



Glosario de términos web

+1: es equivalente al “Me gusta” de Facebook y sirve para indicar que una publicación es del agrado de quien la lee en Google+.

Accesos: Número de veces que los visitantes acceden a su sitio a través de una página determinada.

Acortador de URL: permite acortar la URL que se va a adicionar a una red social, para que ocupe los menos caracteres posibles.

Acuerdo preferente (Preferred Deal, Unreserved Fixed Rate) Acrónimo: N/A Modelo de compra y venta en el que se acuerda por adelantado el precio del inventario y la temporalidad en que se utilizará. Implicaciones o recomendaciones: Ninguno de los dos está obligado a llenar un determinado número de impresiones. Bajo el modelo, frecuentemente se le da al comprador o grupo de compradores acceso preferencial al inventario. Conceptos relacionados: Compra programática, ad exchange, agency trading desk, subasta en tiempo real, DSP, SSP, DMP, subasta abierta, subasta privada, programático garantizado. Equivalencia en medios tradicionales: No existe. Categoría: Esquemas de comercialización

Administradores de contenido: son plataformas de administración de contenidos que facilita la creación de blogs y sitios Web.

Ad Exchange (Ad Exchange) Acrónimo: N/A Plataforma tecnológica en la que los editores ponen su inventario a disposición de distintos compradores (anunciantes, agencias, trading desks) en tiempo real. Conceptos relacionados: Compra programática, agency trading desk, subasta en tiempo real, DSP, SSP, DMP, subasta abierta, subasta privada, acuerdo preferente, programático garantizado. Equivalencia en medios tradicionales: No existe. Categoría: Básico

Ad Network (Ad Network) Acrónimo: N/A Red o grupo de sitios que centralizan el inventario de espacio publicitario disponible para su comercialización. Implicaciones o recomendaciones: Facilita la compra de inventario de varios sitios

a través de una sola plataforma. 10 Conceptos relacionados: Inventario, trading desk, ad exchange. Equivalencia en medios tradicionales: No existe. Categoría: Plataforma

Ad Request (Ad Request) Acrónimo: N/A Solicitud de anuncio que se realiza a través del navegador del usuario a algún servidor de anuncio (Ad Server). Implicaciones o recomendaciones: La solicitud puede o no ser respondida. Conceptos relacionados: Ad server, ad network, ad exchange. Equivalencia en medios tradicionales: No existe. Categoría: Básico

Ad Server (Ad Server) Acrónimo: N/A Plataforma de alojamiento para los creativos donde se entregan las impresiones, se miden las interacciones, se monitorean las campañas y se optimiza la entrega de anuncios publicitarios. Implicaciones o recomendaciones: Se sirve mediante tags de creativos. Conceptos relacionados: DMP, DSP, SSP, trading desk. Equivalencia en medios tradicionales: No existe. Categoría: Plataforma

Administración de redes sociales (Social Media Management) Acrónimo: N/A Conjunto de tareas mediante las cuales se administran una o varias cuentas en redes sociales. Involucra la publicación de contenido y el análisis de alcance e interacción con la comunidad para obtener información que permita la toma de decisiones. Implicaciones o recomendaciones: Este conjunto de tareas pueden ser medidas para evaluar el impacto y resultados de una marca o negocio en redes sociales. Es un canal que permite llegar a nuevos seguidores y/o clientes, y comprometerse con los ya existentes.

Adsense: red de afiliados de Google para su sistema de pago por clic.

Adwords: sistema de publicidad de pago por clic de Google.

Ad-Blocker: extensiones de Google Chrome que sirven para bloquear banners y publicidad cuando un usuario navega por Internet.

Alcance en Facebook: es el número de personas que vieron su publicación.

Alcance orgánico (Organic Reach) Total de usuarios únicos que han visto una publicación sin actividad pagada en redes sociales. Implicaciones o recomendaciones: Se recomienda generar contenido original e innovador que logre conectar con el usuario y que lo motive a compartirlo. Se debe tener presente que el alcance orgánico deja de ser "único" si se trata de obtener de diferentes publicaciones debido a que puede existir duplicidad de usuarios.

Alertas de Google: permiten hacer seguimiento a las menciones en blogs, noticias, YouTube y otros de la marca.

Alterian SM2: herramienta de monitoreo en redes sociales paga.

Amigo en Facebook: son todos los contactos que una persona con cuenta personal de Facebook ha aceptado compartir su actividad.

Amigos de fans en Facebook: indica el número de personas que son amigas de tus fans.

Amplificación (Amplification) Conjunto de acciones que ayudan a que un contenido incremente su alcance entre la audiencia en medios digitales.

Análisis de Formulario. Técnica de analítica web que consiste en estudiar los abandonos que se producen durante el proceso de rellenar un formulario. Una revisión detallada permite detectar qué campos concretos resultan problemáticos para los usuarios, posibles errores de planteamiento, imprecisiones en la descripción de ciertos requisitos... fallos que pueden subsanarse para optimizar la usabilidad del formulario y facilitar el proceso de compra o suscripción.

Análítica Web. Disciplina dedicada al estudio estadístico del funcionamiento de un sitio web; permite estudiar los comportamientos y la interacción de los usuarios con una página, con el fin de optimizar su usabilidad para conseguir los objetivos deseados. Existe una infinita variedad de mediciones y metodologías en las que basarse para la investigación. Habitualmente la analítica web recurre a técnicas como el ClickMap, test A/B y multivariante, el análisis de formularios, o el estudio de rutas de navegación. Algunas de las herramientas más populares para la analítica web son Omniture, Google Analytics, Coremetrics, WebTrends, Comscore...

“Anuncio de texto (Ad Copy). Se refiere al anuncio de texto clickeable que responde a una consulta en el buscador. Implicaciones o recomendaciones: Es importante que el anuncio de texto sea claro, relacionado semánticamente entre la palabra clave y la página de destino. Un anuncio de texto puede ser mostrado a un usuario por su comportamiento de navegación, no sólo como resultado de una búsqueda. Un anuncio de texto puede ser orgánico o pagado. Existen dos tipos de ad copy: escrito y de video.”

Anuncio de video (Video Ad) Mensaje audiovisual con contenido publicitario que es reproducido en medios digitales.

Anuncio patrocinado en buscadores (Search sponsored ads). Publicidad que aparece en los principales resultados en motores de búsqueda.

Araña web (Web Crawler/Web Spider/Web Robot) Software que rastrea, extrae e inspecciona automáticamente el código y contenido de los sitios web para categorizarlo e indexarlo. Permite al buscador generar respuestas específicas a una consulta.

Above the fold. Término derivado de los medios impresos que se utiliza para indicar si un anuncio publicitario se muestra en una página web sin necesidad de

desplazarse por ella. Se refiere a la parte de la página que es visible en el primer impacto, sin necesidad de hacer scroll. Access Provider (Proveedor de acceso. Ver ISP)

ActiveX Lenguaje de programación desarrollado por Microsoft, que permite que las aplicaciones cliente complejas y sus gráficos puedan ser vistos en un navegador web.

ASP (Active Server Page: Página activa del servidor) Es un tipo de página HTML (identificada por un nombre de archivo. **Asp**) que incluye scripts (pequeños programas) que se procesan en un servidor web antes de que la página web se sirva al navegador web del usuario. Audiencia publicitaria Número de usuarios únicos expuestos a un anuncio durante determinado período de tiempo.

Ad Blocker (Protector publicitario) Software en el navegador de un usuario que impide que se muestren los anuncios en pantalla. Ad Exchange La expresión se refiere a un espacio virtual en el que se intercambia y contrata publicidad entre los editores y los compradores a través de un sistema de gestión automatizado. El mercado aún no ha propuesto un término castellano, manteniendo el nombre original en inglés.

