Gerado a 10/11/2026 06:14

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Como planear uma campanha de SMS marketing: lista, mensagem, custo e hora de envio

SEO e Marketing

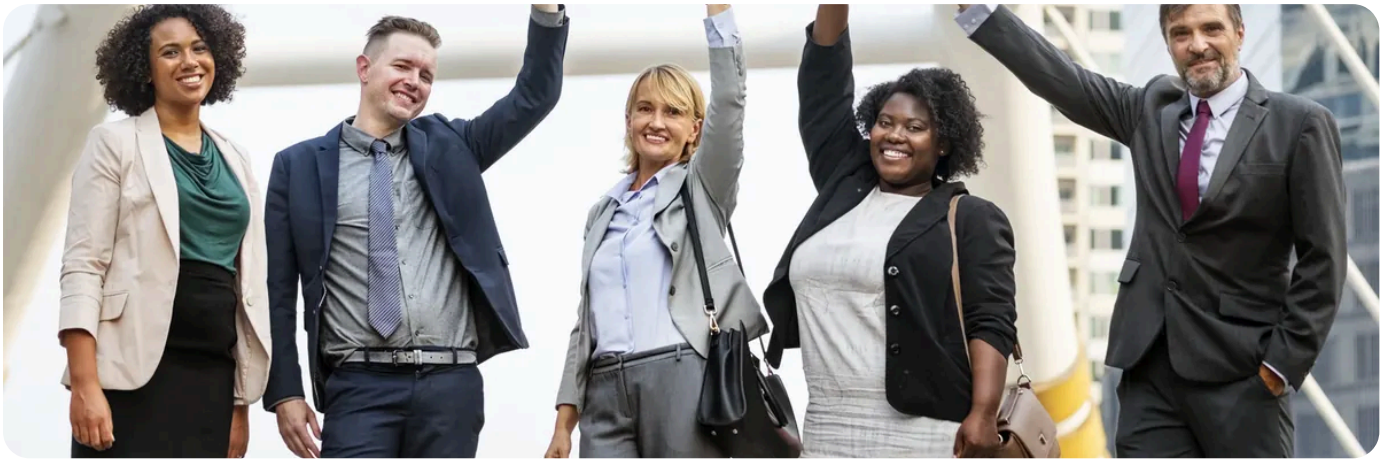
CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-BR-KB-7158	v2026.11.10	Brasil · Português (Brasil)

MozOut Brasil
RLX Holdings (Pty) Ltd. · Grupo RLX Holdings
N.º fiscal (SARS) 943 907 6234 · N.º de registo (CIPC) 2025/667953/07

https://www.my.mozout.com/knowledgebase/7158

Como planear uma campanha de SMS marketing: lista, mensagem, custo e hora de envio

SEO e Marketing Criado em **10 de novembro de 2026** 4 min de leitura



A resposta curta: uma campanha de SMS planeia-se com quatro decisões: **a quem** (só contatos que aceitaram receber), **o quê** (uma oferta, um prazo, quem envia e como deixar de receber), **quanto custa** (destinatários vezes partes dá os créditos) e **quando** (o dia e a hora em que o cliente pode agir). No My MozOut, «Nova campanha» leva-o por passos e mostra o custo estimado antes de confirmar.

1. A lista

Comece pelo grupo certo, não por todos os contatos. Uma campanha de material escolar vai para os pais, uma oferta de fim-de-semana para quem já comprou. Antes de enviar, confirme três coisas:

1. **Todos aceitaram receber promoções.** Quem deu o número só para uma entrega não entra. Veja **a quem pode enviar e como deixar sair**.
2. **Quem pediu para sair já não está lá.** Atenção ao importar uma lista antiga: pode trazer de volta quem saiu.
3. **Os números são de Moçambique ou de Angola.** O serviço envia só para estes dois países.

2. A mensagem

Um objetivo por mensagem. O benefício primeiro, o prazo a seguir, e uma forma de usar a oferta. Termine com o nome da empresa e com um contato para deixar de receber, escrito na mensagem, porque os remetentes com nome não recebem respostas. Nos exemplos, as partes entre parênteses rectos, como [EMPRESA], [TELEFONE] ou [DATA], são para trocar pelos seus dados antes de enviar.

