

## **AFILIADOS**

Fundamental no marketing digital e não poderia ficar ausente deste glossário. É o sistema de retribuição de parte da receita gerada pelos trabalhos na internet;

## **INSIGHT**

Significa ter uma ideia, descobrir ou notar algo que antes não havia percebido.

## **NETWORKING**

Trata-se da rede de contatos que é construída a partir de influências no trabalho ou meio corporativo.

## **LEAD**

Uma pessoa ou empresa que demonstrou interesse em um dos seus produtos. Talvez eles tenham preenchido um formulário, se inscrito em um blog ou compartilhado suas informações de contato em troca de um conteúdo. A geração de leads é uma parte crítica da jornada de um cliente em potencial para se tornar um cliente real.

## **CONVERSÃO**

A conversão é quando o usuário executa uma ação desejada. Quando uma pessoa preencher seu formulário com o objetivo de receber um conteúdo gratuito, é um exemplo de conversão. No entanto, uma conversão definitiva é quando o consumidor adquire o seu produto.

## **PROVA SOCIAL**

A prova social refere-se a um fenômeno psicológico no qual as pessoas buscam orientação daqueles ao seu redor para determinar como devem agir ou pensar em uma determinada situação. É como quando você vê muitos clientes em uma loja e assume que aquele determinado comércio é realmente bom porque está com alta demanda. Nas redes sociais, a prova social pode ser identificada pelo número de interações que um conteúdo recebe ou pelo número de seguidores que sua marca possui. A ideia é que, se outras pessoas estão compartilhando algo ou seguindo alguém, deve ser bom.

## **CRIATIVOS**

Além de ser um adjetivo bem peculiar das pessoas que têm ideias brilhantes, nesse caso, criativos são as artes de anúncios criadas no Facebook e Instagram otimizados para a exibição em dispositivos móveis e computadores. De qualquer forma, é sempre bom um pouco de criatividade para criar anúncios que deem resultado.

## **E-BOOK**

Os e-books são um tipo comum de conteúdo, geralmente para ajudar a gerar leads. Eles têm um formato mais longo do que as postagens de blog e apresentam detalhes mais profundos sobre um tema.

## **LANDING PAGES**

É a página de destino. Para onde o marketing digital atrai visitantes com suas ações;

## **COPYWRITING**

Trata-se da ação de produzir conteúdo – sejam textos, slogans, whitepapers, sites, posts, etc.) – com o objetivo de promover um produto, pessoa, ideia, negócio ou vender.

## **TOPO DE FUNIL**

O topo do funil refere-se à primeira etapa da jornada de compra. Os leads nesse estágio estão apenas identificando um problema que eles têm e estão procurando mais informações. Dessa forma, é importante criar conteúdo útil que ajude a identificar esse problema e a fornecer as próximas etapas em direção a uma solução.

## **TRÁFEGO ORGÂNICO**

Oposto ao tráfego pago, os visitantes gerados de maneira orgânica são usuários que encontraram seu site através de mecanismos de busca, como o Google. A maneira mais fácil de aumentar o tráfego orgânico é publicar conteúdo de qualidade em seu blog regularmente. Contudo, essa é uma das estratégias utilizadas em marketing digital.

## **TRÁFEGO PAGO**

Também conhecido como link patrocinado, o tráfego pago é a audiência que o seu site tem originados dos anúncios publicitários desenvolvidos por meio de plataformas específicas, como Google Ads e Facebook Ads. As principais formas de criar um tráfego pago são com base no CPC e CPM. A vantagem dessa modalidade é que você pode lançar uma campanha hoje e ver se é rentável em poucas horas.

## **SEGMENTAÇÃO**

Técnica de dividir o mercado em unidades geográficas ou – principalmente – em grupos de consumidores com interesses e comportamentos semelhantes; Cookies Informações memorizadas em seu dispositivo (computador ou dispositivo móvel) por um site. Servem para melhorar a experiência do usuário. Algumas de suas funcionalidades são: lembrar suas preferências de site, mantê-lo conectado em suas contas e permitir que ele receba conteúdo relevante. Domínio Endereço único na internet, pertencente a uma empresa ou pessoa. Pode ser desde um site até um e-mail.

## **CTA (chamada para ação)**

Call-To-Action pode ser um link de texto, um botão ao longo do conteúdo, imagem ou algum tipo de link da internet que incentiva os visitantes do site a se tornar um lead. Alguns exemplos de CTA são “Inscreva-se agora” ou “Baixe o material agora mesmo”. Essas frases combinadas com um link de acesso a um material rico são importantes “iscas” para converter um usuário em lead. 13.

## **CTR (taxa de cliques)**

Em outras palavras, a porcentagem de seu público que clica nos links do seu site. Para encontrar o CTR da sua página, você precisa saber o número total de cliques que sua página recebeu, dividido pelo número de oportunidades que as pessoas tiveram em clicar, como a quantidade de visualizações de página, por exemplo. Lembrando que os dados devem ser relacionados aos mesmos períodos.

### **CPM (custo por mil impressões)**

Essa é outra maneira de pagar por anúncios patrocinados. Isto é, a cada mil vezes que o anúncio é exibido, o anunciante paga uma quantia específica. Essa alternativa de investimento faz sentido principalmente para empresas que já têm uma estratégia de marketing bem desenvolvida e grande fluxo de visitantes.

### **FUNIL DE VENDAS**

Funil de vendas são os estágios da jornada de compra do seu público, dos quais podem ser topo, meio ou fundo de funil. Cada uma das etapas afeta o comportamento do consumidor e você precisa conhecê-lo muito bem. Por isso, a partir do seu próprio site, é possível coletar dados e entender melhor a sua persona.

### **ROI (Retorno do investimento)**

Uma medida de desempenho usada para avaliar a eficiência e a lucratividade de um investimento. Para obter o resultado do ROI, basta subtrair o custo do investimento pelo ganho em um período específico e dividir pelo custo do investimento. Se o ROI for negativo, significa que a sua ação fez com que a empresa perdesse dinheiro.