



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Profissão: Social Media Manager



GLOSSÁRIO



ÍNDICE

A	B	C	D	E	F	G
H	I	K	L	M	N	O
P	Q	R	S	T	U	V
W	Y					



Para encontrar o termo que deseja, clique na respectiva letra, use o **Control F** ou navegue entre as páginas.



A

- **Acompanhamento de conversão**

Trata-se da verificação se as conversões e metas de conversão estão sendo atingidas.

- **Adsense**

Ferramenta do Google que disponibiliza inventários para anunciantes em *sites* em que seus desenvolvedores queiram monetizar os espaços. É como se fosse um espaço onde você pode exibir seu anúncio, *banner* etc.

- **Advertiser**

É o anunciante.

- **Advertising**

É a propaganda.

- **Adwords**

Plataforma de anúncios do Google. É através desta plataforma que se fazem anúncios pagos que serão mostrados nos resultados de busca, por exemplo.



A

● Afiliados

Tipo de marketing onde os *sites* recebem pelo tráfego gerado até um determinado *site*. Cada afiliado tem um id diferente e ele sempre aparecerá na URL que leva ao *site* principal, que irá pagar por esse tráfego.

● After sales

É o pós-venda, ou seja, todo o processo de acompanhamento e suporte ao cliente após a compra.

● Agência de Marketing Digital

Agência de publicidade especialmente voltada para atuar digitalmente. Atualmente, poucas agências atendem estes requisitos.

● AIDA (Awareness, Inform the customer, Direct benefit, Action)

Sigla que determina o processo de conquistar a atenção do consumidor, despertar seu interesse para realizar a compra.



A

● **Alt Text (Alternative Text)**

Texto usado para nomear ou descrever uma imagem na internet. Motores de busca são incapazes de entenderem imagens, por isso, quando preenchido esse campo, eles conseguem entendê-las e relacioná-las ao conteúdo. É muito importante preencher esse campo para ranquear bem.

● **Anchor text**

É o texto de um *link* para outra página. Normalmente, esse texto é de cor azul e sublinhado. O Anchor text ajuda as ferramentas de busca a entender o destino do *link*, por isso é bom escolher com cuidado.



A

● Arbitrage

É o nome do processo de comprar palavras-chave com baixo custo no AdWords e utilizar o Adsense no próprio site para exibir anúncio de palavras-chave mais caras e concorridas.

● ASO (App Store Optimization)

Otimização para as buscas de um app na loja de aplicativos. É um SEO desenvolvido especialmente para esse contexto.

● 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*.



A

Autorresponder

Sistema automatizado de envio de mensagens, geralmente utilizado via *e-mail* ou Facebook. Com um autorresponder configurado, cada lead (prospecto) que se cadastra na sua lista de e-mails recebe uma série de e-mails automáticos pré-programados, sem que você precise disparar a cada pessoa individualmente.

Autoridade de página (Page authority)

É a importância de uma página no algoritmo do Google. Muitas variáveis são consideradas para alcançar uma boa autoridade, mas a principal delas é a qualidade do *link building* – quantidade de *links* direcionando para sua página, além da autoridade das páginas que linkam com a sua.



B

● **Backlink**

É um *link* para o *site*. Contam como critério de classificação de buscadores para avaliar quão importante é aquele conteúdo, dependendo de quem esteja linkando.

● **Banner**

São os tradicionais anúncios em forma de imagem veiculados em *sites*, blogs ou portais de informações. Em geral, o dono do *site* cobra um valor para que a empresa anunciante divulgue seus produtos e serviços. Também pode ser usado pelo próprio dono do *site* para conduzir o visitante a páginas específicas.



B

● **Benchmarking**

É utilizar resultados já consolidados próprios ou de concorrentes para fazer comparações para determinar o desempenho de práticas e técnicas a serem mantidas ou abandonadas na busca pelo melhor resultado.

● **Behavioral Targeting**

É o nome dado ao conceito que utiliza o comportamento do usuário e seu histórico de pesquisas para exibir anúncios que vão gerar uma maior taxa de cliques e receita.

● **Big Data**

É o nome da metodologia de uso de uma grande quantidade de dados gerados pela interação de clientes/usuários afim de otimizar estratégias e atuação.

● **Black hat**

Práticas de SEO que são consideradas antiéticas, pois se utilizam de artimanhas para posicionar melhor *sites* nos resultados do Google.



B

• Blogspot

São *posts* feitos em um *blog* de um *site*. Postagem com artigos, textos, conteúdo educativo etc.

• Boom

Momento ou período no qual a procura ou o interesse por algo dispara vertiginosamente.

