



DICIONÁRIO DE MARKETING DIGITAL

MÉTODO
DANO

Audiência / Público

Também chamada de público (ou seguidores, no contexto de redes sociais), são as pessoas que acompanham o seu conteúdo.



Autoridade

É a característica que faz com que as pessoas te enxerguem como alguém que sabe do que está falando e deve ser ouvido.

No marketing digital, é fundamental para o processo de vendas.



Avatar / Persona

Também chamado de persona, é uma descrição detalhada (com dados demográficos, hábitos, personalidade etc.) do seu cliente ideal.



Benchmarking

É uma análise estratégica do que já é feito no mercado para criação de uma referência para o seu negócio.



Big idea

É a ideia central de uma oferta. Uma promessa que sustenta toda a comunicação em torno de um produto ou serviço.



Bio

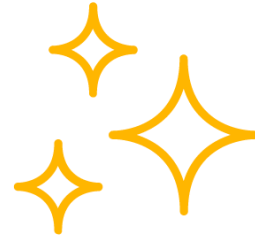
O campo de 150 caracteres destinado à descrição do seu perfil no Instagram.

É indicado que você utilize o espaço para dizer muito claramente o que faz e por que as pessoas devem te seguir.



Branding

Também chamado de gestão de marca, é o esforço para deixar sua imagem (pessoal ou profissional) mais conhecida, desejada e valiosa na percepção dos seus consumidores.



CAC

Sigla para Custo de Aquisição de Clientes. Mede o investimento médio necessário para conquistar um cliente.



Call to action, Chamada para ação, CTA

Pode ser abreviada como CTA e significa chamada para ação. É um comando dado para que as pessoas tomem uma atitude: clicar, comprar, comentar, compartilhar, por exemplo.



Captação

No mercado digital, costuma-se chamar de captação a fase em que se constrói uma lista de pessoas cadastradas para algum evento (uma série de aulas gratuitas, por exemplo).



Carrinho

Em e-commerces (Amazon, Americanas.com, etc), é o ambiente onde os itens selecionados para compra ficam salvos. No mercado de infoprodutos, é o ambiente (ou o intervalo) onde o cliente fecha a compra do produto.



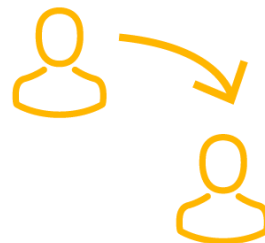
Chatbot

São robôs que automatizam o envio de mensagens, geralmente pelo Facebook Messenger. O ManyChat é o mais famoso deles.



Consultoria

O serviço prestado por um alguém com experiência de mercado que, sem executar, sugere melhorias em um projeto. As melhorias devem ser mensuráveis.



Copywriting / Copy

De forma muito resumida, é o uso de linguagem persuasiva em conteúdos e ofertas com o objetivo de despertar emoções e direcionar o leitor para uma ação – geralmente uma compra.

O nome “copy” também pode ser utilizado para dar nome ao texto em si.



CPA

Sigla para Custo por Aquisição. É o valor gasto na conversão de uma pessoa em cliente.



CPL

Pode significar Custo por Lead – o valor gasto para obter o cadastro de um comprador potencial (e-mail, número de telefone, etc).



Também pode se referir aos Conteúdos Pré-Lançamento – os conteúdos gratuitos utilizados para gerar expectativa que costumam anteceder o lançamento de um infoproduto.

CPM

Significa Custo por Mil: uma métrica utilizada em anúncios que, em vez de cobrar por clique ou conversão, cobram por impressões (número de vezes que o anúncio é visualizado).



CTR

Sigla para Click Through Rate, que pode ser traduzido como “taxa de cliques”. É a relação entre o número de pessoas que visualizam o anúncio e o número de cliques.



Se um anúncio é exibido 100 vezes e recebe 20 cliques, por exemplo, seu CTR é de 20%.

Destaques

É a seção do perfil do Instagram que fica abaixo da descrição e permite manter seus principais stories em evidência.



