

Glossário - Marketing

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

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.

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.

Vamos lá?

Alcance de uma publicação: termo utilizado para indicar quantas pessoas tiveram acesso a determinada publicação em uma rede social.

Algoritmo: sequência de regras ou formulações utilizadas para a resolução de um problema. É um conceito usado na definição de ferramentas internas ao Google, Facebook, Instagram e outras redes, por exemplo, em que a indicação de um algoritmo é o responsável pela realização de buscas inteligentes, classificação de postagens, segmentação de públicos, etc.

Analytics: o termo “Analytics”, no Brasil, é comumente associado à ferramenta Google Analytics, que permite a análise de dados de seus websites e o acesso a informações como número de visitantes, tempo de visita, origem de entrada no site etc. No entanto, redes sociais, como o Twitter e o Facebook, também possuem a funcionalidade de análise de dados internos, ou analytics, garantindo o acesso a informações de seu público nas contas sob seu domínio.

API: uma API compreende padrões de programação que permitem o acesso a determinado aplicativo ou software, além da sua integração com outras funções customizadas. O Graph API, do Facebook, e o Fabric, do Twitter, são as duas API mais conhecidas e replicadas das redes sociais atualmente. É através da API que softwares externos conseguem integrar funções com as redes (como o mLabs, por exemplo).

Avatar: é uma imagem geralmente utilizada como foto de seu perfil na rede social. Avatar também pode significar uma personificação sua dentro do mundo digital, como vemos em jogos online de simulação, por exemplo.

Automação de Marketing: utilização de tecnologias no marketing com o objetivo de simplificar processos, tornando-os mais eficazes e escaláveis. A ideia é automatizar o processo, por exemplo, de um envio de e-mail ou envio de uma mensagem de marketing.

Glossário - Marketing

Bio (do Instagram): derivado de Biografia, a Bio é uma expressão amplamente utilizada em redes sociais (como o Instagram) para indicar suas informações de perfil. Pode-se incluir nome, idade, país de origem ou link para o portfólio, por exemplo.

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.

Brand Persona: a Brand Persona é um personagem capaz de reunir em si todas as características e valores que uma marca deseja transmitir ao seu público. Nela estarão espelhadas a linguagem e o tom da empresa, sempre se adequando à identidade do negócio.

CAC (custo por aquisição de cliente): métrica que quantifica o custo de aquisição por cliente, ou seja o quanto foi investido em marketing e vendas para se conseguir cada cliente da empresa.

CANVA: ferramenta online e gratuita de criação de peças gráficas que tornou-se popular pela facilidade de uso. Permite a criação de imagens voltadas principalmente para redes sociais diversas.

Conversão: no vocabulário do Marketing Digital, converter diz respeito a mudar o status de um usuário para algo do seu interesse. Por exemplo, converter (transformar) um acesso (de um usuário) em uma venda. Ou converter um usuário em lead.

CPC (custo por clique): métrica referente ao valor médio cobrado por um clique no seu anúncio. Esse valor é calculado dividindo-se o custo total pelo número de cliques.

CPM (custo por mil impressões): métrica referente ao valor médio cobrado por mil impressões em seu anúncio. Esse valor é calculado dividindo-se o custo total pelo número de impressões e multiplicando por mil.

CTR (click through rate / tradução: taxa de cliques): métrica referente a taxa de cliques, ou seja, a relação entre o número de cliques e o número de visualizações de um anúncio. É o cálculo da divisão entre o número de vezes que o anúncio foi clicado e as visualizações recebidas.

DM/DIRECT (direta/direto): o Direct é uma função do Instagram que permite a troca de mensagens diretas entre os usuários, como um chat.

Feed do Instagram: área da rede em que ficam armazenadas as publicações e podem ser acessadas pelos seguidores.

FOOTER (rodapé): nome dado ao rodapé de uma página (inclusive no código da página será classificado assim).

Glossário – Marketing

Fundo de Funil (rodapé): no estágio do fundo de funil, a pessoa já reconheceu o problema, buscou e encontrou a solução e agora está procurando a melhor oferta. Por isso, esse é o momento de mostrar o que a sua empresa tem a oferecer.

Funil de Marketing: o funil de marketing segue a estrutura de um funil real, cujo topo é maior e vai se estreitando até o final. Da mesma forma, o funil de marketing começa com um grande número de possíveis clientes e vai diminuindo até extrair os mais qualificados que irão se tornar consumidores de fato. Esse modelo representa a jornada de compra do cliente, com todas as etapas e gatilhos ligados à transição entre cada estágio.

Hashtag (símbolo: #): são palavras-chave ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita numa rede.

Header (título): o termo headline pode ser traduzido como manchete, chamada ou título. Nome dado ao cabeçalho de uma página web (inclusive no código da página será classificado assim).

Impressão: quantidade de vezes que um anúncio foi entregue aos usuários. Ela é contabilizada sempre que o seu anúncio é exibido.

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): uma palavra-chave é uma palavra que resume os temas principais de um texto. Identifica ideias e temas importantes para servir de referência a pesquisas.

