

dicionário

marketês



Sem marketês

Democratizar o Marketing. Esse é o DNA da Procriativo.

Você começa com a gente agora uma nova empreitada para o seu negócio. É a possibilidade concreta de atingir objetivos que você ainda não tinha imaginado e, mais do que isso, **escalar resultados** que antes eram inalcançáveis.

Bem vindo ao universo do Marketing Digital! Já faz um tempo que ele não **é mais o futuro, ele é o presente**. E esse dicionário faz parte de uma nova fase para você. É o momento de estudar, entender e crescer.

Aproveite esse material, ele vai te ajudar a ultrapassar muitos limites. Com ele, você vai entender ainda melhor tudo que estivermos fazendo durante o nosso projeto.

Juntos, vamos mais longe!

Sumário

A	03	N	25
B	05	O	26
C	08	P	27
D	13	Q	29
E	14	R	30
F	15	S	31
G	17	T	32
H	17	U	33
I	18	V	34
J	19	W	34
K	19	X	35
L	19	Y	35
M	23	Z	36

A

Afiliado

É quem se dedica a uma marca ou empresa, confia em seus produtos / serviços e decide vendê-los virtualmente, recebendo uma comissão para isso. Fazendo uma analogia com o comércio tradicional, seria como um representante de vendas, só que trabalhando pela internet.

AIDA

Essa sigla significa Atenção, Interesse, Desejo e Ação – que são as etapas do modelo de conversão. Tem como base o comportamento das pessoas na tomada de decisões e, por isso, é uma ferramenta eficaz para direcionar as ações do marketing de resultado.

Algoritmo

É uma sequência de instruções bem definidas que comanda o computador na realização de alguma função. Isso ocorre mecânica ou eletronicamente. Não é necessariamente um programa de computador, mas os passos utilizados para se realizar uma tarefa. Por exemplo, o Google usa um algoritmo para as buscas na internet e outro diferente para os anúncios no Google AdWords.

Alcance

Quantidade de pessoas que visualizaram uma publicação na sua página. Este número varia de acordo com o algoritmo da ferramenta que foi utilizado para distribuir os conteúdos entre os usuários da rede social. Pode ser pago ou orgânico.

Alt text (texto alternativo)

O texto alternativo, também conhecido como “alt text” é um campo de texto vinculado às imagens que você coloca no seu site. Cada imagem tem seu alt text, que deve ser preenchido com uma descrição breve, contendo as principais palavras-chave daquele conteúdo.

A

Analytics

É por meio da análise que se identifica os padrões significativos dos dados. No Marketing, esse trabalho foca nos relatórios de visitantes do site, PPC etc, checando as tendências e desenvolvendo ideias para tomada de decisões consistentes e não baseadas no achismo.

API (Application Programming Interface)

Em português, significa interface de programação de aplicativos. São códigos que dão acesso a um aplicativo para utilização das funções ou sistemas de outro software.

Audiência

Pessoas que acompanham um canal de conteúdo (blog, canal de YouTube, Instagram, Facebook, e-mail marketing etc.). Pode ser segmentada em interesses específicos, permitindo direcionar melhor os assuntos abordados e é construída com base na confiança que estas pessoas têm nas informações e na autoridade do produtor do conteúdo.

Automação de Marketing

Isso não tem nada a ver com trocar a equipe por robôs. O objetivo aqui é aplicar recursos e ferramentas que aumentem a eficiência dos profissionais, ou seja, automatizar os processos da estratégia, como a geração e nutrição de leads, envio e monitoramento de e-mail marketing etc.

Árvore de categoria

A árvore de categoria tem esse nome justamente por lembrar os galhos de uma árvore. Ela é utilizada para separar departamentos, categorias e subcategorias. De fato, deve ser utilizada para organizar a loja e proporcionar coerência na separação dos produtos.

B

B2B

Business-to-business significa serviço ou comércio entre empresas. Nesse caso, o alvo não é o consumidor final.

B2C

Business-to-consumer significa serviço ou comércio entre uma empresa e o consumidor. Ou seja, de empresa para o cliente final.

Backlink

Link posicionado estrategicamente e que conduz para uma página de destino. Existem basicamente três tipos de backlinks: de entrada (posicionados em páginas externas, fora do controle do administrador do site); de saída (posicionados em páginas internas e que levam para páginas externas); internos (posicionados em páginas internas e que levam para outra página interna).

Banner

São os tradicionais anúncios em forma de imagem veiculados em sites, blogs ou portais de informações. Em geral, o dono do site cobra um valor para que a empresa anunciante divulgue seus produtos e serviços. Também pode ser usado pelo próprio dono do site para conduzir o visitante a páginas específicas.

Base de visitantes

Número de visitantes únicos por dia regulares em um site, ou seja, uma média de visitas diárias recebidas.

B

Benchmarking

Significa estudar as boas práticas ou métodos que a concorrência ou o mercado estão aplicando, para repeti-las ou adaptá-las para a sua empresa.

