

Promocionar su empresa en línea puede ser confuso si no comprende la terminología. Por este motivo, presentamos un breve “ayuda memoria” para guiarlo a través de la terminología del marketing en línea.

Blog: tipo de sitio web o diario en línea que le permite publicar artículos y actualizaciones que los visitantes pueden comentar.

Anuncios gráficos: anuncios que se muestran en sitios web. Los anuncios gráficos pueden ser estáticos o animados, e incluyen imágenes, videos, texto y elementos interactivos.

Marketing por correo electrónico: técnica de marketing en la que se utiliza el correo electrónico para promocionar productos o servicios a clientes potenciales, y fidelizar clientes a partir de los existentes.

Marketing local: iniciativas de marketing que promocionan su empresa a clientes potenciales en su región, estado o ciudad (área local).

Resultados orgánicos (naturales) de la búsqueda: listado de sitios web en las páginas de resultados de un motor de búsqueda, relevantes a los términos de búsqueda ingresados por el usuario.

Pago por Clic (PPC): modelo de pago en línea en el que solo se acumulan cargos cuando alguien hace clic en su anuncio en línea.

Retorno de la Inversión (ROI): forma de medir el rendimiento, o la eficiencia, de una inversión. Para calcular el ROI de sus inversiones en marketing, divida los beneficios (retorno) por el costo de la inversión.

Marketing en motores de búsqueda (SEM): uso de publicidad en línea en las páginas de resultados de los motores de búsqueda para facilitar a los usuarios encontrar su sitio web. El SEM suele usar el pago por clic (PPC), un modelo de ofertas que cobra a los anunciantes solo cuando alguien hace clic en su anuncio (también se denomina costo por clic o CPC).

Optimización por motores de búsqueda (SEO): mejorar la presencia de un sitio web en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda.

Página de resultados del motor de búsqueda: contiene la lista de sitios web que muestra un motor de búsqueda, como Google, después de que alguien busca una palabra o frase.

Medios Sociales: sitios web, blogs, foros, comunidades en línea, redes sociales y sitios para compartir imágenes y videos que invitan a las personas a interactuar y colaborar.

Marketing en Medios Sociales: anunciar y promocionar su empresa, sus productos y sus servicios mediante medios sociales y sitios de medios sociales.