

Adoção brasileira

No Panorama de Marketing e Vendas RD Station edição 2026, o e-mail é o quarto canal mais usado, com 54% das empresas usando com frequência e 29% acionando apenas em campanhas específicas.

5

O aviso do mesmo número

Quase um terço das empresas trata o e-mail como evento isolado de campanha, segundo o mesmo Panorama RD Station edição 2026. A esteira pede rotina de envio, domínio autenticado e segmentação declarada.

6

Cadência declarada

No Panorama RD Station edição 2026, entre as empresas brasileiras que mantêm newsletter, 41% enviam uma vez por mês, 34% enviam toda semana e 21% enviam a cada quinze dias.

LEITURA

Seguidor é um número no painel de outra empresa. Contato é uma linha na sua base, com nome, origem e histórico de clique, e o custo de falar de novo com ele fica fora do leilão.

REQUISITO TÉCNICO DESDE 2024

Chegar à caixa de entrada virou requisito com data

Antes de ampliar o volume, a empresa precisa provar ao provedor que é quem diz ser. As seis frentes abaixo resumem as regras e a rotina que as acompanha.

1

Regra do Gmail

Desde 1º de fevereiro de 2024, o Google exige de quem envia mais de 5.000 mensagens por dia: SPF e DKIM no domínio, DMARC publicado, taxa de spam abaixo de 0,30% no Postmaster Tools e descadastro em um clique.

2

Regra da Microsoft

Desde 5 de maio de 2025, domínios que enviam mais de 5.000 mensagens por dia para Outlook.com, Hotmail e Live precisam de SPF, DKIM e DMARC com política mínima p=none, sob pena de rejeição com o erro 550 5.7.515.

3

Relatório do DMARC

O DMARC devolve arquivos diários que mostram quem envia em nome do seu domínio, expondo o serviço esquecido sem autenticação e a tentativa de terceiro de assinar como sua empresa.

4

Subdomínio de marketing

A separação entre a mensagem comercial e a nota fiscal ou a redefinição de senha protege a reputação da conversa transacional.

5

Reputação acumulada

O provedor observa quanto do que sai do seu domínio é aberto, respondido, apagado sem leitura ou marcado como spam, e usa esse registro para decidir a caixa do próximo envio.

6

Volume por degraus

Um domínio novo começa com a fatia mais engajada da base e amplia ao longo de semanas, observando rejeição e reclamação a cada degrau.

POR QUE ELES DITAM A REGRA

Segundo o Internet Society Pulse em 25 de agosto de 2026, Google Workspace e Microsoft 365 recebem e-mail de mais de 38% do primeiro milhão de domínios da web, e a hospedagem própria caiu para 22,4%.

UM VÍDEO VIRA TRÊS A CINCO E-MAILS

Uma página do portal vira uma sequência

Reaproveitar significa extrair da peça quatro blocos, a tese, uma orientação prática, um exemplo e uma chamada, e dar a cada e-mail uma função própria.

1

E-mail 1 · Entrega

Chega minutos depois da inscrição, entrega o material prometido e diz o que vem a seguir e com que frequência.

2

E-mail 2 · Contexto

Traz a tese da página com o número datado que a sustenta e o link para a versão completa no portal.

3

E-mail 3 · Objeção

Responde a dúvida que mais aparece no atendimento, com a resposta na primeira frase e um exemplo curto.

4

E-mail 4 · Prova

Mostra um caso, um número medido ou uma demonstração, sempre com a fonte e a data ao lado do número.

5

E-mail 5 · Chamada

Pede uma ação única, com o mesmo link no texto e no botão, e oferece a saída de quem prefere só a newsletter.

LEITURA OPERACIONAL

Copiar a página inteira para dentro do e-mail desperdiça o canal. O texto do inbox tem outra medida: assunto curto com o objeto no começo, primeira frase que responde sozinha, parágrafos de três linhas e um único destino de clique. O resto fica na página, com o link levando para lá.

ATENÇÃO VIRA CONTATO

O formulário transforma atenção em contato com nome

A torrefação cogitou comprar uma lista de dez mil endereços. Em vez disso, publicou um guia de preparo e reuniu 500 inscrições em dois meses, cada uma com o método de preparo preferido marcado.

1

Formulário curto

Endereço e um campo de interesse bastam para começar; o resto do cadastro se preenche ao longo do relacionamento. Cada campo adicional cobra um preço em desistência.

2

Consentimento e expectativa

A caixa de inscrição diz o que a pessoa vai receber, com que frequência e como sai quando quiser. A distância entre promessa e primeiro e-mail aparece na taxa de reclamação.

3

Lista comprada

O endereço que nunca pediu para receber gera reclamação, e a reclamação entra no mesmo indicador que o Google limita a 0,30% desde 1º de fevereiro de 2024.

4

Oferta do catálogo

Um guia de preparo diz mais sobre a intenção de quem baixa, porque quem quer aprender a moer grão está a poucos passos de comprar grão. Material distante do que a empresa vende atrai lista grande e fria.

5

Origem registrada

Guardar a página, a campanha e a data da inscrição, levadas por campo oculto para o cadastro, permite comparar qualidade por origem meses depois.

