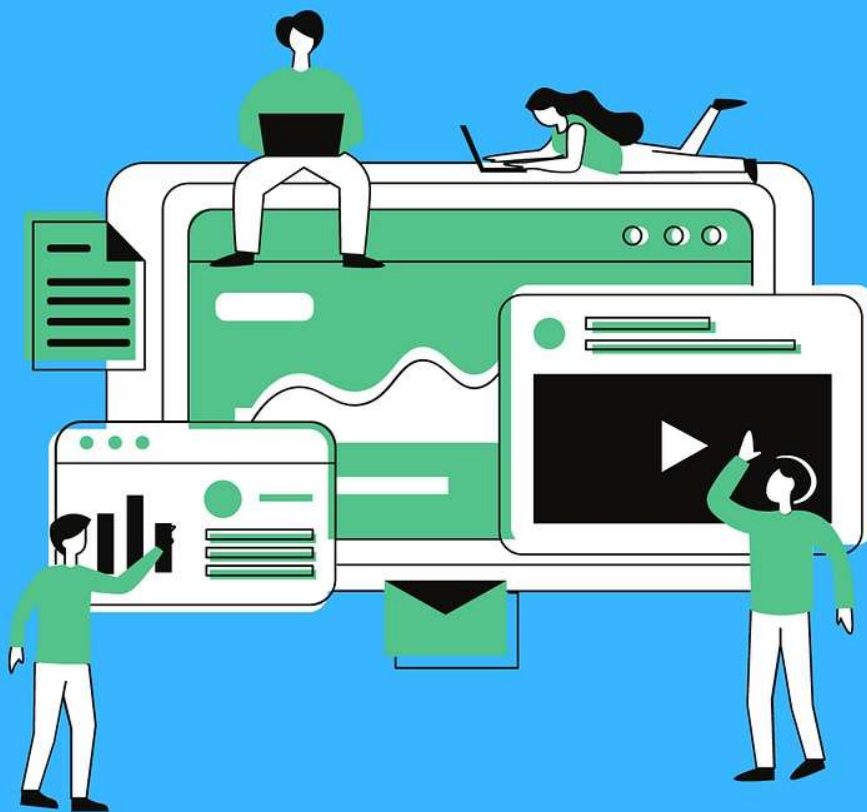


Glosario de Marketing Digital



API Key

Una API Key es un identificador (una clave y contraseña para autenticarte cada vez que utilizas Tractis Webservices), y al cual se le asignarán todos los cargos que correspondan por uso de los distintos servicios. Es un identificador único que se utiliza para autenticar a un usuario, desarrollador o programa de llamada en una API . Diferentes plataformas pueden implementar y usar claves API de diferentes formas.

API

Una interfaz de programación de aplicaciones (API) es una interfaz informática que define las interacciones entre múltiples intermediarios de software. Define los tipos de llamadas o solicitudes que se pueden realizar, cómo hacerlas, los formatos de datos que deben usarse, las convenciones a seguir, etc. También puede proporcionar mecanismos de extensión para que los usuarios puedan extender la funcionalidad existente de varias formas y en diferentes grados.

Autoresponder

Un autoresponder es un programa informático que responde automáticamente el correo electrónico que se le envía.

AWeber

Es un proveedor de servicios de email marketing, cuyo servicio principalmente consiste en la creación automática de emails (correos) y de landing pages (páginas de aterrizaje) sin tener que escribir ni una sola línea de código.

Banner

Anuncio publicitario en forma de imagen que, generalmente, se sitúa a lo largo de un sitio web, en alguno de los márgenes o cualquier otro espacio reservado para los ads.

Blog

Es una web gestionada por sistemas de gestión de contenido que pueden tener carácter personal, corporativo o como tienda online. Los contenidos suelen actualizarse de manera frecuente y exhibirse en orden cronológico (de más a menos reciente). Los lectores, por su parte, suelen tener la posibilidad de realizar comentarios sobre lo publicado.

