



## GLOSARIO DE MARKETING DIGITAL



Su Socio en Marketing Digital

---

Preparado por: Jacqueline Olcese  
Correo: [jolcese@expandeonline.cl](mailto:jolcese@expandeonline.cl)  
WhastApp: +56 9 8829 7834  
Sitio web: [www.expandeonline.cl](http://www.expandeonline.cl)

# Diccionario de Marketing Digital

| Palabra                                | Significado   |
|--|---|
| <b>A</b>                               |   |
| Acquisition Cost                       | Costo de adquisición, es el costo asociado por la compra de productos, servicios o activos y en marketing se asocia al <b>costo de adquirir un nuevo cliente</b> .  |
| Alt Text                               | Texto utilizado para <b>describir el contenido de una imagen en la web</b> . Ayuda a posicionamiento orgánico y cuando existe problemas de demoras en la carga de las imágenes.   |
| Analytic Call Tracking                 | Herramienta que <b>identifica el tráfico de llamadas comerciales</b> . La plataforma puede rastrear qué publicidades tienen mejor rendimiento para el negocio, por lo que la empresa puede ajustar su inversión en publicidad para maximizar las ganancias. El servicio también permite que las llamadas se graben y revisen.   |
| Anchor text                            | Es el <b>texto que se utiliza para poner un link que te dirige a otra página</b> , dentro de un mismo sitio web y fuera del sitio web. Bien elegidos estos textos ayudan al posicionamiento orgánico de tu sitio web.   |
| API, Application Programming Interface | API es un conjunto de patrones de programación que permite que un software interactúe con otro.   |
| Authority Page                         | Es una medida de la valoración que los buscadores dan a tu página en relación a palabras claves específicas y es una medida de posicionamiento comparado con otras páginas web del mismo tema.  |
| <b>B</b>                               |   |
| B2B, Business to Business:             | Se refiere a <b>una compañía que provee</b> productos o servicios <b>a otra compañía</b> o negocio.   |
| B2C, Business to Consumer:             | Una <b>compañía que provee</b> productos o servicios <b>directo al consumidor final</b> .   |
| Banner Ads                             | <b>Anuncios de imágenes</b> que aparecen en sitios web, también llamados Display.   |
| Big Data                               | Término que define el <b>conjunto de una gran cantidad de datos</b> de uso exhaustivo que posee un sitio o una empresa.   |
| Black Hat                              | Se refiere a <b>malas prácticas para posicionar un sitio web</b> en motores de búsqueda. Es decir, prácticas basadas en técnicas para engañar a los motores de búsqueda y lograr posicionar tu sitio.   |
| Blog                                   | Es un <b>sitio web o la sección de un sitio web</b> cuyo contenido es creado de <b>forma regular</b> y son relacionados a noticias sobre un tema en particular.   |
| Bounce Rate                            | <b>Taza de Rebote:</b> Si un visitante del sitio web ha “rebotado” significa que han dejado una página <b>sin hacer nada en el sitio</b> . Las tasas de rebote alto normalmente significan que el sitio web no está convirtiendo bien el tráfico y no está atrayendo el interés continuo del visitante. La tasa de rebote también se usa en el correo electrónico. En el correo electrónico, la tasa de rebote se relaciona con la cantidad de correos electrónicos que se enviaron a direcciones de correo electrónico no válidas. |
| Branding                               | Todas las <b>asociaciones con un producto o servicio</b> : nombre, marca, logotipo, lema, esquema de diseño.  |

