



El marketing no es palabrería

50 conceptos que debes conocer



eleven pills
by Eleven Lab

No solo los expertos en Marketing deben saber de Marketing

CAC, CTA, funnel, RTB... El marketing es una disciplina salpicada de términos propios tan indescifrables, a simple vista, como necesarios. Entenderlos no es competencia exclusiva de un CMO —¡otras siglas!—, sino que cualquier perfil implicado en la dirección, las finanzas o las ventas de una empresa debería también conocerlos. Seas marketer, emprendedor, estudiante, CEO o, simplemente, curioso, esta *pill* es para ti.

Enjoy!



- 1. AIDA:** técnica tradicional del proceso secuencial de las ventas, donde A es Atención, I Interés, D Deseo y A Acción.
- 2. Awareness:** término publicitario que denota el conocimiento, percepción o recuerdo de una marca o mensaje.
- 3. Analítica Web:** son las prácticas relacionadas con el análisis de sitios web para obtener toda la información en torno a ella. Aporta conocimiento sobre el comportamiento de los usuarios, y ayuda a elaborar estrategias y a tomar decisiones.
- 4. Anchor Text (textos gancho en SEO):** es el enlace que acompaña al contenido en una web o página al que se quiere conducir a la audiencia y a los motores de búsqueda. Un término muy a tener en cuenta en acciones de linkbuilding.
- 5. API:** es la abreviatura en inglés de Application Programming Interfaces, que definen un conjunto de protocolos y herramientas utilizados por desarrolladores para crear programas específicos para ciertos sistemas operativos.
- 6. App:** Las aplicaciones son herramientas de software escritas en distintos lenguajes de programación para smartphones, tablets u ordenadores que se caracterizan por ser útiles, dinámicas, y fáciles de instalar y manejar.
- 7. Banner:** anuncio publicitario en forma de imagen que, generalmente, se sitúa dentro de un sitio web, en alguno de los márgenes o cualquier otro espacio reservado para los ads.

8. Blog: espacio web de contenido que pueden tener carácter personal, corporativo o de venta. Vinculado a una estrategia de SEO puede contribuir a aumentar el tráfico a un sitio web.

9. Bot: Robot o programa que opera automáticamente sin la necesidad de la intervención humana instantánea. En Internet, nos referimos a los bots como aquellas aplicaciones de software que ejecutan tareas automáticas.

10. B2B (Business to Business): modelo de negocio que señala que el acuerdo se realiza entre dos empresas.

11. B2C (Business To Customer): son las siglas que definen el término “de negocio a consumidor”. En este caso la empresa deberá activar estrategias para llegar directamente a ese consumidor final.

12. CAC: el costo de adquisición del cliente es el resultado de la suma de las inversiones realizadas en marketing y ventas dividida por el número de clientes ganados en el mismo periodo.

“Hace 10 años, la efectividad del Marketing dependía del peso de tu cartera. Hoy en día depende del tamaño de tu cerebro”.

Brian Halligan, cofundador y CEO de Hubspot

13. Call to action (CTA – Llamada a la acción): es una herramienta o estrategia de publicidad, gráfica o textual, que busca incitar a la audiencia a responder a una acción después de un anuncio.

14. CMS (Content Management Systems): es un gestor de contenidos o software que sirve para que cualquiera pueda gestionar sus propios contenidos en Internet. WordPress o Joomla son algunos ejemplos de CMS.

15. Cookie: las cookies son pequeños archivos codificados, formados por números y letras, que se instalan en el navegador para realizar un seguimiento sin identificar al usuario concreto. Estos pequeños archivos codificados envían información de ida y vuelta entre el navegador del ordenador y los sitios web visitados. Una cookie solamente puede ser leída y entendida por el sitio web que la creó.

16. CPA: siglas de Coste Por Adquisición. Modelo de pago de la publicidad online en el que el anunciante paga al medio un porcentaje de las ventas generadas gracias a sus servicios.

17. CPC: siglas de Coste Por Clic. Método de pago online utilizado para dirigir visitas a una página web y basado únicamente en los clics efectuados sobre un anuncio. Lo que el anunciante paga es una cantidad fija, acordada de forma previa, cada vez que un usuario hace clic.

