



Marketing Digital



Introdução ao Marketing Digital



GUIA DA AULA 6



Assimile os principais termos

Termos utilizados



Acompanhe aqui os temas que serão tratados na videoaula.



Termos utilizados



Canais: São os meios pelos quais uma marca se comunica com seu público, exemplos: e-mail, redes sociais, blogs, banners em sites parceiros, etc.

Engajamento: O termo está relacionado às interações que os usuários têm com os conteúdos publicados por uma marca. Pode ser medido em "likes", comentários, respostas, cliques nos links, etc.

Persona: representação de um cliente ideal. Através de pesquisas traçamos um perfil que irá permear a estratégia de marketing.

Jornada do consumidor: etapas que envolvem o cliente em um processo de compra. Tem início desde o momento da necessidade de sanar um problema, passando pela pesquisa, interesse e compra.

Target/ segmentação: grupos de público-alvo para quem vamos comunicar nossa ação, nossa campanha.

Funil de vendas: representa os diferentes estágios em que os potenciais clientes de uma empresa estão no processo de venda. Costuma ser dividido em Topo de Funil , Meio de Funil e Fundo de Funil.

CTA: call to action, chamada para ação, exemplo: compre aqui, acesse o site, saiba mais

Landing page (LP): página dedicada a uma oferta, contém formulário para preenchimento de dados

Conversão: resultado final a ser atingido, como uma venda, um cadastro

Lead: cliente potencial - marketing identifica quando um indivíduo demonstra interesse para adquirir um produto e/ou serviço.



Mercado: É a soma de todos os compradores e vendedores fazendo transações pelos mesmos produtos/serviços. É o local onde compradores e vendedores realizam a troca de bens e serviços, não sendo conceituado apenas como espaço de vendas.

Teste AB: teste de diferentes abordagens para entender o que traz mais resultados. É utilizado em LPs, peças criativas, textos, etc

Tráfego: todas as visitas e visualizações que acontecem em um determinado site, blog, etc

KPI: São os Indicadores-chave de Desempenho observados por um negócio. São critérios essenciais para o objetivo e andamento do seu negócio. Ex.: taxa de conversão, tempo de permanência no site...

SEM: Search Engine Marketing, marketing para os mecanismos de busca (Google, Bing, etc). Também conhecido com link patrocinado.

SEO: Search Engine Optimization, estratégias para melhorar o posicionamento de um site nas páginas de resultados naturais nos sites de busca

Retargeting: É uma estratégia de marketing para impactar novamente um indivíduo que demonstrou algum interesse pelo seu produto. Necessário capturar e rastrear o comportamento dele nos seus canais digitais

Automação de Marketing: Mecanismos que permitem a execução de ações de Marketing Digital de maneira automatizada para facilitar o trabalho e acelerar resultados.

Parametrização: são códigos implementados no endereço de destino que as campanhas serão direcionadas para mapear o que está levando tráfego para um site ou aplicativo.



Bons estudos!

