

Dicionário do Marketing Digital

Conheça as principais palavras e expressões do marketing digital para você nunca mais esquecer.



Otimizando Resultados



Apresentação

Empresário, profissional, estudante ou simplesmente curioso? Não importa! É comum se deparar com siglas, expressões e até mesmo jargões que muitas vezes não são fáceis de compreender ou que, simplesmente, você não tem a menor ideia dos reais significados.

Para facilitar a sua vida, nossa equipe elaborou este glossário com os principais termos utilizados em vídeos, posts e diversos materiais que falam sobre o Marketing Digital com seus respectivos significados. Boa leitura!

Sobre nós

A Opt3 Marketing Digital é uma empresa formada por especialistas focados nos três eixos que movem os resultados para um website: inteligência de negócios, visibilidade e otimização para conversão.



Oferecemos soluções simples e inteligentes, atendimento personalizado, além de qualidade nos produtos e serviços para que você e sua empresa estejam presentes e obtenham resultados. Cuidamos da sua empresa como se fosse a nossa!



A

Advergame: Estratégia de marketing que utiliza os games como ferramenta para divulgar ideias, promover marcas, produtos e serviços.

Advertainment: Estratégia de marketing planejada com o intuito de entreter os consumidores em troca de atenção e visibilidade às marcas, utilizando principalmente produções audiovisuais. Vale ressaltar que a venda de um produto e/ou serviço não é explícita.

Afiliado: Alguém que participa de um programa de afiliados, divulgando produtos ou serviços – físicos ou digitais – de outras pessoas a fim de receber comissões.

AIDA: Abreviação do processo de conversão (Atenção, Interesse, Desejo e Ação). Trata-se de um modelo baseado no comportamento humano natural, utilizado no Marketing Digital, para direcionar melhor os usuários nas etapas que antecedem a conversão.



Alcance: É um indicador de audiências que permite calcular o número de perfis únicos (usuários) que visualizaram determinado conteúdo (pago ou orgânico), por um certo período.

Alternative Text (Alt text): Descrição dos elementos de uma imagem na web, para que a mesma fique bem posicionada nos mecanismos de pesquisa. Quando os motores de busca não conseguem identificá-la esse texto será exibido no lugar dela.

Anchor Text (Texto âncora): Texto visível de um link que direciona para outra página. Ele ajuda os motores de busca a compreenderem o destino do link, contextualizando o usuário também para o que irão encontrar.

API (Application Programming Interface): Conjunto de padrões de programação que permitem que softwares possam interagir/integrar com outros.

Automação de Marketing: É a união de tecnologias e processos que permitem a execução de ações automatizadas no Marketing Digital, com o objetivo de facilitar o trabalho, aumentar a eficiência e acelerar resultados.

Autoridade do Domínio (Domin Authority – DA): É quando os buscadores valorizam um domínio como um todo e suas páginas para posicioná-las no resultado de busca, levando em consideração fatores OFF Page, além dos números e a qualidade de links que apontam para ele, por exemplo.

Autoridade de Página (Page Authority): É a relevância que uma página possui no mecanismo de busca. Os buscadores valorizam uma página nos resultados de pesquisas referente a um termo (palavra-chave) específico, levando em consideração a quantidade e a qualidade de links que direcionam para ela, por exemplo.

Avatar: Personificação do público-alvo que possivelmente compraria um produto e/ou serviço oferecido.

Awareness: Termo “emprestado” da psicologia que significa ter conhecimento de algo, prestando atenção em tudo o que acontece à sua volta. No que diz respeito ao marketing digital, é a percepção que os consumidores possuem da marca e/ou produtos.





Backlinks: São links estratégicos que guiam os leitores até uma página de site ou blog que possua conteúdo relevante. Eles podem ser internos, interligando as páginas do seu blog ou website e aumentando o tempo de permanência do usuário, ou externos, trazendo tráfego de outro site.

B

Benchmarking: É um processo contínuo de investigação e comparação de produtos e/ou serviços, análise de concorrência e mercado, além das práticas empresariais, com o objetivo de incorporar boas práticas ou aperfeiçoar os métodos que já são adotados pela empresa. Ou seja, é avaliado o que está sendo feito de melhor, tanto pelos seus concorrentes como por empresas de outro setor, como forma de melhorar os seus próprios processos.



Brainstorming: Termo em inglês que significa “tempestade de ideias”, é uma atividade em grupo com o objetivo de explorar as potencialidades criativas de todos os envolvidos. Na ocasião, todas as pessoas podem expor seus pensamentos para que consigam atingir um ponto em comum – resolução de um problema, criação de um planejamento, desenvolvimento de novas ideias e/ou projetos –, ressaltando que nenhuma ideia deve ser descartada, julgada como errada ou absurda e todas devem estar na compilação do processo, para que a solução final seja escolhida.

Branded Content: Criação de conteúdo relevante e qualitativo, diretamente relacionado ao universo das marcas, para o público-alvo.

Branding: Conjunto de elementos e ações estratégicas que contribuem para o posicionamento e percepção de valor da marca de uma empresa perante aos seus consumidores.

Blog: Trata-se de uma página na web atualizada frequentemente, composta por publicações (em formato de texto, vídeo, fotos, etc.) que geralmente se apresentam em ordem cronológica. No Marketing Digital, os blogs são um espaço para que pessoas e/ou empresas possam produzir e postar conteúdo de interesse de seu público-alvo, para atrair visitantes e tornar-se referência na área.



