interweb

Gerado a 13/11/2026 17:53

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Erros de SMS marketing que custam clientes, e o que fazer em vez disso

SEO e Marketing

CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-AO-KB-2578	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/2578

Erros de SMS marketing que custam clientes, e o que fazer em vez disso

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



A resposta curta: os erros que mais custam numa campanha de SMS são quase sempre os mesmos: enviar a quem não aceitou, não dizer quem envia, pedir respostas que ninguém recebe, mensagens longas que gastam o dobro, ligações que parecem fraude e horas erradas. Todos se evitam com uma revisão de dois minutos antes de confirmar.

Os erros e o que fazer em vez disso

Erro	Porque custa	Em vez disso
Enviar a números que nunca aceitaram	Queixas, pedidos de saída e a sua marca associada a spam.	Só quem aceitou receber. Veja **consentimento**.
Não dizer quem envia	O cliente não reconhece a mensagem e apaga-a.	O nome da empresa no início, ou um **Sender ID**.
Pedir ao cliente que responda	O remetente não recebe respostas: o cliente responde e ninguém lê.	Um telefone, um e-mail ou o site na mensagem.
Mensagens longas ou com acentos a mais	Partem-se em várias partes e custam o dobro ou o triplo.	Texto curto; veja as partes antes de confirmar.
Ligações encurtadas desconhecidas	Parecem burla, e muitos não tocam.	O seu domínio, com uma página da campanha. Veja **ligações no SMS**.
Várias ofertas numa mensagem	O cliente não fixa nenhuma.	Uma oferta, um prazo, uma forma de a aproveitar.
Enviar à noite ou muito cedo	Incomoda e traz pedidos de saída.	Horário comercial; agende se preparar fora de horas.

Erro	Porque custa	Em vez disso
Repetir a mesma campanha na mesma semana	Cansa a lista e baixa a resposta das seguintes.	Mudar a oferta ou deixar passar tempo.
Esconder uma promoção num aviso	O que conta é o conteúdo: passa a ser marketing, e o cliente sente-se enganado.	Avisos para avisos, promoções para quem as aceitou.
Não tirar quem pediu para sair	A pessoa volta a receber e queixa-se com razão.	Grupos actualizados e a **lista de exclusão**.

Erros de preparação

1. **Não testar.** Envie sempre a mensagem final para o seu telemóvel e leia-a como um cliente leria, ligação incluída.

2. **Contar com o nome onde ele não existe.** `{$contact_first_name}` só funciona para números guardados nos contactos com nome. Os outros recebem o texto sem o nome. Veja **SMS personalizado**.

3. **Esquecer o saldo.** Se os créditos acabam a meio, a campanha pára. Some os créditos antes e compre de uma vez.

4. **Ler «Enviado» como «lido».** Enviado quer dizer que a mensagem saiu para a operadora. O resultado mede-se pelas respostas. Veja **como medir**.

5. **Enviar sem objectivo.** «Para não esquecerem de nós» não é uma campanha. Cada envio deve ter uma oferta, um evento ou uma novidade concreta.

A revisão de dois minutos

1. O grupo certo, só com quem aceitou?

2. O nome da empresa logo no início?

3. Uma oferta, um prazo, uma forma de aproveitar?

4. Um contacto e uma forma de sair?

5 Quantas partes? Dá para cortar para 1?

6 A hora de envio é horário comercial?

7 O teste chegou bem ao seu telemóvel?

Guarde a lista acima num modelo.
O SMS Center guarda os seus modelos de mensagem; uma folha ao lado do computador com estas sete perguntas faz o resto.

Uma palavra não permitida trava a campanha.
Se o SMS Center recusar o texto por causa de uma palavra, reescreva-o em vez de tentar disfarçar a palavra.

RECOMENDADO

Quer campanhas sem estes erros? Veja como o SMS Marketing o ajuda.

Ver a página de SMS Marketing →

VEJA TAMBÉM

- Campanhas de SMS, antes e depois: reescrever mensagens fracas para que o cliente aja →
- Boas práticas e consentimento no SMS: a quem pode enviar e como deixar sair →
- Quantos créditos gasta um SMS: 160, 153, 70 e 67 caracteres explicados →
- Ligações no SMS de marketing: o seu domínio, uma página própria e não parecer fraude →
- Com que frequência enviar SMS de marketing sem cansar a sua lista →
- 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

Versão online deste documento

RLX-AO-KB-2578 · v2026.11.13 · Gerado a 13/11/2026 17:53