

MÁS DE 80
CONCEPTOS CLAVE

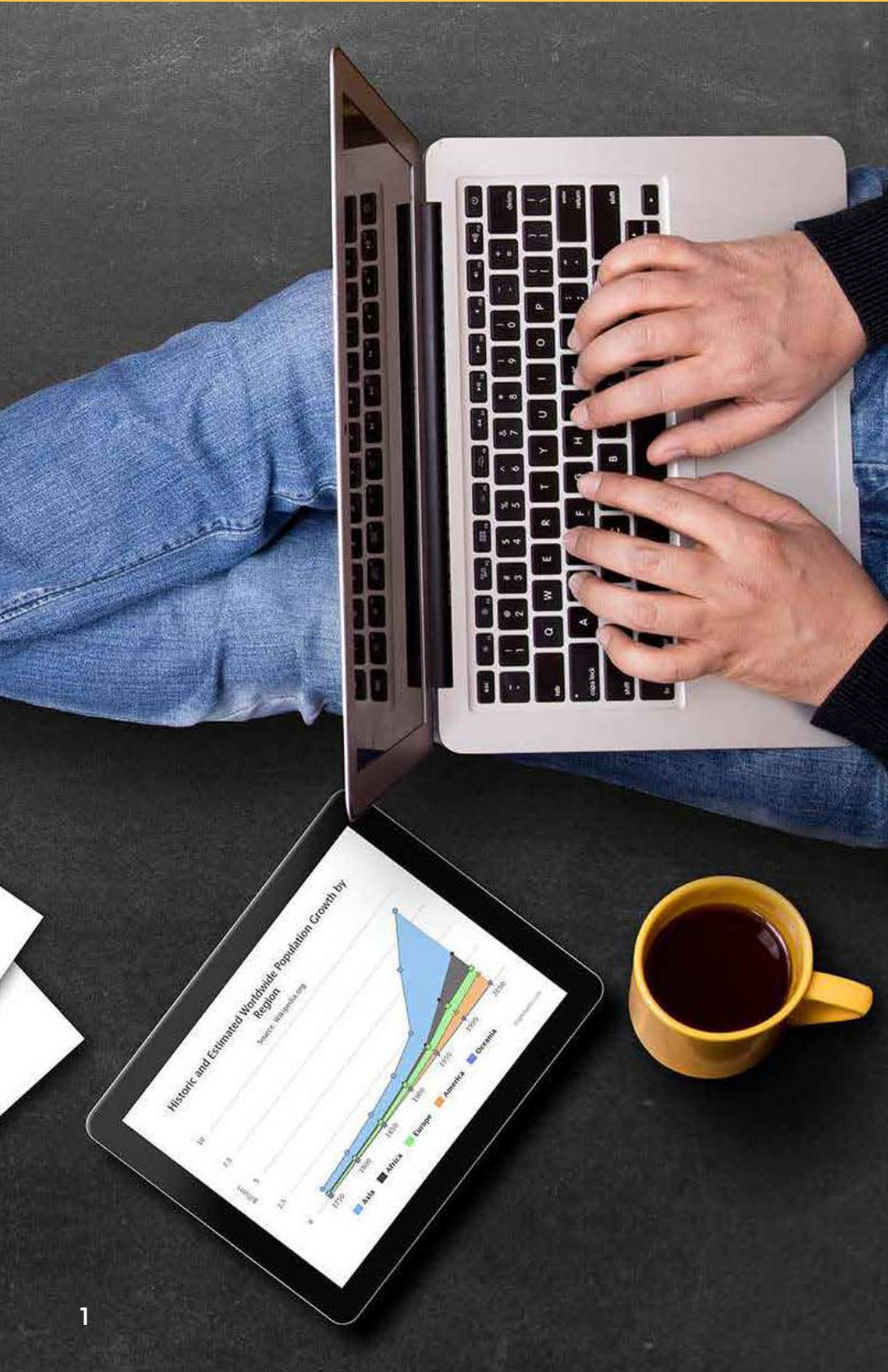
DICCIONARIO DE MARKETING

4^{TA} EDICIÓN



gurú:





Introducción

En esta cuarta edición reunimos los términos más utilizados en marketing digital con los conceptos clave de la propuesta de valor de Publicar. Están clasificados en tres grupos: presencia, tráfico y conversión.

Para entenderlo de manera sencilla, explicándolo a nivel básico, la presencia se refiere a la posibilidad de dar a conocer una marca, el tráfico es la cantidad de visitantes que recibe un sitio web y la conversión es una acción que beneficia directamente a una empresa, por ejemplo, vender.

Este material no sólo te ayudará a ampliar tus conocimientos sobre el mundo digital, sino que también te dará una visión clara de lo que Publicar puede hacer por su negocio.

Angélica Rincón Páez
@angelicamarp

A photograph of a person with a beard, seen from the side, sitting at a wooden table. They are holding a black smartphone in their right hand. On the table, there is a laptop, a glass of iced coffee with a black straw, and a tablet displaying a webpage. The word "Presencia" is overlaid in white text on a yellow horizontal band across the middle of the image.

Presencia

A/B Testing

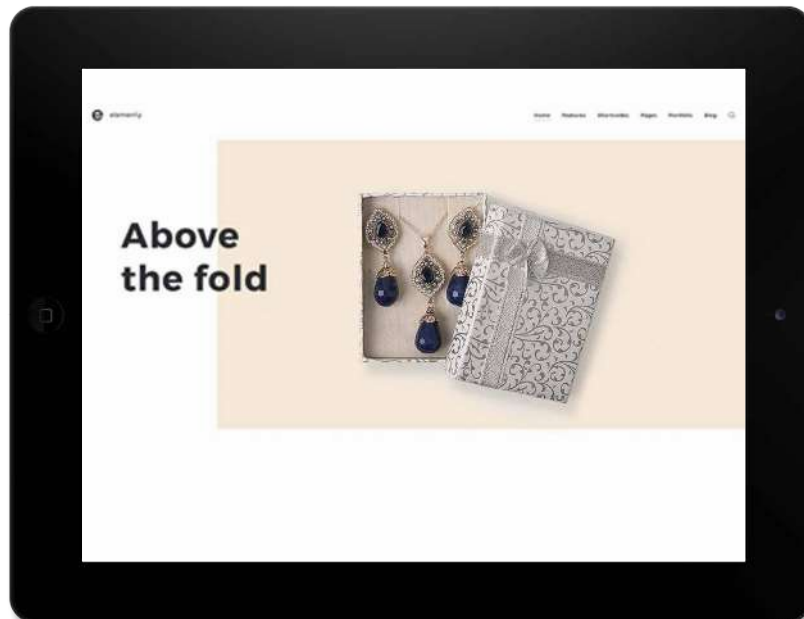
También conocido como “split testing”, o testeo dividido, es uno de los métodos más efectivos para desarrollar mejoras medibles y científicas en una página web. Esta práctica crea dos o más versiones de una misma pieza de contenido, como un título o un botón de Call To Action, y muestra cada versión a diferentes audiencias para descubrir cuál recibe una mejor respuesta.



A.



B.



