



Manual da plataforma de WhatsApp API oficial

Da criação da conta ao disparo de mil contatos sem perder a qualidade do número. Tudo o que a Meta exige, e tudo o que a gente recomenda, separado com todas as letras.

REGRA DA META

NOSSA RECOMENDAÇÃO

Inova Web Plus

Provedor de Tecnologia da Meta
CNPJ 53.926.517/0001-72

oficial.inovawebplus.com.br/manual

WhatsApp (88) 99952-7583
Setembro de 2026

Capítulo 1

O que você precisa antes de começar

Nada aqui é burocracia da Inova: é o que a Meta exige de qualquer empresa que queira usar a API oficial do WhatsApp. Junte tudo antes de sentar para conectar, senão o processo trava no meio.

ITEM	DETALHE
Conta no Facebook	Uma conta pessoal comum, sua, que vá continuar existindo. É por ela que se cria e administra o portfólio comercial.
Portfólio comercial	Antigo Gerenciador de Negócios. Se a empresa já anuncia no Facebook ou Instagram, provavelmente já existe um.
CNPJ ou CPF	A Meta aceita CPF para pessoa física que trabalha por conta própria. Com CNPJ a verificação é mais rápida e o limite sobe mais fácil.
Um número de telefone	Que possa receber SMS ou ligação agora e que não esteja em uso em nenhum WhatsApp — nem no comum, nem no Business.
Site ou página ativa	Ajuda muito na verificação. Pode ser o site da empresa, a página no Facebook ou o Instagram comercial.
Cartão de crédito	Fica no seu portfólio da Meta, para pagar as mensagens direto à Meta. A Inova não passa cartão nem guarda dado de cartão.

O número precisa estar limpo

Se o número já tem WhatsApp instalado, apague a conta dentro do aplicativo (Configurações > Conta > Apagar minha conta) e espere alguns minutos antes de tentar conectar. Sem isso a Meta recusa com a mensagem de que o número já está registrado.

Se você quer **manter o aplicativo funcionando** no celular junto com a API, existe outro caminho: é a coexistência, explicada no capítulo 3.

Capítulo 2

Criar a conta na plataforma

1. Abra **oficial.inovawebplus.com.br/cadastro** e preencha nome, e-mail, WhatsApp e a senha.
2. Você recebe um **código de seis dígitos** por e-mail e no WhatsApp. Ele vale por 10 minutos.
3. Confirmado o código, a conta abre já com o plano escolhido e o painel aparece.
4. Em **Configurações > Usuários**, cadastre os atendentes. O limite de usuários é o do seu plano.

Papéis dentro da conta

PAPEL	O QUE ENXERGA
Dono da conta	Tudo da empresa: números, campanhas, modelos, funil, usuários, faturas.
Atendente	Só o Atendimento e o Funil, e dentro deles só a fila e as conversas dele.
Administrador da plataforma	Equipe da Inova. Vê as contas para dar suporte, nunca o token de ninguém.

Esqueceu a senha

Na tela de entrada, **Esqueci minha senha** manda um link com validade de 30 minutos para o e-mail cadastrado. O link só serve uma vez. Trocar a senha derruba as outras sessões abertas.

Capítulo 3

API oficial ou coexistência: qual é o seu caso

São dois jeitos de ligar o mesmo número à API. A escolha muda o que você pode fazer depois, e voltar atrás dá trabalho. Leia a tabela antes de clicar em qualquer coisa.

	API OFICIAL PURA	COEXISTÊNCIA
Aplicativo no celular	Deixa de funcionar nesse número	Continua funcionando normal
Histórico antigo	Não vem	Vem parte do histórico recente e os contatos

Velocidade de envio	Até 80 mensagens por segundo (pode subir)	Fixa em 20 por segundo
Campanhas em massa	Sim, com modelo aprovado	Sim, mas com ritmo mais conservador
Catálogo e carrinho	Depende do que a Meta libera	Continua o do aplicativo
Voltar atrás	Dá, mas apagando a conta da API	Sai da coexistência e volta a ser só aplicativo
Para quem	Quem vai operar tudo pelo painel, com equipe	Quem não quer largar o celular ainda

Regra prática

Se o atendimento hoje é feito no celular por uma pessoa e você só quer **somar** disparo e automação, comece pela **coexistência**. Se a equipe já vai trabalhar pelo painel e o celular vira secundário, vá de **API oficial pura**: é mais rápida e sem o teto de 20 por segundo.

Comparativo completo, com o passo a passo dos dois caminhos, na página **API ou coexistência**.

Capítulo 4

O que preparar no Facebook antes de entrar no sistema

A janela de conexão é da própria Meta e você entra nela com a **sua conta do Facebook**. Nove em cada dez travamentos no meio do caminho vêm de conta despreparada, não do sistema. Resolva esta lista antes de clicar em **Conectar número**.

