interweb

Gerado a 15/11/2026 00:33

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Ler o relatório de uma campanha de e-mail: enviados, aberturas, cliques, ligações e cancelamentos

E-mail, SMS e promoção

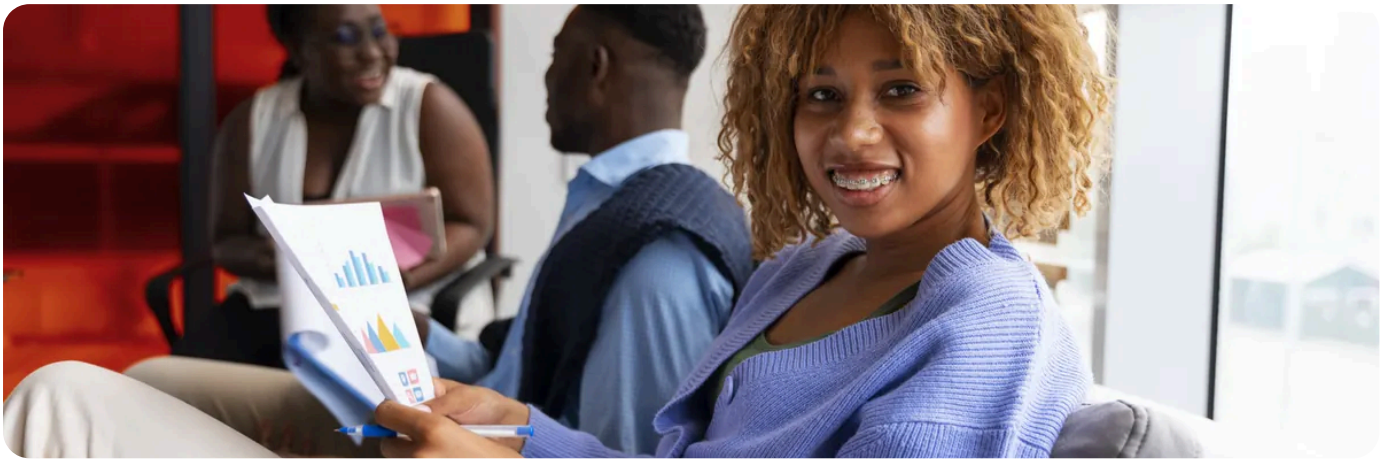
CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-AO-KB-2446	v2026.11.13	Angola · Português

Interweb Angola
RLX Angola, Lda. · Grupo RLX Holdings
NIF 500 260 5724 · Matrícula 26464-25/250724

https://www.meu.interweb.ao/knowledgebase/2446

Ler o relatório de uma campanha de e-mail: enviados, aberturas, cliques, ligações e cancelamentos

E-mail, SMS e promoção Criado em **13 de novembro de 2026** 2 min de leitura



A resposta curta: cada campanha mostra **quantos e-mails foram enviados, quantos abriram, quantos clicaram, as ligações mais clicadas e quem cancelou**, e também quem abriu e quem clicou. Servem para uma coisa: fazer a campanha seguinte sair melhor.

O que cada número diz

Número	O que mede	Cuidado
Enviados	Quantos e-mails saíram para o grupo.	É a base das contas seguintes.
Aberturas	Quantas pessoas abriram o e-mail.	É o número menos fiável: alguns serviços abrem as mensagens sozinhos e outros bloqueiam as imagens.
Cliques	Quantas pessoas carregaram numa ligação.	É o sinal mais honesto de interesse.
Ligações mais clicadas	Em que botão ou ligação se carregou mais.	Diz o que interessou dentro do e-mail.
Cancelaram	Quantos saíram da lista com esta campanha.	Um salto num envio é um aviso.

Um exemplo com contas

A página do E-mail Marketing mostra um painel com números de exemplo: **2.000 enviados, 920 aberturas, 280 cliques e 12 cancelamentos**. Com eles:

Conta	Resultado	Leitura
Aberturas ÷ enviados	920 ÷ 2.000 = 46%	Quase metade abriu, com a reserva de que as aberturas exageram ou falham.
Cliques ÷ enviados	280 ÷ 2.000 = 14%	A taxa de cliques sobre toda a lista.
Cliques ÷ aberturas	280 ÷ 920 = cerca de 30%	De quem abriu, quantos acharam o conteúdo útil o bastante para clicar.
Cancelaram ÷ enviados	12 ÷ 2.000 = 0,6%	Compare com as suas campanhas anteriores, não com outros.

Os números são só ilustração. O que conta são **os seus, de campanha para campanha**.

O que mudar a seguir

1. **Poucas aberturas:** reveja o assunto e o remetente. Veja **o assunto de um e-mail de campanha**.
2. **Abrem e não clicam:** o conteúdo não cumpre o que o assunto prometia, ou o botão não se vê.
3. **Muitos cancelamentos:** frequência a mais ou grupo errado. Veja **segmentos**.

Quer saber o que acontece depois do clique?
Ponha **ligações UTM** nos botões e veja no Google Analytics que vendas ou pedidos vieram da campanha. Os limites das aberturas estão explicados em **pixéis de rastreio no e-mail**.

RECOMENDADO

Quer enviar campanhas de e-mail aos seus clientes? Diga-nos quantos e-mails envia por mês e preparamos a sua proposta.

Fale connosco →

VEJA TAMBÉM

- **Segmentos nas campanhas de e-mail: enviar só aos clientes de uma cidade ou de um produto** →
- **O assunto de um e-mail de campanha: curto, honesto e a dizer o que está dentro** →

Ligações UTM: descobrir que campanha trouxe cada visita

Confirmações de leitura e pixéis de rastreio no e-mail: o que dizem e o que não dizem

interweb

Interweb Angola

RLX Angola, Lda. · Grupo RLX Holdings

NIF	500 260 5724
MATRÍCULA	26464-25/250724
SEDE	Rua Direita do Patriota, Bairro Dangereux Belas, Luanda, Angola
CONTACTOS	info@interweb.ao · +244 942 011 191 · www.interweb.ao
HORÁRIO	2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas Sábado & Domingo - Fechado

RLX-AO-KB-2446 · v2026.11.13 · Gerado a 15/11/2026 00:33

Versão online deste documento