Geralmente é usado como as seções de um site (“quem sou eu”, “meu trabalho”).

Distribuição

É a maneira pela qual é entregue um produto ou serviço.

Também pode estar no contexto de tráfego pago, no sentido de entregar seu conteúdo através de anúncios.



Dor

No marketing digital, significa um grande incômodo que sua audiência tem e você deve resolver.



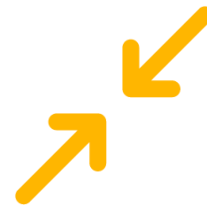
E-Mail Marketing

É a estratégia de vendas executada por e-mail. Uma forma de comunicação através do envio de mensagens em massa e automações (respostas automáticas, por exemplo. Alguns dos serviços mais famosos são MailChimp, Active Campaign e Lead Lovers.



Encurtador

São ferramentas que deixam links mais curtos e, a depender do serviço, dão estatísticas de cliques e permitem marcar pessoas para anúncios posteriores (consulte “remarketing”).



Engajamento

O relacionamento que a audiência tem com os seus conteúdos. No Instagram, por exemplo, são as curtidas, comentários, salvamentos, etc.



Escalabilidade

A capacidade de um produto ou serviço ser ampliado para atender mais pessoas.

Ganhar escalabilidade é superar a limitação de faturamento imposta naturalmente pelo tempo.



Expert

No marketing digital, é uma pessoa com grande conhecimento em determinada área com a qual você pode fazer uma parceria para lançar um infoproduto.



Faturamento

O volume de dinheiro que entra no negócio (não confundir com lucro, que é o que sobra depois que todos os custos são descontados).



Funil

No marketing digital, se dá o nome de funil ao processo que conduz desconhecidos a se tornarem clientes através de muito conteúdo e relacionamento antes da venda.



Gatilho mental

Gatilhos mentais são elementos utilizados na comunicação que levam as pessoas a tomarem uma decisão (comprar, por exemplo).

Expressões como “últimas vagas” ou “última turma do ano”, por exemplo, ativam o gatilho mental da escassez e fazem com que as pessoas fiquem mais inclinadas para comprar por medo de perder uma oportunidade.



Gerenciador de anúncios

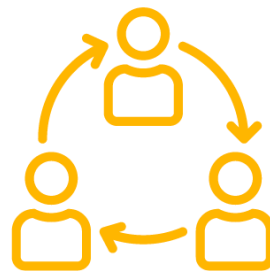
É uma ferramenta do Facebook para criação de anúncios no Facebook e no Instagram.

Ao contrário do botão “promover”, que oferece poucas opções de configuração de anúncios, no Gerenciador é possível escolher uma infinidade de aspectos e fazer promoções mais eficazes.



Gerenciador de negócios

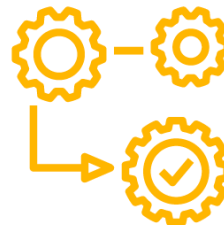
É uma ferramenta do Facebook para pessoas ou empresas que gerenciam mais de uma conta de anúncios. É muito útil para gestores de tráfego ou pessoas que tocam mais de um negócio.



Gestão

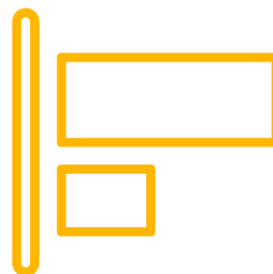
De forma resumida, é a administração de negócios e/ou pessoas.

Também pode se referir à gestão de tráfego – trabalho especializado de criação e otimização de anúncios na internet (Facebook, Google, etc).



Headline

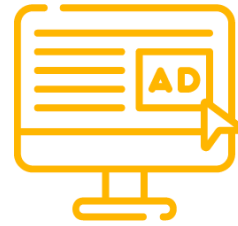
A frase de destaque de um material (um post no Instagram ou uma página de vendas, por exemplo). É a primeira coisa que é lida e precisa ser chamativa o suficiente para convencer as pessoas a continuarem a leitura.