Para os dois caminhos

1. **Use uma conta de Facebook antiga e sua.** Conta criada na hora, ou emprestada, costuma cair na verificação de segurança da Meta no meio do cadastro e travar tudo por dias. Entre em facebook.com e confira que a conta abre normalmente.
2. **Confirme e-mail e telefone na conta** (Configurações do Facebook > Central de Contas). Conta sem contato confirmado é a primeira a ser barrada.
3. **Ligue a autenticação de dois fatores.** A Meta exige para administrar recurso de empresa, e quando ela resolve exigir no meio do fluxo, a janela fecha e você recomeça.
4. **Saiba qual conta administra o negócio.** Se a empresa já anuncia no Facebook ou Instagram, já existe um portfólio comercial. Abra **business.facebook.com** e confira que

você entra e que o seu papel lá é **administrador**, não funcionário. É esse portfólio que você vai escolher na janela. Se não existe nenhum, tudo bem: a própria janela cria um na hora.

5. **Desligue o bloqueador de pop-up e de anúncios** no navegador para o endereço da plataforma. A conexão abre numa janela do Facebook, e bloqueador é o motivo número um de "cliquei e não aconteceu nada".
6. **Tenha o celular do número por perto**, com sinal: chega SMS ou ligação com código de seis dígitos.

Se escolher API oficial pura

1. O número **não pode ter WhatsApp ativo**. Se tem, apague a conta dentro do aplicativo: Configurações > Conta > **Apagar minha conta**. Isso apaga histórico e grupos desse número.
2. Espere alguns minutos depois de apagar antes de conectar. Tentar na sequência dá "número já está registrado".
3. Avise a equipe: a partir da conexão, esse número só atende pelo painel.

Se escolher coexistência

1. O número precisa estar **ativo no aplicativo WhatsApp Business** (o app comum de pessoa física não serve para coexistência).
2. **Atualize o aplicativo** na loja antes de começar: versão antiga não tem o recurso e o fluxo não oferece a opção.
3. Tenha o **celular na mão, com internet**, durante a conexão: a confirmação aparece dentro do próprio aplicativo, parecido com conectar o WhatsApp Web.
4. Aparelhos vinculados (WhatsApp Web, computador) caem na ativação e precisam ser conectados de novo.

O cartão pode ficar para depois, mas não muito

Dá para conectar o número sem cartão cadastrado. Mas sem uma **forma de pagamento no portfólio da Meta** as mensagens que dependem de modelo não saem. Cadastre em business.facebook.com, em Pagamentos, no nome da empresa ou no seu CPF, assim que terminar a conexão.

O que você NÃO precisa

Não precisa criar página no Facebook, não precisa de conta de anúncios e não precisa criar a conta do WhatsApp Business antes: a janela cria a WABA para você. E nunca precisa dar a senha do Facebook para a plataforma, para a Inova, para ninguém: a senha é digitada só na janela da própria Meta.

Capítulo 5

Conectar o número, do zero

O botão fica em **Números › Conectar número**. Ele abre uma janela da própria Meta — o Cadastro Incorporado. Você entra com a **sua** conta do Facebook, e a Inova nunca vê a sua senha nem o seu token: quem guarda isso é o servidor, criptografado, e o painel só mostra que existe.

1

Entrar com o Facebook

Clique em **Conectar número**. Se o navegador bloquear a janela, libere as janelas pop-up para o nosso endereço e clique de novo.

2

Escolher ou criar o portfólio comercial

Se a empresa já anuncia, o portfólio aparece na lista. Se não, crie um na hora com o nome da empresa, o site e o endereço.

3

Criar a conta do WhatsApp Business

É a WABA. Dê o nome da empresa, escolha o fuso e a moeda. Uma WABA pode ter vários números.

4

Cadastrar o número e o nome de exibição

O **nome de exibição** é o que o cliente vê. Ele passa por aprovação: precisa ter relação com a marca. "Padaria Estrela" passa; "Promoções 24h" costuma ser recusado.

5

Confirmar por SMS ou ligação

Chega um código de seis dígitos. Se não chegar em dois minutos, peça por ligação.

6

Voltar ao painel

A janela fecha sozinha e o número aparece em **Números** com a faixa, a qualidade e o status de verificação. Se não aparecer, clique em **Sincronizar com a Meta**.

Quatro coisas que costumam dar errado aqui

Janela não abre: pop-up bloqueado, ou bloqueador de anúncio ativo no navegador.

"Número já registrado": ainda existe WhatsApp ativo nele. Apague a conta no aplicativo e espere.

Nome de exibição recusado: troque para o nome real do negócio, sem promessa e sem promoção.

Terminou mas o painel não mostra: use **Sincronizar com a Meta**; leva alguns segundos.

Capítulo 6

Verificar a empresa (e por que isso importa)

Dá para começar a mandar mensagem sem verificar a empresa, mas você fica preso no degrau mais baixo. A verificação é feita no portfólio comercial da Meta, com documento do CNPJ ou do CPF e um comprovante de endereço ou conta de utilidade em nome da empresa.

