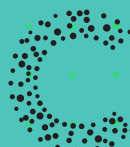


GLOSARIO de TÉRMINOS

DEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZABCDEFGHIJKL



de MARKETING DIGITAL



CAVIAR

CONSULTORES

A

AdBlock o bloqueador de publicidad: es una extensión de navegadores usada para bloquear anuncios publicitarios en internet.

AIDA: técnica que describe las etapas que sigue un cliente en el proceso de decisión de compra, donde A es atención, I es intención, D es deseo y A es acción.

Alcance: número total de las personas a quienes les llega una publicación realizada. Puede ser orgánico o pago.

Alcance orgánico: número de visualización a una publicación de manera natural, es decir, que vieron el contenido de manera voluntaria.

Alcance Pagado: número de personas que ven una publicación como resultado del impulso de un anuncio pago (social ads).

Alcance viral: tiempo aproximado que una publicación tarda en difundirse. Puede ser medido a partir de las veces que ha sido compartida.

Algoritmo: conjunto de reglas que determinan cuáles son los resultados de una búsqueda o a cuáles seguidores mostrarles tu contenido en redes sociales.

Análisis de palabras clave o keywords: investigación que logra descifrar cuáles son los términos más buscados e interesantes en determinado sector. Es una de las partes esenciales para una estrategia SEO y para el Marketing de contenidos.

Analítica web: estudio que recopila la información sobre el tráfico e interacción de los usuarios en un sitio web o red social.

Anunciante: persona o institución utilizada por los medios publicitarios para dar a conocer productos y/o servicios.

Arte: conjunto de diseños que se elaboran y luego se difunden a través de las diferentes plataformas.

Audiencia: grupo de personas que recibe el mensaje de los medios.

Auditoría de marketing: técnica que permite inspeccionar, analizar y evaluar el estatus actual de las acciones de marketing utilizadas en una empresa.

Automatización del marketing: software utilizado para planificar y configurar con anticipación ciertas acciones del marketing y tener procesos más eficientes y de manera automática.

Avatar: representación gráfica o figura animada que suele tener aspecto humano y funciona como asistente digital, es decir, simplifica la comunicación y navegación en internet. En las Redes sociales el avatar es la representación gráfica o fotografica del usuario.

B

B2B (Business to Business): tipo de marketing orientado a la venta de productos y servicios entre empresas.

B2C (Business to Consumer): tipo de marketing que desarrollan las empresas para llegar directamente al consumidor.

Banner: pieza gráfica horizontal o vertical que busca llamar la atención del usuario en una página web, puede ser foto, diseño o video.

Benchmark: análisis profundo de la competencia, que busca mejorar la estrategia propia de marketing.

Big Data: es el conjunto de datos, tales como visitas en páginas web y redes sociales, que se almacenan y analizan a beneficio de la mejora de la empresa.

Blog: página en la que se publica contenido y se escribe de manera periódica en forma de artículos sobre un tema.

Bounce Rate o tasa de rebote: porcentaje de usuarios que, después de haber ingresado a una página web y no haber hecho otras acciones, abandonan el sitio.

Brainstorming o tormenta de ideas: técnica en la que un grupo de personas aporta y genera nuevas ideas, intercambiando opiniones y puntos de vista.

Brand awareness o conciencia de marca: indicador que mide cuánto y cómo una marca es reconocida por sus consumidores. El objetivo es lograr que los usuarios asocien esa marca con la categoría del producto que ofrecen.

Branded content: consiste en la creación de contenidos directamente relacionados con temas de la marca para lograr conectar con un consumidor.

Branding: proceso de creación de una marca (sus propósitos, valores y posicionamiento) para darla a conocer.

Briefing: documento que incluye los datos necesarios (necesidades y deseos de una empresa) para llevar a cabo una campaña o un diseño.

Boca a boca o Buzz Marketing: estrategia de marketing donde se da el intercambio de ideas, opiniones o información entre personas, sobre productos o servicios, a través de experiencias propias del cliente.

