



**GLOSARIO DE MARKETING
DIGITAL 2022**

Accesibilidad Web

¿Qué es la Accesibilidad Web?

La accesibilidad de la Web o de sus interfaces se refiere a la posibilidad de acceder a la Web ya sus contenidos por cualquier persona, independientemente de su discapacidad (física, intelectual o técnica) o del contexto de uso. (tecnología o medio ambiente). Esta cualidad está íntimamente relacionada con la facilidad de uso.

El sitio web es accesible si las personas con discapacidad pueden utilizarlo con la misma eficiencia, seguridad y protección que las personas sin discapacidad. La idea es generar una serie de resultados en donde el acceso ofrezca herramientas de apoyo en su acceso.

Es una actividad desarrollada por el W3C, que tiene como objetivo facilitar la accesibilidad a las personas con discapacidad, desarrollar pautas de accesibilidad y mejorar las herramientas de evaluación y reparación de la accesibilidad.

La web hace la labor de educar y concienciar sobre la importancia de la accesibilidad web, el diseño de páginas web y abrir nuevas vías de acceso a través de la investigación en este campo, considerándolas posibilidades detrás de cada uno de estos.

Ad Blocker



¿Qué es un Ad Blocker?

Los bloqueadores de anuncios (AdBlock y AdBlock Plus) son extensiones disponibles para diferentes navegadores web (Google Chrome, Safari, Firefox, Internet Explorer) para impedir la aparición de anuncios, como los siguientes:

1. Los banners
2. Los pre-rolls en YouTube
3. Los anuncios de Facebook
4. Las ventanas emergentes
5. Publicidad display
6. Todo tipo de medios invasivos.

De esta manera, los bloqueadores de anuncios suelen ser un inconveniente para los anunciantes online, quienes pagan para que aparezca una publicidad de su producto o servicio. Pues el alcance de su pauta se ve altamente afectado y delimitado por las páginas que accedan a entregar su información sólo a personas que desactiven las funciones de los ad blockers.

Todo esto puede tener un impacto negativo en su tasa de clics (CTR) y si multiplicamos esta cuenta por cientos de visitas, la pérdida puede afectar significativamente el resultado final.

La única herramienta que parece beneficiarse de esta lucha es AdBlock Plus, que cuesta a los anunciantes más recursos para unirse a un programa que permite anuncios más importantes.

Por ende, conocer acerca de esta herramienta de extensión, puede resultar muy funcional para también mantener la seguridad y optimización de nuestros procesos realizados en la web. Siendo una de las grandes opciones que se pueden encontrar.



Remember to call this dear world

Ad Server

Un servidor de anuncios es conocido globalmente como un Ad Server. Cuando hablamos de ellos, nos referimos usualmente a «servidores de anuncios de terceros». Los cuales por definición, son una tecnología que se subcontrata para administrar anuncios digitales.

¿Qué es Ad Server?

Es un tipo de software especializado, utilizado tanto por agencias como por medios de comunicación, accesible a través de un navegador y encargado de mostrar anuncios en los diversos espacios publicitarios disponibles en Internet y medios online. Su función no es más que la de emitir anuncios que siguen un protocolo determinado; filtrar y procesar la información para publicar anuncios en diferentes medios en función de los intereses de los usuarios. De esta forma, el servidor de anuncios puede publicar los anuncios más relevantes posibles y definir el público objetivo de la campaña. Esto lo hace automáticamente, en milisegundos, y también de forma asíncrona (los anuncios y el contenido web no se cargan al mismo tiempo), de esta manera el usuario no sabe que hay un proceso para seleccionar anuncios específicos para ser «servido» y no otros, así no ralentiza la carga de la página.

Alcance Orgánico

¿Qué es el alcance orgánico?

El alcance orgánico de las redes sociales es el número total de usuarios únicos que vieron una publicación determinada que no fue promocionada.

A diferencia del llamado “acceso de pago”, este tipo de acceso se refiere únicamente a las impresiones de las publicaciones de forma natural y no conlleva ningún tipo de coste. Por lo general, este tipo de alcance suele ser generado por personas que se registran en un sitio, pero no todos ellos, pues hay una pequeña porción de acceso orgánico de usuarios aleatorios o proporcionado de antemano. Edgerank es el algoritmo de Facebook que penaliza las páginas de empresas limitando su alcance orgánico en detrimento de las cuentas personales. La consistencia de las publicaciones y la importancia de su información también son factores clave para generar impresiones orgánicas. Para los profesionales de las redes sociales, el alcance orgánico es uno de los elementos clave de su estrategia, al igual que el engagement y el ROI en campañas pagas. Todas ellas medidas en los procesos de analítica web. Prioriza conseguir lo más alto, sobre todo si quieres atraer a un buen grupo de usuarios a través de Facebook.



Algoritmo

¿Qué es el algoritmo?

Un algoritmo es una serie de instrucciones secuenciales mediante las cuales se pueden realizar determinadas operaciones y dar respuesta a ciertas necesidades o decisiones. Son conjuntos finitos y ordenados de pasos que nos permiten resolver un problema o tomar una decisión. Muy importantes para el adecuado posicionamiento web en buscadores. Los algoritmos no tienen nada que ver con los lenguajes de programación porque un mismo algoritmo o diagrama de flujo se puede representar en diferentes lenguajes de programación, es decir, es un comando antes de

programar. Desde esta perspectiva, un programa no es más que una serie de algoritmos complejos que son ordenados y organizados por un lenguaje de programación para ser ejecutados posteriormente en una computadora. El programa desprendido de dicha acción es una secuencia lógica de instrucciones para realizar tareas específicas en una computadora. También hay algoritmos cualitativos y cuantitativos que se relacionan con su estructura, entrada, procesamiento y salida. Los cuales son muy comunes en matemáticas y física, forman la base de guías, manuales y más. En pocas palabras, se utiliza un algoritmo para resolver un problema paso a paso. Es una serie de instrucciones ordenadas y secuenciales para dirigir una determinada operación.

AMP



¿Qué es AMP?

Las AMP acrónimo de Accelerated Mobile Pages, consisten en un proyecto realizado por Google y otros socios que busca mejorar la velocidad de carga del sitio web en los teléfonos inteligentes. Google reconoce la ironía de que, aunque la navegación móvil ha superado a la navegación de escritorio en muchos países durante varios años, todavía hay muchos sitios web que no responden completamente a los dispositivos móviles. Cuando esto sucede, la experiencia de navegación del usuario cae drásticamente, especialmente en términos de velocidad de carga. Es justo esto lo que quiere evitar la plataforma AMP, poniendo al alcance de los desarrolladores o gestores de sitios web los medios técnicos necesarios para que puedan mejorar su rendimiento en los dispositivos móviles, sobre todo en cuanto a la velocidad de carga. Con este nuevo proyecto Google está haciendo todo lo posible para tratar de resolver las problemáticas relacionadas con uso de tecnología móvil al igual que el resto de páginas, la tecnología AMP utiliza el lenguaje de programación HTML, pero con algunas características. De hecho, el lenguaje usó un nombre ligeramente diferente: AMP HTML, y tiene elementos distintivos.



Analítica Web

¿Qué es analítica web?

La analítica web son indicadores clave de rendimiento (KPI), métricas... pero también son la mayoría de perfiles de usuarios de nuestra web, los que se adaptan a nuestros contenidos o productos. Entonces, antes de sumergirse en las aguas pantanosas, solo para aclarar, estadística no es sinónimo de análisis, o en otras palabras, ¿sabe por qué análisis no es sólo estadística? Por ejemplo, corresponde a examinar las estadísticas del tráfico web, pero el comportamiento de analizar el tráfico dentro de nuestras páginas es propio de la analítica web. La analítica web es el proceso

(recopilación, medición, evaluación e interpretación razonable) que utilizamos para analizar la información extraída del comportamiento de los usuarios en nuestro sitio web con el fin de comprender y optimizar su uso. Por ejemplo el alcance orgánico de las publicaciones o engagement. La analítica web es una poderosa herramienta que nos permite analizar tendencias y comportamientos recurrentes a lo largo del tiempo, comparar el rendimiento de SEM, SEO, redes sociales y más. Convirtiéndose en un medio altamente útil para captar tráfico, evaluar el rendimiento de nuestro sitio web y comprender con la mayor precisión posible el comportamiento de los usuarios en el mismo, con el fin de tomar decisiones estratégicas y realizar recomendaciones para mejorar el rendimiento del sitio web.

Anchor Text

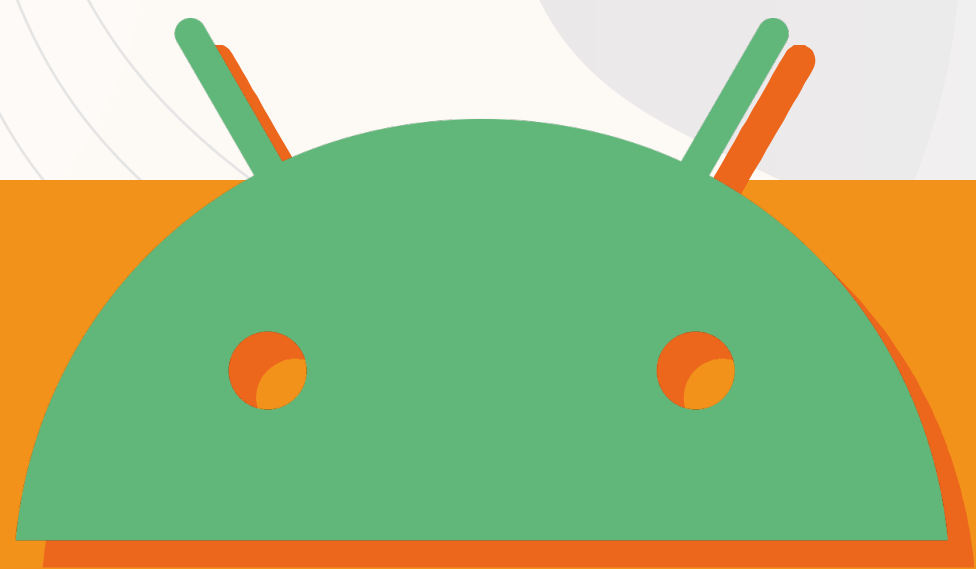
¿Qué es el anchor text?

El texto del enlace (Anchor Text) es un texto visual en el que se hace clic para acceder a un enlace que lo lleva a otra página. Por ejemplo, en la oración «La inversión en SEO es importante», la palabra «SEO» es el cuerpo del enlace.

Es común en los documentos de internet encontrar enlaces que dirigen a los usuarios a otras páginas que brindan información adicional. De esta manera, enlazar el texto evita que la lectura se limite al contenido escrito, logrando que los enlaces encajen naturalmente en el contexto de la oración y enriquezcan la información.

Por lo tanto, el cuerpo del contenido describe con precisión la información de la página de destino y pone tanto a los usuarios como a los motores de búsqueda en el contexto de lo que encontrarán allí.

También es posible que otros sitios web vinculen a esta página, pero usando diferentes términos en el texto de anclaje, como «optimización del sitio» u «optimización del motor de búsqueda». Esta lógica es válida tanto para los backlinks recibidos externamente como para los generados internamente, ya que estas dos estrategias ayudan a posicionar la página.



android

Android

¿Qué es android?

Android es un sistema operativo basado en Linux que se diseñó originalmente para usarse con un teclado y un puntero para navegar entre aplicaciones. Hoy, después de varias actualizaciones, está diseñado para adaptarse a dispositivos móviles con pantalla táctil, ya sean teléfonos inteligentes o tabletas.

Originalmente fue creado por la empresa de software Android Inc, pero en 2005 Google compró la empresa y dos años después presentó el sistema operativo.

Sólo un año después, llegaba al mercado el primer teléfono móvil con este sistema, el HTC Dream, que comenzó a comercializarse en octubre de 2008. Actualmente, existen más de mil millones de teléfonos y tabletas en el mundo con este sistema operativo.

Es un sistema personalizable, fácil de usar y funciona a la perfección con las aplicaciones de Google, afirma la empresa Úselo en su sitio web oficial.

El hecho de que convierte prácticamente cualquier teléfono en un dispositivo móvil lo hace conveniente para los usuarios, y el hecho de que sea de código abierto facilita su uso para fabricantes y desarrolladores.

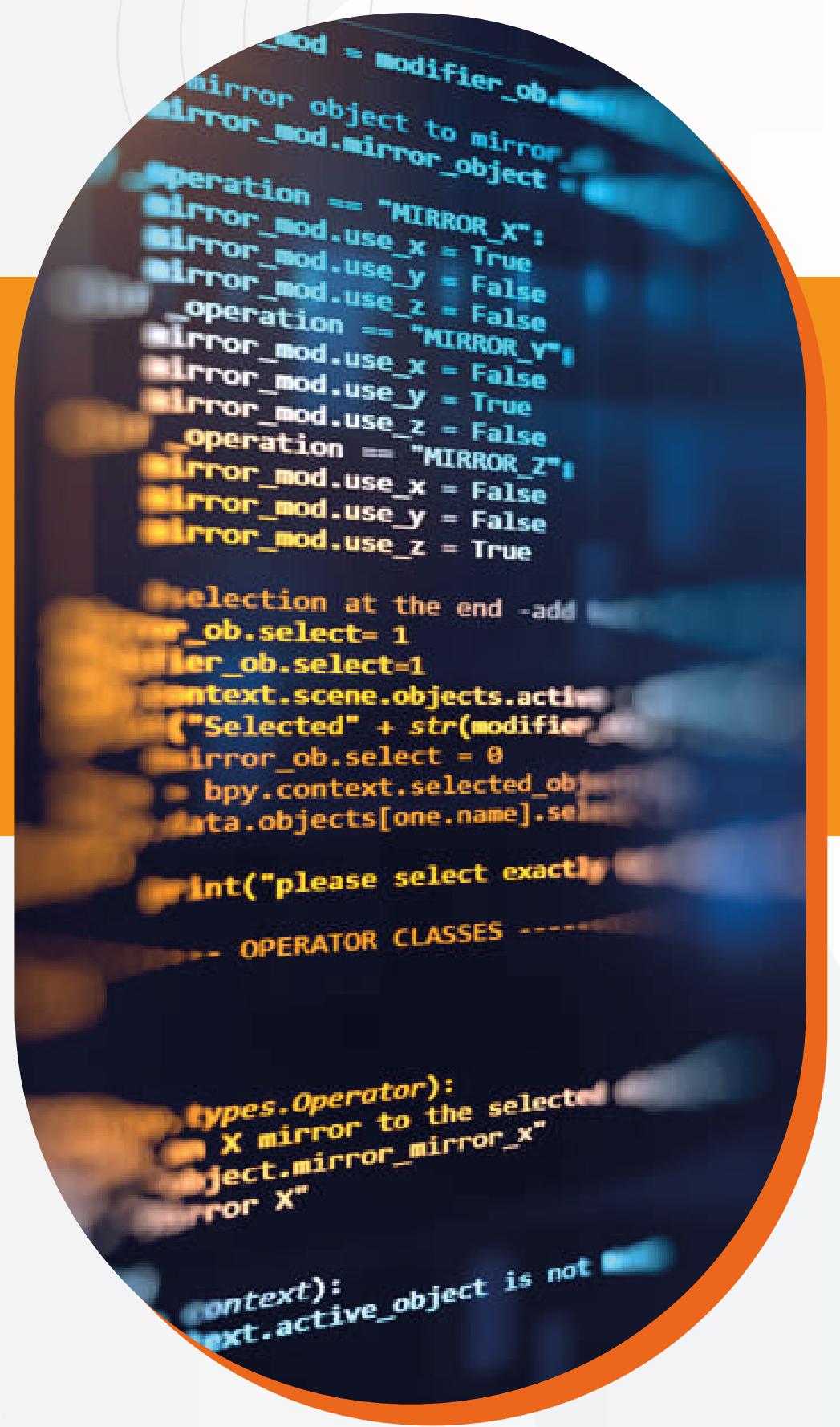
API

¿Qué es una API?

Las API (Interfaces de Programación de Aplicaciones) permiten que sus productos y servicios se comuniquen con otros sin saber cómo se implementan. Esto simplifica el desarrollo de aplicaciones y ahorra tiempo y dinero.

Las API brindan flexibilidad, simplifican el diseño, la administración y el uso de aplicaciones, además son una oportunidad para la innovación, ideal al diseñar nuevas herramientas y productos (o administrar los existentes).

A veces, las API se consideran contratos, cuyos documentos representan un acuerdo entre dos partes: si una parte envía una solicitud remota con una determinada estructura, esa misma estructura determinará cómo responderá el software de la otra parte.



Las necesidades comerciales a menudo cambian rápidamente con un mercado digital en constante renovación, y los competidores pueden interrumpir industrias enteras con nuevas aplicaciones que satisfagan estos requerimientos nacientes.

Las API públicas brindan un valor comercial único al simplificar y ampliar sus conexiones con socios y también al monetizar sus datos (un ejemplo popular es la API de Google Maps).

La seguridad de la API depende de una buena gestión que se le dé, incluyendo el uso de una puerta de enlace.



Apps para Móviles

¿Qué es una Aplicación móvil?

Una aplicación móvil, también conocida como apps, son un tipo de aplicación diseñada para ejecutarse en un dispositivo móvil, ya sea un teléfono inteligente o una tableta. Que pueden lograr un nivel de alcance verdaderamente significativo.

Si bien las aplicaciones suelen ser pequeños módulos de software con una funcionalidad limitada, aún pueden brindar a los usuarios servicios y experiencias de alta calidad y enfocados en la mejora.

A diferencia de las aplicaciones diseñadas para computadoras de escritorio, las aplicaciones móviles evitan los sistemas de software integrados. En cambio, cada aplicación móvil ofrece una funcionalidad separada y limitada. Por ejemplo, puede ser un juego, una computadora o un navegador web móvil.

Debido a las limitaciones de recursos de hardware de los primeros dispositivos móviles, las aplicaciones móviles evitaban la multifuncionalidad. Sin embargo, incluso si los dispositivos que se usan hoy en día son más complejos, las aplicaciones móviles funcionan bien.

Así es como los propietarios de aplicaciones móviles permiten a los consumidores elegir exactamente qué características deben tener sus dispositivos.

Arquitectura de la información



Design

La estructura de la información está estrechamente relacionada con el modelo de accesibilidad, incluidas las herramientas de navegación y búsqueda. Por esta razón, se trata de clasificación y tipos de contenido, agrupación por longitud, profundidad y etiquetas.

Por tanto, la arquitectura de la información se encarga de analizar y clasificar la información. Es decir, entender a profundidad su manejo e identificarla de forma precisa, globalmente se considera como una gran herramienta de uso formal.

¿Qué es la arquitectura de la información y sus características?

Al enfocarnos en la arquitectura de la información busca que su objetivo es clasificar y etiquetar la información para facilitar la asimilación, el acceso a diferentes bloques de contenido y asegurar la consistencia y futura expansión de la estructura del contenido.

Características de la arquitectura de la información

- 1. Intuitivo:** aprende a manejarse en un tiempo corto
- 2. Soporte de ejecución de tareas:** resulta flexible para desarrollar diversos perfiles de usuarios y diferentes variantes en el entorno del uso actual.
- 3. Coherente:** ofrece la ventaja de predecir sus acciones de los sistemas dentro de las interacciones.
- 4. El crecimiento del contenido educativo:** escalable sigue un patrón constante, en lugar de hacerlo «apilando» los elementos del menú.

Automatización

¿Qué es Automatización?

Es un tipo de automatización que involucra principalmente el uso de sistemas de software para crear y generar instrucciones, con el uso de varios procesos iterativos para reemplazar o reducir la interacción humana con personas en tecnología de la información.

Se refiere al trabajo que realizan los procesos relacionados con los movimientos del 4.0, este trabajo se automatiza y es reemplazado por máquinas, programas

informáticos (CRM) o robots. Los cuales ejecutan diversas tareas de acuerdo a los procesos que se involucran en el desarrollo de las funcionalidades informáticas.

Con la automatización, los entornos de TI pueden escalar más rápido, con menos errores y responder mejor a las necesidades comerciales. Un entorno totalmente automatizado puede reducir el tiempo que se tarda en entregar activos listos para la producción a las partes interesadas comerciales de semanas a menos de un día.

La proliferación de redes virtuales y servicios en la nube ha hecho de la automatización una estrategia integrada para ayudar a los equipos de TI a brindar servicios más rápido, con mayor consistencia y seguridad.

B2B



¿Qué es B2B?

