

**HUNTER FOX**

**GLOSARIO DE  
MARKETING  
DIGITAL Y  
TIPOS DE MKT**

**POR URNA SEMPER**

# GLOSARIO

## **Analítica web**

Se refiere a la disciplina que se encarga de la extracción y estudio de información relevante del estado y evolución de algún proyecto digital. Permite hacer mejores decisiones en tiempo real y es muy útil para evaluar el éxito de las estrategias y mejorar las futuras. Puede aplicarse a cualquier tipo de sitio web, blog, foros, entre otros.

## **Alcance**

Es un término utilizado para medir el número de personas a las que se busca impactar mediante una campaña.

## **Alcance orgánico**

Es un término usado para indicar el número total de usuarios únicos que visualizan un contenido que no ha sido pagado anteriormente.

## **Alcance pagado**

Cumple la misma función que el alcance orgánico. La diferencia es que mide a los usuarios o clientes que han visto tu contenido pagado; por ejemplo, anuncios pagados.

## **Automatización**

Es un proceso que se realiza para optimizar las actividades de una empresa y mejorar su productividad. Se realiza a través de un software especializado y cada área puede determinar qué tareas quiere automatizar, por ejemplo: segmentación de clientes o ingreso de información a una base de datos.

## **Banner**

Se refiere al formato de anuncio usado en sitios web. Puede componerse por diversos elementos como texto, imágenes y hasta videos. Busca atraer la atención de los usuarios con el fin de promocionar un producto o servicio.

## **Blog**

Es un tipo de contenido escrito con el cual se busca lograr una buena estrategia de lead nurturing; es decir, nutrición de los usuarios. Se brinda información de interés a los usuarios, a fin de que resuelvan sus necesidades o desafíos en el momento en que busquen información sobre un producto o

servicio. Los blogs son utilizados la mayoría de las veces para las estrategias de inbound marketing y posicionamiento SEO.

## **Buyer persona**

El [buyer persona](#) es una descripción ficticia del cliente ideal de una empresa. Se usa para conocer cómo podría ser la persona a la que se le dirigirán las estrategias y anuncios de una campaña de marketing digital. En este recurso se determina un rango de edad, personalidad, estilo de vida, ubicación, entre más elementos, que ayuden a ponerle un rostro a la audiencia objetivo.

## **B2B o Business to Business**

Es un modelo de marketing negocio a negocio. Es decir, son las mismas empresas las que venden productos o servicios a otras empresas y no a consumidores individuales. Por ejemplo: una empresa que ofrece servicios de consultoría de CRM a compañías de diferentes industrias o sectores.

## **B2C o Business to Consumer**

Modelo contrario al B2B, porque son empresas que venden directamente a consumidores individuales. Por ejemplo: una compañía que vende zapatos o ropa.

### **Call to Action o CTA**

Botón, enlace o copy atractivo y persuasivo que invita a que los usuarios realicen una acción determinada. Por ejemplo: descarga, compra, suscripción, etc.

### **Click Through Rate o CTR**

Porcentaje de clics que hacen los usuarios sobre un anuncio o enlace específico.

### **Conversión**

Es la acción que realiza un consumidor cuando cumple con los propósitos establecidos de una campaña de marketing. Por ejemplo: una compra, registro, reserva, descarga, entre otros.

### **Content Management System o CMS**

Un CMS es un [sistema de gestión de contenidos](#). A través de un software especializado, se pueden desarrollar y administrar diferentes tipos de contenidos para un sitio web.

En su mayoría cuentan con interfaces bastante amigables e intuitivas, por lo que no se requieren conocimientos avanzados en programación. Entre los CMS más populares en el mercado se encuentran: WordPress o Joomla.

### **Content Marketing o Marketing de Contenidos**

El marketing de contenidos es una estrategia que trabaja de la mano con el inbound marketing. Se enfoca en la creación de contenido para atraer a una audiencia específica.

### **Cookies**

Son los datos que se albergan en los navegadores cuando un usuario interactúa en diversos sitios web. Su objetivo es guardar las preferencias de los usuarios para conocer sus intereses o comportamiento web.

### **Copy**

Se refiere a las frases creativas e innovadoras que se desarrollan en una estrategia de contenido. Sirven para persuadir al usuario a consultar un contenido completo con la cantidad de palabras adecuadas. Su longitud ideal puede variar entre 1.600, cuando se trata de una publicación, o menos de 70 caracteres si es una etiqueta de título.

## **Copywriter**

Persona especializada en crear textos creativos, innovadores y persuasivos en una estrategia de marketing digital.

## **Costo por adquisición o CPA**

Pago que realiza un anunciante por adquirir un cliente.

## **Costo por Clic o CPC**

Forma de cobro de anuncios pagados en la que por un número de clics realizados se hace el pago. En otras palabras, un anunciante paga por el número de visitantes que accede a su sitio.