Black hat

Conjunto de práticas de SEO consideradas antiéticas. Têm a finalidade de posicionar bem um site nas ferramentas de busca, como o Google.

Blog

É como se fosse um website pessoal, com postagens regulares de conteúdo em texto, fotos ou multimídia, sem a finalidade comercial.

Bounce Rate

É a taxa de pessoas que entram em uma página da internet e saem rapidamente, sem interagir e navegar. Taxa de Bounce Rate elevada é indicativo de que o seu conteúdo não é atrativo e precisa ser melhorado.

Brainstorming

Brainstorming é uma dinâmica de grupo que associa uma abordagem descontraída e informal das pessoas para a solução de problemas. Ela encoraja os participantes a pensarem livremente em ideias sobre uma determinada situação, sem qualquer tipo de julgamento, explorando ao máximo a criatividade de cada participante. Muito usada na solução de problemas, planejamento ou desenvolvimento de novas ideias e projetos.

Branding

Conjunto de ações estratégicas focadas no posicionamento e percepção de valor da marca de uma empresa junto aos consumidores.

B

Budget

Significa orçamento/verba. Você pode dizer, por exemplo, budget da campanha de marketing.

Buzz marketing

É uma estratégia focada em chamar a atenção das pessoas, gerar comentários, opiniões e barulho sobre a sua marca ou campanha.

B2B/ B2C

No B2B, como bem dissemos, uma empresa compra de outra empresa. Já no B2C, o comprador o consumidor final, uma pessoa física.

Beacons “farol

Beacon é um dispositivo que, como um farol, emite sinais para o smartphone do consumidor que estiver próximo ao ponto de venda.

Bybox

significa caixa de compra. Ela é um espaço de destaque de um anúncio em um marketplace.

C

Calendário editorial

Agenda de publicações de conteúdo de uma marca ou site baseada em tempo. Pode incluir diversas etapas, como planejamento, pesquisa, redação, criação, entrega, publicação, etc. Também pode levar em conta diferentes formatos a serem publicados, desde artigos até vídeos e infográficos.

C

Chatbots

Chatbots são programas de computador que conseguem simular o atendimento humano em conversas online (via chat). Ou seja, quando alguém interage com um chatbot, tem a impressão de estar conversando com uma pessoa real (e não uma máquina). Essa ferramenta é muito utilizada para agilizar o serviço de atendimento ao consumidor.

Churn rate

Churn significa agitar. Rate é taxa. No meio empresarial, churn rate é a taxa de rotatividade de clientes. Isso pode ocorrer em função de cancelamento de uma assinatura e conta, não renovação de um contrato ou a decisão do consumidor de migrar para o concorrente. É uma métrica que mostra, em percentuais, essa evasão de clientes.

Ciclo de venda

Tempo necessário para uma conversão (fechamento) de venda, contando a partir do primeiro contato do prospecto com a marca ou produto.

Carrossel

É um tipo de anúncio que trabalha com o conceito de rotação. Ou seja, mensagens diferentes que vão ser exibidas em rodízio. Além do dinamismo, cada imagem tem descrições e link próprios. Na prática, então, você acaba multiplicando suas chances de cliques. Se a primeira imagem não chamou a atenção do seu cliente, quem sabe a segunda consegue?

CAC (Custo de Aquisição por Cliente)

É um cálculo que mostra quanto a empresa gasta para conseguir seus clientes. É um indicador estratégico, que ajuda a definir o orçamento e evitar que se gaste além daquilo que vai entrar com o negócio.

C

Cookies

Informações memorizadas em seu dispositivo (computador ou dispositivo móvel) por um site. Servem para melhorar a experiência do usuário. Algumas de suas funcionalidades são: lembrar suas preferências de site, mantê-lo conectado em suas contas e permitir que ele receba conteúdo relevante.

Co-marketing

Nesse caso, trata-se da cooperação entre duas empresas com interesses comuns, mas que não são concorrentes diretas. Boa opção para organizações que oferecem produtos ou serviços que se complementam.

Conteúdo

Valiosíssimo no marketing digital, o conteúdo é qualquer informação disponibilizada para o consumidor, de fácil entendimento, que promove envolvimento e que pode ser compartilhada. O conteúdo pode ser na forma de texto, podcast, vídeo, foto, slides, TED etc. É muito usado para atrair clientes, criar autoridade e manter relacionamentos.

Consistência

Nada mais é do que a realização de uma ação com uma frequência regular, como por exemplo a publicação de conteúdos no blog e redes sociais. A consistência é fundamental para criar uma base de audiência e construir relacionamento.

CMS (Sistema de Gerenciamento de Conteúdo)

Aplicativo que facilita a criação, edição e gerenciamento de um website por usuários não especialistas no assunto.

Co-Branding

É a estratégia de associação de duas grandes marcas, diferenciando-as ainda mais frente à concorrência. É o caso do Bobs e do Ovomaltine, na produção do milk shake.