Impressões

Nos anúncios de Facebook, é o número de vezes em que o conteúdo (ou anúncio) apareceu para alguém.

É diferente de alcance, que é número de pessoas que viram seu anúncio pelo menos uma vez.



Inbound

Uma estratégia de marketing para atrair e fidelizar o público através de conteúdo relevante e de qualidade.

É diferente do outbound, que é baseado na prospecção ativa de clientes (ir atrás das pessoas sem necessariamente gerar interesse antes).



Influência

Influência é a autoridade de uma pessoa ou empresa em determinado nicho. O poder de criar desejo e direcionar as ações de um grupo de pessoas.

Influenciadores são pessoas acompanhadas e respeitadas por muita gente nas redes sociais.

Além de ser seguido por um grande número de pessoas, é importante que o influenciador realmente exerça alguma autoridade sobre elas.



Infoproduto

Um produto digital distribuído pela internet. Pode ser em formato de texto (um eBook, por exemplo), áudio (ex.: podcast) ou vídeo (ex.: um curso em videoaulas).



Isca digital

É um produto ou serviço digital oferecido gratuitamente com a intenção de capturar o contato de um potencial cliente.

Geralmente se utiliza eBooks, planilhas, aulas e até cursos inteiros como iscas.



Lançamento

Lançamentos são estratégias de marketing digital utilizadas para gerar expectativa e demanda para um infoproduto disponibilizado para venda por um período curto.

A fórmula básica consiste em produzir conteúdos de valor, construir uma lista de pessoas interessadas num nicho e, ao final de uma série mais intensa de conteúdos, fazer uma oferta limitada para aquisição de um produto.



Existe uma série de variações de método (semente, meteórico, interno, etc), mas todas dividem o mesmo princípio.

Landing Page

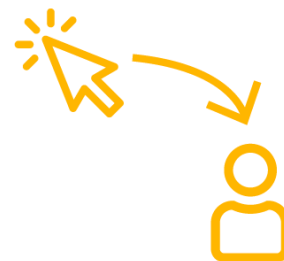
Em tradução direta, é uma “página de aterrisagem”. É uma página com todos os seus elementos voltados à conversão do visitante (em lead, por exemplo).



Ao contrário das páginas comuns de um site, as landing pages têm menos elementos e links que possam levar o visitante para um outro lugar. Todo o foco está em levar o visitante a tomar uma única ação (informar seu nome e e-mail para receber um material de valor, por exemplo).

Lead

É um potencial cliente que preencheu alguma forma de cadastro demonstrando interesse em receber informações relacionadas a um produto ou serviço.



Legenda

Além do uso mais conhecido (a transcrição do que está sendo dito em um vídeo), também se dá o nome de legenda para o texto que acompanha uma postagem em redes sociais.



Lista

Uma relação de pessoas que concordaram em te fornecer alguma forma de contato (geralmente nome e endereço de e-mail) e a permissão para isso.



LTV

LTV é a sigla para LifeTime Value e corresponde ao valor financeiro que um cliente pode gerar para o seu negócio ao longo de todo o seu tempo de vida.



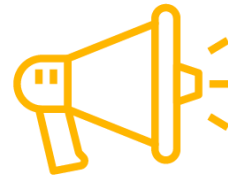
Lucro

O dinheiro que sobra do faturamento depois de retirados todos os custos. Em outras palavras, é o dinheiro que pode ser colocado no bolso.



Marketing

De forma resumida, é um conjunto de técnicas de comercialização de produtos ou serviços. A construção de mensagens feitas para favorecer a venda de um produto ou serviço.



Marketing de conteúdo

Uma forma de fazer marketing que consiste na produção de material gratuito (artigos de blog, posts em redes sociais, eBooks, vídeos, podcasts, etc) que agrega valor e desperta o desejo de comprar.



MDS

Sigla para Método Dano de Stories – uma técnica exclusiva do Método DANO para aplicar conceitos de copywriting em sequências de Instagram Stories.



