



Pós-graduação em Marketing Digital

Trabalho Individual

Abril 2022

Pedro Miguel Gouveia Xavier Martins da Silva

pedro.gxms@gmail.com

Tema ANP2 - Email Marketing para uma Newsletter semanal

Montar uma rede de angariação de registos para a Newsletter, planear a estrutura e os conteúdos da Newsletter para pelo menos 3 meses.



Índice

1 INTRODUÇÃO e ENQUADRAMENTO	3
2 OBJETIVOS	5
2.1 ANÁLISE INTERNA: MINDSERENA.....	5
2.2 OBJETIVOS	6
3. PÚBLICOS-ALVO.....	7
4. ANGARIAÇÃO DE REGISTOS	8
4.1 REGULARIZAÇÃO DE REGISTOS OBTIDOS ANTERIORMENTE	8
4.2 WEBINARS	10
4.3 LANDING PAGE COM LEAD MAGNET	10
4.4 WEBSITE	11
4.5 REDES SOCIAIS.....	11
5. ESTRUTURA DE NEWSLETTER.....	11
6. PLANO DE CONTEÚDOS.....	13
6.1 TIPO DE CONTEÚDOS	13
6.2 DIA DA SEMANA E HORA DE ENVIO	14
6.3 PLANO DE CONTEÚDOS.....	14
7. MEDIÇÃO DE RESULTADOS	25
8. CONCLUSÃO	25
9. ANEXOS	26
10. BIBLIOGRAFIA:	30

1 INTRODUÇÃO e ENQUADRAMENTO

O TEMA

Encontrando-me a trabalhar no processo de reformulação do site da MindSerena (<https://www.mindserena.org>), entendi aproveitar a ocasião para estimular a MindSerena no sentido de subir degraus na comunicação com os seus públicos, efetuando uma aposta no Email Marketing.

Mindserena é um projeto de aprendizagem socioemocional que utiliza o mindfulness em contexto educativo para melhorar um conjunto de competências emocionais junto das comunidades escolares. A Mindserena concebeu e ministra um conjunto de ações formativas junto de professores e psicólogos para que estes fiquem aptos a posteriormente implementar as aprendizagens nos alunos e pacientes em idade escolar.

O EMAIL MARKETING

Uma das mais efetivas e poderosas formas de nos conectarmos com os nossos públicos é através do Email Marketing.

O Email Marketing é o conjunto de processos e técnicas destinado a alcançar determinada(s) audiência(s) com conteúdo apropriado ao(s) seu(s) interesse(s), através de email, ajudando-nos a potenciar as nossas conversões e/ou receitas.

Ao contrário do que vão afirmando as vozes mais desinformadas, o Email Marketing não está a morrer e encontra-se mais vivo do que nunca. De facto, após todos estes anos de evolução na área do marketing digital, o Email Marketing continua a ser a forma mais eficiente de comunicar com os nossos públicos. Senão, vejamos:

- Existem 4 mil milhões de utilizadores diários de email (Statista, 2021)
- 4 em cada 5 profissionais de marketing afirmaram que preferem desistir das redes sociais do que do email marketing (Litmus, 2020)
- 35% dos profissionais de marketing enviam aos seus clientes 3-5 emails por semana (Not Another State of Marketing, 2020)
- 74% da geração Baby Boomers pensa que o email é o canal mais pessoal para comunicar com as marcas;
- 31% dos marketers B2B afirmam que as newsletters por email são a melhor forma de estimular leads (Content Marketing Institute, 2020);

- 99% dos utilizadores de email verificam diariamente a sua caixa de entrada. Destes, 58% verificam os seus emails logo pela manhã (OptinMonster, 2020).

Partimos assim para a implementação de uma rede de angariação de registos para uma newsletter semanal da MindSerena, planeando uma estratégia assente nos objectivos que definirei, de acordo com o público-alvo apropriado, concebendo uma estrutura, um plano de conteúdos e respetiva medição de resultados, para tal newsletter.

2 OBJETIVOS

Antes dos objetivos propriamente ditos, façamos uma análise às comunicações, atividades e conteúdos que a Mindserena presentemente dispõe.

2.1 ANÁLISE INTERNA: MINDSERENA

O propósito principal da Mindserena é formar um número crescente de pessoas certificadas com o Modelo Mindsera, de modo que estes fiquem aptos a poder implementar as práticas mindfulness – e de acordo com as suas directrizes e manuais– junto das crianças em idade escolar.

COMUNICAÇÕES

A MindSerena efetua as suas comunicações através dos seguintes canais:

- Instagram (138 seguidores);
- Facebook (605 seguidores);
- Grupo privado MindSerena no Facebook (31 membros);
- Canal Youtube (24 subscritores);
- Email

ATIVIDADES

A MindSerena realiza e participa regularmente nas seguintes atividades:

- Webinars de divulgação e acompanhamento
- Formações
- Eventos, como retiros de silêncio e atividades exteriores
- Conferências e seminários

CONTEÚDOS

Tipos de conteúdo partilhados pela MindSerena através dos seus canais:

- Informações sobre atividades;
- Recursos relacionados com a prática mindfulness;
- Materiais de apoio aos formandos;
- Links para artigos relacionados com as temáticas: crianças, vida escolar, vida familiar, entrevistas com especialistas, propostas de práticas e atividades diárias
- Apontamentos diversos de consumo mais rápido;

- Artigos curtos próprios;
- Sugestões de atividades relacionadas com o mindfulness

EMAIL MARKETING: ESTADO ATUAL

A criação de uma newsletter para a MindSerena significa um ponto de partida praticamente do zero: a MindSerena utiliza presentemente o email apenas para contactos pontuais e individualizados, na gestão do dia-a-dia das atividades inerentes ao funcionamento do seu projeto.