18. CPL: siglas de Coste Por Lead. Sistema de precio en el que el anunciante paga una cantidad fija por la suscripción de un usuario. Este modelo permite que los anunciantes tengan garantizada una rentabilidad de su inversión publicitaria.

19. CPM: siglas de Coste Por Mil impresiones. Sistema de retribución en el que el anunciante paga por cada 1.000 impresiones de su anuncio, con independencia de si finalmente se produce conversión o no.

20. Click to call: se traduce, literalmente, como “clic para llamar”. Es un servicio de generación de leads mediante el cual un usuario puede contactar de manera inmediata y gratuita con la empresa. El visitante tan solo tiene que clicar en el botón de llamada insertado en la web e introducir su número de teléfono.

21. CTR: siglas de Click Through Rate. Relación entre los usuarios que hacen clic en un enlace concreto y el número total de usuarios que visualizan una página, email o un anuncio (impresiones). Se utiliza para medir el éxito de una campaña de publicidad online.

22. CRO: El CRO (Conversion Rate Optimization) o tasa de conversión es el proceso iterativo en el que se busca mejorar los ratios y procesos de conversión de una web.

23. e-Business: negocio electrónico, en Internet.

24. email Marketing: también denominado mailing, se trata de un email redactado, diseñado y enviado por un anunciante a una base de datos. Es importante trabajar la creatividad, los copies, generar interés y medir, a posteriori, las aperturas, clics y conversiones.

25. Engagement: la capacidad de una marca/producto de establecer una relación de fidelidad y confianza con el consumidor, de tal forma que se construye una conexión más o menos estrecha y duradera.

“Solo podremos tomar decisiones acertadas si sabemos cómo analizar e interpretar los datos”.

Avinash Kaushik, empresario y orador

26. Funnel o embudo de conversión: es una metáfora usada en Marketing para referirse a las fases de la venta. Es el proceso por el que las oportunidades potenciales de ventas se van cualificando hasta convertirse en oportunidades que terminan en transacciones reales.

27. Inbound Marketing: estrategia de marketing orientada a conseguir que un usuario encuentre el sitio web del anunciante. Esta técnica engloba, a su vez, un conjunto de mecanismos que permiten llegar a los clientes y potenciales clientes de forma no agresiva. Es su carácter no intrusivo el que le aporta el valor diferencial.

28. Keyword: las palabras clave son términos utilizados en los buscadores para expresar la información que los usuarios quieren encontrar en Internet.

29. KPI (Key Performance Indicator): indicador clave de rendimiento utilizado para medir el nivel del desempeño de un proceso. Este indicador está relacionado a un objetivo fijado de antemano y normalmente se expresa en porcentaje.

30. Landing Page: es una página web que invita a realizar una acción concreta como hacer clic en un botón. Se utiliza para convertir a los visitantes de esa página en leads.

31. Lead (contacto): un lead o contacto es un usuario que ha entregado sus datos a una empresa a través de un registro o la descarga de algo de ese anunciante. Por esta razón, pasa a ser un registro en la base de datos y la empresa puede interactuar ahora con él.

32. Market share: Porcentaje que tenemos de cuota de mercado de un producto o servicio determinado.

33. Marketing de Afiliación: tipo de marketing especializado en la obtención de resultados. Se trata de un acuerdo entre dos sitios en el que uno de ellos (el afiliado) se encarga de la promoción de los productos o servicios de otra empresa (el anunciante) con el objetivo de dirigir tráfico al sitio web del anunciante. A cambio de esta promoción el afiliado recibe comisiones.

34. Meta-tags (etiquetas): es un código html que se inserta en una página web. Se utiliza en marketing digital y sobre todo en SEO ya que ayuda a mostrar información de referencia a los buscadores sobre el contenido de la página.

35. Product feed: archivo compuesto por una lista de productos y atributos donde cada uno se puede mostrar, anunciar o comparar de forma única. Normalmente está formado por la imagen del producto, un título, un identificador de producto, un copy y los propios atributos del producto.

36. Publicidad display o publicidad en páginas web. Incluye elementos como texto, imágenes, vídeo o audio. Su propósito principal es mostrar anuncios y mensajes a los visitantes de un sitio web y dirigirles a una landing page en la que se amplía la información incluida en el anuncio.

