

# 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](mailto:GoogleWorkspaceAffiliatesNA@CJ.com)

América Latina: [GoogleWorkspaceAffiliatesLATAM@CJ.com](mailto:GoogleWorkspaceAffiliatesLATAM@CJ.com)

APAC: [GoogleWorkspaceAffiliatesAPAC@CJ.com](mailto:GoogleWorkspaceAffiliatesAPAC@CJ.com)

EMEA: [GoogleWorkspaceAffiliatesEMEA@CJ.com](mailto: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<sup>☆☆</sup>
- 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*



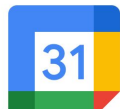
Use o ícone de Super G em espaços limitados onde a marca nominativa do Google Workspace não cabe. Sempre aliado ao nome Google Workspace no texto.

*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.

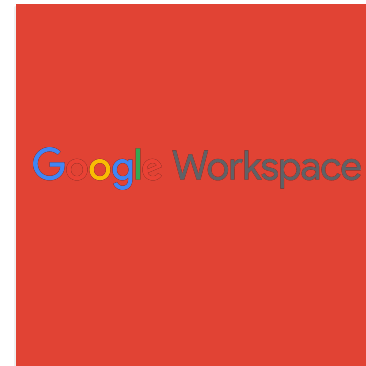
Estes são alguns exemplos do que não fazer com eles.



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



**NÃO** redimensione nem empilhe elementos individuais em um logotipo completo.



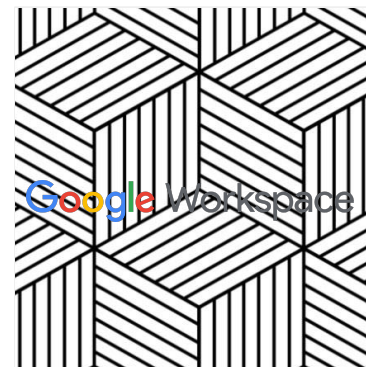
**NÃO** use a marca nominativa com cores primárias em um fundo de cores semelhantes.



**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!