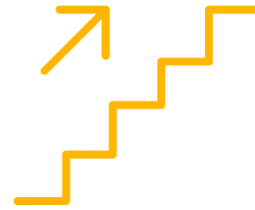
De modo resumido, consiste em fazer:

- uma enquete com uma provocação;
- a descrição de um problema;
- a geração de identificação através de uma história pessoal;
- uma exibição de autoridade;
- uma explicação dos motivos que levaram à criação de um produto;
- a apresentação dos benefícios do produto;
- a adição de um tom de desafio (“esse produto não é para todos”);
- o uso do gatilho mental da escassez (“vagas limitadas”);
- a promessa de um resultado;
- uma CTA (chamada para ação);
- a abertura de uma caixa de perguntas específica para responder questões sobre o produto.

Medicar

Um princípio utilizado na fase de Atração do Método DANO que consiste em:

- motivar a busca da transformação;
- educar para aumentar a percepção da necessidade de transformação;
- dialogar para iniciar relacionamentos e converter.



Mentoria

Um programa de direcionamento específico vindo de um mentor que já teve os resultados desejados por seus mentorados.

Um mentor direciona, passa conhecimento e pode acompanhar o desenrolar das atividades de seus mentorados de perto.



MVP

Sigla em inglês para minimum viable product, que é o produto mínimo viável.

É uma versão mais rudimentar do seu produto final, reconhecidamente com pontos a melhorar, feita para testar o mercado e receber feedback dos primeiros clientes.



Nicho

É um segmento restrito do mercado, uma segmentação para atender melhor um grupo de pessoas.

A tendência no mercado é que os profissionais se especializem em algum.



Objeção

Objeções são as desculpas clássicas que os clientes dão para não fazer uma compra (“está muito caro”, “não tenho tempo”, “isso não é para mim”).

Costuma-se falar em “quebrar objeções” quando são dadas respostas para contornar essas desculpas.



Orgânico

O tráfego orgânico são as visitas (a uma página, a um conteúdo, etc) obtidas sem gasto com anúncios, apenas pela distribuição espontânea.



Outbound

É a busca ativa de clientes sem, necessariamente, despertar interesse através de conteúdo.



Página de captura

É uma espécie de landing page voltada para cadastros de interessados em receber informações relacionadas a um produto ou serviço.



Página de vendas

Páginas de vendas são tipos de landing pages completamente voltadas para um tipo específico de conversão: a venda.



Perpétuo

Diferente de um lançamento – no qual o produto só fica disponível para compra por um período limitado – na estratégia perpétua o produto fica constantemente à venda.



PHD

Uma maneira simples para checar se uma ideia de negócio tem potencial e, também, para definir um nicho de atuação.

Basicamente, o PHD diz que o sucesso passa pela paixão (escolha de um nicho pelo qual se tenha afinidade), habilidade (escolha de um nicho no qual se tenha alguma aptidão) e dinheiro (o nicho precisa ter bom potencial de ganhos).



Pixel

Pixel é um pequeno código colocado em páginas externas do Facebook (um site ou blog próprio, por exemplo). Quando o pixel está configurado em uma página, todos os visitantes dela são marcados pelo Facebook e, mais tarde, podem receber anúncios personalizados.



Se, por exemplo, um visitante de uma página de vendas acaba não comprando, é possível mostrar anúncios para ele quebrando objeções.

PMS

Uma técnica para entender a mentalidade do público (ou dos clientes) e criar conteúdos e produtos mais assertivos.



São consideradas três características:

- os problemas que afligem essas pessoas;
- os mitos nos quais acreditam em relação à sua oferta;
- os maiores sonhos deles.

Entendendo essas três características, é possível construir uma relação forte de confiança que facilita muito a venda.

PPL

É a fase de pré-pré-lançamento de um lançamento tradicional, onde o objetivo é aumentar a base de leads através de iscas digitais.



Em outras palavras, é o momento onde são estimulados os cadastros de pessoas interessadas no assunto do lançamento em troca de algum material de valor (eBooks, planilhas, videoaulas, por exemplo).