Black hat

Técnicas/práticas antiéticas utilizadas por pessoas/mecanismos que não respeitam as diretrizes de empresas ou órgãos com o objetivo de posicionar bem um website em buscadores (como o Google) e influenciar nos resultados de pesquisas.



Bounce Rate

(Taxa de rejeição)

Um indicador que mostra a porcentagem de visitantes que visitaram um website e saíram dele, sem acessarem qualquer outra página. A métrica é calculada através da divisão do número de visitantes que agiram dessa maneira, em relação ao total de visitas.



Broadcast

É a transmissão de conteúdo por uma via para diversos usuários, ao mesmo tempo. Por exemplo: o disparo de um e-mail para uma base de contatos, falando sobre uma pesquisa ou serviço.





Budget: Termo da língua inglesa que significa orçamento. No segmento empresarial ou do marketing digital, está relacionado a preparação do plano de orçamentos utilizado no início de novos projetos ou campanhas, ajudando na definição de todas despesas e na realização de uma organização financeira bem estruturada.

Busca Orgânica: É o tráfego vindo do bom posicionamento orgânico (gratuito) em ferramentas de busca como o Google, nos quais os resultados são listados de acordo com a palavra-chave procurada.

Buyer Persona: Identificada também como cliente ideal, é a representação do consumidor com altíssima possibilidade de efetivar uma compra devido as conexões com a marca.

Buzz Marketing: Também conhecido por marketing boca a boca ou marketing viral, é uma estratégia que estimula indivíduos a repassarem uma mensagem para outros, principalmente no ambiente digital, aumentando a abrangência e servindo como forte influenciador. Nesta modalidade, a disseminação pode acontecer de forma espontânea ou através da influência de agente externo.





CAC (Customer Acquisition Cost ou Custo de Aquisição de Cliente): É uma métrica significativa para as empresas que desejam saber o quanto estão investindo para conquistar cada novo cliente, além de servir para definir os orçamentos e as ações de marketing.

C

Canonical Tag: É uma forma de otimização às ferramentas de busca que transfere a autoridade de uma página para outra, quando duas ou mais possuem o mesmo conteúdo ou são semelhantes. Quando os motores de busca não identificam qual das versões do seu conteúdo precisa ser incluída ou excluída da indexação ou quando não sabem para qual página devem guiar métricas como confiança e autoridade, costumam reduzir sua relevância no ranking.



Community Management (Gestão de Comunidade): Consiste no desenvolvimento de estratégias, conteúdos e relacionamento para as redes sociais, através de porta vozes (*Community Manager* – Gestor de comunidades), acompanhamento de resultados, gestão da comunicação e da imagem das marcas e entre outras atribuições.

Conversão: Quando o usuário realiza uma ação que a empresa deseja, por exemplo: compras, preenchimento de formulários, downloads, ligações e entre outros.

Cookies: São arquivos simples inseridos no navegador do usuário quando ele visita um site. Esse arquivo contém informações básicas como IP, preferência de idioma, etc. Assim, em visitas futuras, o site é possível identificar esse visitante e suas preferências.

Copywriting: Trata-se da ação de produzir conteúdo – sejam textos, slogans, whitepapers, sites, posts, etc.) – com o objetivo de promover um produto, pessoa, ideia, negócio ou vender.

Case

Descrição de um trabalho realizado durante ou após a sua execução. Isso inclui uma análise de pontos positivos e negativos, ações feitas, resultados atingidos e avaliação da eficácia das operações.

Co-Branding

Trata-se da associação de grandes marcas que compartilham uma mesma estratégia de marketing e divulgação para atrair mais o consumidor que vê benefícios em ambas as marcas e se diferenciarem ainda mais frente à concorrência.



CPA (Custo por Aquisição): É uma forma de cobrança (precificação) calculada em cima do objetivo final (preenchimento de formulário, download, compra), ou seja, nas conversões realizadas.

CPC (Custo por Clique): É uma forma de cobrança de serviços como anúncios pagos (Adwords e Facebook Ads, por exemplo), no qual o pagamento é feito pelo número de cliques realizados.

CPD (Custo por Dia): É uma forma de cobrança que, independentemente do número de impressões ou cliques, o anunciante paga uma taxa estipulada por dia de veiculação dos anúncios. A mesma sigla pode ser utilizada para Custo por download, no qual o ocorre uma precificação para cada download realizado.

CPL (Custo por Lead): É uma forma de precificação da ação de um usuário, no website ou anúncio, que torna-se um potencial cliente para a empresa que anunciou. Por exemplo, o preenchimento de um formulário de inscrição.

CPM (Custo por Mil Impressões): É uma forma de cobrança de serviços como anúncios pagos (Adwords e Facebook Ads, por exemplo), no qual o pagamento é feito após os anúncios receberem 1.000 impressões, ou seja, sejam visualizados por mil pessoas.

CRM (*Customer Relationship Management* ou *Gestão de Relacionamento com Clientes*): São práticas ou softwares que oferecem soluções integradas para uma boa gestão de relacionamento com clientes, como organização e armazenamento de informações e controle de contatos (conversas, reuniões realizadas, agendamentos, etc.).

CRO (*Conversion Rate Optimization* ou *Otimização de Taxa de Conversão*): São estratégias focadas em melhorar a performance de sites, extraíndo o máximo do tráfego e aumentando o percentual de conversões desejadas pela empresa.



Crossmedia: É a possibilidade do usuário acessar o mesmo conteúdo, ou a veiculação de anúncios, de maneira integrada, através de diversas mídias e plataformas de comunicação, tanto online quanto off-line.

CSS (Cascading Style Sheets): É uma linguagem de estilo utilizada para definir como os documentos escritos na linguagem de marcação (HTML ou XML) devem ser apresentados em termos de formatação, de layout.