• Bounce rate

É a Taxa de Rejeição, em que mostra a porcentagem de visitantes que acessam seu *site* e saem sem clicar ou explorar em outras páginas. Uma taxa de rejeição alta geralmente apresenta níveis de conversões negativas, porque ninguém fica no *site* por tempo suficiente para ler o conteúdo ou converter.



B

• **Brainstorm**

Técnica coletiva para buscar soluções criativas para problemas ou elaborar novas ideias.

• **Brand**

Marca, nome.

• **Branded content (conteúdo de marca)**

Esse termo é traduzido como conteúdo de marca, isto é, trata-se da criação de conteúdo que está diretamente relacionado ao universo de uma marca, de modo relevante para o público-alvo.

• **Brand Equity**

Quando o valor do produto foi agregado com tanto sucesso que a marca se torna sinônimo de um produto.



B

• **Brand voice (tom de voz)**

Esse termo significa tom de voz. Trata-se da melhor forma de se comunicar com o cliente de modo a estabelecer uma forte relação com a empresa, isto é, o modo como a marca vai se relacionar nas redes sociais.

• **Break-even-point**

Ponto máximo até onde um serviço pode ser mantido sem prejuízo. É a margem em que, durante situações emergenciais ou anormalidades, é possível trabalhar sem lucros e sem perdas.

• **Brand Image**

Imagem da marca. Série de valores e posicionamento no mercado que uma marca deixa ou deseja transparecer.

• **Briefing**

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



B

• **Budget**

Orçamento ou verba destinados ou alocados para alguma tarefa ou serviço.

• **Buscadores**

São *sites* que facilitam a pesquisa por informações armazenadas nos servidores da internet.

• **B2B (Business to Business/De Empresa para Empresa)**

Termo utilizado para definir empresas que atuam na venda de produtos e serviços apenas para outras empresas.

• **B2C (Business to Consumer/ De Empresa para Cliente)**

Como a tradução já dá a dica, são empresas que vendem diretamente para o cliente.



B

B2B2C

Trata-se da sigla para o termo em inglês “Business to Business to Consumer”. Em português “De empresa para empresa para consumidor”. Empresas que se relacionam comercialmente tanto com outras empresas quanto para o consumidor final, ou seja, uma empresa vende seu produto ou serviço em parceria com a outra empresa para um cliente final.



C

• **CAC (Custo de Aquisição de Cliente)**

Essa métrica mostra quanto a empresa gastou para conseguir um novo cliente, valendo tanto para o Outbound quanto para o Inbound.

• **Calculadora de engajamento**

São *sites* que usam fórmulas automáticas para calcular a taxa de engajamento de uma publicação ou perfil.

• **Canonical Tag**

Quando mais de uma página possui o mesmo conteúdo, o algoritmo dos motores de busca divide a importância das duas, diminuindo as probabilidades de um bom ranqueamento. Porém, usando a canonical tag é possível transferir a autoridade de uma página para outra.



C

• **Case**

Relato ou exposição de alguma experiência de sucesso. Geralmente usada 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.

• **Chairman**

Presidente do conselho administrativo de uma empresa.

• **Chatbots**

São programas de computador que conseguem simular o atendimento humano em conversas online (via chat). Ou seja, quando alguém interage com um chatbot, tem a impressão de estar conversando com uma pessoa real (e não uma máquina).



C

• Cliques inválidos

São os cliques em campanhas que são desconsiderados ou excluídos pelos mecanismos de busca por terem origem duvidosa.

• CMS (Content Management System/Sistema para gerenciamento de conteúdo)

É uma aplicação web especialmente desenvolvida para facilitar a produção de conteúdo – o WordPress é um ótimo exemplo de CMS.

• CMO (Chief Marketing Officer)

É o diretor de marketing de uma empresa.

• Co-branding

Associação entre duas marcas que busca agregar valor para entrar em mercados onde, sozinhas, elas teriam pouca ou nenhuma credibilidade.



C

● **Cold Call (Ligação fria)**

É o nome dado àquelas ligações para potenciais clientes sem nenhum contato prévio. É a tentativa de vender algum produto ou serviço sem nenhuma indicação de interesse demonstrada pelo cliente antes do contato.

● **Cold Mail (E-mail frio)**

É como a ligação fria. A peculiaridade destes métodos é que têm baixíssima taxa de conversão, mas quando convertem, são um processo mais rápido e direto.

● **COM (Custo por Mil Impressões)**

É a métrica usada na modalidade de pagamento por impressões. Como o nome já mostra, a cada 1000 impressões, independentemente de ter sido clicado ou não, o anúncio será cobrado do anunciante.