O que a verificação destrava

REGRA DA META

Sair do limite inicial de conversas por dia, poder subir de faixa conforme a qualidade, registrar mais números na mesma conta e usar o nome de exibição sem o aviso de conta não verificada.

Enquanto não verifica

O número entra na faixa mais baixa e o painel mostra isso na tela **Qualidade**. Não adianta empurrar mil disparos: a Meta simplesmente para de entregar quando o teto do dia bate.

Capítulo 7

Modelos de mensagem e as três categorias

Fora da janela de 24 horas você não manda texto livre: manda **modelo aprovado**. O modelo é cadastrado uma vez, a Meta analisa, e depois você dispara quantas vezes quiser trocando só as variáveis. A categoria escolhida define **o preço** e **o rigor da análise**.

CATEGORIA	SERVE PARA	PREÇO	CUIDADO
-----------	------------	-------	---------

Utilidade	Pedido, entrega, agendamento, cobrança, aviso de algo que a pessoa já contratou	Barata	Não pode ter oferta, nem promoção, nem convite para comprar
Marketing	Promoção, lançamento, novidade, reativação, convite	Cara	Só para quem aceitou receber. É a categoria que derruba qualidade
Autenticação	Código de acesso e confirmação em duas etapas	Média	Formato travado pela Meta e botão de copiar código de até 15 caracteres

A Meta pode trocar a sua categoria sozinha

REGRA DA META

Se você cadastrar como utilidade um texto que na prática vende, a Meta recategoriza para marketing e o preço muda de um dia para o outro. A plataforma recebe esse aviso e mostra a mudança na tela de modelos, para você não descobrir na fatura.

Como escrever um modelo que passa de primeira

NOSSA RECOMENDAÇÃO

- Diga quem está falando na primeira linha: *"Aqui é a Padaria Estrela"*.
- Um assunto por modelo. Modelo que fala de três coisas costuma cair como marketing.
- Nada de "clique aqui" solto, link encurtado desconhecido ou letra maiúscula gritando.
- Não prometa o que a lei não deixa: crédito garantido, cura, ganho certo.
- Em modelo de marketing, deixe sempre a saída: um botão de **parar de receber**.

Se for reprovado

A Meta devolve o motivo e a plataforma mostra na lista. Corrija e reenvie: modelo reprovado não conta contra você. O que conta é insistir no mesmo texto várias vezes.

Capítulo 8

Variáveis

Variável é o pedaço que muda por pessoa. No modelo ela aparece numerada:

Olá {{1}}, seu pedido {{2}} sai para entrega hoje até as {{3}}.

Na hora do disparo, a plataforma preenche na ordem. Da planilha, do cadastro do contato ou de um valor fixo digitado na campanha.

- Numere **em sequência e sem pular**: 1, 2, 3. Pular número reprova o modelo.
- Nunca comece nem termine o texto com uma variável.
- Duas variáveis coladas (`{{1}}` `{{2}}`) também reprovam.
- O exemplo que você digita no cadastro é o que a Meta lê para julgar. Coloque exemplo real.
- Variável vazia derruba o envio da pessoa inteira. A plataforma avisa antes quantas linhas da planilha estão faltando dado.

Testador

Na tela de **Modelos**, o botão **Testar** monta a mensagem com os valores que você digitar e manda para o seu próprio número, sem gastar campanha. Use sempre antes de disparar para mil pessoas.

Capítulo 9

Botões

TIPO	O QUE FAZ	LIMITE
Resposta rápida	A pessoa toca e manda a resposta pronta. É o que abre a janela de 24 h	Até 3 no modelo
Link	Abre um endereço. Pode ter uma variável no fim do endereço	Até 2
Telefone	Liga para o número que você cadastrou	1
Copiar código	Copia um código para a área de transferência. Ótimo para chave Pix e cupom	Máximo de 15 caracteres REGRA DA META

Chave Pix maior que 15 caracteres

Chave aleatória do Pix e código copia-e-cola não cabem no botão de copiar código. Nesses casos a plataforma manda a chave **no corpo da mensagem**, em linha própria, que no WhatsApp o cliente segura o dedo e copia. O botão de copiar fica para cupom, código curto e senha.

O botão de **parar de receber** é uma resposta rápida como outra qualquer, mas ligada à lista de palavras de descadastro (capítulo 12). Quem toca nele sai da lista na hora, sem passar por atendente.

Capítulo 10

Carrossel

É o modelo que mostra vários cartões que a pessoa arrasta para o lado, cada um com imagem, texto curto e botão próprio. Serve para vitrine de produto, cardápio, imóveis, planos.