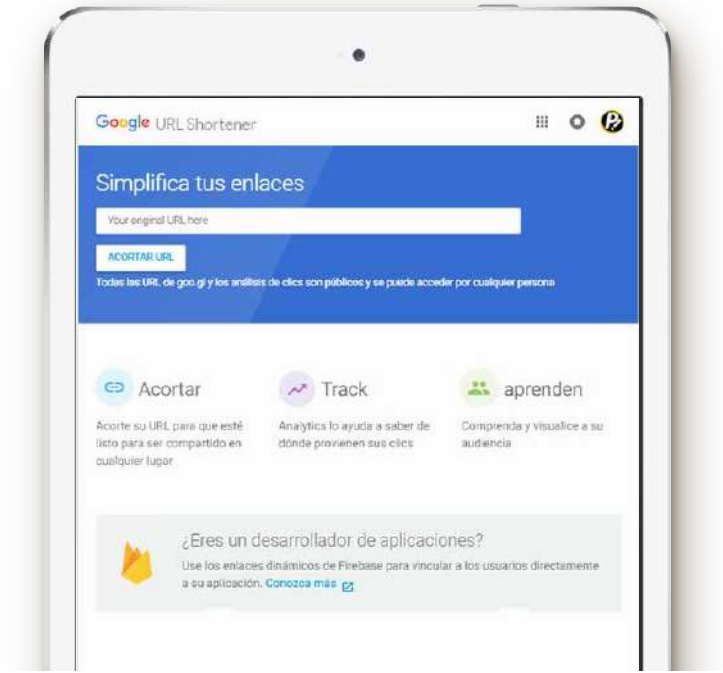
Above the fold

Término derivado de los medios impresos que se utiliza para indicar si un anuncio publicitario se muestra en una página web sin necesidad de desplazarse por ella. Se refiere a la parte de la página que es visible en el primer impacto, sin necesidad de hacer scroll.



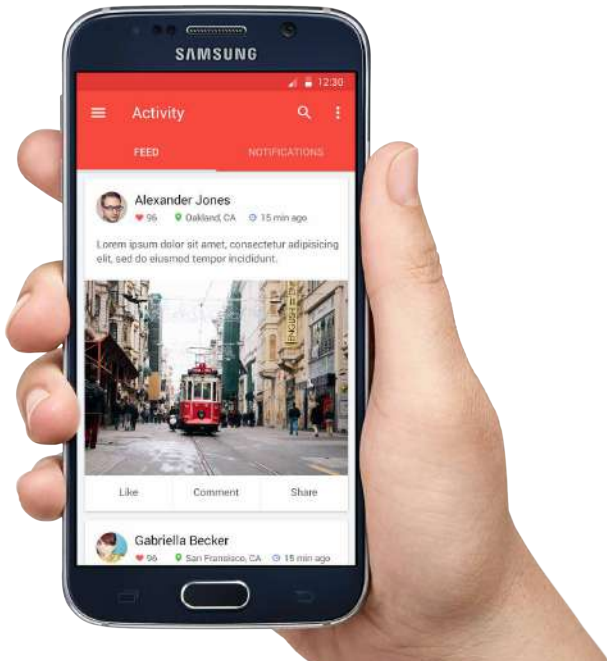
Administrador de contenido

Aplicación que permite gestionar los diferentes contenidos de una página web: texto, fotos, vídeos, etc. También se conoce como CMS (Content Management System). Con esta herramienta podrás ahorrar tiempo y recursos, pues no dependerá de un diseñador, ingeniero o de tu proveedor para realizar cualquier cambio de contenido en su página web. Los más conocidos son Wordpress, Joomla y Drupal. Todos son muy sencillos de utilizar y quien los maneje no necesita conocimientos específicos de diseño o ingeniería.



Acortador de urls

Los acortadores de URL son herramientas que permiten aprovechar el espacio a la hora de publicar direcciones de sitios webs en redes sociales como Twitter y Facebook. Son muy útiles especialmente en Twitter, donde el límite de cada tweet es de 140 caracteres. Los más utilizados son bit.ly y Google url shortener. Allí, se pega la dirección que se desea acortar, y después de hacer clic en el botón que dice “shorten”, aparece una versión más corta de la misma dirección.



Android

Sistema operativo propiedad de Google. Se puede encontrar en diferentes fabricantes de teléfonos móviles como Samsung, HTC o Sony Xperia.

Aplicación (app)

Programa informático desarrollado para dispositivos móviles. Las aplicaciones proveen acceso instantáneo a un contenido sin tener que buscarlo por medio de un navegador web.

Blog

Espacio web actualizado periódicamente, que muestra las opiniones, actividades o escritos sobre una temática general o especializada. Es una bitácora digital donde las publicaciones se organizan por fechas o temas. Cuando un blog se vincula a una página web, puede ayudarte a atraer más visitantes y a mejorar tu visibilidad en buscadores como Google.

Browser

También conocido como navegador, es un software capaz de solicitar, descargar, guardar y mostrar documentos que están disponibles en Internet. Los más comunes son Chrome, Internet Explorer, Safari, Mozilla Firefox y Opera.



Community Manager

Es el profesional encargado de administrar las redes sociales de una marca o empresa. Dentro de sus funciones está crear y publicar el contenido; vigilar, controlar y responder los comentarios de los usuarios, y medir el alcance y éxito de cada red social. Un Community Manager podría ayudarle a un empresario a gestionar sus redes sociales, ya que es una labor que requiere tiempo, dedicación, excelente redacción, experiencia en el manejo de comunidades digitales y entendimiento del ámbito de internet.



Cookies

Pequeños archivos que se instalan en el navegador y envían información de ida y vuelta entre el computador y los sitios web visitados. Uno de los casos más usuales de uso de cookies es cuando hay formularios de registro. Fijate que cuando ingresas por segunda vez a una página que previamente te solicitó alguna información, al empezar a diligenciar algún dato, los campos se autocompletan.



Dominio

Es el nombre que identifica un sitio web. Si internet fuera una ciudad, el dominio sería la dirección de cada casa. Lo ideal es que sea fácil de recordar para que encontrar y acceder al sitio sea más sencillo. Tener un dominio propio te permite tener extensión para tus correos electrónicos y a su vez proyectar una imagen profesional. Por ejemplo si el dominio de tu página web es www.miempresa.com, su correo será nombre@miempresa.com.



Facebook

Según lo afirma esta compañía, es la red social con mayor cantidad de usuarios en el mundo: más de 1.200 millones. Es una plataforma en la cual las personas, luego de crearse un perfil y completar unos datos básicos de registro, pueden realizar diferentes actividades como buscar y encontrar numerosos contactos de la vida real, expresar sus opiniones y estados de ánimo, publicar y comentar fotos, jugar, crear redes y grupos con diferentes objetivos, etc.



Fan Page

Cuando una persona quiere abrir una cuenta en Facebook, abre un perfil. En cambio, cuando una empresa, entidad, marca, organización o fundación quiere hacerlo, debe abrir una Fan Page, o página de fans. Seguramente ya tienes tu perfil de Facebook donde interactúas con tus amigos y familiares. Pero para promocionar tu marca o producto, debes abrir una Fan Page donde puedas proyectar una imagen más seria y profesional. Una cosa es el ámbito personal, y otra, el corporativo.

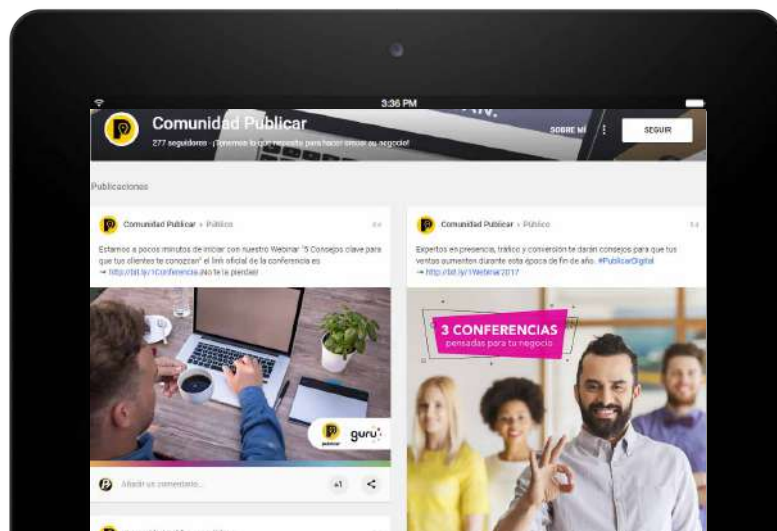
Fans

Son las personas que han dado clic en el botón “Me gusta” de una Fan page en Facebook.

