

DIBRAIN

Digital Academy

Diccionario Marketing Digital

Somos la academia  especializada del
marketing digital en Chile.



A

Abandono: Visitante de una página web que se marcha antes de concluir una acción determinada. La tasa de abandono es la relación entre número de carritos abandonados y el número de acciones finalizadas.

Acortador Url: Es una herramienta que te permite reducir y comprimir en menos caracteres cualquier dirección Web. Recomendable sobre todo para compartir un enlace en Twitter y aprovechar al máximo todos los caracteres disponibles.

ADS: Usado para la creación de campañas, es un servicio de publicidad a través del cual las páginas hacen anuncios pagados.

Advertisers / Anunciantes: Son las marcas que desean mostrar sus anuncios en los sitios de los Publishers.

Ad Network / Red de Contenido: Es una colección de sitios que se agrupan para ofrecer su inventario a los Anunciantes.

Adquisición de tráfico: consiste en atraer a visitantes (a menudo denominados tráfico) a los sitios web, aplicaciones móviles u otros recursos digitales.

Afiliado: Usuario que se inscribe en una propuesta de marca o programa con el objetivo de obtener productos, utilizar servicios o participar de proyectos. Relacionado al marketing de afiliados o de afiliación.

Alcance: Indicador de audiencias. Permite calcular el público objetivo que se ve expuesto a un contenido publicitario durante un periodo de tiempo determinado.

Alcance Orgánico: Es un dato numérico que evalúa el impacto y el número de personas que han visto una publicación de manera natural, sin ningún tipo de promoción o publicidad de pago. En el caso de Facebook, se puede medir el alcance orgánico de las publicaciones a través de las estadísticas de la cuenta.

Alcance Pagado: Número de personas que vieron tu publicación, debido a la promoción (pago) de la misma.

Alcance Viral: Es una unidad de medida que calcula el número de personas que han visto una publicación a través de otros contactos. Mide la evolución y la repercusión de una publicación en cualquier tipo de formato.

Algoritmo: Conjunto de reglas establecidas en la programación de un sistema de gestión orientadas a la consecución de los objetivos previamente definidos. Facebook, Google y todas las grandes plataformas virtuales cuentan con uno.

Analítica web o Herramientas de analítica web: Análisis de los datos generados por la actividad de los usuarios en los sitios web o aplicaciones móviles y cuyo objetivo es descubrir nuevas formas de mejorar las webs y las campañas de marketing.

Análisis Heurístico: Entregable de la usabilidad que permite revisar mediante una lista de comprobación una serie de aspectos relacionados con el diseño de un sitio web

Anuncios: Mensaje publicitario.

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. Entre la API de Facebook y Twitter, por ejemplo, existen múltiples diferencias; sobre todo la cantidad de datos que podemos obtener del usuario.

App (aplicación): programa diseñado para smartphones, tablets u otros dispositivos móviles.

Área fusiforme facial: Sector del cerebro que se encarga de detectar los rostros humanos, se relaciona con la predisposición natural de los usuarios a fijarse en los rostros. Se desprende que colocar rostros humanos aumenta los niveles de engagement, mejor aún si el rostro está mirando a la cámara.

Arquitectura de información: Disciplina que se encarga de organizar grandes cantidades de información de tal manera que sea fácil y lógico encontrar lo que se busca.

Audiencia Objetivo: Definición de los objetivos de una campaña en función de los perfiles adecuados para los intereses de la marca.

Automatización: Ejecución automatizada de acciones de Marketing Digital con el objetivo de facilitar y acelerar el trabajo.

Autoridad: Es cuánto tu página es valorada por los buscadores si comparada a otros sitios. La autoridad de la página cuando es considerada expresiva, asegura buen posicionamiento en los resultados de los motores de búsqueda.

Avatar: Es la foto de perfil que va asociada a las publicaciones y comentarios de un usuario en redes sociales o blogs.



B

Letra B

B2B: Business to Business, modelo de consumo entre dos empresas.

B2C: Business to Consumers, modelo de consumo en que las empresas venden a un consumidor final.

Backlink: Hipervínculo de un dominio externo que direcciona hacia una página web.

Banner: Tipo de anuncio que se utiliza en páginas web y aplicaciones móviles, normalmente en forma de imagen.

Benchmark: Comparación que se realiza de un producto o servicio con competidores que evidencien las mejores prácticas en el área de interés.

