

Programa de Afiliados do Google Workspace

Políticas do programa e diretrizes da promoção de marca

Última atualização: novembro de 2022

Selecione seu idioma:

[Bahasa Indonesia](#)

[Bahasa Malaysia](#)

[Čeština](#)

[Dansk](#)

[Deutsch](#)

[English \(GB\)](#)

[English \(US\)](#)

[Español](#)

[Español \(Latam\)](#)

[Français](#)

[Français \(Canada\)](#)

[Italiano](#)

[Magyar](#)

[Nederlands](#)

[Norsk](#)

[Polski](#)

[Português \(Brasil\)](#)

[Português \(Portugal\)](#)

[Română](#)

[Suomi](#)

[Svenska](#)

[Tiếng Việt](#)

[Türkçe](#)

[українець](#)

[ไทย](#)

[한국어](#)

[日本語](#)

[中文 \(繁體\)](#)

[中文 \(香港\)](#)

[中文 \(繁體中文\)](#)

[עברית](#)

Que bom ver você aqui!

Estamos felizes por você escolher o Google Workspace para trabalhar.

Reserve um tempo para ler as políticas do programa a seguir. Assim você vai conhecer melhor o produto e as regras do programa, além da nossa marca e estilo.

Se tiver dúvidas, pedidos ou quiser dar seu feedback, envie um e-mail para um dos seguintes endereços:

América do Norte: GoogleWorkspaceAffiliatesNA@CJ.com

América Latina: GoogleWorkspaceAffiliatesLATAM@CJ.com

APAC: GoogleWorkspaceAffiliatesAPAC@CJ.com

EMEA: GoogleWorkspaceAffiliatesEMEA@CJ.com

Vai ser um prazer trabalhar com você!

Conheça o Google Workspace

Com o Google Workspace, você tem tudo o que precisa em um só lugar. Em casa, no trabalho ou na sala de aula, essa é a melhor forma de criar, se comunicar e colaborar. Ferramentas conhecidas, concentração total e mais tempo para você.



Google Workspace

Políticas e diretrizes de mensagens

O que fazer e não fazer ao escrever sobre o Google Workspace

 **USE** sempre o nome Google Workspace ao citar o produto em qualquer lugar.

 **USE** o nome em uma CTA desta forma:
Assine o Google Workspace
Configure o recurso no Google Workspace

 **NÃO USE** apenas Workspace* ao citar o produto.

 **NÃO USE** Google Workspaces.

 **NÃO USE** Google Workspace do Google Cloud.

 **NÃO USE** Workspace do Google.

 **NÃO USE** "Make it with Google Workspace".
Mudamos a plataforma "Make it with"

**Exceto em raras circunstâncias, quando o nome completo Google Workspace já foi usado, em texto simples e quando há limitação de espaço ou o termo é descritivo e se refere ao espaço de trabalho on-line do usuário.*

Por que o Google Workspace?

Principais argumentos de venda para você apresentar aos clientes

Principais benefícios

- Tenha um endereço de e-mail profissional @suaempresa.com
- Trabalhe em tempo real com colegas nos mesmos documentos
- Esteja sempre on-line e trabalhe de qualquer lugar na maioria dos dispositivos
- Reduz a sobrecarga de trabalho da equipe de TI e os custos de deslocamentos de infraestrutura em 20%*
- **Garantia de 99,9% de tempo de atividade**** com os apps do Google Workspace disponíveis continuamente para você durante upgrades e manutenções do sistema

Benefícios de segurança:

- Com os controles de administrador do Google Workspace, você gerencia facilmente a saída de funcionários mantendo todos os documentos internamente
- **Mais de 99,9% de precisão** em bloqueio de spam e golpes que comprometem o e-mail corporativo
- **Nenhuma** invasão de conta informada desde a implantação da chave de segurança^{☆☆}
- Prevenção contra ameaças com ferramentas proativas de segurança que usam a IA do Google

*Fonte: <https://workspace.google.com/customers/nielsen.html>

** Fonte: <https://workspace.google.com/intl/pt-BR/terms/sla.html>

☆☆ Fonte: <https://security.googleblog.com/2017/05/protecting-you-against-phishing.html>

☆☆☆ Fonte: <https://cloud.google.com/blog/products/identity-security/beyond-passwords-a-roadmap-for-enhanced-user-security>

Descrição curta, mais curta e resumida

Resumida

Todos os recursos necessários para fazer qualquer tarefa em um só lugar com o Google Workspace.