En el mundo publicitario el formato B2B o Business to business implica una relación directa entre empresas, es decir figuras comerciales que realizan una gestión entre ellas sin involucrar al cliente final de ninguna de las partes.

Así, una venta o actividad B2B es una operación que se hace de una empresa a otra, a diferencia del B2C, donde el objetivo en todo momento es consumidor final.

La negociación aunque en ocasiones de gestores con experiencia en el campo suele ser rápida y efectiva, para los principiantes se convierte en una compleja y muchas veces tardía. De hecho, el cierre de este tipo de negocios puede involucrar a un mayor número de personas.

Esto se debe a que el "cliente" suele conocer las técnicas de conquista y atracción simples y exige una mayor creatividad, honestidad, ingenio y oferta que no minimice la retribución, pero tampoco maximice la inversión.

No obstante, es un modelo de negocio muy utilizado por las empresas, debido a los enormes beneficios en virtud de tiempo, calidad de la retribución y fidelización que ambas partes suelen obtener.



B2C

¿Qué es B2C?

B2C es un acrónimo de Business to Consumer similar y al mismo opuesto del modelo B2B Business to Business. En otras palabras, es un modelo de negocio en el que la empresa vende directamente al consumidor final.

Este modelo es el de las empresas proveedoras de bienes y servicios de consumo. El mercado es más amplio y los clientes están segmentados por interés, edad, ubicación o poder adquisitivo.

En B2C, una empresa destaca los beneficios personales que el uso de su producto o servicio traerá al cliente. Destaca el valor emocional y social de lo que ofrece.

No todo lo que compra un cliente es necesario para sobrevivir. A veces, su decisión de compra se basa en cómo el producto o servicio satisface la necesidad y, otras veces, en cómo se siente con respecto al producto o servicio. Esos puntos de valor añadido son el fuerte del modelo B2C

El cierre de la venta es rápido sin tener muy en cuenta la experiencia del proveedor y el volumen de ventas suele ser bajo (excepto en industrias como bienes raíces, automóviles y artículos de lujo). La empresa debe atraer a muchos clientes para lograr un buen resultado de ventas. Por ello, la cantidad de actividades de una empresa B2C es mucha, pues hay muchas ventas de diferentes montos.

BITMAP

¿Qué es BITMAP?

El Bitman, también conocido como mapa de bits, consiste en una rejilla o conjunto de puntos, definidos como píxeles (información de colores) que componen la imagen.

Los mapas de bits tienen diferentes resoluciones, dependiendo de cuántos píxeles contengan. Las resoluciones más comunes hoy en día incluyen 1280 x 720 píxeles y 1920 x 1080 píxeles para otorgar una mayor calidad de imagen.

Otro dato interesante de los mismos es que es común diferenciar un mapa de bits en función de la cantidad de colores posibles en cada píxel. Esta información se especifica en cantidades tomadas como potencias de 2 y bits como unidad de medida.

Es muy utilizado en world wide web (WWW) para todo tipo de actividades, a pesar del crecimiento de Internet, el formato JPEG ha perdido importancia en relación al formato PNG, que produce archivos más pequeños y rápidos que circulan en línea.



BITMAP



Blog

¿Qué es un Blog?

Este es un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su(s) autor(es), contenido interesante, frecuentemente actualizado, que los lectores comentan con frecuencia. Por ello se hace importante reconocer y manejar ciertos criterios de relación a estos.

Es una publicación online de historias de alta frecuencia, presentadas en orden cronológico inverso, es decir, la última publicada es la primera en aparecer en pantalla. Los blogueros suelen publicar listas de enlaces a otros blogs o páginas para ampliar información, citar fuentes o indicar que se está siguiendo un tema iniciado en otro blog.

Actualmente, un blog puede tener distintas finalidades según su tipología, calificación o incluso autoría como, por ejemplo, marketing, seguridad informática, diseño, crear información para comunidades temáticas, uso del storytelling, dirigir a un landing page etc. Tema específico o incluso como forma de encontrar oportunidades como la de convertirse en influencer, etc. Los blogs se pueden crear y alojar utilizando servicios de alojamiento de blogs como Blogger o LiveJournal o mediante servicios de alojamiento web regulares, también han llegado a convertirse en contenidos transmedia a través de la implementación de podcast o videoblogs.

Bofu

¿Que es el BOFU?

La fase final del embudo de conversión o BOFU es un término de marketing digital que incluye los diversos procesos y pasos que los usuarios realizan en la web para completar un objetivo, ya sea completar una transacción o dejar ir sus datos.

Corresponde a la etapa final del túnel de transferencia, ya que nuestros potenciales clientes están a punto de tomar una decisión. Actualmente, nuestro equipo de ventas tiene que ocuparse de persuadir a los clientes para que compren nuestros productos. Los cursos gratuitos y los seminarios web especializados (webinar) son algunos de los principales impulsores para convertir clientes potenciales o mejorar la experiencia del usuario, convenciendo para finalizar la compra.

En otras palabras, durante todo el proceso del cliente en el embudo de conversión (TOFU, MOFU y BOFU) se debe tener un contenido diferente que lo guíe desde que nace su necesidad hacia el producto o servicio hasta que logra solventarla estando en el BOFU.





Bot

¿Qué es un Bot?

Un bot es una aplicación de software que está programada para realizar ciertas tareas. Los bots están automatizados, lo que significa que funcionan de acuerdo con sus instrucciones sin que el usuario tenga que iniciarlos manualmente cada vez. Los robots a menudo imitan o reemplazan el comportamiento humano.

En ocasiones realizan tareas repetitivas y pueden hacerlas más rápido que otros. Suelen operar en la red y aproximadamente más de la mitad del tráfico de Internet consiste en bots que analizan contenido, interactúan con sitios web, chatean con usuarios o buscan nuevos objetivos de ataque.

Algunos bots son de una programación más compleja, como el bot de motor de búsqueda que indexa contenido de distintas URL para la búsqueda o un bot de servicio al cliente que ayuda a los usuarios. Siendo su función elementos e informaciones que agregan grandes detalles de calidad y efectividad a las actividades digitales.

Sin embargo, otros tienen un objetivo que afecta a los usuarios, están programados para ingresar en cuentas privadas, buscar en la web información de contacto para enviar spam o realizar otras actividades malintencionadas.

Buyer Journey

¿Qué es el Buyer Journey?



La ruta de compra (Buyer Journey) es el proceso de investigación que realizan los consumidores potenciales para convertirse en compradores de su producto o servicio. Es necesario conocer las etapas por las que pasa el usuario antes de completar el proceso de compra, ya que la relación e información que se le brinda y las acciones de marketing de la empresa con esta persona difieren en cada etapa.

Conocer los tipos de preguntas que se hacen los compradores en cada etapa de su ciclo de compra le permite crear contenido educativo específico para cada uno de ellos y brindar respuestas específicas a sus problemas.

Para determinar el tipo de preguntas que hacen tus potenciales clientes es fundamental contar con un buyer person (perfil del comprador) que te permita saber quién es tu cliente ideal, cuáles son sus características, qué espera y qué quiere; sus deseos e incluso intereses. Entender qué es lo que lo convierte en un lead calificado para ventas

El viaje del comprador se visualiza desde el perfil del mismo y permite analizar en detalle dónde se encuentra cada nuevo lead y qué es lo más adecuado para abordar la problemática en cada caso.



Buyer Persona

¿Que es el Buyer Persona?

El Buyer Persona es una representación ficticia de su cliente ideal para tu marca. Se basa en datos reales sobre el comportamiento y la demografía de los clientes, además de crear sus historias personales, motivaciones, objetivos, desafíos e intereses.

Una buena definición de Persona Buyer es precisa por la exposición al público objetivo, por lo que con un análisis rápido, puede identificar características comunes a los compradores potenciales.

Si tienes un grupo de clientes, este es el lugar perfecto para comenzar tu búsqueda. Si bien tienes diferentes perfiles de personas o empresas que consumen tus productos, algunos de ellos suelen ser ejemplos de compradores que ya han pasado por todo el buyer journey (ruta de compra).

Un consejo importante es centrarse tanto en los clientes satisfechos como en los insatisfechos pues todos tienen un proceso diferente de customer journey que te presentarán las diferentes percepciones de su producto y los desafíos que enfrentan sus futuros leads.

Buyer Persona, es un personaje ficticio basado en la etnografía (edad, género, hábitos, creencias y muchos otros), cuya mentalidad, cualidades y comportamientos son similares entre sí. Tenga en cuenta que, para el mismo producto o servicio, una empresa puede crear diferentes perfiles de compradores.

CCO (Chief Communications Officer)

¿Qué es el CCO?

La Abreviatura CCO hace referencia al cargo del Director de Comunicaciones, Relaciones Públicas o Asuntos Públicos de la organización, siendo que el papel del CCO es el de la mano derecha del CEO.

Al igual que cualquier profesional, este tiene a su cargo ciertas tareas de gran nivel de importancia como son:

Gestionar la reputación, los valores y la cultura en toda la organización.

Diseñar sistemas, planes y procesos, como implementar estrategias de redes sociales.

Definición y activación de la personalidad de la empresa.

Desarrollar y difundir contenido a diversas audiencias externas.

Analice los datos para comprender las perspectivas de las partes interesadas del negocio.

En muchos casos, un jefe de personal deberá ser responsable de los planes, estrategias y resultados de la organización. Además de la función de comunicación tradicional, CCO como líder.

La mayoría de las organizaciones confían en los CCO para obtener asesoramiento y participación en las decisiones que pueden afectar la reputación de una empresa.

Este ejecutivo es responsable de las comunicaciones de la empresa con las distintas partes interesadas, incluidos los empleados, los accionistas, los medios de comunicación y los miembros influyentes de la comunidad empresarial, la prensa, el gobierno y el público en general.





CDO (CHIEF DIGITAL OFFICER)

¿Qué es CDO?

El CDO es la abreviatura del cargo para director digital en su traducción al inglés. Ahora es muy común y está en tendencia que las agencias de marketing, empresas altamente desarrolladas en áreas comerciales o publicitarias opten por denominar de esta manera a los integrantes de su organigrama y así adoptar una jerarquización mayormente globalizada.

Hay diversos cargos que ya han tomado esta denominación, como, por ejemplo:

- CEO** (Directores ejecutivos)
- COO** (Directores operativos)
- CMO** (Director de marketing)
- CFO**, (Director de finanzas)
- CIO** (Director de información)
- CTO** (Director de tecnología)
- CCO** (Director de comunicaciones)

Estos profesionales se convirtieron en una necesidad debido a la alta demanda en actividades comerciales y publicitarias donde se requiera solicitar, clasificar y analizar el desarrollo de tecnología avanzada.

Los CDO, se encargan de la gestión y optimización del comercio electrónico, a través del análisis exhaustivo de datos, trabajan de la mano del CIO y el CTO. Actualmente, es considerado por Gerentes y Presidentes (CEO) de grandes empresas como uno de los cargos más críticos en los debidos procesos de mejora de sus estrategias.

AWD®

CEO (Chief Executive Officer)

¿Qué es una CEO?

CEO es un acrónimo del término en inglés «Chief Executive Officer» utilizado para referirse a la persona que ocupa el puesto gerencial más alto en la jerarquía de una organización. Actualmente, muchas empresas han optado por internacionalizar los cargos de sus directivos.

Por ejemplo:

CDO (Directores digitales)
COO (Directores operativos)
CMO (Director de marketing)
CFO, (Director de finanzas)
CIO (Director de información)
CTO (Director de tecnología)
CCO (Director de comunicaciones)

Es reconocida como la máxima autoridad de gestión y dirección ejecutiva de una empresa, organismo, asociación o agencia. Esta posición debe garantizar no solo la planificación e implementación de técnicas para lograr los objetivos, sino la adecuada toma de decisiones que puedan generar un cambio relevante para la organización.

Te daré un ejemplo: si eres un negocio heredado y no obtienes los resultados que deseas, probablemente se deba a que estás atascado en el antiguo formato de marketing.

Un buen CEO debe aprovechar esta brecha y esforzarse por mantenerse al día con la tecnología a través de la transformación digital. Entregando así una valiosa experiencia del consumidor, experiencia del usuario, pero sobre todo es el principal gestor en la generación de una inolvidable y productiva experiencia del empleado.



MWD®

Certificado SSL



¿Qué es un Certificado SSL?

Un certificado de capa de sockets seguros (SSL) es un certificado digital que autentica la identidad de un sitio web y cifra la información enviada a un servidor mediante la tecnología SSL.

El cifrado es el proceso de mezclar datos en un formato no descifrable que solo se puede devolver en un formato legible con la clave de descifrado adecuada. Funcional en cualquier página con programación HTML

El certificado actúa como un «pasaporte» electrónico que establece las credenciales en línea de la entidad al hacer negocios en la web. Cuando un usuario de Internet intenta enviar credenciales a un servidor web, el navegador del usuario accede al certificado digital del servidor y establece una conexión segura.

Un certificado SSL contiene la siguiente información:

El Nombre del titular del certificado

El Número de serie del certificado y fecha de vencimiento

Una copia de la clave pública del titular del certificado

La firma digital de la autoridad de certificación

Una vez instalado en el servidor web, el certificado activa el bloqueo y el protocolo https, lo que permite una conexión segura desde el servidor web al navegador. Se puede identificar por un pequeño logo de candado al lado del dominio del sitio, anterior a la denominación https.

CFO

(Chief Financial Officer)

¿Qué es una CFO?

El director financiero de la empresa o denominado como CFO, es responsable de planificar la economía de la empresa. Determinar dónde invertir y cómo financiar para aumentar el valor del negocio. Para ello, es necesario mantener el orden y controlar todas las inversiones y fondos, lo cual se debe aplicar una visión analítica a la empresa.

Análisis de la situación económica de la empresa y situación del mercado. Con ambos, determina la posición financiera en la que operará la empresa para alcanzar sus objetivos.

Cree un plan de negocios que refleje el negocio, la inversión, las ventas, el costo y más.

Cree un presupuesto para ver en qué gastos incurrirá la empresa.

Estos presupuestos pueden fijarse a corto o largo plazo, y pueden tener proyecciones futuras de hasta varios años.

Director financiero. Sus trabajadores pueden ser responsables de tareas como emitir y recibir facturas, administrar ingresos y gastos, llevar los libros de contabilidad de la empresa y más.

El director financiero es responsable de comunicarse con los inversores y economistas fuera de la empresa.

También colabora con otros gerentes para ayudarlos a tomar decisiones económicas para la empresa.



MWD®



CIO (Chief Information Officer)

¿Qué es CIO?

COI (Sección del Jefe de Información) es responsable de los sistemas de información y tecnología de la compañía, así como responsables de determinar y proporcionar técnicas para las mejores operaciones comunitarias de probabilidades efectivas.

Con las tecnologías recientemente con problemas, creó una economía digital, el papel del Comité Olímpico Internacional se ha vuelto muy importante porque el vínculo principal entre la estrategia y la tecnología de la Compañía debe ser suficiente. «Aumentar la competitividad y aumentar las empresas. Después

En los últimos años, el COI se limita a las necesidades de administración y la mejora de las actividades internas de la empresa, y ahora ahora se ha vuelto relevante para implementar la estrategia empresarial relacionada con los nuevos modelos de negocios.

Para adaptarse a nuevos ecosistemas digitales y nuevas necesidades de mercado, las empresas enfrentan transferencias digitales e introducción de nuevas tecnologías que no cambian no solo a la forma de trabajar, sino también el cambio cultural afecta a todas las categorías de la compañía, formulario de extracción. Para el trabajador.

Cloud

¿Qué es Cloud?

Se refiere al almacenamiento de datos fuera de nuestros dispositivos. Esto significa: si guarda imágenes en la carpeta Mis documentos de su computadora, solo podrá acceder a ellas desde esa computadora.



Por otro lado, si guardas la misma foto en un almacenamiento en la nube como Google Drive o Dropbox, la foto se enviará a una computadora ajena y podrás verla en tu dispositivo incluso si no lo está guardar allí.

El término se originó en la década de 1960, gracias a Joseph Carl Robinet Licklider, quien tenía una versión del mundo un tanto peculiar. Quería que el mundo estuviera conectado para poder acceder a los programas y datos desde cualquier lugar.

Dado que Internet no comenzó a ofrecer mucho ancho de banda hasta la década de 1990, la computación en la nube estaba muy por detrás.

Muchos de sus archivos se mueven desde su ubicación en su computadora al almacenamiento fuera de su computadora. Esto implica perder el control sobre la misma, por lo que nunca puedes estar completamente seguro de quién accede a esa información o si está tan protegida como debería.



CMO (Chief Marketing Officer)

¿Qué es CMO?

En un entorno cada vez más complejo en el que el marketing online es cada vez más importante, las responsabilidades del CMO aumentan constantemente.

Lo que distingue a un buen CMO es su capacidad para comprender cómo se interconectan todos los factores que intervienen en la oferta de productos y servicios de una empresa.

Las expectativas de los clientes aumentan cada día y las estrategias de marketing deben estar respaldadas por productos y servicios de calidad que agreguen valor a la vida de los consumidores.

El Director de Marketing (CMO) debe asegurarse de que los anuncios se dirijan al público objetivo y evitar las quejas de los usuarios que están cansados de ver anuncios de productos o servicios que no les interesan.

El director de marketing o Chief Marketing Officer es la persona responsable de desarrollar y supervisar las actividades de marketing y publicidad de una empresa y reporta directamente al director ejecutivo (CEO) o director ejecutivo.

La tarea principal del CMO es facilitar el crecimiento y aumentar las ventas mediante el desarrollo de un plan de marketing integral que mejore el reconocimiento de la marca y ayude a la empresa a obtener una ventaja competitiva.

CMS

¿Qué es un CMS?

Conocer diferentes tecnologías, principalmente HTML, JavaScript y CSS, para un sitio web estático. Aunque un sitio web dinámico requiere otros sitios como ASP, JSP o PHP, pocos de ellos son bien conocidos.

Por otro lado, actualizar el contenido del sitio web también se convierte en una tarea difícil. Especialmente a medida que crece el sitio web, a medida que aumenta el número de páginas, la estructura o jerarquía de la página es más compleja.

Las facilidades necesarias, como la modificación de contenidos existentes, la búsqueda y localización de páginas, la gestión general de páginas, imágenes y recursos en el servidor, o el desarrollo a medida o herramientas impuestas, han incrementado el coste y la complejidad del sitio.

En definitiva, necesitábamos una herramienta genérica y fácil de usar que permitiera inicialmente crear un sitio web sin utilizar constantemente recursos técnicos avanzados. Y segundo, gestionarlo, operarlo y mantenerlo a lo largo del tiempo en un entorno integrado y sin necesidad de otras herramientas externas.

Un Sistema de Gestión de Contenido o Gestor de Contenido, a menudo referido por la abreviatura CMS (Sistema de Gestión de Contenido), surgió para satisfacer esta necesidad.



CMS



CONTENT
 MANAGEMENT
 SYSTEM



Comercio Electrónico

¿Qué es un Comercio Electrónico?

El comercio electrónico, traducido del término inglés *electronic commerce*, se puede definir como la actividad económica que posibilita el comercio de productos y servicios a partir de medios digitales, como sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales.

A través de una red virtual, los clientes pueden acceder a diferentes categorías de servicios y productos en cualquier momento y lugar. La importancia de este tipo de comercio radica en que las empresas lo incorporan a sus estrategias comerciales debido a su efectividad.

Básicamente, se trata de los procesos de venta y compra de productos y servicios a través de canales electrónicos, especialmente webs de Internet, aplicaciones y redes sociales.

También, para explicarlo desde un punto de vista más informal, podemos valorarlo como un proceso en el que dos o más personas llegan a un acuerdo comercial (específicamente compra o venta) a través de vías digitales o electrónicas.

Aunque se parezca a la primera definición, esta última deja claro que para comercializar de manera electrónica no es necesario crear una gran tienda virtual y ser una marca consolidada en Internet, pues cualquier persona puede hacerlo a través de una simple publicación en sus redes sociales o aprovechando una plataforma externa.

Contraste



¿Qué es Contraste?

El contraste es la relación entre el blanco y el negro en una imagen. Lógicamente, cuanto mayor sea esta ratio, más capaz será el dispositivo de mostrar distintas tonalidades de color y la luz ambiental se verá menos afectada. Normalmente, los valores están entre 1100:1 y 2500:1 (cuanto mayor sea el rango, mejor será el contraste).

Es simplemente la diferencia entre los tonos más claros y más oscuros de una imagen. La relación entre el brillo de las diferentes partes de la imagen. El contraste es el brillo del blanco puro dividido por el brillo del negro puro.