C

Conteúdo evergreen

Também conhecido como conteúdo perene. É aquele que continua a agregar valor aos leitores, independentemente de quando seja apresentado para eles. Em outras palavras, ele pode ser referenciado, ainda que muito tempo depois de ter sido originalmente publicado e, mesmo assim, é valioso. Essas postagens são excelentes, devido ao valor de SEO que eles fornecem.

Contextual Search

Anúncios exibidos considerando o contexto do *site* em que estão sendo exibidos. Os mecanismos de busca fazem isso como uma forma de aumentar as chances de o anúncio ser clicado.



C

● **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.

● **Cookies**

Arquivos inseridos no navegador de um usuário sempre que visita um *site*. Nele é possível armazenar informações como idioma, país e IP, facilitando identificações futuras no mesmo *site*.

● **Copywriting**

Trata-se da produção de textos persuasivos para convencer o usuário a comprar produtos ou serviços ou realizar outras ações necessárias.

● **Core Business**

É o coração de um negócio, sua essência, o núcleo de atuação de uma empresa.



C

• **CPA (Custo por ação)**

É o custo por uma ação específica realizada pelo usuário – um clique de venda ou uma impressão, por exemplo.

• **CPC (Custo por Clique)**

Utilizado para designar o valor pago por cada clique em um anúncio.

• **CPL (Custo por Lead)**

É usado para medir o valor gasto para adquirir um *lead*.

• **CRM (Customer Relationship Management/ Gerenciamento de relacionamento com clientes)**

Visa manter a boa relação entre empresas e consumidores, geralmente por meio de *softwares* para gerenciar contatos, informações e atividades, como conversas, reuniões e agendamentos.



C

CR (Conversion Rate/Taxa de Conversão)

Quantidade de pessoas que completaram alguma ação desejada em seu *site*, como o download de algum material ou o preenchimento de algum formulário.

CTA (Call to Action)

São as chamadas para ação, 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, fazer download de conteúdo etc.

CTR (Clickthrough Rate/ Taca de cliques)

Esse termo é usado para medir o número de usuários que transitam de uma parte a outra do *site*, avançando na campanha de marketing.



C

● **Cross-selling (Vendas cruzadas)**

Ação utilizada para tentar vender produtos relacionados ou que têm papéis complementares no mercado. Por exemplo, se você comprou um tênis em algum e-commerce, é provável que você seja impactado por anúncios de meias em seguida.

● **CSS (Cascading Style Sheets)**

Linguagem empregada para estilizar páginas (cores, *layouts*, fontes etc.).



D

• Data mining

Termo ligado às ciências da computação, que diz respeito à extração de informação de uma data *warehouse* que permite, através de análise estatística, encontrar padrões e outras informações nas bases de dados. Este é um conceito cada vez mais fundamental na área do marketing digital.

• Display do Google

É uma rede de *sites* em que é possível exibir anúncios de campanhas do Google Adwords.

• Domínio

Endereço principal de um *site*.

• Dumping

Venda com preços muito abaixo dos praticados (muitas vezes abaixo até mesmo do custo) para domínio do segmento.



E

E-book

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.

Edge Rank

Algoritmo utilizado pelo Facebook para avaliar a relevância de posts e se eles devem aparecer no feed de notícias. Tempo de postagem, formato do post e afinidades são alguns dos fatores considerados pelo código.

E-commerce

Tem origem no termo em inglês “*electronic commerce*”, que significa “comércio eletrônico”, ou seja, compra e venda feita pela internet.

Endomarketing

Marketing interno. Utilizado para motivar, educar e aumentar a produtividade e o bem-estar dos funcionários.



E

• Erro 404

Página de erro exibida quando o servidor é incapaz de encontrar o endereço solicitado.

• Exit Page

A última página que o usuário acessou no *site* e que fecha o ciclo do usuário dentro do domínio. Especialmente útil para entender o comportamento do usuário e definir melhores estratégias para o User Experience.



F



Fee

Preço dos honorários fixos, previamente acordado entre a agência e seus clientes.



Feedback

Devolutiva feita com o objetivo de realizar uma análise ou fazer sugestões sobre práticas, tarefas e *status* de serviços.



Floor pricing

Preços mínimos para tentar atrair clientes mais sensíveis a valores. Demanda o emprego de margens muito pequenas, mas que podem ser escaladas pela quantidade de serviços prestados, por exemplo.



Follow-up

Realizar o acompanhamento das ações de marketing realizadas. Por exemplo, dar um *follow up* nas alterações em campanhas etc.



