interweb

Gerado a 13/11/2026 17:51

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Medir uma campanha de SMS: códigos de oferta, ligações UTM, resgates e custo por cliente

SEO e Marketing

CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-AO-KB-2558	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/2558

Medir uma campanha de SMS: códigos de oferta, ligações UTM, resgates e custo por cliente

SEO e Marketing Criado em **13 de novembro de 2026** 3 min de leitura



A resposta curta: o SMS Center diz-lhe **quantas mensagens saíram** e **quantos créditos gastou**. O resultado, ou seja, quem veio, quem comprou e quanto rendeu, mede-se do seu lado, e para isso cada campanha precisa de um sinal que se conte: um **código de oferta**, uma **ligação com UTM** ou uma **página própria**. Com esses números calcula a taxa de resposta e o custo por cliente.

O que o SMS Center mostra

Onde	O que vê
Histórico, separador Campanhas	Cada campanha com o progresso («X de Y saíram») e o estado.
Histórico, separador Mensagens	Cada número com a mensagem, o custo e o estado. «Enviado» quer dizer que saiu para a operadora, não que foi lido.
Histórico, separador Saldo	Os movimentos de créditos: compras, envios e devoluções.
Início	A actividade dos últimos 14 dias: envios e créditos por dia.

Dê a cada campanha um sinal que se conte

Sinal	Como funciona	Exemplo
Código de oferta	Um código diferente por campanha, que o cliente diz ou mostra na caixa. Conta-se no sistema de vendas ou numa folha ao lado da caixa.	`[EMPRESA]: 15% com o código NATAL15 até dia 24. Sair: [TELEFONE]`

Sinal	Como funciona	Exemplo
«Mostre este SMS»	O empregado regista cada SMS mostrado. Simples, mas só serve quando cada campanha tem uma oferta diferente.	`Mostre este SMS no pagamento e leve 2 pelo preço de 1.`
Ligação com UTM	O endereço do seu site com etiquetas que dizem «veio do SMS, campanha X». As estatísticas do site separam essas visitas. Veja **ligações UTM**.	`[SITE]/natal?utm_source=sms&utm_campaign=natal`
Página própria	Um endereço só para a campanha. Todas as visitas dessa página vieram do SMS.	`[SITE]/sms`
Número de telefone próprio	Um número que só aparece nesta campanha. As chamadas que chegam lá vieram do SMS.	`Reservas: [TELEFONE DA CAMPANHA]`

As contas que interessam

Medida	Como se calcula
Custo da campanha	Créditos gastos × preço por SMS do seu escalão. Os créditos gastos estão no separador Saldo.
Taxa de resposta	Respostas (códigos usados, visitas, chamadas) ÷ mensagens que saíram.
Custo por cliente	Custo da campanha ÷ número de clientes que responderam.
Retorno	Margem das vendas da campanha – custo da campanha. Veja **se uma campanha compensa**.
Pedidos de saída	Quantas pessoas pediram para deixar de receber depois desta campanha. Se sobe, a mensagem ou a frequência não agradou.

Guarde um registo simples

Uma folha de cálculo com uma linha por campanha chega: data, grupo, texto, mensagens que saíram, créditos, respostas, vendas e pedidos de saída. Ao fim de algumas campanhas percebe que ofertas, que grupos e que horas dão mais resultado, e deixa de decidir às cegas.

Meça durante um prazo fixo.
Conte as respostas até ao fim do prazo da oferta, por exemplo os 3 dias da promoção. Respostas que chegam semanas depois já se misturam com outras coisas.

Não use ligações encurtadas desconhecidas para medir cliques.
Parecem fraude e fazem a campanha render menos. Use o seu domínio com UTM ou uma página própria. Veja **ligações no SMS de marketing**.

RECOMENDADO

Pronto para medir a próxima campanha? Veja o SMS Marketing e o custo por escalão.

Ver a página de SMS Marketing →

VEJA TAMBÉM

- **Uma campanha de SMS compensa? Calcular o custo, a resposta e o ponto de equilíbrio**
- **Testar duas versões de uma campanha de SMS: um teste A/B simples com grupos de contactos**
- **Ligações no SMS de marketing: o seu domínio, uma página própria e não parecer fraude**
- **Estados das campanhas de SMS: em revisão, a lançar, lançada, recusada e sem envios**
- **Histórico e agendamento de SMS: estados, filtros e o que acontece quando uma mensagem falha**

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-2558 · v2026.11.13 · Gerado a 13/11/2026 17:51