6

Inatividade com prazo

Uma sequência curta de reengajamento separa quem esqueceu de quem perdeu o interesse; a supressão vem depois dela, com o prazo definido antes de precisar dele.

O CAMINHO DO CONTATO

Formulário preenchido, origem registrada, interesse declarado que vira etiqueta, etiqueta que escolhe a sequência e sequência que define a próxima mensagem. Um campo de segmentação evita o disparo igual para toda a base.

FAIXAS MEDIDAS NO E-COMMERCE BRASILEIRO

Gatilho de comportamento rende mais que disparo igual

O benchmark de e-commerce da edrone, publicado em 4 de fevereiro de 2026 com coleta de dezembro de 2025, separa os envios por tipo e mostra faixas bem diferentes.

1

Newsletter

Newsletters de lojas brasileiras abrem entre 8,51% e 19,50% conforme o setor, com eletrônicos em 11,37% e alimentos e bebidas em 16,25%, na medição da edrone de 4 de fevereiro de 2026.

2

Automação e fluxo

Automações e fluxos disparados por comportamento vão de 7,41% a 55,65% de abertura no mesmo levantamento da edrone de 4 de fevereiro de 2026, com papelaria chegando a 50,92%.

3

Recuperação de carrinho

Recuperação de carrinho vai de 5,38% a 26,67% na medição da edrone de 4 de fevereiro de 2026, sempre acima da newsletter comum do mesmo setor.

4

A largura das faixas

Um mesmo tipo de fluxo varia dezenas de pontos entre setores, o que inviabiliza tratar qualquer número do benchmark como meta. A comparação útil é a da própria operação contra ela mesma.

5

Roteamento por clique

Quem clicou e visitou a oferta entra na trilha de venda; quem clicou e não comprou entra na recuperação; quem ficou trinta dias sem resposta vai para o reengajamento.

6

Teto por contato

Sem limite declarado, a pessoa que se encaixa em três fluxos recebe três mensagens no mesmo dia e marca a terceira como spam. A supressão cruzada entre fluxos protege a reputação.

TESTE COM PRAZO

Teste um elemento de cada vez, com prazo fechado. Mexer em assunto e oferta ao mesmo tempo devolve um número que ninguém explica depois. Abertura sozinha decide pouco: clique único, avanço na sequência e receita por destinatário sustentam decisão melhor.

A VERSÃO WEB E O GEMINI

A versão web é a página que a IA pode citar

A caixa de entrada é fechada por definição: nenhum rastreador lê o que está dentro da conta de e-mail. A saída é publicar cada edição em uma versão web no domínio da empresa.

1

Sem site, sem busca

A própria beehiiv defende o ponto em texto de 13 de agosto de 2025: a newsletter sem site próprio não existe para a busca. A URL estável transforma cada envio em página perene.

2

Texto e canonical

A versão web nasce em texto, com título próprio e uma pergunta no título. Duas cópias do mesmo texto pedem um único lar, com a etiqueta de canonical da cópia secundária apontando para ele.

3

A escala do formato

O relatório State of Newsletters 2026 da beehiiv, de 5 de janeiro de 2026, registra 28 bilhões de e-mails enviados por publicadores da plataforma em 2025, mais de 255 milhões de leitores únicos e abertura média acima de 41%.

4

Newsletter como produto

O mesmo relatório da beehiiv de 5 de janeiro de 2026 registra US\$ 19 milhões em assinaturas pagas em 2025, contra US\$ 8 milhões em 2024, e mediana de 66 dias até a primeira receita.

5

Resumo do Gemini

Desde 29 de maio de 2025, segundo o Google Workspace Updates, o Gemini gera cartões de resumo no app do Gmail; em 8 de janeiro de 2026 o Google anunciou resumos de conversa para todos, sem custo adicional.

6

Assunto e primeira frase

O assunto vira afirmação verificável nos primeiros 40 caracteres, que são os que sobrevivem no celular, e a primeira frase do corpo alimenta o resumo com o número, a fonte e a data.

O EXEMPLO BRASILEIRO

No Brasil o exemplo mais citado é a the news, do grupo Waffle, que passa de dois milhões de leitores ativos e lançou versão premium a partir de R\$ 9,99 por mês, segundo o release da Waffle noticiado pelo ABC da Comunicação.

EXIGÊNCIAS DOS DOIS PROVEDORES QUE CONCENTRAM A INFRAESTRUTURA

Gmail e Outlook cobram autenticação com data

Segundo o Internet Society Pulse em 25 de agosto de 2026, Google Workspace e Microsoft 365 recebem e-mail de mais de 38% do primeiro milhão de domínios da web.