Blog: Web con carácter corporativo, personal o con rol de tienda online. Es una forma inteligente de conversar con el público objetivo. El contenido ofrecido debe ser útil.

Bot: Robot de búsqueda, es un programa o software que actúa de forma automática, sin intervención humana al instante. Ejecutan tareas automáticas.

Letra B

Buyer Persona: Personaje usado para representar a los diferentes tipos de clientes de la empresa. Su definición mejora la forma como la empresa se comunica con los clientes.

Búsqueda orgánica: Tráfico web obtenido mediante el buen posicionamiento gratuito en los motores de búsqueda.



C

CAC: Sigla de Costo de Adquisición de Cliente, es una métrica muy usada por las empresas para saber cuánto es necesario gastar para conquistar a un nuevo cliente. Ayuda a definir el presupuesto y las campañas mercadológicas.

Calificación de Leads: Este proceso es importante para verificar cual es la situación del lead. Al calificarlos es posible verificar cuales pueden ser considerados buenas oportunidades, cuales no están listos para la compra y cuales son malos.

Call to Action: Enlace o botón también conocido como llamada a la acción. Es usado con la intención de atraer clientes potenciales y convertirlos en clientes de la empresa.

Canales Digitales: Todos los medios digitales que una organización puede disponer para lograr sus objetivos de negocios. Comúnmente se puede señalar: sitios web, anuncios de display (banners), medios sociales, móvil, email, etc.

Campaign Cost / Inversión en Marketing Digital: Es lo que el anunciante termina pagando por sus campañas. (Número de Clicks x Valor del CPC) o (Impresiones/1000 X CPM).

Card Sorting: Técnica de la arquitectura de información que mediante la dinámica colaborativa permite determinar el orden (categorización) y rotulado del contenido de un sitio.

Código QR: Generador de información a través de una imagen codificada escaneable por dispositivos móviles que te da información sobre una persona, marca, producto o servicio.

Comercio electrónico ("ecommerce"): Venta de productos y servicios a través de Internet.

Community Manager (CM): Persona encargada de gestionar y dinamizar la comunidad online que gira en torno a una marca. Entre sus muchas funciones el CM es creador de contenidos, gestor de la reputación online de la marca así como analizar y usar métricas para medir los resultados de las acciones implantadas.

Conversiones: Acción específica realizada en el landing page: compra, registro, descarga, visita página específica.

Consulta de búsqueda o término de búsqueda: Palabra o frase exacta y completa que una persona escribe en un buscador para encontrar resultados.

Contenido: Material digital disponible para los usuarios con formato de texto, vídeo, audio, imágenes, etc.

Cookie: Identificador único de una sesión de navegación en un navegador de internet.

Copywriting: Es el arte de persuadir y convencer a un cliente a que lea el contenido que le estamos presentando, que resuelva sus dudas y que finalmente compre.

Costo por Adquisición o por Acción CPA: Valor medido por una acción realizada en el sitio.

Costo por clic *CPC: El Coste Por Clic es un método pago. El anunciante paga por una cantidad fija cada vez que un usuario hace clic en la publicidad.

Costo por mil impresiones *CPM: Valor pagado por cada mil impresiones.

Clics: Acción de pinchar sobre un elemento: anuncio, botón, etc.

CRM: Corresponde a “Customer Relationship Management” y es un tipo de plataforma por la cual una empresa gestiona todos sus contactos comerciales, sus vinculaciones en la web y redes sociales. Los CRM han pasado a ser una herramienta fundamental en los equipos de trabajo comerciales.

Cross Selling: Método de venta que consiste en ofrecer productos relacionados al que está visualizando el cliente.

CTR/Tasa de Clicks: Siglas del inglés Click Through Rate es la relación obtenida entre los usuarios que hacen clic en un determinado enlace y la totalidad de los usuarios que visualizan un anuncio, página o email. Es usado para medir el éxito de una campaña.

CVR / Tasa de Conversión: Porcentaje de conversiones sobre total de clicks.



D

Letra D

Dashboard: Es el área de administración de un blog, algunos sitios y herramientas de análisis, conocido por todos como escritorio desde dónde se pueden gestionar todas las opciones disponibles. Pinterest utiliza este nombre para denominar la página principal de una cuenta.

Display: Se conoce como publicidad Display a la publicidad de formatos gráficos, por contraposición a Search (enlaces patrocinados por palabras clave) y a Clasificados.