Call to action

(CTA – Llamada a la acción). Call to action o llamada la acción es una herramienta o estrategia de publicidad, gráfica o textual, que busca incitar a la audiencia a responder a una acción después de un anuncio.

Clickfunnels

Es una herramienta de marketing digital, 100% orientada a la creación de embudos de venta. Una de sus principales características es que tiene una interfaz muy sencilla de utilizar, la cual no requiere ningún tipo de conocimientos de programación.

CMS (Content Management Systems)

Sistemas de gestión de contenido, y es un software que sirve para que cualquiera pueda gestionar sus propios contenidos en Internet. Ejemplos de CMS son WordPress o Joomla.

Comunity manager

Es la persona encargada de administrar las redes sociales de una marca, persona, empresa o campaña. Además de encargarse de las publicaciones, construye relaciones estables y duraderas con los seguidores de la cuenta que maneja, creando estrategias de comunicación acordes con los objetivos del perfil.

Cookie

Pequeño archivo de texto codificado, de números y letras, que se almacenan en el navegador de tu computadora, los cuales hacen seguimiento a tus movimientos como visitante de una página web, con el fin de guardar las preferencias que el usuario genera al visitar el sitio.

Dominio

Dominio de Internet es un nombre único que identifica a una subárea de Internet. El propósito principal de los nombres de dominio en Internet y del sistema de nombres de dominio, es traducir las direcciones IP de cada activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar.

DNS

DNS son las iniciales de Domain Name System (sistema de nombres de dominio) y es una tecnología basada en una base de datos que sirve para resolver nombres en las redes, es decir, para conocer la dirección IP de la máquina donde está alojado el dominio al que queremos acceder.

Ebook

Es un libro en versión digital optimizado para ser leído en cualquier tipo de dispositivo electrónico como computadoras, laptops, tablets, teléfonos inteligentes, etc.

Email marketing

Es una técnica de comunicación con el usuario en la que se utiliza el email para atraer a potenciales clientes. Es un canal directo con el usuario que permite adaptar el contenido a cada consumidor y así conseguir mayor retorno de la inversión.

Embudo de ventas

El Embudo de Ventas es una representación de las etapas por las que un potencial cliente pasa, desde el primer contacto con la empresa hasta el cierre de la venta. Todas las empresas, desde pequeñas a grandes están enfocadas para generar resultados.

Etiquetas o tags

En redes sociales las etiquetas son las menciones que haces sobre una imagen. En una página web, las etiquetas o tags se usan para relacionar el artículo con otros textos. En SEO sirven para indicar sobre qué tema escribiste.

Facebook

Facebook es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a personas, y que éstos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares. Es uno de los canales digital más conocidos por todos los usuarios que navegan hoy en día por Internet.

Fanpage

Es una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con fans dentro de Facebook (fan page = página para fans, en traducción literal). A diferencia de los perfiles, las fanpages son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto, empresa, causa o personaje en común.

Geolocalización

Localización de los usuarios que se determina utilizando una dirección IP o las coordenadas GPS. Se suele utilizar en campañas de publicidad online para mostrar la información o el contenido que queremos únicamente a los usuarios localizados en un determinado sitio geográfico. Como puedes comprobar, estas acciones tienen un fin comercial y suelen estar relacionadas con los dispositivos móviles.

Google Analytics

Es una herramienta de analítica web muy completa que nos puede facilitar información básica como: número de visitantes y de visitas en nuestro sitio web, duración media de la visita, la media de páginas vistas por cada usuario, informes geográficos, sociodemográficos (lenguaje, ubicación, proveedor de Internet, dispositivo móvil...), etc. Pero también nos proporciona información mucho más compleja como: el rendimiento de nuestra campaña de Google Ads, el porcentaje de conversiones que nuestro sitio web recibe, o el comportamiento de los usuarios en un proceso de compra y el motivo por el cual los usuarios abandonan nuestro sitio web, además de muchas otras variables.

Hashtag

Se usa con el símbolo # para destacar una palabra o una tendencia acerca de un tema particular. Sirve para ganar visibilidad en las publicaciones y campañas sociales.