Ad Insertions (Inserción de un anuncio) Es un método para la contabilización de impresiones y consiste en la inserción de la imagen de un anuncio a través de tags (o archivos que la contienen) antes de que sea lanzada al navegador del usuario, y es medido por el software del servidor de publicidad (de uso exclusivo interno ya que no reporta actividad cualitativa). Ad Sense Sistema de publicidad contextual online propiedad de Google. Ad Server (ver Servidor de publicidad) Ad Tracking (Seguimiento publicitario) Método para hacer seguimiento de campañas en diferentes servidores de publicidad. Las comercializadoras de publicidad sin servidor propio suelen insertar un píxel de 1x1 para recoger de forma más fiable los datos de la campaña.

Ad Words. Producto de Google que permite anuncios online en forma textual, gráfica y en videos. Afiliación (Marketing de...) El marketing de afiliación está

especializado en la obtención de resultados. Engloba todas aquellas relaciones comerciales en las que un comerciante (tienda online o anunciante) 3 promociona sus servicios o productos mediante anuncios y un afiliado (normalmente una página web) inserta esos anuncios y promociones. Si un usuario visita una página web de un afiliado y es impactado por una promoción de un anunciante, tiene la posibilidad de hacer clic en el banner y realizar una acción determinada en el sitio del anunciante (por lo general una compra o un registro). El afiliado recibe el pago de una comisión por esta acción. Estas acciones pueden ser una venta, un registro, un clic, la descarga de un programa... Este modelo de coste por acción (CPA) define y diferencia al marketing de afiliación con respecto a otra tipología de canales.

Afinidad (Marketing de...) Venta de productos o servicios a clientes basada en sus hábitos de compra conocidos. La oferta de estos productos o servicios puede comunicarse por medio de promociones por correo electrónico, móviles, publicidad online y offline.

A-GPS (GPS Asistido) GPS integrado en móviles Smartphones y que recoge los datos de navegación de servidores externos y no de los satélites GPS, lo que agiliza la navegación, consume menos batería y consigue posicionar mejor en zonas con problemas de cobertura.

Agency Trading Desk (Gestión automatizada de compra de publicidad de las agencias de medios) Las Agency Trading Desks son departamentos especializados dentro de los grandes grupos de agencias que utilizan tecnología propietaria o un DSP para comprar y optimizar, a menudo en tiempo real, los soportes y las audiencias en Ad Exchanges, redes publicitarias y SSPs.

Agregador móvil Empresas del sector Telecomunicaciones que se dedican a ofrecer soluciones móviles, tanto a operadores (B2O), como empresas (B2B) y a usuarios finales (B2C). Estas soluciones pueden ser desde dar conectividad sms, a implementar plataformas tecnológicas o la venta de contenidos adaptados.

Agregador de noticias o Feeds. Tipo de aplicación que permite suscribirse a fuentes web en formatos RSS, Atom y otros, para recibir información actualizada de un sitio web. También es llamado lector RSS. Algoritmo Conjunto de de reglas establecidas en la programación de un sistema de gestión orientadas a la consecución de los objetivos previamente definidos. En la comercialización de medios tienden a la consecución del máximo ingreso posible para el medio y en otros entornos buscan maximizar la diferencia entre los cotes de la compra y los ingresos obtenidos por la venta. Analítica Web Informes y análisis de la actividad de una página, en concreto encaminados a conocer el comportamiento del usuario dentro del sitio web.

Anchor text (Textos “gancho” en SEO) Las palabras que forman un enlace basado en texto visible en un navegador, que son importantes para la optimización de las páginas web para buscadores, ya que les indican el contenido de la página.

Android. Sistema operativo para móviles desarrollado por Google. Se puede encontrar en diferentes fabricantes de móviles como Samsung o HTC. 4

Anonymizer. (Ocultador de Identidad) Intermediario que impide que los sitios web vean la dirección IP de un usuario. Anuncio Soporte de comunicación comercial que busca impactar en una audiencia determinada favorable a los intereses de una marca anunciante. Ver Formatos IAB para conocer tamaños y alternativas estandarizadas.

API Interfaz de Programación de Aplicaciones, es decir, interfaz de comunicación entre componentes software. Método que utiliza un programa para interactuar con funciones del sistema operativo.

Aplett (Aplicación para la navegación) Pequeña aplicación de software que utilizan con frecuencia los navegadores para mostrar animaciones automáticamente o realizar consultas en bases de datos solicitadas por el usuario. App (Aplicación) Programa informático desarrollado para dispositivos móviles.

ARPU (Average Revenue per User) Ingreso medio por usuario. Ingresos totales / usuarios únicos. Audiencia objetivo Definición de los objetivos de una campaña en función de los perfiles adecuados para los intereses de la marca. Auditoria Validación realizada por un tercero sobre la actividad registrada o sobre el proceso de medición asociado con la publicidad de Internet. Las auditorias de actividad validan los cálculos de medición. Las auditorias de proceso validan controles internos asociados con el sistema de medición. La auditoría de campaña publicitaria supone el informe de actividad de una campaña publicitaria determinada.

Automated Trading (Compraventa automática) Proceso mediante el cual el inventario de un site o conjunto de sites se compra y se vende a través de un sistema de gestión automatizado.

Automated Trading Agency & trading desk (Agencias de compraventa automatizada) Las agencias de trading automatizadas se especializan en la compra y optimización de soportes y audiencias en Ad Exchanges, redes y SSPs, bien a través de tecnología propietaria o de DSPs y, por norma general, en tiempo real. Autopromoción Anuncios de un producto o servicio de la misma empresa. Avatar Elemento gráfico seleccionado por un usuario para representarle en determinados ambientes virtuales, chats, redes sociales, etc.

Aplicaciones de Facebook: son los programas que se conectan a una página o perfil de Facebook para hacer concursos o publicar en ella información, noticias, fotos y otros tipos de contenido.

B2B: de las iniciales en inglés Business to Business, es un modelo de negocio que se da entre dos empresas.

B2C: de las iniciales en inglés Business to Consumer, es un modelo de negocio que se da entre una empresa y sus clientes.

Backbone (Red troncal) Red central encargada de conectar otras redes entre sí.

Backend. Sistemas y desarrollos que hay detrás de una página web y que sirve para gestionar usuarios y datos (que entran por el front-end).

Banner. Anuncio publicitario en forma de imagen gráfica que, generalmente, se sitúa a lo largo de una página web, en un margen u otro espacio reservado para publicidad. Ver Formatos IAB para conocer tamaños y alternativas estandarizadas. Banner expandible o desplegable Emplazamiento publicitario fijo en una web que se expande sobre la página en respuesta a una acción del usuario, como por ejemplo pasar el ratón por encima.

Beacon (Ver Píxel de control) Behavioural Advertising (ver Publicidad comportamental) BETA En desarrollo de programas o de sitios web, estado donde se experimenta un funcionamiento lo suficientemente estable pero que se considera todavía en fase de pruebas. Blog Espacio web actualizado periódicamente y que muestra las opiniones, actividades o escritos sobre temática general o especializada de una persona o grupo de personas.

Bluecasting. Sistema que permite enviar contenido de audio, video o texto a los usuarios por tecnología Bluetooth, utilizado en acciones de marketing directo.

Bluejacking. Envío de un mensaje desde un teléfono móvil o un transmisor a otro teléfono móvil que está en un rango cercano a través de tecnología Bluetooth. Bluetooth Estándar para la transmisión inalámbrica de datos entre dispositivos cercanos físicamente.

Booked Space (Espacio reservado) Número de impresiones publicitarias para un espacio publicitario que se encuentran vendidas o reservadas.

Bot (Robot de búsqueda) Tipo de robot o programa que opera automáticamente sin la intervención humana. En Internet, los bots más comunes son los spiders o crawlers, que acceden a los sitios web y reúnen referencias de su contenido para los índices de los buscadores.

Banners: son sistemas de publicidad en internet que se pagan por la cantidad de veces que aparecen (impresiones) en el sitio Web, también llamados Costo por Mil impresiones (CPM).