Critério	Gmail (Google)	Outlook, Hotmail e Live (Microsoft)
Em vigor desde	1º de fevereiro de 2024	5 de maio de 2025
Volume que dispara a regra	Mais de 5.000 mensagens por dia	Mais de 5.000 mensagens por dia
Autenticação	SPF, DKIM e DMARC no domínio de envio	SPF, DKIM e DMARC com p=none alinhado a SPF ou DKIM
Teto de reclamação de spam	Abaixo de 0,30% no Postmaster Tools, exigência do Google desde 1º de fevereiro de 2024	Sem número publicado; reputação avaliada pelo provedor
Descadastro	Um clique, com link visível e processamento em até dois dias	Link de descadastro claro exigido
Consequência de descumprir	Entrega degradada e rejeição	Rejeição com o erro 550 5.7.515

LEITURA DA TABELA

Cair no spam e ser rejeitado são falhas diferentes: a mensagem no spam existe na conta e pode ser resgatada; a rejeitada volta com código de erro e nunca chegou a existir para quem deveria ler.

SEIS PEÇAS PRONTAS NA PÁGINA

O kit publica a página em seis canais

As seis peças do kit saem da página e cabem em canais diferentes sem reescrita, cada uma com canal, formato, limite e linha de procedência. O texto integral está na página, pronto para copiar.

1

LinkedIn · post

Até 1.300 caracteres: seguidor contra contato, com os 26,9% do eMarketer de 2 de fevereiro de 2026 e as regras do Google vigentes desde 1º de fevereiro de 2024.

2

Quora · resposta

300 a 600 palavras respondendo se o e-mail ainda funciona em 2026 para empresa pequena, com as faixas da edrone de 4 de fevereiro de 2026 e o Panorama RD Station edição 2026.

3

Medium · abertura de artigo

Título, subtítulo e dois parágrafos com a cena da torrefação e as regras de entregabilidade de 2024 e 2025, com canonical apontando para o portal.

4

YouTube Shorts · roteiro

45 segundos: 500 contatos valem mais que 5.000 endereços frios, com o teto de spam de 0,30% do Google de 1º de fevereiro de 2024 e a abertura de até 55,65% da edrone de 4 de fevereiro de 2026.

5

WhatsApp · mensagem

Até 500 caracteres com a regra nova de inbox em uma linha e o link rastreado do guia.

6

X · thread de cinco posts

Do canal sem leilão à versão web citável, cada post com o número e a fonte no próprio texto.

CONVENÇÃO DE MARCAÇÃO

Todo link que sai da newsletter carrega parâmetros de origem: utm_source recebe a origem, utm_medium o formato, utm_campaign a edição ou a sequência e utm_content o link específico. O painel mínimo tem oito linhas, de taxa de entrega a crescimento líquido da base, lidas contra o mês anterior da própria operação.

QUATRO DÚVIDAS DE QUEM COMEÇA

Perguntas frequentes da esteira

As quatro dúvidas que mais aparecem quando um time pequeno liga o e-mail à esteira de conteúdo, com o número, a fonte e a data na mesma frase.

1

Quando valem as regras de grandes remetentes do Gmail?

Valem para quem envia mais de 5.000 mensagens por dia para contas Gmail, em vigor desde 1º de fevereiro de 2024: SPF e DKIM, DMARC publicado, spam abaixo de 0,30% e descadastro em um clique. Quem envia menos ganha entrega melhor cumprindo a mesma lista.

2

Qual a diferença entre cair no spam e ser rejeitado?

A mensagem no spam chegou à conta e pode ser resgatada. A rejeitada volta com código de erro e nunca chegou. A Microsoft rejeita remetentes sem autenticação com o erro 550 5.7.515 desde 5 de maio de 2025, o que pede conserto no DNS, não no texto.

3

Quantos e-mails deve ter a sequência de uma página?

Entre três e cinco. A mínima tem entrega, contexto com número datado e chamada única; a completa acrescenta objeção e prova. No Panorama RD Station edição 2026, entre marcas com newsletter, 41% enviam por mês, 34% por semana e 21% a cada quinze dias.

4

Por que publicar a versão web se a edição já foi enviada?

Porque a caixa de entrada é fechada para buscadores e sistemas de resposta. A versão web em URL estável vira página indexável e citável. O State of Newsletters 2026 da beehiiv, de 5 de janeiro de 2026, registra 28 bilhões de e-mails enviados em 2025 e abertura média acima de 41%.

ONDE CONFERIR

Os números da página mudam a cada trimestre e cada um carrega a própria data na frase. Quando a data envelhecer, reconfira na fonte antes de repetir o número em peça nova.

PRÓXIMO PASSO

Autentique o domínio e publique o formulário.

Publique SPF, DKIM e DMARC, ative o descadastro em um clique, coloque um campo de interesse no formulário e transforme cada página publicada em uma sequência de três a cinco e-mails. A página completa traz a tabela de exigências, o roteamento por comportamento e o kit de peças.

LER A PÁGINA COMPLETA NO PORTAL

VER O MOTOR DE REAPROVEITAMENTO

MEDIÇÃO DO MOTOR: UTM E PAINEL

VOLTAR AO INÍCIO DO PORTAL

Fontes citadas na página: Google, Mailgun, Google Workspace Updates, Internet Society Pulse, RD Station, eMarketer, edrone, beehiiv, IAGENTE e ABC da Comunicação.

Material educativo do portal Leadlovers 2026 · Brasil GEO · destilado da página pública em 27 de agosto de 2026.