Dispositivo móvil: aparato portátil, como un smartphone o un tablet, con el que el usuario puede conectarse a Internet y utilizar aplicaciones.

Dominio: Nombre de una empresa usado para operar en Internet. Dirección principal de un sitio.



E

Ebook: En su traducción literal es un libro electrónico. En Marketing Digital es un material educativo sobre uno o varios temas.

ECare: Referido al servicio al cliente (customer care) ejecutado en el canal online.

E-Commerce: Es el intercambio de información a través de redes electrónicas en cualquier parte de la cadena de suministro dentro de una organización, entre empresas, entre empresas y consumidores o entre el sector público y privado independiente si es pagada o gratuita.

Email Marketing: Comunicaciones de marketing mediante la utilización del correo electrónico.

Emails rebotados: Conocidos como bounced emails, son los correos devueltos al emisor. El problema ocurre cuando el mensaje no llega a la cuenta destino.

Embudos de ventas o de conversión: Jornada emprendida por el usuario mediante un sistema de búsqueda o anuncio, navegando por la página hasta convertirse en comprador. Se denomina embudo porque a medida que los usuarios avanzan en la jornada, su número disminuye.

Engagement: Es la sensación de pertenencia y unión emocional entre una marca y un usuario. Es el objetivo de toda marca o empresa en redes sociales. En Facebook, por ejemplo, el Engagement está dado por el nivel de interacción entre marca y usuario.

Enlace: También conocido como hipervínculo o link, es la imagen o texto en una página web en el cual el usuario puede hacer clic. Luego de pulsar en el enlace, el usuario es dirigido a otro contenido.

Escalabilidad: Una plataforma escalable es aquella que permite agregar más capacidad de forma fácil sin perder robustez.

Estacionalidad: Período de tiempo en que las transacciones varían según temporada.

Estado: Información de la situación, circunstancia o disposición del usuario de una red social. Esta información puede ser compartida por el propio usuario, o por la plataforma de comunicación de manera automática, indicando su disponibilidad o actividad en ese momento.

Estrategia de contenidos: Es una práctica adoptada con la intención de planificar, desarrollar y administrar el contenido visual y textual de campañas mercadológicas.

Estrategia (de Marketing) Digital: Las actividades distintivas que se realizan en los medios o canales digitales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos de marketing o de negocios.

ERROR 404: Una de los más recurrentes, trae complicaciones a todos que trabajan con páginas y sitios web. Se trata de un código HTTP. Es el error que se registra cuando se intenta ingresar a una página y esta no es encontrada.

Experiencia de usuario: Nivel de satisfacción que experimenta un usuario al usar un sistema de interacción



F

Letra F

Facebook Page (antes Fanpage): Plataforma que ofrece Facebook a las empresas, marcas u organizaciones para visibilizar y conectar con los usuarios. A diferencia de un perfil, una Facebook Page no tiene límite de fans y es posible tener acceso a la información estadística de la página.

Fake: Término que se usa en Internet para referirse a algo falso, normalmente se trata de un vídeo o montaje fotográfico que intenta convencernos de su veracidad aunque resulte increíble. Esta costumbre de dar gato por liebre se está convirtiendo en un método publicitario muy recurrente a través de redes sociales, sobre todo en YouTube.

Follower: Usuario que sigue a otro en una red social. Se usa casi exclusivamente en Twitter. Has de comprender que aunque les sigas ellos no tienen el compromiso de seguirte a ti. No es la misma filosofía que los 'amigos' de Facebook.

Formulario de conversión: Campos que el usuario completa a cambio de algún beneficio como oferta, obtener actualizaciones sobre el tema de interés, contacto directo con la empresa.

Foto del perfil: Tu foto del perfil es la foto principal que aparece en tu biografía de una red social. En el caso de Facebook, aparece en miniatura junto a tus comentarios y otras actividades.

Foto de portada: En RRSS, la foto de portada es una imagen grande situada en la parte superior de tu perfil. En el caso de Facebook, se ubica justo encima de la foto del perfil.

Letra F

Frecuencia: Total de veces que un usuario único se expone a un mensaje.

Fidelización: Compra de un producto de una marca hecha de forma periódica o continua realizada por un cliente.



G

Letra G

Geolocalización: Término que hace referencia al posicionamiento y a la localización geográfica de un negocio, persona o lugar a través de coordenadas que permite situar cualquier elemento en el mapa. Es una herramienta fundamental para aplicaciones y comercial a través del mobile marketing.