El contraste es la relación entre el blanco y el negro en una imagen. Lógicamente, cuanto mayor sea este ratio, más podrá el dispositivo mostrar diferentes tonalidades de color y la luz ambiental se verá menos afectada.

Un contraste que separa las características esenciales de un elemento, o una evaluación de cómo elementos similares podrían ser

Es simplemente la diferencia entre los tonos más claros y más oscuros de una imagen. La relación entre el brillo de las diferentes partes de la imagen. El contraste es el brillo del blanco puro dividido por el brillo del negro puro.



COO (Chief Operating Officer)

¿Que es el COO?

Este puesto senior a menudo responde a la imagen de un gerente senior con amplia experiencia en el campo, ya que debe conocer y supervisar las funciones gerenciales y operativas de la organización. Conocer estas denominaciones e ideas es inicialmente muy importante para desarrollar una serie de procesamientos objetivos.

En términos de formación, los altos cargos suelen complementar su experiencia con un MBA (Master of Business Administration), abordando los conocimientos que un alto cargo encuentra en las operaciones.

Desde el IEP, te ofrecemos un MBA Virtual con enfoque en Dirección General, destinado a altos directivos y que enfatiza una visión integrada y el estudio en profundidad de las diferentes áreas de la empresa, gracias al desarrollo y puesta en práctica del conocimiento.

Si estás interesado en formarte en este campo, no dudes en contactar con nosotros sin compromiso. El COO asegura una buena comunicación interna para operaciones eficientes. En muchas empresas, se le considera el segundo al mando. Por ende, la responsabilidad de este elemento es realmente objetivo y fundamental.

Cookies

¿Qué son las cookies?

Las cookies de funciones mejoradas permiten a los usuarios interactuar con un servicio o sitio web para acceder a las funciones requeridas de ese servicio. Por ejemplo, se brindan opciones como seleccionar el idioma de un usuario, mejorar un producto que ayuda a mantener y mejorar los Servicios y retener información de la sesión del usuario, como el contenido de un carrito de compras. Considerado necesario.

Algunas cookies se utilizan para almacenar las preferencias del usuario. Por ejemplo, la mayoría de los usuarios de los servicios de Google tienen habilitadas en sus navegadores cookies denominadas "NID".

Esta cookie contiene un identificador único que Google usa para recordar sus preferencias y otra información, como su idioma preferido, la cantidad de resultados de búsqueda que desea mostrar en cada página (por ejemplo, 10 o 20) y si desea el filtro de búsqueda segura de Google. Para ser habilitado o deshabilitado.

Algunas cookies se emplean para mantener y mejorar la experiencia del usuario durante una determinada sesión de navegación. Por ejemplo, YouTube usa la cookie «YSC» para recordar lo que escriben los usuarios y correlacionar sus acciones. Esta cookie persiste mientras el usuario mantiene abierto el navegador.





CPA

¿Qué es el CPA?

El costo por acción (CPA), también conocido como pago por adquisición (PPA) y costo por conversión, es un modelo de precios de publicidad en línea en el que los anunciantes pagan por cada acción específica. (por ejemplo, impresión, clic o formulario, solicitud, solicitud, registro, etc.) o venta.

Algunos anunciantes consideran que el CPA es la mejor manera de comprar anuncios en Internet porque el anunciante solo paga por el anuncio cuando se realiza la acción requerida.

El anunciante ha especificado la acción ejecutada anteriormente. Las estaciones de radio y televisión a veces ofrecen acciones no vendidas sobre la base del precio de las acciones, pero esta forma de publicidad a menudo se conoce como ha pedido. Aunque el papel impreso es menos común, a veces se vende con base en CPA.

El «costo por acción» se refiere al hecho de que muchas ofertas de CPA de los anunciantes están relacionadas con la compra de productos o servicios específicos ofrecidos por una agencia de publicidad. El CPA es un modelo publicitario comúnmente utilizado en el marketing de afiliación.



CPC

¿Qué es el CPC?

Se utiliza en la publicidad en línea. El CPC determina la cantidad de ingresos que recibe un editor cada vez que un usuario hace clic en un enlace publicitario en su sitio web. Por ejemplo, los editores pueden colocar anuncios de texto o gráficos en sus sitios web.

Cuando un visitante hace clic en un anuncio, se le dirige al sitio del anunciante. El sistema de seguimiento del anunciante registra cada clic y el editor paga una cierta cantidad en función del costo por clic.

CPM mide el costo de la publicidad en línea por cada 1000 impresiones. La impresión es la visualización de un anuncio en una página web.

CPM se usa comúnmente en el sistema de subastas. Estos sistemas emplean CPM para indicar el costo de la publicidad por cada mil visitas.

Por ejemplo, si el precio de CPM se establece en \$3, los anunciantes pagan \$3 por cada mil impresiones de su anuncio. Por ello lo necesario es tomar en cuenta cada aspecto de relación a ella.

CPL

¿Qué es el CPL?

El costo por cliente potencial (CPL) es un modelo de precios basado en el rendimiento. Se utiliza comúnmente para campañas de marketing en línea.

Los anunciantes pagarán en función del número de clientes potenciales generados por la campaña de marketing. El costo por cliente (CPL) se usa comúnmente en programas de afiliados, especialmente cuando el sitio de enlace no es un sitio de comercio electrónico.

En la mayoría de los casos, el modelo CPL se basa en que los usuarios se registren en sitios web o aplicaciones después de la promoción. De todas las métricas a gestionar en marketing digital, CPL es una de las más importantes. Estos acrónimos se refieren al costo por cliente potencial, aunque el concepto a veces se denomina PPL (Pay Per Lead).

Tanto si se nombran en español como en inglés, lo que importa es su utilidad: medir la rentabilidad de las acciones que atraen a clientes potenciales. O algo similar, saber cuánto dinero invertimos por cada lead alcanzado. Siendo Del gran interés de los informáticos.

CRM

¿Qué es un CRM?

Ya sabemos que CRM es el acrónimo utilizado para Customer Relationship Management. Pero la definición de CRM va más allá: es una gestión de 360 grados de ventas, marketing, atención al cliente y todos los puntos de contacto.

Estamos en la era del cliente, la era de la transformación digital, la era de las nuevas tecnologías. En este caso, la relación también evolucionó dando lugar a un nuevo concepto también conocido como experiencia de cliente.

El concepto de Customer Relationship Management (CRM) incluye un enfoque en el cliente, siendo considerado como una estrategia, es un proceso, es una herramienta y una técnica. Es por ello que ambas deben ir llevadas de la mano, para trabajar en pro de los resultados.

La plataforma CRM está en la lista de las tecnologías empresariales más innovadoras y críticas disponibles para las empresas.

¿Por qué? Por la forma en que utilizan la información de los clientes para administrar cuentas, clientes potenciales y oportunidades de ventas en un solo sitio. Lo que podría direccionar de manera objetiva resultados dentro de una organización.





CRO

¿Qué es el CRO?

CRO es un método que tiene como objetivo mejorar la rentabilidad de cualquier plataforma digital. Esto se hace a través de mejoras continuas y específicas en cada embudo.

En otras palabras, CRO es un conjunto de procesos que se utilizan para hacer que una plataforma digital sea más rentable, ya sea eliminando barreras o creando un proceso de optimización, que puede incluir un conjunto de análisis de

tecnología utilizando la usabilidad de la plataforma. Mostrando los beneficios y a utilización de este y de lo que se busca lograr con ello.

El propósito de esta publicación es presentarle CRO y presentarle diferentes conceptos para mejorar la rentabilidad de su negocio. No quiero que pierdas de vista que esta es una metodología que requiere de mucho esfuerzo y dedicación por parte de diferentes expertos en diferentes campos para ser adecuadamente cubierta.

En otras palabras, si hablamos de comercio electrónico, su objetivo es vender productos (macroconversiones), pero para que las ventas se lleven a cabo, se deben hacer ciertas cosas en sentido ascendente (conversiones). parcial).

CSS



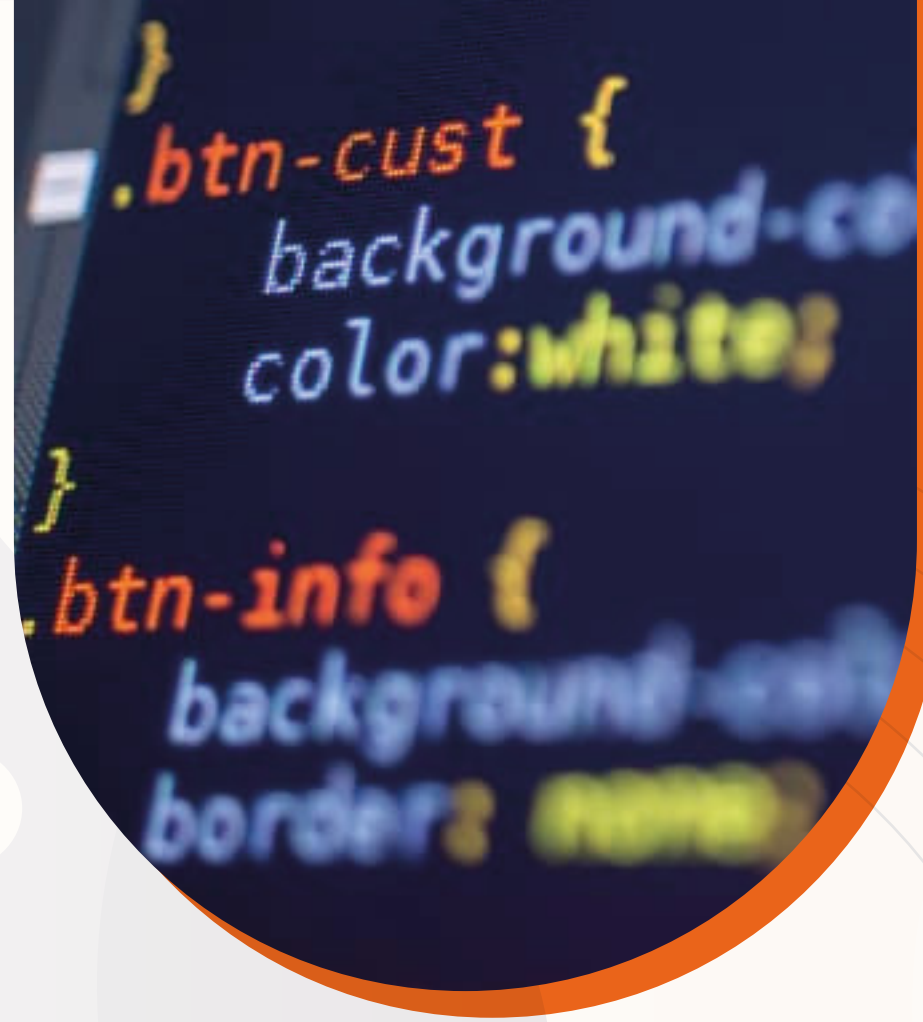
¿Qué es CSS?

Un lenguaje de estilo utilizado para describir la visualización de documentos HTML o XML (en-US) (incluidos muchos lenguajes basados en XML, como SVG, MathML o XHTML). CSS describe cómo se debe mostrar un elemento organizado en la pantalla, impreso, hablado o en otros medios.

CSS es uno de los lenguajes centrales de la web abierta y está estandarizado por el W3C. En el pasado, diferentes partes de la especificación CSS se desarrollaron simultáneamente, lo que permitió emitir recomendaciones. Es posible que haya oído hablar de CSS1, CSS2.1 y CSS3. Sin embargo, CSS4 no se ha lanzado como versión oficial.

CSS se utiliza para diseñar y estilizar páginas web, como cambiar la fuente, el color, el tamaño y el espaciado del contenido, dividirlo en varias columnas o agregar animaciones y elementos decorativos. Diferente. Ofreciendo diversas ideas y herramientas para el logro de los propósitos de manejos informáticos.

Este módulo proporciona un comienzo sin problemas para dominar CSS con los conceptos básicos de cómo funciona, la sintaxis y cómo puede comenzar a usarlo para agregar estilos a HTML.



CTA

¿Qué es un CTA?

Una llamada a la acción es un elemento clave cuando buscamos que los usuarios se comuniquen con nosotros.

Es muy importante segmentar adecuadamente a nuestro público objetivo y conocerlo en profundidad para elegir la mejor llamada a la acción según nuestros objetivos.

Una llamada a la acción o CTA (también llamada llamada a la acción) es un botón o enlace en nuestro sitio web que captura clientes potenciales y los convierte en clientes finales, generalmente a través del formulario anterior. La landing page o landing page.

Un CTA es un vínculo entre el contenido normal del usuario y la página (página de destino) con una oferta más interesante para nuestros usuarios, lo suficientemente relevante e interesante como para convencerlos de completar nuestro formulario.

Lo más importante al crear una llamada a la acción es intentar experimentar con algunos diagramas, solicitar comentarios de los usuarios y ver qué llamadas a la acción funcionan mejor, para que finalmente se ejecuten. Por ende se considera la importancia de estas dentro del ámbito de las redes y lo que involucra.

CTO (Chief Technology Officer)

¿Qué es el CTO?

El CTO (Chief Technology Officer) o Director de Tecnologías de la Información es el ejecutivo responsable de las necesidades tecnológicas de una organización, además de la investigación y el desarrollo.

También conocido como director técnico, esta persona es responsable de analizar las necesidades a corto y largo plazo de la organización y de utilizar el capital para invertir y ayudar a la organización a lograr sus objetivos. El director de tecnología generalmente reporta directamente al CEO (gerente general) de la empresa.

Es importante comprender la diferencia entre un CIO (Chief Information Officer) y un CTO. El CIO desempeña un papel centrado en la tecnología, mientras que el CTO desempeña un papel de planificación estratégica. El CTO es el CTO de más alto rango de la empresa y dirige el departamento de tecnología o ingeniería. Este marco desarrolla políticas y procedimientos y utiliza tecnología para mejorar productos y servicios enfocados en clientes externos.

Las responsabilidades principales de un CTO son trabajar con el personal de TI, resolver desafíos tecnológicos y mantener el negocio en funcionamiento. También es responsable de desarrollar, implementar, administrar y evaluar los recursos tecnológicos de la empresa.





Customer Journey

¿Qué es el Customer Journey?

Llamamos a este proceso el viaje del cliente e incluye todas las etapas por las que pasa una persona desde el momento en que identifica la necesidad de un producto o servicio para resolver este problema.

Este proceso puede durar tan solo unos minutos para productos de bajo precio que compramos de forma imprudente (p. ej., comida de supermercado), así como meses o más de un año (p. ej., al comprar comestibles).

Un programa comercial o de alquiler de autos cuesta miles de dólares).

Es la misma compra de la que hemos hablado en otras ocasiones en la web y el blog de InboundCycle.

Puedes encontrar más información sobre el proceso de compra y sus etapas en este contenido o en nuestro gratuito ciclo de venta vs. ciclo de compra en el pasado se entendía que el ciclo de compra o proceso coincide completamente con el ciclo de venta, pero hoy en día los consumidores investigan y se informan antes de iniciar cualquier proceso comercial y tomar una decisión de compra.

De hecho, se dice que el 70% del viaje del cliente se completa antes de que el consumidor contacte a cualquier vendedor.

Dashboard

¿Qué es un Dashboard?

El panel de instrumentos o panel de control, como también se reconoce, es similar a los indicadores en la cabina de un avión (aunque deberían ser un poco más simples).



Es una herramienta muy poderosa para obtener información de los datos y enfocar los KPI que necesita para saber qué está pasando realmente en su negocio. De hecho, se podrá observar como una especie de tablero, además de conocer la importancia y el por qué debería implementarlo en su empresa y las métricas clave que debe incluir de acuerdo con sus objetivos.

Los tableros son una herramienta de administración de información que monitorea, analiza y muestra visualmente indicadores clave de rendimiento (KPI), métricas y datos necesarios para monitorear la salud de una empresa o asignar un departamento, campaña o proceso en particular.

Podemos pensar en los tableros como una especie de «resumen» que recopila datos de diferentes fuentes en un solo lugar y los presenta de una manera fácil de entender para que lo que más le importa llegue a usted.



Design Thinking

¿Qué es el Design Thinking?

El Design Thinking, en español, siendo de gran nivel, se refiere a una metodología o proceso que posibilita o facilita la resolución de problemas, el diseño y desarrollo de productos y servicios.

De todos los tipos y sectores de la economía, utilizando grupos altamente motivados, la innovación y la creatividad como motor de poder o mantra. La persona es siempre el centro de atención. Por eso también se le llama: diseño centrado en el ser humano.

Las cinco etapas del Design Thinking son: Empatía, Definición, Pensamiento, Prototipado y Evaluación, siendo que lo importante es trabajar en los puntos de mejora descubiertos en la etapa final, la etapa de evaluación, y comenzar de nuevo el proceso.

Este método se basa en el pensamiento creativo, la empatía y la experimentación para descubrir lo que el cliente realmente quiere o necesita. Logrando que con la implementación de sus diseños e ideas se puedan generar y obtener una serie de ventajas que le agregan un valor mucho más completo y objetivo a sus funcionalidades.

Diseño de Experiencia de Usuario (Ux)

¿Qué es UX?

Hablamos de UX Design (User Experience Design) para definir el diseño de experiencia de usuario. El diseño básicamente se ocupa de «diseñar» la experiencia del usuario en lugar de crear una imagen.

El papel de un diseñador de UX es pensar, expresar y crear no solo el producto y la interfaz de usuario, sino también la experiencia de usuario que crea.

Como vimos anteriormente, el diseño de UI está integrado en el trabajo de diseño de UX. Implementamos el diseño de UI, y esta es la etapa donde surgen las ideas y prototipos de los diseñadores de UX.

Cuando hablamos de diseño de interfaz de usuario (diseño de interfaz de usuario), nos referimos al diseño de la interfaz de usuario y, por lo tanto, a la experiencia estética resultante.


El rol de diseñador de interfaz de usuario se centra en los aspectos gráficos y visuales de la interfaz. Por lo tanto, los elementos que son reconocibles por el usuario. Considerando la importancia de las herramientas que se ofrecen para lograr esta experiencia.



Diseño de interfaz de usuario UI

¿Qué es UI?

La interfaz de usuario o los resultados de diseño técnico para modelos, funciones, instalaciones, entorno de trabajo, marcas y otros aspectos que afectan la apariencia de la interfaz de usuario en los sistemas (uso general de sistemas de control móvil, programas de sistemas, programas de aplicaciones etc.).



El diseño de la interfaz de usuario es un tema relacionado con el diseño de la industria (aparece como se especifica en la clasificación del sitio en la Sección 14-04) y se enfoca en una mayor facilidad y despliegue de la prueba de usuario.

El objetivo final del diseño de la interfaz de usuario es crear interacción entre los usuarios y el pedido es una interfaz simple y efectiva posible, en términos de cumplimiento de los objetivos de los usuarios. Por lo tanto, una filosofía de diseño orientada al usuario.

Una buena interfaz de usuario está diseñada para completar las tareas sin atención al usuario al formulario. El diseño gráfico y la tipografía se combinan para brindar facilidad de uso, influir en cómo los usuarios realizan ciertas interacciones y mejorar la apariencia estética de un diseño.

Dominio

¿Qué es un Dominio?

Un nombre de dominio (a menudo denominado simplemente dominio) es una manera fácil de recordar el nombre asociado con una dirección IP real en Internet. Este es el nombre único que aparece después de la dirección de correo electrónico de inicio de sesión @ y después de www. en direcciones web.

Cuando te registras en los servicios de Google Cloud, especificas el nombre de dominio que deseas usar con esos servicios. Este dominio debe ser tuyo (o también podemos ayudarte a obtener uno) y te pediremos que verifiques que es tuyo. Puede ver más información sobre nombres de dominio y direcciones web.

Cualquiera puede comprar un nombre de dominio. Simplemente vaya a su registrador de dominio o empresa de alojamiento web, encuentre un nombre que nadie más esté usando y pague una pequeña tarifa anual para poseerlo.

A veces el coste de los dominios puede ser un poco caro, pero con el tiempo y los beneficios que ofrece, se podría considerar como un aspecto de interés dentro de lo que es el área.





E Commerce

¿Qué es un e-commerce?

El comercio electrónico o e-commerce comprende la distribución, venta, compra, comercialización y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.

Conscientes de que las PYMES a la vanguardia no se están quedando atrás en este nuevo mercado, es por eso que han convertido a los servicios web en un lugar que les permite acceder las 24 horas del día a sus productos y servicios.

