Gerado a 21/10/2026 17:42

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

SMS marketing: Sender ID, as regras daqui, e como escrever um que resulta

SEO e Marketing

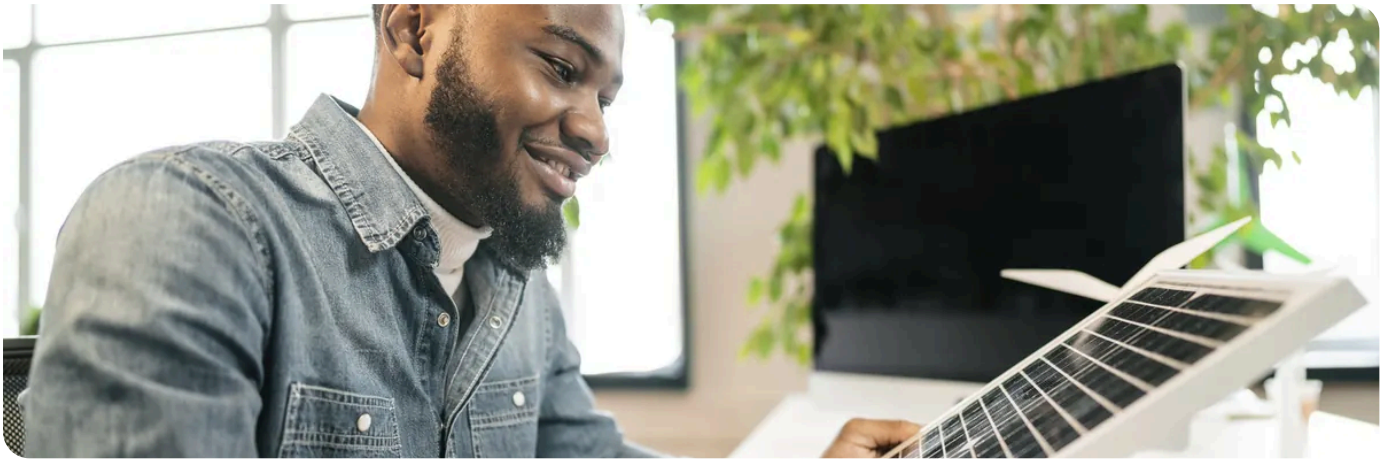
CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-PT-KB-1212	v2026.09.28	Portugal · Português

MozOut Portugal
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/1212

SMS marketing: Sender ID, as regras daqui, e como escrever um que resulta

SEO e Marketing Criado em **11 de setembro de 2026** Atualizado em **28 de setembro de 2026** 4 min de leitura



O SMS tem uma vantagem que nenhum outro canal tem por aqui: **chega a toda a gente**, sem depender de internet, de aplicação instalada ou de telemóvel moderno. E é lido em minutos. Em contrapartida, é o canal mais regulado dos três - e as regras são locais.

O Sender ID: o nome que aparece no telemóvel

É a primeira coisa a tratar e a que mais distingue uma empresa de um número anónimo. Em vez de a mensagem chegar de *+258 84...*, chega com o **nome da sua marca** no lugar do remetente.

O que muda	Detalhe
Reconhecimento imediato	Quem recebe sabe de quem é antes de abrir. A diferença na leitura é grande.
Não se responde a um Sender ID	Mensagens de nome de marca são de sentido único. Se quer resposta, tem de indicar no texto como o fazer.
Tem de ser registado	Não se escolhe na hora do envio: é pedido e aprovado antes, e a aprovação leva tempo.

As regras mudam conforme o país de destino

Não há uma regra global. Cada regulador nacional define o que pode ser enviado, para quem e com que remetente - e o operador bloqueia o que não cumprir, sem aviso.

País	O essencial
Moçambique (INCM)	Mensagens promocionais só podem ser entregues a quem tenha **autorizado previamente aquela categoria** junto do operador. Os operadores são obrigados a oferecer um bloqueio global, simples e gratuito.

País	O essencial
Angola (INACOM)	O Sender ID alfanumérico **tem de conter o nome da marca**. Genéricos como INFO, SMS ou NOTICE são proibidos. Marketing exige consentimento prévio, e há conteúdos vedados: política, religião, promoção não solicitada e jogo a dinheiro.
Outros países	Cada um tem as suas regras, e algumas exigem registo prévio do remetente. Diga-nos para onde quer enviar antes de planear a campanha.

Escrever um SMS que funciona

O SMS não perdoa enchimento: são **160 caracteres** por mensagem, e passar disso divide-a em duas - e cobra duas. Acentos e cedilhas fazem cair o limite para 70, o que apanha muita gente de surpresa numa mensagem em português.

```
Mau  (2 mensagens):
  Caro cliente, e com enorme satisfacao que a nossa empresa vem por
  este meio informar que se encontra a decorrer uma promocao especial

Bom (1 mensagem):
  [MARCA] Promocao ate sabado: 20% em todos os telemoveis.
  Loja da Baixa. Parar: responda SAIR
```

1. **Comece pelo nome da marca**, mesmo tendo Sender ID. É o que evita a mensagem ser lida como burla.
2. **Uma ideia por mensagem.** Uma oferta, um prazo, um sítio.
3. **Diga o que fazer a seguir**, e que caiba: um número, uma morada, ou um link curto do seu domínio.
4. **Inclua a saída.** Não é só boa educação - na prática é o que impede as denúncias.
5. **Escreva sem acentos** se quiser caber em 160. «Promocao» cabe; «Promoção» pode não caber.

A hora de envio não é um detalhe.
Um SMS às 22h30 acorda gente e gera queixas - e as queixas são o que faz o operador cortar o remetente. Dias úteis, horário comercial, e nunca a meio da noite. É a regra mais simples de cumprir e das mais ignoradas.

Quando o SMS ganha aos outros canais

Use SMS para	Use outro canal para
Confirmações e avisos	Encomenda pronta, consulta amanhã, factura por pagar. É onde o SMS é imbatível.
Códigos e alertas urgentes	Chegam em segundos e não dependem de dados móveis.
Campanhas longas ou com imagens	Isso é e-mail - ver **e-mail marketing**
Conversa e atendimento	Isso é WhatsApp - ver **qual WhatsApp serve o seu negócio**

Precisa de enviar SMS?

Podemos tratar disso por si, com Sender ID próprio, em Moçambique e em Angola. Tratamos do pedido e do registo do remetente junto de quem tem de o aprovar, do envio e do relatório de entrega - que é a parte que mais tempo consome a quem tenta sozinho pela primeira vez.

Não é um produto de prateleira com preço afixado: depende do volume, do país de destino e do tipo de mensagem. **Abra um pedido** a dizer **quantos contactos tem, para que países, com que frequência e qual o nome que quer como remetente**, e respondemos com uma proposta concreta e com o que é preciso para o registo.

Trate do Sender ID cedo.
O registo do nome não é imediato e há nomes que são recusados - sobretudo os genéricos. Se a campanha tem data marcada, comece por aqui e não pelo texto.

A parte legal, em três linhas

1. **Só envia a quem consentiu**, e o consentimento tem de ser demonstrável - quando, onde e para quê.
2. **A saída tem de funcionar mesmo.** Pedir para sair e continuar a receber é o caminho mais curto para uma queixa ao regulador.
3. **Os números são dados pessoais**, com as obrigações que isso traz - ver **protecção de dados pessoais**.

PRECISA DE AJUDA?

Quer uma proposta de envio de SMS com o nome da sua marca?

Falar connosco →

Mozout

MozOut Portugal

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-PT-KB-1212 · v2026.09.28 · Gerado a 21/10/2026 17:42