C

Conteúdo Dinâmico

É a estratégia de exibir mensagens personalizadas para cada tipo de visitante do site, com base nas informações que você já tem sobre eles.

Conteúdo pago

São conteúdos publicados pelas empresas por meio de qualquer mídia paga, como anúncios no Facebook (incluindo impulsionamentos de posts), banners em sites, Google Adwords, anúncios no Instagram ou Twitter, entre outros.

Conversão

Toda vez que o visitante realiza uma ação diretamente relacionada com o objetivo principal da página, ocorre uma conversão. Isso pode ser um preenchimento de cadastro, a solicitação de um orçamento, inscrição em uma newsletter, download de algum material, como e-book, inscrição para um teste gratuito, etc.

CPA (Custo por Ação)

O anunciante paga apenas quando o objetivo final de sua campanha é atingido. Isso pode ser o fechamento de uma venda, um pedido de orçamento, download de um e-book etc. É a mais complexa forma de pagamento de anúncios patrocinados.

CPC (Custo por Clique)

É mais uma forma de se pagar por anúncios na internet. Nesse caso, o anunciante paga por cada vez que um usuário acessa o link. É uma ferramenta simples de usar e monitorar. Indicada para os marinheiros de primeira viagem.

C

CRM (Customer Relationship Management)

Também chamado de Gestão de Relacionamento com o Cliente, trata-se de um conjunto de ferramentas para acompanhamento, de forma organizada, de todas as ações que a empresa realizou com os clientes atuais e potenciais.

CRO (Conversion Rate Optimization)

Em português, significa otimização da taxa de conversão. É um processo para otimizar a conversão em clientes de um número maior de visitantes ou seguidores.

CTA (Call to Action)

É um convite para seguir adiante, uma chamada para ação. É qualquer chamada, imagem ou texto que leve o visitante de uma página da internet a realizar alguma ação, depois de interagir com um conteúdo.

CTR (Click Through Rate)

O CTR é um dos principais indicadores do Marketing Digital, que mostra a taxa de cliques, ou seja, a relação entre o número de cliques e o número de visualizações de um anúncio.

CPL (Custo por Lead)

Métrica que indica o quanto a empresa paga por cada possível cliente gerado. É o resultado da soma de todos os custos do processo de geração dividido pelo total de leads gerados.

CPM (Custo por Mil Impressões)

Aqui, o anunciante paga a cada mil vezes que o anúncio é exibido. Mais apropriado para empresas que têm uma estratégia de marketing bem desenhada e grande fluxo de visitantes em seus websites.

C

Cohort

Análise Cohort é uma métrica utilizada para analisar como diferentes grupos de clientes se comportam ao longo do tempo.

Conversão em Pop-up

são aquelas janelas que saltam na tela do computador ou celular, sempre que você visita um site.

Conversão LP

Uma Landing Page (LP) é um recurso essencial para que uma estratégia de Inbound Marketing tenha sucesso. Isso porque é uma página especial criada dentro de um site com o objetivo exclusivo de converter visitantes em leads

CRO (Conversion Rate Optimization)

O CTR é um dos principais indicadores do Marketing Digital, que mostra a taxa de cliques, ou seja, a relação entre o número de cliques e o número de visualizações de um anúncio.

Cross docking

É um sistema de distribuição no qual o produto que foi comprado pelo cliente é despachado para um centro de distribuição ou para uma instalação (armazém).

Cross-Sell

Quando falamos em cross-sell, ou venda cruzada, estamos nos referindo à venda de produtos ou serviços relacionados e complementares com base no interesse do cliente ou na compra de um produto.

C

CTAs calls-to-action

é uma chamada para ação, muito comum em sites, emails e anúncios, indicando ao usuário o que deve ser feito.

CMV

CMV (Custo da Mercadoria Vendida) é a soma de tudo que a empresa gasta para comprar, produzir e estocar seus produtos e mercadorias até que eles sejam comercializados.

D

Dashboard

São painéis que mostram as métricas e indicadores importantes para alcançar objetivos e metas traçadas de forma visual, facilitando a compreensão das informações geradas. Possibilita o monitoramento dos resultados de uma empresa distribuídos em indicadores.

Dead Line

O deadline é nada mais nada menos do que o famoso prazo. Seu significado, quando traduzido ao pé da letra, pode ser algo como “linha de morte”. O deadline é importante para alinhar a necessidade de entrega de uma demanda específica ao andamento de todo o trabalho.

Digital Influencer

Digital influencer é um perfil famoso em redes sociais, que estabeleceu credibilidade em um nicho de mercado específico e, por ter acesso a um grande público nessas plataformas, possui a capacidade de influenciar outros usuários e ditar tendências.

D

Distribuição

Forma ou meio pelo qual um produto ou serviço é entregue ao consumidor final. No nosso contexto, a distribuição de um produto pode ser feita por e-mail, por exemplo, caso seja um livro digital. Já um e-commerce de produtos físicos fará a distribuição via Correios ou outro meio de transporte.