Dentro de las ventajas que este puede ofrecer, se consideran las más importantes como lo son:

Ampliar la base de clientes a través del acceso a mercados más amplios

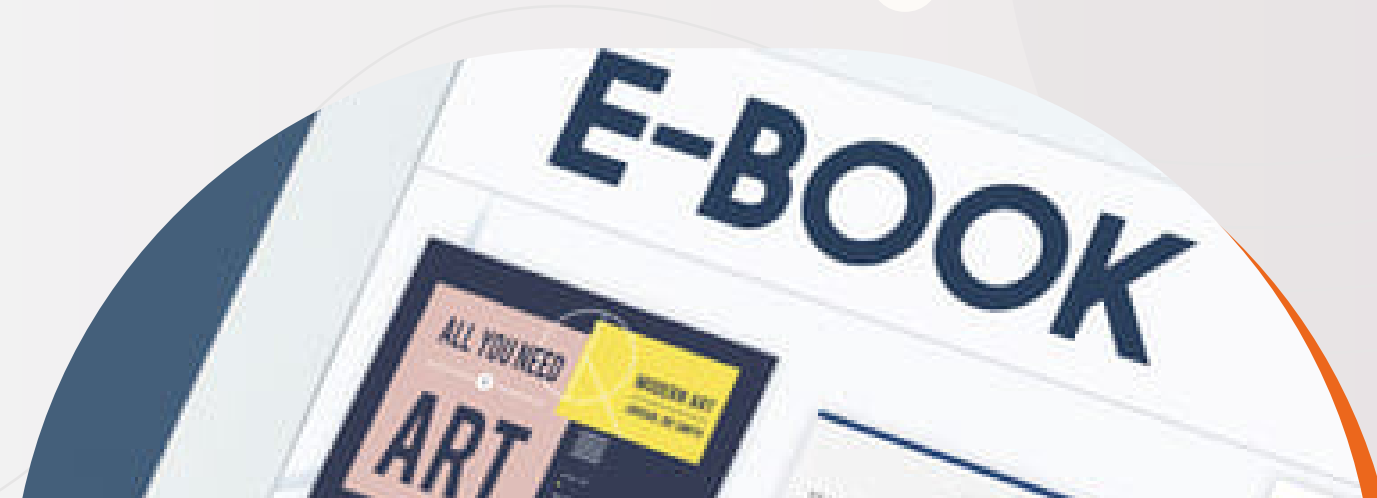
Horario de venta extendido, 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año

Crear una ventaja competitiva

Reducir la producción, el capital, la gestión y otros costes

Mejorar la comunicación con los clientes y la efectividad de las campañas publicitarias

Con la ayuda de estas ventajas, se podrá determinar las funcionalidades del contenido y sobre todo de las estrategias para obtener unos resultados que pueden ir orientados a las funcionalidades de las empresas y sus profesionales.



Ebook



¿Qué es un Ebook?

Se obtiene una definición para identificar a los libros digitales, que se pueden leer en dispositivos electrónicos como computadoras, teléfonos móviles, tabletas y lectores de libros electrónicos como Kindle. Siendo parte de las tantas ventajas que este puede ofrecer con su uso.

Los libros electrónicos son populares y, a menudo, efectivos para generar clientes potenciales como parte de una estrategia de marketing entrante. Por ello también es importante estar al corriente de las innovaciones y actualizaciones que puedan generarse, ya que estas de cierta forma le suman atractivos de avance y tecnología.

La mayoría de las personas aún no ven el valor de la producción de contenido para crear nuevas oportunidades comerciales, lo que alimenta aún más la resistencia a lanzar esta estrategia.

Sin embargo, no podemos negar que el marketing de contenidos es una estrategia efectiva. En este modelo de marketing existen varios tipos de materiales que pueden convertir a una empresa en una máquina de marketing y ventas. Uno de ellos son los eBooks, uno de los formatos más clásicos utilizados en el inbound marketing.

MWD®





Email Marketing

¿Qué es el Email Marketing?

El email marketing o email se enfoca en enviar mensajes para adquirir nuevos clientes, construir relaciones con clientes existentes, fidelizar, relacionarse con contactos, incrementar ventas, generar confianza en un servicio o producto, confirmar órdenes de compra, etc.

Hoy en día existen innumerables canales de comunicación que puedes incorporar a tu estrategia de marketing digital que traerán resultados favorables para tu empresa o negocio, uno de los cuales es el email marketing. Desde confirmaciones de pedidos hasta boletines, el correo electrónico es un aspecto importante para hacer crecer y administrar su negocio.

En el último año, se ha consolidado como un relevante medio de comunicación, que además genera una importante y rápida conexión con los usuarios o potenciales clientes.

Además, para su cliente actual, puede ser una estrategia para ayudar a su empresa a agregar valor al establecer una comunicación más cercana y personalizada con él o ella. Logrando la efectividad en cuanto al proceso comunicacional que este busca lograr con la efectividad y práctica que este ofrece a sus usuarios.

Engagement

¿Qué es engagement?

El Engagement en español se define como Interacción, es un término utilizado para definir el compromiso que existe entre una marca y su público en las diversas comunicaciones que establecen entre ellos.

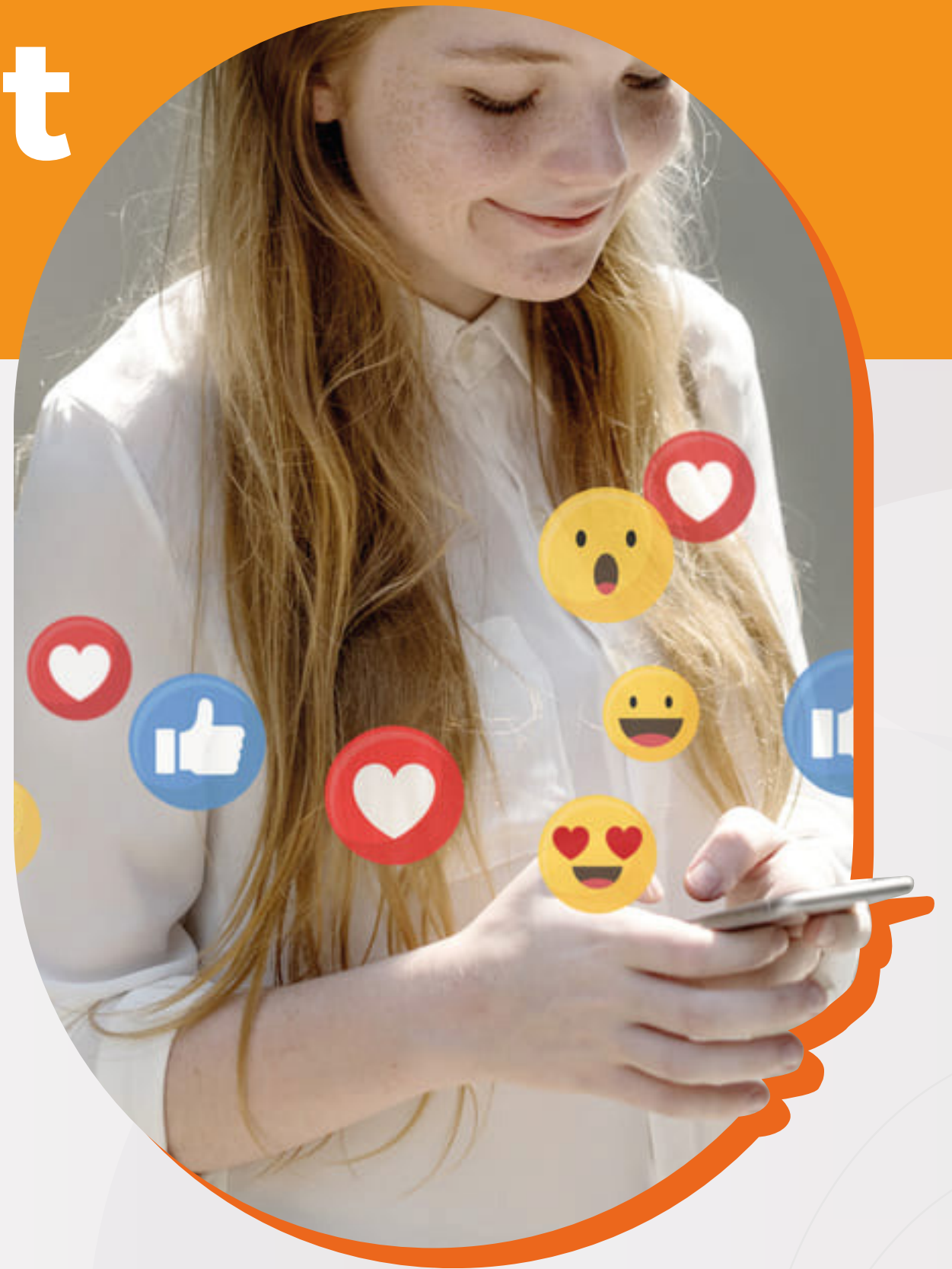
Entre otras cosas, esto incluye interacción constante, confianza e incluso empatía por sus valores, percepciones y mensajes. Esto conduce a relaciones sólidas, duraderas y profundas, basadas en experiencias de compra simplificadas.

Es un proceso que se logra a través de buenas técnicas de marketing de contenidos, optimización web, actividades de neuromarketing, entre otros. Todas ellas siempre analizadas y mejoradas a través de la analítica web.

No obstante, el apego hacia la marca no es algo que sucede de la noche a la mañana. Es la fusión lograda a través de la buena gestión de las actividades anteriormente mencionadas, para así conseguir conquistar, seducir y quitar puntos de incomodidad o fricción.

Este importante concepto se ha desarrollado y expandido gracias a la transformación digital, especialmente las redes sociales y otros medios que permiten una interacción continua con los usuarios.

En términos de redes, la relación que se genera gracias al engagement es fundamental, por el hecho de ser el medio que permite alcanzar el desarrollo objetivo y completo de estos.





Enlace

¿Qué es un Enlace?

En Internet, un enlace, también conocido como URL o hipervínculo, es cualquier texto o imagen que se encuentra en una página web que un usuario puede presionar o hacer clic para ser dirigido a un contenido diferente.

Es el medio principal para «moverse» en la web, ya que existe en casi cualquier portal que visite hoy, incluidos los motores de búsqueda o las redes sociales.

La forma más común de enlace es a través de texto. Cualquiera que haya estado en línea alguna vez verá palabras subrayadas en diferentes colores que, al hacer clic, las llevarán a otro lugar en Internet. Este mecanismo es característico de los enlaces y, por cierto, también está muy relacionado con el concepto de texto ancla.

La idea de este es básicamente lograr personalizar o identificar un sitio web o páginas de forma mucho más segura y completa, lo que conlleva a que se puedan generar una serie de lineamientos, que conlleva a que estos se puedan entender de una manera mucho más completa y efectiva en sus diferentes enlaces.

Etiqueta Canonical



¿Qué es la Etiqueta Canonical?



La etiqueta canónica, conocida en inglés como canonical tag, se coloca en el código fuente de una página web y apunta a URL canónicas que muestran el mismo contenido o uno muy similar.

Si la URL canónica se especifica correctamente, los motores de búsqueda la utilizarán para la indexación. Los motores de búsqueda califican negativamente los sitios web con contenido duplicado porque no brindan valor agregado a los usuarios.

Es una buena idea usar etiquetas básicas para no ser penalizado por contenido duplicado y usar herramientas como Duplicate Checker para ayudarlo a identificar este tipo de contenido.

Cuando se puede acceder a la página de inicio a través de diferentes URL (www.dominio.com, dominio.com, www.dominio.com/index.html, etc.). Los nombres de dominio se pueden encontrar con o sin una barra oblicua y distinguen entre mayúsculas y minúsculas.

El servidor está configurado para una sola dirección IP, pero admite diferentes formatos, como diferentes sesiones o filtros de productos. Siendo que la idea es darle la función en base a las herramientas que genera y ofrece para desarrollar la objetividad de este.



Etiquetas H

¿Qué es una Etiqueta H?

La etiqueta H, también conocida como etiqueta de título o etiqueta H1 por su nombre en inglés, es una de las herramientas de SEO más importantes cuando se trata de determinar la posición de una página y mejorar la capacidad de retorno de la misma en la página.

Estas etiquetas te permiten mostrar la importancia de diferentes contenidos, de forma jerárquica, creando diferentes «títulos» para identificar cada uno.

Estas son etiquetas HTML, que ayudan a resaltar diferentes partes del contenido. En este sentido, están presentes desde H1 hasta H6, cada uno de los cuales tiene un significado decreciente, siendo H1 el más relevante y H6 el menos.

Además, cada uno de ellos tiene un aspecto visual diferente, lo que permite al usuario “entender” de un vistazo la disposición de las distintas partes del contenido. Siendo que la idea de su uso, es que se pueda direccionar en tal sentido a la formalidad de los documentos, ya que este ayuda a formalizar el orden estético y direccional de los trabajos que en esta parte se realizan.

Experiencia del Consumidor (CX)

¿Qué es la Experiencia del Consumidor?

Se ha convertido en el foco de atención de todas las marcas en los últimos años, ya que las organizaciones han notado la importancia que tiene esto para mantener a los consumidores satisfechos y leales a la marca.

La experiencia del cliente es el conjunto de experiencias que tiene un cliente con una marca durante el tiempo en el que haya una relación de servicio. Mientras mejor sea la experiencia del cliente, mayor es la probabilidad de incrementar la retención de los clientes, generar nuevos leads, incrementar el ticket promedio, etc.

Hoy en día se puede decir que la habilidad de una marca para entregar una buena experiencia a sus clientes constituye per se una ventaja competitiva

Medir la experiencia del cliente requiere más que una métrica como “satisfacción del cliente: positiva”.

Como dueño o encargado de la experiencia del cliente de una marca es necesario que profundices más y establezcas KPIs (indicadores clave de rendimiento) que te ayuden a determinar cómo cada punto de interacción entre tu marca y el cliente contribuye a la experiencia global de tu producto o servicio.



Experiencia Del Empleado (EX)

¿Qué es la Experiencia del Empleado?

La experiencia de un empleado se ve afectada por diversos factores como la ubicación, la capacidad de integración en la empresa, el acceso a oportunidades de promoción... ¿Sabes cómo mejorar la experiencia del empleado?

La experiencia del empleado se puede definir como el efecto acumulativo de las interacciones de un empleado con la organización a lo largo de su trayectoria profesional. Desde fusiones y capacitaciones hasta promociones y excepciones.

Hoy en día, la experiencia de los empleados es una prioridad para los departamentos de gestión de personas. Sin embargo, existe una gran brecha entre las expectativas y la realidad.

La experiencia del empleado tiene dos dimensiones. Por otro lado, se refiere a la respuesta emocional que siente el empleado como resultado de pasar por muchos procesos en el lugar de trabajo.

Esto puede variar desde la experiencia de su candidato, su experiencia a bordo, las herramientas digitales disponibles para hacer su trabajo, las oportunidades de capacitación, el fácil acceso a los beneficios y más beneficios de la empresa y salarios justos vienen en la última etapa de dejar la empresa.

Experiencia del Usuario

Hoy en día, para que una marca tenga éxito, debe valorar una experiencia de usuario sólida como su valor central. Básicamente, es un conjunto de atributos que determinan tu satisfacción con la navegación de un sitio web, tanto en el rendimiento técnico de las páginas como en su organización estructural y el valor creado por el contenido accesible al usuario.

La experiencia del usuario incluye todas las interacciones del usuario con una marca. Por supuesto, debido a la transformación digital, esta experiencia está orientada principalmente a sitios web, aplicaciones móviles, herramientas y otros recursos similares.

Así es, los altos índices de satisfacción de hoy ya no se basan únicamente en la calidad de un producto o servicio. Para las empresas, esto se refiere a mayores esfuerzos para desarrollar una presencia digital consistente y atractiva, adaptando cada vez más sus interacciones a las características y comportamientos de las personas.

Para que entiendas mejor qué deben tener en cuenta las marcas actuales para garantizar una experiencia de usuario óptima, en el siguiente apartado hablaremos de los pilares de este concepto.




Extranet

¿Qué es la Extranet?

Una extranet es una red privada que utiliza protocolos de Internet, protocolos de comunicaciones y posiblemente una infraestructura de comunicaciones públicas para compartir de forma segura cierta información o actividades empresariales con proveedores, compradores, socios, clientes o cualquier otra empresa o entidad.





En otras palabras, se puede decir que la extranet es parte de la intranet de la empresa y está abierta a usuarios externos a la empresa, que a menudo utilizan Internet y sus protocolos.

Las redes externas suelen tener acceso semiprivado. Para acceder a la extranet corporativa, el usuario no tiene que ser un empleado de la empresa, pero debe tener una asociación con la entidad.

Es por esto que la extranet requiere o necesita un cierto nivel de seguridad para que nadie pueda acceder a ella. Otra ventaja de la extranet es que se puede utilizar como intranet para colaborar con otras empresas.

El término extranet se utilizó por primera vez a fines de la década de 1990 y comenzó a usarse en varias industrias y empresas, para que ciertos documentos pudieran ser vistos a través de la red por ciertos empleados, autorizados por estas empresas.

Feed

¿Qué es Feed?

Los feeds son flujos de contenido que los usuarios pueden explorar. El contenido aparece en los mismos bloques repetidamente uno por uno. Estos muchas veces siguen un mismo patrón o simplemente una idea organizada en diversos post o imágenes.

Por ejemplo, el feed puede ser una editorial (si es una lista de artículos o noticias) o una pestaña (si es una lista de productos o servicios). Los feeds pueden aparecer en cualquier parte de las páginas.

Es posible que su sitio tenga un feed para dispositivos móviles y de escritorio diferente. Por ejemplo, un diseño de cuadrícula de escritorio, cuando se ve en un dispositivo móvil, se convierte en una fuente.

En este caso, puede crear diferentes anuncios en el feed para diferentes tamaños de pantalla.

Nota: cuando se hace referencia a anuncios InFeed, una fuente no se refiere a una fuente de entrega web como RSS. Incluso dentro de cada red social o web se pueden encontrar los Feed como una forma organizada de visualizar los elementos presentes en estas y que utilizan los influencers.





Funnel

¿Qué es un Funnel?

Un Funnel o embudo de conversión es un término de marketing digital que incluye los diversos procesos y pasos que los usuarios realizan en la web para lograr un objetivo, ya sea completar una transacción o dejar ir sus datos.

Con el embudo, puedes saber qué porcentaje de la pérdida está presente en cada paso que da un usuario en tu sitio web, optimizando así, con estos datos, las partes de tu sitio web donde muchos usuarios han perdido. Mejor.

Por lo tanto, el embudo es una parte muy importante de los resultados de ventas, por lo que a menudo es tarea de los gerentes de ventas o de marketing.

En este punto el usuario está preocupado por su necesidad. Sin embargo, no se consideró la adquisición de un producto o servicio. Por lo tanto, es apropiado en esta etapa promover el contenido informativo.

Ejemplo: una sesión informativa virtual (webinar) en la que se responde a las dudas iniciales de los interesados. Sí, el teléfono puede ser necesario, pero la fecha de nacimiento no es mucho.

Gamificación

¿Qué es la Gamificación?

La gamificación es un método educativo que traslada la mecánica del juego al ámbito educativo profesional para conseguir mejores resultados, absorber mejor determinados conocimientos, mejorar determinadas habilidades o premiar acciones concretas, entre otros muchos objetivos.



Este tipo de aprendizaje está ganando terreno en los métodos de formación debido a su carácter lúdico, facilitando el contenido del conocimiento de una forma más lúdica, creando una experiencia de usuario positiva.

El modelo de juego realmente funciona porque logra motivar a los estudiantes, cultivar más la participación de todos y alentar la moral a mejorar. Se utilizan una variedad de técnicas mecánicas y dinámicas derivadas de los juegos.

Para atraer la atención, se utilizan elementos de diseño divertidos que abordan los principios comunes de percepción y motivación. De hecho, detrás de cada juego exitoso hay toda una ciencia que estudia cómo y por qué ciertos tipos de estímulos son más interesantes y atractivos para nosotros que otros, incluso si las actividades en las que participan no son divertidas, lo mismo y de todo lo que involucra.