Objetivo	Mensagem
Desconto com prazo	[EMPRESA]: 20% em todo o calçado até domingo. Mostre este SMS na caixa. Não quer receber? Ligue [TELEFONE].
Novidade	[EMPRESA]: chegou a nova coleção. Veja em [SITE] ou visite-nos em [ENDEREÇO]. Sair da lista: [E-MAIL].
Evento	[EMPRESA] convida: prova de vinhos sexta às 18h, entrada livre. Lugares limitados, reserve em [TELEFONE]. Sair da lista: [E-MAIL].
Clientes afastados	Olá Ana, há algum tempo que não nos visita. Esta semana o corte de cabelo é com 15% de desconto. [EMPRESA]. Marcações ou sair da lista: [TELEFONE].
Época festiva	[EMPRESA]: cabazes de fim de ano a partir de [VALOR]. Encomende até [DATA] em [SITE]. Para não receber: [TELEFONE].
Código para medir	[EMPRESA]: diga o código FESTA na caixa e leve 2 por 1 até sábado. Sair da lista: [TELEFONE].

Sem tempo para escrever?
Na página SMS tem modelos prontos e a IA propõe uma mensagem a partir do que quer comunicar. Reveja sempre antes de enviar.

3. O custo

A conta é simples: **número de destinatários × partes da mensagem = créditos**. Uma mensagem com acentos como ã, ç ou á passa a contar menos caracteres por parte; veja **quantos créditos gasta um SMS**.

Destinatários	Partes	Créditos
500	1	500
2.000	1	2.000
2.000	2	4.000
10.000	1	10.000

Os créditos compram-se a partir de 1.000, e toda a quantidade sai ao preço do escalão em que cai. Por isso, antes de comprar para uma campanha grande, veja o escalão: uma quantidade logo acima do limite de um escalão pode custar menos, no total, do que a quantidade logo abaixo. Os pormenores estão em **créditos de SMS e escalões de preço**.

4. A hora

Envie quando o cliente pode agir: de manhã para uma oferta do dia, na quinta ou sexta para o fim-de-semana, umas horas antes do almoço para um restaurante. Dias úteis e horário comercial, nunca de noite. No último passo escolhe enviar logo ou marcar data e hora; uma data que já passou faz a campanha sair logo. Há um limite diário de envios por conta: numa lista muito grande, conte com isso ao marcar a data.

Antes de confirmar

1. **Envie primeiro para o seu número** e leia a mensagem no celular, como o cliente a vai ver.
2. **Confira as partes e os créditos** que a página mostra, e se o saldo chega para a lista toda.
3. **Confirme na janela de confirmação.** Depois de confirmar, a campanha segue para envio.
4. **Acompanhe no histórico**, na aba Campanhas. Uma mensagem que falha devolve os créditos ao saldo.

Uma palavra pode travar a campanha.
Há palavras não permitidas, e uma mensagem com uma delas é recusada. Se a página recusar o texto, reescreva-o antes de tentar de novo.

RECOMENDADO

Tem uma campanha em mente? Veja os preços, compre os créditos e prepare a sua lista.

Ver os preços do SMS →

VEJA TAMBÉM

- SMS marketing: Sender ID, as regras daqui, e como escrever um que resulta →
- Boas práticas e consentimento no SMS: a quem pode enviar e como deixar sair →
- Contatos e grupos de SMS: importar uma lista em CSV e mantê-la limpa →
- Modelos de SMS e IA: mensagens prontas, a biblioteca de modelos e melhorar um texto →
- SMS para empresas por setor: comércio, clínicas, escolas, entregas e mais, com exemplos de mensagens →

Histórico e agendamento de SMS: estados, filtros e o que acontece quando uma mensagem falha →

MozOut Brasil

RLX Holdings (Pty) Ltd. · Grupo RLX Holdings

N.º FISCAL (SARS)	943 907 6234
N.º DE REGISTO (CIPC)	2025/667953/07
SEDE	72 York Road, Kensington Joanesburgo 2094, Gauteng, África do Sul
CONTACTOS	info@mozout.com · +27 78 823 3325 · www.mozout.com
HORÁRIO	2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas Sábado & Domingo - Fechado

Versão online deste documento

RLX-BR-KB-7158 · v2026.11.10 · Gerado a 10/11/2026 06:14