Domínio

É a sua identidade na Internet, sua marca "on line". Os clientes irão lembrar desse nome e usá-lo para encontrar informações sobre a empresa, seus produtos e serviços. Como não podem existir dois nomes de domínio iguais, o Endereço Web é único.

Dropshipping

O dropshipping nada mais é do que uma maneira de vender online sem se preocupar com estoque ou meios de pagamento.

E

E-book

Tipo de conteúdo produzido para internet, geralmente usado para gerar leads. Na maioria das vezes, é um material mais detalhado e mais extenso que aquele publicado nos blogs, por exemplo.

E-commerce

Qualquer tipo de negócio ou transação comercial que implique a transferência de informação através da Internet.

Edge Rank

Algoritmo do Facebook que determina a relevância das postagens das páginas e, conseqüentemente, o que aparece ou não no feed de notícias de cada usuário da rede.

E

Engajamento

É uma métrica de marketing digital relacionada à interação do usuário com elementos de uma página. Regularmente é atribuída às redes sociais, onde são comuns os cliques, curtidas, comentários, compartilhamentos e outros sinais sociais. Mas existem diferentes canais de engajamento, como blogs, email marketing etc.

Entrega

Pode-se referir tanto a mensagens como a produtos e serviços. Quando uma mensagem (de e-mail, por exemplo) é enviada a um potencial cliente e é recebida pelo usuário, dizemos que houve a entrega. O mesmo vale para um serviço fornecido que é aceito pelo cliente.

Estático

Refere-se a uma imagem na internet que permanece parada, não apresenta nenhum movimento.

F

Facebook Ads

É a plataforma de anúncios do Facebook para quem deseja anunciar na maior rede social do mundo (e também no Instagram). Permite que você crie anúncios e pague por eles usando a sua conta. O grande mérito do Facebook Ads é a alta capacidade de segmentação, já que você pode escolher características específicas do seu público-alvo para atingir as pessoas certas E aumentar a eficácia dos anúncios.

Fee

Valor fixo mensal que a empresa desembolsa para pagamento à agência de marketing, por um determinado pacote de serviços. O escopo do trabalho e os valores são acordados previamente entre as partes.

F

Feed

É um formato de dados utilizado em meios de comunicação com conteúdo atualizado frequentemente, como sites de notícias ou blogs. Distribuidores de informação, blogueiros ou canais de notícias disponibilizam um feed no qual os usuários podem se inscrever, no formato de link

FeedBack

É o retorno dado pelas pessoas a tudo o que é ofertado pela empresa, seus produtos e serviços e também a satisfação do consumidor.

Formulário de conversão

Campos de informações (nome, e-mail, telefone) que podem ser preenchidos pelo visitante de um site em troca de algum conteúdo, como um cadastro na newsletter, download de E-book ou acesso a uma oferta especial.

Frequência

Periodicidade com que uma tarefa é executada, como a atualização de um blog ou as postagens de redes sociais.

Funil de vendas

O funil de vendas é a representação do percurso que uma pessoa faz até se tornar um cliente de fato. É construído estrategicamente, desde o primeiro contato dele com a sua empresa até a concretização da compra – e depois dela.

G

Gatilho de E-mail

Esse tipo de configuração dispara uma mensagem a partir de uma ação tomada pelo usuário. Por exemplo, você pode programar para que todas as pessoas que clicarem em um determinado link da sua newsletter recebam um segundo e-mail com mais informações sobre o assunto. Os gatilhos também podem ser usados em outras situações, como vídeos, páginas, etc.

Google Adwords

Plataforma que permite exibir anúncios nos resultados das pesquisas do Google (no topo ou no lado direito da página), ou ainda em uma rede de sites parceiros. É possível segmentar os anúncios para públicos ou palavras-chave específicas.

Google Webmaster Tools

Ferramenta de administração de sites e páginas internas que permite encontrar erros e elaborar estratégias de melhorias em páginas pessoais ou corporativas.

Growth Hacking

Ações coordenadas para fazer um negócio crescer rapidamente, mesmo frente a diferentes desafios.

H

Hard Bounce

Erro que não permite, permanentemente, que um email seja enviado a um destinatário. Exemplo de hard bounce: endereço de email digitado incorretamente.

H

Hashtag

As hashtags são uma maneira de interagir nas redes sociais sobre um determinado conteúdo. Elas interligam conversas públicas no Twitter, Facebook e Instagram em um único fluxo. Para fazer um post com hashtag, basta colocar o sinal de jogo da velha (#) junto de uma palavra ou frase sem espaços, criando assim um link automaticamente. Se você segui-lo, verá todos os posts com a mesma hashtag em um feed especial.

Hiperlink

Referência dentro de uma página que leva a uma outra página da web, dentro do mesmo site ou não.