Big data: está asociado a conjuntos de datos que crecen rápidamente y que por su cantidad se dificulta su almacenamiento, procesamiento, análisis y gestión.

Biografía en Facebook: es el conjunto de publicaciones o actualizaciones que tienen los perfiles o páginas de Facebook.

Botón Formato publicitario. Ver Formatos IAB para conocer tamaños y alternativas estandarizadas.

Brand Advocate Browser (Navegador) Software capaz de solicitar, descargar, guardar y mostrar documentos que están disponibles en Internet. Los navegadores pueden ser de texto o gráficos. Aplicación que permite interactuar con toda la información de la World Wide Web. Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Safari...

Buffering Acción que se produce cuando un reproductor guarda porciones de un archivo hasta que tiene suficiente información para que el archivo se empiece a reproducir en el player del usuario.

Blogger.com: es un servicio de Google, que permite crear y publicar blogs en Internet.

Blogs: sitios Web personales o empresariales que permiten publicar artículos cronológicamente y poseen herramientas colaborativas y participativas.

Bloquear en Facebook: cuando bloquea a alguien, dejará de ser su amigo en Facebook.

Brandwatch: herramienta de monitoreo de redes sociales paga.

Buffer App: esta herramienta almacena las publicaciones que un community manager quiera difundir en las redes sociales Twitter, Facebook y LinkedIn.

Cached date (Fecha en caché) Esta es la fecha en que el robot de búsqueda rastreó por última vez una página. Por lo general, se indica en los resultados de búsqueda de la página. Caducidad de las cookies Periodo de duración de las cookies, pasado el cual se borrarán y dejarán de recabar información

Call to Action (CTA) (Llamada a la Acción) Herramienta o estrategia de comunicación publicitaria que busca incitar al usuario a realizar una acción después de un anuncio.

CGi Script (Interfaz común) Las interfaces CGI se utilizan para que un usuario pueda enviar información a un servidor de Internet, por lo general en formato web. Los scripts CGI (Interfaces CGI) se utilizan con formatos de menús desplegables o áreas de entrada de texto acompañadas por un botón de envío. Un programa (el script CGI en sí) se encarga de procesar los datos en un servidor de Internet remoto.

Churn Índice de bajas, medido en %. Clasificados (Anuncios...) Una forma de publicidad común en los periódicos, Internet y otras publicaciones periódicas gratuitas. Los anuncios por lo general se agrupan bajo una categoría que clasifica el producto o servicio que se ofrece y se muestran en su totalidad en una sección distinta, lo que lo hace distinto de la publicidad gráfica. Clic (Respuesta, Actuación, Presión sobre el ratón) Respuesta del usuario ante una anuncio. Métrica de la reacción de un usuario frente a un anuncio o hipervínculo en Internet.

Click Stream (Rastreo de clic) Ruta electrónica que sigue un usuario mientras navega en un mismo sitio web. Conjunto de datos informativos que describen la secuencia en la actividad entre el navegador de un usuario y cualquier otro

recurso de Internet, por ejemplo un sitio web o el ad server de un tercero. Esta información puede ayudar a los propietarios de los sitios web a entender la manera en que los usuarios usan sus sitios y cuáles son las páginas más utilizadas.

Click to Call Funcionalidad que permite que al hacer clic sobre un anuncio se genere, automáticamente, una llamada de teléfono. Normalmente se utiliza para mejorar y proporcionar un mecanismo de respuesta directa en un anuncio.

Click to Play Formato publicitario basado en una imagen estática colocada sobre el player de vídeo alentando al usuario a hacer clic sobre dicha imagen y poder ver el video.

Click Through Rate - CTR (Índice de Clic) El índice de clic es el porcentaje de impresiones publicitarias sobre las que un usuario ha hecho clic. N° de clics / N° de impresiones x 100. Cobertura Número de usuarios únicos de una web que, potencialmente, ven la página una o más veces en un determinado periodo, expresado en un porcentaje de población activa en ese site.

Cobranding (Acción conjunta del medio con la marca) Generalmente, un cobranding en Internet implica que dos sitios web o secciones de sitios web muestran sus logotipos (y por lo tanto sus marcas) de forma conjunta para que el usuario considere el sitio o sección como una empresa conjunta.

CMS (Content Management Systems: Gestor de contenidos) Herramientas web o aplicación conectada a un servidor que permite gestionar los diferentes contenidos de una página web: texto, fotos, vídeos, etc.... Comisión Ingresos que recibe una web por algún tipo de acción cuantificable, como la venta de productos o servicios de un anunciante.

Comprador. Denominación válida para cualquier empresa o estamento que actúa como comprador ante un site, bien de forma directa o a través de terceros.

Contenido (Content) Textos, imágenes, audio o video a los que el usuario está expuesto por medio de plataformas digitales.

Contenido de marca (Brand Content) Contenido generado por una marca con la finalidad de comunicar los atributos de la misma.

Contenido generado por el usuario (User-generated Content) Acrónimo: UGC
Contenido autoral generado por un usuario y distribuido en diferentes plataformas digitales por el mismo usuario, o por otros usuarios o medios.

Contenido viral (Viral Content) Contenido online compartido de una persona a otra de manera orgánica (no pagada) que logra un alcance exponencial.

Contenido patrocinado. Patrocinio de las áreas de contenido (por ejemplo, toda la página web o un canal específico) por parte de una marca.

Convergencia digital. Proceso que lleva a la unificación y homogeneidad de servicios y tecnología entre los diferentes dispositivos (PC, Móvil, tabletas, TV...), haciendo que dichos servicios no sean definidos por el terminal desde el que se accede, sino que estén integrados y ofrezcan, prácticamente, la misma experiencia de usuario.

Cookie. Las cookies son pequeños archivos que se instalan en el navegador. Contienen números y letras que identifican un navegador, pero no a un usuario concreto. La cookie envía información de ida y vuelta entre el navegador del ordenador y los sitios web visitados. Una cookie solo puede ser leída y entendida por el sitio web que la creó. No pueden contener virus ni ser ejecutadas, puesto que no son archivos activos.

CPA (Coste por acción) Modelo de compra de publicidad interactiva. El coste publicitario está basado en la realización de una acción específicamente definida por el usuario en respuesta a un anuncio. Las acciones incluyen transacciones de venta, captación de clientes o clics. CPM (Coste por mil) Modelo de compra

estándar en la publicidad interactiva. Este modelo es el más común y calcula el coste de mil impresiones publicitarias.

CPC (Coste por clic) Cualquier pago basado en el número de clics de un formato publicitario. El Coste Por Clic (también conocido como Pago Por Clic) es originario del sistema de enlaces patrocinados por palabras clave, el cual permite a los anunciantes pujar por posiciones en los listados patrocinados en función de palabras clave relacionadas con su negocio. El anunciante paga la cantidad que ha pujado solo cuando un usuario hace clic en su publicidad.

Costo efectivo por millar (Effective Cost Per Mille/thousand) Acrónimo: eCPM Cálculo de la efectividad de una campaña o parte de la misma dividiendo el costo final por los millares de impresiones servidas utilizadas para la misma.
$$\text{eCPM} = \text{Costo total (\$)} / \text{impresiones servidas} \times 1000$$

Costo Por Acción (Cost Per Action) Acrónimo: CPA Modelo de comercialización basado en acciones específicas (conversiones) hechas por el usuario en el banner y/o sitio definidas previamente por el anunciante.

CPL – (Coste por Lead: Coste por contacto) Modelo de precio según el cual el anunciante paga una cantidad fija cada vez que se le envía un contacto cualificado. Normalmente, se trata de formularios consensuados entre el anunciante y el editor de la web o empresa de marketing online con un mínimo de datos cumplimentados. Ver Marketing de Afiliación.

CPS (Cost Per Sale: Coste por venta) Modelo en el que el anunciante paga un porcentaje o una cantidad fija cada vez que el editor o la empresa de marketing online realiza una venta de su producto o servicio. Ver Marketing de Afiliación.