Indexación

Proceso en el cual una página logra aparecer en los buscadores. Es el eje del SEO.

Java

Lenguaje programático diseñado para crear aplicaciones en Internet.

Landing Page:

Es una página web que busca vincular al usuario con una marca. Aparece tras hacer una invitación a una acción concreta como hacer click en un botón de una guía, portal o banner. Se utiliza para convertir a los visitantes de esa página en leads.

Lead (contacto)

Es un usuario que ha entregado sus datos a una empresa, a través de un registro o la descarga de algo de ese anunciante. Por esta razón, pasa a ser un registro de su base de datos y la empresa puede interactuar ahora con él. Por supuesto, el usuario debe aceptar la política de privacidad de la compañía.

Lead scoring

El lead scoring o calificación de leads es una técnica de marketing automatizada que tiene como objetivo calificar a los leads de una base de datos en función de su grado de proximidad con el cliente ideal (buyer persona), su interacción con la empresa y el punto del proceso de compra en el que se encuentran o la oportunidad de adquirir o ampliar los productos o servicios contratados.

A partir de esta calificación, es posible clasificar todos leads y poner en marcha campañas más específicas y efectivas.

LinkedIn

Es una red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo. Partiendo del perfil de cada usuario, quien libremente revela su experiencia laboral además de sus destrezas, la web pone en contacto a millones de empresas y empleados.

Mailchip

Es una herramienta digital con la que puedes diseñar, enviar y calcular el impacto de una campaña de email marketing. Esta plataforma te permite automatizar el envío de tus newsletter y gestionar las campañas de correo electrónico que quieras hacer para promocionar tu evento o negocio.

Meta Tags

Las metaetiquetas, etiquetas meta o elementos meta (también conocidas por su nombre en inglés, metatags o meta tags) son etiquetas HTML que se incorporan en el encabezado de una página web y que resultan

invisibles para un visitante normal, pero de gran utilidad para navegadores u otros programas que puedan valerse de esta información.

Su propósito es el de incluir información (metadatos) de referencia sobre la página: autor, título, fecha, palabras clave, descripción, etc.

Newsletter

Es una publicación distribuida de forma regular, centrada en un tema principal que se distribuye por correo electrónico. El newsletter contiene información relevante para tu destinatario.

Outbound link

Enlace externo o enlace de salida. Todos los enlaces que te redireccionan a una página diferente a la que estás visitando.

Perfil de facebook

Es una cuenta personal. Se utiliza para un fin no comercial y representa a individuos. La primera vez que te registras en Facebook, se te otorga un perfil. Tu perfil es donde agregar amigos y familiares y compartes fotos personales, videos y actualizaciones de tu vida.

Pixel de Facebook

Es una herramienta de análisis con la que podrás medir la eficacia de tu publicidad al entender las acciones que las personas realizan en tu sitio web.

Podcast:

Emisión de un programa radial o televisivo el cual se sube a un sitio en Internet para que puedas descargarlo o consumirlo mediante streaming.

Ranking:

La calificación que Google otorga a una página web para posicionarla. Es importante para que las publicaciones nuevas tengan un mejor nivel de exposición. Es la calificación más importante en SEO.

Remarketing

Técnica del marketing online que consiste en reimpactar, a través de un email, a usuarios que ya han visitado una página web. Por ejemplo, en el caso de los comercios online, el Email remarketing se llevaría a cabo en caso de que un visitante no haya llegado a finalizar su proceso de compra.

Responsive web design

Sitio web optimizado para su navegación en dispositivos móviles, su diseño se acomoda a distintos tamaños de pantallas para que tu experiencia sea cómoda sin importar desde dónde visualices el sitio.

Registro A

El DNS se basa en una red descentralizada de servidores. Los servidores de nombres gestionan ciertas zonas y disponen para ello de archivos de zona: simples archivos de texto en los que se enumeran, línea por línea, registros DNS de diferentes tipos. Para enlazar el nombre de dominio con un alias, es decir, con otro nombre que también redirige al mismo contenido se utiliza el tipo A.