Todos os endereços de email presentemente existentes foram obtidos desde o início de atividade da Mindserena, sem o devido consentimento para qualquer tipo de finalidade que não seja a necessidade de comunicar informações relevantes através dos seus servidores de email.

A Mindserena não tem alocado um orçamento para aplicação nesta nova estratégia de Email Marketing. O número de contactos existentes, sendo reduzido – cerca de 120 – permite uma utilização gratuita na maior parte das plataformas de Email Marketing, pelo menos enquanto o número de contactos angariados não atingir os 1000.

A equipa interna responsável pela eventual aplicação desta estratégia de Email Marketing receberá formação e estará apta a executá-la sem grandes dificuldades.

2.2 OBJETIVOS

Presentemente, a Mindserena encontra algumas limitações na forma como chega ao seu público.

- A MindSerena não tem propriamente um plano estratégico na partilha dos seus conteúdos através dos canais existentes. Eles vão sendo lançados com o propósito de oferecer valor informativo, mas sem um rumo claramente definido.
- O seu público-alvo, sendo demasiado específico e segmentado, e que abordarei adiante, torna-se difícil de impactar apenas com o recurso às redes sociais, uma vez que estas têm um alcance orgânico cada vez mais limitado. Muita da informação perde-se no feed dos públicos.
- Os contactos vão sendo adquiridos através do boca-a-boca, essencialmente de profissionais que já receberam a formação e que a divulgam junto de colegas. Sendo uma excelente forma de obter contactos qualificados, não existe ainda uma cultura de procura ativa por mais público.

A criação de uma newsletter semanal ajudará na resolução destes problemas, de forma a

- Impulsionar o alcance das formações, webinars e eventos agendados pela Mindserena;
- Construir relacionamentos de maior proximidade, criando conexões com a comunidade MindSerena, alimentando-a com conteúdo relevante, como artigos/reflexões escritos pela equipa, partilha de links úteis e de ferramentas para usar em contexto de sala de aula;
- Posicionar a Mindserena como especialista e importante voz na implementação de práticas mindfulness em contexto escolar.

Deste modo, com a newsletter semanal pretende-se atingir os seguintes **objetivos**:

- **Gerar um *click-through rate* de pelo menos 3% em média*, nos próximos 12 meses;**
- **Alcançar uma taxa de abertura de emails de pelo menos 30% em média*, nos próximos 12 meses.**

* com base nas médias da indústria, como indicado em <https://www.campaignmonitor.com/resources/knowledge-base/what-are-good-email-metrics/>

3. PÚBLICOS-ALVO

Embora sejam as crianças em idade escolar quem beneficia do programa Mindserena, a comunicação é dirigida àqueles que serão certificados na Formação no Modelo Mindserena - ministrada pelos profissionais que abraçaram este projeto -, assim como todas as entidades públicas que possam de alguma forma acolher estas formações dentro das comunidades escolares pelas quais são responsáveis. Deste modo, temos como público-alvo da Mindserena:

- Professores
- Técnicos superiores da área das ciências da educação
- Autarquias
- Gabinetes de psicologia

Idade: 25-50 anos

Género: maioritariamente feminino

Interesses: sustentabilidade ambiental, educação, meditação

É junto da comunidade escolar que se encontra a maior parte do público-alvo da Mindserena. Para os alunos beneficiarem do programa sugerido pela Mindserena, os seus professores necessitam de frequentar a Formação no Modelo Mindserena, logo são os professores um dos seus principais públicos. No entanto, estes não possuem a autonomia na tomada de decisão de implementação dos programas, cabendo esta responsabilidade às respetivas escolas e agrupamentos onde aqueles se encontram inseridos. De igual forma, a iniciativa de implementação poderá partir das autarquias, a quem nos tempos mais recentes foram atribuídas novas competências de atuação junto das escolas do respetivo município.

Convém salientar que é normal o professor tornar-se o primeiro elo a tomar conhecimento do modelo Mindserena, divulgando-o posteriormente junto da escola/agrupamento, de modo que a escola/agrupamento avance para a sua implementação.

Estudado o público-alvo, incluo 2 personas, com as seguintes características:

Persona 1

Rita, 39 anos, professora de português do 5º ano; casada, 2 filhos. Gosta de ler, viajar, já experimentou meditação, é voluntária numa associação de animais.

Persona 2

Marta, 30 anos, solteira, sem filhos, técnica superior de ciências de educação, trabalha numa escola, faz regularmente meditação, gosta de se manter em forma, cuidadosa com a alimentação.

4. ANGARIAÇÃO DE REGISTOS

Definidos os objetivos e os públicos, avancemos para as estratégias de captação de registos. Sem eles, todos os esforços de Email Marketing serão em vão.

Considerarei que todos os registos serão obtidos através de *Double Opt-in*, que assegura uma validação de email 100% verdadeira.

4.1 REGULARIZAÇÃO DE REGISTOS OBTIDOS ANTERIORMENTE

A Mindserena tem vindo a captar um conjunto de registos, fruto dos contactos que vai estabelecendo nas suas atividades. Uma parte desses registos chegaram através de

pedidos de informações, participação em webinars, ou de contactos próximos às pessoas envolvidas no projeto Mindserena. Outra parte dos registos chegaram através da venda do livro “*MindSerena em sala de aula – Manual de Apoio para Professores*”, em segunda edição, agora revista e melhorada, lançada no início de 2022. Todos estes registos foram obtidos sem o devido consentimento para tratamento de dados pessoais, logo não poderão ser usados com finalidade de envio de informação sobre ofertas e serviços próprios, sem antes ter sido dado esse consentimento expresso.

