

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Usuário consegue diferenciar marketing de spam

Propaganda online custa menos para as empresas e o retorno é maior que a mala direta

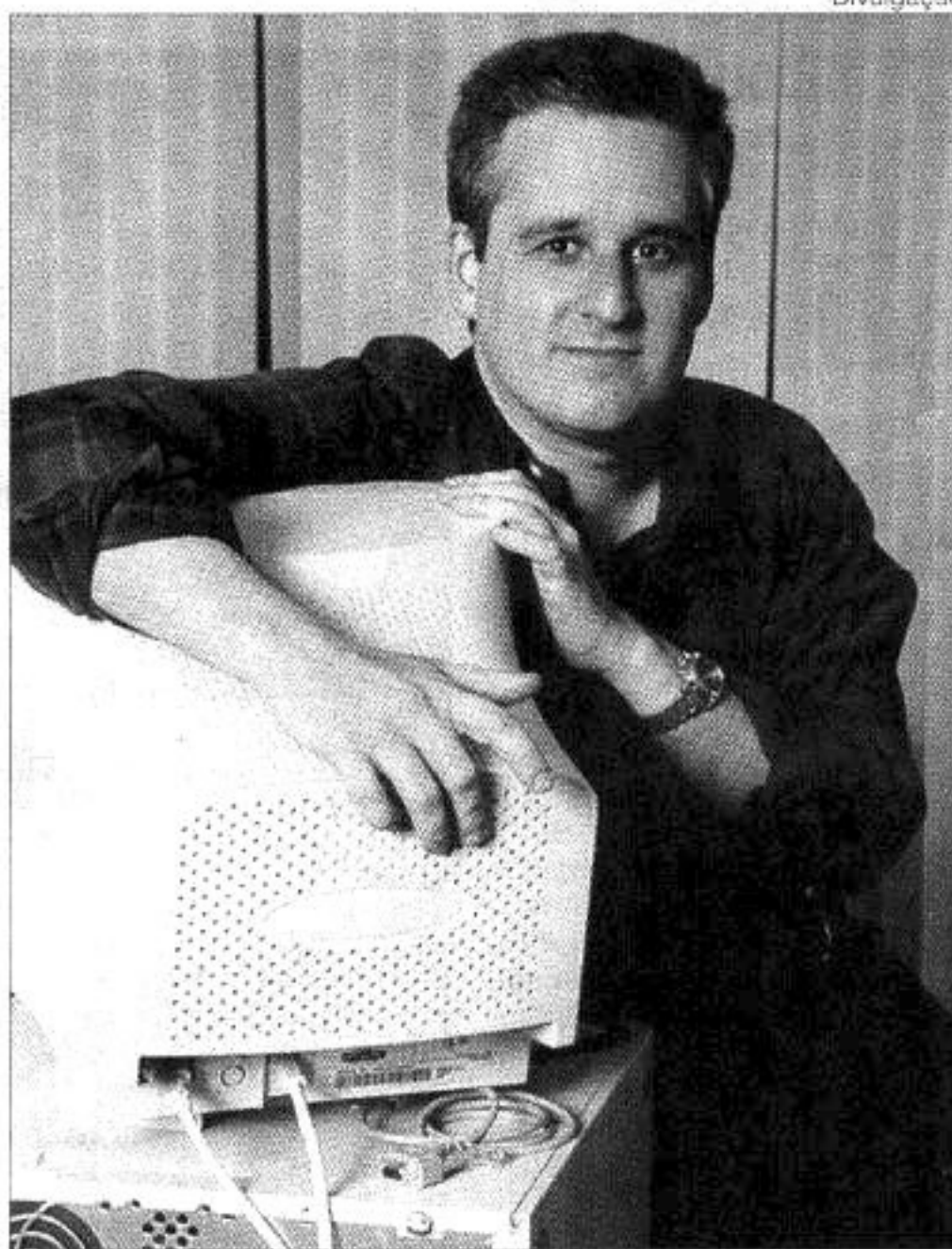
O e-mail marketing, ao contrário do que muita gente pensa, é um canal que traz bons rendimentos para as empresas e nem sempre é confundido com spam pelos clientes. Uma pesquisa da Jupiter Communications mostra que as receitas com e-mail marketing irão atingir US\$ 7,3 bilhões em 2005 e o volume de mensagens chegará a uma média de 1,6 mil e-mails por caixa postal até o final deste ano. A loja virtual Submarino é um exemplo e envia propaganda online com a permissão de seus consumidores.

Flávio Jansen, presidente do Submarino, conta que o índice de abertura dos e-mails marketing chega a 60%. "Conseguimos obter este número de acordo com ferramentas que checam a abertura dos e-mails", diz.

Do total de vendas do Submarino, cerca de 15% a 20% resultam das propagandas online. "É um grande negócio porque sai mais barato do que enviar uma mala direta e também é bom para o cliente porque ele recebe ofertas relevantes ao seu perfil", comenta Jansen. O Submarino envia cerca de três e-mails marketing para cada pessoa semanalmente.

Ricardo Almeida, diretor de planejamento da Jump Solutions, também é a favor do e-mail marketing, desde que a empresa tenha uma base de dados para enviar sua propaganda. "Não adianta ficar comprando lista-negra e enviar mensagens aleatoriamente. Assim, só se perde clientes. Acredito que atualmente o internauta já consegue separar e-mail marketing de spam. O retorno tem sido bom", diz Almeida. O diretor ressalta que sua empresa envia cerca de dois e-mails marketing por mês para seus clientes.