Grupos: Espacios privados en los que puedes estar en contacto con personas de la misma red social compartiendo actualizaciones, fotos o documentos (En Facebook llevan este nombre, mientras que en otros como Google+ y LinkedIn se denominan círculos).

Gamificación: Técnica que integra estrategias de juego en ambientes no lúdicos con el objetivo de motivar el trabajo o estudio.

GIF: Es un formato gráfico que proviene del término inglés “Graphics Interchange Format”. Son imágenes que se caracterizan principalmente por ser animadas y con movimiento. Son muy utilizadas en redes sociales.

Growth Haking: Conjunto formado por la analítica, la creatividad y la curiosidad con la intención de aumentar el número de usuarios de un sitio.



H

Letra H

Hashtag: Es una etiqueta formada por una palabra o conjunto de palabras precedidas por el símbolo almohadilla (#) que transmite una idea, nombre o concepto que normalmente va asociado a un mensaje o texto. Su uso se ha extendido principalmente en redes sociales como Twitter, Instagram o Google Plus.

Hater: Término con el que se conoce a un troll en el entorno de YouTube.

Home Page: Es la portada, la página principal de un sitio web.

HTML: El HyperText Markup Language es usado en la programación de las páginas web



Letra I

Impresiones: número de veces que se muestra un anuncio.

Inversión en Google: $N^{\circ} \text{ Clicks} \times \text{Valor del CPC}$ o Valor por cada 1.000 impresiones.

Influenciador: En social media es aquella persona que tiene capacidad para viralizar y compartir contenidos con un amplio número de personas.

Infografía: Es una imagen que combina textos y gráficos formando un esquema visual que transmite, de forma rápida e intuitiva, conceptos e información. Algunas de las herramientas gratuitas más conocidas para crear tus propias infografías son Pictochart, Visual.ly o Easel.ly.

Internet: Red Interconectada de miles de redes y millones de computadores que vinculan negocios, instituciones, agencias de gobierno e individuos. (En Laudon, K. "E-Commerce", Pearson).

Interacción: Se refiere a la acción que realiza un usuario con tu publicación, ya sea dejando un comentario, un like, una reacción, un guardado.

Inbound Marketing: Técnicas direccionadas para generar más tráfico en un sitio, perfil de red social o blog. Buscan aumentar su número de visitantes con la intención de convertirlos en leads.

Indexar: Cuando una URL se posiciona dentro de los archivos de Google y puede ser encontrada por otras personas mediante la realización de búsquedas.



J

Letra J

JAVA: Lenguaje de diseño gráfico usado para crear aplicaciones.





K

Letra K

KPI'S: Los Indicadores de Clave de Desempeño son usados para determinar los resultados de una estrategia considerando los objetivos estipulados anteriormente. Esto es, permite identificar el grado de éxito de una acción o campaña.

Keywords/ Palabras Claves: Palabras que activan los anuncios / consultas de usuarios en el buscador.



L

Letra L

Landing page: Son páginas estáticas o de inicio con información y contenidos generales dónde van los usuarios al visitar una página web.

Leads: Contacto o usuario que proporcionó sus datos en el formulario presente en la landing page. Se considera como lead al usuario que, tras una invitación, realizó la acción concreta requerida por la empresa.

Link Building: Estrategia en la que otras páginas enlazan en el sitio web con la intención de que los motores de búsqueda lo consideren más importante.

Listas: En Twitter puedes crear listas de usuarios que te interesan, sin necesidad de que los sigas. Puedes acceder a listas de otros, siempre y cuando sean públicas, es ideal para categorizar a tus contactos como compañeros de trabajo, de universidad, periodistas, medios, etc.

LoL (laughing out loud): Acrónimo anglosajón por el que el interlocutor admite que se está riendo a carcajadas por algo.



M

Letra M

Margen: Es la diferencia entre el precio de venta y el costo de producción o adquisición.

Marketing de atracción: Estrategias creadas para convencer al cliente potencial sobre los diferenciales de los productos y servicios ofrecidos por la marca antes de que la compra sea efectuada.

Marketing De Contenidos: Marketing que tiene como objetivo ofrecer contenidos útiles e interesantes a la audiencia y clientes potenciales. Tiene clara intención de acercar la marca a los usuarios, así como fidelizar el público sin vender productos ni servicios.