+Geo

Producto de Publicar que registra y actualiza la información de una empresa para que aparezca de forma correcta y precisa, en diferentes sitios web como Páginasamarillas.com, Google My Business, Facebook, Waze, entre otros.





Google Plus

Es la red social de Google. Aunque todavía no cuenta con muchos usuarios, esta empezando a tener éxito gracias a una de sus funcionalidades más destacadas: los círculos. Estos le permiten a los usuarios organizar sus contactos en grupos para compartir información determinada.

Grupos en Facebook

Se utilizan para desarrollar debates, eventos y gustos en común. Son una manera de permitir que un número de personas se reúnan en línea para compartir información y discutir temas específicos.

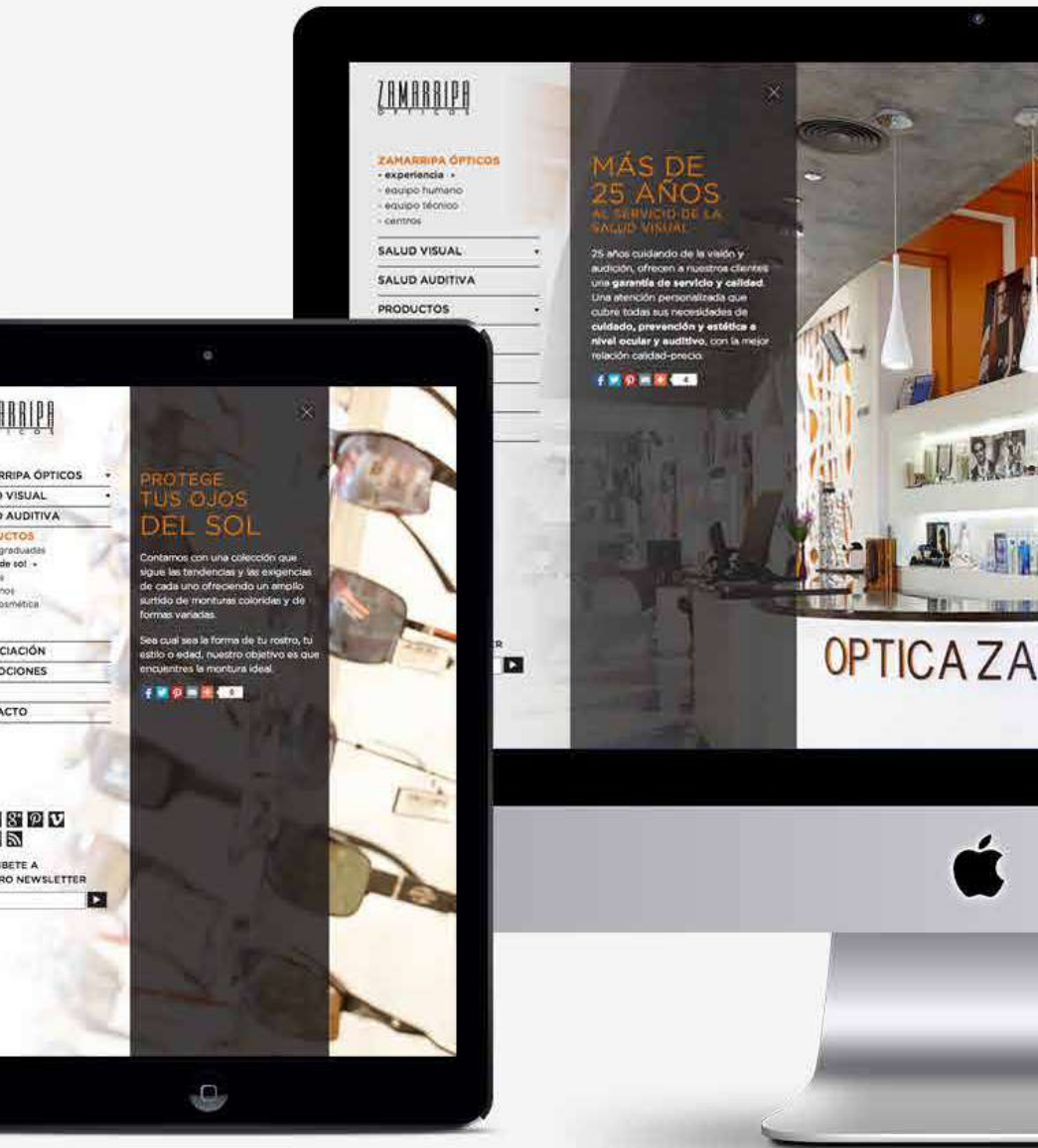


Guía especializada

Medio impreso enfocado en una temática o sector concreto, dirigido a una audiencia específica. Por ejemplo, en Publicar están disponibles la Guía Automotriz, Guía de mascotas, Guía del viajero, Publikids, etc. Así mismo, cada una de ellas tiene una versión digital.

Guía Telefónica

Medio impreso de distribución gratuita que reúne información comercial y profesional clasificada en más de 7000 categorías. Esta presente en cerca de 30 ciudades de Colombia y 9 países de Latinoamérica. La versión digital para Colombia es: www.paginasamarillas.com.co