CPV (Coste por visionado) El coste por visionado parte de un modelo de comercio electrónico según el cual el editor web cobra una cantidad al consumidor para ver un contenido audiovisual online. Desde el punto de vista publicitario, el coste por visionado consiste en que el anunciante paga al editor o a la empresa de marketing online una cantidad cada vez que un usuario ha visto el vídeo

publicitario. Ambas partes definen de manera previa el tiempo mínimo del vídeo consumido para considerarlo un visionado.

CPO (Cost per order: Coste por venta) Modelo de compra de publicidad interactiva. El coste publicitario está basado en el número de pedidos recibidos. También conocido como coste por transacción.

CRM (Customer Relationship Management) Amplio término que cubre conceptos usados por compañías para gestionar sus relaciones con clientes, incluyendo la colección, almacenamiento y análisis de la información de los mismos. **Creatividades** Los diferentes soportes creativos que configuran una campaña de publicidad. Es habitual que los soportes, al reclamar al anunciante los mensajes a emitir en una campaña, se refieran a ellos como "los materiales" o "las creatividades".

Customer centric marketing (Marketing orientado al cliente) Estrategia de marketing basada en el detallado conocimiento de la conducta del cliente perteneciente al grupo objetivo para conseguir la completa satisfacción de sus necesidades y deseos.

Chat de Facebook: es una función que permite enviar mensajes instantáneos a sus amigos en línea.

Círculos en Google+: permite agrupar sus contactos y determinar un perfil de privacidad para cada grupo en Google+.

Comercio social: es una variación del comercio electrónico que utiliza las redes sociales para facilitar o realizar las ventas.

Comité de crisis reputacional: es un equipo interdisciplinario (incluido el gerente o presidente de la organización) que debe ser convocado cuando se presente una crisis de reputación en la empresa.

Comunicación 2.0: es aquella que potencializa las redes sociales y la participación de los usuarios para aumentar su impacto y efectividad.

Comunidades en Google+: es el equivalente a los grupos en Facebook.

Community manager: es aquella persona responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes.

Conversión. Se le llama conversión al momento en que el usuario realiza la acción que nos hemos puesto como objetivo (no necesariamente la venta).

CTA Call To Action. Es la llamada a la acción. Texto que invita al usuario a realizar la acción que tenemos por objetivo.

CTR Click-through rate. Es una métrica que mide la proporción de clics, sobre las impresiones.

Crowdsourcing. Es generar una gran lluvia de ideas, sobre algo en específico. Pedir ayuda a gente externa a la empresa, sobre un tema en específico, ya sea el diseño de un nuevo producto, u opinar sobre la marca, con el fin de obtener ideas creativas.

Contenido sindicado (RSS): el contenido sindicado es un sistema que notifica a su audiencia cuándo su empresa publica un nuevo contenido.

Content Manager System (CMS): llamados en español administradores de contenido, son plataformas de administración de contenidos que facilita la creación de blogs y sitios Web.

Conversión de un sitio Web: es el proceso por el cual se consigue que las visitas que llegan, hagan lo que la empresa desea.

Visual.ly: diseñe infografías limitadas sólo a sus datos de Facebook y Twitter.

Crowdsourcing: permite a los clientes actuales y potenciales participar de manera voluntaria y masiva en la toma de decisiones, aportar ideas y contenido a una empresa.

Curación de contenido: la capacidad por parte de un sistema o del ser humano de encontrar, organizar, filtrar y dotar de valor, relevancia, significatividad, en definitiva, de utilidad el contenido de un tema específico que procede de diversas fuentes (medios digitales, herramientas de comunicación, redes sociales).

Curador de contenido Online: es una especialización del community manager y es la persona que se encarga de detectar el mejor contenido que circula por la Web, para ponerlo a disposición de la comunidad.

Data Management Platform (Data Management Platform) Acrónimo: DMP
Plataforma tecnológica de gestión que recolecta, integra y organiza grandes cantidades de datos de las audiencias (usuarios) procedentes de cualquier fuente.

Demand Side Platform (Demand Side Platform) Acrónimo: DSP
Plataforma tecnológica de gestión comercial automatizada que permite gestionar el acceso a

los diversos inventarios publicitarios para maximizar la inversión en medios digitales.

Difusión en Facebook: es el número de personas que crea una historia a partir de su publicación, se expresa como el porcentaje del número de personas que la vieron.

Dispositivos únicos (Unique devices) Conteo de dispositivos (no duplicados) utilizados durante un periodo determinado para acceder a algún contenido web, independiente de que se hayan utilizados múltiples navegadores en el dispositivo.

Docs: gestión de documentos en la nube de Google.

Dominio (Domain) Nombre o número único que identifica un sitio web y la categoría específica a la que pertenece. Está compuesto por un nombre (letras, números y guiones) y una o varias extensiones separadas por puntos.

Drive: almacenamiento en la nube de Google.

Drupal.org: sitio Web que permite descargar un administrador de contenidos muy utilizado para sitios Web.

Duración media de la visita: tiempo de duración media de una visita a su sitio.

Easel.ly: construya infografías sofisticadas a partir de plantillas que ofrecen, pudiendo arrastrar y soltar dentro de ellas todo tipo de símbolos (líneas, formas, texto, imágenes propias, iconos, etc.) para personalizar el resultado final sin perder claridad ni calidad.

Ebooks: los ebooks, también llamados libros electrónicos, permiten agrupar sus mejores contenidos o construir una historia alrededor de su producto.

EdgeRank: cuando se ingresa una publicación en su página de Facebook, ésta no se muestra las páginas de todos sus fans, Facebook determina en cuáles páginas aparecer con un indicador llamado EdgeRank.

Engagement El —EngagementII es lograr una conexión con tu audiencia, un vínculo emocional difícil de romper. Que hace que la audiencia interactúe con la marca, comparta su contenido y la defienda siempre.

Enlace de sitio (Sitelink) Links posicionados bajo el resultado de búsqueda principal que permiten al usuario acceder a otra sección y/o categoría del sitio relevante a la búsqueda.

E-mail Marketing Email redactado, diseñado y enviado por un anunciante a usuarios de una base de datos proporcionada por un tercero, con autorización previa del usuario.

Engagement: es la acción de generar un vínculo “emocional” entre la empresa y su comunidad en redes sociales (seguidores o fans), animando a ésta a interactuar con la empresa, haciendo un “Me gusta” o iniciando una conversación a través de un comentario.

Escucha digital (Listening) Proceso de identificación de contenido publicado en internet sobre un tema específico. Implicaciones o recomendaciones: El proceso implica configurar palabras clave para revisar todo el contenido digital que concuerda con esos términos, generando así un aprendizaje. Se recomienda informarse sobre la metodología de obtención de datos y su margen de certeza.

Identifica el contexto de las menciones para su correcta clasificación con base en un sentimiento, que puede ser positivo, negativo o neutro.

Escucha activa: significa escuchar con el firme propósito de entender su audiencia y actuar de acuerdo a lo que se identifique.

Estimación de minutos visto: Minutos totales estimados de tiempo de reproducción de tus vídeos por parte del público.

Espacio publicitario (Ad space/Ad placement). Espacio en plataforma digital destinado a mostrar publicidad.

Espacio visible del navegador (Viewable browser space) Parte de la página que se encuentra en la pestaña activa y visible del navegador, desplegada en el monitor, que el usuario puede ver al primer golpe de vista.

Espectador (Viewer) Individuo que está expuesto a contenido o publicidad en video online.

Eventos en Facebook: es una función que te permite organizar encuentros, responder a invitaciones y mantenerte al día de lo que hacen sus amigos.

Experto en analítica Web: es una especialización del community manager y es la persona que se encarga de medir, recopilar e interpretar toda la información generada en la Red.