CTA (Call-to-Action): A tradução literal é “chamada para ação”. São comandos passados aos usuários para que eles realizem uma ação esperada pela empresa. Podem ser botões, banners ou mesmo textos com links. Em geral, utilizam verbos no imperativo. Exemplos: “clique aqui” e “aproveite essa oferta”!

CTR (Click Through Rate ou Taxa de Cliques): É o número de cliques dividido pelo número de impressões (visualizações) de um anúncio exibido, em serviços como Google Adwords, Facebook Ads e LinkedIn Ads, por exemplo. Vale ressaltar que essa taxa é extremamente importante para avaliar o desempenho dos anúncios.





Deadline: Prazo para entrega ou conclusão de determinada tarefa ou projeto.

D

Domínio: É o principal endereço de um site, a raiz de todas as páginas.

Double Opt-in (Dupla Confirmação): É uma expressão utilizada para descrever quando ocorre mais de um estágio para captura de leads, com o objetivo de validar os dados coletados. Por exemplo, quando um usuário que se cadastrou na sua lista de e-mails precisa confirmar o cadastro.



E

E-book

Na tradução literal é livro eletrônico. No contexto do marketing digital, é um material educativo sobre algum assunto da área de atuação de uma empresa. Normalmente são mais densos que posts em blogs e devem explorar mais a fundo o tema proposto.

Edge Rank: Algoritmo do Facebook que determina a relevância de posts e quais aparecem – ou não – no feed de notícias do usuário. É baseado em três fatores: afinidade (se há interações prévias com a fanpage), formato do post (link, vídeo, imagem) e tempo que a postagem foi feita (quanto mais antigo, menores as chances de aparecer).

Engajamento: Expressão utilizada para identificar o quanto um conteúdo é capaz de afetar um usuário. Ou seja, está relacionado a quanto o público participa, comenta e se mobiliza (interação) em torno da presença online de uma marca.

Erro 404: O código 404 indica “página não existente”, isto é, código de resposta indica que o servidor não pôde encontrar o que foi solicitado, como a URL (endereço do site), por exemplo.



Facebook Ads

São anúncios publicitários veiculados dentro da própria plataforma do Facebook, contando com ferramentas para auxiliar na criação de campanhas mais eficazes.





Fee

Trata-se de um pacote de serviços que a agência oferece ao cliente que inclui diversas atividades com um único valor mensal.

Follow-Up

Expressão que significa fazer o acompanhamento de um processo após a execução de uma etapa inicial.

Formulário de Conversão

Campos que o visitante preenche em troca de algo (uma oferta, um cadastro para newsletter, entrar em contato com a empresa, um e-book, etc.).

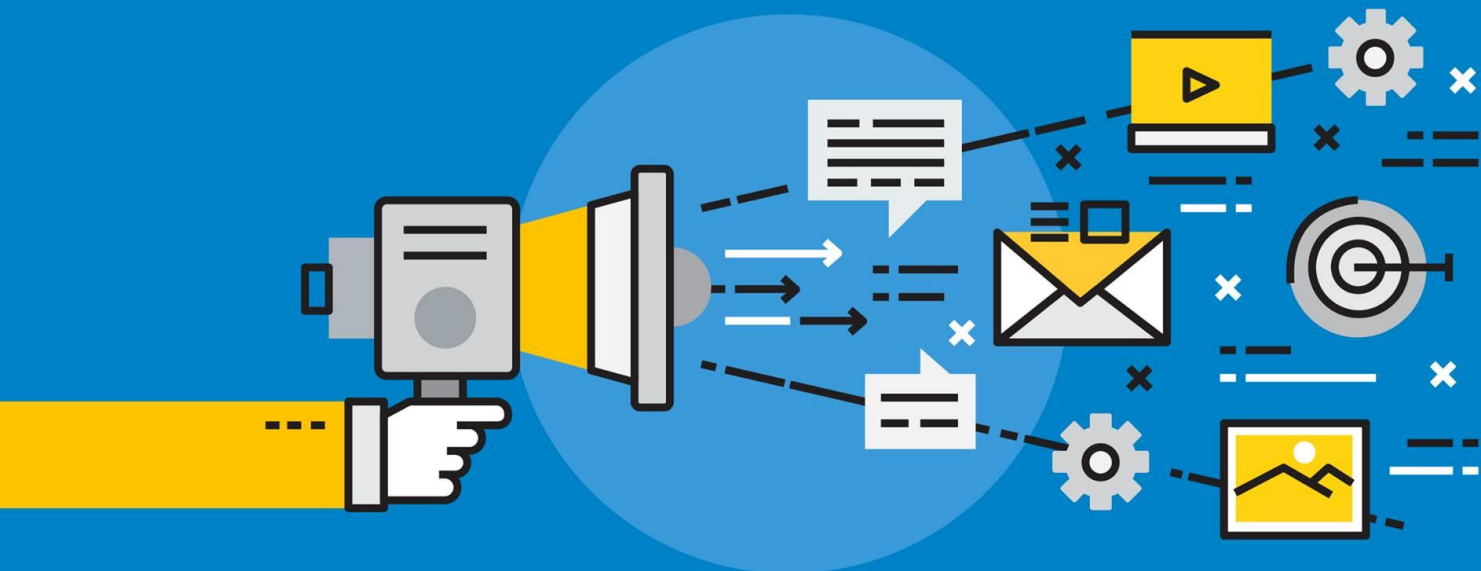
Frequência

É a média de vezes que um mesmo anúncio é visto por um único usuário em um canal de comunicação online (Google Adwords, Facebook).



