interweb

Gerado a 15/11/2026 00:34

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Campanhas de SMS, antes e depois: reescrever mensagens fracas para que o cliente aja

Campanhas de marketing

CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-AO-KB-2546	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/2546

Campanhas de SMS, antes e depois: reescrever mensagens fracas para que o cliente aja

Campanhas de marketing Criado em **13 de novembro de 2026** 3 min de leitura



A resposta curta: uma mensagem de campanha que resulta diz **quem envia**, **uma só oferta**, **até quando** vale, **como se aproveita** e **como deixar de receber**. Quase todas as mensagens fracas falham num destes cinco pontos. Em baixo estão exemplos reais de «antes e depois», com o que mudou em cada um.

As cinco peças de uma boa mensagem

1. **Quem envia, logo no início.** O nome da empresa abre a mensagem, mesmo que use um **Sender ID**. O cliente decide em segundos se a mensagem é para ele.
2. **Um benefício concreto.** «20% em todo o calçado» diz mais do que «grandes promoções».
3. **Um prazo.** «Até domingo» faz agir; «por tempo limitado» não.
4. **Como aproveitar.** Mostrar o SMS na caixa, ligar para um número, abrir o seu site.
5. **Contacto e saída.** Os remetentes com nome não recebem respostas, por isso escreva um telefone, um e-mail ou o site, e diga como deixar de receber.

Antes e depois

As partes entre parênteses rectos, como [EMPRESA] ou [TELEFONE], são para trocar pelos seus dados antes de enviar.

Antes	O problema	Depois
`Caros clientes, temos o prazer de informar que estamos com várias promoções em diversos produtos. Visitem-nos!`	Não diz quem envia, o quê, nem até quando. Gasta caracteres em cortesias.	`[EMPRESA]: 20% em todo o calçado até domingo. Mostre este SMS na caixa. Sair: [TELEFONE]`
`PROMOÇÃO!!! GRANDES DESCONTOS!!! NÃO PERCA!!!`	Maiúsculas e pontos de exclamação parecem fraude. Não há marca, oferta nem prazo.	`Olá {$contact_first_name}, esta semana a [EMPRESA] tem 2 pizzas pelo preço de 1, de segunda a quinta. Reservas: [TELEFONE]`
`Responda SIM para receber o seu desconto.`	O cliente responde e ninguém recebe a resposta.	`[EMPRESA]: o seu desconto de 10% está activo até dia 30. Mostre este SMS no pagamento. Dúvidas: [TELEFONE]`
`Ganhe já! Clique aqui: [LIGAÇÃO ENCURTADA]`	Uma ligação encurtada e desconhecida, sem marca, é o desenho típico de uma burla.	`[EMPRESA]: a nova colecção já está em [SITE]. Entrega sem custo até sábado.`
`Promoções em arroz, óleo e açúcar, 2x1 nos sumos, oferta na compra de detergente e sorteio no sábado!`	Quatro ofertas numa mensagem: o cliente não fixa nenhuma, e o texto parte-se em várias partes.	`[EMPRESA]: 2 sumos pelo preço de 1, só este sábado. Até já! Sair: [TELEFONE]`

Mais curto custa menos

Cada parte de SMS gasta 1,2 créditos para Angola e 1 crédito para Moçambique por número. Uma mensagem só com letras sem acento cabe em 160 caracteres; basta um «ã» ou um «ç» para o limite descer para 70. Numa lista de 3.000 números, passar de 2 partes para 1 poupa 3.000 créditos. Antes de confirmar, o SMS Center mostra quantas partes tem a mensagem: se passou de 1, corte cortesias, repetições e adjectivos. Os pormenores estão em **quantos créditos gasta um SMS**.

Escreva, leia em voz alta e corte um terço.
Se a frase continua a fazer sentido sem uma palavra, a palavra não fazia falta. Depois envie a versão final para o seu próprio telemóvel e leia-a como um cliente leria.

Não esconda a saída.
Uma mensagem sem forma de deixar de receber pode render mais uma venda hoje, mas traz queixas amanhã. Veja **boas práticas e consentimento**.

RECOMENDADO

Quer pôr estas regras em prática? Veja o que o SMS Center oferece para as suas campanhas.

Ver a página de SMS Marketing →

VEJA TAMBÉM

- Como planear uma campanha de SMS marketing: lista, mensagem, custo e hora de envio
- Quantos créditos gasta um SMS: 160, 153, 70 e 67 caracteres explicados
- SMS personalizado com o nome do contacto: variáveis, exemplos e cuidados
- Modelos de SMS e IA: mensagens prontas, a biblioteca de modelos e melhorar um texto
- Erros de SMS marketing que custam clientes, e o que fazer em vez disso
- Testar duas versões de uma campanha de SMS: um teste A/B simples com grupos de contactos

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

Versão online deste documento

RLX-AO-KB-2546 · v2026.11.13 · Gerado a 15/11/2026 00:34