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Branding Key Words/ Branded Key Words | <b>Palabras que se buscan en Internet que describen su servicio o productos.</b> Estas palabras o nombres son nombres específicos para un producto o negocio. (Ej.: Producto de Marca: Confort, sin marca: papel higiénico)<br><br>(Antónimo: ver 'Palabras clave sin marca')   |
| Browsers                              | Se refiere a los <b>software o navegadores de internet</b> , es decir, es el programa o aplicación que permite mostrar los contenidos de las páginas web. Ej. Google Chrome, Internet Explorer, Bing.   |
| Buyer Persona                         | Se refiere a la tipificación del <b>perfil de los distintos influenciadores y compradores que podemos identificar en nuestros clientes potenciales.</b> Ej.: Responsable de Marketing, Gerente General, Responsable área técnica, etc.  |
| <b>C</b>                              |   |
| CDN                                   | Content Delivery Network. Red de Distribución de Contenido. Permite la entrega de contenidos a través de varios servidores en red, mejorando la velocidad de transferencia.   |
| Campaign                              | En marketing, una <b>estrategia publicitaria para implementar el crecimiento del negocio a través de la publicidad.</b> Los resultados deseados generalmente son adquirir más clientes o lograr un mayor reconocimiento de marca.   |
| Chat en línea                         | <b>Herramienta</b> , usualmente alojados en sitio, <b>que permite comunicación digital en línea entre personas</b> , muy utilizado en sitios web de soporte en línea y de ecommerce.  |
| Chatbot                               | Es una <b>aplicación que usa la inteligencia artificial para poder establecer comunicación con usuarios a través de internet.</b> Requiere una secuencia básica que permita responder las consultas habituales de los usuarios, calificándolos y proporcionando la opción de chat en línea y/o agendar reuniones una vez calificado el prospecto.   |
| CMS, Content Management System.       | <b>Software</b> que en tus sitios web sirve para que <b>gestiones fácilmente tus contenidos.</b> Ejemplos de CMS son WordPress o Joomla.  |
| Community Manager                     | Es <b>persona que crea, desarrolla, responde y anima</b> a la comunidad de "seguidores" de una empresa, a través de las redes sociales.   |
| Content Management Testing            | <b>Pruebas de su sitio web</b> para asegurarse de que todas las páginas se muestran correctamente, los enlaces van a la dirección especificada y las imágenes se muestran.  |
| Content Marketing                     | <b>Marketing de contenido</b> , es una solución de marketing digital que consiste en crear contenido relevante y valioso para su público objetivo, de modo de construir una relación a largo plazo con sus clientes en línea y clientes potenciales entregándoles información. Es parte de una solución SEO de largo plazo. La idea es que si una empresa continúa entregando información coherente y valiosa que educa a la audiencia / comunidad de la empresa, la audiencia, a su vez, hará negocios con usted y será un cliente leal. |
| Conversion                            | <b>Acción deseada que realiza un usuario en un sitio web</b> , por ejemplo: descargar información, completar un formulario de contacto, realizar una compra en línea.   |
| Conversion Funnel (o sells funnel)    | Un término técnico utilizado en las operaciones de comercio electrónico para describir el <b>curso que toma un consumidor a través de un sistema de búsqueda o publicidad en Internet o al navegar por un sitio web</b> de comercio electrónico y finalmente convirtiéndose en una venta. La metáfora de un embudo se usa para describir la pérdida de usuarios que ocurre en cada paso del proceso. En sitios que no son de ecommerce se utiliza para comprender los pasos que sigue un visitante hasta convertirse en un cliente fiel.  |
| Conversion Trinity                    | <b>Relevancia, valor y llamado a la acción</b> , 3 partes clave para garantizar la conversión de ventas (ver embudo de conversión).   |

