

Envio de Push Notifications (App)

Versão: 1.0

Última atualização: 2025-01-XX

Aplicável a: notificações push promocionais, informativas e transacionais

Responsáveis: Jurídico, Compliance, CRM, Produto, Marca

1. Objetivo do documento

Este documento define as **diretrizes obrigatórias** para criação, validação e envio de **notificações push** pela Orquestra, assegurando:

- Conformidade jurídica e regulatória
- Boa experiência do usuário no app
- Uso responsável do canal push
- Clareza, relevância e transparência
- Proteção da marca Orquestra

Estas diretrizes se aplicam a **times internos, agências e sistemas automatizados**, incluindo soluções baseadas em Inteligência Artificial.

2. Princípios fundamentais do canal Push

Notificações push devem respeitar:

1. **Contexto**
O push interrompe o usuário. Deve ser **relevante e oportuno**. A mensagem não pode ser vazia ou genérica.
 2. **Moderação**
O excesso de notificações degrada a experiência e pode levar ao bloqueio do canal pelo usuário.
 3. **Consentimento implícito, mas reversível**
O usuário autorizou push no app, mas pode desativá-lo a qualquer momento.
-

3. Identificação da marca

Regras obrigatórias

- A notificação deve deixar claro que é uma comunicação da **Orquestra**.
- O nome da Orquestra pode aparecer no título ou no corpo. A ausência do nome da marca deve resultar em reprovação.

Exemplos

Aceitável

Orquestra
Seu benefício já está disponível no app.

Não aceitável

Seu benefício já está disponível no app!

4. Opt-out e controle do usuário

Diferença em relação ao SMS

- Push **não exige opt-out textual** (“SAIR”).
- O controle ocorre via **configurações do app/sistema operacional**.

Diretrizes obrigatórias

- O conteúdo não deve:
 - induzir o usuário a manter notificações ativas
 - ameaçar perda de benefício se o push for desativado
 - Mensagens que pressionem o usuário (“ative agora ou perca”) são proibidas.
-

5. Estrutura da notificação (Título e Corpo)

Título

- Curto e informativo.
- Evitar clickbait.
- Não repetir exatamente o corpo.

Corpo

- Explica o benefício ou ação.
- Deve conter o contexto mínimo necessário.
- Pode conter CTA implícito (“Confira”, “Veja no app”).

Boas práticas

- Não duplicar informação.
 - Não usar CAPS LOCK.
 - Evitar excesso de emojis (máx. 1, quando apropriado).
 - Sempre identificar a Orquestra como remetente.
-

6. Limites de tamanho e legibilidade

Recomendações cross-platform

- **Título:** até 40–50 caracteres
- **Corpo:** até 90–120 caracteres
- **Total recomendado:** até ~140 caracteres

Diretrizes

- Textos longos podem ser truncados dependendo do dispositivo.
 - Notificações truncadas são consideradas **falha de qualidade**.
 - O agente deve alertar quando houver risco de truncamento.
-

7. Linguagem e tom de voz

Diretrizes gerais

- Linguagem clara, direta e respeitosa.
- Evitar jargões internos ou termos técnicos não explicados.
- Evitar urgência artificial (“última chance!”, “agora ou nunca”).

Tom de voz

Deve seguir o briefing:

- Informativo
- Comercial
- Urgente (apenas quando justificado)

Mudanças de tom entre notificações da mesma campanha devem ser evitadas.

8. Promessas, ofertas e condições

Proibições absolutas

É proibido:

- Garantir benefícios (“garantido”, “sem risco”).
- Omitir condições essenciais.
- Criar falsa sensação de exclusividade (“só você”, “único selecionado”) sem base real.

Transparência

Se houver:

- valores
- descontos
- benefícios financeiros

Devem ser mencionadas **condições mínimas essenciais**, mesmo de forma resumida.

9. Privacidade e uso de dados

É proibido

- Inferir comportamento ou situação pessoal (“sabemos que você precisa...”).
- Revelar dados sensíveis na notificação.
- Expor informações que terceiros possam ver na tela bloqueada.

Personalização permitida

- Referência genérica a ações recentes, sem detalhamento sensível.
-

10. CTA e ação esperada

Diretrizes

- A notificação deve deixar claro o que acontece ao tocar nela.
- Usar CTAs implícitos ou explícitos:
 - “Confira no app”
 - “Veja detalhes”
 - “Ative agora”

Proibições

- “Clique aqui” sem contexto.
- CTAs enganosos que levam a telas não relacionadas.

11. Frequência e risco de spam

Diretrizes

- Evitar excesso de notificações em curto espaço de tempo.
- Não repetir mensagens similares sem valor adicional.
- Mensagens repetitivas ou genéricas são consideradas **má prática**.

Risco

- Push percebido como spam leva o usuário a:
 - silenciar notificações
 - desinstalar o app
 - perder confiança na marca
-

12. Segurança e percepção de fraude

Proibições

- Solicitar senhas, códigos, dados pessoais.
- Linguagem típica de phishing (“atividade suspeita”, “verifique agora”) fora de contexto legítimo.

Diretrizes

- Mensagens de segurança devem ser claras, objetivas e levar ao app oficial.
-

13. Uso de Inteligência Artificial

- Sugestões geradas por IA devem respeitar integralmente estas diretrizes.
- A IA pode:
 - sugerir melhorias de clareza
 - reduzir texto
 - ajustar tom
- A IA **não substitui** a validação humana para aprovação final.