BOFU (Bottom of the funnel): parte más estrecha del embudo, a donde llegan los usuarios que están verdaderamente interesados en ti y les creas contenido personalizado.

Buyer Persona: modelo del cliente ideal, el tipo de persona que podría comprar tu producto o servicio, incluyendo desde sus características

sociodemográficas hasta las psicológicas.

Buzzsumo: software que permite realizar búsquedas sobre tendencias, últimos tópicos y palabras claves de los contenidos más compartidos.

C

CTA (Call to Action) o llamada a la acción: incentivo en forma de botón, imagen, enlace o texto, que alienta a los usuarios a realizar una acción en concreto.

Chatbot: es un asistente digital que permite la comunicación con el usuario y que, mediante un sistema de inteligencia artificial, solventa sus dudas y solicitudes.

Comunidad: espacio digital donde las personas comparten sus intereses y establecen relaciones de manera virtual, con otras personas o con marcas.

Community Manager: persona que gestiona los medios sociales de una organización y sus contenidos, además, promueve la interacción con los usuarios y analiza los resultados de la misma.

Consumer Insight: percepción del consumidor que permite entender la relación emocional y simbólica entre él y un producto. Son un conocimiento profundo y psicológico del consumidor, es decir sus valores, creencias, motivos, deseos, miedos y expectativas.

Customer Journey: fases por la que atraviesa un consumidor desde que se da cuenta de la necesidad que tiene y adquiere un producto o servicio para satisfacerla.

Contenido: lo que se utiliza para atraer a nuevos usuarios y clientes potenciales y que se interesen en una marca. Es un vehículo para explicar quién eres y lo que ofreces, aporta valor al usuario y responde al branding de la marca.

Contenido de valor: Valor es lo que le interesa, aprecia y quiere tu tribu. Cada uno da valor a cosas diferentes. El contenido de valor es distinto para cada emprendimiento.

Contenido evergreen: es el tipo de contenido que perdura en el tiempo. Aporta valor al usuario en todo momento y se mantiene generando constante tráfico de usuarios.

Conversión: acción que buscamos que un usuario realice como suscribirse, comprar, compartir, comentar, visitar la web, descargar algún material, entre otros.

Copy: texto de que acompaña una pieza creativa y busca captar la aten-

ción de clientes potenciales y promocionar un producto o servicio. Es primordial a la hora de diseñar una estrategia para garantizar la conexión con los usuarios.

Copywriter: persona encargada de idear los textos creativos para el contenido que se va a publicar. Es importante que agregue valor en cada redacción para así lograr una mayor interacción con los usuarios.

Copywriting: técnicas y prácticas para redactar textos que acompañen las piezas creativas y atraigan la atención e interacción de los usuarios.

CPA (Costo por Adquisición): es un modelo de pago de la publicidad online en el que el anunciante paga cada vez que un usuario compra su producto a través del anuncio.

CPC (Costo por Clic): es un modelo de cobro en la publicidad digital donde un anunciante paga cada vez que el usuario da un clic en su anuncio.

CPL (Costo por Lead): es el pago que hace un anunciante por cada usuario que proporciona suficiente información en el sitio web y que podrá convertirse en un cliente potencial.

CPM (Costo por cada Mil Impresiones): indica el pago que se hace por cada 1000 impresiones alcanzadas con un anuncio.

CTR (Click Throught Rate): es una métrica que mide el porcentaje de clics que recibes con respecto a las veces que los usuarios ven la página sin acceder a ella (impresiones).

Cuenta verificada: cuenta en una red social que pertenece a algún personaje con gran presencia y popularidad. Suelen ser verificadas las cuentas de celebridades, políticos, artistas, bloggers, entre otros.

Curación de contenidos: proceso de búsqueda para seleccionar el contenido que se compartirá con la audiencia, con el fin de ofrecer lo que tenga más valor y calidad.