F

Freelancer

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

Funil de conteúdo

Ferramenta usada na gestão dos leads durante sua jornada. É dividido em três partes:

- **topo** (que tem como objetivo atrair leads e fornecer informações sobre a marca);
- **meio** (que tem como objetivo focar na solução de um problema que o lead tenha e que sua marca soluciona);
- **fundo** (que tem como objetivo fazer com o que lead realize a compra).



F

Funil de vendas

É o processo até o consumidor realizar uma conversão. Pode ser dividido em três estágios:

1) ToFu – Top of Funnel

São as ações, campanhas ou materiais de divulgação que servem como a porta de entrada para uma futura conversão. É o pontapé inicial que o cliente precisa para desejar consumir ou sentir-se interessado em um determinado produto ou serviço.

2) MoFu – Middle of Funnel

A partir do momento que um “lead” se interessa por determinado assunto, o MoFu tem como objetivo aprofundá-lo no tema, com conteúdo mais abrangente, técnico e relevante, ou que indica o caminho para resolver um certo problema.

3) BoFu – Bottom of Funnel

São os materiais que vão convencer ou não os usuários a comprar ou consumir determinado produto ou serviço e o porquê de aquela ser a melhor solução. Ou seja: a conversão digital.



G

GA (Google Analytics)

Ferramenta do Google que disponibiliza várias estatísticas referentes ao tráfego do *site*.

GoogleCash

É um *site* que faz parte do programa de afiliados e utiliza o AdWords para gerar tráfego para o site principal.

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.



G

• **Gross Rating Point**

Audiência total de um anúncio ou campanha.

• **Growth Hacking**

Técnica com enfoque total em gerar um crescimento acelerado através da aquisição de clientes.

• **Guest Post**

Conteúdo escrito por algum convidado (blogueiro, empresa, especialista) e publicado em seu *blog*.



H

• Happy Click

Quando um anúncio é exibido na primeira colocação na página de resultado de buscas, ele tende a receber uma taxa de cliques muito alta. A maioria desses cliques vem de usuários que sequer leram o anúncio, mas clicaram no primeiro resultado exibido.

• Hard bounce

Falha no envio de *e-mails* por razões permanentes como a inexistência de um endereço.

• Hashtag

Marcação que começa com o símbolo “#”. Permite classificar a mensagem para mensurar e verificar as postagens similares. São como as *tags* em *blogs*.

• Heading Tags

São tags para apresentar títulos e subtítulos nas páginas web (H1, H2, H3...). A tag h1 é uma das mais importantes nas páginas, pois é um dos itens analisados pelo crawler do google.



H

● Heavy Users

Grupo de consumidores que fazem uso fiel e massivo de algum serviço ou produto.

● Hiperlink

Conteúdo que leva a outra página ou conteúdo. Pode aparecer em forma de texto, imagem, botão, objeto etc.

● Holding

É o nome dado as companhias que têm o capital formado pela maioria de ações de outras empresas.

● HTML (HyperText Markup Language)

Linguagem de programação utilizada para construir e modalizar páginas web.





Inbound Marketing

É o mecanismo de entrada do marketing digital, que tem por objetivo fazer ou atrair o cliente até chegar à empresa ou ao produto desejado, e não ao contrário. As formas mais conhecidas são marketing de conteúdo para *sites*, *blogs* e mídias sociais.

Inside Sales

É o termo utilizado para designar o processo de vendas feito de dentro da empresa (através de *e-mails*, Skype, telefone etc.). Não há deslocamento físico para fechar o negócio.

Insights

Em inglês significa “percepções” mas usamos o termo na área de marketing com o sentido de geração de novas ideias ou inovação. Nas redes sociais o termo Insights é uma ferramenta de análise que possibilita avaliar alguns critérios como tráfego, compartilhamento, curtidas entre outros, para tomada de decisão.



K

○ **Key Account**

Conta ou cliente chave. Aquele que é o principal da carteira ou que deve receber atenção especial durante alguma ação.

○ **Key Prospects**

Grupo formado por aqueles potenciais clientes que mais têm chance de se tornarem clientes efetivamente.

○ **Keyword**

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.

○ **Know-how (Saber como)**

Termo usado para nomear um conjunto de conhecimentos específicos sobre algum assunto ou área.



K

KPI (Key Performance Indicators)

São os Indicadores-Chave de Desempenho, métricas utilizadas para medir o progresso e a efetividade de suas ações digitais para alcançar os objetivos traçados.



L

● **Landing Page**

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.

● **Leads**

São os usuários ou clientes potencialmente interessados em realizar uma conversão ou que demonstram interesse em seus produtos, serviços ou em sua empresa de modo geral.