Hospedagem

Serviço online que permite a publicação de um site ou aplicação na internet. Quando você adquire uma hospedagem, basicamente você está alugando um espaço dentro de um servidor. Nele ficam armazenados todos os arquivos e dados necessários para o bom funcionamento do site.

Headline

É o título de um conteúdo, pensado para atrair a atenção do público e gerar a conversão.

Hard Bounces

Quando você tenta enviar um email e, por algum motivo, o destinatário não puder receber permanentemente a sua mensagem, você recebe de volta um erro, que chamamos de hard bounce.



Inbound Marketing

Inclui qualquer estratégia de Marketing Digital que visa chamar a atenção das pessoas, sem imposições e agressividade. Por meio da criação e compartilhamento de conteúdo relevante para o seu público, a estratégia de Inbound Marketing faz com o que as pessoas venham até você (e não o contrário) e lhe dêem autorização para o envio de mensagens.

Infoproduto

Conteúdo digital vendido ou disponibilizado gratuitamente para download, por meio da internet. Os infoprodutos podem ser desenvolvidos em diversos formatos: e-books, apostilas, podcasts, etc.

Impressão

Impressão é a quantidade de vezes que um anúncio foi entregue aos usuários. Ela é contabilizada sempre que o seu anúncio é exibido em um canal de comunicação online (Google, Display, Facebook, etc). As impressões não são únicas e este mesmo anúncio pode ser visto por um usuário mais de uma vez (relacionado a frequência).

IoT

O termo IoT, ou Internet das Coisas, refere-se à rede coletiva de dispositivos conectados e à tecnologia que facilita a comunicação entre os dispositivos e a nuvem, bem como entre os próprios dispositivos.

J

Jornada de compra/consumo

É o caminho que um potencial cliente percorre antes de realizar uma compra. A Jornada de Compra geralmente possui 4 etapas: “aprendizado e descoberta”, “reconhecimento do problema”, “consideração da solução” e “decisão de compra”.

K

Key Man

Homem-chave ou key Man é um termo usado especificamente para um funcionário ou executivo extremamente importante que é essencial para a operação dos negócios, e sua ausência pode ser desastrosa para a empresa projeto.

KPI (Key Performance Indicator)

Indicadores quantitativos definidos como parte da estratégia de marketing digital de uma empresa. São utilizados para mensurar as ações e monitorar o cumprimento das metas, acompanhando o progresso com base nos números.

L

Lançamentos

Quando o produtor estréia conteúdo novo no mercado de marketing digital. Para estimular o interesse do público, antes do lançamento são utilizados “trailers” (vídeos falando sobre o produto a ser lançado), veiculados principalmente em mídias sociais.



Layout

Aparência física de um site. Nele podem constar elementos como imagens, botões estilizados, ferramentas de busca, etc.

Landing Page

É uma página dedicada exclusivamente a uma oferta, que pode ser a venda de produto, liberação de material gratuito etc. Sabe quando você clica em um banner ou link patrocinado e é direcionado para uma página sobre o produto que estava sendo anunciado? Esta é uma landing page.

Lead

Todo cliente em potencial do seu negócio. São as pessoas que entram em contato com a sua marca, em busca de mais conhecimento ou informações. Elas estão de olho no que você faz e querem saber mais. Apesar de não ter concretizado nenhuma compra, ainda, o Lead está disposto a lhe fornecer dados pessoais em troca de algum conteúdo relevante para ele.

Lead qualificado

É o lead que está pronto para receber uma oferta. São as pessoas que entram em contato com a sua marca, em busca de mais conhecimento ou informações. Elas estão de olho no que você faz e querem saber mais. Estão prontas para receber a oferta final e fechar a compra.

Lead scoring

Sistema de pontuação que classifica os leads de acordo com seus comportamentos. É usado para analisar se um lead é ou não qualificado (como por exemplo, para receber uma oferta de produto).



Link Building

É a estratégia de colocar links para outros artigos relacionados ao tema em questão, geralmente, acrescentando ou detalhando alguma informação. Com isso, o usuário fica mais tempo no seu blog e, ainda, ajuda a aumentar a sua autoridade nos mecanismos de busca.

Links patrocinados

Esses são anúncios disponibilizados na forma de links, no topo dos sites de busca. São chamados de patrocinados porque são anúncios pagos.

Long tail keywords (Palavras-chave de cauda longa)

São as palavras-chave de cauda longa, que representam termos de pesquisa mais específicos. Sofrem menos concorrência tanto na busca orgânica como nos leilões de palavras-chave para quem trabalha com links patrocinados. Por exemplo: em vez “sapato feminino”, poderia ser utilizado o termo “sapato de salto alto vermelho”.

LTV (Lifetime Value)

Também conhecido como Valor Vitalício do Cliente. Trata-se da média do valor total que se pode esperar dos clientes até o momento que eles deixarem de usar o produto ou serviço.