Mais curta

Todos os recursos necessários para fazer qualquer tarefa em um só lugar com o Google Workspace. Em casa, no trabalho ou na sala de aula, essa é a melhor forma de criar, se comunicar e colaborar. Ferramentas conhecidas, concentração total e mais tempo para você.

Curta

Todos os recursos necessários para fazer qualquer tarefa em um só lugar com o Google Workspace. Em casa, no trabalho ou na sala de aula, essa é a melhor forma de criar, se comunicar e colaborar. O Google Workspace reúne recursos de mensagem, reuniões, arquivos e tarefas. Tudo isso com a segurança do Google e na nuvem mais ecológica do setor. Ferramentas conhecidas, concentração total e mais tempo para você.

Outras mensagens aprovadas

- Tenha um e-mail profissional sem anúncios (@seudominio), videochamadas seguras, documentos colaborativos, armazenamento on-line de qualquer formato de arquivo e muito mais. Todos os recursos necessários para você trabalhar de qualquer lugar.
- Ferramentas de produtividade para sua equipe trabalhar de onde quiser. Com e-mail profissional (@nomedesuaempresa), videochamadas, armazenamento on-line e muito mais.
- O Google tem as ferramentas de que você precisa para administrar sua empresa de forma profissional com o Google Workspace. Crie um e-mail personalizado, compartilhe arquivos on-line com segurança, participe de chats por vídeo em qualquer dispositivo e muito mais.
- O Google Workspace reúne recursos de mensagem, reuniões, arquivos e tarefas. Tudo isso com a segurança do Google e na nuvem mais ecológica do setor.

Diretrizes e políticas de conteúdo promocional

Logotipos e uso



Google Workspace

O logotipo de cores primárias precisa ser usado sempre que possível e é propriedade legal da marca. A marca nominativa principal combina o nome do produto com as cores do Google.

Elemento padrão da marca
Navegação da Web
Principalmente em impressão e telas



Google Workspace

Logotipo secundário em fundo claro quando não for preciso usar as principais cores

Principalmente em impressão e telas



Google Workspace

Logotipo secundário em fundo escuro quando não for preciso usar as principais cores.

Principalmente em impressão e telas



Use o ícone de Super G em espaços limitados onde a marca nominativa do Google Workspace não cabe. Sempre aliado ao nome Google Workspace no texto.

Favicon da Web
Avatar de mídias sociais
Central de Ajuda de suporte
Visualização da pesquisa

Ícones e logotipo completo do produto



Gmail



Agenda



Drive



Editores



Google Meet**



Documentos



Planilhas



Apresentações



Sites



Formulários



Google Keep**



Chat



Voice



Administrador



Logotipo completo de 5 ícones

O que não fazer

Use apenas as propriedades da marca disponibilizadas no programa. Nossos logotipos completos são os elementos de referência da marca e os alicerces da identidade do Google Workspace. Por isso nos importamos com eles e com a forma como são usados.

Estes são alguns exemplos do que não fazer com eles.



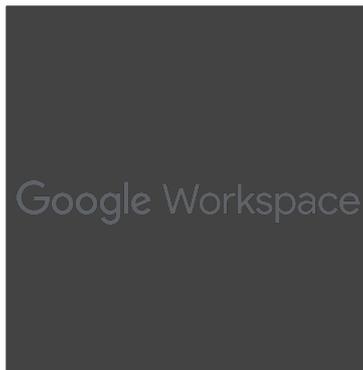
NÃO mude **QUALQUER** cor no logotipo nem no ícone.



NÃO redimensione nem empilhe elementos individuais em um logotipo completo.



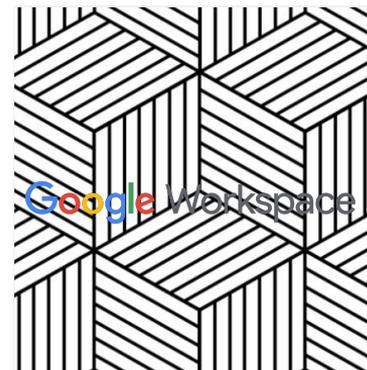
NÃO use a marca nominativa com cores primárias em um fundo de cores semelhantes.