Experiencia de usuario (User Experience) Acrónimo: UX Nivel de satisfacción derivado del resultado de la interacción de un usuario con los elementos o funcionalidades de una plataforma digital.

Extensión de audiencia (Audience Extension, Extended Audience). Proceso en el que el anunciante o el medio comparte su audiencia con otro para incrementar y enriquecer su alcance.

Facebook: es una red social con gran capacidad de relacionamiento.

Facebook Commerce (F-Commerce): se refiere a la realización de ventas de productos o servicios a través de las páginas de Facebook, es decir Comercio Electrónico en Facebook.

Facebook Insights: es un excelente sistema de estadísticas para conocer lo que hacen los visitantes en su página y aplicaciones en Facebook.

Feed RSS. El feed es un medio por el cual se puede seguir varias páginas/blogs y se leen en un lector de feeds como Feedly

Frecuencia (Frequency) Número de veces promedio que un usuario realiza una acción en un periodo. Esta acción puede ser una visita a un sitio web o la exposición a una pieza publicitaria. La fórmula para el cálculo en campañas de Internet es: $Frecuencia = \text{Impresiones totales} / \text{Número de usuarios únicos}$.

Flickr: es una red social que permite almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías y videos en línea.

First-Party Data (First-Party Data) Información de audiencia propia de un cliente o marca.

Followback: cuando las cuentas de Twitter siguen de vuelta a todos sus nuevos seguidores.

Follow Friday (#FF): son tuits que recomiendan seguir otras cuentas el día viernes porque se consideran útiles para sus seguidores.

Foto de perfil: es la foto principal que aparece en una biografía personal o página de una red social.

Foto de portada en Facebook: es una imagen grande que se sitúa al principio de tu biografía en Facebook, justo debajo de la foto de su perfil.

Foursquare: es un servicio basado en geolocalización aplicada a las redes sociales.

Fuente de tráfico: cómo llegaron a su vídeo o sitio Web (acceso directo, motor de búsqueda o enlace desde un sitio).

Gamificación (Juegos): la gamificación es el uso de juegos y material interactivo lúdico en la estrategia de comunicación y capacitación.

Gestor de la reputación online: es una especialización del community manager y es la persona encargada de la “imagen de marca”.

Gimp: es una herramienta gratuita de edición de imágenes similar a Photoshop que debe ser instalada en el computador.

Gmail: servicio de correo gratuito de Google.

Google+: es una red social, similar a Facebook, creada por Google en junio de 2011.

Google Analytics: analítica Web gratuita de Google.

Groupon: es un sitio web que ofrece importantes descuentos en productos y servicios localizados las ciudades de cada usuario.

Grupos en Facebook: son conjuntos de usuarios de Facebook con gustos e intereses comunes.

Grupos de LinkedIn: le dan oportunidad de alcanzar y atraer a los clientes potenciales en LinkedIn.

Hangout: es una videoconferencia que permite conversaciones simultáneas con nueve personas en Google+.

Hashtag (#): se obtiene al adicionar el símbolo “#” a una palabra del tuit y crea un enlace que cuando la persona hace clic Twitter realiza una búsqueda de todas las personas que utilizan ese hashtag.

Herramientas de Webmaster: herramientas gratuitas de Google para optimizar un sitio Web.

Hipervínculo (Hyperlink/Link) Referencia que permite intercambiar tráfico mediante un enlace a otra página, sección o documento.

HootSuite: es una de las herramientas más importantes para la gestión de las redes sociales disponible para el community manager ya que permite administrar estas desde un único panel de control.

Huffington Post: es un blog de noticias que se ha convertido es el blog que más gana dinero en el mundo.

|

Inbound Marketing: se basa en la atracción de los consumidores que llegan al producto o servicio en Internet o las redes sociales por iniciativa propia, atraído por un mensaje o contenidos de calidad.

Indicadores clave de desempeño: miden el nivel del desempeño de un proceso, indicando el rendimiento de estos, de forma que se pueda alcanzar el objetivo fijado.

Infografías: es un tipo particular de imágenes que permite organizar y comunicar información técnica o detallada de una manera visualmente atractiva y fácilmente entendible.

Instagram: es una red social visual que permite a los usuarios compartir imágenes tomados con su teléfono móvil con otras personas de la comunidad.

Impresiones. Se llama impresión cuando un usuario visualiza una página web con un anuncio o banner publicitario. Éste término es utilizado para el pago de la publicidad online. (CPI o CPM)

Impresión/Impresión de anuncio/Impresión servida/Anuncio servido/Anuncio cargado (Impression/Ad impression/Served impression/Ad displayed/Ad delivered) Impresión/despliegue de un anuncio cuando es cargado en el navegador.

Impresión de anuncio en posición visible/Impresión publicitaria visible (Ad view/Viewable ad impression) Anuncio (tipo banner o video) servido-impreso que se desplegó en la pantalla del usuario y cumple dos condiciones de exposición: una de espacio, donde al menos el 50% de los píxeles deberá aparecer en el espacio visible del navegador; y una de tiempo, en el que la duración de la

exposición deberá ser de mínimo un segundo para banners en computadoras de escritorio y de mínimo dos segundos consecutivos para anuncios en video.

Impresión fraudulenta (Fraud impression/Fraudulent impression) Anuncios servidos (impresiones servidas) o anuncios visibles (impresiones visibles) que son atribuidos a personas pero que están siendo generados por programas, computadoras (bots) o por intervención humana con la intención de engañar y manipular la entrega legítima de anuncios o alterar los procesos de medición para crear actividad ficticia con el fin de inflar los conteos. Todas las impresiones fraudulentas son no válidas (pero no todas las impresiones no válidas son fraudulentas). Por lo tanto, cuando exista evidencia de que ciertas impresiones son fraudulentas, no se les considerará impresiones válidas ni visibles, y deberían ser descontadas de la actividad reportada.

Impresión no válida (Invalid impression) Impresiones que no satisfacen ciertos criterios de calidad o integridad acordados con el anunciante y que, por tanto, se excluyen de la contabilización de impresiones de la pauta.

Impresión válida (Valid impression) Impresión verificada de un anuncio que cumple con los criterios de calidad o integridad acordados con el anunciante.

Inbound Marketing. Son técnicas de marketing, en las cuáles la intención es atraer al cliente hacia la marca. Sus pilares fundamentales son SEO, Social Media y Marketing de Contenidos.

Influencer. Los influenciadores en social media, son una persona o grupo de personas que han ganado confianza, credibilidad y conocimiento a través de sus acciones de social media.

Insight. El Insight es lo que nos —muevell a actuar de cierta manera. Surgen después de una investigación profunda, ya que son verdades ocultas.

In-Banner Video Ad (In-Banner Video Ad) Anuncio de video que se reproduce dentro del espacio de un banner estándar.

In-Page Video Ad (In-Page Video Ad) Anuncio de video insertado en una página web que se reproduce cuando el usuario hace scroll dentro del contenido.

In-Stream Video Ad (In-Stream Video Ad) Anuncio de video insertado en el reproductor que puede aparecer en diferentes posiciones del flujo de video. Éstos pueden estar antes, durante o al final del video.

In-Text Video Ad (In-Text Video Ad) Anuncio de video que se despliega y se reproduce automáticamente cuando el usuario interactúa con el sitio.

Interacción (Engagement) Involucramiento entre los usuarios y un contenido.

Interfaz de Programación de Aplicaciones (Application Programming Interface) Acrónimo: API Interfaz de programación que permite el intercambio de información entre plataformas digitales a través de un código con funciones específicas.

IOR (Impact Of Relationship): es una metodología de medición de la presencia y fortaleza de una marca en redes sociales, teniendo en cuenta no sólo elementos cuantitativos, sino también cualitativos y emocionales.

Joomla.org: sitio Web que permite descargar un administrador de contenidos con mucho tiempo en el mercado.

Juegos (Gamificación): la gamificación es el uso de juegos y material interactivo lúdico en la estrategia de comunicación y capacitación.