Marketing en buscadores: (SEM, por sus siglas en inglés: Search Engine Marketing): Tipo de publicidad que permite pujar para que un anuncio se publique junto con los resultados de búsqueda cuando los internautas buscan determinadas palabras clave. Este formato les da visibilidad a las empresas justo en el momento en el que los internautas están buscando los artículos o servicios que dicho negocio ofrece.

Marketplace: Mercado virtual, local donde las empresas ponen en venta a sus productos.

Letra M

Medios Digitales: Comunicaciones que son facilitadas a través de servicios de contenidos e interacciones enviados por diferentes tecnologías digitales como internet, web, móviles, teléfonos, TV interactiva, señales digitales, etc. (En Chaffey, “Internet Marketing”, 4ta edición, Prentice Hall).

Me Gusta (LIKE): Hacer clic en Me gusta es una forma de hacer un comentario positivo y conectar con las cosas que te interesan. En un principio, sólo existía en Facebook, pero hoy existe en otras redes sociales como Instagram y Vine.

Métricas: Son datos expresados de manera numérica que nos permite revisar y analizar el rendimiento de una campaña.

Motores de búsqueda: Son sistemas informáticos conocidos como buscadores. Buscan los archivos almacenados por medio de crawlers o arañas para luego crear las páginas de resultados.



N

Letra N

Navegador: Programa informático que se utiliza para explorar Internet en un ordenador, tablet o smartphone. Los principales navegadores son Chrome, Firefox, Internet Explorer y Safari.

Neuromarketing: Aplicación de metodologías de neurociencia en el ambiente de marketing con el objetivo de optimizar los resultados de las campañas y acciones.

NPS, Net Promoter Score: Indicador de cuán recomendadores serán nuestros clientes una vez terminada la compra, midiendo de esta forma la lealtad entre ambos de una escala de 1 a 10.

Newsletter: Es un email informativo enviado con frecuencia.



O

Letra N

Optimización para motores de búsqueda (SEO, por sus siglas en inglés: Search Engine Optimization):

Práctica que consiste en realizar cambios en las páginas web y contenido, así como en promocionar dicho contenido para mejorar su visibilidad en los resultados orgánicos (lo que no son de pago) de los buscadores.

Optimización de conversiones: Función de Google AdS que analiza los anuncios e indica cuales pueden ser más rentables.

Open Source: Código Abierto. Software desarrollado por grupos o personas individuales que no requiere licenciamiento. Es gratuito o de muy bajo costo.



P

Letra P

Página de destino (“landing page”): primera página que un internauta ve normalmente y que no tiene por qué ser la página de inicio de dicho sitio web.

Página de inicio: página de presentación o principal de un sitio web.

Pago por clic: modelo publicitario en el que los anunciantes pagan cuando los visitantes hacen clic en sus anuncios.

Picking: Proceso en el que de forma manual o automática se recogen los productos en la bodega para ser despachados al cliente.

Post: Entrada, mensaje o publicación en una red social que puede consistir en un texto, opinión, comentario, enlace o archivo compartido.

POP-UP: Ventana emergente considerada como un tipo de publicidad online. Esa ventana aparece cuando visitas una página.

Publishers / Editores: Son los dueños del contenido digital (páginas web, blogs, videos, etc.)

Plugin: Aplicación que al ser vinculada a otra puede proporcionarle una nueva función.



Q

Letra Q

Quality Score / Nivel de Calidad: Puntaje que entrega el algoritmo del buscador a la relevancia del anuncio en el contexto de cada búsqueda.





R

Letra R

Ranking: Posición que se ocupa en la página de resultados de un buscador.

Redes sociales: comunidades de individuos que crean y comparten contenido.

Responsive: Tendencia de desarrollo que permite crear una única versión del sitio que al ser vista desde distintos dispositivos se visualiza de manera diferenciada.

Reputación Online: Es el conjunto de opiniones y experiencias (positivas o negativas) de usuarios y consumidores que giran en torno a una marca, producto o empresa generadas en el entorno 2.0 y las redes sociales.

ROI / Retorno sobre la Inversión: Es un valor que muestra que tan rentable es una iniciativa. Se define como $(\text{Ingresos} - \text{Costos}) / \text{Costos}$.

Remarketing: Técnica que muestra publicidad a los usuarios que han visitado el sitio web en otras ocasiones.



S

Letra S

Sesión o visita: Grupo de interacciones que se producen en un sitio web en un determinado periodo de tiempo. Por ejemplo, una sola sesión puede contener visualizaciones de varias páginas y transacciones de comercio electrónico.