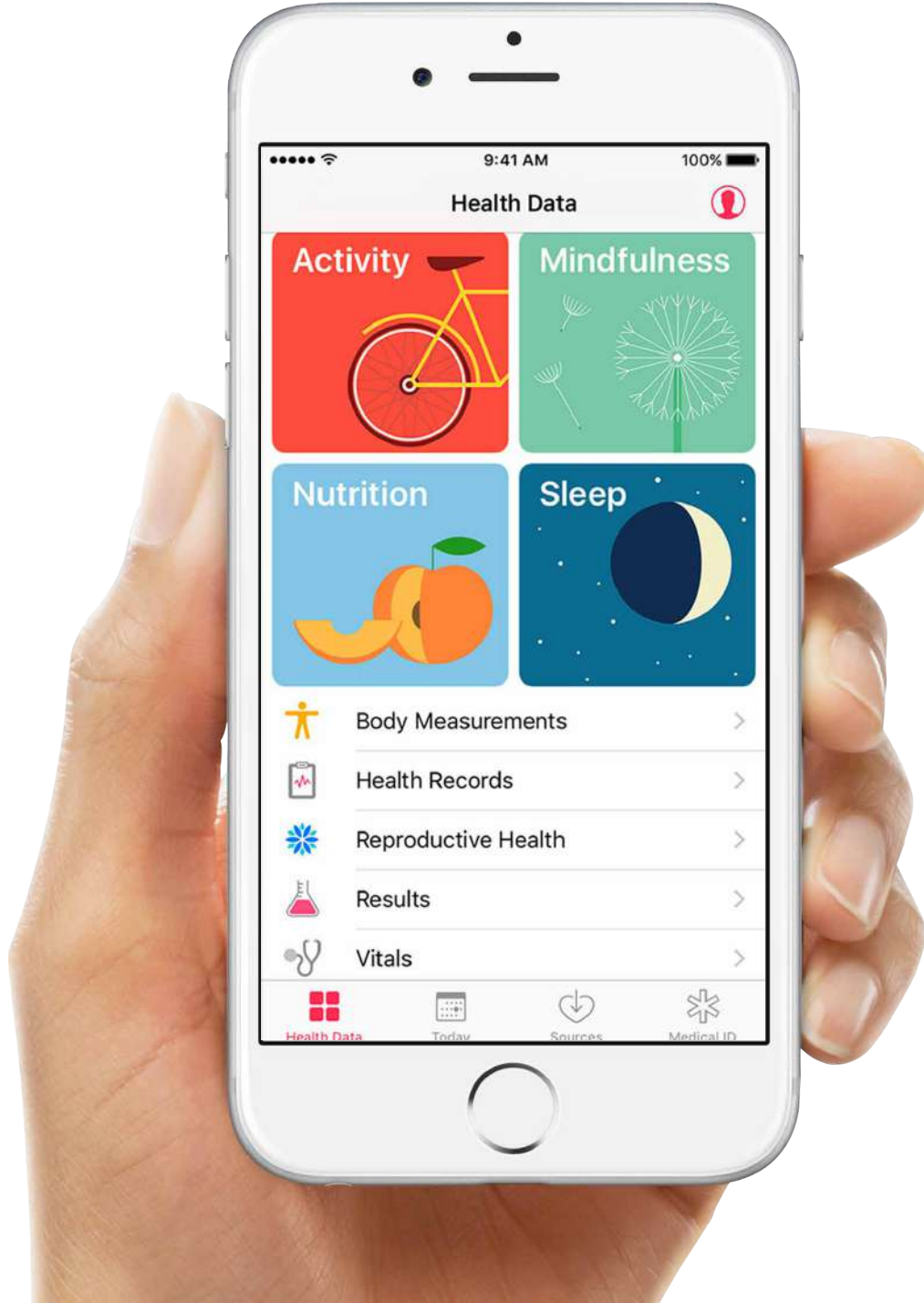
Home Page

Se refiere a la página principal de entrada a un sitio web. Es la sección que aparece a primera vista cuando entramos a un sitio en Internet.

Hosting

También llamado alojamiento, se refiere al espacio que ocupa una página web (textos, imágenes, videos, correo electrónico, archivos, etc). en un servidor. Según las necesidades específicas de cada profesional, existen diferentes tipos de alojamiento web:

- Gratuito: es bastante limitado, comparado con el alojamiento pago. Estos servicios generalmente agregan publicidad en los sitios y tienen recursos muy limitados que pueden poner en riesgo la información allí almacenada.
- Compartido: Servicio pago para alojar información de varios clientes. Resulta una alternativa muy buena para pequeños empresarios, ya que al compartir un servidor con miles de usuarios, el costo se reduce drásticamente para cada uno y no se afecta el rendimiento de la página.



HTML (Hyper Text Markup Languaje)

Es el principal lenguaje de programación utilizado en las páginas webs. Con él se puede definir la estructura, añadir textos e imágenes, insertar objetos y definir etiquetas. (Ver lenguaje de programación).

IOS

Sistema operativo de Apple para sus dispositivos móviles. Solo se encuentra en los iPhones y iPads.

Instagram

Instagram es una aplicación para instalar en dispositivos móviles, que permite a los usuarios aplicar a las fotografías que tomen, efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro y vintage. Después, pueden compartir las imágenes con sus amigos registrados en esta misma red social, o en otras como Facebook y Twitter.



Link

También conocido como vínculo, es un texto o imagen que al hacer clic sobre él, conduce a otra página o a una ventana diferente. Por lo general se reconocen porque están subrayados o resaltados con un color diferente así.

Lenguaje de programación

Las personas se expresan utilizando un lenguaje compuesto por muchas palabras. Los computadores utilizan uno simple, que sólo consta de ceros y unos; el 1 significa "activado" y el 0 significa "desactivado". Tratar de hablar con un equipo en su propio lenguaje sería muy complejo, pero el lenguaje de programación permite darle instrucciones porque actúa como un traductor entre el usuario y el equipo. Actualmente hay diferentes lenguajes de programación: HTML, HTML5, Flash, Java, PHP, .NET, etc. La elección del lenguaje depende de lo que necesite hacer un usuario en tu página web.



Linkedin

Es la red social profesional por excelencia. Se diferencia de las demás porque su objetivo es contribuir en el desarrollo y crecimiento profesional de una persona. Es muy útil para encontrar contactos estratégicos. Por ejemplo, te ayudará mucho crear tu perfil profesional para comunicarte con posibles socios o clientes potenciales. Aquí se trata de relaciones laborales que podrían significar beneficios en tu negocio.

Marketing Viral

Consiste en que los usuarios reenvíen, compartan y comuniquen una acción de una marca o empresa. Por ejemplo, si una diseñadora publica en su blog un artículo sobre el trajes de coctel, y una joven lo lee con agrado, seguramente compartirá el link del artículo en sus redes sociales para que sus amigos también lo lean. Ellos a su vez harán lo mismo, de modo que el contenido se difunde a una escala cada vez mayor. Esta estrategia ofrece mucha visibilidad a bajo precio y puede ayudar a construir la reputación de una marca o producto, aunque sus resultados no pueden medirse matemáticamente.

Menciones

Suponen añadir el nombre de un usuario en un tweet, siempre precedido del caracter @. Por ejemplo, un tweet podría decir algo así: "Tarde películas y dulces con @MariaGuerra y @gustavop".

Meta descripción

Es una etiqueta HTML que sirve para proporcionar a los buscadores una descripción del contenido de la página. No es visible desde el navegador, pero se puede encontrar dentro de la sección <Head> del código de la página. Suele ubicarse después de la etiqueta del título y se ve así:

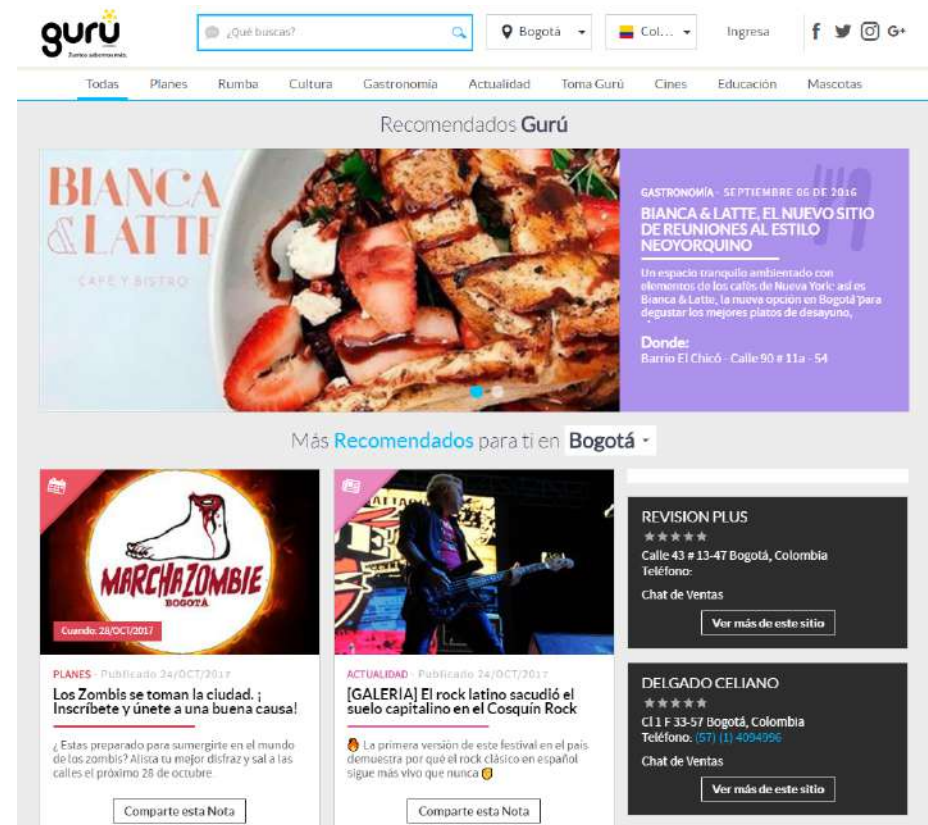
```
<meta name="description" content="Texto que describe el contenido de la página"/>
```


Portales especializados

Sitios web enfocados en temáticas o sectores específicos, dirigidos a audiencias concretas. Por ejemplo, en Publicar las guías especializadas impresas tienen su respectiva versión digital: ciudadguru.com, gurumascotas.com, etc.

Publicidad en apps (Mobile Advertising)

Se refiere a la publicidad para dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y tabletas. Pueden ser desde anuncios gráficos y links patrocinados en buscadores, hasta aplicaciones completas.