Deste modo, como primeira ação de angariação de registos, proponho a criação de uma landing page no website Mindserena, para onde serão convidados, através de email individual e personalizado, todos os contactos obtidos até então, com o propósito de ser obtido o respetivo consentimento, e em conformidade com o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) nº 679/2016.

Email de envio:

Assunto: A MindSerena tem uma boa novidade!

Corpo do Email:

Bom dia, **[nome]** !

A Mindserena vai arrancar brevemente com uma newsletter, onde semanalmente enviará aos seus subscritores um conjunto de recursos que consideramos de relevância para as suas áreas de interesse:

- Curadoria de artigos sobre o Mindfulness
- Atividades Mindserena: webinars, conferências, eventos vários
- Links relevantes sobre: vida escolar, vida familiar, soft skills, entrevistas
- Propostas de atividades
- Materiais de apoio aos formandos

Para poder receber a newsletter no seu endereço de email, necessitamos da sua autorização em conformidade com o RGPD. Informamos que a qualquer altura poderá solicitar o cancelamento da sua subscrição e removeremos os seus dados de imediato.

Para receber a newsletter siga o seguinte link:

[link]

Gratos pela sua atenção!

Com os melhores cumprimentos,

A equipa Mindserena

[imagem 1: formulário registo newsletter]

4.2 WEBINARS

A Mindserena tem vindo a realizar webinars de divulgação do seu projeto. A divulgação dos próprios webinars é efetuada através das suas redes sociais, onde solicita as inscrições, e cujos dados são enviados por email para a Mindserena. Ora, sendo estes contactos altamente qualificados, é de todo o interesse estes ficarem registados como subscritores da newsletter. Para tal, propõe-se que as inscrições para os webinars passem a ser efetuadas através de secção própria no website da Mindserena, com opção adicional de subscrição na newsletter.

[imagem 2: formulário registo webinar]

4.3 LANDING PAGE COM LEAD MAGNET

Propõe-se a criação de uma landing page exclusiva para angariação de registos. Nesta landing page devemos usar um *lead magnet* como isco. Um *lead magnet* tem precisamente essa função: ser um ponto de atração com vista ao completar de determinada ação; neste caso, o registo de subscrição da newsletter da Mindeserna. Esse ponto de atração deverá ser um tipo de conteúdo que acrescente valor às pessoas que desejamos ter como subscritoras da newsletter, indo de encontro àquilo que são os seus interesses como profissionais nas áreas da educação e/ou da psicologia.

Assim propõe-se como *lead magnet* para a subscrição da newsletter, uma das seguintes opções:

- Ebook “Mindfulness – o que é e quais os seus benefícios”
- Ebook “Fundações do Mindfulness: os 7 pilares atitudinais”
- Ebook “Oficina da Respiração : 5 práticas essenciais para a sua semana de trabalho”
- Guia visual “Primavera ativa : 90 ações para a felicidade”

[imagem 3: landing page lead magnet]

É importante divulgar regularmente o ebook através das redes sociais, sem descurar a hipótese de criar anúncios pagos, seja em Facebook/Instagram Ads, seja em Google Ads. Adicionalmente, os conteúdos criados especificamente para funcionarem como

lead magnets podem e devem ser aproveitados para publicações nos restantes canais de comunicação.

4.4 WEBSITE

O website da Mindserena deverá ser uma das principais fontes de angariação de registos para a newsletter. O respetivo formulário de subscrição deve estar disponível em várias secções do website, nomeadamente:

- logo abaixo da secção inicial do site
- num popup, que abre após 60 segundos dentro do site
- no final de todos os artigos do blog

[imagem 4: formulário website]

Sem se tornar visualmente maçador ou intrusivo, é fundamental o formulário surgir várias vezes, em várias frentes. Aumentamos assim as probabilidades de conseguir mais subscritores.

4.5 REDES SOCIAIS

As redes sociais devem também ser usadas para periodicamente apelar à subscrição da newsletter, fazendo sempre menção à entrega de valor que as mesmas proporcionam aos seus subscritores. As publicações devem encaminhar os utilizadores para uma página específica do website, dedicada apenas à função de acolher registos para a newsletter.

5. ESTRUTURA DE NEWSLETTER

Um utilizador comum recebe diariamente dezenas de emails. Se a isto somarmos as centenas de outros estímulos digitais com que é bombardeado durante o dia, facilmente compreendemos que os esforços que empreendermos no sentido de sermos lidos com curiosidade e atenção pelo nosso público devem debruçar-se não apenas numa cuidadosa seleção de conteúdos de qualidade, como numa atenção extra à conceção da estrutura da newsletter, cujo desenho deverá ser

- coerente com os nossos objetivos;
- consistente ao longo do tempo.

Assim sendo, é fundamental pensar antecipadamente na forma como os conteúdos a incluir na newsletter serão organizados numa edição-tipo da newsletter, de forma que esta seja mais facilmente identificada pelo nosso público.