● **Lead Scoring**

Pontuação atribuída a leads para determinar sua importância e qualidade. Basicamente, os pontos são utilizados para ficar mais fácil definir se são ou não qualificados.

● **Light User**

Contrapõe o heavy user. É aquele usuário eventual de algum produto ou serviço, mas que deve ser considerado nas estratégias.



L

● Link Building

“Construção de *links*”, numa tradução literal, é prática de conseguir *links* que levam a seu *site*. Quanto mais natural e relevante o processo de conseguir esses *links*, melhor o resultado. Mecanismos como o Google costumam penalizar *sites* que usam práticas black hat para conseguir *links*.

● Link earning

Similar ao link Building. Consiste na criação de conteúdo que predispõe autores de outros *sites* a criar um backlink para o seu. Neste caso, é dito que o link foi ganho, não buscado.

● Links patrocinados

São os anúncios pagos para serem veiculados nos mecanismos de busca. Sua relevância está de acordo com as palavras-chave utilizadas na procura. Outros tipos de *links* patrocinados são os anúncios em comparadores de preço e redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram, e que possuem maior destaque, para atingir um maior número de usuários, mesmo que estes não estejam interessados em determinado produto ou serviço.



L

● 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.

● LTV (Lifetime Value)

É o valor do tempo de vida de um cliente. Ou seja, o valor que este cliente gastará com seu negócio durante todo o tempo que houve um relacionamento com ele.



M

● Mailing List

Lista de *e-mails* adquirida através de ações de captura de leads ou quaisquer outras estratégias. Podem ser usadas para diversos fins, mas especialmente para e-mail marketing.

● Market Growth Rate

Taxa de crescimento anual do mercado.

● Market Share

Participação em um mercado ou segmento, medida geralmente em porcentagem. Usado para ilustrar a força de algumas empresas em contextos específicos.

● Meta-description

Descrição breve de um *site* que será exibida nos resultados de busca. Muito importante pois dá ao usuário uma prévia da página que está prestes a clicar.



M

Métricas de vaidade

São estatísticas coletadas e acompanhadas por profissionais, mas não necessariamente ajudam a tomar decisões estratégicas ou traduzem resultados de negócios significativos.

Micromarketing

Estratégias de marketing especialmente desenhadas para atuar em pequenas amostras de mercado ou com um público altamente segmentado.

Mídias sociais

É a forma como ocorre a interação e o compartilhamento entre as pessoas das redes sociais, por meio das plataformas de redes sociais como o Gmail, Instagram, entre outros. As plataformas das redes sociais são canais onde as empresas se comunicam com o objetivo de manter a proximidade com seus clientes, melhorando seu relacionamento, conquistando novos clientes e fidelizando os já existentes.



M

● Mobile

Nome dado aos dispositivos móveis (smartphones, smartwatches, celulares etc.) no mundo do marketing digital.

● MQL (Marketing Qualified Leads)

São *leads* que foram nutridas e qualificadas pelo time de Marketing, encaminhando para ficarem prontas para o time de vendas. Quando esses *leads* estão prontos para serem abordados pelo time de vendas, eles se tornam SQLs.

● MRR (Monthly Recurring Revenue/ Receita recorrente mensal)

É o valor que uma empresa ou agência recebe por mês de um cliente.



N

Newsfeed

É como se fosse a “linha do tempo” principal do Facebook onde cada usuário acompanha as atualizações dos amigos e das páginas que segue.

Newsletters

É um tipo de *e-mail* informativo com disparos recorrentes, podendo abordar diferentes assuntos.

No follow

Parâmetro utilizado para indicar aos motores de busca que não rastreiem certos *links*.

Nutrição de Leads

Envio de conteúdos (geralmente através de estratégias de automação de marketing) aos *leads* com o objetivo de fazê-los passar para as próximas etapas do funil de vendas.





Off Page

Elementos externos a um *site*, mas que influenciam seu posicionamento. Por exemplo, *links* que levam à página.

Onboarding

É a etapa inicial do relacionamento com um cliente novo em que ele informa dados importantes como: público-alvo, objetivos, pontos fortes, diferenciais da marca etc., para que possam ser validados posteriormente.

On Page

Elementos que fazem parte da página e influenciam os resultados. Aqui estão as heading tags, alt text, page title etc.

Opt-in

Decisão de receber informações por *e-mail* através de um formulário, dando permissão ao *site* para ser contatado através dessa mídia.





• **Opt-in duplo**

Confirmação de assinatura a uma lista de emails, para confirmar que ele autoriza o envio subsequente de mensagens.

