

DICCIONARIO UNIVERSAL DE MARKETING DIGITAL

 *metricads*



A

AMP

<<Accelerated Mobile Pages / Páginas móviles aceleradas>>: Solución creada y promovida por Google para agilizar enormemente el proceso de carga de páginas webs en dispositivos móviles. Tecnología orientada principalmente para medios de comunicación.

API

<<Application Programming Interfaces / Interfaces de programación de aplicaciones>>: Conjunto de códigos que permiten agregar funcionalidades de plataformas o herramientas en un sitio web. Como por ejemplo, la plataforma de pago de paypal o transbank, el cotizador de envíos de chilexpress entre otros.



Algoritmo

Un algoritmo es un proceso o conjunto de reglas a seguir en los cálculos u otras operaciones de resolución de problemas, especialmente por un ordenador.

Analítica digital

La analítica digital abarca la recopilación, medición, análisis, visualización e interpretación de datos digitales que ilustran el comportamiento del usuario en sitios web, sitios móviles y aplicaciones móviles.

Alcance

Cantidad única e personas que fue impactada por un anuncio o campaña e marketing, este se divide en alcance orgánico y alcance pagado.



B

B2B

<<Business to business / Negocio a negocio>>: Modelo de negocio orientado a la venta de bienes o servicios entre empresas.

B2C

<<Business to customer / Negocio a consumidor>>: Modelo de negocio orientado a la venta de bienes o servicios desde una empresa a un consumidor.

Banner

Elemento gráfico inserto dentro de un sitio web con fines publicitarios. Útiles para atraer tráfico o dirigir tráfico, elemento típico de las campañas de google display.

Buyer Persona

Representación o definición ficticia de tu cliente ideal. Son creadas a partir de entrevistas, datos y suposiciones bien fundamentadas.



Branding

Branding es el trabajo de gestión de marca con el objetivo de hacerla conocida, deseada y con una imagen positiva en la mente y el corazón de los consumidores.

C

Cookies

Son archivos que crean los sitios que visitas. Guardan datos de la navegación para hacer que tu experiencia en línea sea más sencilla. Utilizadas para conocer el comportamiento y recordar preferencias del usuario.

Caché

recuerda partes de páginas, como imágenes, para que estas se abran en menos tiempo durante tu próxima visita.



Chatbots

Aplicación integrada en sitios web's para responder automáticamente, mediante un chat, a las preguntas frecuentes de los visitantes.

CMS

<<Content Management Systems / Sistema de gestión de contenido)>>: Plataforma o software online que permite crear, modificar y administrar los contenidos de una web de forma rápida, práctica y sin requerir conocimientos de programación. Como por ejemplo, WordPress, Prestashop, Magento, Shopify y muchos otros.

Conversión

Acciones o eventos cuantificables previamente determinados que realizan los usuarios dentro de un sitio web, como por ejemplo, envíos de formularios, descargas, vista de productos, transacciones, llamadas



o la interacción que se quiera medir.

CPA

<<Cost Per Action / Costo por acción / Costo por adquisición>>: Métrica que indica cuánto cuesta generar una conversión por medio de tus anuncios de campañas publicitarias online. $CPA = \text{Inversión publicitaria} / \text{Conversiones}$.

CPC

<<Cost per Clic / Costo por Clic>>: Importe que debes pagar por cada clic que hacen las personas en tus anuncios de campañas publicitarias online.

CPI

<<Costo Por Impresión>>: Importe pagado por cada impresión que obtiene un anuncio. Usualmente se asocia al CPM, que corresponde al costo por mil impresiones.



CTR

<<ClicThroughRate / Tasa de clics>>: Relación entre el número de clics e impresiones que obtiene un enlace. $CTR = \text{Clics} / \text{Impresiones} * 100$.

CRM

<<Customer Relationship Management / Gestión de relaciones con los clientes>>: Plataforma que centraliza, recopila y analiza los datos obtenidos de los clientes actuales y potenciales. Utilizadas para crear oportunidades de venta como para también mejorar la experiencia del consumidor con la empresa. Ejemplos de CRM, HubSpot, Salesforce, Zoho, Oracle, entre otras.



CTA

<<Call to Action / Llamada a la acción>>:
Es un botón o enlace que incita al usuario a generar una acción, como por ejemplo, ¡Compre ahora!, ¡Visítanos!, ¡No pierdas esta oportunidad!

