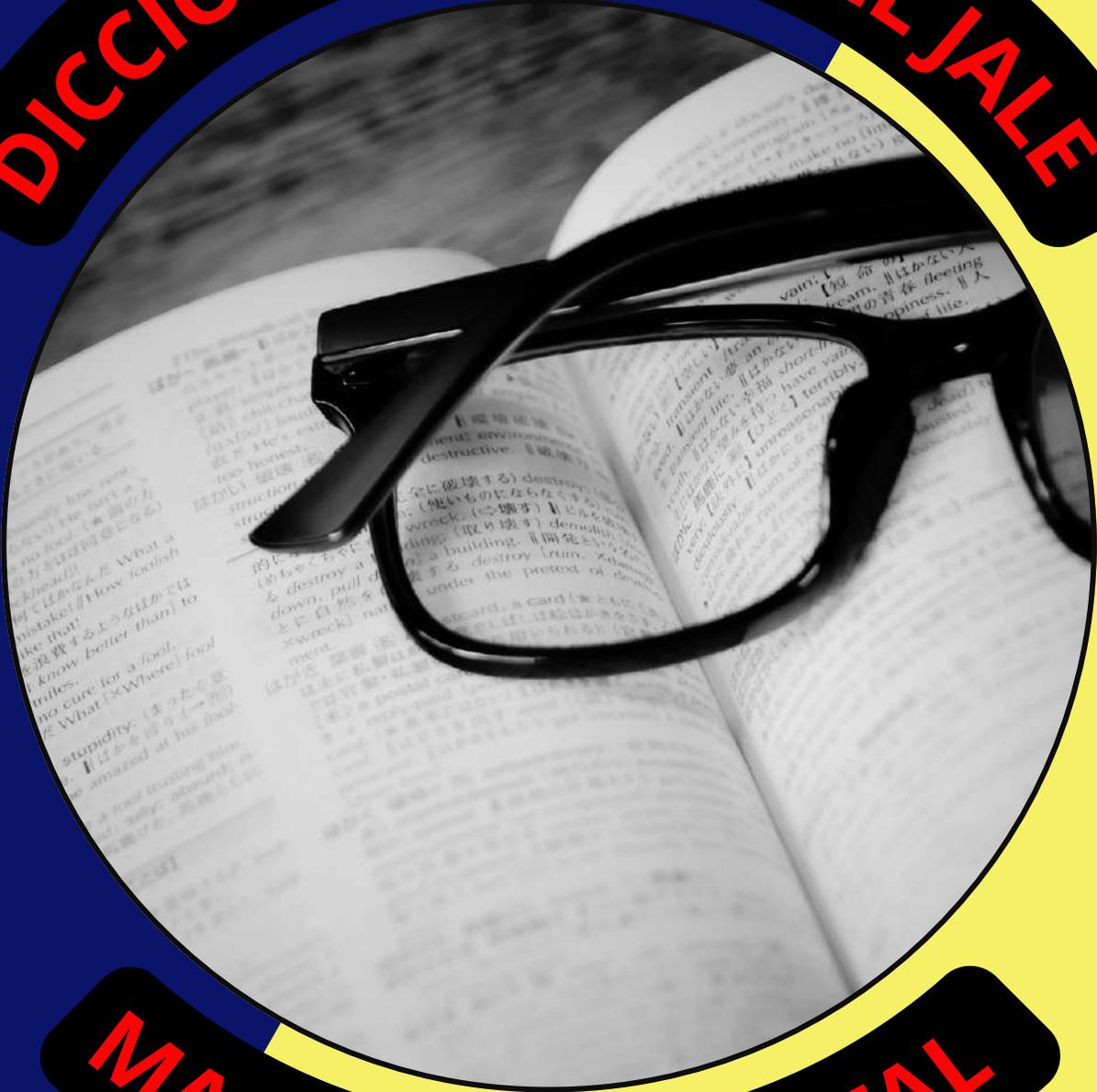




# DICCIONARIO PARA EL JALE



# MARKETING DIGITAL



## A

**Analítica web:** Conjunto de técnicas y herramientas que se utilizan para medir y analizar el comportamiento de los usuarios en una página web.

**Audiencia:** El conjunto de personas que son el objetivo de una campaña de marketing.

## B

**Blog:** Un sitio web referente a un tema en específico que se actualiza regularmente y que contiene artículos de contenido escritos por uno o varios autores.

**B2B:** Marketing dirigido a empresas o negocios.

**B2C:** Marketing dirigido a consumidores finales.

**Buyer Persona:** Representación ficticia de un cliente potencial, creada a partir de datos y características demográficas, utilizada para orientar las estrategias de marketing.

## C

**Conversión:** El proceso de convertir a un usuario en un cliente, es decir, lograr que realice una compra o una acción determinada en una página web.

**CRM (Customer Relationship Management):** Un sistema de gestión de relaciones con el cliente que permite almacenar y gestionar información sobre los clientes y sus interacciones con la empresa.

**CAC (Customer Acquisition Cost):** Costo por adquisición de un nuevo cliente.

**CTA (CALL TO ACTION):** Elemento de contenido que anima al usuario a realizar una acción específica.

**CTR (Click-Through Rate):** Métrica que muestra el porcentaje de usuarios que hacen clic en un enlace o anuncio.

**CPA (Cost Per Acquisition):** Métrica que mide el costo promedio de adquirir un cliente.

## D

**Dark Post:** Anuncio en Facebook que no aparece en el feed de noticias de la página, sino que se muestra al intentar salir del sitio con el objetivo de retener al usuario.