SUGESTÃO DE ESTRUTURA

- Propõe-se um título para a newsletter, com a sugestão *SemanaSerena*, que deverá ficar em destaque no topo, juntamente com a data de envio, e o subtítulo *A newsletter semanal que lhe traz o conhecimento e a tranquilidade que todas as semanas de trabalho exigem*.
- O conteúdo da Newsletter deve iniciar-se sempre com o maior dos destaques a um artigo escrito pela equipa Mindserena, cuja secção terá o nome *Conhecer*, e subtítulo *Inspirações educacionais em forma de letras*. Segue-se uma imagem relacionada com o artigo, o título do artigo, o seu resumo e um botão com link para o website, para leitura completa do artigo.
O tema deste artigo deverá ser usado como **tópico para o assunto do email**, sendo assim reforçada a sua importância no âmbito do envio da newsletter da semana em questão.
- A secção seguinte engloba um conjunto de atividades propostas pela equipa Mindserena, de nome *Agir*, subtítulo *Propostas para sossegar a mente*. Segue-se a lista de atividades selecionadas, com links sempre que necessário.
- Outra secção fixa da estrutura da newsletter será ocupada pela boa notícia da semana, com o nome *Sorrir* e subtítulo *O Mundo tem boas notícias para dar*, onde a equipa Mindserena incluirá uma boa ação implementada algures no planeta.
- A única secção dedicada às atividades Mindserena surge de seguida, com o nome *Serenar* e subtítulo *O que andamos a tramar na Mindserena*, com um breve resumo das atividades em que a Mindserena se encontra envolvida, assim como o que tem programado para os próximos tempos. Poderá incluir uma imagem, se considerada relevante.
- Uma secção de interação rápida com o leitor leva-me à proposta de inserção de uma pergunta da semana, com o nome *Perguntar* e subtítulo *Rápida questão de*

curta introspeção, onde a ideia é levar o leitor ao website responder a uma simples questão sobre o tema tratado na newsletter dessa semana, e cujos resultados serão tratados e apresentados na secção *Mindserena* da semana seguinte.

- Os conteúdos terminam com uma frase para reflexão, em caixa própria e destaque em diferente cor de fundo.
- O rodapé da newsletter incluirá o logotipo Mindserena, a morada, os contactos telefónicos, os links para o website e redes sociais, e um botão para *Unsubscribe* da newsletter.

[imagem 5: a estrutura da newsletter]

6. PLANO DE CONTEÚDOS

Conteúdos para 3 meses de newsletter

6.1 TIPO DE CONTEÚDOS

Antes de definirmos os conteúdos propriamente ditos, torna-se necessária fazer a sua ponte para o público-alvo que definimos anteriormente. No fundo, responder à questão: *que tipo de conteúdos espera receber o público pertencente à base de dados de registos da newsletter?*

Inevitavelmente, o público-alvo terá sempre uma estreita ligação com as comunidades escolares, seja ele pertencente ao quadro de professores, seja um técnico da área de ciências de educação, um psicólogo ou um responsável autárquico com ligações ao pelouro da educação. E assim sendo, o tipo de conteúdos a enviar encontrará logicamente temas relacionados com a escola, mais especificamente tópicos com enquadramento escolar e que de alguma forma possam resolver, ou pelo menos ajudar a resolver, problemas que tal público possa encontrar no seu dia-a-dia profissional.

Adicionalmente, é importante não esquecer que esses mesmos tópicos devem ter uma ligação lógica aos temas que usualmente a Mindserena domina, debate e promove. No entanto, não devemos desvalorizar determinados temas, mais virados para o desenvolvimento pessoal, relacionamento interpessoal, gestão de recursos, soft skills, ou até mesmo temas mais ligados à saúde, ambiente, bem-estar ou cultura. Embora não se relacionem diretamente com o propósito da Mindserena, fazem parte de temáticas com influência e predominância nas comunidades escolares e que geram sempre interesse acrescido junto do público que definimos.

De referir também que deve estar sempre presente a ideia que todo e qualquer conteúdo incluído na newsletter deve responder afirmativamente à pergunta “*É esta informação relevante e de utilidade para o meu público?*”. Interessa, acima tudo, cuidar da qualidade dos conteúdos.

6.2 DIA DA SEMANA E HORA DE ENVIO

Para definirmos o dia da semana e a hora em que enviar a newsletter, devemos ter igualmente em consideração o público-alvo, assim como o tipo de conteúdos que acabámos de definir.

Analisando estes dois fatores em conjunto, considero a **segunda-feira** como o dia ideal para o envio da newsletter. O conteúdo a enviar enquadra-se com os começos que as segundas-feiras trazem consigo, e marca de certa forma um ponto de partida de informação, reflexão, inspiração e planeamento para a semana que se inicia. No entanto, a segunda-feira traz também consigo o peso do afastamento do trabalho que o fim-de-semana dita, pelo que é normal haver alguma sobrecarga de tarefas para este dia, com a influência negativa que “mais um pedaço de informação” pode trazer ao dia do público-alvo. Assim sendo, marcamos para as **21 horas** o envio da newsletter, após o jantar, ultrapassada que está a jornada de trabalho, e uma hora mais leve e relaxada, em que as pessoas estarão mais abertas a solicitações informativas.

6.3 PLANO DE CONTEÚDOS

Definidos o tipo de conteúdos e dia e hora de envio, propõe-se agora um plano de conteúdos para 3 meses de newsletter.

NEWSLETTER #1

2 MAIO 2022

Assunto: O papel dos TPC no desenvolvimento dos alunos

CONHECER | Inspirações educacionais em forma de letras

“Trabalhos de casa - estratégias para combater a resistência dos alunos”

AGIR | Propostas para sossegar a mente

- Coma alimentos saudáveis e beba muita água
- Transforme uma atividade regular num jogo divertido

- Aproveite a luz natural da manhã e diminua as luzes artificiais à noite
- Tenha um dia liberto de TV e de ecrãs

SORRIR | O mundo tem boas notícias para dar

"O Labrador Dourado que salvou centenas de outros caninos"

SERENAR | O que andamos a tramar na Mindserena

Workshop "Boas práticas de respiração"

PERGUNTAR | Rápida questão de curta introspeção

Em relação aos trabalhos de casa, considera que:

DEVIA HAVER MAIS | SÃO SUFICIENTES | DEVIA HAVER MENOS | DEVIAM SER ABOLIDOS

FRASE | Uma frase

"Nada é mais poderoso para o seu futuro do que ser um coletor de boas ideias e conhecimento. Isso se chama fazer o trabalho de casa"

Jim Rohn

NEWSLETTER #2

9 MAIO 2022

Assunto: As novas tecnologias – oportunidades e ameaças

CONHECER

"As novas tecnologias - oportunidade ou ameaça?"