D

Design Thinking o Pensamiento de Diseño: método con el que se busca crear aquello que cubriría la necesidad de un consumidor, utilizando las habilidades y capacidades de un diseñador.

Diseño web responsive: el que hace a una misma web adaptable a distintas plataformas tecnológicas: tablet, computadora, smartphones, o laptops.

DM (Direct Message): es la manera de comunicarse de forma privada en las redes sociales.

Dominio: dirección o el nombre de un sitio web. Normalmente, empieza por “www.” y termina en “.com”.

E

Ebook: libro electrónico que puede leerse en cualquier dispositivo digital, y contiene información de texto sobre cualquier tema.

E-business o Negocio Electrónico: cualquier tipo de negocio que se hace por medio de internet.

Email Marketing: Envío masivo de correos electrónicos, que permite comunicarse de un modo más directo con el usuario, y reforzar la marca.

Engagement: hace referencia al “enganche” o compromiso entre el usuario y la marca. Se ve en todas las acciones que hacen los usuarios en las publicaciones. Se mide tomando en cuenta todas las interacciones de una publicación.

Enlace o hipervínculo: Es una conexión entre varias páginas que ayuda a complementar la información.

Enlaces Patrocinados: anuncios pagos que se hacen para aparecer en lugares de privilegio y mayor visibilidad. Por ejemplo AdWords, ADS, Yahoo, etc.

Enlaces de generación de tráfico: anuncios en un sitio web que generan un pago por cada persona que haga clic. El más común es el AdSense de Google.

Estrategia: es la planificación que se realiza para lograr un objetivo, como hacer más visible un producto o una cuenta en redes sociales.

Etiqueta o Tag: en redes sociales se refiere a la mención de un usuario en una imagen. En páginas web sirve para indicar el tema de un artículo o sección.

Experiencia de usuario o User Experience (UX): es el proceso que lleva a cabo el usuario cuando interactúa con un producto y se caracteriza por ser un momento agradable, intuitivo y sencillo en un perfil de redes sociales o sitio web.

F

Facebook: red social que busca mantener en contacto a personas a través de la posibilidad para compartir información, noticias, imágenes,

videos, entre otros, con familia y amigos.

Fanpage de Facebook: página de Facebook que le permite crear a marcas, negocios u organizaciones, a partir de un perfil personal, donde pueden compartir su información y puede ser visitada por los usuarios.

FAQ (Frequently Asked Questions) o Preguntas Frecuentes: hace referencia a las preguntas que suelen hacer los usuarios sobre un mismo producto o servicio.

Fidelización: objetivo de marketing que tiene como finalidad atraer a los clientes para crear un vínculo emocional con ellos a través de diversas estrategias.

Feed o Muro: es el lugar, en redes sociales, donde se encuentra el contenido publicado y por donde un usuario puede desplazarse.


Focus Group: técnica de investigación donde se reúne a un grupo de personas que exponen su opinión sobre un producto o servicio, y sirve para recopilar datos sobre un segmento del mercado (target).

Footer o Pie de Página: Es la parte que se encuentra al final de todas las páginas de un sitio web.

Follower (seguidor): es el usuario que se interesa por el contenido de un perfil en particular.

FODA: acrónimo de las palabras: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Es un análisis que permite diagnosticar la situación de una empresa, evaluando las características nombradas, a fin de desarrollar una mejor estrategia.

Funnel de ventas o Embudo de ventas: Representa a las etapas por las que un cliente pasa, desde el primer contacto con la empresa hasta llegar el objetivo final, como cerrar una venta o lograr un registro. Top, Middle y Bottom of the funnel (TOFU, MOFU, BOGU) hacen referencia a las fases del embudo de ventas y nos ayudan a crear el contenido entendiendo el ciclo de compra de nuestros usuarios.



Generación de leads: proceso de marketing en el cual se busca captar el interés de las personas en un producto o servicio para así desarrollar un canal de ventas y atraer nuevos clientes potenciales.