Google AdSense

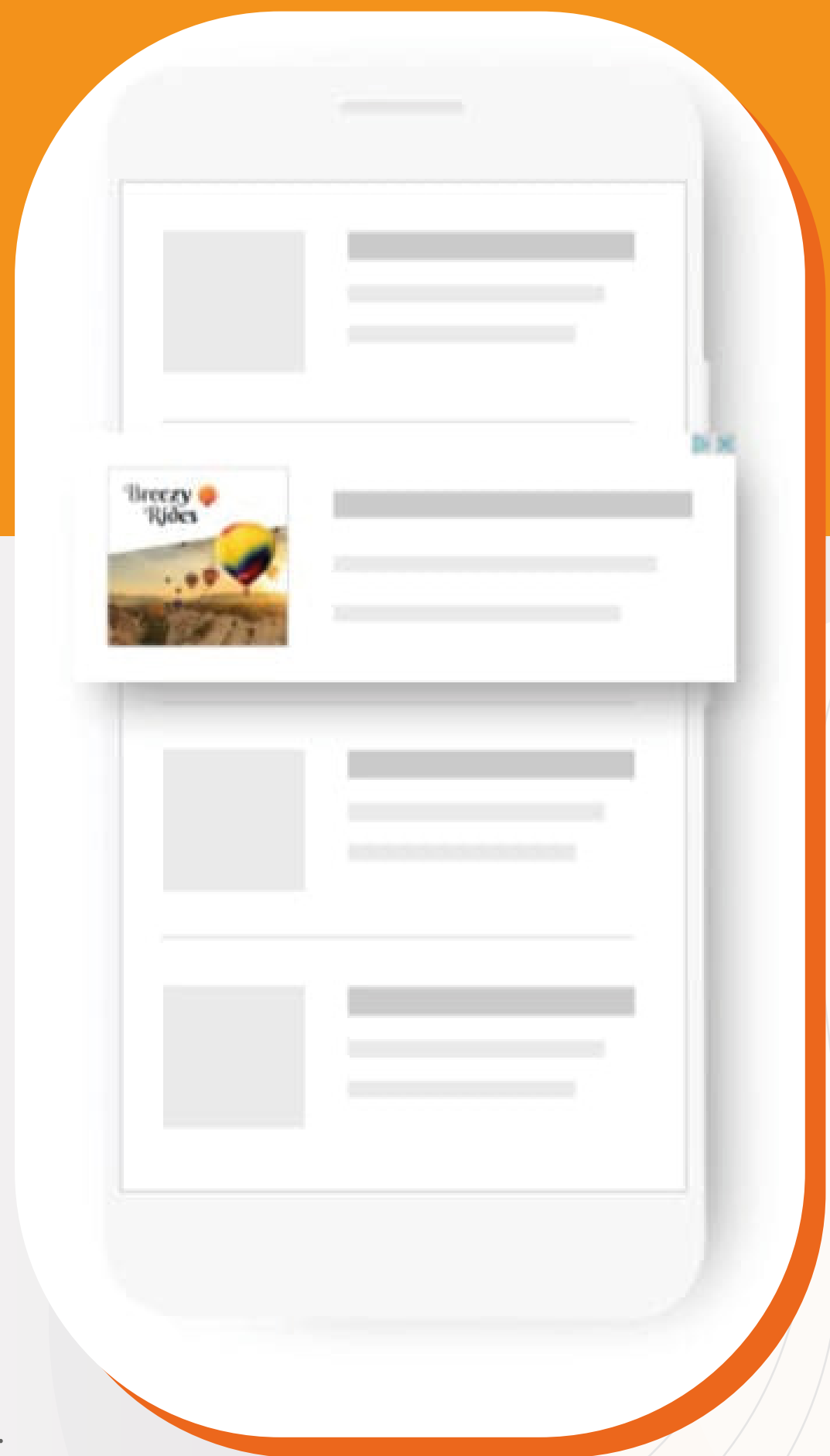
¿Qué es Google AdSense?

AdSense es una solución sencilla y gratuita con la que puedes obtener ingresos. Puede hacerlo publicando anuncios junto con su contenido en Internet. Con AdSense, puede mostrar anuncios relevantes y atractivos a los visitantes de su sitio web e incluso personalizarlos para que se ajusten al diseño de su sitio.

La principal diferencia con AdSense es que puede mostrar anuncios de Google Ads en su sitio web. Google le paga por los anuncios que se muestran en su sitio en función de los clics o las impresiones generados por los usuarios, según el tipo de anuncio.

AdSense le brinda acceso instantáneo y automatizado a una gran fuente de demanda de anunciantes, lo que genera competencia por su espacio publicitario y anuncios más relevantes para todo su contenido en línea. tu línea. AdSense publica automáticamente contenido o anuncios dirigidos a la audiencia en su sitio web.

Por ello el conocimiento en cuanto al uso de esta herramienta es fundamental, siendo que te puede ayudar a establecer diversos niveles de estrategias en pro de tus objetivos y orientada a sus resultados.



Google Adwords



¿Qué es Google Adwords?

Google Adwords es el programa de publicidad en línea de Google. Con Google Ads, puede crear anuncios en línea para llegar a las personas exactamente cuando están interesadas en los productos y servicios que ofrece.

Google Adwords es un producto que puede utilizar para promocionar su empresa, vender productos o servicios, atraer la atención y dirigir el tráfico a su sitio web.

Las cuentas de Google Adwords se administran en línea, por lo que puede crear y editar sus campañas publicitarias en cualquier momento, incluido el texto del anuncio, la configuración y el presupuesto.

No hay un requisito de inversión mínima y puede establecer y controlar su propio presupuesto. Puede elegir dónde aparecen sus anuncios, establecer su presupuesto y medir fácilmente su impacto.

1. Suele darse alta.
2. Se puede usar Adwords Express o Adwords normal.
3. Configuración en tu primera campaña.
4. Se entiende la función de las pujas.
5. Elección de las estrategias de pujas.
6. Elección de las palabras claves.
7. Creación de anuncios relevantes
8. Call to Action o llamado a la acción.
9. Análisis, medición y observación de los resultados.

Google Analytics

¿Qué es Google Analytics?

Google Analytics es la herramienta de análisis y monitoreo de sitios web y aplicaciones más utilizada en el mundo. Algunas de sus ventajas son: facilidad de configuración, integración con otros servicios de Google como AdWords y Search Console, y una versión gratuita muy completa.

Con la herramienta correctamente instalada, es posible rastrear el perfil de los visitantes de su sitio web, las páginas más vistas, las conversiones, el dispositivo, la ciudad y más. A continuación, puede encontrar algunas razones para comenzar a usar la herramienta.

Sin duda, hay miles de preguntas que te haces a diario sobre tu negocio o blog, que son fáciles de responder una vez que abres Google Analytics. Los datos de tráfico de su sitio, los sitios de visitantes, los canales de origen y la información en tiempo real sobre lo que sucede en su sitio son solo una pequeña parte de lo que puede ver en la herramienta.

El seguimiento del comportamiento del público objetivo es importante en muchos niveles, pero aquí destacaremos algunos ejemplos que son relevantes para cualquier negocio.



Google My Business



Google My Business

¿Qué es Google My Business?

Google My Business es una herramienta gratuita creada por Google para ayudar a las empresas a administrar su presencia en línea. La idea es generar un buen desarrollo de esta accesibilidad para lograr lo que se requiere.

Permite vincular a la empresa con el entorno, por ejemplo, a través de un único tablero, permite una gestión más simple y eficiente para que pueda agregar información relacionada con su empresa, como reseñas breves como “Quiénes somos”, información de contacto, ubicación del negocio y horarios de apertura y cierre, etc.

El objetivo principal de Google My Business es proporcionar una mayor visibilidad de su negocio y facilitar que sus clientes lo encuentren, desde una única interfaz de administración. Google My Business combina múltiples herramientas (Google Places, Google Maps). Siendo también parte del grupo que pertenece a estas.

Google My Business es una forma de ayudarlo a destacarse en las primeras posiciones. Pero la capacidad de aparecer en búsquedas basadas en la ubicación no es la única gran característica de Google My Business.

Google Tag Manager



Google Tag Manager

¿Qué es Google Tag Manager?

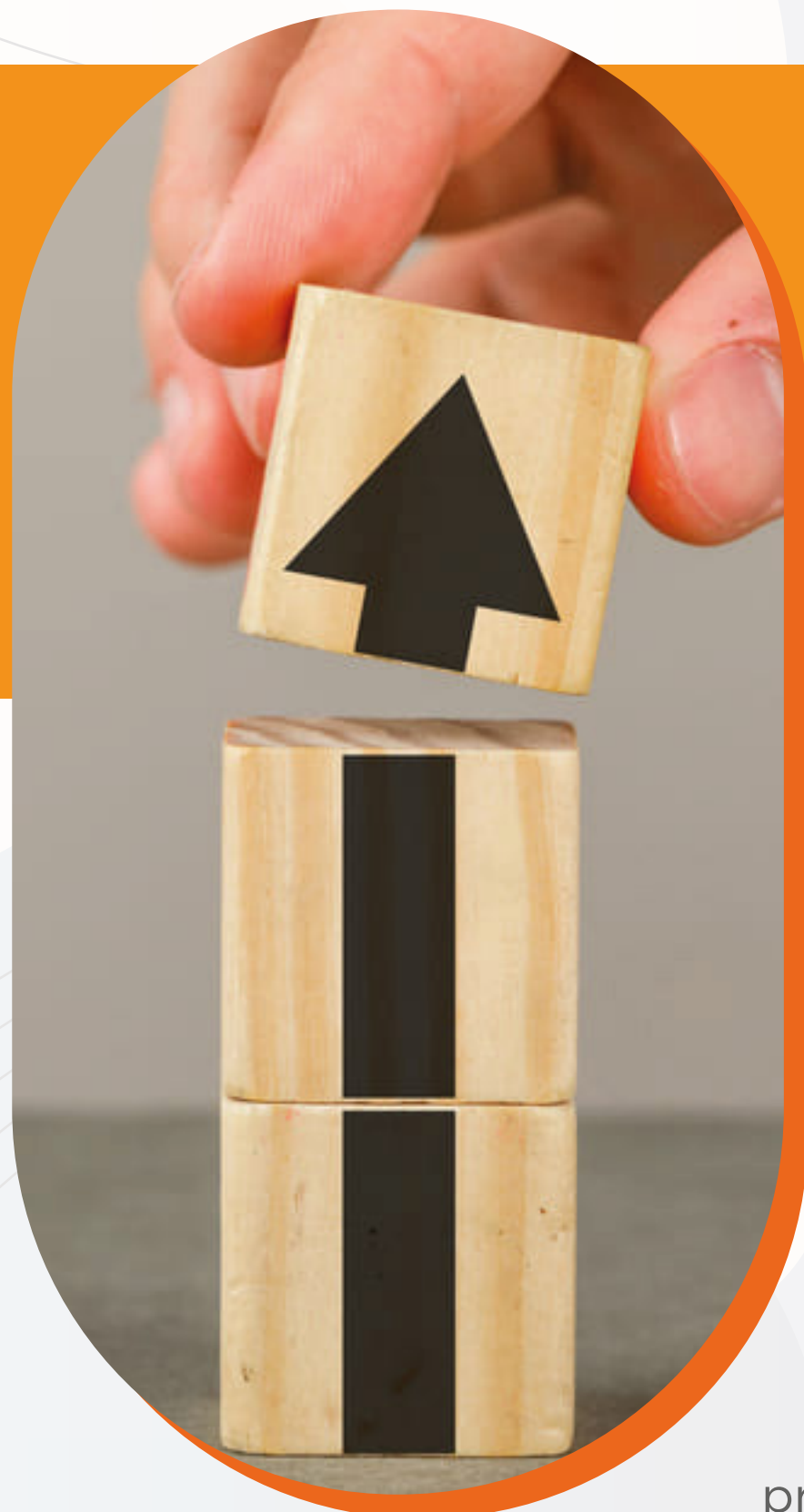
Google Tag Manager es un sistema de gestión de etiquetas que le permite actualizar rápida y fácilmente su sitio web o aplicación móvil mediante un código de seguimiento y un fragmento asociado, generalmente llamado etiqueta.

Una vez que agregue un pequeño fragmento del código de Tag Manager a su proyecto, puede implementar de manera fácil y segura las opciones de configuración de etiquetas de evaluación comparativa y análisis desde la interfaz de usuario basada en la web.

Una vez que instala Tag Manager, su sitio o aplicación puede comunicarse con los servidores de la plataforma.

De esta forma, puede usar la interfaz de usuario web de Tag Manager para configurar sus etiquetas de seguimiento, definir disparadores que activan sus etiquetas cuando ocurren ciertos eventos y crear variables que pueden usarse para simplificar y automatizar la configuración de etiquetas.

Un contenedor es una colección de etiquetas, activadores, variables y configuraciones relacionadas que se instalan en un sitio web o aplicación móvil. Los contenedores de administración de etiquetas pueden reemplazar todas las demás etiquetas codificadas manualmente en su sitio web o aplicación, incluidos Google Ads, Google Analytics, Floodlight y etiquetas de terceros.



Growth Marketing

¿Qué es Growth Marketing?

El marketing de crecimiento es una técnica de marketing integrado que proporciona un enfoque científico en todo el embudo del consumidor. Es un perfil profesional ganador en Silicon Valley y ha destacado en startups ampliando su alcance a todo tipo de empresas.

Es un proceso adaptado a la experiencia, diseñado y probado para satisfacer las necesidades comerciales y los objetivos financieros a largo plazo de un cliente.

Un aspecto clave del marketing de crecimiento es la integración de análisis potentes con procesos ágiles para lograr resultados más rápidos a costos más bajos.

Pero, ¿qué es el crecimiento del marketing? El marketing de crecimiento es una técnica de marketing holística que proporciona un enfoque científico en todo el embudo del consumidor. Por ello se deben responder a todas las interrogantes y funcionalidades que esta ofrece.

El marketing actual ya depende de los datos, la automatización está evolucionando, al igual que el uso de los datos. Esto requiere profesionales calificados que sepan cómo lidiar con los cambios alcistas del mercado. ¿Cómo? ¿O qué? Practica el marketing de crecimiento.

Hashtag

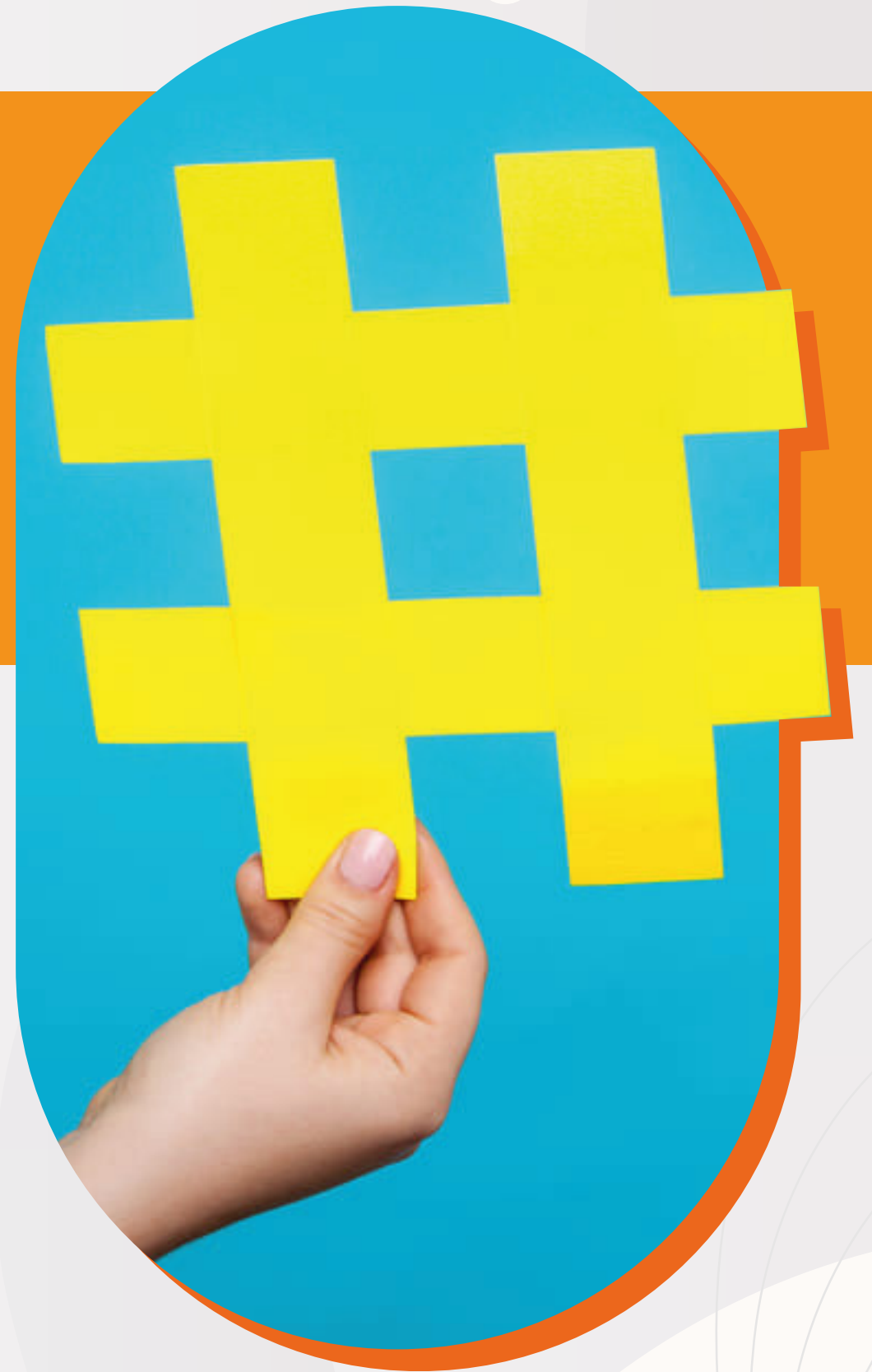
¿Qué es un Hashtag?

Un hashtag es un término relacionado con temas o discusiones que desea indexar en una red social, insertando un signo de almohadilla (#) antes de una palabra, frase o expresión. Cuando se publica una asociación, se convierte en un hipervínculo que conduce a una página con otras publicaciones relacionadas con el mismo tema.

Si vamos más allá, podemos decir que los hashtags son términos relacionados con temas o discusiones para vincular en redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter. Cuando se publica la colección, se convierte en un enlace a una página con otros artículos relacionados con el mismo tema.

La idea con el uso de Hashtag es lograr un mayor nivel de interacción frente al algoritmo de las redes sociales, con la idea de lograr el alcance entre los usuarios y su objetivo principal, considerando que existen muchos tipos de opciones en base a este para poder generar así el resultado que se desea.

La efectividad de los Hashtag va directamente redirigido a la funcionalidad de los movimientos dentro de la informática que según códigos y pasos se logra generar.





Hosting

¿Qué es el Hosting?

El hosting es un servicio de almacenamiento en línea que le permite publicar un sitio web o una aplicación web en Internet. Cuando obtiene alojamiento, básicamente está alquilando espacio en un servidor que almacena todos los archivos y datos necesarios para ejecutar su sitio web. En este artículo conocerás todos los detalles sobre qué es el hosting.

Un servidor es una computadora física las 24 horas del día, los 7 días de la semana, por lo que su sitio web siempre está disponible para cualquiera que quiera verlo. El proveedor de alojamiento es responsable de mantener el servidor en funcionamiento, protegerlo de ataques maliciosos y transmitir su contenido (como texto, imágenes, etc.) al host al navegador del visitante.

Cada vez que alguien escribe su nombre de dominio en la barra de direcciones del navegador, su servidor transfiere todos los archivos necesarios para realizar la solicitud.

Debe pagar un alquiler regular para mantener el servidor funcionando continuamente. Para reducir el riesgo, todos los planes de Hostinger vienen con una garantía de devolución de dinero de 30 días para que puedas comprobar que nuestro servicio realmente satisface tus necesidades.

HTML

¿Qué es HTML?

Hace referencia a un lenguaje de marcado para crear páginas web es un estándar que sirve como referencia para el software que vincula el desarrollo de páginas web en sus diversas versiones, especificando la estructura y el código subyacente (conocido como código HTML).



Para definir el contenido de la página web, como texto, imágenes y videos, juegos y mas es un estándar desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C) o WWW Consortium, una organización dedicada a estandarizar la mayoría de las tecnologías relacionadas con la web, especialmente en términos de su escritura e interpretación.

HTML se considera el lenguaje web más importante y su invención desempeñó un papel importante en el surgimiento, desarrollo y expansión de la World Wide Web (WWW). Este es el estándar establecido para la visualización de páginas web y es el estándar adoptado por todos los navegadores actuales.