Segmentar: En redes sociales, segmentar es la acción por la cuál se dirige una publicación a un grupo de personas con un perfil determinado. , edad, estado civil, ocupación o gustos. Las marcas y empresas usan la segmentación en Facebook para aumentar la efectividad de la publicación entre su público objetivo.

Setup: En YouTube es el vídeo de presentación de un youtuber y donde enseña absolutamente todo lo que hace durante el día, cómo es su entorno, lo que come, su habitación, etc.

Sitemap: Diagrama que permite visualizar/comunicar el orden y rotulado de un sistema de interacción (Ej: sitio web)

Site to Store: Proceso en el que un producto es despachado desde la bodega utilizada por eCommerce a una tienda física, para ser retirado por el cliente.

SMO: Las siglas corresponden a “Social Media Optimization” y son el conjunto de acciones que tienen como objetivo dinamizar y optimizar la presencia de una marca en diferentes redes sociales vinculando y uniendo unas con otras.

Social Media Manager: Profesional encargado de planificar la estrategia social media de una organización, producto o empresa.

Letra S

Suscriptores: Personas que previo registro e inscripción ceden sus datos a una marca o empresa y dan el consentimiento de recibir información o novedades relacionadas con los productos o servicios de la empresa. Redes sociales como YouTube, también los tiene.

SPAM: Son los correos electrónicos no deseados y, por lo tanto, son considerados como basura por el proveedor de email. Normalmente, son emails con finalidad comercial enviados a varias cuentas de correo.

Storytelling: Historia con trama y personaje para conectar a los usuarios con la marca. Técnica utilizada para conectar a las personas impactando el lado emocional.



T

Letra T

Target: Es el público objetivo al cual están orientadas las estrategias de marketing. Definir correctamente el target group, mejora los resultados de las acciones publicitarias.

Tasa de rebote: Porcentaje de usuarios que abandonaron el sitio de la empresa luego de ver la página de destino.

Tráfico de referencia: Tráfico obtenido por medio de enlaces de otras páginas webs.

Timeline: También conocido como 'tablón' o 'muro', define el historial de publicaciones y comentarios, tanto propios como ajenos, de un perfil determinado en una red social.

Trending topic: Esta es una expresión muy usada en Twitter. Se refiere a las frases o palabras más usadas por los usuarios de la red social.



U

Letra U

UGC (User generated content): Contenido generado por el usuario): Contenido generado por los propios usuarios de Internet en vez de por los editores o anunciantes. Las redes sociales son los soportes que más han propiciado este intercambio de contenidos generados por sus usuarios.

Upselling: Método de venta que consiste en ofrecer el o los productos inmediatamente superiores al que está visualizando el cliente.

Uptime: Medida en base 100 de funcionamiento de un servidor (informático).

Usabilidad: Disciplina que se encarga de hacer que las cosas sean más fáciles de usar.

User Testing: Mecanismo por el cual es posible probar un sitio web haciendo que usuarios intenten realizar tareas. Los comportamientos de los usuarios se graban y luego se genera un reporte con las principales complicaciones que tuvieron los usuarios para ejecutar las tareas solicitadas.

URL: Es la dirección de una página web, ejemplo: WWW.DIBRAIN.CL.





Letra V

Viral: Un contenido viral, del tipo que sea, es aquel que se difunde y se comparte como la pólvora entre diferentes usuarios y a través de diferentes medios y redes sociales. El objetivo de cualquier campaña de marketing es “viralizar” sus contenidos. Normalmente este tipo de contenido está hecho a propósito para producir esta viralidad ya que forma parte del concepto publicitario del neuromarketing que busca la máxima empatía de las marcas con los usuarios.





W

Letra W

Webinar: Permite la realización de clases en el ambiente de Internet. Es un formato que se puede comparar a la mezcla entre un seminario online y una video conferencia.

WordPress: Gestor de elaboración de páginas web, muy utilizado por quienes desean crear blogs.



Y

Letra Y

Youtuber: Son las personas que crean y suben vídeos a Youtube y que han convertido su canal en algo más que un hobby, llegando a convertirse, en muchos casos, en su profesión. El Youtuber gana dinero por los anuncios de los vídeos o por mostrar productos patrocinados.



Z

Letra Z



ZMOT/ Momento Cero de Verdad: Nuevo paso anterior al primer momento de verdad en donde los usuarios investigan sobre el bien o servicio que desean consumir.