M

Mailing

Em Marketing Digital, o termo se refere ao agrupamento de dados de potenciais clientes que se inscreveram em uma lista de e-mail. No geral, o Mailing é formado de dados como o e-mail e o nome de quem se interessou pelo conteúdo, isca digital, e-books, newsletter, etc.

Marca

Soma total da opinião que os usuários e clientes têm de uma empresa. Vai além da identidade visual ou logo, já que compreende todo o valor agregado e percepção de mercado adquiridos ao longo do tempo. Uma empresa pode optar por construir seu posicionamento de modo intencional ou permitir que as circunstâncias moldem sua marca.

Market Growth Rate

É a Taxa de Crescimento de Mercado de uma empresa em um determinado período de tempo.

Market Share

É o grau de participação de uma marca dentro de um mercado específico em termos de vendas de um produto ou serviço. Em outras palavras, é a fração de mercado que ela abocanhou.

Marketing de Conteúdo

São as estratégias para atrair clientes por meio de conteúdo relevante. Podem ser usadas por qualquer tipo de empresa, B2C ou B2B, de variados portes, seja ela pequena, média ou grande. E entenda por conteúdo relevante toda informações que você disponibiliza para um público, específico, com o objetivo informá-lo e/ou educá-lo, e não de fechar uma venda imediata.

M

Marketing de Permissão

É um conjunto de ações direcionadas a um público-alvo, porém, como o próprio nome diz, com a autorização dele.

Marketing Digital

Assim como no marketing tradicional, o marketing digital visa atrair clientes e gerar negócios para uma empresa ou profissional. A diferença é que o trabalho é feito na internet, usando ferramentas como blogs, redes sociais, vídeos e aplicativos para celulares etc.

Meta description

Breve descrição de um site ou artigo, de fundamental importância para o tráfego de um site.

Métricas

Tem como objetivo, mensurar resultados das estratégias adotadas.

Mídia espontânea

Este tipo de conteúdo não é criado pela empresa, mas sim pelos fãs ou outros usuários. Daí o nome mídia espontânea, já que a marca ganha espaço na mídia sem precisar pagar por ele. Em geral, são mensagens compartilhadas por fãs nas redes sociais, podendo ter os mais diversos formatos.

Mindset

Significa o tipo de mentalidade que cada pessoa tem sobre a vida. É a forma como você organiza os seus pensamentos e decide encarar as situações do cotidiano. É formado pelas experiências do indivíduo, bem como pelo seu nível intelectual e cultural, mas o importante é que é possível reformular o mindset, a fim de conseguir melhores resultados.

M

Mobile

Dispositivo móvel. Inclui celulares e tablets.

Modelo de negócio

Define como a empresa cria seus produtos e serviços, como ela os entrega ao público-alvo e como recebe os pagamentos. É a base de qualquer empreendimento que visa o lucro, a construção de ativos e a geração de valor para a marca.

MQL

MQL ou Marketing Qualified Leads, são as leads que foram nutridas e qualificadas pelo time de Marketing, encaminhando para ficarem prontas para o time de vendas. Quando esses leads estão prontos para serem abordados pelo time de vendas, eles se tornam SQLs (Sales Qualified Leads).

MRR

Sigla para o termo em inglês “Monthly Recurring Revenue”, em português “Receita Recorrente Mensal”. Se refere ao valor que uma marca recebe de um cliente mensalmente.

N

Native Ads

Native Ads é um tipo de anúncio online que se destaca por não ter um formato padrão de publicidade, aparecendo como um conteúdo destacado ou recomendado dentro de portais, sites e blogs relevantes, sem prejudicar a experiência do usuário. As plataformas de Native Ads mais conhecidas são Taboola e Outbrain.

N

Network

Trata-se de criar uma rede de contatos com outros empreendedores de seu nicho (mas não se resumindo a ele), para troca de informações, ideias e oportunidades.

Newsletter

Ferramenta de comunicação com os clientes, é um tipo de mensagem informativa que via de regra, é enviada por e-mail.

Nicho

São segmentos ou públicos cujas necessidades particulares são pouco exploradas ou inexistentes. A estratégia de aproveitamento de nichos está justamente na identificação das bases de segmentação que, quando explorados, representam o diferencial ou vantagem competitiva à empresa

Nutrição de Leads

É uma automação que permite manter um relacionamento ativo com clientes em potencial e pessoas interessadas em seus produtos, até que eles decidam efetuar uma compra. Por exemplo, caso você baixe um E-book sobre Marketing Digital, receberá automaticamente uma série de e-mails com conteúdos relacionados a este tema.

O

Opt-in

Quando o potencial cliente confirma seu cadastro em uma lista/mailing.

Opt-out

Quanto há a confirmação de descadastramento do mailing.

O

Otimização

É a busca pela excelência no que se refere a aumentar visitas, gerar leads e vendas, obter inscrições, etc.

Outbound Marketing

É uma estratégia direcionada e até mesmo invasiva de anunciar o que a empresa tem para oferecer para seus clientes. Para isso, usam anúncios na TV, outdoors, jornais, revistas e até mesmo o telemarketing, entre outros canais. Ou seja, é a empresa que vai até o cliente.