Geolocalización: son las acciones de marketing que se realizan teniendo en cuenta la ubicación geográfica de un usuario. Se suele utilizar en campañas de publicidad online para mostrar el contenido que queremos

mostrar a los usuarios localizados en un determinado sitio.

GIF: imagen animada que se repite y está en forma de video corto en las redes sociales.

Guest Blogging o Autor Invitado: es quien se encarga de la creación de contenido para el blog de otra persona.

Google Trends: herramienta de Google para conocer las búsquedas que están realizando los usuarios y que están en tendencias.

Google Adwords: herramienta de Google que sirve para publicar anuncios y que aparezcan en las primeras posiciones en los resultados de las búsquedas.

Google Plus (Google+): herramienta de Google que funciona como una red social y sirve para potenciar la imagen de tu empresa a través de actualizaciones diarias.

H

H1: Etiqueta HTML, que identifica el título de una página en un sitio web. <h1>

Hater o Troll: usuario que, dentro de una comunidad online como las redes sociales, busca ofender, molestar y provocar con acciones como comentarios.

Hashtag: se refiere a una etiqueta que se utiliza en redes sociales para catalogar o hacer énfasis en un tema u organizar las ideas. Va precedida por el símbolo #.

Headings: etiquetas HTML que ayudan a estructurar la información de los títulos del contenido de una página web, ideal para el posicionamiento SEO en los buscadores como Google. Se deben colocar en ellos palabras claves referentes a tu contenido. Las etiquetas varían del <H1> al <H6>, por orden de importancia.

Highlight: son las historias, que suelen durar 24 horas publicadas, pero Instagram te da la posibilidad de prolongar su visibilidad fijándolas en tu perfil.

Humanizar: es la tendencia de una marca de conversar, interactuar y compartir activamente con tus clientes. Debe ser en un tono definido para que así las personas te reconozcan como marca y a tu contenido en donde sea que estén.

HTML (Hyper Text Markup Language): lenguaje que se utiliza para la creación de páginas web.

Identidad Corporativa: es el conjunto de valores y principios que adopta y sigue una empresa.

Ilustración: dibujo que representa gráficamente objetos, personas o hechos, y que se usa para acompañar textos, afiches, libros.

Impresiones: número de veces que aparece una publicación en redes sociales, visto por un usuario.

Inbound Marketing o Marketing de Atracción: metodología que busca ganar la atención del usuario en vez de comprarla, combina técnicas de marketing y publicidad no intrusiva para convencer con contenido de valor y acompañar al usuario en su proceso de compra.

Infografía: representación gráfica que resume una serie de datos (texto, fotografía, iconos) para explicar un tema o situación, de manera rápida, eficaz y sencilla.

Influencer: cuenta o persona con presencia e influencia en las redes sociales, especialmente en un tema concreto o sector. Se pueden convertir en prescriptores para una marca por la credibilidad que reflejan.

Instagram: red social que permite a los usuarios compartir fotos y videos. Tiene mucha popularidad por lo que es un canal social para marcas y estrategias de marketing.

Insight: es una verdad, una clave o un dato que lleva al camino para encontrar solución a un problema. Son importantes porque facilitan el trabajo a la hora de producir cualquier contenido.

Instagramer: usuarios activos en la red social Instagram.

Jingle: canción corta y atrayente que se utiliza en publicidad para acompañar una marca o una campaña.

KPI (Key Performance Indicators): son las métricas con los que se mide el rendimiento de un proceso o estrategia, o las acciones en una red social y sus logros.

L

Landing Page: o página de aterrizaje, se utiliza para dirigir a los visitantes web a un sitio con información específica de tu interés, y motivarlos a que realicen alguna acción de registro y convertirlos en leads o en posibles clientes. Tiene un diseño sencillo y con pocos enlaces.

Lead: cliente potencial que proporciona información personal en un formulario alojado en una página web o acude a la atención al cliente para obtener contenido de interés.

LinkedIn: red social orientada a crear relaciones comerciales y profesionales. Allí se encuentran empresas y profesionales que buscan promocionarse y conocer a otros.