## **Costo por impresión o CPI**

El anunciante paga una cuota fija para que su anuncio se publique durante un determinado tiempo y bajo ciertas condiciones.

## **Costo por Lead o CPL**

Pago que realiza un anunciante por cada usuario que se registra en un activo digital.

## **Conversion Rate Optimization o CRO**

Es la optimización de la tasa de conversión a través de estrategias para aumentar las visitas a un sitio web.

### **Customer Relationship Management o CRM**

Un CRM o gestor de relación con el cliente es un software que almacena información de los usuarios o clientes de una empresa. Estos datos sirven para realizar análisis y optimizaciones en las campañas de marketing.

### **Design Thinking o Pensamiento de diseño**

Metodología que busca diseñar productos que satisfagan las necesidades de los clientes y respondan a sus prioridades.

### **Email Marketing**

El [email marketing](#) es un tipo de estrategia que se lleva a través del correo electrónico, la cual busca mantener una relación activa con los miembros de una base de datos, a través de anuncios, boletines, promociones, entre otros.

### **Ebook**

Libro electrónico utilizado en campañas de marketing digital para brindarle al usuario recursos y contenidos de valor sobre algún tema en específico, que se aborda de una manera más profunda. Puede ser el complemento de un



blog. Se usa como una especie de premio para el usuario y la única condición para obtenerlo es compartir sus datos de contacto.

## **Ecommerce**

También llamado "comercio electrónico". ES la modalidad de venta por internet.

## **Engagement**

Vínculo entre el usuario y una marca o empresa. Cuanto mayor sea el engagement, mayor es la interacción y las oportunidades de adquisición de productos o servicios.

## **Google Ads**

Plataforma de publicidad adaptada a la red de display de Google. Se utiliza como canal para realizar campañas de marketing digital.

## **Growth Hacking**

Acciones estratégicas que buscan maximizar el crecimiento de un negocio en un menor tiempo.

## **Inbound Marketing**

El **inbound marketing**, también conocido como marketing de atracción, se trata de una metodología que busca atraer clientes a través del contenido útil y relevante. Se enfoca en abordar y resolver los problemas y necesidades de los usuarios.

### **Influencer**

Usuario de redes sociales con numerosos seguidores que tiene un alto nivel de persuasión en las personas. Los especialistas de marketing colaboran con ellos para lograr un alcance más cercano y amigable con su público objetivo, con base en recomendaciones o el uso de productos o servicios.

### **Key Performance Indicator o KPI**

Indicador clave de desempeño o indicadores de gestión. Se refiere a un sistema de métricas para sintetizar la información relevante sobre los logros de una estrategia.

### **Keyword o Palabra clave**

Palabra o conjunto de palabras con las que los usuarios realizan búsquedas en Google u otros buscadores.

### **Landing Page**

La [landing page](#) es conocida también como página de aterrizaje o de destino y se refiere a una sección dentro de un sitio web que sirve para que ciertos usuarios lleguen tras dar clic a un CTA o a un enlace en otro canal digital. Son utilizados como un método de captura de leads. La mayoría de las veces los usuarios debe llenar un formulario para recibir más información o descargar algún recurso gratuito.

## **Lead**

El [lead](#) es un prospecto de cliente que se captura gracias a alguna campaña de marketing digital.

## **Lead calificado para ventas**

Es un lead nutrido que el área de marketing comparte al área de ventas, pues tiene altas probabilidades de realizar una compra.

## **Lead nurturing**

Técnica para nutrir leads hasta que se conviertan en lead calificados para ventas.

## **Newsletter**

Boletín digital que se distribuye a través de correo electrónico a los usuarios de una base de datos. Su contenido puede ser información relevante de una empresa.

### **Outbound Marketing**

Acciones de marketing que se presentan sin que el usuario las solicite. Suelen ser estrategias invasivas. Es el lado contrario del inbound marketing.

### **Pago por Clic o PPC**

Los anunciantes pagan a Google, Facebook u otra plataforma de anuncios por cada clic que un usuario dé a un anuncio.

### **Remarketing**

Forma de acción publicitaria para impactar en nuevos usuarios que ya han visitado un sitio web, tienda en línea o blog, pero no completaron su proceso de compra.

### **Return of Investment o ROI**

El famoso retorno de inversión es una métrica que indica los logros de una estrategia de marketing.

### **Search Engine Marketing o SEM**

Acción de marketing que se realiza en un buscador.

### **Search Engine Optimization o SEO**

El **SEO** es la optimización para motores de búsqueda. Se da a través de herramientas, estrategias o acciones para aumentar el tráfico orgánico a un sitio web y mejorar su posicionamiento.

### **Target**

Público o cliente ideal.

### **Tasa de apertura**

Métrica de email marketing que da a conocer cuántos usuarios han abierto un correo electrónico.