REGRA	REGRA DA META	VALOR
Categoria		Só marketing
Quantidade de cartões		De 2 a 10, e fica travada na aprovação
Cartões iguais entre si		Mesmo tipo de mídia, mesmos botões, na mesma ordem, em todos
Texto do cartão		Até 160 caracteres. Se um cartão tem texto, todos precisam ter
Texto que vem antes dos cartões		Até 1024 caracteres, sem cabeçalho e sem rodapé
Botões por cartão		1 ou 2, entre resposta rápida, link e telefone. Copiar código não entra

A plataforma já traz sete modelos prontos de carrossel (vitrine, cardápio, planos, imóveis, cursos, serviços e reativação), todos nascendo dentro dessas regras. Você troca as fotos e os textos.

O erro que mais reprova carrossel

Cartão com botão diferente do outro. Se o cartão 1 tem *Quero esse* e *Ver no site*, todos os outros precisam ter **exatamente** esses dois, na mesma ordem. A plataforma bloqueia o envio para a Meta quando isso não bate, para não queimar tentativa.

Capítulo 11

Imagem: o que pode e o que não pode

Regra da Meta

REGRA DA META

- JPEG ou PNG, até 5 MB por imagem.
- A Meta corta a imagem em formato largo, conforme o aparelho de quem recebe.
- A imagem de exemplo enviada no cadastro é a que a Meta analisa na aprovação.
- Num carrossel, ou todos os cartões têm imagem, ou todos têm vídeo. Não mistura.

Recomendação nossa

NOSSA RECOMENDAÇÃO

- Imagem deitada, perto de 1200 × 628. Foto em pé perde as pontas no corte.
- Produto no meio. Logo no canto e texto na borda são as primeiras coisas que somem.
- Texto na imagem pode, mas escreva grande: na tela do celular o cartão tem uns 4 cm.
- Uma ideia por imagem. Colagem com seis produtos vira mancha.
- Foto real do que você vende converte mais que banco de imagem.

O que reprova

- Imagem que não tem relação com o texto do modelo — é o motivo mais comum.
- Prometer na imagem o que o texto não diz: preço, brinde, prazo.
- Marca, personagem ou foto de terceiro sem autorização.
- Bebida alcoólica, tabaco, arma, suplemento e remédio esbarram na política de comércio.
- Nudez, conteúdo adulto, apelo a criança, antes e depois de procedimento estético.
- Print de conversa, documento ou qualquer dado pessoal de terceiro.

Sobre a "regra dos 20% de texto"

Ela **não existe** para modelo de WhatsApp. Isso é política de anúncio do Facebook e não vale aqui. Quem repete isso está copiando material antigo de outra plataforma.

Na tela de modelos, o quadro de **simulação** mostra a imagem já cortada no formato largo, com a área que some marcada, para você ver antes de mandar para a Meta.

Capítulo 12

Opt-out: quem pediu para parar, para

Descadastro não é gentileza, é sobrevivência do número. Cada pessoa que denuncia sua mensagem empurra a qualidade para baixo, e qualidade baixa derruba a faixa de envio. O jeito de não ser denunciado é ser fácil de dispensar.

Dois níveis

NÍVEL	O QUE BLOQUEIA	QUANDO USAR
Sem marketing	Promoção e campanha. Continua recebendo aviso de pedido, entrega e cobrança	É o padrão de quem responde "parar", "sair", "cancelar"
Sem WhatsApp	Tudo. Nenhuma mensagem sai para essa pessoa por esse número	Quem pede expressamente para não receber nada, e pedido formal de exclusão

Como a plataforma reconhece

Existe uma **lista de palavras** configurável em **Configurações > Descadastro**. Ela nasce com dezesseis palavras (parar, sair, cancelar, descadastrar, remover, stop, não quero, e por aí), e você acrescenta as suas. A comparação ignora maiúscula, acento e espaço em volta: "PARAR", "Parar" e "pàrar" caem na mesma regra.

Essa mesma lista alimenta o botão de descadastro dos modelos. Você não digita a frase duas vezes: o botão sai da lista.

A Meta também bloqueia por conta própria

Quando alguém aperta **Bloquear** ou **Denunciar** no WhatsApp, a Meta para de entregar e devolve erro. A plataforma marca esse contato como bloqueado pela Meta e nunca mais tenta, para você não pagar por mensagem que não chega.

Na tela **Descadastrados** você vê quem saiu, por qual nível, quando e por qual caminho (respondeu, tocou no botão, ou foi você que marcou na mão). Dá para exportar em CSV e para liberar alguém que pediu para voltar.

Capítulo 13

Os limites da Meta, um por um

Não existe "um limite" do WhatsApp. Existem cinco, e cada um trava de um jeito diferente. Quase todo problema de disparo em massa é um destes cinco.

1. Faixa de conversas por dia

É quantas **pessoas novas** você pode iniciar conversa em 24 horas. Começa em 250 e sobe conforme o volume e a qualidade. Em maio de 2026 a Meta trocou o nome do campo, de `messaging_limit_tier` para `whatsapp_business_manager_messaging_limit`; a plataforma já lê o nome novo.