Look and Feel: se refiere a la apariencia o imagen de un producto o sitio web, el aspecto que conoce el usuario cuando está interactuando.

Logotipo: manera de representar gráficamente la imagen de una empresa, con símbolos o tipografía.

Lovemark: es la posición de una marca dentro de una cultura. La marca busca atraer al consumidor a través de los sentidos y logra mantener una estable

M

Marca Personal (personal Brand): consiste en considerar a la persona como una marca y lo que esto conlleva. Se busca mejorar su posicionamiento y diferenciarse para tener un mayor éxito profesional.

Marketing: es el proceso y el arte de explorar y crear valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo. A través del análisis y la investigación de mercado, se comprende los intereses y necesidades de los posibles clientes para satisfacerlos. El marketing ya no es solo cuestión de lo que se sabe producir, sino de qué historias sabemos contar.

Marketing de Contenidos: se enfoca en la creación y curación de contenido de calidad, pues al proporcionar contenido relevante y de valor añadido, nos posicionamos en la mente del consumidor como líderes de pensamiento y expertos.

Meme: imagen que suele ser cómica o irónica para expresar una idea.

Moodboard: o tablero de inspiración. Se utiliza al comienzo de un proyecto, para plasmar de manera gráfica y visual algún concepto o una idea y así definir una línea gráfica sobre la cual trabajar.

MOFU (Middle of the funnel): segunda etapa del embudo de con-

versión en donde se les ofrece a los usuarios un contenido de mayor dificultad a cambio de información (leads).

N

Naming: proceso creativo por el cual se crea el nombre de una marca. Este proceso es muy influyente en el éxito de la marca, y debe ir en consonancia con los valores de la organización.

Neuromarketing: es la unión entre las técnicas de marketing y la ciencia, a través de los procesos cerebrales. Estudia el proceso de compra y el proceso de la toma de decisiones de un consumidor, antes, durante y después de la compra. Ayuda a crear un plan basado en las necesidades, deseos, tono, contenido, colores, formas y estructura que debe tener una campaña publicitaria para sus consumidores.

Newsletter: boletín digital que se utiliza para compartir ideas, contenidos o novedades sobre la marca.

Networking: práctica del mundo empresarial que consiste en aprovechar los espacios y momentos para construir una red de contactos que puedan aportar en tu vida laboral y a generar oportunidades de negocio.

O

Objetivos Smart: son objetivos que buscan analizar las acciones y los resultados de campañas de inbound marketing. Dirigen los esfuerzos estratégicos de una empresa para que sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y en un tiempo determinado.

Outbound Marketing: acciones de marketing que se le presentan al usuario sin que éste las solicite. Busca captar clientes y atraer su atención a través de banners, anuncios insertados en los videos, entre otros.

P

Palabra Clave: términos que un usuario introduce en un buscador para dar solución a sus dudas.

Paleta de Colores: es donde se presentan los colores y tonalidades existentes para elegir combinaciones al momento de pintar, decorar, diseñar.

Perfil en Redes Sociales: hace el papel de una tarjeta de presentación de nuestra marca de manera digital en redes sociales. Tener una

biografía suficientemente atrayente en nuestro perfil puede ayudarnos a captar clientes.

Pilares de Contenidos: Parte fundamental de una estrategia digital. Son los tópicos y maneras en que planificas la distribución de tus contenidos. Sirven de guía para estructurar las publicaciones de tus redes sociales.

Plan de marketing: documento en formato de texto o de presentación que recoge el análisis de la situación de la marca o empresa, los objetivos, las estrategias y la planificación con los pasos para llevarlos a cabo.

Pinterest: red social que se caracteriza por ser totalmente visual, es decir, es un tablón en donde los usuarios pueden ver y compartir imágenes (fotos o vídeos), y crear tus propios tableros con tus imágenes favoritas.

Playbook (de ventas): herramienta informativa y de consulta que la empresa pone en manos del vendedor para organizar su gestión.

