

Glossário - Marketing para E-commerce

Olá, seja bem-vindx ao nosso glossário de Marketing para E-commerce!

Estamos muito felizes em ter você por aqui e vamos te acompanhar durante toda essa jornada de aprendizado na EBAC.

Sabemos que é muito comum nos depararmos com vários termos diferentes e isso acontece não só com quem está migrando de área, mas até mesmo com aqueles que já conhecem bastante sobre a profissão. Para facilitar, nós separamos palavras e expressões utilizadas, dessa forma você terá uma noção geral do que é usado no mercado e no dia a dia de Marketing para Games.

Consultamos fontes confiáveis e contamos com a experiência de nossos professores e tutores para criar um material super completo.

Dica: para encontrar mais rapidamente a palavra que procura aperte o comando CTRL+F e digite o termo que deseja achar. Caso não encontre no nosso material sugira para nós em online@e-bac.art.br.

Automação de Marketing: ações de marketing realizadas de maneira semi ou totalmente automática através de ferramentas específicas. É utilizada para facilitar o trabalho e aumentar os resultados. Um bom exemplo dessa automação é a nutrição feita através de e-mails.

Brainstorm: técnica para buscar soluções criativas para problemas ou elaborar ideias coletivamente.

Brand: Marca, nome.

Brand Equity: quando o valor do produto foi agregado com tanto sucesso que a marca se torna sinônimo de um produto.

Brand Image: imagem da marca. Série de valores e posicionamento no mercado que uma marca deixa ou deseja transparecer.

Branding: conjunto de soluções fundamentais para a nutrição e sobrevivência de uma marca no mercado. Engloba todas as questões desde a sua formação até sua gestão contínua, como identidade visual, estratégias de posicionamento e relação com público etc.

Briefing: série de instruções organizadas de maneira resumida para orientar alguma atividade ou tarefa. No marketing digital também pode aparecer como Pitch.

Boom: momento ou período onde a procura ou o interesse por algo dispara vertiginosamente..

Case: relato ou exposição de alguma experiência de sucesso. Geralmente usado para mostrar como certas técnicas e diferenciais ajudaram clientes na prática.

CEO (Chief Executive Officer): também conhecido como presidente do executivo ou diretor geral, é um dos cargos mais altos de uma empresa. Acima dele, somente o dono ou presidente da companhia

Glossário - Marketing para E-commerce

Chairman: presidente do conselho administrativo de uma empresa..

CMO: é o diretor de marketing de uma companhia (Chief Marketing Officer, em inglês).

CMS: sistema para gerenciamento de conteúdo (Content Management System, em inglês). É uma aplicação web especialmente desenvolvida para facilitar a produção de conteúdos – o WordPress é um ótimo exemplo de CMS.

Co-branding: associação entre duas marcas que busca agregar valor para entrar em mercados onde, sozinhas, elas teriam pouca ou nenhuma credibilidade.

Conversão: é quando a CTA sugerida dá resultado, levando o usuário à “conversão” desejada, como uma compra, curtida, visualização, download, assinatura de newsletter, preenchimento de um formulário, entre outras possibilidades.

Core Business: é o coração de um negócio, sua essência, o núcleo de atuação de uma empresa.

CTA: são as Chamadas para Ação (Call to Action), bastante utilizadas para induzir ou sugerir que consumidores realizem algum tipo de ação em sua página, como clicar em botões, banners, ofertas, links sugeridos ou patrocinados, baixar conteúdo, etc.

eBook: são livros ou manuais eletrônicos, que podem ser baixados e lidos diretamente em qualquer dispositivo digital. São ferramentas mais completas e abrangentes, tais quais seus similares físicos.

Endomarketing: marketing interno, utilizado para motivar, educar e aumentar a produtividade e o bem estar dos funcionários.

Freelancer: profissional que presta serviços esporádicos, sem nenhum vínculo empregatício mas, às vezes, com algum vínculo contratual.

Guest Post: conteúdo escrito por algum convidado (blogueiro, empresa, especialista) e publicado em seu blog.

Google Hummingbird, Google Panda e Google Penguin: Algoritmos do Google que são constantemente atualizados, apresentando cada vez mais melhorias na indexação de páginas e nos resultados de busca. Hummingbird: interpreta sinônimos, contexto, localização e pesquisas prévias para ranquear uma página; Panda: analisa a qualidade dos conteúdos e penaliza aqueles criados apenas para “abocanhar” resultados de pesquisa; Penguin: leva em conta especialmente a qualidade do link building, inibindo práticas de black hat.

Glossário - Marketing para E-commerce

Inbound marketing: Inbound marketing ou marketing de atração é uma forma de publicidade online na qual uma empresa se promove através de blogs, podcasts, vídeo, e-Books, newsletters, whitepapers, SEO e outras formas de marketing de conteúdo.

Keyword (palavra-chave): palavra-chave utilizada para identificar o assunto principal de um texto. Estratégias como SEO se utilizam bastante das keywords para melhorar o ranqueamento nos resultados de motores de busca.

Landing page (página de destino): são as páginas de aterrissagem para onde os internautas acabam direcionados após clicarem em uma determinada ação de marketing com o propósito de realizar uma conversão, como uma compra ou uma curtida em sua página no Facebook.

Long Tail Keyword: são expressões ou palavras chaves de cauda longa, ou seja, com um maior número de termos específicos para se encontrar um determinado produto. Essa alternativa ganhou popularidade recentemente, pois deixa as buscas mais concentradas e abrangentes, ideais para aqueles que ainda possuem pouca notoriedade no mercado digital, como pequenas e médias empresas.

Outbound Marketing: contraponto ao Inbound Marketing. Além de práticas de marketing tradicional, como comerciais de TV, outdoors e rádio, o outbound também faz parte de estratégias de marketing digital como os cold emails e links patrocinados.

Press Release (PR): conteúdo ou material distribuído à imprensa, visando criar um awareness sobre a marca e conquistar autoridade em outras mídias e contextos fora daqueles em que ela já atua.

Pagamento social: oferecer alguma oferta especial (desconto, cupons, etc.) a usuários que fizerem uma postagem em rede social para ajudar a promover uma marca ou conteúdo.

Squeeze page: estilo de landing page especializado na captação de emails.

Social Proof: transmitir através da aprovação e da opinião de outras pessoas certa credibilidade.

Top of Mind: produto, serviço ou marca que está sempre na cabeça das pessoas.

Webinar: conteúdo em vídeo disponibilizado ao público de maneira gratuita ou paga. Consiste geralmente na gravação de uma palestra, uma aula ou uma série em que perguntas são respondidas em tempo real. O termo é resultado da junção de Seminário e Web.

Whitepaper: é um documento que ataca um problema de maneira concisa, servindo como uma espécie de guia para superar alguma dificuldade ou desafio.