FAIXA	PESSOAS NOVAS POR DIA
Inicial	250
Segunda	2.000
Terceira	10.000
Quarta	100.000
Sem limite	Ilimitado

Para subir: verificar a empresa, manter a nota verde e usar a faixa atual de verdade.

Número parado não sobe de faixa.

2. Velocidade (mensagens por segundo)

Padrão de 80 por segundo, que pode chegar a 1.000 em contas grandes. Em **coexistência** é fixo em 20. Passar disso devolve o erro 130429. A plataforma nunca chega perto disso, porque o ritmo do capítulo seguinte é bem mais lento.

3. Uma mensagem a cada 6 segundos para a mesma pessoa

Mandar duas mensagens para o **mesmo número** em menos de 6 segundos devolve 131056. Aparece quando a mesma pessoa está em duas campanhas ao mesmo tempo, ou quando alguém sobe uma planilha com telefone repetido. A plataforma remove repetido antes de disparar e segura o segundo envio para a mesma pessoa.

4. Limite de marketing por pessoa

A Meta limita quanta **mensagem de marketing** cada usuário recebe por período, de todas as empresas somadas — e o número exato ela não publica. Quando estoura, a mensagem sai com status **falhou** e erro 131049. Não adianta reenviar: espere 24 horas.

É por isso que disparar a mesma lista toda semana não funciona

Não é a plataforma que barra: é a Meta que joga fora. Você paga o esforço e a pessoa não recebe. Por isso o campo de **frequência** nasce em 7 dias: a mesma pessoa não entra em duas campanhas de marketing dentro da semana.

5. Pacing de modelo novo

Modelo de marketing recém-aprovado entra em observação. A Meta entrega para uma parte pequena da lista, mede o resultado e só então libera o resto. Se a reação for ruim, ela **descarta** o que sobrou, com erro 132015, e o modelo é pausado.

O que fazer: estreie modelo novo com uma lista pequena, de gente que já responde. Depois que ele roda bem, aí sim aponte para a lista grande.

Capítulo 14

Ritmo de envio: mil contatos levam de 2 a 4 horas

A resposta curta

Mil contatos saem em **2 a 4 horas**, dentro do horário comercial. Nunca em um minuto. E antes de tudo, olhe a faixa do número: com faixa de 250, mil contatos **não fecham em um dia**, não tem ritmo que resolva.

Rajada não é proibida pela Meta — ela é **lida** pela Meta. Mil mensagens iguais em sessenta segundos, para gente que não esperava, gera bloqueio e denúncia na mesma proporção, e é isso que derruba a nota do número. O ritmo lento não é medo: é o que mantém a nota verde.

Os quatro perfis da plataforma **NOSSA RECOMENDAÇÃO**

Em **Qualidade**, cada número tem um perfil de ritmo. Um clique configura intervalo, teto por hora, horário, dias e frequência de uma vez.

PERFIL	QUANDO	INTERVALO	TETO POR HORA	MIL CONTATOS
Número novo	Recém-conectado, sem nota ou faixa de 250	10 s	150	Não fecha em um dia com faixa 250
Aquecido	Já mandou campanha, nota verde, faixa de 2.000+	4 s	300	Pouco mais de 3 horas
Maduro	Histórico bom e faixa de 10.000+	2 s	600	Cerca de 1 h 40
Coexistência	Número que continua no aplicativo do celular	3 s (nunca menos)	300	Cerca de 3 h 20

De onde vem essa tabela

A Meta **não publica** tabela de aquecimento. Esses números são prática de mercado, calibrados pelo que a gente vê nas contas que administra. Por isso ficam configuráveis: se o seu número aguenta mais, aumente; se a nota oscilar, reduza. O que é regra da Meta está no capítulo 13 e está marcado como tal.

Coexistência tem piso próprio: o limite de 3 segundos não é da Meta, é do aparelho. Cada mensagem sincroniza com o celular do dono, e rajada trava o aplicativo.

Configuração sugerida para começar

Intervalo entre mensagens	4 segundos
Teto por hora	300
Horário	9h às 18h
Dias	Segunda a sábado
Frequência por pessoa	7 dias
Parada de conferência	A cada 100 envios, 15 minutos

Com isso, a tela de disparo já mostra **quanto tempo a campanha vai levar** antes de você confirmar — e avisa quando a lista não cabe no teto diário da faixa, dizendo em quantos dias ela termina.

Horário importa tanto quanto o intervalo

- Fora do horário comercial a taxa de denúncia sobe. Mensagem às 22h irrita.
- Domingo e feriado, só se o seu negócio funciona nesses dias.
- Campanha que começa às 17h50 com teto de 300 por hora não termina: ela pausa às 18h e retoma no dia seguinte às 9h. A plataforma faz isso sozinha, mas planeje para começar cedo.