Klout: es una herramienta gratuita que mide la influencia social que tenga una persona o una marca a través de las redes sociales a las cuales pertenece.

KPI (Key Performance Indicators): llamados en español indicadores clave de desempeño, miden el nivel del desempeño de un proceso, indicando el rendimiento de estos, de forma que se pueda alcanzar el objetivo fijado.

Keyword. Palabra clave. Los motores de búsqueda se manejan mediante la utilización de Keywords, por lo que para realizar estrategias de posicionamiento como SEO y SEM, es necesario conocer las palabras clave óptimas.

Landing Page. Es la página de aterrizaje a la que el usuario llega después de hacer clic en un banner

Lead Un lead, se produce cuando el usuario deja sus datos para contacto en la página web.

Link Building. La estrategia para obtener enlaces de terceros.

LinkedIn: es una red social profesional cuyo objetivo principal es permitir a los profesionales relacionarse con personas y empresas con quienes tienen algún nivel de relación.

Listas de Facebook: son una forma opcional de organizar a sus amigos de Facebook.

Listas de Twitter: permiten organizar los perfiles por grupos.

Lithium: herramienta de monitoreo de redes sociales paga.

Medio/Medio digital/Editor (Publisher) Medio de comunicación, individuo u organización que genera, prepara y adapta el contenido que se distribuirá en uno o varios sitios web u otras plataformas digitales para su publicación y/o comercialización.

MailChimp: es una herramienta para realizar una estrategia de email marketing.

MailRelay: es una excelente herramienta para realizar una estrategia de email marketing, que permite enviar a 15.000 y 75.000 envíos al mes de manera gratuita.

Marca personal: llamada en inglés personal branding, consiste en considerar el nombre de la persona como una marca y por tanto debe ser creada, comunicada y propagada con el fin de diferenciarse respecto a las otras personas, lo que permitirá conseguir ocupar un lugar en la mente de otras personas con el fin de lograr mayor éxito en las relaciones sociales y profesionales.

Marketing de afiliación: permitirá vender productos o servicios de otras empresas (afiliados) a cambio de una comisión.

Marketing de atracción 2.0: se basa en la atracción de los consumidores que llegan al producto o servicio en Internet o las redes sociales por iniciativa propia, atraído por un mensaje o contenidos de calidad.

Marketing de Contenido. Ofrecer contenidos de calidad, que aporten valor a tus clientes y te permita acercarte a ellos, sin la intención directa de vender.

Marketing viral: es un conjunto de técnicas que utilizan Internet y las Redes Sociales para aumentar la propagación de un mensaje entre los interesados, como hace un virus.

Mashable: es un blog de tecnología fue creado por Pete Cashmore en 2005.

Me Gusta de Facebook: es un botón creado por Facebook para indicar que un contenido es del gusto de quien lo ve.

Mención (@): se obtiene cuando se agrega el símbolo “@” a un nombre de usuario. Esto facilita que el usuario vea el tuit.

Mensaje Directo (DM): se presenta cuando usted recibe o envía un mensaje privado en Twitter.

Microblogging: sitios que permiten compartir con otras personas mensajes cortos.

Micrositio (Microsite/Micro-site) Sitio web temporal formado por un grupo limitado de páginas. El contenido del micrositio puede estar conformado por texto, imágenes, videos, animaciones y otros formatos digitales.

Mid-roll (Mid-Roll) Anuncio en video que se reproduce durante el contenido de video.

Monitoreo en redes sociales (Social Media Monitoring) Proceso de identificación y seguimiento de la actividad en plataformas sociales en torno a temas o cuentas específicos.

Motor de búsqueda (Search Engine) Plataforma que ordena la información en internet para mostrarla en forma de índice para responder a búsquedas específicas de un usuario.

Networking. El networking es construir y mantener relaciones profesionales, puede ser online y offline.

Nombre de perfil: es el nombre que identifica una empresa en las diferentes redes sociales.

Navegador (Browser) Software (aplicación o programa) que utiliza el usuario para navegar en Internet a través de un dispositivo. Interpreta la información y permite la visualización e interacción de archivos y contenido (carga/descarga).

Navegadores únicos (Unique browsers) Conteo de cookies únicas; es decir, no duplicadas durante el periodo de medición después de efectuar el ajuste por eliminación de cookies.

Opt-in: cuando un suscriptor da permiso para recibir correos electrónicos en una estrategia de email marketing.

Opt-out: cuando un suscriptor manifiesta que no quiere recibir más correos de una estrategia de email marketing.

Oportunidad de ser visto (Opportunity to see) Acrónimo: OTS Posibilidad que tiene un anuncio de ser visto por un usuario en su pantalla, cumpliendo las reglas definidas por el MRC.

Optimización de redes sociales (Social Media Optimization) Acrónimo: SMO Acciones que se realizan en las plataformas sociales para hacer eficiente la estrategia y lograr el cumplimiento de objetivos.

Optimización para motores de búsqueda (Search Engine Optimization)

Acrónimo: SEO Estrategia compuesta de acciones específicas para un sitio de Internet con el fin de obtener una mejor posición en los resultados relevantes no pagados (orgánicos) en los motores de búsqueda.

Out-Stream Video (Out-Stream Video) Cualquier anuncio de video que aparece de manera independiente, fuera del reproductor (de video).

Página/Página web (Web page) Documento identificado con una dirección URL que puede mostrar texto, imágenes y elementos multimedia. Se puede acceder a ella mediante un navegador y puede proporcionar acceso a otras páginas web mediante enlaces.

Página de resultados de búsqueda (Search Engine Results Page) Acrónimo: SERP Página que muestra los resultados de una consulta hecha por un usuario en un motor de búsqueda.

Página vista/Impresión de página (Page view/Page impression/Page display) Acrónimo: PV Despliegue de una página completa, por petición del usuario a través de su navegador.

Página de destino (Landing page) Página web individual a la que el usuario llega al hacer clic en un enlace o anuncio, o por medio de un buscador en cualquier dispositivo.

Página de Facebook: son los perfiles creados específicamente por empresas, marcas, artistas y profesionales independientes en Facebook.

Página empresarial de LinkedIn: son perfiles creados por empresas o marcas que aumentan la visibilidad de estas en LinkedIn.

Páginas vistas: número total de páginas vistas; las visitas repetidas a una misma página también se contabilizan.

Páginas/Visitas: Promedio de páginas vistas durante una visita a su sitio; las visitas repetidas a una misma página también se contabilizan.

Páginas vistas únicas: Número de visitas durante las cuales las páginas especificadas se han consultado al menos una vez.

Palabra clave (Keyword) Acrónimo: KW Palabras o frases utilizadas para asociar los términos de búsqueda utilizados por los usuarios con una estrategia de SEO y SEM.

Pago Por Clic (PPC): sistema de publicidad en internet que solo se paga cuando se hace clic en el anuncio.

Peer Index: es una herramienta que permite establecer un indicador de presencia y actividad en algunas de las redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn, el blog,..).

Periscope: aplicación para hacer streaming de video perteneciente a Twitter.

Personas que están hablando de esto en Facebook: indica el número de personas que creó una historia a partir de tu publicación en la página.

PiktoChart.com: cree atractivas infografías a partir de unas plantillas y objetos que se añaden con un simple arrastrar y soltar.

Pin: es una imagen o vídeo adicionados a Pinterest.

Pineadores (Pinner): son los usuarios registrados en Pinterest que publican pins.

Pinterest: es una red social predominantemente visual que permite a los usuarios compartir imágenes o vídeos propios o de otros en tableros virtuales.

Porcentaje de impresiones (Impression Share) Acrónimo: IS Indica el porcentaje de veces que el anuncio fue mostrado (impresiones) del total de ocasiones que el anuncio pudo ser mostrado como resultado de búsqueda. $IS = \text{Impresiones} / \text{Impresiones totales} \times 100$

Plan conversacional: es la planificación del contenido día por día para un año, que le permitirá conocer el costo de la estrategia y alcanzar los objetivos de marketing en redes sociales.