QR Code

Significa Quick Response Code y sirve para almacenar información por medio de un código de barras o puntos. Se puede leer con un dispositivo móvil (smartphone o tableta), que tenga cámara de fotos, el programa correspondiente que lea datos QR y conexión a Internet.





Realidad Aumentada

Nos permite mezclar imágenes virtuales con imágenes reales. A diferencia de la realidad virtual, que sumerge al usuario en un ambiente completamente artificial, la realidad aumentada permite al usuario mantener contacto con el mundo real mientras interactúa con objetos virtuales. Actualmente, está siendo utilizada en diversas áreas de aplicación, como medicina, entretenimiento, manutención de aparatos, arquitectura, robótica, industria, marketing y publicidad, etc.



Responsive (Web Design)

En español es Diseño Web Adaptado. Significa que sin importar el dispositivo a través del cual un usuario acceda, sea un portátil, tableta o smartphone, el sitio web se adapta a la perfección, sin perder ninguna de sus características.

Retweet

Es la acción que realiza un usuario de Twitter al compartir con todos sus seguidores un contenido de interés, normalmente de algunas de las personas a quienes él sigue o de otro tuitero.

Seguidor

Hace referencia a los usuarios de Twitter que están interesados en el contenido generado por un perfil determinado y para estar al tanto de las actualizaciones del mismo, hacen clic en el botón “Seguir”.

Servidor

Computador que aloja los sitios web y todos sus componentes. Está conectado a la red para que los usuarios puedan entrar a los sitios y navegar en ellos.

Smartphone

Llamado en español teléfonos inteligentes, ofrece servicios propios de un computador. Para ello, suele tener un sistema operativo avanzado (iOS, Android, Windows, etc) que le permite acceder a Internet, servicios de email, organizador personal, descarga de aplicaciones, etc.

SMS

Short Message Service, es un servicio disponible en los celulares que permite el envío de mensajes cortos entre dispositivos móviles. No se necesita conexión a internet para enviarlos, solo tener una línea telefónica habilitada.

Streaming

Audio o vídeo comprimido que se baja y reproduce a la vez. El usuario no tiene que esperar a que el archivo se descargue por completo para poder reproducirlo.

Tableta

Dispositivo móvil de mayor tamaño que un Smartphone, pero menor que un computador portátil. Básicamente ofrece todas las funciones de un computador, pero su capacidad de almacenamiento y procesamiento es menor.

Time Line

Es el espacio que muestra en orden cronológico y en tiempo real, las actualizaciones que van realizando todos los contactos que tiene un usuario en una red social (sean personales o de marcas).

Trending Topic

En español se traduciría como “tema tendencia”. Es el nombre que reciben las palabras o frases más empleadas en un momento concreto en Twitter. Si un tema es trending topic, quiere decir que la gente lo esta mencionando con mucha frecuencia en sus tweets.

Tumblr

Es una plataforma de microblogging (similar a Twitter) que permite a sus usuarios publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio, sin una estructura tan rígida como la de un blog.

Tweet

Es como se denominan los mensajes públicos de máximo 140 caracteres en Twitter.

Twitter

Es un servicio gratuito de microblogging que permite a sus usuarios publicar entradas compuestas por textos o links, denominadas “tweets”, de una longitud máxima de 140 caracteres. Es una de las redes sociales más populares actualmente, que los empresarios podrían aprovechar para publicar datos de interés breves para sus clientes, consejos y tips, o links hacia artículos interesantes e imágenes y videos descriptivos.



Windows Phone

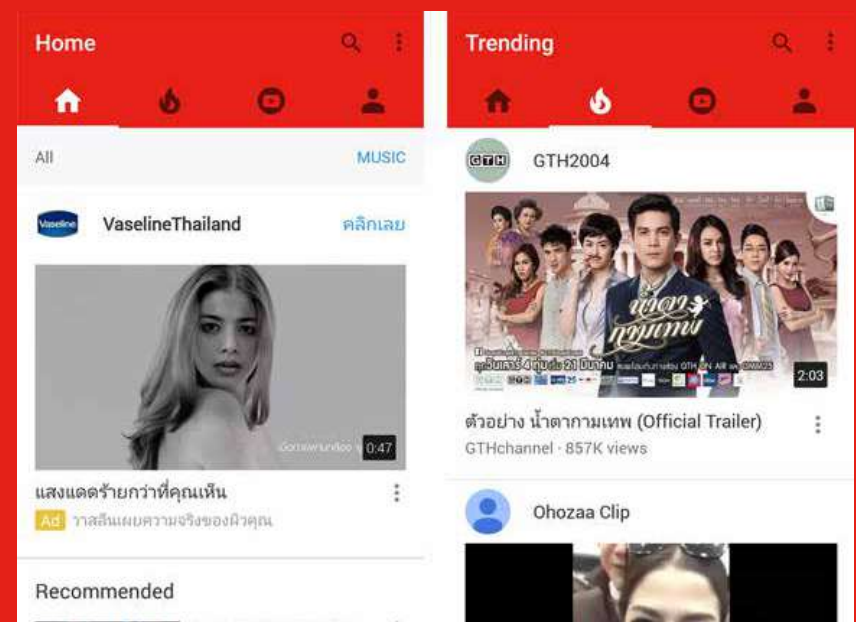
Sistema operativo de Windows para teléfonos móviles. Microsoft no logró la penetración del mercado que esperaba y, ante el avance de sus competidores, Microsoft y Nokia cerraron una alianza estratégica para relanzar Windows Mobile. En octubre de 2011 fue presentado el Nokia Lumia 800, primer terminal de la compañía finlandesa que aplica Windows Phone.

YouTube

Sitio web donde los usuarios pueden publicar y mirar videos. Los empresarios podrían abrir una cuenta, o "canal", para publicar videos sobre los procesos de producción de sus productos, las funciones de los empleados, detalles logísticos, o simplemente para promocionar la empresa y visibilizar la marca.

Usabilidad

Es el criterio para medir que tan sencillo resulta para un usuario encontrar lo que busca o hacer lo que quiere en un sitio web. En Internet el tiempo hace la diferencia. Un sitio web debe captar la atención de su audiencia en menos de 8 segundos. Si el usuario no encuentra la información fácilmente se irá a buscarla a otro lugar.



Tráfico



Analítica web

Informes y análisis de la actividad de una página web, que buscan conocer el comportamiento del usuario dentro del sitio web. Algunos ejemplos de estadísticas que se pueden obtener son: visitantes totales, visitantes únicos, visitas por página, procedencia de las visitas, tiempo medio de permanencia en el sitio web, porcentaje de rebote, entre otras. Una de las herramientas más completas para hacer Analítica Web es Google Analytics, que ofrece información agrupada según los intereses de distintos perfiles: ejecutivos, técnicos de marketing y administradores del sitio.

Banner

Aviso publicitario que ocupa un espacio dentro de una página web en internet, generalmente en forma rectangular. Además de generar visibilidad, también sirve para atraer visitantes al sitio web del anunciante.

Buscador

Un buscador es un sistema informático que almacena archivos pertenecientes a sitios web. El buscador más conocido actualmente es Google. Las búsquedas se hacen por medio de palabras sencillas como "hotel" o "Barcelona", o por medio de varios términos con el fin de encontrar algo más específico como "agencia publicidad bogotá". El resultado de la búsqueda es un listado de sitios web donde se mencionan temas relacionados de acuerdo con la o las palabra buscadas.





Campaña digital

Conjunto de acciones publicitarias que se desarrollan en internet. Puede incluir anuncios de todo tipo en diferentes formatos y portales.

CPA (Costo por Acción)

En este tipo de publicidad online, el anunciante paga únicamente cuando se produce la acción deseada o perseguida con el anuncio (comprar, llenar un formulario para recolectar datos de contacto o inscribirse a un boletín o suscripción).