Registro CNAME

El DNS se basa en una red descentralizada de servidores. Los servidores de nombres gestionan ciertas zonas y disponen para ello de archivos de zona: simples archivos de texto en los que se enumeran, línea por línea, registros DNS de diferentes tipos. Para enlazar el nombre de dominio con una dirección IP, se utiliza el tipo A.

Retargeting

Es una técnica de marketing digital cuyo objetivo es impactar a los usuarios que previamente han interactuado con una determinada marca. La finalidad del retargeting es recordar a los usuarios interesados en nuestros productos que estamos ahí y que tenemos una oferta interesante que ofrecerles. Fomentamos el recuerdo para conseguir la conversión final.

ROI

Tasa de Retorno de Inversión. Es el indicador de las ganancias que se han obtenido tras llevar a cabo determinadas acciones. Es decir, con él puedes calcular las conversiones y los resultados obtenidos de una inversión concreta.

SEM

SEM es el acrónimo de Search Engine Marketing. El SEM es el uso de herramientas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad y a aumentar la accesibilidad de los sitios y páginas web gracias a los motores de los buscadores.

SEO

Search Engine Optimization. Posicionamiento orgánico en buscadores o motores de búsqueda. La técnica SEO busca lograr hacer más visible una página web dentro de un buscador.

Snapchat

Red social que consiste en compartir fotos o vídeos tomados en vivo, su uso se limita a dispositivos móviles. A la publicación realizada en la red social se le llama snap, tiene una caducidad de 24 horas y se puede visualizar de 1 a 10 segundos.

Spam

Es el correo electrónico recibido por el usuario y que no ha solicitado ni desea tener en su bandeja de entrada. El spam es enviado a millones de cuentas de correo sin haber sido requeridos. Además, habitualmente, la mayoría de estos correos tienen una finalidad comercial.

Subdominio

Un subdominio es un subgrupo o subclasificación del nombre de dominio el cual es definido con fines administrativos u organizativos, que podría considerarse como un dominio de segundo nivel. Normalmente es una serie de caracteres o palabra que se escriben antes del dominio.

Target

También conocido como la audiencia objetivo a la que nos dirigimos que tiene una estrategia concreta en marketing. Es importante definir bien el target group ya que se trabajará en torno a él.

Tasa de conversión

La tasa de conversión es un indicador que nos facilita el tráfico de visitas que haya realizado una acción respecto a la tasa de clics. Esta medida depende del objetivo de marketing que tenga una empresa, cliente u organización.

Tráfico

El término tráfico se refiere a todas las visitas que hace un usuario a un sitio web o aplicación móvil.

Tráfico orgánico

El tráfico orgánico de una página web o de un blog son todas aquellas visitas que provienen de la página de resultados de un buscador, ya sea Google, Yahoo, Bing o cualquier otro.

El tráfico orgánico es el que, en la mayor parte de webs, genera un mayor número de visitas y de más calidad, puesto que son usuarios con un cierto interés por la temática de nuestra página o blog, diferenciándose del tráfico directo en que este no proviene de una búsqueda por palabras clave, sino porque el usuario teclee directamente la URL o la tenga guardada previamente en favoritos.

URL

La URL o Uniform Resource Locator es la dirección de una página web, esa que te permite acceder a los servicios y otros clientes en navegadores web.

UTM

Significa Urchin Traffic Monitor, lo que traducido quiere decir Monitorización de tráfico de Urchin, que es la herramienta de analítica que compró Google para construir Analytics. Es una manera de medir y calcular de dónde viene el tráfico que es complicado de medir de otras maneras.

Webinar

Taller interactivo que se hace a través de Internet. Puedes utilizar herramientas como GoToMeeting, Skype, Hangouts, Zoom, entre otros. Un webinar se hace para capacitar personas online.

Zapier

Es un servicio web fácil de usar que te permite automatizar acciones entre diversas aplicaciones web.