Botão de pausa

Toda campanha em andamento tem **Pausar** visível na lista de campanhas. Pausa na hora, sem perder o que já foi enviado, e **Retomar** continua exatamente de onde parou. Use sem medo assim que algo parecer estranho: mensagem que não saiu não custa nada.

Capítulo 15

A parada de conferência: o passo que mais protege o número

Intervalo entre mensagens ajuda, mas o que realmente salva o número é **parar no meio e olhar**. A plataforma faz isso sozinha.

Como funciona

A cada **100 envios** a campanha para e espera **15 minutos**, tempo de as confirmações chegarem. Aí ela mede entrega, leitura, falhas e a nota do número. Se está tudo bem, continua sozinha. Se não está, para de vez e avisa você.

O que a plataforma olha na parada

SINAL	CORTE	ORIGEM
Nota do número piorou desde o início da campanha	Verde caiu para amarela ou vermelha	REGRA DA META
Entrega	Abaixo de 80%	NOSSA RECOMENDAÇÃO
Leitura	Abaixo de 30% depois de 100 envios	NOSSA RECOMENDAÇÃO
Erros que dizem "pare"	Mais de 2%: 131049, 131050, 132015, 131056	REGRA DA META

Quando a campanha para sozinha, ela mostra **o motivo** na lista e no acompanhamento. Nada é perdido: o que faltou fica na fila esperando você decidir.

Leitura baixa é o alarme mais cedo que existe

Entrega você não controla: a mensagem chega ou não. Leitura, sim. Leitura abaixo de 30% quer dizer que a lista não conhece você, ou que a mensagem não interessa. Se você insistir, o passo seguinte é bloqueio e denúncia, e aí a nota cai. Parar em 100 custa 100 mensagens. Não parar custa o número.

Ver o andamento

Na lista de campanhas, o botão **Ver** abre o acompanhamento ao vivo: barra de progresso, entregues e lidas em porcentagem, falhas por código de erro, nota do número agora comparada com a nota do começo, e quando é a próxima parada. Dá para mudar o tamanho do lote ali mesmo.

Capítulo 16

Qualidade do número: o que é, como cai, como volta

A Meta dá uma nota para cada número, calculada com o que os usuários fazem nos últimos dias: bloquear, denunciar, ignorar ou responder.

NOTA	SIGNIFICA	O QUE FAZER
Verde (alta)	Tudo certo	Seguir. É aqui que a faixa sobe
Amarela (média)	Já teve denúncia ou bloqueio demais	Pare marketing por alguns dias. Só utilidade e resposta
Vermelha (baixa)	Risco de restrição	Pare marketing. Uma queda a mais e a faixa cai
Desconhecida	Volume ainda pequeno para calcular	Normal em número novo

Sinalizado (flagged)**REGRA DA META**

Quando a nota cai para vermelha o número entra em observação por **7 dias**. Se a qualidade voltar nesse período, ele sai da observação sem perder nada. Se não voltar, a faixa **cai um grau** — de 10.000 para 2.000, por exemplo. Recuperar leva semanas.

Pausa automática

A plataforma escuta o aviso de qualidade que a Meta manda. Se a nota do número piorar durante uma campanha, ela **pausa a campanha na hora**, sem esperar a próxima parada de conferência, e mostra o motivo. Isso é o que evita que uma lista ruim leve o número junto.

Um detalhe técnico que mudou

Em fevereiro de 2026 a Meta tirou os campos de limite antigo desse aviso e passou a mandar `max_daily_conversations_per_business`. A plataforma lê os dois formatos, para não perder informação de conta que ainda receba o formato antigo.

Como não chegar lá**NOSSA RECOMENDAÇÃO**

- Só mande marketing para quem deu o número a você e sabe quem você é.
- Diga o nome da empresa na primeira linha. Mensagem anônima é denunciada.
- Botão de sair em toda campanha, e respeite na hora.
- Uma campanha de marketing por pessoa a cada 7 dias.

- Lista comprada é o caminho mais rápido para perder o número. Não existe volta.
- Comece pequeno: 100 pessoas que já compram de você valem mais que 5.000 desconhecidas.

Capítulo 17

Quanto custa, e as duas janelas

Quem cobra a mensagem é a **Meta**, no cartão do seu portfólio. A Inova cobra a mensalidade da plataforma, separada. O painel mostra as duas coisas em telas diferentes para não misturar.

Estimativa antes de disparar

Na tela de disparo, antes de confirmar, a plataforma mostra **quanto aquela campanha deve custar**: quantidade de contatos, categoria do modelo, preço unitário e total em reais, já descontando quem está descadastrado, quem está na janela gratuita e quem repetiu na planilha. Você aprova sabendo o valor.

