Mozout

Gerado a 10/11/2026 11:11

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

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

SEO e Marketing

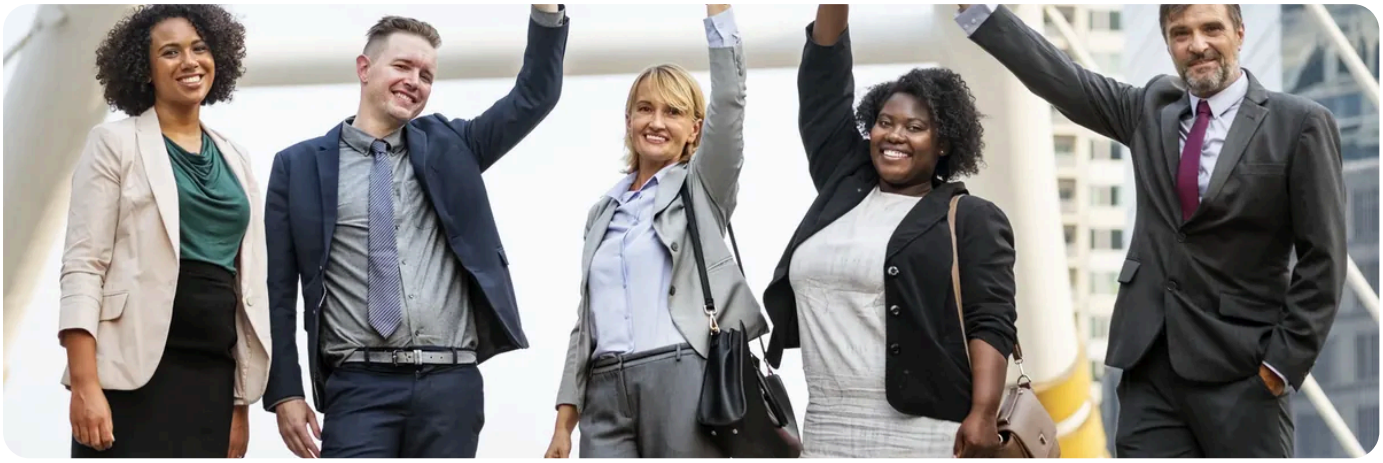
| CÓDIGO | VERSÃO | PAÍS · IDIOMA |
| --- | --- | --- |
| RLX-MZ-KB-2357 | v2026.11.10 | Moçambique · Português |

**MozOut Moçambique**
RLX Holdings, S.A. · Grupo RLX Holdings
NUIT 401 191 607 · NUEL 105 045 974 · CAE 62022

https://www.meu.mozout.co.mz/knowledgebase/2357

# 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 contactos 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 Meu 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 contactos. 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 objectivo 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 contacto 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.

| Objectivo | 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 colecção. 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 telemóvel, 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**, no separador 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
- Contactos 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 sector: 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

## MozOut Moçambique

**RLX Holdings, S.A. · Grupo RLX Holdings**

| | |
|---|---|
| NUIT | 401 191 607 |
| NUEL | 105 045 974 |
| CAE | 62022 |
| SEDE | Bairro 7 de Setembro<br>Vilankulo 1304 · CEP 0411-02, Inhambane, Moçambique |
| CONTACTOS | info@mozout.co.mz · +258 84 635 1111 · +258 86 635 1111 ·<br>www.mozout.co.mz |
| HORÁRIO | 2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas<br>Sábado & Domingo - Fechado |


RLX-MZ-KB-2357 · v2026.11.10 · Gerado a 10/11/2026 11:11

Versão online deste documento