AGIR

- Defina uma meta de exercício diário
- Mova-se o máximo possível, mesmo se estiver confinado a um espaço fechado
- Dê prioridade ao sono e vá para a cama à hora certa
- Relaxe o seu corpo e mente com exercícios de yoga, tai chi ou meditação

SORRIR

"Medalhada olímpica vendeu a medalha de ouro para ajudar criança doente"

SERENAR

Lançamento do manual "Mindserena em Sala de Aula"

PERGUNTAR

Como vê o papel das novas tecnologias no ensino atual?

ESSENCIAIS | IMPORTANTES | POUCO ACRESCENTAM | POUCO IMPORTANTES
| SÓ ATRAPALHAM

FRASE

"Às vezes, um novo brinquedo, uma nova tecnologia, cruzar-se-à no seu caminho. O mundo está sempre a tentar atraí-lo para fora, então você tem sempre que se lembrar de entrar."

Russel Simmons

NEWSLETTER #3

16 MAIO 2022

Assunto: O Mindfulness como elemento apaziguador dos nossos dias

CONHECER

"Mindfulness - Como aplicar no seu dia-a-dia"

AGIR

- Sê ativo cantando (mesmo que pense que não sabe cantar)
- Explore a área exterior da sua residência e observe novas coisas
- Sê ativo no exterior. Desenterre ervas daninhas ou plante algumas sementes
- Experimente um novo exercício, atividade ou aula de dança, mesmo online

SORRIR

"Horta escolar comunitária alimenta famílias desfavorecidas"

SERENAR

Webinar "O Modelo Mindserena - O que é, porquê, como, quando"

PERGUNTAR

Pensa que as práticas do Mindfulness podem ter um papel importante na relação entre professores e alunos?

SIM | NÃO | NÃO SEI

FRASE

"O Mindfulness permite-nos observar os nossos pensamentos, ver como um

pensamento leva ao próximo, decidir se estamos seguindo um caminho duvidoso e, em caso afirmativo, deixar ir e mudar de direção."

Sharon Salzberg

NEWSLETTER #4

23 MAIO 2022

Assunto: O que devemos saber sobre o sucesso escolar

CONHECER

"O sucesso escolar resume-se a tirar boas notas?"

AGIR

- Passe menos tempo sentado. Levante-se e mova-se com frequência
- Concentre-se na comida "arco iris" e alimente-se de vegetais multicolores
- Faça pausas regulares para alongamentos e respiração durante todo o dia
- Divirta-se ao som da sua música favorita!

SORRIR

"Mina de carvão transformada em parque nacional"

SERENAR

Conferência "O estado da educação em Portugal"

PERGUNTAR

O insucesso escolar está diretamente relacionado com o papel desempenhado por

ALUNOS | PROFESSORES | PAIS | ESCOLAS | DIRETORES | CONDIÇÕES
ECONÓMICAS

FRASE

"O sucesso não é definitivo, o fracasso não é fatal: é a coragem de continuar que conta."

Winston Churchill

NEWSLETTER #5

30 MAIO 2022

Assunto: Estamos todos fartos das papeladas burocráticas?

CONHECER

“Formas positivas de lidar com a burocracia”

AGIR

- Saia e execute uma tarefa para um familiar ou vizinho
- Sê ativo perante a natureza. Alimenta os pássaros ou observa a vida selvagem
- Tenha uma noite sem ecrãs e reserve um tempo para recarregar baterias
- Faça uma pausa extra no seu dia e caminha ao ar livre por 15 minutos

SORRIR

"Construída floresta urbana para combater a crise climática"

SERENAR

Workshop "Os benefícios do Mindfulness"

PERGUNTAR

Os professores perdem demasiado tempo em aspetos burocráticos?

SIM | NÃO | NÃO TENHO OPINIÃO

FRASE

"A burocracia destrói a iniciativa. Não há nada que os burocratas mais odeiem que a inovação, especialmente a inovação que produz melhores resultados do que as velhas rotinas. As melhorias sempre fazem com que aqueles no topo da pilha pareçam inaptos. Quem gosta de parecer inapto?"

Frank Herbert

NEWSLETTER #6

6 JUNHO 2022

Assunto: A produtividade como fator essencial na mudança de hábitos

CONHECER

“Como tornar as reuniões menos enfadonhas e mais produtivas”

AGIR

- Encontre um amigo de longa data para passear e conversar
- Torne-se ativista por uma causa em que realmente acredite
- Encontre tempo para correr, nadar, dançar, pedalar ou fazer alongamentos

- Defina uma intenção de viver com consciência e bondade

SORRIR

"Coruja ajuda a combater doença mental"

SERENAR

Conferência "Novas práticas educativas - o caso da Finlândia"

PERGUNTAR

Em Portugal perde-se demasiado tempo em reuniões?

SIM | NÃO | NÃO TENHO OPINIÃO

FRASE

"Nunca se deve ir a uma reunião ou fazer um telefonema sem ter uma ideia clara do que se está tentando alcançar."