Podcast: es un archivo multimedia que puede estar en formato de audio o video y puede escucharse a través de internet o descargarse. Suelen ser episodios grabados en audio o transmitidos online.

Posicionamiento: estrategia que busca lograr que un producto, servicio o marca ocupe un lugar privilegiado y más importante que el de la competencia, en la mente del consumidor. Aumenta la posibilidad de que nos compren y que nos relacionen con algo único.

Portafolio: catálogo que presenta los trabajos de forma organizada y accesible a los empleadores y colaboradores. Es clave para dar una impresión positiva.

Propuesta de Valor: es un factor que le da una idea clara, transparente y original de cómo un producto, servicio o marca puede ser relevante para él. Trata de destacar en que es mejor tu negocio y cómo va a beneficiar eso a las personas con respecto a la competencia.

Publicidad: fórmula de comunicación pagada por las empresas para anunciarse en los diferentes medios disponibles en el mercado.

PPC (Pago Por Clic): es lo que los anunciantes le pagan a una plataforma digital por cada clic que un usuario da sobre su anuncio.

R

Realidad Aumentada: es una tecnología que superpone imágenes, generadas por un ordenador, sobre la realidad que vemos en el mundo real. Provoca una nueva dimensión en la que se puede interactuar con todo el entorno.

Redes Sociales o Social Media: son aplicaciones web que favorecen la conexión entre personas, entre marcas y consumidores. Están conformadas por comunidades que tienen cosas en común, y en donde el protagonismo lo tienen los mismos usuarios y comunidades que las conforman.

Reel: pieza audiovisual característica de la aplicación Instagram. Es un video corto, de una máxima duración de 30 segundos.

Redirección: técnica que consiste en enviar un usuario a una página diferente a la que ha clicado. Se usa frecuentemente cuando una página web ha sido eliminada.

Repost: acción de compartir la publicación de otro usuario en redes sociales, dando créditos a la cuenta que publicó la imagen.

Retargeting: técnica de marketing digital cuyo objetivo es impactar a usuarios que previamente hayan estado interesados y hayan interactuado con la marca.

Retweet: se refiere a republicar un tweet de otra persona y, si se desea, comentarlo, en la aplicación de Twitter.

Reputación Online: indicador de prestigio de un producto, servicio o marca personal o empresarial. Le otorga validez, confianza y credibilidad.

ROI (Retorno de inversión): indica los beneficios que obtiene un anunciante como resultado de una inversión publicitaria.

S

Selfie: acción de tomar un autorretrato con una cámara fotográfica.

SEO (Search Engine Optimization): herramienta de marketing digital que se utiliza para posicionar sitios web en los motores de búsqueda (google, yahoo, etc). Actualmente también se utiliza en algunas redes sociales.

Shadowban: Es la restricción que coloca Instagram en tu cuenta para que tus publicaciones no tengan la visibilidad total que usualmente tenías, se genera por algún comportamiento que la aplicación considere incorrecto.

Slogan o Eslogan: frase corta pero contundente utilizada en publicidad. Es directa, breve y pegajosa para transmitirle el valor de tu producto, servicio o marca a tu usuario o posible consumidor.

Social Ads: publicidad paga que se hace en las diferentes redes sociales.

Social listening o Escucha Social: proceso de supervisar las conversaciones y menciones alrededor de tu marca en redes sociales para conseguir medir la popularidad de una marca o empresa.

Storytelling: técnica de marketing que consiste en contar historias en torno a una marca o producto para empatizar con los consumidores. Más allá de transmitir un mensaje, es contar una experiencia que enganche y sea inolvidable en la mente de los usuarios.

Suscriptores: personas que se afilian a blogs, webs o redes sociales, dando su correo u otro dato personal, para recibir contenido de una marca.

Sweet Spot: área en donde se proporciona el valor añadido, es decir, donde conoces lo que más quieren tus consumidores y lo que tu empresa hace mejor.

