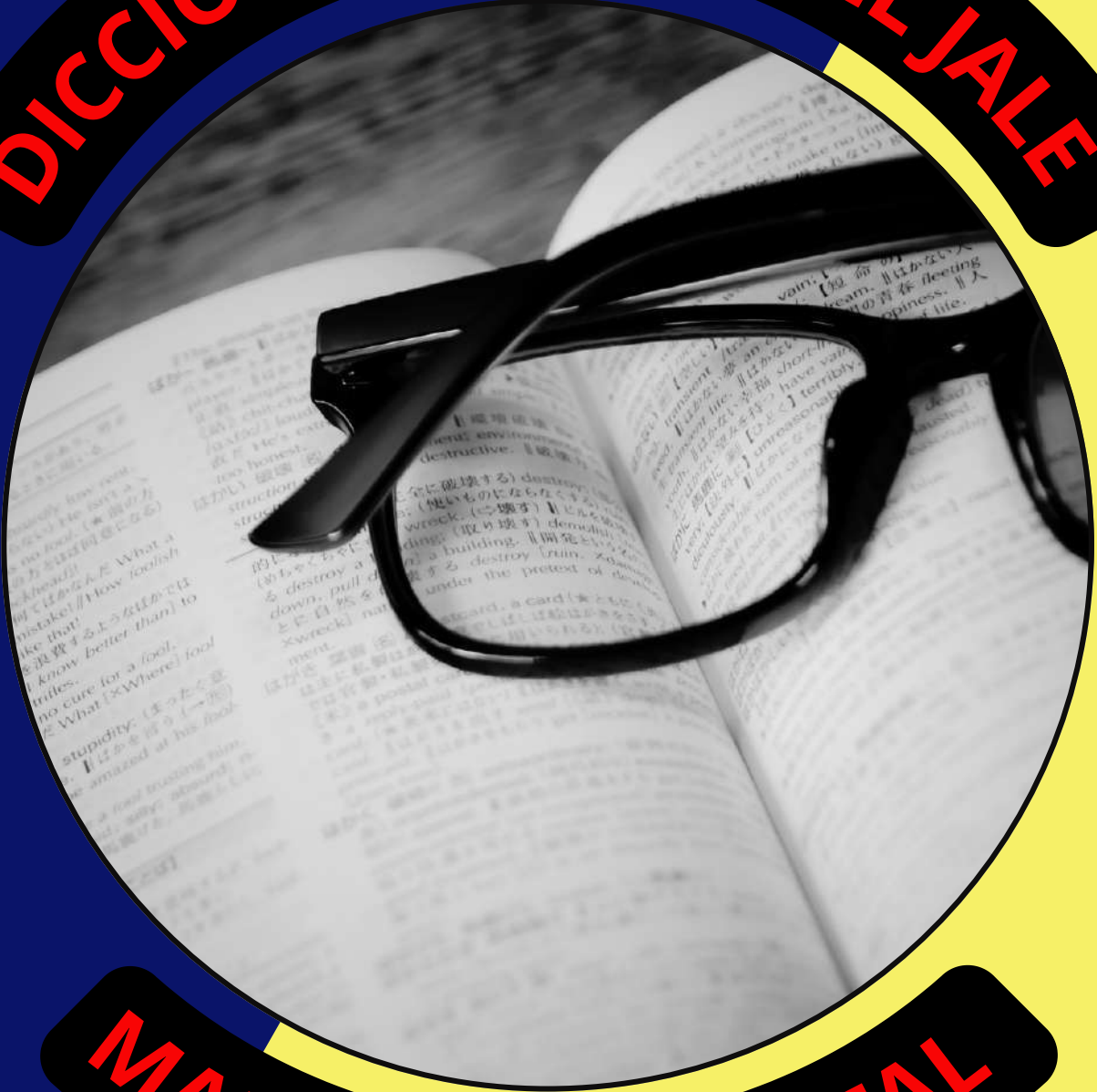




DICCIONARIO PARA EL JALE



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.