|  |  |
|--|--|
| Cookie                                 | Una <b>pieza de datos que se envía desde un sitio web</b> y se almacena en el navegador web de un usuario, mientras el usuario está en ese sitio web. Cada vez que el usuario carga el sitio web, el navegador devuelve la cookie al servidor para notificar al sitio web sobre la actividad anterior del usuario. |
| Cookie Law                             | Esta es una <b>ley</b> en la UE y algunas ciudades de Estados Unidos. Un sitio web no puede <b>colocar una cookie</b> en el navegador de un usuario, a menos que <b>solicite el permiso</b> del usuario. El usuario debe otorgar permiso.  |
| CPA, Cost per Adquisition              | <b>Costo por Adquisición.</b> Relativo a Paid Search o estrategia de posicionamiento pagado utilizando publicidad digital.   |
| CPC, Cost per click.                   | <b>Costo por clic.</b> Relativo a Campañas de Publicidad Digital.  |
| CRM, Customer Relationship Management. | <b>Software que permite el manejo de clientes</b> , es donde se almacena toda la información relacionada con el cliente y prospectos, muy utilizada para dar seguimiento de nuevas oportunidades y manejar todas actividades asociadas y/o requeridas por los clientes y prospectos.                               |
| CRO, Conversion Rate Optimization      | <b>Optimización de la tasa de conversión</b> , estrategia basada en <b>incrementar las acciones que tus visitantes realizan en tu sitio web para convertirse efectivamente en prospectos o clientes</b> en caso de un sitio web, especialmente usado en ecommerce.   |
| CTA, Call To Action.                   | <b>Llamada a la acción:</b> un anuncio gráfico, botón o algún tipo de gráfico o texto en un sitio web <b>destinado a incitar a un usuario</b> a hacer clic en él y continuar por un embudo de conversión.  |
| CTR, Clic To Rate.                     | Porcentaje de clics: la <b>relación entre la cantidad de personas que ven su anuncio y terminan haciendo clic en él</b> . Este término también se usa en el correo electrónico, se refiere a la cantidad de personas que hicieron clic y abrieron el correo electrónico.   |
| Customer Journey                       | <a href="#">Customer Journey</a> habla sobre esos diversos rumbos o caminos que toma cada cliente desde el momento en el que surge la necesidad de obtener un servicio o artículo, hasta la obtención del mismo, es decir, abarca todo el ciclo de la compra.  |
| <b>D</b>                               |  |
| Digitization                           | <b>Digitalización. Cambio del modo en que se presenta la información</b> u opciones de venta a los usuarios que implica pasar de fuera de Internet (off-line) a la web, es decir, en línea (online).   |
| Display                                | <b>Anuncio de imagen gráfica</b> que se usa en publicidad gráfica.   |
| Display ads                            | <b>Publicidad Gráfica o de Display</b> , anuncios en sitios web en forma de pancartas que aparecen en el lateral, superior o inferior de un sitio web. Ofrecen una llamativa ilustración o medios flash para atraer el tráfico. (Consulte también "Anuncios de búsqueda" para diferentes formatos de publicidad).  |
| Display Network                        | Esta es una <b>red de Google que le permite colocar anuncios gráficos</b> (publicidad de Display) en una variedad de sitios de noticias, blogs y otros sitios de nicho en Internet para llegar a más clientes potenciales.   |
| DNS, Domain name system.               | <b>Sistema de nombre de dominio:</b> distribuye nombres de dominio a los sitios web, para facilitar la búsqueda de los usuarios, pues permite ubicar información por nombre y no por la IP asociada a la ubicación del recurso. (ver nombre de dominio)  |
| Domain Name.                           | Dominio. <b>Es el nombre único que identifica a un recurso en Internet</b> , como un sitio web. Esto es el nombre y la extensión, por ejemplo, <a href="#">expandeonline.cl</a> , tiene el nombre= expandeonline y extensión= .cl.   |
| <b>E</b>                               |  |
| eBook                                  | <b>Contenido educativo</b> que es compartido o está <b>disponible en línea</b> .   |

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Ecommerce Sites                     | <a href="#">Sitios de comercio electrónico</a> o venta en línea: cualquier tipo de transacción comercial, que implica la transferencia de información a través de Internet. Se trata de comprar y vender productos y servicios en línea, ya sean físicos como digitales.  |
| Email Marketing                     | <a href="#">Marketing por correo electrónico</a> . Todo tipo de marketing que utiliza el correo electrónico como medio central para comunicarse con sus clientes o prospectos, al compartir contenido de valor.   |
| <b>F</b>                            |   |
| FTP, File Transfer Protocol.        | Es un <b>protocolo</b> de red estándar utilizado para <b>transferir archivos</b> de computadora de un servidor a otro servidor a través de Internet. El FTP se basa en una arquitectura cliente-servidor y utiliza conexiones de datos y control separadas entre el cliente y el servidor.  |
| Funnel                              | (Ver: Conversion Funnel)  |
| <b>G</b>                            |   |
| GIF, Graphics Interchange Format.   | Se utiliza para mostrar <b>imágenes asociadas y en movimiento de corta duración y que se repite</b> . Muy utilizado en publicidad gráfica o de display en Google.   |
| Google Ads                          | Servicio de <a href="#">publicidad en línea de Google</a> que permite posicionar vía pago las páginas web en la parte superior (4 primeras posiciones) o en la parte inferior (3 últimos resultados) la lista de resultados de búsqueda que Google muestra para una consulta de búsqueda particular.  |
| Google Analytics                    | <a href="#">Analytics es un servicio ofrecido por Google</a> que genera estadísticas detalladas de sitios web, sobre el tráfico y las fuentes de tráfico de un sitio web y mide las conversiones y las ventas (en caso de ecommerce). Es el servicio de estadísticas de sitios web más utilizado.   |
| Google Shopping Campaign            | Tipo de <b>anuncios de Google Ads utilizados para sitios ecommerce</b> , que permite mostrar productos de forma destacada, facilitando la conexión con sus potenciales consumidores al <b>promocionar su venta en línea</b> . Como en otras campañas, se buscan oportunidades para aumentar tráfico y ventas en su sitio web y se puede hacer un seguimiento del rendimiento.                           |
| Growth hacking                      | Término recientemente utilizado en Marketing Digital para el <b>crecimiento rápido de vistas en tu sitio web</b> , generación de contactos y aumento de ventas.   |
| <b>H</b>                            |   |
| Hashtag                             | El <b>hashtag es una etiqueta precedida de un signo # que se utiliza en las RRSS para indicar el tema del que se está hablando</b> . También se utiliza para seguir publicaciones relacionadas con temas de tu interés.   |
| Hosting                             | Es el <b>servicio de alojamiento web</b> , para lo cual se utilizar servidor (un super computador), que <b>permite que un sitio web y todo su contenido sea visible en internet</b> y puedas intercambiar información en la red.  |
| HTML, Hypertext Markup Language     | <b>Lenguaje utilizado para el desarrollo de páginas web</b> , que permite dar el formato deseado.   |
| HTTP, HyperText Transport Protocol, | <b>Protocolo de Transferencia de Hipertexto</b> , es un lenguaje que sirve para intercambiar información entre los servidores, donde alojas tu sitio web y todos los usuarios de tu sitio, es decir, es un sistema diseñado con el propósito de definir y estandarizar, es el protocolo encargado de asegurar que los datos lleguen y lo hacen bien, entre los distintos equipos que conforman una red. |



