

COMO CALCULAMOS O EMAIL BENCHMARK

Compreender como os benchmarks de email são calculados é essencial para interpretar o desempenho com precisão e comparar resultados entre setores. Nesta secção, descrevemos a metodologia por trás de cada métrica, explicamos como os dados são processados e clarificamos as definições utilizadas ao longo do benchmark. Ao utilizar padrões de medição consistentes, garantimos que cada métrica reflete padrões reais de interação e fornece insights relevantes para a sua estratégia de email.

Nota: Todos os valores incluem aberturas geradas automaticamente (aberturas de máquina).

Taxa de aceitação:	A percentagem de e-mails aceites com sucesso pelos servidores dos destinatários, em relação ao total de e-mails enviados.
Taxa de abertura (OR):	A percentagem de destinatários que abrem um e-mail em comparação com o número total de e-mails entregues.
Taxa de cliques (CTR):	A relação entre o número de utilizadores que clicam num link específico e o número total de utilizadores que visualizam o e-mail.
Taxa de clique por abertura (CTOR):	A percentagem de destinatários que clicam num link após abrirem um e-mail. Esta métrica mede a eficácia do conteúdo do e-mail em envolver aqueles que efetivamente o visualizaram.
Taxa média de aceitação:	A percentagem média de e-mails aceites com sucesso pelos servidores dos destinatários ao longo de um determinado período.
Taxa de aceitação por setor:	A percentagem de e-mails aceites com sucesso pelos servidores dos destinatários, em relação ao total de e-mails enviados em cada setor de atividade.
Taxa de rejeição por setor:	A percentagem de e-mails que não conseguem chegar à caixa de entrada dos destinatários devido a problemas de entrega. Esta métrica inclui tanto problemas temporários (soft bounces) como falhas permanentes (hard bounces).
Taxa média de abertura:	A percentagem média de destinatários que abrem um e-mail em comparação com o número total de e-mails entregues ao longo de um determinado período.

Taxa de abertura por mês/dia/hora:	A percentagem de destinatários que abrem um e-mail em comparação com o número total de e-mails entregues num mês/dia/hora específico.
Taxa de abertura por setor:	A percentagem de destinatários que abrem um e-mail em comparação com o número total de e-mails entregues num setor específico, apresentada como uma média desse setor de atividade.
Taxa média de cliques:	A relação média entre o número de utilizadores que clicam num link específico e o número total de utilizadores que visualizam o e-mail ao longo de um determinado período.
Taxa de cliques por mês/dia/hora:	A relação entre o número de utilizadores que clicam num link específico e o número total de utilizadores que visualizam o e-mail num mês/dia/hora específico.
Taxa de cliques por setor:	A relação entre o número de utilizadores que clicam num link específico e o número total de utilizadores que visualizam o e-mail num setor específico, apresentada como uma média desse setor de atividade.
Taxa média de clique por abertura:	A percentagem média de destinatários que clicam num link após abrirem um e-mail ao longo de um determinado período.
Taxa de clique por abertura por mês/dia/hora:	A percentagem de destinatários que clicam num link após abrirem um e-mail num mês/dia/hora específico.
Taxa de clique por abertura por setor:	A percentagem de destinatários que clicam num link após abrirem um e-mail num setor específico, apresentada como uma média desse setor de atividade. Esta métrica reflete a eficácia com que o conteúdo envolve as audiências nos diferentes setores.
% de e-mails por mês:	A percentagem de todos os e-mails enviados que é distribuída por cada mês do ano. Esta métrica demonstra como o volume de e-mails é repartido ao longo do ano.
% de e-mails por dia:	A percentagem de todos os e-mails enviados que ocorre em cada dia da semana. Esta métrica destaca como o volume de e-mails varia de segunda-feira a domingo.
% de e-mail por hora:	A percentagem de todos os e-mails enviados que ocorre durante cada hora do dia. Esta métrica revela os padrões de envio horário e os períodos de pico de envio.