interweb

Gerado a 13/11/2026 17:52

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Com que frequência enviar SMS de marketing sem cansar a sua lista

SEO e Marketing

CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-AO-KB-2562	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/2562

Com que frequência enviar SMS de marketing sem cansar a sua lista

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



A resposta curta: envie só quando tem **alguma coisa que valha a pena**, num ritmo que consiga manter e que disse ao cliente quando ele aderiu. Nunca repita a mesma campanha aos mesmos números várias vezes na mesma semana. Os sinais de que está a exagerar são fáceis de ver: **mais pedidos de saída** e **menos respostas** a cada campanha.

Porque o SMS cansa mais depressa

Um SMS aparece no ecrã, faz o telemóvel vibrar e fica na mesma caixa das mensagens da família. É isso que o torna eficaz, e é também por isso que se torna incómodo depressa. Um e-mail a mais vai para uma pasta; um SMS a mais faz o cliente pedir para sair.

Como decidir o ritmo

1. **Prometa um ritmo na adesão** e cumpra-o, por exemplo «no máximo [N] mensagens por mês». Quem sabe o que vai receber estranha menos.

2. **Planeie o mês** numa folha: que campanhas, para que grupos, em que dias. Veja **o calendário de SMS marketing**.

3. **Confira quem está em vários grupos.** Um cliente que está em «Calçado», «Roupa de criança» e «Activos» pode receber três campanhas na mesma semana sem ninguém dar por isso.

4. **Meça depois de cada campanha** as respostas e os pedidos de saída, e ajuste. Veja **como medir uma campanha**.

Sinais de alerta

Sinal	O que costuma querer dizer	O que fazer
Os pedidos de saída sobem	Mensagens a mais, ou a pessoas que não as queriam.	Espaçar as campanhas e rever a origem da lista.
As respostas descem de campanha para campanha	A lista habituou-se a ignorar.	Menos campanhas, com ofertas melhores e mais segmentadas.
Queixas ou mensagens zangadas pelo telefone	Hora errada ou campanha repetida.	Rever horas e não repetir a mesma oferta.
Os mesmos poucos clientes respondem sempre	O resto da lista perdeu o interesse.	Separar «Activos» e «Inactivos» e tratar cada grupo à sua maneira.

Avisos de serviço não contam para o mesmo limite

Um aviso de encomenda, uma confirmação de marcação ou um lembrete que o cliente pediu não são marketing, e o cliente quer recebê-los. O cuidado com a frequência é para as promoções. Mas não esconda uma promoção num aviso: o que conta é o conteúdo, e um aviso com oferta passa a ser marketing. Veja **SMS transaccional**.

Menos, mas melhor.
Uma campanha com uma oferta forte rende mais do que três com ofertas fracas, e gasta um terço dos créditos.

Repetir a campanha a quem não respondeu
parece boa ideia, mas para quem recebe é a mesma mensagem duas vezes. Se quer insistir, mude a oferta ou o ângulo, e deixe passar alguns dias.

RECOMENDADO

Quer planear campanhas com o ritmo certo? Veja as ferramentas do SMS Marketing.

Ver a página de SMS Marketing →

VEJA TAMBÉM

- **Boas práticas e consentimento no SMS: a quem pode enviar e como deixar sair** →
- **Os melhores dias e horas para enviar SMS de marketing, por tipo de negócio** →

Um calendário de SMS marketing para o ano: épocas, dias de salário, regresso às aulas e fim de ano →

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

A lista de exclusão do SMS: como funciona o descadastro em todos os envios da sua conta →

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-2562 · v2026.11.13 · Gerado a 13/11/2026 17:52

Versão online deste documento