|  |  |
|--|--|
| HTTPS, HyperText Transfer Protocol Secure. | <b>Protocolo de transferencia de hipertexto seguro.</b> Se requiere sea instalado en el <b>servidor un certificado SSL</b> , (Secure Socket Layer), que <b>encripta la información y garantiza que nadie va a acceder a los datos que el usuario o cliente</b> , en caso de sitios de registro como bancos y sitios de venta online, podrá ver la información enviada al servidor a través de la web. Este certificado debe ser instalado en el servidor que aloja tu sitio web.                                   |
| <b>I</b>                                   |  |
| Impressions                                | Impresiones: <b>Cantidad de veces que su anuncio aparece en la web.</b> Incluso si nadie hace clic en el anuncio, la cantidad de veces que aparece un anuncio.   |
| Inbound Marketing                          | Estrategia de marketing digital que <b>busca atraer a usuarios a comunicarse con tu empresa.</b> Utiliza n conjunto de técnicas, principalmente basadas en la creación y difusión por distintos canales de contenido de valor para el segmento de clientes definidos como objetivo.  |
| Infographic                                | Infografía: Una <b>imagen visual como un gráfico o diagrama usado para representar información o datos.</b>  |
| IP Address                                 | Es una serie de números que <b>permite comunicarse en internet, se asocia a cada sitio web e identifica a cada computadora y routers que se conecta a internet.</b> Por definición la IP es única. Permite en marketing identificar de dónde nos visita un prospecto.  |
| <b>K</b>                                   |  |
| Keywords                                   | Palabra Clave: Una <b>palabra o frase que buscan los clientes potenciales para encontrar un servicio o producto</b> en los buscadores (Ver también: Palabra clave de cola larga)   |
| KPI, Key Performance Indicator             | Son los <b>indicadores de rendimiento utilizados para medir el cumplimiento de sus objetivos.</b> Es importante identificar desde el inicio de una estrategia de marketing cuáles son los “KPI” de sus campañas para lograr resultados cuantificables y así poder cambiar variables dentro de su campaña de marketing cuando sea necesario.  |
| <b>L</b>                                   |  |
| Landing Page Optimization                  | Cualquier <b>página web en la que “aterrice” un visitante después de hacer clic en un resultado de búsqueda, anuncio publicitario o un enlace.</b> Aquí es donde se produce el tráfico, y es una página web diseñada para convertir a los visitantes en clientes potenciales. Una página de aterrizaje suele ser una sola página con un único objetivo, que es capturar clientes potenciales, clientes y clientes. Por lo general, hay que completar un formulario para obtener información de contacto principal. |
| Lead                                       | <b>Prospectos o clientes potenciales.</b> Es aquel contacto calificado para convertirse en cliente de acuerdo con las defunciones de cada negocio.   |
| Lead Conversion                            | Proceso de <b>convertir un cliente potencial en un cliente.</b>  |
| Link                                       | <b>Vínculo (enlace)</b> de una dirección web o URL. Puede ser un <b>link interno</b> , es decir, un enlace a una página de su propio sitio o, un <b>link externo</b> es un vínculo hacía la página web de un tercero.  |
| Link Building                              | Es <b>una estrategia de SEO</b> , que consiste en <b>crear links internos (dentro del sitio web), externos (desde el sitio web a otros sitios)</b> y conseguir que otros sitios puedan crear vínculos (enlaces) el contenido de nuestro sitio. Esto último se lo conoce como <b>back links</b> y entrega el tráfico de referidos.  |
| Long Tail Keyword                          | <b>Frases de palabras clave más largas y específicas que es más probable que los visitantes utilicen en una búsqueda</b> cuando están más cerca de un punto de compra.   |