Funil de Vendas

Representação em pirâmide invertida dos diferentes estágios em que os potenciais clientes de uma empresa estão no processo de venda. Costuma ser dividido em Topo de Funil (ToFu), Meio de Funil (MoFu) e Fundo de Funil (BoFu).



Geração de Leads

G

Termo do marketing digital usado para descrever o processo no registro de cadastros de pessoas e/ou empresas, dentro de um website ou demais canais, interessadas em produtos e/ou serviços.



Google Adsense: É um programa de afiliados criado pelo Google, onde os donos de blogs e sites podem se inscrever para publicar anúncios contratados na plataforma de publicidade do Google e com isso serem remunerados por exibições.

Google Adwords: É um serviço de publicidade do Google – e principal fonte de receita da empresa. É pelo Adwords que os sites fazem anúncios pagos que aparecem nas páginas de resultado do Google, na rede de Display e Youtube.

Google Analytics: Ferramenta utilizada para monitoramento de tráfego e para levantamento de métricas que pode ser instalada em qualquer aplicativo, site, loja virtual ou blog, oferecido gratuitamente pelo Google.

Growth Hacking: É o marketing orientado aos experimentos, focado em buscar oportunidades/brechas (*hacks*) para o sucesso e criar estratégias específicas visando resultados rápidos para o crescimento (*growth*) da empresa.

Guest Post: Um post escrito em um blog por um convidado. Ou seja, um post (ou artigo) escrito por outra pessoa que não seja o dono do blog.



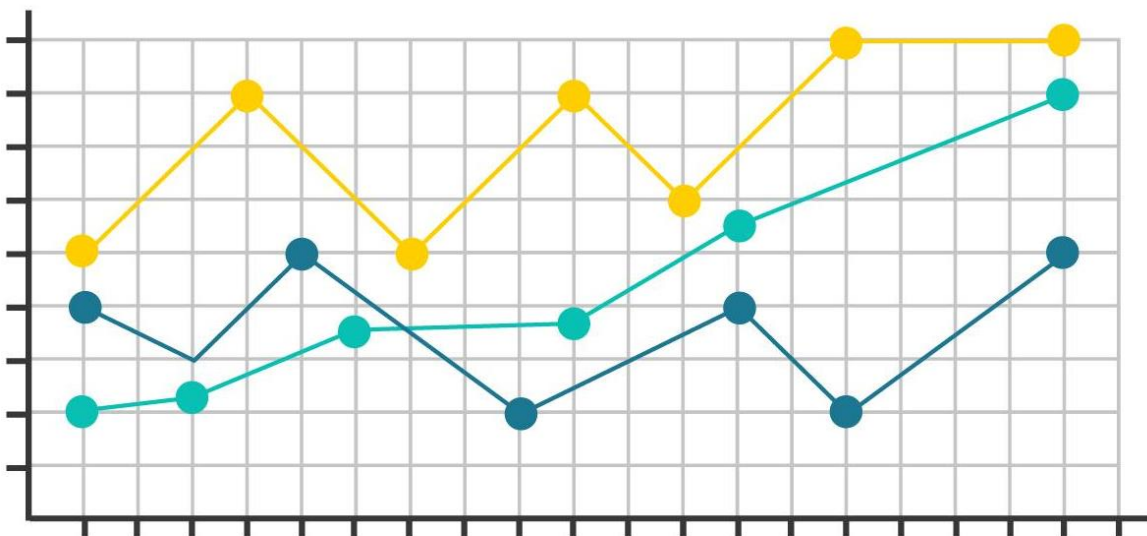


K

KPI

(Key Performance Indicator)

Significa Indicador Chave de Desempenho, em português, e é um indicador utilizado para medir o desempenho dos processos de uma empresa e também as ações de marketing, auxiliando nas tomadas de decisões e conquista dos objetivos.





Impressões: Quantidade de vezes que um anúncio é entregue aos usuários. Ela é contabilizada sempre que o anúncio é exibido em um canal de comunicação online (Google Adwords, Facebook, etc.).

Inbound Marketing: Estratégia focada em atrair os potenciais clientes e direcioná-los para o momento da venda. Um de seus pilares é o marketing de conteúdo, se concentrando na criação e compartilhamento de conteúdo de qualidade nos meios digitais, alinhado com os interesses do público-alvo, construindo relacionamento e trazendo as pessoas certas para as empresas. A ideia principal é que o cliente venha até a empresa, ao invés da empresa ir até o cliente.

Indexação: É um conceito associado ao processo de catalogação pelos motores de busca de conteúdos existentes na web.

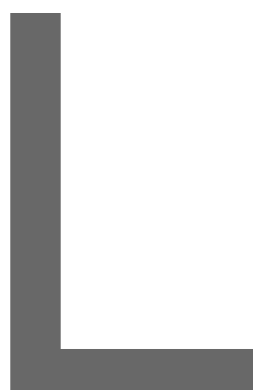
Influencer: Uma pessoa que exerce grande influência em nos demais usuários nas mídias digitais.

Inside Sales: É um novo processo de vendas, focado na evangelização de clientes, otimização do trabalho dos vendedores, aumento de faturamento e drástica redução de custos. Diferente das vendas tradicionais, é quando o vendedor faz a venda de dentro do escritório via telefone, Skype e outros meios de comunicação. Não há encontro físico na negociação.

Insight: Significa ter uma ideia, descobrir ou notar algo que antes não havia percebido.