CRO

(Conversion Rate Optimization): En español, optimización de la tasa de conversión, se trata del conjunto de estrategias que se utilizan para aumentar las visitas que tenemos en nuestro sitio web.

Copywriting

Este término hace alusión al tipo de redacción que se utiliza en publicidad, con el fin de persuadir a quienes leen para que compren, adquieran un producto o se unan a una causa. Este tipo de redacción requiere ingenio, creatividad y claridad respecto al target que va dirigida.



D

Dominio

Dirección para identificar a una web dentro de internet. El dominio se compone de dos partes, el nombre (wamba) y la extensión (.cl). Por lo tanto un ejemplo de dominio es «metricads.cl».

E

Ecommerce

<<Electronic Commerce / Comercio Electrónico>>: Plataforma para vender o comprar bienes o servicios por internet.

Embudo de conversión

Concepto utilizado en marketing online para esquematizar el recorrido del cliente, desde el primer contacto con una marca hasta la compra recurrente.



E-mail marketing / Mailing

Práctica muy utilizada en marketing online que consiste en enviar correos a clientes recurrentes o potenciales con el objetivo de generar oportunidades de venta. Útil para recuperar carritos abandonados, fidelizar a clientes frecuentes y promover nuevos productos o servicios.

Ebook

Un ebook o e-book es un anglicismo que, traducido al español, significa libro electrónico, libro digital o ciber-libro. Como tal, la palabra es un neologismo del inglés, compuesto por “e”, inicial de electronic, y book, que traduce ‘libro’. De allí que ebook sea el nombre con que han venido denominando los libros que se encuentran en formato digital, es decir, la versión electrónica del libro de papel.



F

Facebook Ads

Plataforma de publicidad online para mostrar anuncios en Facebook y/o Instagram.

Facebook Píxel

Código de seguimiento inserto en un sitio web que registra las conversiones y preferencias de los usuarios. Entrega información de la audiencia para segmentarla y así optimizar los anuncios.

Feed

Es la sección de una red social o plataforma por el cual los usuarios pueden desplazarse para visualizar nuevo contenido (fotos, videos, etc.).



Freemium

Freemium es un modelo de negocio que funciona ofreciendo servicios básicos gratuitos, mientras se cobra dinero por otros servicios más avanzados o especiales.

Funnel

El embudo de ventas o conversión es una metáfora usada en mercadotecnia o administración de empresas para referirse a las fases de la venta

G

Google Ads

Plataforma para publicidad online de productos o servicios. Permite crear anuncios de búsqueda, display, shopping, aplicación, video, entre otros.



Google Analytics

Herramienta de analítica web que permite hacer seguimiento de las acciones que realizan los visitantes de un sitio web, tales como, páginas vistas, tiempo de permanencia, conversiones, canal de adquisición y mucho más.

Google Data Studio

Herramienta para la visualización de datos. Permite crear de manera sencilla, atractivos informes y paneles interactivos.

Google Search Console

Herramienta gratuita de Google que te ayuda a supervisar, mantener y solucionar los problemas de aparición de tu sitio web en los resultados de la Búsqueda de Google.



GTM

<<Google Tag Manager>>: Herramienta que permite gestionar de manera rápida y sencilla las etiquetas de seguimiento de un sitio web, como la de Google Analytics, por ejemplo.

H

Hosting

Servicio online de alquiler en un servidor para almacenar un sitio web o aplicación con todos sus archivos y datos.

I

Interacción

Cualquier tipo de acción generada por la audiencia en tus redes sociales, sitio web, anuncios, etc.



Impresión

Una impresión se cuenta cada vez que su anuncio aparece en una página de resultados de búsqueda o en la red social pautaada.

K

Keyword

(Palabra clave): Términos o conceptos que utilizan los usuarios para hacer consultas en los motores de búsqueda. Es fundamental estudiar las palabras claves de tu negocio para una buena estrategia SEO y así escalar posiciones en el ranking de los buscadores.

KPI

<<Key Performance Indicator / Indicador Clave de rendimiento>>: Métrica usada para medir el desempeño de un negocio durante



un tiempo específico. Se deben determinar de 1 a 5 KPI's, para centrar los esfuerzos únicamente en ellas, logrando alinear a los equipos de manera eficaz y crecer de mejor manera. (VENTAS, FORMULARIOS, ETC).