As duas janelas, que são coisas diferentes

	JANELA DE 24 HORAS	JANELA DE 72 HORAS
Responde a pergunta	O que eu posso mandar	Se eu pago
Abre quando	A pessoa te manda qualquer mensagem	A pessoa chega por anúncio Clique para WhatsApp ou pelo botão da página
Dentro dela	Texto livre, imagem, áudio, sem modelo	Tudo de graça, inclusive modelo de marketing
Renova	Sim, toda vez que a pessoa responde	Não. Corre direto e acaba
Fora dela	Só modelo aprovado	Volta a pagar o preço normal

As duas correm ao mesmo tempo e não se atrapalham. No Atendimento, cada conversa mostra as duas com o tempo que falta, e o compositor muda sozinho quando a de 24 horas fecha.

Quem veio de anúncio é o contato mais barato que existe

A plataforma guarda, de cada conversa, se ela nasceu de anúncio, de qual criativo e com qual identificador de clique. Serve para duas coisas: saber qual anúncio traz cliente que

compra, e aproveitar as 72 horas gratuitas para fechar a venda sem pagar mensagem.

A conta que quase ninguém faz

Uma campanha de marketing para 1.000 pessoas frias custa dinheiro e converte pouco. O mesmo dinheiro em anúncio Clique para WhatsApp traz gente que **quis** falar com você, com 72 horas de conversa gratuita. Se você vende por conversa, esse é o caminho.

Onde ver o gasto

Em **Custos**, o consumo do mês por número e por categoria (marketing, utilidade, autenticação, serviço), quantas foram gratuitas por janela de anúncio e quantas foram cobradas. O valor é convertido para real pela cotação configurada, então trate como estimativa próxima: a fatura oficial é a da Meta.

Capítulo 18

1º de outubro de 2026

A partir dessa data, duas coisas que eram gratuitas passam a ser cobradas

REGRA DA META :

- **Mensagem de serviço** dentro da janela de 24 horas — ou seja, você responder o cliente — passa a ser cobrada por unidade, no preço de utilidade do país de quem recebe.
- **Modelo de utilidade entregue com a janela de 24 horas já aberta**, que era gratuito desde julho de 2025, também passa a ser cobrado.

A janela de 72 horas do anúncio **não muda** e continua gratuita para qualquer tipo de mensagem.

O que mudar na operação **NOSSA RECOMENDAÇÃO**

Responder em **uma mensagem completa** em vez de cinco mensagens curtas: cada balão passa a ter preço. Usar respostas rápidas para não repetir digitação. E puxar mais gente por anúncio Clique para WhatsApp, que segue com as 72 horas livres.

Explicação completa, com o antes e o depois, na página **O que muda em 1º de outubro**.

Capítulo 19

Atendimento

Fila e dono da conversa

Quatro abas no topo: **Na fila**, **Meus atendimentos**, **Todas** e **Resolvidas**. A regra central é uma só: **conversa com dono some da lista dos outros atendentes**. Ninguém responde em cima de ninguém.

- Dois atendentes clicando ao mesmo tempo: só um pega. O outro recebe o aviso de quem pegou primeiro.
- **Responder já assume**. Não precisa lembrar de clicar em Assumir.
- **Devolver à fila** e **Transferir** para outro atendente, com registro de quem fez o quê.
- Conversa parada na mão de alguém por mais de 30 minutos (configurável) volta sozinha para a fila.
- O dono da conta e o administrador veem tudo, com o nome de quem está em cada conversa.

De onde o contato veio

Cada conversa mostra a origem — anúncio (com o nome do criativo), campanha (com o nome da campanha), ou chegou sozinho — e as duas janelas com o tempo que falta em cada uma. Com a de 24 horas fechada, o compositor troca para **Enviar modelo** e lista os modelos aprovados com os campos das variáveis.

Ficha do contato

Na coluna da direita: etapa no funil, origem, as duas janelas, **notas internas** que o cliente nunca vê, e o histórico de quem passou pela conversa.

Respostas rápidas

Cadastre um atalho e um texto. No meio da conversa, digite  e o começo do atalho: a lista aparece e o clique troca pelo texto inteiro. Depois de outubro isso vira economia de verdade, porque cada mensagem enviada tem preço.

Capítulo 20

Funil

As mesmas conversas vistas como quadro, uma coluna por etapa. Nasce com seis: Novo, Em atendimento, Qualificado, Proposta enviada, Ganho e Perdido.

- Arraste o cartão de coluna para mudar a etapa. No celular, o seletor dentro do cartão faz o mesmo.
- O cartão mostra nome, telefone, quem está atendendo, origem, as janelas e quantas notas tem.

- **Só as minhas** mostra o funil do atendente.
- O dono da conta configura as colunas: nome, cor, tipo (em andamento, ganho, perdido) e ordem. Coluna apagada devolve as conversas para a primeira.

Mudar a etapa no funil muda na ficha do Atendimento e vice-versa: é o mesmo dado.