Landing Page: Em termos gerais, pode representar qualquer página que sirva como porta de entrada de um visitante do seu site. No contexto do Marketing Digital, é uma página de conversão focada em transformar o tráfego em leads e os leads em clientes. Permite a captura de informações dos visitantes através de uma oferta, com um formulário e um CTA (*Call to Action*).



Layout: É o desenho que mostra a estrutura de uma página na internet, englobando elementos gráficos, textos, imagens e a forma como eles se encontram distribuídos em um determinado espaço, pensando sempre na melhor usabilidade para o usuário.

Lead: Pessoa que deixou seus dados em um formulário de conversão e demonstrou interesse na sua empresa, produtos ou tema de mercado, podendo ser considerado um potencial cliente. Por meio de relacionamento, ele pode caminhar pelo Funil de venda até que se torne um cliente.



Lead Scoring: Algoritmo que determina uma pontuação para determinados perfis e comportamentos de um lead, para analisar se ele lead é qualificado ou não.

Lifetime Value (LTV – Valor do Tempo de Vida do Cliente): É o potencial de lucro de cada consumidor com a previsibilidade de rendimentos. Ou seja, é receita média que cada cliente gera para a empresa ao longo de todo o período que fazem negócio.



Link Building: Conjunto de estratégias com o objetivo de conseguir mais links externos que apontam para determinado site, com o intuito de influenciar e melhorar o posicionamento nos mecanismos de buscas, além de gerar mais tráfego.

Link Farm: Considerada uma prática de black hat, a fazenda de links (em português), é caracterizado quando se cria um grande grupo de páginas, todas com links para o mesmo site, com o objetivo de manipular o posicionamento para o termo usado no texto âncora nos resultados de busca.



Links internos: São os links dentro de um site que direcionam para outras páginas do mesmo domínio.

Links externos: São os links que direcionam para páginas fora de seu próprio domínio.

Links Patrocinados: São anúncios pagos que tem como objetivo gerar um maior número de conversões, trabalhando estratégias relevantes com intuito de chamar atenção dos possíveis consumidores. Os anúncios são exibidos de acordo com as palavras-chave usadas na busca ou em sites afiliados, de acordo com o tema relacionado.

Long Tail Keyword (Palavras-chave da cauda longa): São as possíveis variações de uma palavra-chave. Geralmente são termos mais específicos e menos concorridos na busca orgânica e em leilões de palavras-chave de links patrocinados.

Look a Like: É uma expressão em inglês que significa “parecido com”. É um recurso que permite encontrar pessoas com perfis parecidos com àquelas que já compraram ou apenas se interessaram por seus produtos e/ou serviços. Muito utilizado no Facebook Ads.





Mailing: É um termo utilizado para se referir a um banco de dados com nomes e e-mails de contatos interessados.

Market Growth Rate: Corresponde a Taxa de Crescimento de Mercado que uma empresa teve em um 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 controlada por ela.

Marketing de Conteúdo: Baseia-se em atrair o interesse dos consumidores por meio da produção de conteúdo relevante ao público-alvo, direcionando conteúdos para pessoas nos diferentes estágios do funil de vendas.

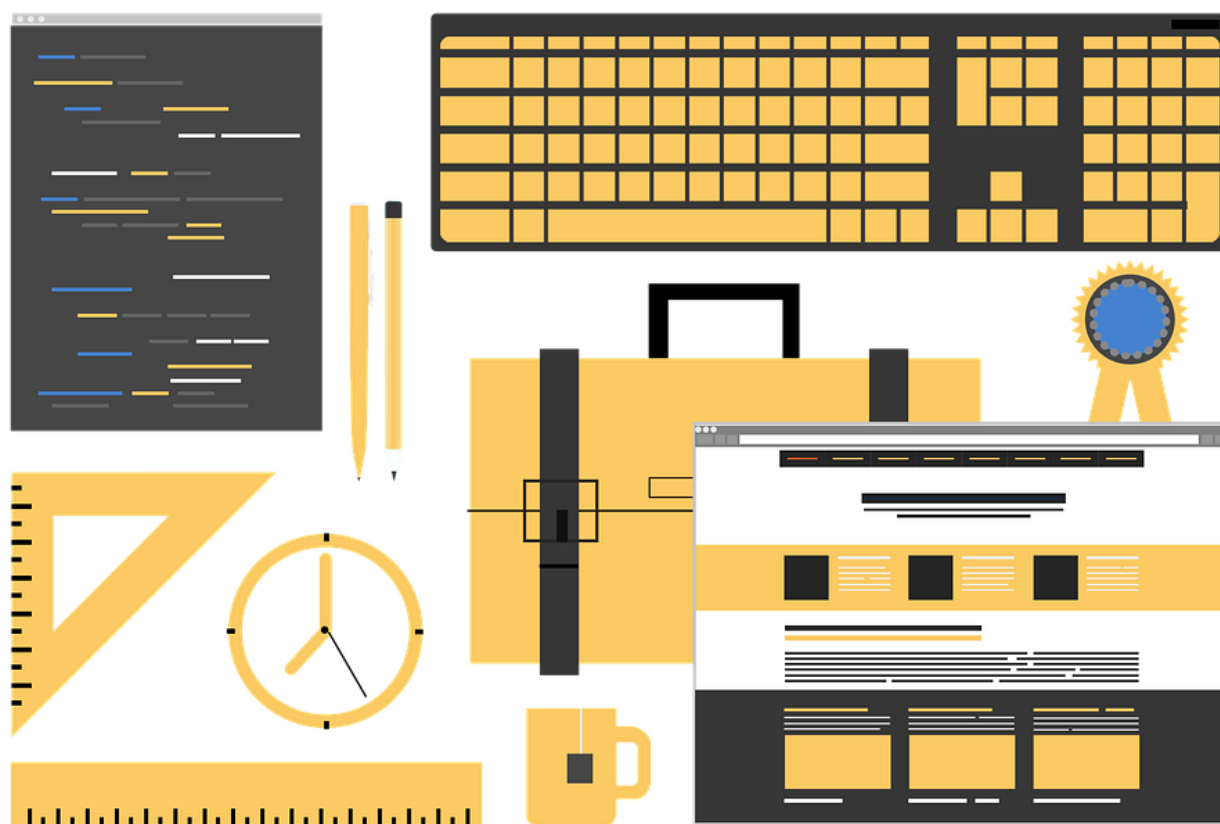
Marketing de Guerrilha: É baseado em ações mais diretas e agressivas de divulgação, muitas vezes não convencionais, e que costumam chocar o público gerando um grande impacto na audiência.