Steve Jobs

NEWSLETTER #7

13 JUNHO 2022

Assunto: Gostava de ficar na cama só mais um bocadinho!

CONHECER

"A importância do sono - 5 mitos e 5 verdades"

AGIR

- Observe 3 coisas bonitas no mundo exterior
- Comece o dia a apreciar o corpo, sentindo que está vivo
- Observe como fala consigo próprio e opte por usar palavras agradáveis
- Traga à mente pessoas de quem gosta e envie-lhes amor
- Faça um "dia sem planos" e note como corre

SORRIR

"Construção de novo santuário ajuda veteranos de guerra"

SERENAR

Evento "Caminhada Mindserena"

PERGUNTAR

Quantas horas dorme por dia:

8 OU MAIS | 7 | 6 | MENOS DE 6

FRASE

"Uma noite de sono é tanto uma preparação para a atividade do dia seguinte quanto uma recuperação da atividade do dia anterior."

J. Allan Hobson

NEWSLETTER #8

20 JUNHO 2022

Assunto: O paradigma das redes sociais na sociedade atual

CONHECER

"O impacto das redes sociais em ambiente escolar"

AGIR

- Faça hoje 3 respirações calmas em intervalos regulares
- Coma com atenção. Aprecie o sabor, a textura e o aroma da sua comida
- Respire fundo e expire antes de responder aos outros
- Saia de casa e sinta o clima no seu rosto

SORRIR

"O histórico regresso das chitas ameaçadas de extinção"

SERENAR

Workshop "Yoga em contexto escolar"

PERGUNTAR

Os alunos de hoje, em comparação com a sua geração, são:

MAIS INTERESSADOS | MAIS ALHEADOS | NÃO ENCONTRO DIFERENÇAS

FRASE

"Social media é mais sobre sociologia e psicologia do que tecnologia."

Brian Solis

NEWSLETTER #9

27 JUNHO 2022

Assunto: Está na hora de tratarmos da nossa saúde mental

CONHECER

“Panorama da saúde mental nas escolas portuguesas”

AGIR

- Fique totalmente presente enquanto bebe a sua chávena de chá ou café
- Ouça profundamente alguém e escute realmente o que dizem
- Relaxe alguns minutos para apenas observar o céu e as nuvens
- Encontre maneiras de aproveitar todas as tarefas e serviços que executa

SORRIR

"Professor de ciências de zona rural do Quénia galardoado como Melhor Professor do Ano"

SERENAR

Participação em Podcast "O mindfulness na sala de aula"

PERGUNTAR

Considera que o seu dia-a-dia profissional é

MUITO STRESSANTE | MUITO AGITADO | PODIA SER MAIS CALMO | TRANQUILO
| MUITO TRANQUILO

FRASE

"Há feridas que nunca aparecem no corpo que são mais profundas e dolorosas do que qualquer coisa que sangra."

Laurel K. Hamilton

NEWSLETTER #10

4 JULHO 2022

Assunto: A empatia como o salto civilizacional no século XXI

CONHECER

“O poder da empatia nas comunidades escolares”

AGIR

- Pare. Respire. Olhe. Repita isto regularmente
- Olhe em sua volta e identifique 3 coisas que ache incomuns ou agradáveis
- Escute uma música sem fazer mais nada
- Sintonize os seus sentimentos, sem julgá-los ou tentar mudá-los

SORRIR

"As abelhas de Notre Dame que sobreviveram ao grande incêndio"

SERENAR

Webinar "O Modelo Mindserena - O que é, porquê, como, quando"

PERGUNTAR

A relação com os seus colegas de profissão é

EXCELENTE | BOA | SUFICIENTE | MEDÍOCRE

FRASE

"Aprender a colocar-se no lugar de outra pessoa, a ver através de seus olhos, é assim que a paz começa. E cabe-lhe a si fazer isso acontecer. A empatia é uma qualidade de caráter que pode mudar o mundo."

Barack Obama

NEWSLETTER #11

11 JULHO 2022

Assunto: Podemos ser amigos dos nossos alunos?

CONHECER

"A relação Professor-Encarregado de Educação : 5 ideias para uma comunicação saudável"

AGIR

- Aprecie as suas mãos e todas as coisas feitas por elas
- Concentre a sua atenção nas coisas boas às quais não dá o devido valor
- Cultive um sentimento de bondade e amor para com os outros
- Quando estiver cansado, faça uma pausa o mais rápido possível

SORRIR

"Baleias encontram novo lar depois de uma vida em cativeiro"

SERENAR

Evento "Limpeza de praia"

PERGUNTAR

Considera que hoje em dia os pais estão

MAIS ENVOLVIDOS COM AS ESCOLAS | MENOS ENVOLVIDOS COM AS
ESCOLAS | NÃO ENCONTRO DIFERENÇAS

FRASE

"A coisa mais importante na comunicação é ouvir o que não foi dito."

Peter Drucker

NEWSLETTER #12

18 JULHO 2022

Assunto: O papel do Mindfulness em sala de aula

CONHECER

"O que esperar da aplicação de práticas Mindfulness em sala de aula"

AGIR

- Escolha uma rota diferente para o seu percurso habitual
- Examine mentalmente o seu corpo e observe o que ele está a sentir
- Descubra a alegria das coisas simples da vida
- Reserve um tempo para fazer algo agradável por si mesmo

SORRIR

"Escola substitui pisos em cimento por zonas verdes"

SERENAR

Webinar "O espaço das tecnologias em contexto escolar"

PERGUNTAR

Pensa que as práticas do Mindfulness podem ter um papel importante na relação entre professores e alunos?

SIM | NÃO | NÃO SEI

FRASE

"Se aprendermos a abrir nossos corações, qualquer um, inclusive as pessoas que nos enlouquecem, pode ser nosso professor."