CPC (Costo por Click)

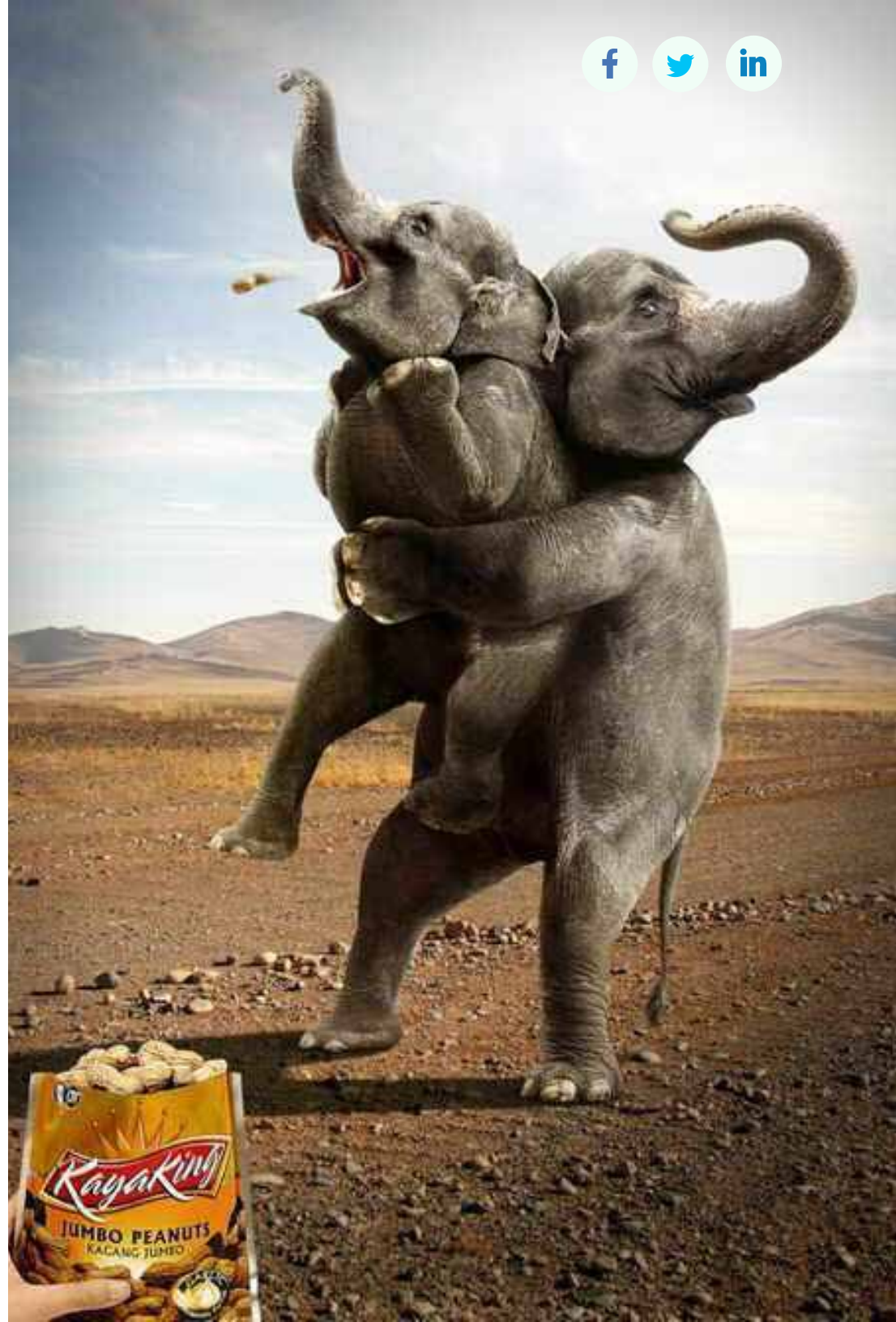
En este caso el anunciante no paga en función de la audiencia que ve un anuncio, sino en función del usuario que responde al anuncio, realizando un clic y manifestando así su interés en visitar la web del anunciante para saber más.

CPM (Costo por Mil)

Este es otro de los mecanismos o modelos de publicidad que consiste en pagar un determinado precio por cada mil impresiones, es decir, mil veces que se muestra un anuncio publicitario en un sitio web. Sólo se refiere a visualización y no determina la efectividad de un anuncio, puesto que no hay certeza de que el usuario le haya prestado atención.

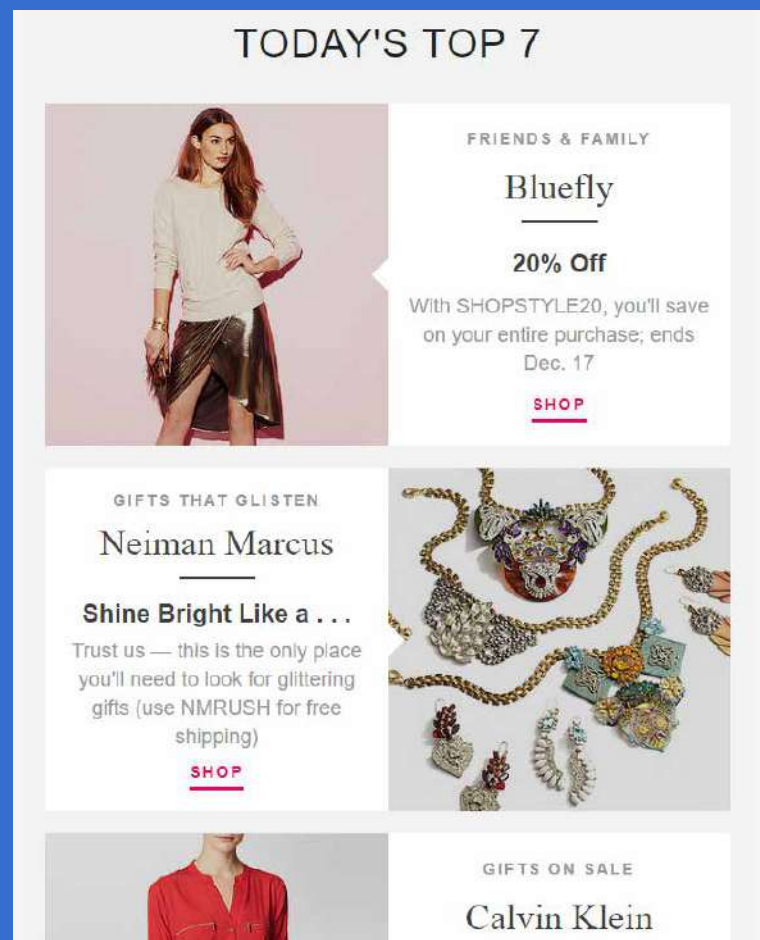
CTR (Click Through Rate)

También llamado proporción de clics. Es un indicador para medir la eficacia de una campaña de publicidad on-line. Como ecuación matemática, es el total de clics que recibe una página web o CTA, dividido por el número de oportunidades que los usuarios tuvieron para hacer click (impresiones) x 100. Por ejemplo si un CTR es 1,5%, quiere decir que 15 veces hicieron clic sobre un anuncio que apareció 1000 veces en la pantalla de los usuarios que ingresaron a ese sitio web. El CTR promedio se sitúa en el 0,10% debido a la saturación publicitaria a la que se exponen los usuarios.