OKR

OKR é a sigla para Objective and Key Results que pode ser traduzido como Objetivo e Resultados-Chave.

P

Page Rank

É um algoritmo utilizado pela ferramenta de busca Google para posicionar websites entre os resultados de suas buscas. O PageRank mede a importância de uma página contabilizando a quantidade e qualidade de links apontando para ela.

Pageviews

Total de visualizações das páginas de um site.

Página de Captura

Criada com o objetivo de capturar e-mails de pessoas possivelmente interessadas em um tema. Via de regra, a Página de Captura é composta de um formulário para inscrição.

P

Palavra-chave

São palavras que resumem o tema que é abordado em uma página. Quando alguém faz uma pesquisa sobre determinado assunto, os buscadores mostram os resultados mais relevantes. A posição das páginas no ranking depende de vários fatores, inclusive, da qualidade da palavra-chave.

Palavra-chave de cauda longa

O que muda em relação à palavra-chave é que, aqui, trata-se de uma frase de pesquisa segmentada com três ou mais palavras. Geralmente, contém um termo principal. Exemplo: Termo principal – empreendedores; Palavra-chave de cauda longa – características comuns entre empreendedores de sucesso.

PPC (Pay-per-click)

Método de cobrança de anúncios, que consiste em cobrar o anunciante a cada clique dado pelas pessoas que foram impactadas pelo anúncio.

Persona

Representação do seu cliente ideal. Ao identificar sua persona, é possível saber o perfil do seu consumidor, buscando assim por assuntos do interesse dele, com uma linguagem específica.

Plugin

Recurso que permite turbinar um site com recursos extras. Os Plugins tem ampla importância, no sentido de otimizar e automatizar inúmeras tarefas.

PLA (Product Listing ADS Adwords)

Recurso que permite turbinar um site com recursos extras. Os Plugins tem ampla importância, no sentido de otimizar e automatizar inúmeras tarefas.

P

Pop-up

É uma janela que abre no navegador ao acessar uma página na internet ou um link que redireciona para outra página, normalmente de propaganda ou publicidade.

Post

Publicações em plataformas digitais, redes sociais, blogs, com mensagens variadas, sendo desde notícias até reviews de produtos e artigos.

Programa de Afiliados

Permite que pessoas divulguem produtos de terceiros em troca de uma comissão por cada venda realizada. Traz benefícios tanto para quem cria os produtos quanto para quem os divulga, pois, ambas as partes recebem dinheiro após a venda.

Prospect

É toda pessoa que entra em contato com sua marca em um determinado momento e por isso se transforma em um possível cliente.

Prova social

Depoimentos verídicos de clientes em relação aos serviços e produtos de determinada marca, capaz de atuar como um gatilho mental de autoridade e referência.

Q

Quality Score

Em plataformas de anúncios, o termo Quality Score é uma métrica de qualidade, capaz de avaliar a relevância dos anúncios e das Landing Pages, respectivamente.

Q

QR code

Um tipo de código de barras. Ele é bidimensional e pode ser escaneado através de celulares com câmera e, posteriormente, convertido em texto (interativo), endereço URL, número de telefone, e-mail, etc. Muito utilizado no marketing online e off-line.

R

Remarketing

Conjunto de medidas estratégicas com o intuito de gerar maior impacto na audiência, fazendo com que elas retornem ao e-commerce, blog, site, Landing Page, etc.

O Remarketing costuma ser feito em plataformas de anúncios, e-mail marketing e até mesmo offline por meio da mala direta.

Rede de display

é um conjunto de sites parceiros do Google que se associam para receber publicidade paga em suas páginas por meio do Google Ads. Por meio dela é possível divulgar a sua marca de forma segmentada, auxiliando na captação de um público qualificado.

ROI (Return on Investment)

Retorno sobre investimento – é uma métrica que expressa a relação entre o valor investido em um negócio e o valor obtido em retorno. É um jeito de saber se o dinheiro usado no marketing está gerando lucro.

Retargeting

O retargeting é uma forma estratégica de lembrar o consumidor de seu interesse inicial e levá-lo de volta para o seu site para comprar.

RFID

Sistema de captura de dados que utiliza o sinal, frequência, de rádio para realizar tal tarefa.

S

Segmentação

Segmentar significa separar a sua base de contatos ou perfis de acordo com um critério pré-definido. Por exemplo, segmentar uma lista por idade, região, etc.

SEM (Search Engine Marketing)

Em Português, Marketing para Ferramentas de Busca. Une as táticas de SEO e links patrocinados para conseguir o máximo de resultados, no menor tempo possível.

SERP (Search Engine Results Page)

Em português, “Página de Resultados no Site de Pesquisa”, é exatamente a página exibida ao efetuar uma determinada busca na internet.

