07

Vídeo 7

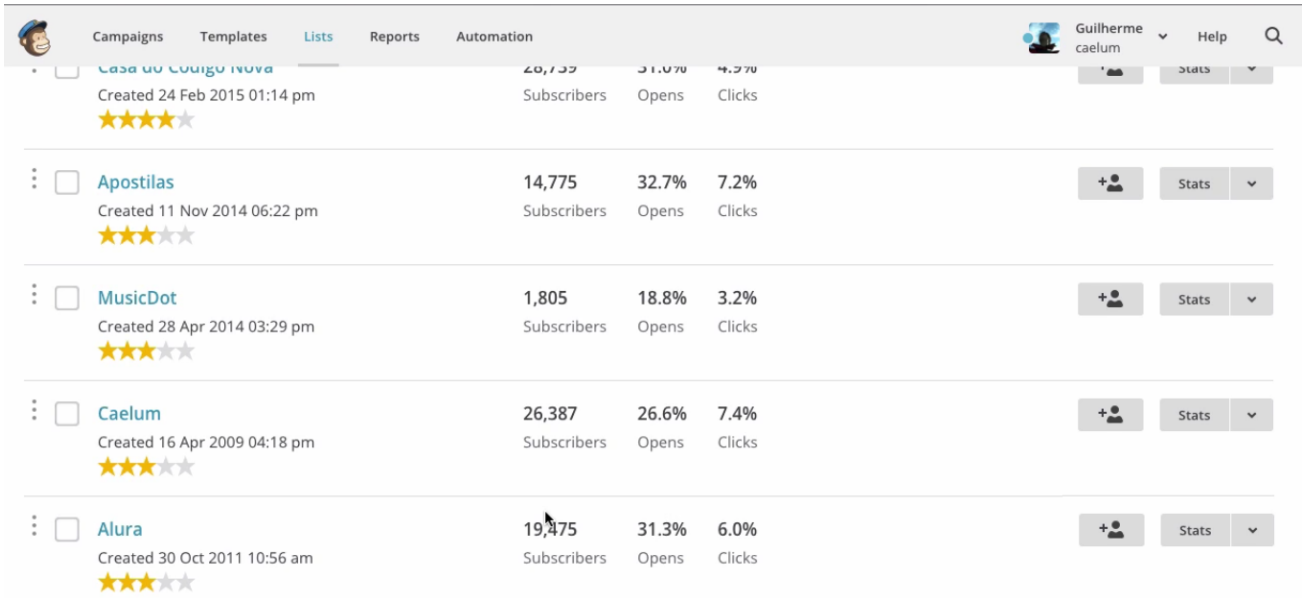
Transcrição

Vimos a importância de manter as nossas listas e a relevância de tê-las atualizadas. É importante adicionar novos assinantes, mas também devemos ficar atentos a quem não abre os nosso e-mail e não quer fazer parte da nossa lista. Mas devemos limpar esses usuários e não fazer *delete*.

Se deletarmos o endereço de e-mail, nós perderemos o histórico do *unsubscribed* e posso importar sem querer alguém que não queríamos importar. Então, não devemos usar listas novas para enviarmos campanhas diferentes. Se não teremos o mesmo problema de perda de histórico. Ou seja, o melhor é fazer a devida manutenção da lista, em vez de criarmos uma nova.

No caso, nós só usaremos a lista da Alura. Temos o históricos dos usuários, o rating, dados de abertura, informações que podemos acompanhar pelos relatórios.

Vão ocorrer casos em que o mesmo cliente pode estar em duas listas? É possível. Por exemplo, nós temos algumas listas diferentes na Alura.



Além da lista da Alura, temos um lista de "Dicas de JavaScript" e "Dicas de SQL", em que enviamos diariamente dicas sobre esses assuntos. Algumas pessoas foram adicionadas em várias de nossas listas. Desta forma, se ele quiser se descadastrar da lista de Java, ele não sairá imediatamente da minha lista de JS ou da Alura. São listas distintas e pagamos por cada uma delas - no MailChimp, assim como outras ferramentas parecidas, pagamos pelo número de assinantes que temos.

Geralmente, as empresas mantêm apenas uma lista. Podemos utilizar automações e segmentações - já vimos um pouco, mas nos aprofundaremos ainda mais. Criamos grupos que trabalharemos de formas diferentes o envio do conteúdo.

Resumindo: dê manutenção para sua lista, descadastre, mas nunca delete usuários. E crie outra lista somente se fizer sentido. Lembrando que lista diferentes significam método de unsubscribes diferentes. Não confunda quem será seu usuário final.