Vítimas - Em qualquer esquina é possível encontrar um usuário de internet que receba uma avalanche de spams, mas isso não compromete que o e-mail marketing surta o seu



Jansen diz que 20% das vendas resulta de propaganda online

ro Guerra Neto. Ele possui cinco contas de e-mails e abre todas diariamente. Com uma média de 250 e-mails por dia, chegando até a 500 às segundas-feiras, Guerra comenta que não vive sem e-mail.

"Tem muitas propagandas online que me interessam, mas dá para distingui-las dos spams. Eu, particularmente, gosto e até compro muitas vezes pela internet." Ele não tem a menor paciência com tanto lixo e já vai deletando tudo que passou pelo filtro.

"Chega a ser irritante porque cerca de 50% ou 60% de tudo que recebo é spam, diga-se propaganda de sites pornográficos e muita coisa do exterior. Já pensei em cancelar as contas, mas e-mail é algo como telefone: é difícil de trocar o número porque dá muito trabalho divulgar o novo",

tal de 40. Deste número, apenas 3 ou 4 são e-mail marketing. "Já fiquei tão irritado com spam que acabo deletando tudo sem nem ler, incluindo os e-mails marketing. Coloquei filtro para não ficar pior, mas mesmo assim, o volume ainda é muito grande. Não gosto de e-mail marketing porque quando quero comprar algo, vou lá e compro, não preciso ficar recebendo propaganda online. Não tenho paciência para ficar lendo nem os e-mails dos meus amigos que dirá e-mail marketing", afirma.

O grau de irritabilidade contra

os spams aconteceu quando Nogueira chegou a apagar um e-mail importante achando que era spam. "Como leio pelo assunto, apaguei e só depois fui me dar conta que era a mensagem que eu estava esperando. Fora que a caixa postal demora

**CANAL VAI
MOVIMENTAR
US\$ 7,3 BI
EM 2005**

o grau de irritabilidade contra os spams aconteceu quando Nogueira chegou a apagar um e-mail importante achando que era spam. "Como leio pelo assunto, apaguei e só depois fui me dar conta que era a mensagem que eu estava esperando. Fora que a caixa postal demora

o grau de irritabilidade contra os spams aconteceu quando Nogueira chegou a apagar um e-mail importante achando que era spam. "Como leio pelo assunto, apaguei e só depois fui me dar conta que era a mensagem que eu estava esperando. Fora que a caixa postal demora

Empresas querem aperfeiçoar os filtros

Maioria dos softwares de combate são para spams em inglês; idéia é criar filtros em outros idiomas

Frustrados com o dilúvio de e-mails não-solicitados em suas caixas postais, os internautas estão recorrendo a um arsenal de filtros para bloquear ou isolar estas mensagens, mais conhecidas como spam. As opções de combate disponíveis variam de sistemas baseados nas listas de endereços que redirecionam mensagens vindas de remetentes estranhos a software de bloqueio de imagens e ferramentas que permitem ao usuário denunciarem mensagens indesejadas por meio de um botão.

A EarthLink se tornou no mês passado o primeiro grande provedor de acesso à internet dos Estados Unidos a instituir um sistema de bloqueio como opção para seus 5 milhões de usuários. O spamBlocker compara as mensagens ao livro de endereço eletrônico do destinatário, que têm várias alternativas em relação aos e-mails desconhecidos. O bloqueio se relaciona aos remetentes, e não ao conteúdo das mensagens, como é comum.

Mas a maior parte da tecnologia de combate ao spam foi criada apenas para mensagens em inglês. "Alguns idiomas, como o japonês, causam

dificuldade para determinar se uma mensagem é spam ou não", disse Gene Hodges, presidente da Network Associates, uma das diversas fornecedoras de filtros anti-spam para empresas e usuários domésticos. Em seis meses, a empresa pretende lançar um software para capturar spam escritos em chinês, japonês, francês, alemão, holandês e outros idiomas.

Grandes companhias mundiais como Yahoo!, America Online e Microsoft já bloqueiam bilhões de mensagens de spam diariamente. "Alterar os filtros para línguas românicas é fácil, mas o spam escrito em idiomas asiáticos, com estruturas sintáticas e alfabetos muito diferentes, demora bastante", disse Hodges.

Os filtros costumam funcionar muito bem até a hora que os spammers inventam uma nova forma de atrair os internautas. Quando começaram a aparecer na internet, em 1999, os filtros fizeram com que o índice de spams diminuíssem consideravelmente, mas logo em 2000, a taxa começou a crescer e não parou até hoje, alcançando níveis absurdos.

No Brasil, o spam representa 32% do tráfego diário de

e-mails na internet. Uma pesquisa feita pela empresa Ferris Research nos EUA mostra que o prejuízo no país em 2002 foi de US\$ 8,9 bilhões e a projeção para 2003 é que este valor suba para US\$ 10 bilhões. O estudo classificou também com o que estes US\$ 8,9 bilhões foram gastos: 44% em consumo de TI, 39% em perda de produtividade dos funcionários e 17% em custos com help desk.

Crianças - A preocupação em instalar filtros é grande principalmente por

parte dos de crianças até 12 anos. Nos EUA, 4 em cada 5 crianças recebem e-mails com conteúdo pornográfico, esquema para enriquecer e empréstimos, se-

gundo estudo encomendado pela Symantec naquele país. A maioria das crianças entrevistadas disseram que se sentem desconfortáveis e ofendidas com as mensagens.

Uma em cada cinco crianças lê os e-mails e metade delas abre sem supervisão dos pais. Cerca de 80% dos entrevistados recebem mensagens de apostas; outras 62% são alvos de e-mails sobre namoro; e 47% recebem mensagens de sites de pornografia. (C.G. e agências internacionais)

**PREJUÍZO EM
2003 DEVE
SER DE US\$
10 BILHÕES**