

Pronunciamento de Orientação Comunicação Eletrônica E-Mail

Relatores: Edison Garcia e Helio Garcia
Coordenadores: Haroldo Levy e Geraldo Soares

17 / maio / 2012

Conceituação

Um eficiente sistema de distribuição de e-mail é peça fundamental na política de divulgação pública de uma companhia aberta.

Deve ser utilizado como ferramenta na comunicação de informações e prestação de contas entre a Área de Relações com Investidores da companhia e seus públicos estratégicos.

Permite a uma companhia informar, comunicar e promover suas atividades por meio da Internet. Esta correta articulação revela-se decisiva para o êxito de uma estratégia ou política de divulgação.

Objetivo

Identificar as melhores práticas e procedimentos nas ações de comunicação das companhias pela utilização de e-mail, valendo-se do meio digital da Internet.

Foge ao Objetivo

Não deve ser confundido, nem deve substituir os procedimentos oficiais de envio de informações na forma exigida pela legislação e regulamentação existentes aos órgãos de controle , CVM e Bolsa de Valores.

Principais Características

Distribuição de E-Mails

- Tem a função divulgar as atividades da companhia, conquistar novos investidores ou melhorar a sua rede de relacionamentos;
- Utiliza canais de distribuição eletrônicos para chegar a seus públicos estratégicos rapidamente, de forma relevante, personalizada e com mais eficiência;
- É uma forma simples de se conectar e ser lembrado;
- Permite enviar mensagens direcionadas regularmente;
- Recebe respostas rápidas e alcança resultados imediatos.

Principais Características Benefícios

- **Proatividade** – vai ao encontro do público estratégico;
- **Interatividade** – o leitor interage imediatamente com a mensagem;
- **Segmentação** – direciona a mensagem por nível de interesse;
- **Personalização** – personaliza a mensagem com informações do destinatário;
- **Mensuração** – tem o retorno da ação em tempo real;
- **Custo x Benefício** – todas as companhias podem arcar com seu custo;
- **Uniformidade** – combate a assimetria de informações;
- **Aumento na Qualidade das Informações Divulgadas** - resulta em decisão de investimento melhor informado;
- **Aumento na Quantidade de Informações Disponíveis** - reduz as limitações de espaço e custos.

Principais Recomendações

Confidencialidade

- Ter controle escrito de quem pode enviar mensagens;
- Definir os responsáveis e níveis de autorização;
- Dar especial atenção para conteúdo considerado confidencial - *não utilizar o sistema nesta oportunidade.*

Principais Recomendações

Lista de Distribuição

- Construir sua própria lista de distribuição - *não se recomenda a terceirização desta lista;*
- Manter na lista exclusivamente nomes com os quais a companhia tenha relação - *clientes, fornecedores, investidores e indivíduos que partilharam seu e-mail;*
- Utilização de sistema de distribuição de e-mails, com capacidade de enviar texto para:
 - > múltiplas pessoas ao mesmo tempo
 - > filtrar mensagens por conteúdo
 - > cadastrar ou descadastrar nomes da lista de acordo com a mensagem
- Certificar-se que os dados da lista estejam sempre atualizados.

Principais Recomendações

Formatação

- Comunicar com seus públicos estratégicos de forma individualizada e personalizada;
- Dar atenção aos seguintes aspectos:
 - > Título – única ferramenta que captura a atenção dos leitores;
 - > Motivos do Envio – importante explicar o motivo – *mensagem não foi enviada aleatoriamente*;
 - > Mensagem – deve ser simples, clara, acessível, concisa e ir diretamente ao ponto;
 - > Ortografia - evitar uso de abreviações que não seguem as normas formais de escrita;
 - > Cancelar Recebimento – oferecer link com este propósito;
 - > Anexos – evitar envio de anexos ou imagens “pesadas”.

Principais Recomendações

Dados

- Certificar-se que seu e-mail chegou à caixa de entrada dos contatos;
- Importante se preocupar com solução técnica que evite que seu domínio seja enquadrado como *Spam*;
- Utilizar as melhores práticas de comunicação de e-mails;
- Monitorar os e-mails de retorno e os níveis de descadastramento;
- Disponibilizar e-mail para interação do público alvo com a companhia sobre a mensagem.

Principais Recomendações

Permissão

- Ter o consentimento do participante da lista;
- Mensagem deve permitir a opção de descadastramento;
- Ao solicitar consentimento utilizar mensagem explícita e clara;
- Enviar e-mail resposta à solicitação de cadastramento pela Internet.

Descadastramento

- Manter controle estrito sobre o descadastramento;
- Informar de forma clara aos participantes da lista a sua política de descadastramento;
- Prazo para remoção de nomes da lista quando solicitado:
 - > Por e-mail: 2 (dois) dias úteis
 - > Por outros meios: 5 (cinco) dias úteis

Principais Recomendações

Privacidade

- Criar política de privacidade e divulgá-la claramente;
- Política de Privacidade deve tratar como as informações dos destinatários serão utilizadas - *compromisso em proteger e não distribuir detalhes é fundamental*;
- Atentar para que não haja desvio em sua política de privacidade.

Mensuração

- Dispor de ferramentas para acompanhar o resultado das campanhas de comunicação em tempo real;
- Administrar o retorno da campanha de comunicação por meio de relatórios e análises gráficas.

Principais Recomendações

Arquivamento

- Armazenar as mensagens de forma segura e inviolável;
- As mensagens devem permanecer arquivadas por pelo menos 3 anos;
- Importante que o sistema de arquivamento respeite os prazos estipulados pelo órgão regulador;
- As mensagens devem ser indexadas para fácil acesso;
- Manter controle dos acessos ao sistema de arquivamento;
- Manter duplicidade de arquivo em locais distintos - *cópia de segurança*.

Muito Obrigado!

Relatores: Edison Garcia e Helio Garcia
Coordenadores: Haroldo Levy e Geraldo Soares

17 / maio / 2012