M



Marketing Digital

Conjunto de estratégias e ações voltadas para a promoção de uma marca na internet, atraindo novos negócios, criando relacionamentos e desenvolvendo uma identidade. Se difere do marketing tradicional por envolver o uso diferentes canais online e métodos que permitem a análise dos resultados em tempo real.





Media Buying: É busca por espaços publicitários em portais, sites e blogs, com o objetivo de atingir o público-alvo, oferecendo os melhores preços e resultados. O Media buyer é o profissional responsável por garantir a presença nos locais mais privilegiados, além de incluir o planejamento e medição de performance das ações.

Media Kit: Também conhecido como Mídia kit, é um arquivo disponibilizado pelos sites e blogs apresentando todas as suas características de acesso, público e demais dados relevantes para um possível anunciante. Seu objetivo é auxiliar os interessados a encontrar todas as informações necessárias para anunciar no seu veículo, facilitando a sua experiência.

Metadados: São os dados que falam para as ferramentas de pesquisa sobre o que se trata um site ou página.

Meta Description (Meta Descrição): Breve descrição de uma página que aparece nas páginas de resultados das buscas que ajuda a atrair visitantes ao site, pois resume o conteúdo da página nos resultados dos buscadores.



Métrica

Sistema de mensuração que quantifica uma variável ou comportamento.

Mindset

Conjunto de ideias formuladas na mente que ajudam no desenvolvimento de boas estratégias para serem colocadas em prática.

Mobile

Termo usado para se referir aos smartphones ou outros dispositivos móveis.

Modelo de Atribuição

Caminho percorrido pelo consumidor até a conversão esperada.



N

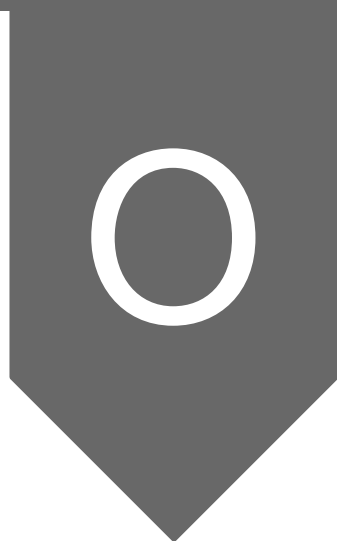


Networking: Trata-se da rede de contatos que é construída a partir de influências no trabalho ou meio corporativo.

Newsletter: É uma forma de comunicação digital das empresas com clientes e/ou leitores através de e-mail.

No Follow: É um atributo posto em links para que não sejam rastreados pelas ferramentas de busca, de modo a não passar autoridade para a página de destino.

Nutrição de Lead: Significa construir e manter relacionamento com clientes potenciais ou pessoas interessadas no seu produto e/ou serviço, mesmo que elas não estejam no momento exato para efetuar uma compra. Ou seja, o objetivo é conduzir o lead pelo funil de venda e aproximá-lo do momento da aquisição, sendo que o processo pode ser automatizado com e-mails, por exemplo.



Off Page: Elementos exteriores à página e que influenciam em seu posicionamento nos resultados de buscadores como o Google, como os links que direcionam para ela.

On Page: Elementos que estão dentro da página e que influenciam nos resultados de buscadores como o Google, como page title, headings e atributo alt em imagens.

Opt-in: É a escolha de optar por receber informações via e-mail ao inscrever seu endereço de e-mail em um formulário de um site, dando assim permissão para entrarem em contato com o usuário.

Opt-in duplo: É a prática de enviar para o usuário um e-mail de confirmação da assinatura em sua lista. Ele só receberá os e-mails seguintes se clicar nessa mensagem.

Outbound Marketing: Seria o marketing tradicional, no qual a marca é ativa no processo de prospecção de clientes. Ou seja, as empresas usam a publicidade para oferecer seus produtos e serviços aos consumidores. Por exemplo: comerciais de TV e outdoors.



Pagamento Social

Modalidade em que o usuário faz uma postagem em uma mídia social em troca de uma oferta. Isso ajuda a disseminar determinado conteúdo com mais rapidez.

Page title

É o texto que aparece na aba do navegador quando uma página é aberta e também como linha de destaque na página de resultados do Google. Trata-se de um dos elementos mais importantes em SEO, então deve conter as palavras-chave de maior importância de cada página do site.

Pagerank

É um algoritmo criado pelo Google para avaliar os sites em uma escala de 0 a 10. Ele engloba uma série de fatores de avaliação, como a estrutura do site, número de pageviews, taxa de rejeição, relevância do conteúdo, links etc.