**DMO (Digital Marketing Optimization):** Proceso para mejorar el rendimiento de las campañas de marketing digital.

## E

**Email marketing:** El uso del correo electrónico para enviar mensajes comerciales a una audiencia específica.

**Engagement:** Interacción de los usuarios con un contenido, como comentarios o likes en redes sociales.

**E-commerce:** Comercio electrónico, compra y venta de productos o servicios a través de Internet.



## F

**Funnel de conversión:** Modelo que describe el proceso que sigue un usuario desde que entra en una página web hasta que realiza una acción determinada.

## G

**Google Analytics:** Una herramienta gratuita de análisis de datos que permite medir y analizar el comportamiento de los usuarios en una página web.

**Google My Business:** Herramienta de Google que permite a las empresas gestionar su presencia en el motor de búsqueda y en Google Maps.

## H

**Hashtag:** Palabra o frase precedida del símbolo #, que se utiliza en las redes sociales para categorizar el contenido y hacerlo más fácilmente accesible.

## I

**Influencer:** Persona con una gran cantidad de seguidores en las redes sociales que tiene el poder de influir en las decisiones de compra de su audiencia.

## J

**Jorney Mapping:** Proceso de visualización y análisis de la experiencia del cliente a lo largo de su recorrido, desde que descubre un producto hasta que realiza la compra.

## K

**Keywords:** Palabras clave que se utilizan en el SEO para optimizar el contenido de una página web y mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda.

**Keyword Planner:** Herramienta de Google para buscar palabras clave de tu producto.

**KPI (Key Performance Indicator):** Métrica utilizada para medir el rendimiento de una campaña, como conversiones, tráfico o ventas.

## L

**Landing page:** Una página de destino que se utiliza para conseguir que un usuario realice una acción determinada, como registrarse en un servicio o comprar un producto.

**Linkbuilding:** La estrategia de conseguir enlaces hacia una página web con el objetivo de mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda.

**Lead:** Contacto con un cliente potencial también es conocido como prospecto.

**Lead Magned:** Herramienta que te ayuda a conseguir prospectos con sus datos, algunos ejemplos son ebooks, guías, plantillas, etc.

**Long Tail:** También conocidas como palabras clave de cola larga, es decir, son frases largas que se utilizan para buscar un producto y regularmente dan mejores resultados a la hora de posicionar un sitio web.

**Lead Generation:** Proceso de captar y generar leads o clientes potenciales.



## M

**Marketing de contenidos:** La estrategia de crear y distribuir contenido relevante y valioso para atraer y retener a una audiencia determinada.

**Meta Description:** Breve resumen que aparece en los resultados de búsqueda y describe el contenido de una página web.

## N

**Newsletter:** Boletín informativo que se envía por correo electrónico a una audiencia específica con el objetivo de mantenerla informada sobre novedades o promociones.

**NPS (Net Promoter Score):** Métrica que mide la lealtad del cliente y la satisfacción, generalmente a través de encuestas.

## O

**Optimización de motores de búsqueda (SEO):** Estrategia de optimizar una página web para mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda.

**Open Rate:** Métrica que muestra el porcentaje de personas que abren un correo electrónico.

## P

**Pay-per-click (PPC):** Modelo de publicidad en el que el anunciante paga por cada clic que se hace en un anuncio.

**Page Speed:** Velocidad de carga de una página web, para la experiencia del usuario y el posicionamiento en motores de búsqueda.

## Q

**Qualitative Research:** La investigación cualitativa se enfoca en obtener información no numérica sobre un tema específico a través de técnicas como entrevistas, grupos focales o observación participante.

**QR Code:** Código de barras bidimensional que se puede escanear con un teléfono móvil para obtener información adicional.

## R

**Redes sociales:** Plataformas digitales que permiten a los usuarios interactuar y compartir contenido con una audiencia determinada.

**Remarketing:** Estrategia para mostrar anuncios a usuarios que han visitado previamente un sitio web, generalmente a través de cookies.

## S

**SEM:** El marketing en motores de búsqueda (SEM) se refiere a la estrategia de promocionar una página web a través de anuncios pagados en los motores de búsqueda.

**SEO:** Optimización en los motores de búsqueda, es un conjunto de estrategias y prácticas diseñadas para aumentar su clasificación en los motores de búsqueda.



## T

**Targeting:** Estrategia de dirigirse a un grupo específico de personas que tienen características o intereses comunes.

**Testing:** También conocidos como A/B Testing es una técnica de pruebas entre dos elementos para saber cuál da más resultados y hacer mejoras.

## U

**User Experience (UX):** La experiencia de usuario (UX) se refiere al conjunto de percepciones, emociones y opiniones que tiene un usuario al interactuar con una página web o una aplicación.

**UI Interfaz de usuario:** Aspecto importante en el diseño web para la facilidad de uso y la satisfacción del usuario.

## V

**Video marketing:** La estrategia de utilizar vídeos para promocionar un producto o servicio.

**Viral Marketing:** Estrategia que busca promover un producto o servicio a través de la difusión rápida y masiva en línea.

## W

**Webinars:** Eventos en línea que se utilizan para impartir conferencias o talleres a una audiencia específica.

**White Hat SEO:** Prácticas éticas y legítimas para mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda.

## X

**XML sitemap:** Un archivo que contiene una lista de las páginas de un sitio web que se utiliza para ayudar a los motores de búsqueda a indexar el contenido.

## Y

**Yoast SEO:** Es una herramienta de trabajo para gestionar el SEO de un sitio web.

## Z

**Zero-Click Search:** Búsquedas en las que el usuario encuentra la respuesta directamente en los resultados de búsqueda, sin necesidad de hacer clic en un sitio web.