Pema Chodron

NEWSLETTER #13

25 JULHO 2022

Assunto: O poder político dentro das escolas

CONHECER

"O papel das autarquias nas comunidades escolares"

AGIR

- Escreva uma lista de coisas pelas quais se sinta grato e porquê
- Procure o que há de bom nos outros e observe-lhes os seus pontos fortes
- Aprenda algo de novo e partilhe-o com outras pessoas
- Desligue todas as tecnologias, pelo menos uma hora antes de ir dormir

SORRIR

"Prêmios culturais para quem viaja sem carro"

SERENAR

Conferência "Autarquias e as novas competências na educação"

PERGUNTAR

Concorda com as novas competências educacionais delegadas às autarquias?

SIM | NÃO | NÃO TENHO OPINIÃO

FRASE

"Nas minhas viagens pelo mundo, percebi que o que distingue uma criança da outra não é a habilidade, mas o acesso. Acesso à educação, acesso à oportunidade, acesso ao amor."

Lauryn Hill

7. MEDIÇÃO DE RESULTADOS

Acompanhar, medir e avaliar o desempenho dos nossos esforços de Email Marketing são passos essenciais pois permitem conhecer melhor o nosso público, avaliar o que está ou não a funcionar, tornar mais eficientes as nossas estratégias delineadas e perceber se os objetivos definidos anteriormente estão a ser ou vão ser cumpridos.

Nos objetivos definidos para o envio da newsletter, a proposta apontava para gerar um click-through rate de pelos 3% e alcançar taxas de aberturas média de pelo menos 30%, ao longo dos próximos 12 meses.

Como tal, devemos acompanhar estas as duas métricas na medição dos resultados que vamos obtendo no envio das nossas newsletters.

Da mesma forma, para percebermos o resultado dos nossos esforços na angariação de novos registos, estes devem ser medidos periodicamente.

Assim, a proposta aponta para **medições mensais** destas 3 métricas:

- click-through rate (mínimo de 3%)
- taxas de aberturas (mínimo de 30%)
- nº de registos angariados (mínimo de 20)

Para as duas primeiras métricas, valores registados inferiores ao mínimo estabelecido devem obrigar-nos a repensar os assuntos, os conteúdos e/ou a estrutura da newsletter. Embora se trate de uma nova newsletter, ainda com poucos registos e como tal de dimensão reduzida, deverão ser realizados testes A/B, que introduzam a variação de uma característica de cada vez. A saber:

- Assunto
- Copy
- Cores
- Estrutura
- Data e hora de envio

8. CONCLUSÃO

Num mundo onde as solicitações para os consumidores são cada vez maiores e das mais variadas fontes, e em que as políticas de cookies se vão tornando cada vez mais apertadas, o Email Marketing vem ganhando um espaço cada vez mais relevante como ferramenta imprescindível na comunicação com os seus públicos.

A estratégia de implementação de uma newsletter para a MindSerena vem assim ao encontro destas necessidades.

Embora na proposta de tema de trabalho venha especificada a criação de uma newsletter semanal, uma periodicidade mensal enquadra-se melhor na realidade do projeto MindSerena, pois as pessoas que lhe dedicam o seu tempo têm os seus próprios empregos, limitando desta forma a criação de conteúdos que uma newsletter como a aqui proposta, implica.

Em jeito de conclusão, saliente-se a importância na estruturação da conceção de uma newsletter desta natureza. Todos os tópicos que a aqui foram abordados procuraram seguir uma sequência lógica, partindo dos problemas que a newsletter procura resolver, na definição dos objetivos a que se propõe, sem esquecer o público-alvo, seguindo-se a angariação de registos, estrutura, plano de conteúdos e medição de resultados. Nenhum tópico deverá estar definido, sem o anterior ter ficado devidamente esclarecido.

9. ANEXOS

IMAGENS:

[imagem 1: formulário registo newsletter]



RECEBA AS NOVIDADES MINDSERENA!

Nome*

Email*

☐ Autorizo o tratamento dos meus dados pessoais com base nos termos do Regulamento (EU) 2016/679 de proteção de dados pessoais . Consulte a nossa política de privacidade.

QUERO SUBSCREVER A NEWSLETTER MINDSERENA

[imagem 2: formulário registo webinar]

INSCRIÇÃO EM WEBINAR

Mindserena para Profissionais: Programa de Mindfulness para Crianças/Jovens
20 Maio 2022

Name

Email

☐ Pretendo receber a newsletter semanal da MindSerena

QUERO INSCREVER-ME NO WEBINAR

Autorizo o tratamento dos meus dados pessoais com base nos [termos do Regulamento \(EU\) 2016/679 de proteção de dados pessoais](#) . Consulte a nossa [política de privacidade](#).

[imagem 3: landing page lead magnet]

AS FUNDAÇÕES DO MINDFULNESS: OS 7 PILARES ATITUDINAIS

Os pilares atitudinais constituem as fundações de qualquer prática de mindfulness, assegurando a qualidade do trabalho desenvolvido, indissociável da ética do respeito por si, pelos outros e pela natureza.

Significa que os mesmos devem estar presentes, de forma consciente, sempre que nos envolvemos na prática pessoal ou na orientação dos alunos.