• **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 *links* patrocinados e cold e-mails.

• **Overall cost leadership**

Distribuir os custos de produção e mantê-los os mais baixos para liderar um segmento.



P

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.

Página de Entrada (Entry Page)

São as primeiras páginas acessadas pelo usuário. Essa métrica é muito útil hoje em dia, pois devido às diferentes estratégias, a navegação não começa necessariamente na home do *site*.

Page Depth

Espécie de relatório que mostra a “profundidade” de uma visita ao *site*. Por exemplo, 12% dos visitantes visualizaram somente 1 página, 25% visualizaram 2 e assim por diante.

Pagerank

Escala criada pelo Google para medir a autoridade de um *site* de 0 a 10. Estrutura, taxa de rejeição, pageviews, conteúdo e *links* são alguns dos itens considerados para atribuir essa pontuação.



P

Page Title

É o título da página e um dos elementos mais caros ao SEO, pois é um dos itens mais importantes analisados pelos mecanismos de busca na hora de mostrar um resultado.

Page View

Número de vezes que uma página foi visitada.

Pilares da comunicação

- **Institucional:** São as postagens para promover a marca, como falar da história, prêmios, eventos, valores. Esse pilar busca a conexão do público com a marca em si.
- **Diferenciais:** São as postagens sobre os pontos fortes da marca como o atendimento, frete grátis, variedade de produtos, entre outros.
- **Produtos/serviços:** São as postagens que visam promover os produtos ou serviços em si ou até mesmo posts de capacitação de uso para o consumidor.
- **Engajamento:** São as postagens que promovem interação, compartilhamento, devolutivas entre os usuários.



P

Pins de Produto

São um tipo de Pin avançado que apresenta os preços, a disponibilidade, o título e a descrição mais atualizada do seu *site*. É possível que o pin tenha o selo de “mais vendidos” em caso de itens mais comprados dentro de uma categoria de produto em diferentes lojas. Ou ainda receba o selo “Popular” se for um dos pins de produto mais clicados dentro de uma categoria de produto do Pinterest.

Plano de comunicação

Trata-se da estratégia para a comunicação com os usuários contendo quais são os objetivos, público-alvo, persona, tom de voz, identidade visual, pontos fortes, dores do público-alvo, pilares de comunicação que serão trabalhados e referências.



P

● Poder aquisitivo

É a capacidade de uma pessoa ou várias ou de uma empresa adquirir bens materiais e contratar serviços.

● Posicionamento

Trata-se do lugar em que a empresa deseja ocupar em relação à mentalidade do público-alvo.

● Post carrossel

É uma postagem com mais imagens além da que está na capa. Podem ser vistas quando o usuário arrastar para o lado.

● Post estático

É uma postagem com uma imagem fixa, sem movimentos e com pouco conteúdo.



P

● **Post de vídeos**

São postagens em vídeos curtos no feed do Instagram.

● **PPC (Pay per Click/ Pagamento por Clique)**

É o método de anúncio onde se paga a cada vez que o anúncio é clicado.

● **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.

● **Prospect**

Consumidor que pode se tornar cliente do seu negócio.

● **Publisher**

Quem publica ou gerencia os anúncios. Pode ou não ser o advertiser.

● **PV (Page View)**

Mede o número de visualizações em uma página.



Q

Quarter

Refere-se à palavra “trimestre” em inglês. Ou seja, o termo “1Q2021” relaciona-se ao primeiro trimestre do ano de 2021.

R

Ranqueamento (rankeamento)

Tem origem no termo em inglês “*ranking*” que significa “classificar”, ou seja, a posição/classificação em que o *site/perfil* está para quando os usuários escreverem palavras-chaves nos mecanismos de busca.

Reach

Alcance, cobertura, abrangência de alguma ação de marketing.



R

Recency

Mostra o tempo decorrido desde a última visita do usuário ao *site*.

Redes sociais

Trata-se de um grupo de pessoas que estão conectadas de acordo com seus interesses, seja no âmbito pessoal, profissional ou espiritual. As redes sociais são estabelecidas pelo laço social e pela troca de informações.

Redirect 301

Redirecionamento de página que transfere a autoridade da página que está redirecionando para a página de destino (geralmente a principal).

Reels

É um formato de vídeos que permite incluir texto e música. Se o usuário desejar, é possível disponibilizá-lo no Feed do Instagram.



R

○ Referrer

URL em que o usuário estava antes de acessar o *site*, ou a URL que o levou a seu *site*.

○ Responsividade

É a característica do layout de *site* que se adapta a qualquer tela, desde os menores smartphones até os maiores monitores.