L

Lead

(Prospecto o posible cliente): Usuarios que se registran o suscriben en una web para recibir información. Desde ese momento el visitante se convierte en cliente potencial ó lead.

MLQ: Marketing Qualified Lead, en español “prospecto cualificado por el equipo de marketing.

SQL: Sales qualified lead, en español “prospecto cualificado por el equipo de ventas”.



Landing Page

(Página de aterrizaje): Página de destino de un enlace. El objetivo principal es la generación de leads y/o conversiones.

Lead page

Similar a landing page pero enfocada netamente en captura de leads.

LTV

<<Life Time Value / Valor de vida del cliente>>: Métrica que prevé la cantidad de ingresos que generará un cliente mientras dure la relación comercial con la empresa, la cual pueden ser meses o años. Por ejemplo en Metricads la duración promedio de un cliente es de 24 meses y en promedio cada cliente nos deja mensualmente \$250 dolares, por lo que nuestro LTV es de 6000 dolares por cliente.



M

Mailing

(mail marketing): Práctica muy utilizada en marketing online que consiste en enviar correos a clientes recurrentes o potenciales con el objetivo de generar oportunidades de venta. Útil para recuperar carritos abandonados, fidelizar a clientes frecuentes y promover nuevos productos o servicios.

Meta Description

Etiqueta HTML que indica la descripción de cada página de un sitio web. Importante para el SEO ya que es la meta información leída por los buscadores y es visible en los resultados de búsqueda (SERP).

Meta Title

Etiqueta HTML que indica el título de cada página de un sitio web. Importante para el



SEO ya que es la meta información leída por los buscadores y es visible en los resultados de búsqueda (SERP).

Marketing de Afiliación

Es una de las ramas del marketing digital enfocada en promocionar el producto o servicio de terceros con el fin de hacer nuevos clientes, aumentar las bases de datos, dar click en banners o cerrar ventas. En este tipo de marketing se paga una comisión por cada objetivo logrado. Un buen ejemplo de esto es el programa de afiliado de Amazon.

Inbound Marketing

Más conocido como marketing de atracción, es una estrategia pensada para atraer clientes mediante contenido útil y relevante. A diferencia del marketing tradicional, el inbound no se esfuerza por captar la atención de los clientes, sino que les proporciona información importante para abordar sus



problemas y resolver sus necesidades, esperando que sea el cliente el que se acerque a la marca en un momento clave del Customer Journey. Te recomendamos leer [No le vendas a tus clientes, haz que ellos te compren.](#)

Outbound Marketing

Es un término relativamente nuevo, con el que se definen todas las acciones de marketing que se presentan de manera inesperada y sin que el usuario las solicite.

N

Naming

La denominación de productos es la disciplina de decidir cómo se llamará un producto, y es muy similar en concepto y enfoque al proceso de decidir un nombre para una empresa u organización.



Newsletter

Boletín digital que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad. Este boletín resulta muy útil cuando tenemos una base de datos confiable, ya que quienes reciben tu información, son aquellos usuarios que realmente están interesados en tu marca.

O

Omnicanalidad

Modelo de negocio utilizado para la comunicación e interacción con los clientes en todos los canales de una empresa (RRSS, tiendas físicas, sitio web, aplicación, call center, entre otros). El objetivo es mejorar la experiencia de los clientes.



One page

Al contrario de una landing page o página de aterrizaje, una One page cuenta con navegación vertical por anclas y su contenido es mucho más extenso. Puede tener la intención de informar sobre un producto o servicio, pero además también puede enfocarse en capturar leads.

P

Prueba A/B

Práctica utilizada en marketing digital para medir el impacto de dos versiones de un mismo elemento, tales como, anuncios publicitarios, mailing, cambios visuales en páginas, publicaciones en RRSS, etc. El objetivo es determinar la variación que logra mejores métricas (impresión, interacción o conversión) para afinar las estrategias y creación de contenido para marketing en canales digitales.



PPC o Pago Por Click

Hace referencia a la manera en que los anunciantes pagan a Google, Facebook e incluso a otras plataformas de anuncios, en las que se cobra por cada click que un usuario haga sobre un anuncio. Este sistema tiene tres opciones de pago: Costo por Clic, Costo por impresión y Costo por adquisición.