Por ende el uso de códigos especiales para el desarrollo de operaciones y funcionalidades es necesario manejar ciertos procesos que conlleven al desarrollo completo y óptimo de sus herramientas.

HTTPS

¿Qué es el HTTPS?

Este es un protocolo que permite establecer una conexión segura entre el servidor y el cliente, la cual no puede ser interceptada por personas no autorizadas. Por ello es importante considerar los elementos, signos y herramientas dentro de este para llevar a cabo el uso de su funcionalidad.

La conexión HTTP estándar en Internet puede ser pirateada fácilmente por partes no autorizadas. El propósito de una conexión HTTPS es evitar esto: cifrar los datos para garantizar que los datos se transmitan de forma segura. La transmisión y la autenticación del servidor están encriptadas.

Cuando el usuario hace clic en un enlace o confirma ingresar una URL en la barra de direcciones con el botón «Enter», el navegador establece una conexión. El servidor presenta un certificado que lo verifica como un proveedor auténtico y de confianza. Después de que el cliente verifica la autenticidad, envía una clave de sesión que solo el servidor puede leer.

En base a estos datos importantes, ahora se puede realizar el cifrado. Normalmente se utiliza un certificado SSL.



Inbound Marketing

¿Qué es Inbound Marketing?

El marketing entrante es un método comercial para atraer clientes mediante la creación de contenido valioso y experiencias relevantes. Mientras que el marketing externo (métodos de marketing tradicionales) intervienen directamente entregando contenido a audiencias que no siempre desean, el marketing interno forma comunicaciones útiles para los clientes en la resolución de problemas reales.

El enfoque interno es aquel que tiene como objetivo hacer crecer su negocio mediante la creación de relaciones duraderas y significativas con los consumidores, prospectos y clientes.

Básicamente incluye darles elementos que les permitan alcanzar sus objetivos en cada etapa de su viaje con su empresa. No lo olvide: el éxito de su cliente también depende de usted. Por ello resulta necesario utilizar y manejar todas las características que se relacionan a esta para su funcionalidad.

Incluso cuando un cliente tiene éxito y se lo cuenta a otros, capta el interés de los inversores potenciales, creando un círculo automatizado que impulsa e impulsa su negocio. Así es como este método llega al soporte del volante.



Indexación

¿Qué es Indexación?

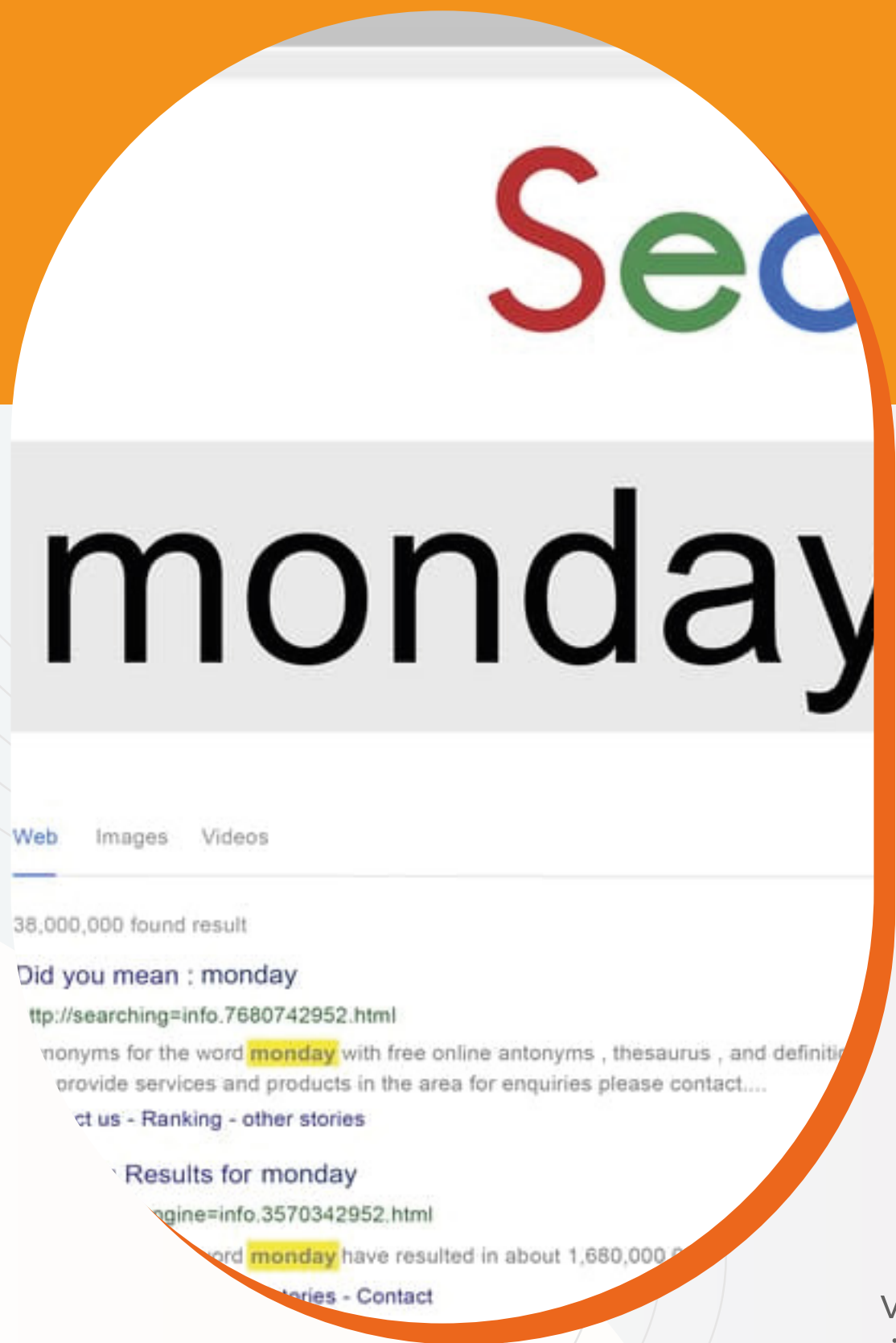
Hace referencia a las formas de indexar el contenido de una página web en Internet. Algunos sitios web o intranets pueden usar un índice posterior, mientras que los motores de búsqueda a menudo usan palabras clave y metadatos (meta etiquetas) para proporcionar un vocabulario más útil para la búsqueda. en Internet o sitio web.

Con el aumento del número de revistas con artículos en línea, la indexación web también se ha vuelto importante para los sitios web de periódicos o revistas con contenido actualizado.

La información de indexación web indica el mapeo de palabras clave o frases a páginas web o los sitios dentro de un campo de meta-etiquetas, ya que las páginas web pueden reiniciarse búsqueda que se personaliza para buscar palabras clave en el campo.

Se puede decir que un sitio web está indexado cuando aparece en los resultados de búsqueda de Google.

De lo contrario, debe usar el método más conveniente y fácil usando las herramientas para webmasters de Google Search Console. Puede enviar la URL de su sitio web utilizando la opción de inspección de URL y luego continuar con la solicitud de indexación. Este método es manual y solo puede enviar un número limitado de URL.



Influencer

¿Qué es un Influencer?

Se han convertido en figuras de opinión y colaboradores a través de diversos canales del sector digital con autoridad en los temas en los que se especializan. Son los líderes de los medios de comunicación gracias a la inmediatez de Internet.

No tienen por qué ser famosos, porque los influencers nacen a través de sus redes sociales. Así, la audiencia les transmite una creencia que los convierte en embajadores de un tema en particular organizado en un buen feed.

Los influencers destacan por encima de todo en su capacidad para influir en las decisiones de las personas. Sus comunicaciones, palabras, mensajes, fotos y opiniones son tomadas como referencia por sus seguidores y, como resultado, las marcas están aprovechando y complaciendo esta tendencia. Encuentre y capte este tipo de personas para concluir acuerdos de cooperación con el fin de mejorar la posición de la marca.

Los influencers pueden tener más impacto que un simple anuncio o cualquier estrategia. Los influencers pueden brindar acceso a una audiencia que seguramente fallará en ciertas industrias. Siendo que se deben seguir ciertos patrones para ver sus resultados.



Infografía

¿Qué es una Infografía?

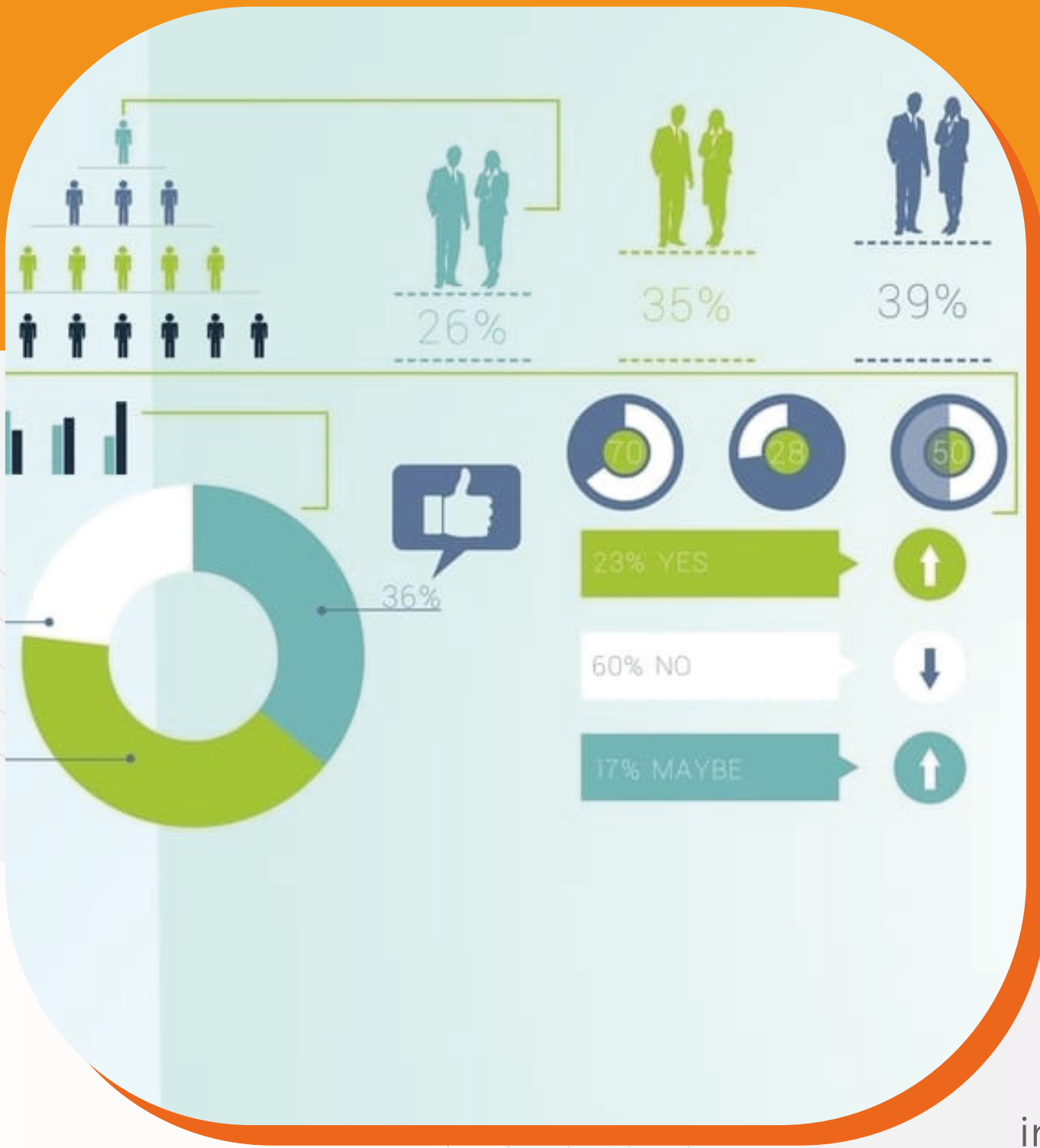
Una infografía es una colección de imágenes, visualizaciones de datos, gráficos de barras y circulares y texto simple (básicas) que resume un tema para que el tema se pueda entender fácilmente.

Las infografías son una herramienta valiosa para la comunicación visual. Las infografías más efectivas suelen ser aquellas con imágenes únicas y originales porque captan nuestra atención y captan nuestra atención tanto como sea posible.

Es importante recordar que los elementos visuales de una infografía no solo son interesantes e intrigantes.

Las infografías también deberían ayudarnos a comprender y recordar su contenido, al igual que la infografía de Jing Zhang. Cuando desea brindarle a alguien una descripción general muy rápida de algo que es difícil de explicar con palabras, una infografía es una excelente manera de hacerlo.

Esto significa que las infografías pueden ser útiles para casi cualquier industria. Los especialistas en marketing usan infografías para crear conciencia de marca y aumentar el interés en temas de interés para la empresa. Considerando dentro de estas todos lo que existen.



Javascript

¿Qué es JavaScript?

JavaScript es un poderoso lenguaje de programación que puede aplicarse a documentos HTML y usarse para crear interacciones dinámicas en páginas web. Fue inventado por Brendan Eich, cofundador del Proyecto Mozilla, la Fundación Mozilla y la Corporación Mozilla. Tomando en cuenta cada uno de los elementos que la rodean, para entender así su finalidad.

Puedes hacer casi cualquier cosa con JavaScript. Puede comenzar con cosas pequeñas como carruseles, galerías de imágenes, diseños inestables y respuestas al presionar un botón. ¡Con más experiencia, podrá crear juegos, animaciones 2D, gráficos 3D, aplicaciones en línea basadas en bases de datos y más!

JavaScript en sí mismo es bastante compacto pero muy flexible, y los desarrolladores han escrito muchas herramientas además del lenguaje principal de JavaScript, desbloqueando muchas funciones adicionales con un mínimo esfuerzo.

Dado que este artículo pretende ser una breve introducción a JavaScript, no pretende confundirlo en este momento al explicar en detalle las diferencias entre el núcleo de JavaScript y las diversas herramientas las cuales se conllevan a realizar diversas funciones para el desarrollo de este.

```
name="HIGHLIGHT_NON_AL
tion name="LAST_RESOLUTION" val
component>
component name="ProjectId" id="22vR3oF
<component name="ProjectViewState">
  <option name="hideEmptyMiddlePackages"
  <option name="showLibraryContents" val
</component>
<component name="PropertiesComponent">
  <property name="RunOnceActivity.OpenPro
  <property name="RunOnceActivity.ShowRes
  <property name="WebServerToolWindowFact
</component>
<component name="SpellCheckerSettings"
component name="TaskManager">
  task active="true" id="Default" s
ated>1639928699657</creat
="number"
```



Keyword (Palabra Clave)

¿Qué es una Keyword?

Las palabras clave de búsqueda son una estrategia de marketing digital para crear un estudio o palabra clave básica para más adelante en el sitio web de su negocio. Para establecer los elementos de interacción que se rodean a ella y tomar en cuenta los procesos dentro de ella.

El propósito de buscar en la búsqueda de palabras clave es especificar las palabras clave relacionadas con su negocio y elegir construir en su volumen de búsqueda para trabajar en su sitio web y mejorar su ubicación de Google, para desplazarse para aumentar su sitio.

Las palabras clave pueden realizar a cualquier persona, pero alguien tiene un conocimiento realmente de referencia porque tendrá una estrategia más al elegir palabras clave que se observa en el contenido de las landing page.

Cuando busque palabras clave en cualquier herramienta, le dará una consola mensual de investigación de investigación, que le brinda estimaciones específicas de tiempo de palabras en un área y un título que se especificará de acuerdo con la herramienta de ejemplo, puede averiguar el tamaño de la búsqueda mensual de palabras clave.

KPI

¿Qué es un KPI?

Un indicador de rendimiento importante o un indicador de rendimiento, y volverá a una variedad de datos utilizados para sintetizar información sobre los procedimientos efectivos de productividad realizados en decisiones y decisiones más efectivas cuando el cumplimiento con objetivos marcados en las reglas de presentación o un proyecto específico.



Los KPI también se llaman indicadores de calidad o indicadores de negocios importantes que se pueden usar y aplicar en cualquier industria en el sector operativo y en el sector de producción, aunque están utilizando un marketing en línea muy popular.

KPI Al mejorar la nueva tecnología de la información (datos clave: bases de datos, sistemas de automatización, computadoras, etc.), y proporcionar canales tradicionales que se caracterizan por algunos de los problemas que son aburridos y complejos, una medida simple, confiable y confiable.

Con este tipo de manejo se puede lograr alcanzar el logro de la objetividad para manejar y desarrollar la oportunidad de utilización de estos procesos, para generar un mayor nivel de resultado y efectividad según lo que puede generar.



Landing Page

¿Qué es una Landing Page?

Una página de destino es una página en un sitio web, desarrollada con el único propósito de convertir a los visitantes en clientes potenciales o clientes potenciales a través de una oferta en particular. Suele tener un diseño más sencillo con menos enlaces e información básica sobre el ancho y formato a convertir.

En la mayoría de los casos, este sitio web es una extensión de la publicidad promocional, en la que se promociona la oferta de un producto o servicio con keywords específicas a través de una carta de venta que se explica con más detalle.

Esta página a menudo está optimizada para algunas palabras clave, con el objetivo de que los motores de búsqueda las indexen correctamente y las muestre cuando los clientes potenciales buscan ingresando esas palabras clave.

Los especialistas en marketing utilizan mucho las páginas de destino para medir el rendimiento de las campañas promocionales antes de que lleguen al mercado. Siendo que busca generar una serie de procedimientos orientados a la guía y utilización de estas.

Lead

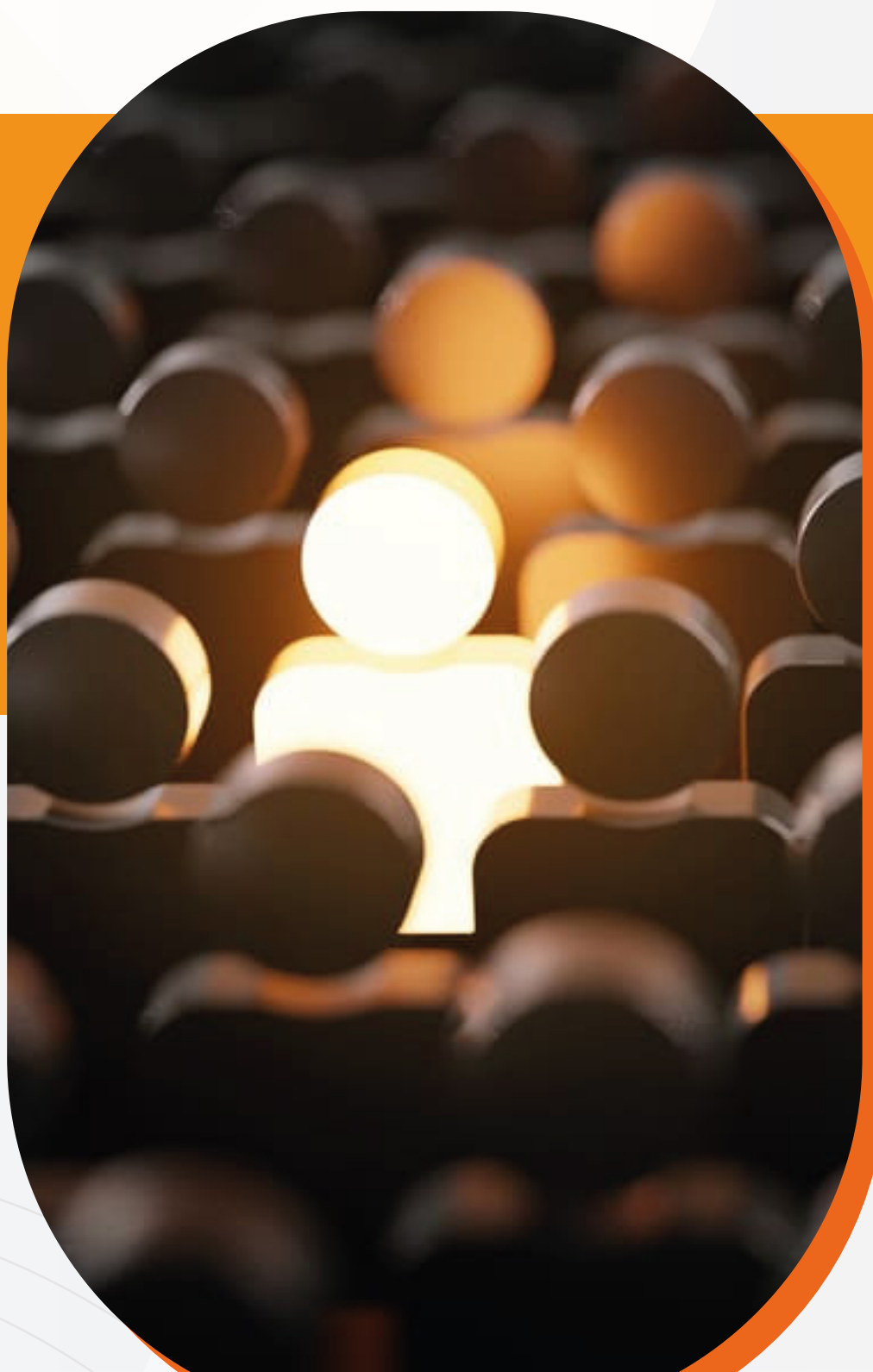
¿Qué es un Lead?