37. Remarketing: técnica del marketing online que consiste en reimpactar a usuarios que ya han visitado una página web. Por ejemplo, en el caso de los comercios online, se impactaría al visitante no haya llegado a finalizar su proceso de compra.

38. Retargeting / Remarketing display: técnica de marketing online que muestra publicidad inteligente a aquellos usuarios que ya han visitado previamente un sitio web. Los anuncios impactan a los usuarios según el comportamiento demostrado tanto en esa como en otras webs.

39. Responsive Design: el responsive design o diseño web adaptable es la técnica que se utiliza para adaptar una misma web a diferentes soportes: ordenador, tablet, smartphone.

40. ROI: Tasa de Retorno de Inversión es el indicador de las ganancias que se han obtenido tras llevar a cabo determinadas acciones. Con él podemos calcular las conversiones y los resultados obtenidos de una inversión concreta.

41. RTB: siglas de Real Time Bidding. Medio por el cual se compra y se vende inventario publicitario por impresión, a través de una subasta programática instantánea. Los anunciantes pujan por una impresión y, si la puja resulta ganadora, el anuncio aparece automáticamente en el sitio web.

42. Spam: el spam es el correo electrónico enviado a un usuario sin haber sido requerido. Habitualmente la mayoría de estos correos tienen una finalidad comercial. Cuando se prepara una campaña de email marketing es importante seguir una serie de directrices para que el correo no sea catalogado como no deseado.

43. Target: es la audiencia objetivo a la que se dirige una estrategia concreta. Es importante definir bien el target group desde el principio.

44. Tasa de abandono: describe al visitante de una web que se marcha antes de completar la acción deseada. El ratio de abandono es la relación entre el número de carritos de compra abandonados y el número de transacciones iniciadas. Este porcentaje, aunque varía entre sectores, se encuentra en torno al 90%.

45. Tasa de conversión: el porcentaje de visitas que ha realizado una acción respecto a la tasa de clics. Esta medida depende del objetivo de marketing que tenga una empresa, cliente u organización.

46. Teasing: Estrategia publicitaria basada en la intriga. Sin anunciar, en principio, ningún producto o servicio, intentan captar la atención del público y cautivarle para que llegue a una segunda fase donde se presenta el producto.

47. URL: la URL o Uniform Resource Locator es la dirección de una página web que permite acceder a los servicios en navegadores.

48. UTM: Los parámetros UTM son parámetros de URL que usa Google para medir la efectividad de campañas de marketing de URLs únicas.

49. Webinar: webinar es la combinación de las palabras Web y Seminar. Por tanto, un Webinar es un vídeo seminario o conferencia online que se realiza a través de un software.

50. XHTML: XHTML o Extensible Hypertag Markup Language es el lenguaje que se utiliza en la mayoría de sitios móviles.

“El marketing es un cóctel de imaginación, ilusión, innovación, identificación de necesidades, fidelización y medición bajo una mirada globalizada, abierta y en constante actualización”.

Héctor Barragaño, ESIC

Acercamos la innovación y la sostenibilidad a las personas a través de la cocreación de proyectos que mejoran su día a día.

Objetivos y convicciones

No es posible lograr un desarrollo sostenible sin transformar la forma en que construimos y administramos los espacios urbanos, cómo concebimos los procesos y servicios y cómo —y con qué fin— conectamos ciudadanía, recursos y nuevas tecnologías.

Metodología

Llevamos mucho tiempo ayudando a grandes y pequeñas compañías a optimizar sus productos y servicios. Eso nos ha permitido testar los mejores procesos y elaborar una metodología propia que adaptamos a cada uno de los proyectos en tres fases: Validate, Setup y Launch.

Servicios

Ofrecemos servicios con los que amplificar el mensaje y nuestros

objetivos: validación, incubación y desarrollo de proyectos; cocreación corporativa, y formaciones centradas en metodología, innovación, emprendimiento o sostenibilidad.

¿Tienes una idea?

¿Tu proyecto está alineado con nuestros objetivos? Cuéntanoslo [aquí](#).

Además, queremos que estés al día de metodologías, tendencias e iniciativas público-privadas a nivel mundial, que apuestan por una sociedad más conectada, innovadora y sostenible. Síguenos en redes y suscríbete a nuestra newsletter desde la [web](#) para recibir contenidos de valor (de verdad):





eleven pills

by Eleven Lab

