

## Formulários e Questionários no Email Marketing: Para que vos quero?

Normal 0 21 false false false PT X-NONE X-NONE

MicrosoftInternetExplorer4

Parece ser uma pergunta fácil de responder; ou talvez não. Para que serve um formulário? Resposta: Para captar contactos. Simples. Para que serve um questionário? Para fazer perguntas. Simples. Porquê? As funções de formulários e questionários vão muito além disso. Estão ocorrendo uma mudança de paradigma na forma como as marcas atuam perante os consumidores. Antes era apenas a marca a falar para o cliente. Com a diversidade de meios e dispositivos do consumidor, principalmente digitais, a tendência é a oposta: a marca ouve e o cliente diz o que pretende em tempo real. Formulários e Questionários são duas ferramentas de um conjunto de soluções que aproximam marca e cliente simplificando este objetivo. Mas voltemos ao título deste artigo. Razão 1: O mais normal é utilizar um formulário para captar contactos. Mas acredite: Muitos não fazem algo tão simples como colocar um formulário no site para captar contactos, preferindo [comprar uma base de dados](#) para fazer envios massivos sem autorização dos destinatários.

Resultados: O formulário apresentado nessa imagem já nos gerou mais de 3000 contactos autorizados.

Razão 2: Pergunte aos seus clientes aquilo que eles querem, ouça-os e relacione-se com eles. Mas atenção: Não seja demasiado exaustivo e vá directo ao assunto. Questionários com demasiadas perguntas afastam as pessoas. Resultados: Esse questionário de satisfação teve 183 respostas de um universo de 352 clientes. Taxa de Sucesso: 52%

Razão 3: O efeito viral. Uma newsletter bem construída com critérios de participação claros e objectivos e um prémio apetecível para o seu público pode fazer muito pelo aumento da sua base de dados.

Resultados: A newsletter apresentada na imagem foi enviada para 3025 pessoas, tendo um total de 2050 recomendações.

Razão 4: Manter uma base de dados actualizada é tão ou mais importante do que adquirir novos contactos. Porquê? Enviar um tratamento para a calvice para toda a base de dados, quando regra geral, os homens que padecem deste problema?

Que fazer?

Lembra-se da pergunta que fiz no início do artigo? Ainda julga que criar um formulário ou questionário tem que ser uma grande dor de cabeça? Não trabalhe em múltiplos software. Centralize os recursos. Procure uma ferramenta todo-o-terreno. Deve ter formulários, questionários e permitir-lhe alimentar e actualizar a base de dados evitando exportações e importações entre software. Faça-a você mesmo. Existem ferramentas já com modelos de formulários e questionários prontos a utilizar. Assim não há necessidade de pedir a terceiros que façam por si.

Conclusão: Não precisa perder dias para concluir com sucesso um questionário ou um formulário. Já não é algo que um leigo possa fazer. Reflita sobre o artigo e verifique que as sugestões apontadas e muitas das ferramentas existentes no mercado têm um valor inestimável. E lembre-se: A era da comunicação de uma via Marca-Cliente tem os dias contados. A Marca deve agora procurar criar mecanismos para saber ouvir o cliente e manter uma conversa com ele. Os questionários online são precisamente uma das ferramentas para o conseguir.

### Sobre o Autor

O E-goi é a plataforma de marketing multicanal desenvolvida para a gestão da comunicação digital por Email, SMS, fax e Voz. O projecto encontra-se em desenvolvimento constante para dar a melhor resposta às solicitações dos seus parceiros e clientes.

A ferramenta é capaz de conjugar todos estes canais, o que permite a sua integração de forma simples e original para comunicar e fortalecer a relação do cliente com a sua marca.