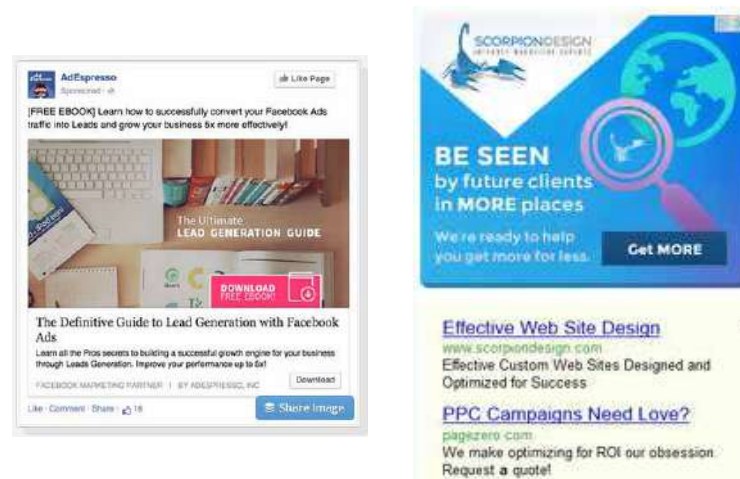
Email Marketing

Es la estrategia de enviar correos electrónicos con información promocional o informativa, a una lista de personas. Por ejemplo, si un diseñador novato quiere promocionar sus servicios, puede enviarle a clientes potenciales un correo con información sobre sus servicios para motivarlos a que lo conozcan.



Facebook Ads

Es el sistema publicitario de la red social Facebook. Se caracteriza por su alta segmentación, es decir, los anuncios aparecen ante audiencias con características muy específicas: edad, sexo, ubicación, profesión, estado civil, gustos, aficiones, intereses, búsquedas frecuentes, etc. Cada anunciante puede delimitar concretamente a qué tipo de usuario quiere que se dirija su publicidad.



Google AdWords

Producto de Google que permite publicar anuncios on-line. El empresario crea los anuncios y elige las palabras clave, es decir, aquellos términos relacionados con su negocio. Cuando los usuarios realicen una búsqueda en Google introduciendo una de esas palabras clave, el anuncio puede aparecer del lado derecho de los resultados de la búsqueda y/o antes de los resultados no pagos. De esta manera, la publicidad se mostrará únicamente a un público que ya está interesado en dicho producto o servicio.

Landing Page

También se conoce como Página de bienvenida o página de aterrizaje y es a donde llega un usuario después de hacer clic en un anuncio publicitario o por medio de un Call to Action ubicado en una página web, blog o red social.



Link building

Estrategia de posicionamiento que busca aumentar la autoridad de una página mediante la generación de links hacia ella. Los buscadores como Google o Bing consideran más relevante una web que tenga muchos backlinks (links que lleven a la página). A mayor relevancia, mejor ubicada estará la página dentro de los resultados de los buscadores, y por lo tanto, mayor será el flujo de visitas.



Marketing de contenidos

Estrategia en la cual una empresa genera y financia contenido periodístico, educativo o recreativo, de alta calidad. De este modo, las compañías captan la atención de su target y de los medios de comunicación para que multipliquen el contenido creado por ellas. El contenido se vincula directamente con la identidad, valores y atributos de la marca, lo que aumenta el contacto con los consumidores y genera una relación directa y personalizada. No se trata de promover ni vender un producto o servicio, sino de concentrarse en relacionar directamente al consumidor con la marca y atarlo emocionalmente a sus valores.

Palabras clave

Palabra(s) específica(s) que un usuario introduce en un buscador para encontrar algo específico. Por ejemplo, un empresario buscando un abogado para su empresa buscará “abogado bogotá”. Esos términos son las palabras clave. El resultado será una lista de sitios web que las contengan.

Posicionamiento en buscadores

Es el lugar que ocupa una página web en el resultado de búsqueda que arroja un buscador. Volviendo al ejemplo anterior, cuando un empresario escribe “abogado bogotá”, le aparece una página con 10 links a páginas web diferentes relacionadas con esas palabras. La página que esta ubicada en el primer lugar, tiene mejor posicionamiento que la que está en el décimo lugar. Entre mejor sea el posicionamiento, mayores serán las probabilidades de ser visto y de atraer más visitantes.

Porcentaje de rebote

Se refiere al porcentaje de personas que abandonan una página web después de haberla visto. Una página con este porcentaje elevado no está cumpliendo su misión. Comparar las páginas que tienen alto rebote, con las que tienen bajo rebote, es una gran forma de descubrir qué le gusta al público objetivo y qué no le agrada tanto.



SEM

Una empresa puede pagar para que su sitio web aparezca en la parte de arriba de una página de resultados de búsqueda, en un buscador. Las siglas traducen Search Engine Marketing (Marketing de Motores de Búsqueda), y busca favorecer el posicionamiento de un sitio web, dependiendo de las palabras clave que busque un usuario. Por ejemplo, si alguien escribe “restaurante italiano” en un buscador, verá de primeras el link de algún restaurante que pagó para estar en esa posición.

SEO

SEO es lo que debes hacer con tu sitio web para que los buscadores lo ubiquen en los primeros lugares de las páginas de resultados, pero de forma natural; es decir sin pagar nada, contrario al SEM. La sigla traduce Search Engine Optimization (Optimización para Motores de Búsqueda). Se trata de utilizar y distribuir muy bien las palabras clave de tu negocio en tu sitio web, para que los buscadores lo encuentren y le den prioridad.



Target

Audiencia o público objetivo al que se dirige una marca o producto.

Conversión



E-commerce

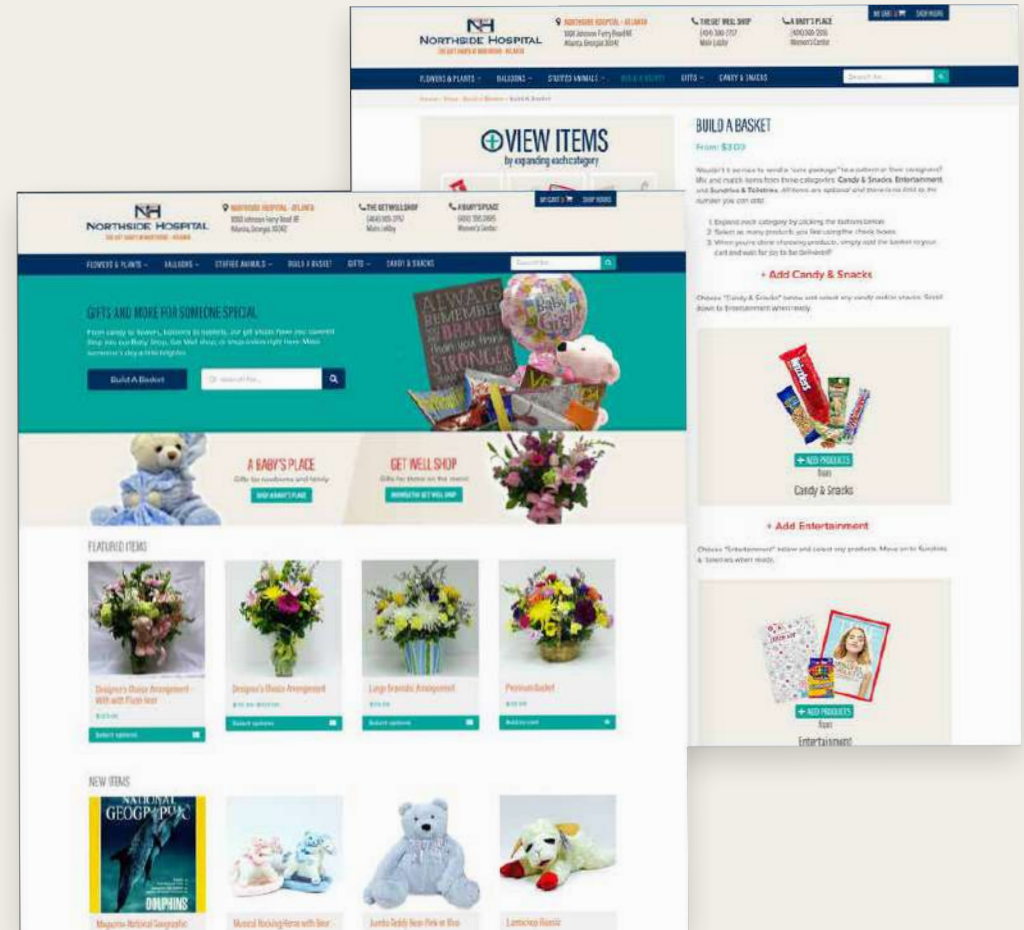
También llamado comercio electrónico, se refiere a la distribución, venta, compra y mercadeo de productos o servicios en plataformas digitales, como las tiendas virtuales.