T

Test A/B: técnica de marketing en donde se prueban dos versiones diferentes de un anuncio y sus resultados ante los consumidores para sacar conclusiones.

Target : son los usuarios interesados en nuestros servicios o productos.

Tasa de Apertura: es una métrica que se utiliza en el email marketing para saber cuántos usuarios abrieron un mail particular

Tik Tok: red social que permite compartir, grabar y editar videos cortos (entre 15 y 60 segundos) y pudiéndole añadir fondos musicales, efectos de sonido y efectos visuales.

Tipografía: Los diferentes tipos o estilos de letras que se usan al hacer un diseño o escribir un texto.

Transformación Digital: reinención y reorganización de una empresa a través de la utilización de la tecnología digital para mejorar su actividad y ser más productivos.

Tráfico Web: es el número de visitas que recibe una página web. Determina desde dónde provienen tus usuarios y qué páginas están obteniendo el mayor número de visitas y en qué tiempo.

Trending Topic: es una tendencia en twitter y se produce cuando muchos usuarios están hablando de un mismo tema o usando unas mismas palabras claves en un tiempo concreto.

TOFU (Top of the funnel): es la parte más alta del embudo de conversión (funnel) donde el objetivo del contenido que se crea es atraer el mayor número de visitas posible.

Top of Mind: relación creada entre una marca y su consumidor. Aquella marca que ocupa un lugar privilegiado en la memoria del consumidor.

GLOSARIO de TÉRMINOS

Twitter: red social que se caracteriza por enviar mensajes en formato de texto con una longitud máxima de 280 caracteres llamados tweets. Está al servicio de la comunicación pública y también permite compartir imágenes, videos o enlaces en cada tweet.

U

Unfollow: acción de dejar de seguir a alguna cuenta en redes sociales.

URL (Uniform Resource Locator): es el localizador o identificador de una página web.

Usuarios: personas que visitan una página web o alguna red social.

V

Visitas: cantidad de usuarios que frecuentan un sitio web o red social.

W

Webinar: conferencia, charla o seminario que se realiza de manera virtual y permite la conexión de varios usuarios.

Workshop: taller que enseña a los participantes de una manera teórica y práctica.

Y

Youtuber: persona que crea y genera contenido y lo transmite a través de la red social YouTube.

Este glosario es una compilación de términos importantes realizado y diseñado para este ebook por el equipo de Caviar Consultores, para que sea consultado por nuestra tribu, como aporte y en pro de dar a conocer aspectos claves del marketing digital.



GLOSARIO^{de} TÉRMINOS

Fuentes consultadas:

- IEBS School: "Glosario de Marketing Digital: más de 50 términos" <https://www.iebschool.com/blog/glosario-marketing-digital/>
- Jessica Quero: "Glosario de términos de Marketing Digital y Redes Sociales" <https://jessicaquero.com/diccionario-marketing-digital/>
- MKT University: "Glosario de Marketing Digital 2020" <https://marketinguniversity.co/glosario-de-marketing-digital-2020-de-la-a-a-la-z/>
- We Are Content: "El mejor glosario de Marketing Digital" <https://www.wearecontent.com/marketing-de-contenidos/glosario-de-marketing-digital>
- Zorraquino: "Diccionario de Marketing Digital" <https://www.zorraquino.com/diccionario/marketing-digital/>
- 40 de fiebre: "Los términos de Marketing Digital que debes conocer" <https://www.40defiebre.com/terminos-marketing-contenidos>
- Cyberclick: "Diccionario de Marketing Digital" <https://www.cyberclick.es/diccionario-de-marketing-digital>
- ForoMarketing: "Diccionario de Marketing" <https://www.foromarketing.com/glosario-de-marketing/>
- Vilma Nuñez: "Blog de Marketing" <https://vilmanunez.com/blog/>
- Inbound Cycle: "Blog de Inbound Marketing" <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/>
- Rock Content: "Blog de Marketing" <https://rockcontent.com/es/blog/>
- Workana: "Glosario" <https://www.workana.com/i/glosario/>