| M  |  |
|--|--|
| Marketing Automation                         | <b>Software que permite automatizar herramientas de marketing digital en una sola plataforma.</b> Permiten a las empresas comprar y vender, nutrir a los clientes potenciales con contenido altamente personalizado y útil que ayuda a convertir clientes potenciales en clientes y convertirlos en clientes encantados.   |
| Metadata                                     | Son las <b>descripciones que haces, en tu sitio web, para indicar mejor a los buscadores de que se trata tu sitio web</b> , como ser: Title, metadescription, alt tex.   |
| Meta description                             | Es una <b>breve descripción del contenido de una página web que será mostrada por los motores de búsqueda cuando la página aparece como el resultado de una búsqueda.</b> Su función es ayudar a que una persona sea atraída a abrir esta página.  |
| Microsite                                    | Un <b>micrositio es un sitio pequeño</b> , de cinco a siete páginas que muestra un evento específico o un objetivo claro, los micrositios son especialmente adecuados para clientes que no quieren tocar su sitio principal, pero quieren hacer otra cosa. Los micrositios pueden ser temporales, semipermanentes o permanentes.   |
| Mobile Sites                                 | <b>Sitios diseñados para dispositivos móviles.</b> El sitio está formateado para mostrar <b>solo lo que su cliente móvil está interesado en ver.</b> Por ejemplo, es relevante mostrar y acceder al teléfono, horarios, menú, reservas, mapa, el contenido está optimizado para el dispositivo. <b>Los sitios móviles tienen su propio dominio.</b> Vea también: Responsive sites. |
| N  |  |
| NAP, Name address, phone                     | <b>Acrónimo para nombre, dirección y número de teléfono:</b> En marketing digital se busca que toda la información mostrada de una compañía en Internet sea coherente, es decir, en sus distintas propiedades sociales, anuncios, etc, <b>toda la información de su empresa en Internet debe estar escrita de un mismo modo.</b> Ej: +56 2 5555555, no es lo mismo que 2 5555555   |
| Negative Keywords                            | Concepto utilizado en Google Ads para <b>palabras que no están relacionadas con lo que ofrece su negocio.</b> Ej. Gratis   |
| Non-Branded Keywords, Non-Branding Keywords. | <b>Palabras genéricas</b> que describen su producto y/o servicio   |
| O  |  |
| Online Demand                                | La <b>demanda de servicios o productos de una empresa en internet.</b> Responde qué buscan las personas y en qué volúmenes sus productos o servicios en Internet.  |
| Online Presence                              | Una <b>presencia en línea es la suma de las identidades que ha creado, puede ser tanto personal como empresarial</b> y las interacciones que esas identidades han establecido y participado en línea.  |
| Organic Keywords                             | Una <b>palabra clave que lleva tráfico gratis a su sitio web</b> a través de SEO, es decir, es una palabra que posiciona a su sitio web mostrándolo dentro de los resultados de búsqueda orgánica.   |
| Outbound Marketing                           | Estrategia de marketing que se base en el <b>uso de la publicidad como herramienta de promover sus productos y servicios</b> , normalmente enfocado en el producto y sus beneficios para un público bien definido.   |
| P  |  |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Page Authority                 | La <b>autoridad de la página es un término de SEO utilizado para describir la probabilidad de que se encuentre una página específica de su sitio en un motor de búsqueda</b> . La autoridad de la página se basa en una escala logarítmica de 0 a 100 y trata la relevancia de la información y los enlaces dentro de las páginas del sitio entre sí.  |
| Pageviews                      | <b>Páginas de tu sitio web que han sido vistas</b> o visitadas en un periodo de tiempo.  |
| Paid Search                    | <b>Búsqueda pagada</b> , es una estrategia de marketing digital que significa que <b>se mostrará su anuncio dentro de las listas patrocinadas de un motor de búsqueda o un sitio asociado</b> , pagando cada vez que se hace clic en su anuncio (consulte: PPC, anuncios de búsqueda) o cuando se muestra su anuncio (costo por impresión CPM).  |
| Prospect                       | Prospectar. <b>Hablar con un contacto para confirmar que se ajusta al perfil ideal del cliente y necesita sus productos y servicios</b> , entonces se lo conoce como posible cliente potencial o Prospecto.  |
| <b>Q</b>                       |  |
| QR, Quick Response code        | QR, es un <b>código de barras bidimensional</b> cuadrado que permite almacenar datos y su objetivo es que los usuarios puedan acceder de forma rápida a una información. Es la evolución del código de barras.   |
| Quality Score                  | Es una estimación realizada por Google, en sus campañas de Google Ads, de la calidad de sus anuncios, palabras claves y páginas de destino activados. La plataforma entrega un puntaje del 1 al 10 para cada palabra clave utilizada en su cuenta de publicidad.   |
| Query                          | Se <b>refiere a una pregunta (consulta)</b> o palabra clave solicitada <b>en un motor de búsqueda</b> .  |
| <b>R</b>                       |  |
| RSS, Really Simple Syndication | Medio de difusión de contenidos: Es una <b>manera técnica que permite a los usuarios tener actualizaciones de sitios de su interés en alguna aplicación de uso diario</b> . Las campañas de correo masivo pueden ser de RSS.   |
| Red de Display                 | <b>Red de sitios web asociados a Google que permiten mostrar los anuncios de publicidad gráfica</b> , banners de las empresas que deciden por este tipo de promoción.  |
| Remarketing                    | Le <b>permite mostrar anuncios orientados a un público definido que había visitado previamente su sitio web, mientras navegan por Internet</b> . Es una forma inteligente de volver a conectarse con los visitantes de su sitio web y que quizás no hayan realizado una compra o consulta inmediata, o completado sus datos en un formulario de contacto.  |
| Responsive Design              | Diseño responsivo. <b>Es un sitio web cuyo diseño se adapta a todos los tamaños de pantalla de diferentes dispositivos</b> como ser: tablets, celulares y PC. Los elementos que se muestran dependen del tamaño de la pantalla y de la audiencia objetivo que utiliza un dispositivo específico con su sitio web. <b>En muchos casos este diseño puede ser más efectivo y conveniente que crear un sitio móvil</b> , pues <b>se maneja un solo sitio web</b> que tiene la posibilidad de adaptar su contenido a los distintos tamaños de pantalla. |
| Retargeting                    | Una <b>tecnología basada en cookies que ‘sigue’ anónimamente a su público en toda la web</b> . El cliente potencial visita su sitio web, se va sin comprar, luego navega por la web y, como usted los ha “visitado”, su anuncio aparece mientras el usuario navega por la web en otros sitios y <b>recupera su interés y los devuelve a su sitio, generando una nueva oportunidad de interacción o compra</b> .  |
| ROI, Return On Investment      | El <b>retorno por inversión en \$, es una medida de cuánto está invirtiendo un negocio en marketing digital y las ventas brutas que se producen con esta inversión</b> . Para calcular el ROI: (Ganancia bruta – Inversión de marketing) / Inversión de marketing.   |