### **Tasa de conversión**

Muestra la cantidad de acciones realizadas con el tráfico de visitas de un sitio web.

### **Webinar**

Conferencia, exposición, taller o cualquier reunión virtual sobre algún tema en específico.

# TIPOS DE MARKETIGN DIGITAL

## 1. SEO

La optimización para motores de búsqueda (término en el glosario que te compartimos) es una de las herramientas más importantes del marketing digital.

Cuando realizas una estrategia de SEO estarás optimizando tu contenido en línea para lograr que aparezca en las primeras posiciones de los motores de búsqueda y sin tener que pagar por ello. Hacerlo te garantiza posicionarte entre las primeras opciones de tu público objetivo cuando busque algo relacionado a tu producto o servicio.

No es una tarea fácil y es uno de los tipos de marketing digital que requieren mucha constancia y paciencia. Los motores de búsqueda suelen cambiar sus parámetros constantemente. Ten en cuenta que la clasificación de resultados se basa en tres factores principales: **calidad, relevancia y autoridad**.

Esto significa que todo el contenido que crees debe ser relevante, le brinde una experiencia satisfactoria a los usuarios, para que ellos y otros portales de información puedan considerarte una fuente de información confiable.

Concentrarte en esta estrategia de marketing digital trae consigo una inigualable ventaja: tráfico a tu sitio web.

## 2. Email marketing

El **79% de los vendedores B2B** considera que el email marketing es el canal de distribución más efectivo para sus esfuerzos de generación de demanda. Con él puedes lograr

una conexión auténtica con las personas que permanecen en la preferencia de tu empresa.

Por definición, el email marketing se utiliza como una estrategia para promocionar productos y servicios de una empresa. **Te ayuda a educar a tu audiencia sobre el valor de tu marca**; puedes mantenerla informada acerca de las novedades de tus servicios y así tener presencia en su día a día.

El email marketing puede ser utilizado para diversos objetivos, por ejemplo: establecimiento de relaciones, generación de reconocimiento de marca, promoción de contenido, creación de leads y prospectos, marketing de productos, nutrición de prospectos.

### 3. Content Marketing

Un estudio realizado por **We Are Content** destaca que un 77% de sus encuestados considera que el marketing de contenidos mejora el nivel de engagement y 72% de ellos también asegura que es una estrategia ideal para la generación de leads.

El marketing de contenidos es una estrategia de marketing digital que se centra en crear, publicar y distribuir contenido relevante a una audiencia objetivo para atraerla de forma no intrusiva y lograr que se convierta en cliente.

Este tipo de marketing digital se compone mayormente por **contenido en redes sociales, blogs, contenido visual, infografías o material premium (como los ebooks o webinars)**. Su función es bastante simple: proporciona información y resuelve problemas por medio de contenido útil y de alta calidad.

Entre sus principales ventajas se encuentran la generación de leads de forma sostenida, un menor costo comparado con otro tipo de campañas de marketing digital, un aumento del reconocimiento de marca y crear una estrategia de inbound marketing integral.

#### 4. Influencer marketing

Datos de [Influencer Marketing Hub](#) indican que cerca del 40% de los usuarios de Twitter afirman haber realizado una compra como resultado directo del tuit de un influencer. Y según una encuesta realizada por el mismo portal, 79% de los encuestados consideran que Instagram es uno de los canales más importantes para sus campañas de marketing de influencers.

Seguro más de una vez has visto contenido de algún influencer en el que recomienda productos y servicios. Incluso quizá ya hayas adquirido algo gracias a su influencia.

El influencer marketing ha crecido aceleradamente debido a los cambios en la manera en que las personas se comunican y la relación que tienen con sus marcas favoritas. Además, el escepticismo creciente hacia los anuncios publicitarios ha llevado a muchas empresas a buscar nuevas formas de **conectar con su audiencia, de una forma más real, confiable y cercana.**

Además, no causa sorpresa que los usuarios buscan día a día nuevas formas de entretenerse e inspirarse y los influencers son un canal perfecto para que un consumidor conozca lo que ofreces.

El influencer marketing tiene como ventaja un buen nivel de alcance, interacción y autoridad en redes sociales.



## 5. Social Media marketing

El **50% de la población mundial usa redes sociales, es decir, 3,8 billones de personas**. El tiempo dedicado a Internet al día es de 6 horas y 43 minutos, en promedio.

Y si bien las redes sociales no son algo nuevo en la actualidad, la incursión de nuevas plataformas, como TikTok, sigue poniendo a las redes sociales como una de las estrategias de marketing digital más fundamentales para las empresas.

Es indispensable que para sacar el máximo provecho a las redes sociales sepas dónde pasa más tiempo tu audiencia. De esta forma tus esfuerzos de marketing serán retribuidos.

Entre las plataformas de redes sociales más populares se encuentran Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Pinterest y LinkedIn.