Pageviews

São as visualizações de páginas de um site.

P



Palavra-chave (Keyword): São termos usados para descrever de forma específica o desejo de busca do usuário nos mecanismos de pesquisa e servem para resultados naturais relevantes (busca orgânica) ou anúncios (links patrocinados). Vale ressaltar que seguem os critérios semânticos ou por sinônimos e/ou semelhanças.

Proposta de Valor: É a ideia central que guia a construção de uma marca, indicando como ela deve ser percebida pelos públicos internos e externos, além de oferecer um conjunto de benefícios, tangíveis e intangíveis, que as empresas oferecem aos clientes para satisfazer suas necessidades. É a razão pela qual os consumidores escolhem as suas marcas favoritas.

Prospect: É um possível cliente, que de alguma forma, já demonstrou interesse em determinado produto ou serviço.

Prova Social (Social Proof): No marketing, é o fato de considerar a aprovação de outras pessoas para transmitir mais credibilidade e empatia, conseqüentemente influenciar na tomada de decisão. Se uma página é muito curtida no Facebook, por exemplo, as pessoas tendem a julgar a empresa como relevante e confiável.





R

Redirecionamento 301 (*Redirect 301*): É o processo de direcionar uma página para outro endereço. Por exemplo, para que o site não tenha as páginas duplicadas, aplica-se o Redirecionamento 301 em uma das versões. Assim, a autoridade da página direcionada será unida à da página ativa.

Remarketing (*Retargeting*): É recurso que marca e identifica os usuários – utilizando cookies – que já visitaram um site e passa a exibir anúncios com mais frequência quando eles visitam outros websites (que aceitam anúncios).

ROI (*Return on Investment*): Retorno sobre investimento, em português, é a relação entre o dinheiro ganho (ou perdido) e o que foi investido em seus esforços de marketing.

Q

Qualificação de Lead

Processo para classificar quais leads são boas oportunidades e devem ser abordados pela equipe de vendas: aqueles que ainda não estão no momento da compra e leads ruins para venda (aqueles que não têm perfil para se tornar um cliente).



Segmentação

É a separação de uma base de contatos, perfis ou público-alvo levando em conta um critério pré-definido.

SEM (Search Engine Marketing)

Conjunto de estratégias de marketing com o objetivo de promover um site nas páginas de resultados dos buscadores, como Google, Yahoo, etc. Geralmente o SEM é dividido entre SEO (otimização para o site aparecer na Busca Orgânica) e anúncios em Links Patrocinados, como o Google Adwords.

S



SEO (*Search Engine Optimization*):

Otimização para buscadores, em português, é o conjunto de técnicas, estudos e métodos que visam melhorar o posicionamento das páginas de um site em mecanismos de busca como o Google.

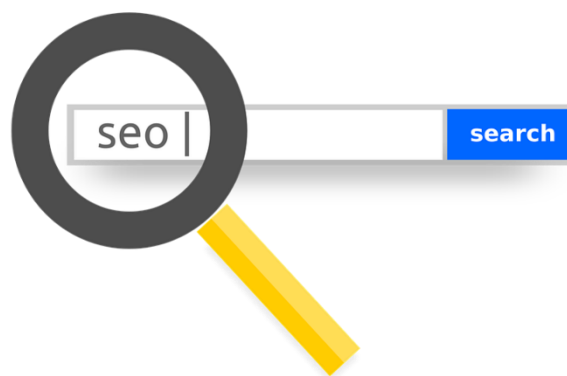
SERP (*Search Engine Results Page*):

Página de resultados da ferramenta de busca.

Sitemap: Um mapa onde estão listados os endereços para acessar as páginas de um site. Sitemaps HTML são usadas para visitantes navegarem e sitemaps XML são usados pelos buscadores.

Soft Bounce: É a falha na entrega de e-mails por uma razão temporária, como caixa de e-mails cheia.

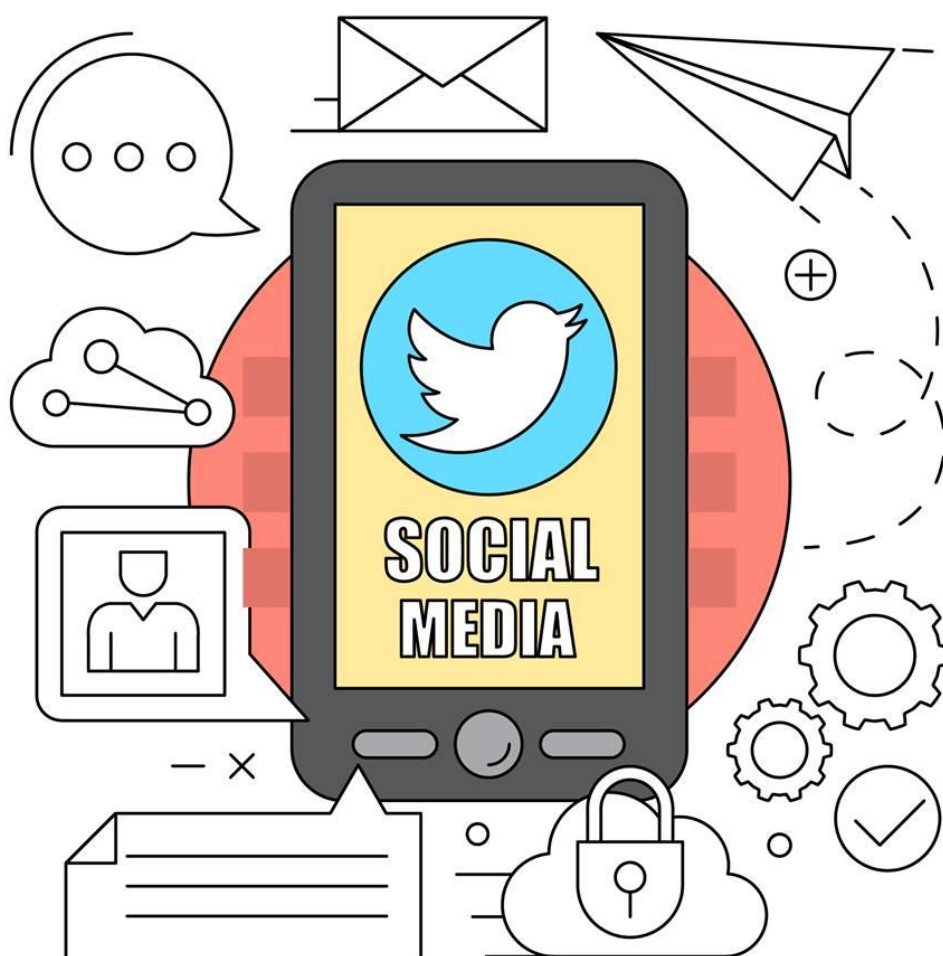
Squeeze Page: É um modelo de landing page focado na captação de e-mails.