○ Retargeting/Remarketing

Trata-se do disparo através do uso de cookies e anúncios a usuários após visitarem um *site*, tentando impactá-los mesmo em outros *sites*. Retargeting foi o nome adotado pelo Google.



R

Revenue Share

O conceito é usado por publishers que publicam campanhas em *sites* de terceiros. É um acordo que estipula a porcentagem de rendimentos repassada à mídia onde a campanha foi publicada. Outra porcentagem é destinada ao publisher e/ou network responsável por veiculá-la.

ROI (Return on Investment/Retorno sobre o Investimento)

Consiste no resultado ou na diferença entre o dinheiro ganho ou perdido em relação à verba investida em determinada campanha ou ação de marketing.



S

Sampling

Distribuição de amostras de conteúdos e serviços. Pode ser usado para realizar testes ou para tentar conquistar clientes.

Segmentação de Leads

É o nome dado à separação de *leads* guiada por uma série de critérios. A segmentação é extremamente indicada, pois possibilita utilizar diferentes métodos e técnicas para alcançar mais e diferentes *leads*.

Segmentação por aderência de pessoas do ciclo

Ocorre quando as pessoas do seu ciclo começam a usar a rede social. E o contrário também, como é o caso do Facebook em que algumas pessoas estão deixando de usá-la.

Segmentação por atualizações e novidades

Ocorre quando há grande aderência à rede social por conta das atualizações e novidades, como é o caso do Instagram que esperou o público validar o Tik Tok para criar o Reels.



S

Segmentação por funcionalidade

Separação das redes sociais por funções, como o Twitter que opera apenas com textos curtos e abrange apenas uma parte da sociedade que gosta deste tipo de interação.

Segmentação por propósito da rede

É a finalidade com a qual a rede social foi criada. Pode se manter ou se atualizar, dependendo da estratégia.

Segmentação por produção de conteúdo

Ocorre quando uma rede social necessita de uma produção de conteúdo mais elaborada, como o Youtube, que requer ações em que uma parcela da população pode não estar disposta a fazer.

Segmentação por público

Parte de um todo da sociedade para a qual a rede social está direcionada, ou seja, pessoas com interesses em comum, como o LinkedIn que é focada em empregos e negócios.



S

○ Sessions

Número de vezes que o usuário visitou o *site*. A sessão, para essa métrica, geralmente considera a visita num prazo de 30 minutos.

○ SEO (Search Engine Optimization/ Otimização para ferramentas de busca)

É uma série de ações realizadas para melhorar o posicionamento de uma página nas pesquisas do Google.

○ SERP (Search Engine Results Page)

Termo para designar as páginas de resultado dos mecanismos de busca.

○ Sitemap

Literalmente um mapa com todas as páginas de um *site*. São extensivamente utilizados por buscadores.



S

● **SLA (Service Level Agreement/ Acordo de Nível de Serviço)**

Contrato que define as responsabilidades da equipe de vendas e de marketing quando utilizam a estratégia de Smarketing. Com esse documento, é possível entender o papel de cada time, resultando em um excelente desempenho e sem falhas na comunicação. Contudo, todos os envolvidos devem estar de acordo desde o início.

● **Slogan**

É uma frase curta e simples que ajuda a marca a ser lembrada facilmente por seus consumidores. Exemplo: “Amo muito tudo isso” do Mc Donalds.

● **Smarketing**

União das palavras Sales (vendas) + Marketing. Esse é o processo de integração das equipes de vendas e marketing de uma empresa. O objetivo é que os dois papéis tenham uma abordagem integrada comum.



S

Social commerce

Trata-se de uma estratégia de vendas usada nas redes sociais para alavancar vendas e alcançar novos clientes.

Social Proof (Prova social)

Transmitir através da aprovação e da opinião de outras pessoas certa credibilidade.

Soft bounce

Falha temporária na entrega de *e-mails* por motivos como uma caixa de entrada cheia.

Staff

Equipe de apoio por trás de algum projeto ou contrato.

Stories

Postagens com publicações diversas que duram apenas 24 horas. Podem ser imagens ou vídeos.

Squeeze page

Estilo de landing page especializado na captação de *e-mails*.



S

SQL (Sales Qualified Leads)

São aqueles *leads* que cumpriram todos os critérios de qualificação mínimos para serem abordados pelo time de vendas da empresa.

Switchers

Consumidores que não apresentam lealdade a nenhuma marca, mas que consomem com frequência.

SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats)

Ferramenta amplamente utilizada como parte do planejamento estratégico de negócios. Esse tipo de análise busca encontrar as vantagens de uma empresa em relação aos concorrentes (Strengths), suas fraquezas ou desvantagens (Weaknesses), oportunidade e vantagens competitivas (Opportunities) e ameaças internas e externas que podem comprometer o negócio (Threats).



T

● TAG

Específico para *blogs*. A etiqueta de conteúdo permite sua categorização em uma página específica, que agrupa outros *posts* com ela.

● Target

Grupo de pessoas, objetivos ou metas que são o alvo de alguma ação de marketing.

● Taxa de rejeição

Porcentagem de visitas que geraram apenas uma visualização de página, não importando o tempo que ficaram no *site*.

● Testes A/B

São testes que avaliam duas versões diferentes de estratégias, práticas, otimizações, design etc. Os dados obtidos através destes testes são usados para determinar qual a melhor opção a ser mantida.



T

Tráfego orgânico

Tráfego proveniente de uma busca feita nos mecanismos de busca sem que seja através de um *link* patrocinado/anúncio. Quanto maior o tráfego orgânico, mais significa que alguma palavra-chave sua está bem ranqueada.

Tráfego pago

Visitas no website vindas de anúncios e publicações pagas, seja nas redes sociais, *banners*, Google Adwords etc.

Trends

Significa tendências. Trends de redes sociais são conteúdos que se popularizam por determinado tempo, quando os usuários interagem e produzem publicações parecidas.

Top of Mind

Produto, serviço ou marca que está sempre na cabeça das pessoas.



U

UGC (User-Generated Content/ Conteúdo gerado pelo usuário)

Trata-se de qualquer tipo de mídia que o usuário produz para a empresa, desde comentários, posts, fotos ou vídeos.

Unique Page View

Número de vezes que uma página foi visitada, considerando apenas a visualização feita por um único usuário. Se o mesmo usuário realizou várias visitas à mesma página, apenas uma será contabilizada.

URL (Universal Resource Locator)

É o endereço de uma página na internet.



V

Visitante único

É o usuário identificado por meio de cookies ou pelo endereço de IP de seu computador e/ou dispositivo. Assim, é possível saber exatamente quantas pessoas visitaram uma página e não quantas vezes o *site* foi visitado como número absoluto.

W

Web Analytics

Coleta, medição e análise de dados de navegação e interação com páginas e serviços web com o objetivo de melhor entender o comportamento dos usuários.

Webinar

Conteúdo em vídeo disponibilizado ao público de maneira gratuita ou paga. Geralmente é a gravação de uma palestra, aula ou uma série em que perguntas são respondidas em tempo real. O termo é resultado da junção de Seminário e Web.



W

◉ **Whitepaper (Livro em branco)**

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




Y

◉ **YoY**

É uma sigla para o termo em inglês “Year-on-year” (ano a ano). É usado para comparar um período do ano com o mesmo período no ano anterior. Aqui no Brasil essa métrica também é chamada de Taxa de Variação Homóloga que geralmente é comparada ao ano anterior, mas podem ser mais de um ano, ou até anos mais antigos.



Referências

- 
 ANDRADE, Vinicius. Glossário de Marketing: os termos que você precisa conhecer. **Raccon.monks**, 19 de maio de 2016. Blog. Disponível em: <<https://raccoon.ag/blog/inbound-marketing/glossario-de-marketing/>>. Acesso em: 10, fevereiro, 2023.
- 
 DICIONÁRIO do marketing digital. **Nove digital**. 11 de março de 2020. Disponível em: <<https://nove.digital/dicionario-do-marketing-digital/>>. Acesso em: 10, fevereiro, 2023.
- 
 GLOSSÁRIO, de marketing digital. **Conteúdo sob demanda**. Curitiba, c2022. Disponível em: <https://www.conteudosobdemanda.com.br/glossario-de-marketing-digital/?gclid=CjwKCAiAioifBhAXEiwApzCztiSKBaY_3im6Qp98hIClvPe8PPq3AsEuS-uCahAcDp_kHMahhoWX5RoCCNMQAvD_BwE/>. Acesso em: 10, fevereiro, 2023.



Referências

- GLOSSÁRIO, de marketing digital. **Rock content**. 21 de março de 2018. Blog. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/glossario-de-marketing-digital/>>. Acesso em: 10, fevereiro, 2023.
- GLOSSÁRIO, de marketing digital de A a Z. **Youon**. Lisboa, [s.d]. Disponível em: <<https://www.youongroup.com/pt/blog/glossario-marketing-digital/>>. Acesso em: 10, fevereiro, 2023.



Bons estudos!