Podcasts: a través de los podcasts, archivos de audio, se puede dar a conocer entrevistas, contar historias o dar un toque más personal a su empresa.

Porcentaje de rebote: porcentaje de visitas de una sola página, es decir, visitas en las que el usuario ha abandonado su sitio en la página de entrada.

Porcentaje de salida: porcentaje de salidas del sitio desde una página determinada.

Porcentaje de visitas nuevas: Porcentaje de primeras visitas (por parte de usuarios que nunca han visitado el sitio con anterioridad).

Post-roll (Post-Roll) Anuncio en video que se reproduce al finalizar el contenido de video.

Pre-roll (Pre-Roll) Anuncio en video que se reproduce antes de que comience el contenido de video.

Private Market Place (Private Market Place) Acrónimo: PMP Negociación realizada a través de una DSP con el objetivo de obtener ventajas sobre el inventario, incluyendo exclusividad, inventario premium, inventario garantizado, CPM fijo y mayor transparencia que en una subasta abierta.

Programático Garantizado (Programmatic Guaranteed) Esquema de compra programática que permite la comercialización de inventario premium a un costo fijo, garantizando el número de impresiones.

Posicionamiento en buscadores (SEO): el posicionamiento en buscadores permite mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda con las palabras de interés de la empresa.

Promedio de tiempo en la página: tiempo medio que los visitantes permanecen en una página determinada o en un conjunto de páginas.

Prosumidor: es un acrónimo formado por PROductor + conSUMIDOR = PROSUMIDOR y significa que el nuevo consumidor además de consumir datos también los produce.

Publicación (Post) Contenido creado para su difusión dentro de una plataforma social y dirigido a un público específico.

Publicidad en buscadores (Search Engine Marketing) Acrónimo: SEM Estrategia de publicidad pagada en Internet que muestra anuncios, regularmente

en formato de texto (puede incluir imágenes, videos, mapas, aplicaciones, etcétera), relacionados con palabras o frases clave (keywords) que utilizan los usuarios en sus búsquedas.

Publicidad en clasificados (Classified advertising) Tipo de publicidad en Internet en sitios dedicados a transmitir anuncios de modo gratuito o pagado. Los anuncios pueden ser personales o de empresas.

Publicidad a través de correo electrónico (Email marketing) Tipo de publicidad en Internet que muestra mensajes personalizados o anuncios a través de un correo electrónico.

Publicidad en display (Display advertising) Tipo de publicidad en Internet que muestra anuncios gráficos, estáticos o animados, interactivos en formatos de imagen (banner), video o texto que se contratan en espacios de sitios web y sitios móviles, aplicaciones y otros medios publicitarios en Internet.

Publicidad en redes sociales (Social media advertising) Publicidad en Internet que muestra anuncios en sitios, plataformas o aplicaciones de redes sociales.

Publicidad en dispositivos móviles (Mobile advertising) Publicidad que aparece en dispositivos móviles como los teléfonos inteligentes y las tabletas.

Puja (Bidding) Propuesta monetaria con la que el anunciante participa en una subasta de espacios publicitarios en internet.

Query: es una petición para información específica en un motor de búsqueda.

Radian6: herramienta de monitoreo de redes sociales paga.

Ranking del anuncio (Ad Rank) Puntaje que se le otorga a un anuncio para poder tomar posición en el buscador respecto a otros anuncios. Depende de la evaluación de cada buscador.

Redes sociales: son grupos de personas o entidades conectadas entre sí por algún tipo de relación o interés común.

Redes de fotografía: sitios Web que permiten compartir fotografías propias o de otros con sus amigos.

Redes de geolocalización: sitios Web que permiten compartir y calificar la localización del usuario.

Redes de música: sitios Web que permiten compartir música con otros usuarios.

Redes de vídeo: Son sitios Web que permiten compartir vídeos.

Redes Profesionales: sitios Web que permiten a los profesionales relacionarse y compartir información.

Red de sitios (Ad network) Red que centraliza y facilita la contratación de múltiples espacios publicitarios en diferentes plataformas digitales de diversos proveedores a través de un solo contacto.

Repin: publicar en su cuenta de Pinterest un pin de otra persona.

Reply: permite responder un tuit o hacer preguntas respecto a un usuario.

Retargeting/Remarketing (Retargeting/Remarketing) Técnica de marketing digital consistente en impactar con publicidad a usuarios que se identifique hayan interactuado previamente.

Reproducciones: visualizaciones de los vídeos en la región y el período seleccionados.

Reputación: es la opinión que se tiene sobre una persona, marca o empresa.

Reputación online: es la opinión que se tiene sobre una persona, marca o empresa en las redes sociales, los blogs, los resultados de motores de búsqueda y otros canales de Internet.

Retorno de la inversión: es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para saber qué tan eficiente es el gasto que se está realizando o que se planea realizar.

Retuit (RT): facilita enviar a los seguidores de la empresa un tuit que consideramos útil para ellos dando los créditos del autor.

Rich media (Rich media) Formato publicitario en cualquier plataforma digital que permite interactividad al interior de la pieza y propicia la participación del usuario.

ROI (Return On Investment): llamado en español retorno de la inversión, es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para saber qué tan eficiente es el gasto que se está realizando o que se planea realizar.

RSS (Contenido sindicado): el contenido sindicado es un sistema que notifica a su audiencia cuándo su empresa publica un nuevo contenido.

Seguidores: son las cuentas que reciben una notificación cuando su empresa escribe una publicación en algunas redes sociales.

SEO (Posicionamiento en buscadores): el SEO permite mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda con las palabras de interés de la empresa.

SEM Search Engine Marketing. Marketing en motores de búsqueda. En pocas palabras, el SEM es la publicidad en los motores de búsqueda. Esos anuncios que ves cuando abres un motor de búsqueda como Google, son el reflejo del SEM.

SERM Search Engine Reputacion Managment. Gestión de la Reputación en los motores de búsqueda. Controlar tu reputación online al aparecer en los motores de búsqueda.

SERP Search Engine Results Page. Página de resultados de motores de búsqueda. Es la página que aparece al realizar una búsqueda mediante palabras clave en alguno de los motores de búsqueda

Segmentación por comportamiento (Behavioral targeting) Tipo de segmentación de la audiencia de Internet a partir de la identificación del comportamiento del usuario con base en los patrones de su navegación.

Share of voice (SOV o SoV) En publicidad online, se refiere al porcentaje de presencia en el canal publicitario en relación con la competencia. En social media se puede medir como el número de conversaciones de tu marca, en relación al total de conversaciones sobre el sector en un determinado periodo.

Sitios de Redes Sociales. Los sitios de redes sociales, son las plataformas en las cuales, se puede llevar a cabo la conexión entre personas en el mundo online. (Facebook, Twitter, etc.)

SMM Social Media Marketing. Marketing en medios sociales. Realizar la promoción de tu sitio en los medios sociales, creando sus propios perfiles y realizando estrategias de Social Media.

SMO Social Media Optimization. Optimización en Medios Sociales. Es la estrategia para buscar la óptima difusión de contenidos en los sitios de redes sociales. Preparar tu contenido para ser difundido en los sitios de redes sociales (

Sesiones: número de veces que los visitantes han estado en su sitio (sesiones únicas iniciadas por todos los visitantes)

Siguiendo: es cuando se sigue un usuario en una red social.

Sitios de reproducción: si sus vídeos se reproducen desde YouTube, sitio Web o móvil.

Slideshare: es un sitio web que permite subir y compartir presentaciones de PowerPoint, documentos de Word, PDF y otros, de manera pública o privada.

Snapchat: es una red social especializada en dispositivos móviles dedicada al envío de imágenes y videos, los cuales “desaparecen” del dispositivo del destinatario unos segundos después de haberlos visto.