| S                                      |   |
|--|---|
| Search Ads                             | Término utilizado para <a href="#">anuncios de texto en la red de búsqueda de Google</a> , u otro motor de búsqueda. Estos se mostrarán cuando un usuario de Internet ingrese palabras clave o frases específicas en busca de un producto o servicio. Otros términos utilizados para este tipo de anuncios son: Búsqueda Pagada y PPC.  |
| Search Engine                          | <b>Es el buscador que utilizamos en Internet para ubicar contenidos en Internet.</b> Ej. Google, Ask.com. <b>Estos funcionan dentro de un navegador o browser</b> , como Google Chrome o Internet Explorer.   |
| Search Targeting                       | <b>Definición de los patrones de tu público objetivo en Internet.</b> Identificar cuál es su demografía, ubicación, comportamientos, intereses, cómo están estos grupos navegando en Internet relacionados con su negocio y productos o servicios. Se enfoca en palabras clave para SEO y PPC.  |
| Search Term                            | <b>Término de búsqueda</b> , es la palabra o frase ingresada en Google u otro buscador, para buscar información en internet.  |
| SEM, Search Engine Marketing.          | <a href="#">SEM es una estrategia de Marketing Digital</a> que busca que un sitio web aparezca en los primeros lugares de búsqueda. Se compone de una estrategia de corto plazo, publicidad digital y de largo plazo posicionamiento orgánico sitios web, SEO.  |
| SEO, Search Engine Optimization.       | <a href="#">Optimización de motores de búsqueda.</a> Busca que un sitio web aparezca dentro de los primeros resultados de búsqueda para palabras claves definidas.  |
| SERP, Search Engine Results Page.      | <b>Páginas de resultados de búsqueda.</b> Es la página(s) resultante(s) de una búsqueda realizada en un buscador como Google, Yahoo! o Bing.  |
| Social CRM                             | <b>Aplicaciones que permiten a una empresa interactuar</b> de manera más efectiva <b>con los seguidores de sus redes sociales</b> para ayudarlos a convertirse en clientes.   |
| Social Engagement                      | Es la <b>interacción de los usuarios con sus redes sociales.</b>  |
| Social Media Manager                   | Es el <b>profesional a cargo del diseño de la estrategia completa de una marca en las RRSS.</b>   |
| Squeeze Page                           | Es es una página web, utilizada normalmente como destino de anuncios de texto, o como parte del sitio web, orientada a que los <b>usuarios completen un formulario de contacto.</b>   |
| SSL Certificated, Secure Socket Layer. | <b>Aplicación “certificado” que encripta la información y garantiza que nadie va a acceder a los datos que el usuario o cliente</b> , en caso de sitios de registro como bancos y sitios de venta online, podrá ver la información enviada al servidor a través de la web. Este certificado debe ser instalado en el servidor que aloja tu sitio web.                         |
| T                                      |   |
| Target                                 | <b>Target se refiere a quién debería ser tu audiencia objetivo</b> , es decir, hacia que segmento de mercado quieres llegar con tus productos y/o servicios.  |
| Traffic Budget                         | Se refiere a PPC, Publicidad de pago por clic, es el <b>presupuesto que una empresa puede gastar en una campaña de PPC.</b>   |
| U                                      |   |
| URL, Uniform Resource Locator.         | Localizador Uniforme de Recursos. <b>Una URL es la dirección específica que se asigna a cada uno de los recursos disponibles en la red</b> con la finalidad de que estos puedan ser localizados o identificados. Por ejemplo en un sitio web, cada página de sitio web tiene una URL distinta, así como también los archivos multimedia (imágenes, videos, pdf) que contenga. |
| UVP, Unique Value Proposition.         | <b>Propuesta de valor único.</b> Lo que hace u ofrece cada negocio que lo hace diferente a su competencia directa.  |