Se utiliza en marketing interno para referirse a contactos que nos han dejado sus datos a través de alguna de nuestras landing pages a cambio de contenidos que les interesan. Por tanto, se trata de contactos que voluntariamente forman parte de nuestra base de datos.

Estos usuarios son clientes potenciales de nuestros productos o servicios. Es importante seguirlos e iniciar el proceso de patrocinio para captar su atención y convertirlos en clientes.

Cuanto más clientes potenciales haya, mayor será la posibilidad de ganar nuevos clientes. Si bien existen muchos trucos para convertirse en un experto en generación de prospectos, es importante prestar atención a la calidad de sus prospectos para administrar su conversión de manera más efectiva y objetiva con cada uno de sus detalles.

Responder a estos pasos nos permitirá comprender de manera general las necesidades básicas de cada usuario y cómo recomendar una estrategia enfocada en brindar beneficio a nuestros interlocutores. El fin de estos resultados se desarrolla en base a cada uno de los procedimientos que se realizan.



Lead Calificado para Ventas

Un lead potencial calificado es la combinación perfecta de ventas o también es justa para el comprador ideal que desea vender su software. Es un cliente potencial que cumple ciertas condiciones determinadas por lograr el proceso de venta de forma objetiva y con el conocimiento adecuado.

Este cliente potencial tendrá ciertas características que le facilitarán vender o convertir en su cliente, ya que estará completamente orientado hacia las soluciones que ofrece su software y así podrá convertirse en un cliente modelo o promotor de su servicio lo que ayudará a atraer clientes potenciales más calificados.

Las características de los leads calificados dependerán de la empresa, el servicio y el comprador, y puede haber algunas diferencias entre los mismos leads calificados, pero no te preocupes porque aquí te mostramos algunas características generales de los leads calificados.

Específicamente, un lead potencial o calificado es alguien que ha dejado información de contacto (nombre, correo electrónico, teléfono, etc.) a través de nuestro sitio web a cambio de contenido valioso o incentivo (herramientas, suscripciones, etc.).

Lead Magnet

¿Qué es el Lead Magnet?

Lead magnet es un tipo de contenido que se utiliza para obtener información básica de los visitantes del sitio web. Esta es una técnica utilizada en blogs, páginas de destino, sitios web o incluso cuando te registras en un seminario web. Los lead magnets son el contenido que ofrecemos como beneficio a los usuarios a cambio de sus datos personales, lo que finalmente nos permite convertirlos en leads.

Una vez que una persona completa los datos requeridos, automáticamente se convierte en un cliente potencial. Este cliente potencial es un cliente potencial para una marca porque una vez que tienen contenido que es relevante para los productos o servicios que vende la empresa, pueden desarrollar más interés y encontrar formas de encontrarlo.

Como contenido de alta calidad, los imanes de plomo ayudan en el proceso de retención. La creación de contenido diverso e informativo que explique un producto y su utilidad es una excelente manera de capturar y retener la atención de los clientes potenciales, ya que lo encuentran. Una valiosa fuente de información y asesoramiento.





Lead Nurturing

¿Qué es Lead Nurturing?

El llamado comúnmente como Lead significa literalmente 'alimentación de contactos' y es el proceso de preparación y nutrición de clientes potenciales a lo largo del ciclo de compra, desde su primer contacto con la marca hasta que se convierten en clientes leales.

Tiene una larga trayectoria en el campo del marketing. Desde el momento en que una empresa puede recopilar información directamente de los usuarios y crear una base de datos, puede nutrir a los clientes potenciales. Algunos de los métodos más tradicionales son llamar, enviar revistas y catálogos por correo, o recibirlos en casa; También hay formas de crear y calificar contactos.

Sin embargo, en los últimos años, hemos visto un crecimiento exponencial en el fomento de clientes potenciales a través del marketing digital.

Ahora tenemos la capacidad de recopilar información directamente de los usuarios y crear una base de datos digital más escalable para miles o incluso millones de personas. Como resultado, ya no podemos hacer tareas manuales relacionadas entre sí, sino utilizar herramientas y técnicas de automatización.



Lead Scoring

¿Qué es Lead Scoring?

El lead scoring es una tecnología de marketing automático para fines calificados que el jefe de la base de datos depende del cliente ideal (comprador), su interacción con la empresa y el punto de compra que son o la capacidad de obtener o expandir los productos o servicios contratados.

Esta es una de las técnicas más poderosas de marketing y no solo de marketing, sino también en cualquier dominio, tenemos bases de datos y queremos predecir el comportamiento de diferentes usuarios es el componente.

Para poder lanzar mensajes más específicos y personales, debe tener una buena estrategia para los segmentos de su contacto, como las clasificaciones clave, que tendrán la oportunidad de facilitar la gestión de marketing y comercio.

Por lo tanto, puede pensar en procedimientos específicos para un grupo en particular, lo que facilita el trabajo de otras partes y el cultivo de cada posible cliente para lograr las ventas.

Esta certificación no solo debe hacer referencia a la compra de un producto o servicio, también se puede utilizar para medir la inclinación de un cliente potencial hacia el logro de un objetivo determinado, registro en la base de datos, materiales, etc.

Mapas de Calor

¿Qué es un Mapa de Calor?

Se pueden usar tarjetas térmicas, para proporcionar información en el método más útil y útil, como resultado del ejercicio de calor, y preparar la jerarquía por su estreñimiento.

Por un lado, esto se hace mediante el uso de colores cálidos (generalmente rojo, naranja y amarillo) para mostrar el espacio de trabajo de clic o atención al enfoque, la cara de la cara de los colores fríos (azul, verde) que las zonas minoristas no reciben atención al usuario.

Este tipo de técnica depende de los conceptos del monitor de ojos, la tecnología se refiere a una gama de procesos técnicos para rastrear cómo la persona se considera una imagen de imágenes o imágenes visuales.

Aunque en algunos casos, como veremos, estas técnicas no tienen una confiabilidad del 100%, y deben integrarse con cualquier paquete de análisis completo para las decisiones, especialmente los usuarios de la interfaz (Interfaz de usuario) y UX (experiencia de usuario)

La información que confiamos directamente en acciones específicas, como hacer clic en los enlaces, banners y otros factores relevantes. Permiten decisiones a corto plazo (por ejemplo, si un banner para una campaña en particular funciona y qué CTR obtienes)





Marketing

Es una estrategia que toda empresa debe implementar en su plan maestro de crecimiento. Muchas empresas utilizan técnicas de marketing para lograr sus objetivos, sin siquiera darse cuenta. El marketing no es más que un intercambio entre diferentes partes para beneficio mutuo.

Muchas personas no saben exactamente qué es el marketing y cuando se les pide que lo definan como ventas y otras cosas como publicidad. Todas las respuestas son correctas, pero son solo una parte de lo que significa marketing, que también podría ser la distribución de productos, el diseño de empaques o la creación de páginas de destino.

El área que abarca el marketing es muy amplia e incluye todas las estrategias que ayudan a una empresa, marca o individuo a alcanzar sus objetivos. Una de las características más interesantes del marketing es que estimula el intercambio.

Es la idea de “te doy esto a cambio, y así satisfago tu necesidad”, muchas veces con un beneficio económico detrás. ¿Qué tiene que pasar para que esto suceda? Son parte de las tantas interrogantes que pueden observarse.

Marketing de Contenidos

El marketing digital ha pasado de ser una tendencia del mercado a una inversión imprescindible para la mayoría de negocios, pero eso lo sabes, ¿verdad? Hoy en día, cualquier persona que quiera seguir siendo relevante para sus clientes debe tener presencia en Internet.

Por lo tanto, la pregunta ya no es necesaria en Internet, sino cómo estar allí para captar la atención de la audiencia y destacarse de sus competidores ya existentes.



Debes aplicar las mejores y más recientes estrategias de captación de clientes, siendo el elemento clave: la estrategia de marketing interno. Uno de los más importantes es el marketing de contenidos, que es utilizado y recomendado por los mejores expertos del mundo y de los especialistas que lo manejan.

El marketing de contenidos es una forma de involucrar a su público objetivo y hacer crecer su red de clientes potenciales mediante la creación de contenido relevante y valioso que atraiga, atraiga y cree valor para su audiencia. De esta manera, crea conciencia de su marca y genera más negocios.

Marketplace

¿Qué es un Marketplace?

Marketplace es un destino en Facebook donde las personas pueden descubrir, comprar y vender artículos. Las personas pueden buscar listados, buscar artículos en venta en su área o buscar productos con envío. Siendo una de las funciones que ofrece la plataforma que llega a ser de gran funcionalidad.

Todos los anuncios en Marketplace deben cumplir con nuestras Políticas Comerciales (que detallan lo que se puede vender en Facebook) y los Lineamientos de la Comunidad (con respecto a imágenes y descripciones). Todo ello siguiendo los pasos indicados según sea el caso de cada publicación.

Muestre artículos nuevos o reacondicionados de la página de la tienda de Facebook en Marketplace de forma gratuita y permita que los clientes los compren sin salir de Facebook (solo vendedores seleccionados).

Todos los anuncios en Marketplace deben cumplir con nuestras Políticas Comerciales (que detallan lo que se puede vender en Facebook) y los Lineamientos de la Comunidad (con respecto a imágenes y descripciones). Esta función solo está disponible para algunos comerciantes con una tienda de pago.



Meta Descripción

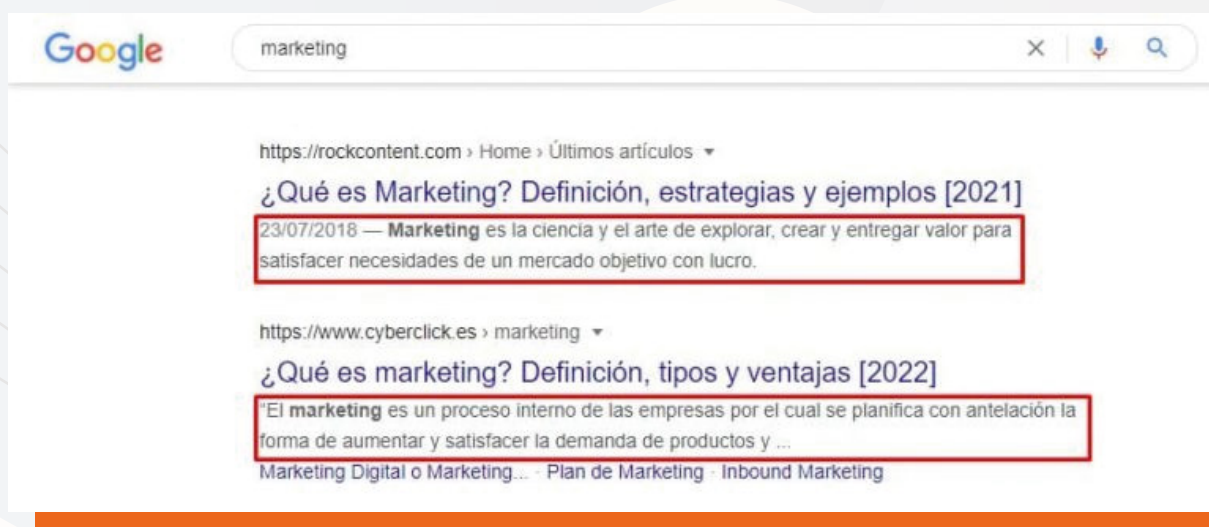
¿Qué es la Meta Descripción?

Una meta descripción es un tipo de etiqueta que se encuentra en el código HTML de una página web. Su función principal es permitirte personalizar el texto específico que describe la página que estás escribiendo. Los algoritmos de los motores de búsqueda detectan meta descripciones para la clasificación.

Cuando busca un término en Google, aparece un título azul en los resultados, un enlace verde aparece debajo del título y, finalmente, una pequeña descripción de la página. Esta es la meta descripción, cuya importancia en SEO es crítica.

Si la web tiene una descripción clara y atractiva, atraerá a más usuarios, aumentarán los clics y el sitio mejorará en Google. En definitiva, la meta descripción afecta indirectamente al SEO, pero es fundamental. Podemos decir que obtener clics y mejorar la posición de la página es el impulso más agradable.

Una vez que entendemos lo importante que es tener una meta descripción en nuestro sitio, es hora de escribirla. Para aprender a crear una meta descripción perfecta y que Google la tenga en cuenta, es necesario seguir una serie de parámetros básicos.



Meta Título

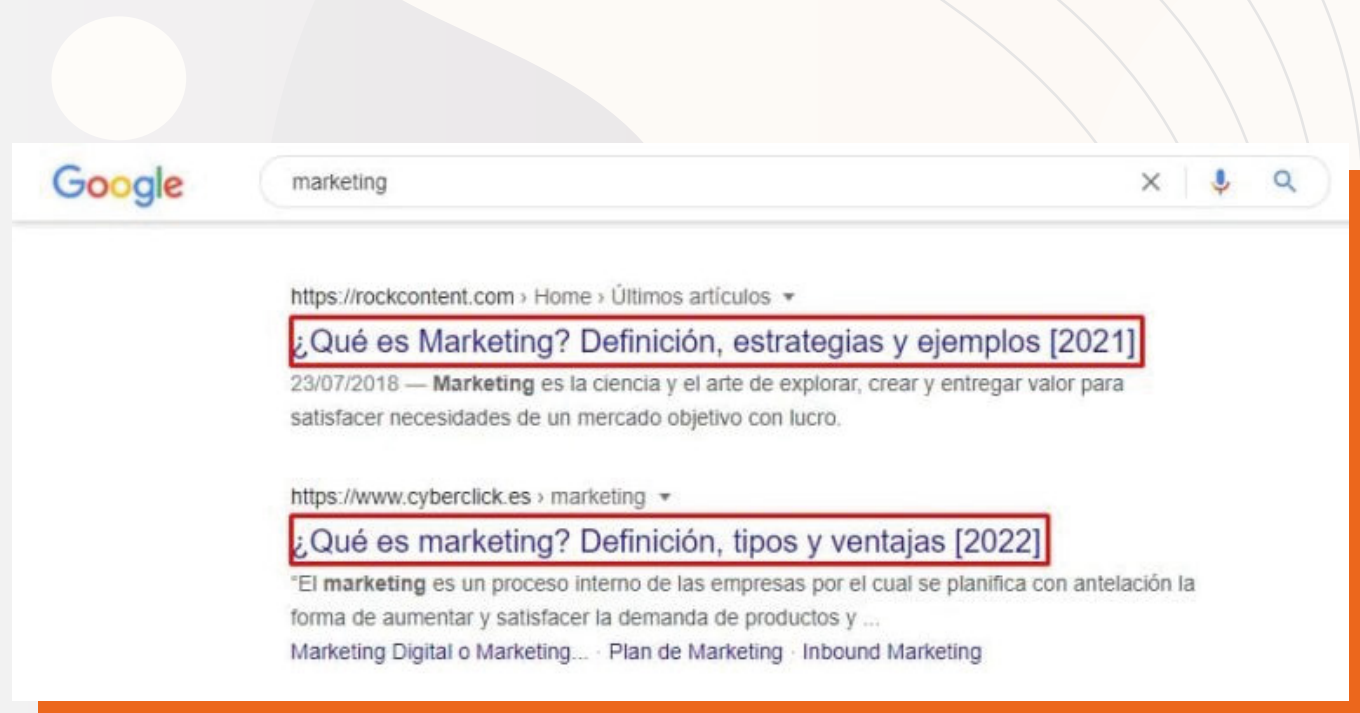
¿Qué es el Meta Título?

Un metatítulo es una etiqueta HTML que proporciona una dirección para cada URL en una página web. Además, esta metaetiqueta de título es comúnmente utilizada por los principales motores de búsqueda de Internet como Google, Bing o Yandex para mostrarla en los fragmentos que aparecen en sus SERP.

Un buen metatítulo mejorará la tasa de clics de su fragmento, lo que aumenta su tasa de clics y, por lo tanto, su SEO. El meta título debe contener la palabra clave para ubicar esa URL para brindar pistas a los motores de búsqueda y lectores sobre lo que se discutirá en dicha URL.

El Meta title es muy importante para el SEO porque es uno de los factores que Google tiene en cuenta a la hora de determinar la ubicación de una página web, ya que es una de las primeras señales que te dice de qué se trata esa página o URL.

Ahora que sabes qué es un metatítulo y qué importancia tiene para el SEO, aprovecha para mejorar los títulos de todas tus páginas para ayudar a Google a entender mejor tu contenido y cómo puede localizarlo.



Mobile First Index

¿Qué es Mobile First Index?

El uso de dispositivos móviles se ha incrementado a lo largo de los años. Un sitio web optimizado para dispositivos móviles es imprescindible. Google ha respondido a esto durante mucho tiempo: con Mobile-First Index, Google usa la información en la versión móvil de un sitio web para compilar resultados de búsqueda.

El primer anuncio de este proyecto se remonta a noviembre de 2016. Google anunció oficialmente el lanzamiento de Mobile First Index en abril de 2018 y señaló que no todos los sitios se convertirán directamente a este nuevo índice.

Las señales o factores de clasificación, muy discutidos en los círculos de SEO, son el cerebro de los motores de búsqueda. Es un conjunto de reglas que permiten que las páginas web aparezcan en un cierto orden lógico, por ejemplo, por relevancia y calidad del contenido, durante una búsqueda.

Por ende el uso del Mobile First Index, cumple un papel fundamental en cuanto al procesamiento de lo que son los resultados eficientes de búsquedas directas y objetivas de los contenidos.

MOFU

¿Qué es el MOFU?

MOFU es lo que llamamos la segunda etapa del embudo, donde el usuario descubre lo que necesita, por lo que se desliza hacia abajo en el embudo y en el medio.



Este es el momento en el que puede ofrecerles contenido más desafiante a cambio de información (creación de clientes potenciales). En la etapa MOFU, se trata de brindar contenido creado para que los usuarios comiencen a verlo como una opción a considerar para satisfacer sus necesidades.

Por lo tanto, debe tener claras las necesidades del comprador individual para ayudarlo con su embudo de conversión y prepararse para la venta. Aquí es donde la empresa puede describir sus productos, ofrecer sus servicios e incluso ofrecer las promociones más interesantes, siempre que se adapte a los gustos y necesidades de los consumidores.

Sirve para mostrar todos los beneficios de la marca para involucrar completamente al usuario.

Por ejemplo, The Ultimate Guide to Content Marketing lo posicionará como un experto en la materia y lo ayudará a convertir a los usuarios que debería considerar contratar una agencia de marketing de contenido.



Naming

¿Qué es el Naming?

Es un proceso de estilo creativo a través del cual se genera el nombre de una marca. Dentro de ella se engloban una serie de técnicas y procesos de creación de dichos nombres para empresas, productos o servicios, que con el tiempo se convertirán en marcas.

Con la creación de este nombre deberá ir en consonancia con relación de los valores de una organización o institución, siendo un proceso que podría suponer un logro de éxito o fracaso de cada marca. Siendo básicamente que el naming es el proceso de identificar un nombre de marca.

Es un activo fundamental de una marca, sirviendo únicamente para posicionamiento, proposición, valores y mundo de la marca. Ya que dentro de esta se pueden observar ciertos detalles y funcionalidades de gran valor posterior a su creación.

Un naming puede definirse como un conjunto de normas, reglas y directrices que se ajustan a la estructura de una marca en particular, con el fin de lograr una personalización consistente y coherente del nombre de marca de una empresa.

NDA

¿Qué es un NDA?