NÃO use um logotipo cinza em um fundo escuro.



NÃO use o logotipo em fotografias.



NÃO use a marca nominativa colorida em um fundo estampado.

Políticas do programa

Políticas do programa (1 de 4)

1. **[Anúncios de pesquisa paga]** Os textos dos anúncios de pesquisa paga não podem mencionar valores de desconto específicos para ofertas superiores a 10% e precisam promover principalmente o benefício do produto, não a oferta.
 - a. É permitido: veicular anúncios de pesquisa paga com foco nos benefícios do produto e incluir a oferta como uma mensagem secundária.
 - i. Exemplo de mensagem: Tenha todos os recursos necessários para administrar sua empresa de qualquer lugar, como e-mail profissional, armazenamento on-line, videochamadas e muito mais. Podemos ajudar você a começar com 10% de desconto no primeiro ano.
 - b. É permitido: veicular anúncio de pesquisa paga com uma mensagem que obedeça às políticas de pesquisa paga, direcione para um artigo em site aprovado que destaque o Google Workspace e tenha conteúdo em compliance com as diretrizes descritas na seção "Teor do conteúdo" dessas políticas. O artigo também pode incluir uma oferta de desconto.
 - c. É permitido: aumentar o alcance dos artigos escritos sobre o Google Workspace que não mencionem ofertas de desconto.
 - d. Não é permitido: veicular anúncio de pesquisa paga com mensagem que promova uma oferta temporária acima de 10%. Por exemplo, não anuncie "Ganhe 20% de desconto no primeiro ano do Google Workspace".
2. **[Mídias sociais]** Não é permitido promover o Google Workspace nas mídias sociais, a menos que o Google aprove uma exceção. Se a postagem for aprovada, os links afiliados e a marca Google não poderão ser promovidos na mensagem postada nas mídias sociais. Mas os parceiros poderão promover os próprios sites e direcionar o tráfego para páginas com conteúdo sobre o Google Workspace.
 - a. É permitido: direcionar o tráfego para seu site ou conteúdo/páginas nele em que o Google Workspace seja citado, mas sem mencionar a marca Google na postagem de mídia social.
 - i. Exemplo: mensagem postada nas mídias sociais: *"Confira as melhores ferramentas para impulsionar sua empresa"*. A página será redirecionada para o seguinte artigo no seu site: *"Com o Google Workspace, é fácil começar e administrar sua empresa com ferramenta avançadas de produtividade na nuvem."*
 - b. Não é permitido: promover o link de afiliado na sua conta de mídia social ou a marca Google (com palavras ou imagens).

Políticas do programa (2 de 4)

3. **[Teor do conteúdo]** Todo conteúdo ou promoção do Google Workspace tem que promover principalmente os benefícios do produto, não a oferta.
 - a. **Títulos da página ou conteúdo:** não promova uma mensagem de desconto nem apresente uma porcentagem de desconto específica no título.
 - i. É permitido: "Com o Google Workspace, você tem a melhor ferramenta de produtividade para sua startup (e um código promocional!)"
 - ii. Não é permitido: "20% de desconto no Google Workspace: a melhor ferramenta de produtividade para sua startup"
 - b. **Corpo do texto:** quando você cria conteúdo, a oferta do Google Workspace não pode ser o foco principal. Em vez disso, foque na promoção dos recursos, benefícios e casos de uso dos produtos. Use a oferta como uma call-to-action de conversão.
 - i. É permitido: escrever textos com explicações sobre os recursos e casos de uso do Google Workspace
 - ii. Não é permitido: escrever textos que promovam ou mencionem a oferta repetidamente.
 - c. **Imagens e banners:** use apenas as propriedades da marca disponibilizadas no programa. Não crie novas imagens que mostrem a oferta.
 - i. É permitido: usar recursos de imagem pré-aprovados com foco no produto, não na oferta.
 - ii. Não é permitido: criar sua própria imagem exibindo a oferta do produto.
4. **[Divulgação]** Qualquer propriedade que apresente links de afiliados do Google Workspace também precisa incluir uma declaração de divulgação, indicando que você pode se beneficiar das vendas geradas por esses links.
 - a. **Exemplo de divulgação:** "Podemos receber uma compensação quando você clicar em nossos links e fizer compras."
5. **[Distribuição de código]** Os códigos promocionais não podem ficar visíveis publicamente. Eles precisam ser distribuídos individualmente para cada usuário.
 - a. É permitido: criar seu próprio conteúdo e incluir links de indicação e instruções sobre como o cliente pode receber um código promocional.
 - b. É permitido: distribuir um código particular para cada usuário por e-mail ou um botão de exibição e limitar o número de cupons que eles podem receber.
 - c. Não é permitido: incluir um código promocional em um comentário por escrito na sua postagem do blog ou de terceiros.
 - d. Não é permitido: incluir um código promocional em um comentário por escrito na sua postagem de mídia social ou de terceiros.
 - e. Não é permitido: postar listas de códigos promocionais no seu site ou em qualquer outro lugar (fóruns, blogs etc.).