| V                               |  |
|---------------------------------|--|
| Video Marketing                 | <b>Estrategia de marketing digital basada eb contenido de video para captar prospectos y clientes.</b> Esto se está convirtiendo cada vez más en el medio de partida para mostrar productos y servicios. El video debe ser creativo e informativo para atraer a los clientes y aumentar las conversiones. El video marketing tiene el potencial de alentar a los clientes a hacer una compra y ayuda fuertemente a los esfuerzos de SEO. |
| Visual Display Remarketing      | <b>Publicidad gráfica en línea</b> que permite a los negocios mostrar anuncios en línea a los compradores que han visitado el sitio web y luego se han ido. Vea Retargeting del sitio.   |
| W                               |  |
| W3C, World Wide Web Consortium. | <b>Organismo que brinda recomendaciones sobre cómo debería ser un sitio web,</b> estos se consideran estándares web.   |
| Web Properties                  | <b>Propiedades web, son la presencia de su empresa en Internet,</b> esto incluye <b>sitios web, perfiles de redes sociales y blogs.</b> (ver: Online Presence)   |
| Webinar                         | <b>Seminario web,</b> contenido que es compartido en línea y también puede ser grabado.  |
| WMA, Web Marketing Association. | Todos los años, los Web Awards de Web Marketing Association reconocen los logros sobresalientes en el campo del diseño y desarrollo web. Desde 2007, la red de WSI se acredita con ganar más de 60 WMA Web Awards.   |