Neste guia abordaremos em pormenor aqueles que *Kabat-Zinn* considera os 7 pilares atitudinais fundamentais do mindfulness e que o ajudará a acolher da forma mais pacífica possível a sua prática regular:

1. Não julgar
2. Paciência
3. Mente de principiante
4. Confiança
5. Não lutar
6. Aceitação
7. Deixar ir

DESCARREGUE O EBOOK GRATUITO



Nome*

Email*

☐ Pretendo receber a newsletter semanal da MindSerena

OBTER O GUIA

Autorizo o tratamento dos meus dados pessoais com base nos [termos do Regulamento \(EU\) 2016/679 de proteção de dados pessoais](#) . Consulte a [nossa política de privacidade](#).

[imagem 4: formulário website]



[Sobre](#)[A Formação](#)[Recursos](#)[Agenda](#)

 [Alunos](#)

[o quê, para quem] Mindfulness para a Educação

Parágrafo:
O que fazemos e para quem.
O que fazemos e para quem.
O que fazemos e para quem.

A nossa formação

120+

Horas de formação

20+

Professores formados

250+

Alunos impactados



RECEBA AS NOVIDADES MINDSERENA!

☐ Autorizo o tratamento dos meus dados pessoais com base nos termos do Regulamento (EU) 2016/679 de proteção de dados pessoais . Consulte a nossa política de privacidade.

QUERO SUBSCREVER A NEWSLETTER MINDSERENA

[imagem 5: a estrutura da newsletter]

SemanaSerena

19 ABRIL 2022

A newsletter semanal que lhe traz o conhecimento e a tranquilidade que todas as semanas de trabalho exigem.

CONHECER **AGIR** **SORRIR** **SERENAR** **PERGUNTAR**

Inspirações educacionais em forma de letras.



São as crianças de hoje demasiado mimadas?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec volutpat, augue sed tempus sagittis, ligula tellus fermentum leo, nec sollicitudin elit sapien vel nisl. Praesent sodales libero at odio dapibus sodales in quis eros. Phasellus euismod pharetra felis sit amet auctor. Curabitur maximus consectetur ultrices. Donec metus quam, consequat eu urna eget, pellentesque suscipit nibh. Maecenas in rhoncus odio. Suspendisse in accumsan libero. Nullam libero est, vestibulum at nunc sed, pharetra imperdiet turpis. Integer arcu dui, suscipit non lorem a, mollis porttitor sapien. Suspendisse sed ipsum tincidunt, tempor justo et, iaculis nisl.

[LER MAIS](#)

CONHECER **AGIR** **SORRIR** **SERENAR** **PERGUNTAR**

Propostas para sossegar a mente.

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- Donec volutpat, augue sed tempus sagittis, ligula tellus
- fermentum leo, nec sollicitudin elit sapien vel nisl.
- Praesent sodales libero at odio dapibus sodales in quis eros.
- Phasellus euismod pharetra felis sit amet auctor.

CONHECER **AGIR** **SORRIR** **SERENAR** **PERGUNTAR**

O Mundo tem boas notícias para ele

Chegou o primeiro autocarro movido a energia solar

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec volutpat, augue sed tempus sagittis, ligula tellus fermentum leo, nec sollicitudin elit sapien vel nisl. Praesent sodales libero at odio dapibus sodales in quis eros. Phasellus euismod pharetra felis sit amet auctor. Curabitur maximus consectetur ultrices. Donec metus quam, consequat eu urna eget, pellentesque suscipit nibh. Maecenas in rhoncus odio. Suspendisse in accumsan libero. Nullam libero est, vestibulum at nunc sed, pharetra imperdiet turpis. Integer arcu dui, suscipit non lorem a, mollis porttitor sapien. Suspendisse sed ipsum tincidunt, tempor justo et, iaculis nisl.

CONHECER **AGIR** **SORRIR** **SERENAR** **PERGUNTAR**

O que andamos a tramar na MindSerena.



Workshop “Boas práticas de respiração”

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec volutpat, augue sed tempus sagittis, ligula tellus fermentum leo, nec sollicitudin elit sapien vel nisl. Praesent sodales libero at odio dapibus sodales in quis eros. Phasellus euismod pharetra felis sit amet auctor. Curabitur maximus consectetur ultrices. Donec metus quam, consequat eu urna eget, pellentesque suscipit nibh. Maecenas in rhoncus odio. Suspendisse in accumsan libero. Nullam libero est, vestibulum at nunc sed, pharetra imperdiet turpis. Integer arcu dui, suscipit non lorem a, mollis porttitor sapien. Suspendisse sed ipsum tincidunt, tempor justo et, iaculis nisl.

[QUERO INSCREVER-ME](#)

CONHECER **AGIR** **SORRIR** **SERENAR** **PERGUNTAR**

Rápida questão de curta introspeção.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec volutpat, augue sed tempus sagittis, ligula tellus fermentum leo, nec sollicitudin

[QUERO RESPONDER](#)

“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec volutpat, augue sed tempus sagittis, ligula tellus fermentum leo, nec sollicitudin”

Alan Jones



Rua do Colégio Novo
3000-195 Coimbra
Tel: 239 891 440
Visitar Website



Clique aqui para cancelar a
subscrição desta newsletter.

LINKS CONSULTADOS:

<https://blog.hubspot.com/marketing/email-marketing-stats>

<https://www.enginemailer.com/blog/ultimate-guide-to-email-marketing>

<https://blog.hubspot.com/marketing/email-marketing-guide>

<https://blog.liveintent.com/email-newsletter-goals/>

<https://blog.appsumo.com/how-to-write-a-newsletter/>

<https://mailchimp.com/pt-br/resources/how-to-measure-your-email-marketing-success/>

10. BIBLIOGRAFIA

Marketing Digital para Empresas, de André Novais de Paula, André Zeferino, Frederico Carvalho, Marco Gouveia, Paulo Faustino, Virgínia Coutinho
Perfil Criativo, 2018