



Como preparación a la formación de mis cursos y talleres aquí tenéis un poco de material extra. Sin duda su lectura previa, antes de iniciar la formación, os ayudará a sacar más provecho de ésta.

SOBRE MARKETING DIGITAL EN GENERAL:

Blog: Es un sitio en el que un autor (o varios) publican cronológicamente artículos referidos a determinadas temáticas en particular y en los que los lectores pueden interactuar a través de la sección de comentarios, redes sociales, etc.

Call To Action/Llamado a la Acción: Es un botón que contiene una palabra o frase provocativa que invita al lector a que realice determinada acción (como una compra, una suscripción, una consulta o a obtener mayor información) y que, al ser clickeado, redirecciona al lector a una determinada página web en la que pueda llevar a cabo la acción propuesta.

Guest Posting: Práctica a través de la cual un autor escribe un artículo como un invitado dentro del blog de otra persona.

Landing Page/Página de Aterrizaje: Página web creada y diseñada especialmente para canalizar el tráfico generado a partir de un enlace incluido en una Campaña de Email Marketing, o en anuncios pagos en Buscadores o en Redes Sociales.

Link Building: También conocido como "Construcción de Enlaces", es una estrategia SEO que consiste en lograr que otros sitios web enlacen a nuestro sitio o blog, logrando que los buscadores consideren a nuestra dirección como relevante y la posicionen de una mejor manera en sus páginas de resultados.

SEM: Sus siglas significan Search Engine Marketing y son traducidas como Marketing dentro de los Motores de Búsqueda. Aplicar una estrategia SEM significa pagar para aparecer dentro de los resultados patrocinados de los buscadores.

SEO: Sus siglas corresponden a Search Engine Optimization y se traducen como Optimización de los Motores de Búsqueda. Principalmente se trata de un conjunto de técnicas utilizadas para lograr que un determinado sitio o blog aparezca en la mejor posición posible dentro de los resultados arrojados por los distintos buscadores. Este tipo de técnicas no son pagas, sino que tienen relación con la estructura y el contenido del sitio, entre otras cuestiones de optimización a tener en cuenta.

SMM: Sus siglas representan al **Social Media Marketing** y se definen como el conjunto de acciones que lleva a cabo una organización para promover sus productos o servicios a través de las Redes Sociales o Blogs, construyendo un vínculo con su público objetivo.

SOBRE EMAIL MARKETING:

Asunto: Línea de texto que se muestra en la Bandeja de Entrada del receptor y que describe el contenido del envío. Antecede a la apertura del Email y puede o no incluir símbolos. Puede personalizarse agregando información específica de cada uno de tus Suscriptores, como su nombre o su ubicación geográfica.

Campaña: Envío de uno o varios Emails que pretenden cumplir un determinado objetivo. Puede encontrarse compuesta únicamente por texto, por texto y por imágenes; y hasta estar maquetada en HTML

Campaña Social: Es un tipo de Campaña que permite integrar y compartir su contenido en las Redes Sociales de los Suscriptores, maximizando la exposición de la marca y potenciando sus resultados.

Campaña Test A/B: Es un tipo de Campaña que te permite elegir dos asuntos o dos tipos de contenidos distintos para tu Email y enviárselos a tus Suscriptores para poder descubrir cuál ha obtenido mejores resultados. Esta Campaña realizará una prueba entre ambos asuntos o contenidos, enviándole a un pequeño porcentaje de tu lista de Suscriptores un asunto o contenido diferente. Al finalizar la prueba, medirá los resultados de cada uno de los elementos testeados y le enviará al resto de la base el resultado que mejores resultados ha obtenido.

Formulario de Suscripción: Formulario digital que suele colocarse en tu Sitio o Blog y que permite que los usuarios puedan completar los datos requeridos, suscribiéndose así a tus contenidos.

Lista de Suscriptores: Listado que contiene el Email, Nombre y Apellido (entre otra información de interés) de cada uno de tus Suscriptores. Cada Lista agrupa a determinado grupo de Suscriptores por alguna característica en común, pudiendo un Suscriptor encontrarse asociado a una o más Listas.

Rebote: Cada Rebote es un Email que no ha podido ser entregado a un determinado Suscriptor. Generalmente, debido a que la dirección de correo se encontraba bloqueada o era incorrecta

Rebote Soft: Este tipo de rebotes hacen que tus Emails no lleguen a la bandeja de entrada debido a errores o situaciones no permanentes que pueden ser revertidas en el tiempo.

Rebote Hard: Los rebotes de tipo Hard son más severos que los rebotes Soft, de allí el significado de sus nombres. Suceden cuando se obtiene una respuesta definitiva por parte del servidor de destino, indicando que ese Email no puede y no podrá ser enviado nunca a esa casilla de destino.

ROI: Es una sigla que proviene del término inglés 'Return On Investment' y que hace referencia al ratio que calcula el dinero que ha generado una determinada campaña o acción comercial sobre el dinero invertido para su realización.

ROMI: El "Return On Marketing Investment" o Retorno de Inversión en Marketing (*Marketing ROI*) es un indicador financiero de la efectividad de la inversión de mercadeo (marketing) en la rentabilidad o ganancia de la empresa. Se utiliza para definir valores financieros tangibles de la participación de los planes de medios y su resultado en la variación del margen o el beneficio de una empresa, un comercio, una marca o un producto

Segmento: Sub-grupo dentro de tu Lista o Listas de Suscriptores creado en función de características socio-demográficas e intereses en común. Segmentar tu lista permite crear Campañas adaptadas a sus necesidades y obtener mejores resultados.

Spam: Correo Electrónico enviado sin el consentimiento explícito del receptor.

Suscriptor: Persona interesada en recibir información adicional por Correo Electrónico sobre determinada empresa o institución.

Tasa de Apertura: Ratio que calcula qué porcentaje del total de los emails enviados en una Campaña de Email Marketing han sido abiertos.

Tasa de Clicks: Tasa que calcula la cantidad clicks que han sido realizados en los enlaces incluidos dentro de tu Campaña de Email Marketing en relación a las visualizaciones que ha tenido la misma.

Tasa de Conversión: Ratio que calcula el porcentaje de ventas, suscripciones, consultas o cualquier tipo de acción que haya sido fijada como un objetivo para la Campaña que se han obtenido en relación a la cantidad de envíos realizados.

Tasa de Entrega: Tasa que calcula la cantidad de Emails que han llegado a la Bandeja de Entrada de tus Suscriptores en relación a la cantidad de Emails enviados en una Campaña.

Template: Plantilla prediseñada en HTML que pretende facilitar el diseño gráfico de una Campaña, haciéndola más atractiva visualmente.