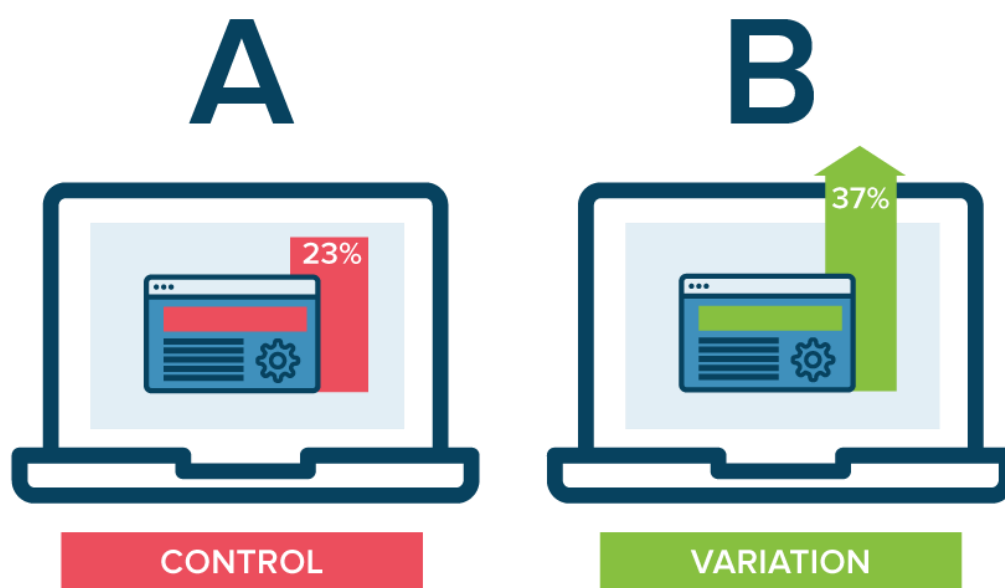




Social Media

Profissional responsável pela comunicação, relacionamento e reputação de uma marca pessoal e/ou empresarial nas redes sociais.





Target: É o público-alvo ou mercado que deseja atingir.

Taxa de Conversão: É a porcentagem proveniente do número de visitas de um site dividido pelo número de ações realizadas (conversões).

Template: Trata-se de um modelo estruturado previamente que facilita o desenvolvimento e a criação de conteúdo ou páginas na web.

Teste A/B: Análise comparativa de resultados obtidos por duas versões diferentes de uma mesma página, com o mesmo objetivo, utilizadas por um mesmo público durante um período determinado.

Ticket Médio: Métrica que indica o valor médio que cada cliente gasta nos serviços ou produtos da empresa.



Viralizar: Termo usado para definir ações de marketing que se espalham rapidamente, geralmente na internet, e caem no gosto popular.

Visita: É um acesso a um site. Um visitante pode fazer mais de uma visita em um site, por exemplo. Se ele fechar o site e entrar de novo em um intervalo maior do que 30 minutos, isso contabilizará duas visitas de um mesmo visitante.

Visitante: É o usuário que faz as ações no site durante uma sessão.

Visitante Único: É o visitante que, se já entrou em determinado site e teve um cookie instalado em seu computador, contabilizará como o mesmo visitante em diferentes ocasiões. Dessa forma é possível saber quantos visitantes um site teve, sem contar o mesmo usuário mais de uma vez.

Visitantes de Retorno: É um visitante único que tenha entrado mais de uma vez em um site.

V



Web Analytics: É a ação de mensurar, coletar, analisar e reportar os dados, com o propósito de entender e melhorar a usabilidade dos usuários e melhorar os resultados das ações em seu site e outros canais digitais.

Webinar: Conteúdo disponibilizado para o público em formato de vídeo (abreviação de seminário Web). Pode ser uma aula, palestra, um debate, entre outras opções. Pode ser exibido ao vivo ou gravado.

Wireframe: É um desenho básico, como um esqueleto, que demonstra de forma direta a arquitetura de como o objeto (interface, página da internet, modelo, etc.) final será, de acordo com as especificações relatadas.

W



Fontes de consulta

- Agência Mestre
- Conversion
- Hubspot
- Marketing de Conteúdo
- Resultados Digitais
- Rock Content
- Samuel Pereira
- SEO Master