Captcha

Códigos de autenticación que permiten confirmar que quién está enviando un formulario o completando una acción se trata de una persona y no de ningún sistema informático.

Carrito de compra

Zona virtual de un sitio de comercio electrónico donde el usuario va almacenando los objetos o servicios a medida que los va comprando, de la misma manera que haría en un supermercado. Al final el usuario decide cuáles de ellos compra efectivamente o no.





ChatBot

Chat automatizado que funciona las 24 horas del día en el sitio web que se instale. Es un robot que solicita los datos de contacto a los clientes interesados en resolver dudas o inquietudes, y los almacena en una base de datos.

Check-out

Se trata del último paso en el ecommerce, donde se completa el pedido y se efectúa el pago. Es un paso crítico porque es donde se va a determinar si se realiza o no la conversión.

Couponing

Modelo de negocio ecommerce basado en las compras colectivas y los cupones de descuento online. Basan su modelo de negocio en la ventas grupales, como Groupon, Groupalia o Lets Bonus.

Cross Selling

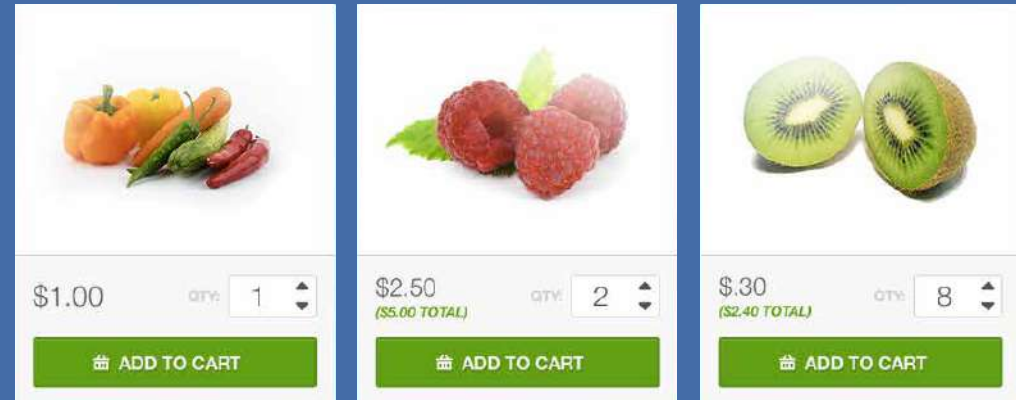
Venta de artículos relacionados con el producto como complementos, accesorios, compras con intereses relacionados, etc.

CMR

Customer Relationship Management (Administración de relaciones con los clientes) busca convertir al cliente en el centro de la estrategia de ventas. En una plataforma, un sistema CRM permite mantener contacto permanente con los clientes a partir de la información que ellos mismos proporcionan.

CTA (Call To Action)

En español traduce “Llamado a la acción”. En una página web, puede ser un botón, un link, o un aviso cuyo objetivo es motivar a un usuario para que realice una acción deseada: descargar, suscribirse, llenar un formulario, llamar a un número telefónico, ir a una dirección, enviar un correo electrónico, etc.



33.3%


Conversión

Funnel

También llamado embudo de conversión, se trata de los pasos que van siguiendo los usuarios desde que llegan a la tienda online hasta que finalmente compran. Sirve para encontrar dónde se están perdiendo más ventas, en cuál paso del proceso.

Índice de conversión

Se refiere al porcentaje de visitantes que termina efectuando una compra, después de visitar el sitio. Por ejemplo, una tienda recibió 30.000 visitas mensuales y 281 pedidos. Eso quiere decir que la conversión fue de 0.93%. La mitad de los sitios tienen una tasa de conversión igual o menor al 1%, y tan sólo el 25% alcanza una cifra mayor a 1.7%.



Total

\$ **85**.00

Credit Card

NAME

Willem Shepherd

CARD NUMBER

5831 2225 6656 6002

EXPIRY

11/07

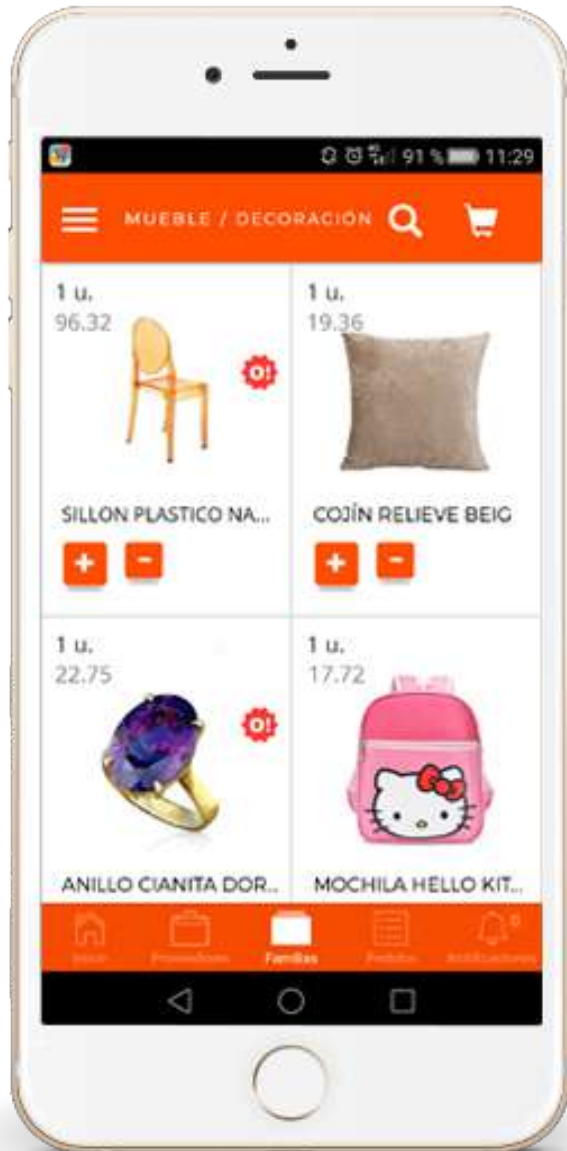
CVV

786

Proceed to checkout

Pasarela de pagos

Es un proveedor de servicios para comercio electrónico que autoriza pagos a las tiendas online, para que los clientes puedan pagar de forma segura los productos o servicios de internet. Afiliarse a una pasarela de pagos es equivalente a tener un datafono físico en un almacén. Las pasarelas de pago autorizadas son seguras, ya que cifran la información sensible, tal como números de tarjetas de crédito para garantizar que la información pasa en forma segura entre el cliente y el vendedor.



Tienda web

También conocida como tienda virtual, es un sitio web dedicado a vender productos o servicios. Los usuarios hacen sus compras en línea, con un medio electrónico de pago, o solicitando pago contra entrega en su domicilio o en la tienda física más cercana.

Social commerce

Extensión del comercio electrónico que se basa en el uso de redes sociales para ayudar en la compra y venta en línea de productos. El usuario tiene una experiencia de compra social, bidireccional, donde es motivado a la compra por comentarios de sus amigos/familiares o miembros de una comunidad a la que pertenezcan. Además el usuario puede verse beneficiado por descuentos acumulables para próximas compras en función del número de contactos a los que recomienda el producto adquirido.

Fuentes

- Microsoft Developer Network
- Glosario. iabspain.net
- definicionabc.com
- Diccionario de marketing. puromarketing.com
- Diccionario e-commerce. ydral.com
- Publicar.com