Social big data: se refiere a la gran cantidad de información que se produce en las redes sociales.

Social commerce: llamado en español comercio social es una variación del comercio electrónico que utiliza las redes sociales para facilitar o realizar las ventas.

Social CRM: es una estrategia que facilita a las empresas participar y generar valor en las redes sociales donde se encuentran sus clientes actuales y potenciales con el objetivo de fidelizarlos creando relaciones de largo plazo.

Social Mention: esta es una herramienta gratuita de monitoreo general, que cubre más de 60 fuentes de información.

Social Media. El Social Media se refiere a las interacciones que se realizan dentro de los sitios de redes sociales.

Social Media Manager: es una especialización del community manager y es la persona encargada de realizar las acciones estratégicas de las redes sociales virtuales de la empresa.

SPAM. Conocido como el correo basura. Es todo e-mail no solicitado por el usuario, generalmente con contenido publicitario que es enviado en cantidades masivas.

Social SEO: es el uso de acciones de redes sociales y el posicionamiento en buscadores (SEO) en una sola estrategia.

SocialBro: es una herramienta muy útil que permite administrar la comunidad de Twitter de la empresa.

Storytelling: le permite a las empresas insertar en la historia de las personas la historia de la marca con lo que se logra una mayor recordación de la misma.

Sysomos: herramienta de monitoreo de redes sociales paga.

Supply Side Platform (Supply Side Platform) Acrónimo: SSP Plataforma tecnológica de gestión comercial automatizada que permite a los medios gestionar su inventario de espacios publicitarios y maximizar el ingreso en campañas digitales.

Tasa de bloqueo de anuncios (Ad Blocking Rate) Porcentaje de impresiones no entregadas como consecuencia del uso de ad blockers con respecto al total de solicitudes de impresiones recibidas por el ad server

Tasa de clics (Click rate/Clickt Through Rate) Acrónimo: CTR Tasa porcentual que resulta de dividir el número de clics recibidos por el número de impresiones servidas. $CTR = \text{Clics} / \text{Impresiones servidas} \times 100\%$

Tasa de conversión (Conversion rate) Acrónimo: N/A Porcentaje que resulta de dividir el número de registros, acciones o cualquier objetivo planteado por el anunciante (conversiones) que se cumplió exitosamente, por el total de visitas o clics. $\text{Tasa de conversión} = \text{Acciones completadas (conversiones)} / \text{Clics o visitas} \times 100\%$

Tasa de finalización de video (Video Completion Rate) Acrónimo: VCR Se refiere a la relación entre el número reproducciones finalizadas (al 100%) y el número de reproducciones iniciadas.

Tasa de interacción (Interaction rate) Porcentaje que resulta de dividir el número de interacciones recibidas en una pieza rich media por el número de impresiones

servidas. Tasa de interacción = Número de interacciones / Impresiones servidas x 100%

Texto ancla (Anchor Text) Texto visible de un hipervínculo que dirige a otra página propia o externa.

Tendencia (Trend) Concepto o tema que toma relevancia en un momento determinado dentro de las plataformas sociales y genera gran interés e interacción con la audiencia.

Tráfico no humano (Non-human Traffic) Acrónimo: NHT Consumo de contenido e interacciones generado por un programa automatizado y no por un usuario.

Tiempo medio de carga de página: Tiempo medio que tarda una página en cargarse, desde el inicio de la visita a la página (es decir, cuando se hace clic en un enlace a la página) hasta que esta se carga por completo en el navegador.

Timeline de Twitter (TL): es el lugar de Twitter donde se encuentran, de manera cronológica, todos los tuits enviados de las cuentas que usted sigue.

Trending Topic: muestra los temas que más se están escribiendo en un momento determinado en Twitter.

Troll: usuario de Twitter que utiliza su cuenta para atacar a otros usuarios con comentarios agresivos o groseros.

Tuit: es un mensaje de máximo 140 caracteres que se escribe en Twitter.

Tumblr.com: es una opción para publicar blog muy sencilla y simple.

Túnel de conversión: son los pasos que un visitante debe realizar en un sitio web para cumplir el objetivo principal.

Tweetdeck: es una herramienta adquirida por Twitter que permite administrar ilimitadas cuentas de Twitter y Facebook (perfiles personales; no páginas de fans) desde una misma plataforma.

Twitter: es una plataforma que permite publicar mensajes en tiempo real mensaje es de un máximo de 140 caracteres (micro blogging).

Twitter Counter: permite graficar seguidores y tuits.

Unfollow: es la acción de dejar de seguir una cuenta en una red social.

Usuario (User) Persona con acceso a Internet que navega y hace uso del mismo.

Usuario único/Visitante único (Unique user) Acrónimo: UU Número de usuarios (personas en herramientas de panel) o navegadores únicos (en herramientas de Site Centric) no duplicados que visitaron un sitio web, app y/o plataforma digital, y que estuvieron expuestos al contenido o a los anuncios.

Usuario hostil: es aquel que por algún motivo tiene un resentimiento contra la marca o la empresa.

Usuarios internos (Internal user) Todo usuario que pertenece o trabaja para una organización y que se encuentra navegando, interactuando o interviniendo en una plataforma propia.

Usuarios que interactúan en Facebook: es el número de personas que hicieron clic en cualquier lugar de su publicación.

Velocidad de carga (Page Speed) Tiempo de carga requerido para mostrar un sitio web en su totalidad.

Vine: es una red social de video para dispositivos móviles.

Visitantes únicos: número de visitantes no duplicados (contabilizados una sola vez) que han accedido a su sitio web a lo largo de un periodo de tiempo determinado.

Video viral (Viral Video) Video online compartido de una persona a otra de manera orgánica (no pagada) que alcanza gran popularidad.

Video generado por el usuario (User-Generated Video) Video generado por un usuario, comúnmente sin equipo profesional, que filma situaciones que pueden ser de interés público.

Visita/Entrada/Sesión (Visit) Indicador que reporta el número de veces que accede un usuario a un sitio en Internet (vía navegador o app) en un periodo específico desde cualquier dispositivo.

Vista de video orgánico/Vista de video no pagado (Organic video view/Non paid view) Reproducción de un video iniciada mediante una acción intencional, con un porcentaje de al menos 50% de los píxeles del reproductor en pantalla y una duración mínima de 2 segundos.

Vista de video (Video view) Reproducción de un video de forma automática o iniciada por el usuario con una duración mínima de 2 segundos consecutivos y el

50% de los píxeles del reproductor visibles en pantalla. Vea: MRC IAB video ads guidelines.

Web 2.0: la constituyen aquellos sitios Web que permiten compartir información entre los usuarios, un diseño centrado en el usuario con experiencias enriquecidas y la colaboración en la Web.

Webinars: la palabra Webinar es la mezcla de las palabras en inglés WEB y semINAR y se refiere a seminarios transmitidos en línea.

Whitepapers: son estudios hechos por su empresa y que sean de interés para su audiencia.

Wikis: sitios Web que permiten de manera colaborativa crear conocimiento.

WordPress.com: es un servicio que permite crear y publicar blogs en Internet.

WordPress.org: sitio Web que permite descargar el administrador de contenidos más utilizado para la creación de blogs.

Word of Mouth (WOM) Es el marketing de —boca a boca, consiste en transmitir un mensaje entre las personas, de manera natural. El WOM aplica también en la era digital con las recomendaciones de marcas en foros o redes sociales.

XML: Extensible Markup Language, utilizado para compartir información en Internet.

YouTube.com: es un sitio Web donde los usuarios pueden subir y compartir videos de manera gratuita sin tener que preocuparse del costo

de almacenamiento o ancho de banda necesario para poderlos visualizar.

YouTube Analytics: le da un completo conocimiento del canal, los vídeos y el público ayudando a priorizar las optimizaciones, a medir el impacto de las nuevas estrategias y a evaluar el rendimiento de su canal.