Landing page (página de destino): é uma única página web que aparece em resposta ao clique em um resultado de busca de um mecanismo de pesquisa otimizado, promoção de marketing, e-mail de marketing ou um anúncio online.

Lead: lead é alguém que forneceu suas informações de contato (nome, email, telefone, etc.) em troca de uma oferta de valor no seu site (conteúdo, ferramenta, avaliação, pedidos sobre produto/serviço, entre outros).

Lead scoring: lead é alguém que forneceu suas informações de contato (nome, email, telefone, etc.) em troca de uma oferta de valor no seu site (conteúdo, ferramenta, avaliação, pedidos sobre produto/serviço, entre outros).

Glossário – Marketing

Martech: qualquer software ou ferramenta que vise otimizar uma estratégia ou campanha de marketing pode ser considerado uma Martech. Muito comum no universo das startups, o nome representa a junção entre “marketing” e “technology”.

Meio de funil: o ponto de transição da primeira etapa para a segunda é o reconhecimento do problema. Assim, o meio de funil é quando o visitante já leu e se informou sobre o assunto, entendeu que tem um problema e está em busca da solução. Neste estágio as informações podem ser um pouco mais técnicas e específicas para ajudar as pessoas a tomarem a decisão de compra.

Meme: meme é um termo grego que significa imitação. O termo é bastante conhecido e utilizado no “mundo da internet”, referindo-se ao fenômeno de “viralização” de uma informação, ou seja, qualquer vídeo, imagem, frase, ideia, música e etc, que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade.

Orgânico referente a resultados (alcance, engajamento, impressões, etc): resultados obtidos de forma natural, sem investimento em anúncios.

Pivotagem: (conceito do pivot em uma startup) girar em outra direção e testar novas hipóteses, mas mantendo sua base para não perder a posição já conquistada. Ou seja, estratégia que repensa o produto a ser lançado ou vendido de acordo com as análises e validação do público alvo.

Pixel de conversão: é uma maneira de entender se os seus anúncios estão realmente gerando conversões. Hoje, vamos te mostrar como eles podem te ajudar a direcionar melhor suas campanhas para que elas sejam bem assertivas.

Retargeting: uma forma estratégica de lembrar o consumidor de seu interesse inicial e levá-lo de volta para o seu site para comprar, através de anúncios direcionado para impactar o usuário.

Retweet no Twitter: retweet é a republicação de um Tweet. Com a função Retweet do Twitter, você e outras pessoas podem compartilhar esse Tweet rapidamente com todos os seus seguidores.

ROI (return over Investment / tradução: retorno sobre investimento): indicador gerencial usado para saber qual foi o resultado financeiro de um investimento realizado. Ele pode ser positivo ou negativo. Você encontra o valor ao subtrair a receita gerada por aquele investimento pelo custo do investimento e em seguida, dividir o resultado pelo custo de investimento e, por fim, multiplicar por cem. Chegando, assim, à porcentagem de retorno sobre aquela ação.

SEO (search engine optimization / tradução: otimização para mecanismos de busca): conjunto de estratégias com o objetivo de potencializar e melhorar o posicionamento de um site nas páginas de resultados naturais nos sites de busca gerando conversões, sejam elas, um lead, uma compra, um envio de formulário, agendamento de consulta e outros.

Glossário - Marketing

SPAM (sending and posting advertisement in mass/tradução: envio e publicação de anúncios em massa): o SPAM é uma mensagem eletrônica que chega ao usuário sem a sua permissão ou sem seu desejo em recebê-lo. Geralmente são recebidas por e-mail, mas também podem circular pelas redes sociais ou comentários de blogs.

Story/stories do Instagram (história/histórias): é um recurso que tem como objetivo melhorar a interação entre os usuários. Consiste na possibilidade de publicar fotos ou vídeos que ficam acessíveis por até 24 horas.

TAG no marketing digital: código html que conecta a ferramenta de tráfego pago a página ou site para rastreio de resultados.

TBT (Throwback Thursday): é uma gíria popular que traduzido significa Quinta-feira do retorno ou Quinta-feira da nostalgia, costuma-se ser incluída em legendas para fotos antigas que os usuários publicam às quintas-feiras.

Timeline da rede social(linha do tempo): é o ambiente na rede social onde são vistas as postagens dos perfis que você segue. É como um feed, mas com as atualizações recebidas ao longo do uso.

Topo de funil: está ligado à etapa da jornada de compra conhecida como reconhecimento do problema, em que os visitantes descobrem que têm um problema ou necessidade para resolver.

Tweet do Twitter: termo dado a uma mensagem publicada no Twitter que contém texto, fotos, um GIF e/ou um vídeo.

UGC (User-generated content / tradução: conteúdo gerado pelo usuário): vários tipos de conteúdos que são criados pelo usuário ou consumidor final.

URL (Uniform Resource Locator / tradução: localizador uniforme de recursos): um URL se refere ao endereço de rede no qual se encontra algum recurso informático, como por exemplo um arquivo de computador ou um dispositivo periférico.