Pauta digital

Hace mención a los esfuerzos creativos y económicos de una campaña publicitaria, “vamos a pautar este anuncio”, “nuestra pauta digital para esta campaña es de \$3.000 dolares en 30 días”



R

Remarketing / Retargeting

Práctica y estrategia utilizada en marketing digital para dirigir anuncios personalizados a usuarios que ya demostraron interés en tu negocio (visitas al sitio web, vista de productos, carritos abandonados, visita al perfil de la red social, etc.).

ROAS

<<Return on Advertising Spend / Retorno en la Inversión Publicitaria>>: Métrica que indica la efectividad de campañas publicitarias en canales online. $ROAS = \text{Ingresos} / \text{Inversión publicitaria} * 100$

ROI

<<Return On Investment / Retorno de la inversión>>: Métrica que indica el beneficio logrado mediante las diferentes acciones de



marketing. $ROI = (\text{Beneficio} - \text{Inversión}) / \text{Inversión} * 100.$

Responsive

Cuando utilizamos el término “responsive” (adaptable), nos referimos principalmente a “responsive design” (diseño web adaptable). Esto significa hacer que un sitio web sea accesible y adaptable en todos los devices: tabletas, smartphones, etc.

S

Storytelling

El storytelling, o el arte de contar historias, es una técnica que, aplicada al discurso publicitario, consiste en crear toda una historia alrededor de tu marca, transmitiendo sus valores y consiguiendo emocionar al espectador.



Segmentación

La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas, las formas más comunes de segmentar son por palabra clave, interés, comportamiento, etc.

SEM

<<Search Engine Marketing>>: Son las acciones de marketing utilizadas dentro de los buscadores, como por ejemplo, las campañas publicitarias de Google Ads.

SEO

<<Search Engine Optimization>>: Prácticas de optimización realizadas dentro de tu web, con el objetivo de mejorar el posicionamiento orgánico en los resultados de los motores de búsqueda (Google, Bing, Yahoo, etc.).



SSL

<<Secure Socket Layer>>: Hace referencia al certificado de seguridad de una web, el cual permite encriptar la información inserta en la web.

SPAM

Correo electrónico no solicitado que se envía a un gran número de destinatarios con fines publicitarios o comerciales.

SECUENCIA DE ANUNCIOS

También llamado CARRUSEL* es un formato de anuncios compuesto por 2 o mas imágenes/vídeos que tiene como característica agregar interactividad a los anuncios a través del deslizar cada imagen, formato muy usado en redes sociales.



T

Tasa de conversión

Relación porcentual entre las visitas y la acción de conversión establecida (transacciones o formularios enviados, por ejemplo). Tasa de conversión = $\text{Visitas} / \text{Acción de conversión} * 100$.

Tasa de Rebote

Métrica que indica el porcentaje de usuarios que ingresan a una página de un sitio web y abandonan sin antes interactuar con ella.

Texto ALT

(Texto alternativo): Atributo utilizado para describir el contenido de cada imagen. Esta etiqueta HTML es muy útil para el SEO, accesibilidad del sitio web y proporciona la información de la fotografía cuando existen problemas en el navegador o en la velocidad de la red.



Término de búsqueda

Un término de búsqueda es la palabra o el conjunto de palabras que un cliente ingresa al realizar una búsqueda en Google.com o en uno de nuestros sitios de la Red de Búsqueda. (No confundir con palabra clave)

Tasa de Apertura

(mailing): Es una métrica que se utiliza en el Email Marketing, para saber cuántos usuarios abrieron un mail.

U

UI

<<User Interface / Interfaz del usuario>>: Elementos visuales con los que interactúan los usuarios al navegar en un sitio web o aplicación.



UX

<<User Experience / Experiencia del usuario>>: Sensación de los usuarios al navegar e interactuar con un sitio web o aplicación.

URL

<<Uniform Resource Locator>>: Identificador específico asignado a cada archivo dentro de la red para ser localizado.

W

Webinar

Es la unión de las palabras Web y Seminar. Entonces, un webinar corresponde a un seminario online o videoconferencia.





 **metricads**

**DICCIONARIO
UNIVERSAL DE
MARKETING
DIGITAL**