Políticas do programa (3 de 4)

6. **[Precisão da mensagem de oferta]** É necessário sinalizar com clareza as ofertas vencidas ou removê-las do site. Não promova mensagens enganosas sobre a oferta. Os afiliados não podem oferecer descontos maiores do que a oferta oficial aprovada e oferecida pelo Google por códigos promocionais exclusivos.
 - a. É permitido: falar de uma oferta de 10% de desconto em um artigo sobre os recursos e casos de uso do Google Workspace, desde que ela esteja ativa.
 - b. É permitido: atualizar o conteúdo referente a uma oferta antiga que sofreu mudanças ou expirou; remover as referências a ela ou indicar com clareza as ofertas expiradas.
 - c. Não é permitido: falar sobre um desconto maior que combine ofertas e/ou upgrades/downgrades de planos.
 - d. Não é permitido: continuar mostrando promoções vencidas mesmo se elas apresentarem descontos maiores que as ofertas atuais.
7. **[Limitações de mensagens de oferta]** O conteúdo não pode indicar que a oferta é válida para contas com mais de 100 usuários e precisa expressar claramente qualquer limitação associada, como data de validade, requisitos do plano e outros critérios definidos pelo Google.
 - a. É permitido: descrever todas as limitações da oferta, como "A oferta só é válida para o primeiro ano da assinatura do plano do Google Workspace Business Starter. Ela expira em 15 de dezembro de 2022."
 - b. Não é permitido: incluir referências à oferta sendo aplicada a contas com muitos funcionários, como "Você pode receber um desconto nas contas com até 300 usuários."
8. **[Visibilidade do desconto da oferta]** Se sua oferta com desconto acima de 20% no primeiro ano for aprovada, o valor do desconto (por exemplo, "25%") não pode ser divulgado publicamente. Ele precisa ser exibido apenas em um ambiente controlado, como páginas/locais acessados com login. É possível haver exceções em certos casos. Isso dependerá de análise e aprovação do Google.
 - a. É permitido: promover nas suas páginas públicas aprovadas que você tem uma oferta para o Google Workspace, sem especificar o valor do desconto.

Exemplo: "Descontos especiais nos planos do Google Workspace disponíveis para os assinantes do [insira o nome do plano]. Faça login para saber mais."

Políticas do programa (4 de 4)

9. **[Promoção do Programa de Afiliados vs de Indicações]** Os assinantes do Programa de Afiliados do Google Workspace não podem promover os links nem os códigos promocionais do Programa de Indicações do Google Workspace.
 - a. Se um afiliado já foi um assinante do Programa de Indicações, todos os links do programa precisam ser removidos e substituídos pelos do Programa de Afiliados.
 - b. Se um afiliado já foi um assinante do Programa de Indicações e distribuiu códigos promocionais, todos os códigos do programa precisam ser removidos. Os afiliados têm que trabalhar com a equipe da CJ para poderem distribuir códigos pelo Programa de Afiliados.
10. **[E-mail]** Não é permitido promover o Google Workspace por e-mail, a menos que o Google aprove uma exceção.

Agradecemos sua atenção!