SEO (Search Engine Optimization)

Também chamado de Otimização para Motores de Busca, é uma série de técnicas que promovem um melhor posicionamento das páginas de um site em portais de buscas, como o Google. Ou seja, quanto melhor o seu SEO, mais visitantes sua página terá.

Smarketing

É o trabalho conjunto das equipes de vendas e marketing de uma empresa, como melhor caminho para otimizar resultados.

Squeeze page

Uma modalidade de landing page usada especificamente para captação de emails de potenciais clientes (captação de leads).

Spam Traps

São, de forma geral, contas de email inexistentes ou inativas que provedores de email — como Gmail, Hotmail etc. — utilizam para encontrar spammers

S

Soft bounce

É um erro ocasionado por alguma dificuldade do seu provedor de entregar o seu email. No entanto, é um erro temporário, ou seja, o e-mail não pode ser entregue neste momento, mas nada impede que ele seja entregue corretamente no futuro.

T

Taxa de abertura

Porcentagem de pessoas que abre um e-mail enviado pela empresa.

Taxa de Conversão

É a proporção entre usuários que simplesmente acessam seu site e aqueles que atingem um objetivo importante de marketing (esse objetivo é a “conversão”), como exemplo preencher e enviar um formulário de contato ou concluir uma compra em um e-commerce.

Taxa de Engajamento

Métrica usada para descrever a quantidade de interações – curtidas, compartilhamentos e comentários na rede social.

Taxa de Entrega

Percentual de pessoas que receberam um determinado email marketing, com relação à base de emails.

Taxa de Rejeição do website

É o percentual de usuários que acessam sua página e, em seguida, saem sem clicar em mais nada do site. Uma alta taxa de rejeição, geralmente, leva a baixas taxas de conversão.

T

Testes A/B

É a estratégia de testar diferentes abordagens para verificar qual delas tem um resultado melhor junto aos usuários e que converte mais em uma página.

Timeline

Em Português, linha do tempo. É a ordem das publicações feitas nas mídias sociais, ajudando o internauta a se orientar, exibindo as últimas atualizações dos seus amigos.

Tráfego Pago

É uma estratégia de pagar, por meio de anúncios, para que os visitantes cheguem até a página de sua empresa.

Tráfego Orgânico

Não possui custo direto. Os usuários chegam até o seu site ou blog por meio de pesquisas nos mecanismos de buscas, como o Google, por exemplo, ou quando ele clica em um link compartilhado por um amigo numa rede social.

U

UI (user interface)

'Interface do usuário', representa tudo aquilo que o usuário visualiza na página, não sendo diretamente conectado com a experiência em si. Surgiu a partir de uma vertente do design.

URL

Sigla para "Uniform Resource Locator", que em português significa "Localizador Uniforme de Recursos". Segue uma estrutura que engloba, dentre outros fatores: protocolo, domínio, porta, caminho, recurso. Pode ser um link ou endereço de um site.

U

UX (User Experience)

UX é uma disciplina que estuda a experiência do usuário de um produto ou serviço, com o objetivo de estimular melhorias nos mesmos.

V

Viralizar

Termo que define as ações de marketing que se espalham muito rapidamente, geralmente na internet, e caem nas graças da população.

Vídeo CPL

Vídeo Conteúdo Pré-Lançamento. São conteúdos em vídeo, orquestrados para atingir o prospect de forma que ele se interesse cada vez mais pelo produto que será ofertado. A cada vídeo é “quebrada” uma objeção do prospect.

W

Webinar

A palavra webinar é uma abreviação da expressão “web based seminar”, que quer dizer “seminário realizado pela internet”. Nada mais é do que uma videoconferência, na maioria das vezes – mas não necessariamente – transmitida ao vivo.

W

Web shoppers

WebShoppers tem como objetivo difundir informações essenciais para o entendimento do comércio eletrônico no Brasil.

Widget

É um componente que pode ser utilizado em computadores, celulares, tablets e outros aparelhos para simplificar o acesso a um outro programa ou sistema.

Workshop

Curso ou encontro entre pessoas que querem aprender mais sobre determinado assunto em comum. O que diferencia um workshop de uma palestra é que no primeiro há participação do público, que interage com o expositor.

Wireframe

Termo que se refere ao “boneco” ou “esqueleto” de um website em construção.

Web Analytics

É a coleta, análise e mensuração dos dados disponibilizados na Internet que tem como objetivo entender e melhorar a usabilidade do usuário e os resultados das ações feitas no site e em outros canais digitais.

X

Y

Z

ZMOT (Zero Moment of Truth)

O consumidor atual se comporta de maneira diferente com relação à compra, pesquisando produtos na Web antes de adquiri-los. Quer se trate de batatas fritas, viagens de avião ou hotéis em Nova Iorque, a Internet mudou a forma como nós decidimos o que comprar. Então, as estratégias de marketing também devem evoluir. É chamado o momento da tomada de decisão on-line de Momento Zero da Verdade (Zero Moment of Truth).

**Ensino
Digital
VETNIL®**