Capítulo 21

API e webhooks, para quem tem sistema próprio

Em **API** você gera a chave da sua conta. Ela vale só para a sua conta e pode ser revogada a qualquer momento. Nunca coloque a chave dentro de página, aplicativo ou repositório público: ela vale como senha.

Enviar uma mensagem

```
POST /api/v1/mensagens
Authorization: Bearer SUA_CHAVE
Content-Type: application/json

{
  "para": "55889999999999",
  "modelo": "confirmacao_pedido",
  "idioma": "pt_BR",
  "variaveis": ["Maria", "1042", "18h"]
}
```

A API não dispara em massa, e isso é de propósito

A chave da API serve para mensagem **transacional**: confirmação de pedido, código, aviso de entrega, resposta de conversa aberta. Campanha em massa só pela plataforma, onde existem ritmo, parada de conferência, descadastro e pausa automática. Sem isso, um laço de repetição no seu sistema queima o seu número em uma tarde. A chave tem teto por minuto e por hora, e passar do teto devolve **429** em vez de enviar.

Receber eventos (webhook de saída)

Cadastre o endereço do seu sistema e escolha os eventos: mensagem recebida, mudança de status (enviada, entregue, lida, falhou), descadastro, mudança de qualidade do número e fim de campanha.

- Cada chamada vai **assinada** no cabeçalho, com o segredo que só você e a plataforma conhecem. Confira a assinatura antes de confiar no conteúdo.

- Se o seu sistema não responder com 2xx, a plataforma **tenta de novo**, com espera crescente.
- O log guarda as últimas chamadas com o que foi enviado e o que voltou, e dá para reenviar uma delas.
- Existe uma chave de teste para você desenvolver sem tocar em número de produção.

Capítulo 22

Erros comuns e o que fazer

CÓDIGO	O QUE ACONTECEU	O QUE FAZER
131049	A pessoa já recebeu marketing demais no período, somando todas as empresas	Não reenvie. Espere 24 horas. Reduza a frequência da sua lista
131050	A pessoa optou por não receber da sua empresa	Marque como descadastrada. Nunca reenvie
131056	Duas mensagens para a mesma pessoa em menos de 6 segundos	Telefone repetido na planilha, ou duas campanhas ao mesmo tempo
132015	Pacing: a Meta descartou o resto do envio desse modelo	O modelo está em observação. Estreie com lista pequena e conhecida
130429	Velocidade acima do permitido	Aumentar o intervalo. Em coexistência, nunca abaixo de 3 s
131047	Fora da janela de 24 horas, tentou mandar texto livre	Mandar modelo aprovado
131026	O número de destino não tem WhatsApp, ou não pode receber	Limpar a lista. Muitos desses seguidos derrubam a nota
132000	Quantidade de variáveis diferente do modelo	Conferir a planilha: alguma coluna está faltando
132001	Modelo não existe, ou o idioma está errado	Sincronizar os modelos com a Meta
133010	O número não está registrado na Cloud API	Refazer o registro em Números
190	Token expirado ou revogado	Reconectar o número pelo botão Conectar número

368	Conta restringida por violação de política	Abrir contestação no Gerenciador. Pare o marketing enquanto isso
-----	--	--

Erro que não tem código

A janela de conexão não abre	Pop-up bloqueado ou bloqueador de anúncio ativo
"Número já registrado"	Ainda existe WhatsApp ativo nesse número. Apague a conta no aplicativo
Nome de exibição recusado	Use o nome real do negócio, sem promessa e sem promoção
O painel não mostra o número novo	Números > Sincronizar com a Meta
Tela desatualizada depois de uma atualização	Ctrl+F5 (no Mac, Cmd+Shift+R)

Capítulo 23

Checklist antes de cada campanha

Cinco minutos que evitam semanas de prejuízo

1. **Faixa.** Abra Qualidade e veja o teto do número. A lista cabe em um dia?
2. **Nota.** Está verde? Se estiver amarela ou vermelha, não mande marketing hoje.
3. **Perfil de ritmo.** Confirme que está no perfil certo para esse número.
4. **Lista.** Sem repetido, sem número inválido, sem quem já disse para parar. A plataforma limpa e mostra quantos saíram.
5. **Frequência.** Essa gente recebeu campanha nos últimos 7 dias?
6. **Modelo.** Testado no seu próprio número, com variáveis reais.
7. **Botão de sair.** Toda campanha de marketing tem.
8. **Custo.** Olhe a estimativa antes de confirmar.
9. **Horário.** Comece cedo, para caber no horário permitido.
10. **Primeira parada.** Não saia da tela nos primeiros 100. É quando dá para abortar barato.

Os três erros que mais matam número

1. Lista comprada. Não tem recuperação.

2. Mesma promoção para a mesma gente toda semana.
3. Mandar tudo de uma vez porque "está com pressa".

Precisa de ajuda

WhatsApp (88) 99952-7583 · inovawebplus.com.br