Prospecto

As definições variam, mas prospectos são, basicamente, pessoas prontas para comprar, que efetivamente demonstraram interesse em comprar.

Costuma-se dizer que os prospectos estão um passo a frente dos leads em relação à intenção de comprar.



Público frio

São as pessoas que ainda não construíram uma relação próxima com o produto ou serviço. Precisam, portanto, de conteúdo de nutrição para que seja formado um relacionamento que leve à venda no futuro.



Público quente

São pessoas que já consumiram muito conteúdo, têm uma relação construída e estão mais próximas da compra em relação ao público frio.



Público-alvo

É um grupo de pessoas que compartilham características semelhantes e são o foco das ações de marketing.

Num exemplo simples, o público-alvo de uma marca de roupas para recém-nascidos são mulheres que tiveram filhos recentemente.



Recorrência

Um modelo de negócio no qual, ao invés de fazer uma compra única, o cliente faz uma assinatura periódica (mensal, semestral, anual).

É o modelo adotado por serviços como a Netflix e o Spotify, por exemplo.



Remarketing

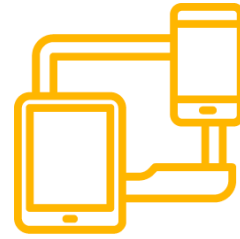
São os anúncios exibidos para pessoas que já tiveram algum contato prévio com uma oferta ou interagiram com algum conteúdo.

Um bom exemplo são os anúncios que costumam perseguir os visitantes de sites como Netshoes e Mercado Livre.



Responsividade

Costuma-se dizer que uma página é responsiva quando ela se adapta a qualquer tamanho de tela (celular, tablet, computador) sem distorcer ou cortar nenhum elemento.



Retenção

Reter clientes é mantê-los por um período longo de tempo, geralmente uma métrica importante em produtos de recorrência.

Retenção também pode se referir ao tempo que alguém passa consumindo um conteúdo (um artigo de blog ou vídeo no YouTube, por exemplo).



ROI

Sigla para Return On Investment, ou retorno sobre investimento.

De forma simplificada, é o quanto de dinheiro está retornando a partir de um investimento (em anúncios, por exemplo).



Seeding

No marketing digital, é o ato de plantar uma ideia na cabeça de potenciais clientes.

Ao falar de um produto discretamente (dando um exemplo envolvendo-o ao longo de um conteúdo, por exemplo), o desejo de compra-lo vai sendo sutilmente construído no imaginário do público.



SEO

Sigla para Search Engine Optimization, que é a otimização feita em sites para que sejam mais facilmente encontrados por mecanismos de busca como o Google.



Subnicho

É o nicho do nicho – um segmento bem específico de público.

Gestantes, por exemplo, são um nicho. Mulheres que estão gestando pela primeira vez podem ser um subnicho.



Território Alugado/Próprio

Como as redes sociais têm controle sobre o público e algoritmos que limitam a distribuição dos conteúdos, pode-se dizer que elas são “territórios alugados”.

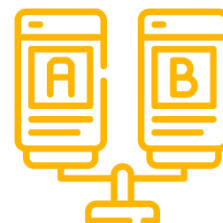
Territórios próprios, por outro lado, são ambientes sem interferência onde é mais seguro criar um público.

Listas de e-mail e canais no Telegram são boas opções.



TESTE A/B

Os testes A/B dividem o público em dois ou mais grupos e mostram conteúdos ou anúncios diferentes para cada um, analisam os comportamentos e definem qual material tem o melhor desempenho.



Ticket / Ticket médio

Ticket é o valor gasto por um cliente com um produto ou serviço.

“Ticket médio” é um termo famoso que quer dizer o quanto, em média, cada cliente gasta em compras.

Em números, é a divisão do faturamento pelo número de vendas.



Tráfego / Tráfego orgânico / Tráfego pago

Tráfego é o fluxo de pessoas visitando páginas ou outros conteúdos (posts em redes sociais, por exemplo).

Pode ser orgânico (de forma espontânea, sem anúncios) ou pago (por meio de anúncios).