Denominado contrato o acuerdo de confidencialidad, es un contrato legal entre dos o más entidades para compartir material o conocimiento confidencial para ciertos fines, pero que restringe el uso público. Más formalmente, estos documentos también pueden titularse Acuerdos confidenciales y de no divulgación.

Los acuerdos de confidencialidad pueden ser recíprocos, por lo que ambas partes imponen restricciones en el uso de la información proporcionada, o pueden afectar solo a una de las partes.

También es común que los empleados firmen un acuerdo de confidencialidad o similar al momento de la contratación. Es muy común en el campo de TI en ciertas partes relacionadas.

Asunto: En general, existen disposiciones de confidencialidad y no fraude en relación con las oportunidades de empleo.

Definición de información confidencial

Las excepciones deben ser confidenciales.

Debe respetarse el tiempo en que no se infrinja la confidencialidad y la obligación sea recíproca.

El tiempo acordado es fijo.

La veracidad y verificación de sus características también como partes de funcionalidad, suelen ser de los objetivos más buscados con respecto a la importancia de la NDA.



NDA

Non Disclosure Agreements

Neuromarketing



¿Qué es el Neuromarketing?

Podemos considerar el neuromarketing como un estudio del proceso de compra y, además, un estudio del proceso de decisión de un consumidor o potencial consumidor antes de la compra, durante la compra y por supuesto después de la compra.

Un sistema que permite la formulación para mejorar la transformación de los productos y servicios de la marca a través de la investigación científica mencionada, así como el seguimiento del comportamiento del consumidor.

Muchas personas tienden a pensar que el proceso de compra comienza con la sospecha del usuario y finaliza cuando se realiza la compra. Nada podría ser mejor que la verdad.

El proceso de compra puede comenzar en casa, en la calle, de viaje... no necesariamente antes del producto o servicio, y finalizar cuando el consumidor asume que ha adquirido un producto o servicio y que puede utilizar ese producto o servicio.

Considerando la funcionalidad y la orientación a los resultados que estas tienen, para llevar a cabo mejor su procesamiento, ya que el Neuromarketing es una herramienta que desarrolla grandes ventajas.

Newsletter

¿Qué es un Newsletter?

Es una publicación digital bastante informativa que se entrega por correo electrónico con cierta frecuencia (diaria, semanal, mensual, quincenal o trimestral).

A menudo contienen artículos de interés para la marca y la industria en la que trabaja. Los destinatarios de este tipo de comunicaciones son suscriptores que previamente han mostrado interés por la marca y han solicitado recibir información por correo.

Por ello también es sumamente necesario que se puedan conocer e identificar ciertas características que pueden aclarar ciertos puntos que tienen que ver con ella y posteriormente con la funcionalidad que tienen el Newsletter como parte de estas grandes herramientas.

Gracias a las newsletters puedes fidelizar muy bien a tus clientes, y ofrecerles siempre algo mejor que a los que no se apuntan.

El boletín es perfecto para promociones. Los boletines se pueden segmentar y, por lo tanto, personalizar.

Los boletines también funcionan perfectamente desde teléfonos móviles.

Enviar boletines ofrece más oportunidades de conversión que publicar en las redes sociales.

La idea es que los usuarios puedan manejar bajo una forma adecuado la funcionalidad de estas y claramente generar buenos resultados.





Optimización Web

¿Qué es Optimización Web?

La optimización web ha cobrado fuerza en los últimos años, tanto que la disciplina se originó en el mundo de Internet conocida como WPO, «optimización del rendimiento web». Este sistema tiene como objetivo garantizar que los sitios web lleguen a los usuarios lo más rápido posible, dentro de un margen razonable.

La optimización web incluye todas las técnicas y tecnologías que pueden ser utilizadas por todos los interesados en la web, con el objetivo de optimizar dichos procesos y lograr la mejor velocidad de carga posible. Entremos en materia.

La web se carga más rápido, entrega información rápidamente y esto da como resultado una buena experiencia de usuario. Los usuarios no tienen la paciencia o el tiempo y queremos una respuesta de inmediato. Si el sitio web de su empresa funciona lento, es probable que los usuarios lo abandonen.

Si la web está diseñada y optimizada correctamente, será más fácil navegar y encontrar la información que busca el usuario. Al optimizar su sitio web, obtiene una mejor experiencia de usuario y una mayor usabilidad. Algo que los visitantes de su sitio apreciarán y que definitivamente volverán.

Outbound Marketing

¿Qué es Outbound Marketing?

El outbound marketing es un conjunto de acciones de marketing dirigidas a atraer consumidores por métodos directos y unidireccionales.



Si bien la mayoría de los anuncios tradicionales se pueden categorizar como anuncios salientes, también se pueden encontrar formatos de anuncios digitales, como banners de redes sociales y sitios web, ventanas emergentes, anuncios en video, etc.

Se presente como se presente, lo que define al outbound marketing en su conjunto es hacer de la venta el objetivo de todas sus estrategias. Es por eso que el enfoque de mente abierta busca en todas sus técnicas y procedimientos de marketing llamar la atención del cliente sobre un producto o servicio mediante una presentación directa.

Para presentar este conjunto de acciones a los clientes potenciales, todos los argumentos utilizados en el outbound marketing son simples, directos y poco desarrollados.

Es decir, en el outbound marketing las acciones son más automáticas y no buscan tanto desviar o nutrir los contactos para llamar su atención, aumentar la notoriedad de marca y mejorar la posición del producto o servicio en relación a la competencia.



P2P

¿Qué es P2P?

Es una red informática en la que todos o algunos aspectos funcionan sin un cliente o servidor fijo, sino una serie de nodos que funcionan por igual entre sí. Además, actúa simultáneamente como cliente y servidor para otros nodos de la red. Las redes P2P permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre ordenadores interconectados.

Estos tipos de redes generalmente se implementan como redes superpuestas creadas sobre la capa de aplicación de una red pública como Internet.

El hecho de que se utilice para compartir e intercambiar información directamente entre dos o más usuarios ha llevado a algunos usuarios a utilizarlo para intercambiar archivos cuyo contenido está sujeto a la ley de derechos de autor, lo que ha suscitado una gran polémica entre defensores y detractores de estos sistemas.

Las redes peer-to-peer El uso, gestión y optimización del uso del ancho de banda de otros usuarios de la red a través de la comunicación entre ellos, obteniendo así un mayor rendimiento en las comunicaciones y transmisión en comparación con los métodos centralizados.

Un particular medio clásico, en el que un número relativamente pequeño de servidores proporcionan ancho de banda y recursos compartidos para un servicio o aplicación

Página Vistas

La métrica de páginas vistas le dice cuántas veces se vio una página en particular en su sitio. Las páginas generalmente corresponden a un documento HTML completo, pero también pueden representar contenido cargado dinámicamente, conocido como «vistas de página predeterminadas».

Es uno de los más fáciles de entender. Vistas de página es el número total de veces que se ve una página en un sitio web. Ahora, si alguien hace clic en su página más de una vez, los análisis contarán cada visita como una vista de página.

Los servicios de SEO utilizan páginas vistas para varios propósitos, por supuesto, para averiguar cuántas personas vieron su sitio web en ese día, semana o mes en particular.

El análisis de páginas vistas a menudo muestra si un nuevo diseño o campaña de publicidad en línea que está ejecutando realmente cumple con sus expectativas.

La mejor manera de hacer esto es realizar un seguimiento de las visitas a la página antes de mejorar el diseño y el contenido de su sitio web o implementar nuevas estrategias de marketing. Obtenga datos de páginas vistas en Google Analytics, luego realice cambios o actualice su sitio como desee.





Plugins

¿Qué son los Plugins?

Las extensiones o Plugins son complementos que agregan funcionalidad o mejoras a un programa. En otras palabras, son pequeños programas que añaden funcionalidades que no vienen por defecto en el programa original. Funciona como un complemento, pero no funciona por sí solo.

Por lo general, modifican el programa agregando una nueva pieza adicional de código. Este código puede ser desarrollado por el equipo de software respectivo o como desarrollo independiente y de las herramientas que se utilizan.

Además de los complementos, puede encontrarlos con otros nombres como extensión, módulo, extensión, extensión o incluso widget, según el software que desee actualizar, por ello la importancia de considerar los aspectos dentro de estas.

Se utilizan en los navegadores, por ejemplo, a la hora de instalar una extensión para obtener traducciones, corregir errores tipográficos, realizar capturas de pantalla u ocultar anuncios, entre otras muchas acciones.

O en gestores como WordPress, donde existen plugins para añadir botones, personalizar una sección concreta, modificar la estructura, añadir funciones de seguridad y un montón de aplicaciones diferentes.

Podcast



¿Qué es un Podcast?

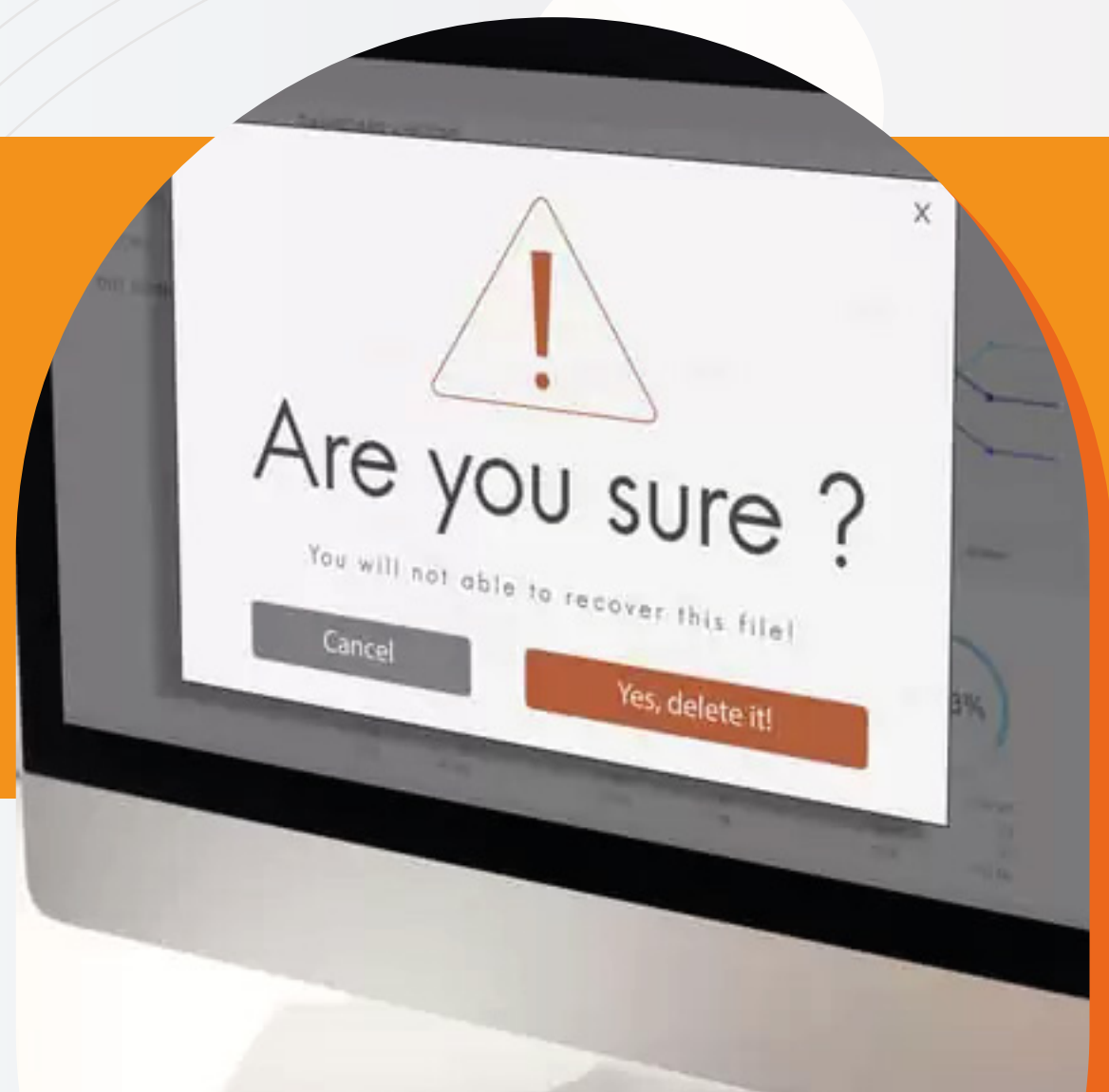
Un podcast es una serie de episodios grabados que se transmiten a través de Internet. Se pueden grabar en una variedad de formatos, siendo los más comunes las entrevistas con invitados y presentadores y las grabaciones individuales en las que los presentadores comentan sobre un tema en particular.

Independientemente del formato de presentación, estos programas necesitan necesariamente un sujeto y alguien que haga la presentación (a menudo llamado presentador).

Curiosamente, la palabra podcast es el resultado de una combinación de las palabras iPod, que se refiere a que el contenido es portátil, y Broadcast, que se refiere a que se transmite siguiendo el mismo patrón de transmisión inalámbrica.

Y si bien está disponible en línea, una de sus características principales es la capacidad de descargar episodios para escucharlos incluso sin conexión.

En este formato se invita a diferentes interlocutores en cada episodio, y los temas pueden ser variados. Una de las mejores cosas de los podcasts en formato de entrevista es que su episodio llega no solo a su red, sino también a los entrevistados.



Pop Up

¿Qué es un Pop Up?



La ventana emergente, también conocida como la ventana de contexto o el Pop Up, es que este contenido aparece repentinamente en su navegador web o en la pantalla de su computadora. Abre una nueva ventana con usted para mostrar contenido adicional, posiblemente interesante o simplemente intentar reflejar anuncios en una marca registrada o trabajo.

Es un tipo de coordinación utilizada en la publicidad digital, como parte del marketing extranjero hacia esta personalidad introductoria. La propagación de su existencia durante muchos años; Sin embargo, el abuso de algunas puertas de enlace de red de la red obligó a muchos usuarios a encontrar herramientas para prevenirlas debido a las dificultades que pueden asumir la navegación.

De alguna manera, está relacionado con el enlace vacío dirigido porque pone contenido a través de una nueva ventana o pestaña; Sin embargo, la diferencia aquí es que el usuario no es la persona que decide abrir, pero parece repentinamente y sin previo aviso.

Sin embargo, es algo que, si se usa correctamente, puede funcionar bien cuando se trata de atraer clientes potenciales al ofrecer un boletín informativo, ofrecer suscribirse a un boletín informativo o mostrar otra información procesable. atención del usuario.

Posicionamiento ASO

El modo ASO es sinónimo de SEO, pero está diseñado para aplicaciones móviles en portales de descarga como Google Play Store para Android o App Store para iOS.

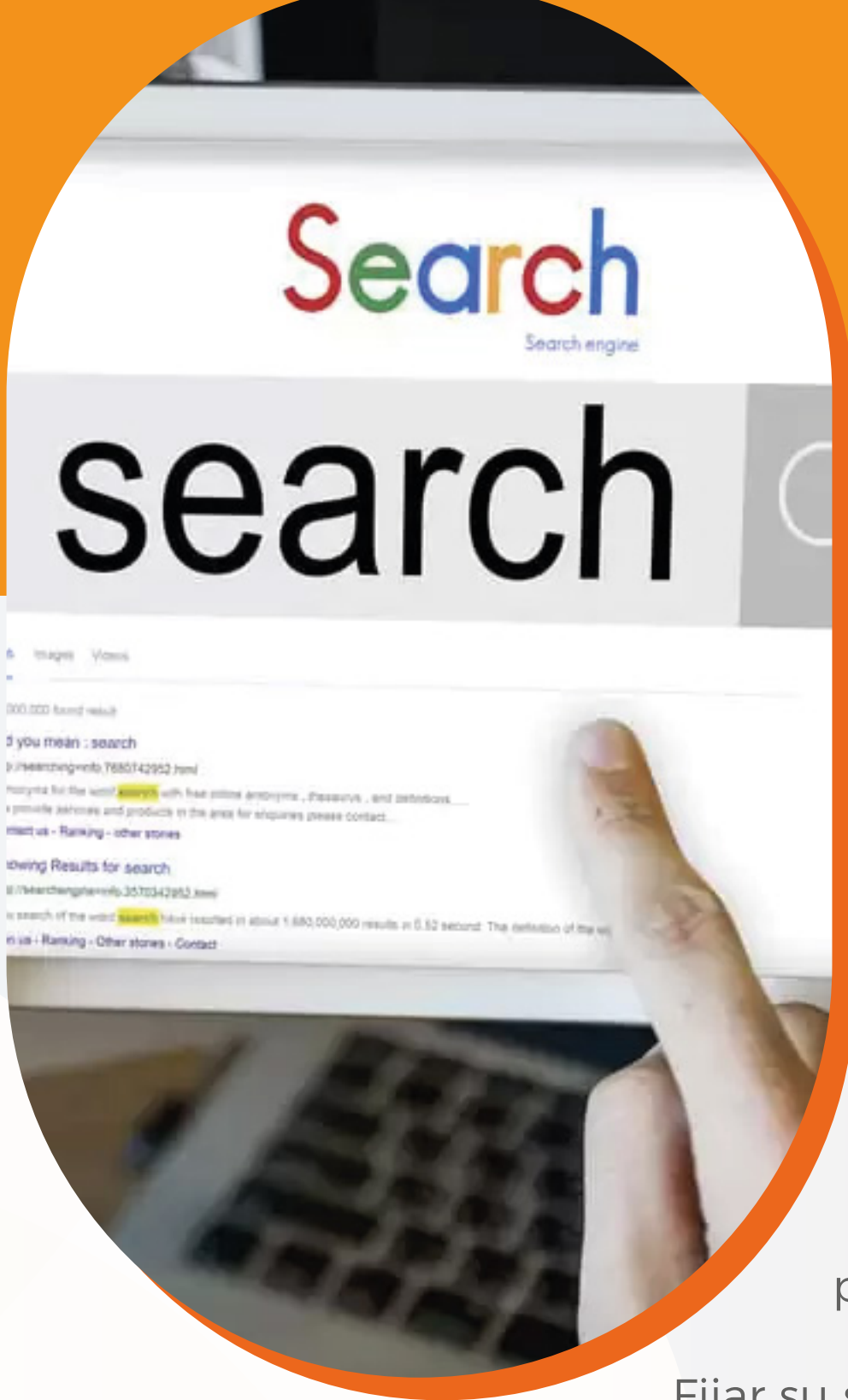
El objetivo principal de la estrategia de posicionamiento de ASO es crear visibilidad para que más personas puedan encontrarte y, por lo tanto, tengan más posibilidades de convertir o descargar.

Si tomamos el ejemplo de la comparación de SEO, encontramos que estas son estrategias similares por las siguientes razones:

La aplicación para poner en ASO será el sitio para poner en SEO. De cualquier manera, hay diferentes factores que lo colocan en una mejor posición. El objetivo de ambas estrategias es lograr una mayor visibilidad tanto en los motores de búsqueda como en los portales de descarga de aplicaciones móviles.

Para que nuestra estrategia ASO sea efectiva, es importante que se tengan en cuenta los factores de posicionamiento en nuestra aplicación, recordando que tu agencia de marketing en Internet estará más calificada y podrá brindarte resultados más efectivos gracias a su experiencia.





Posicionamiento Web

¿Qué es Posicionamiento Web?

Posicionamiento de sitios web u optimización de motores de búsqueda (SEO): implica la aplicación de varias técnicas para engañar a los motores de búsqueda de Internet para que coloquen un sitio web en particular en un rango y categoría altos (sitios principales) en la página, mostrando resultados para muchos términos y frases de búsqueda clave.

Fijar su sitio web natural u orgánico a Google y otros motores de búsqueda es una de las estrategias más efectivas a mediano y largo plazo para atraer clientes potenciales de Internet. Considerando las responsabilidades que se pueden encontrar dentro de las aplicaciones de la misma.

Los motores de búsqueda son actualmente la principal fuente que utilizan los usuarios de Internet cuando quieren recopilar información sobre cualquier producto o servicio en Internet, razón por la cual son una fuente de tráfico. Es probable que sea importante para su sitio web.

Con un buen posicionamiento en los motores de búsqueda y de las facilidades de este, se pueden generar resultados de efectividad en cuanto a su funcionamiento.

PPC

¿Qué es el PPC?

El pago por clic (PPC) es el método de publicidad en el que se basan la mayoría de las campañas de Internet, como la publicidad en Google. Para los anunciantes, este modelo es una verdadera revolución, porque aun así todavía hay una «ciega» para invertir en campañas cuyos resultados no se pueden medir de manera confiable. seguramente.

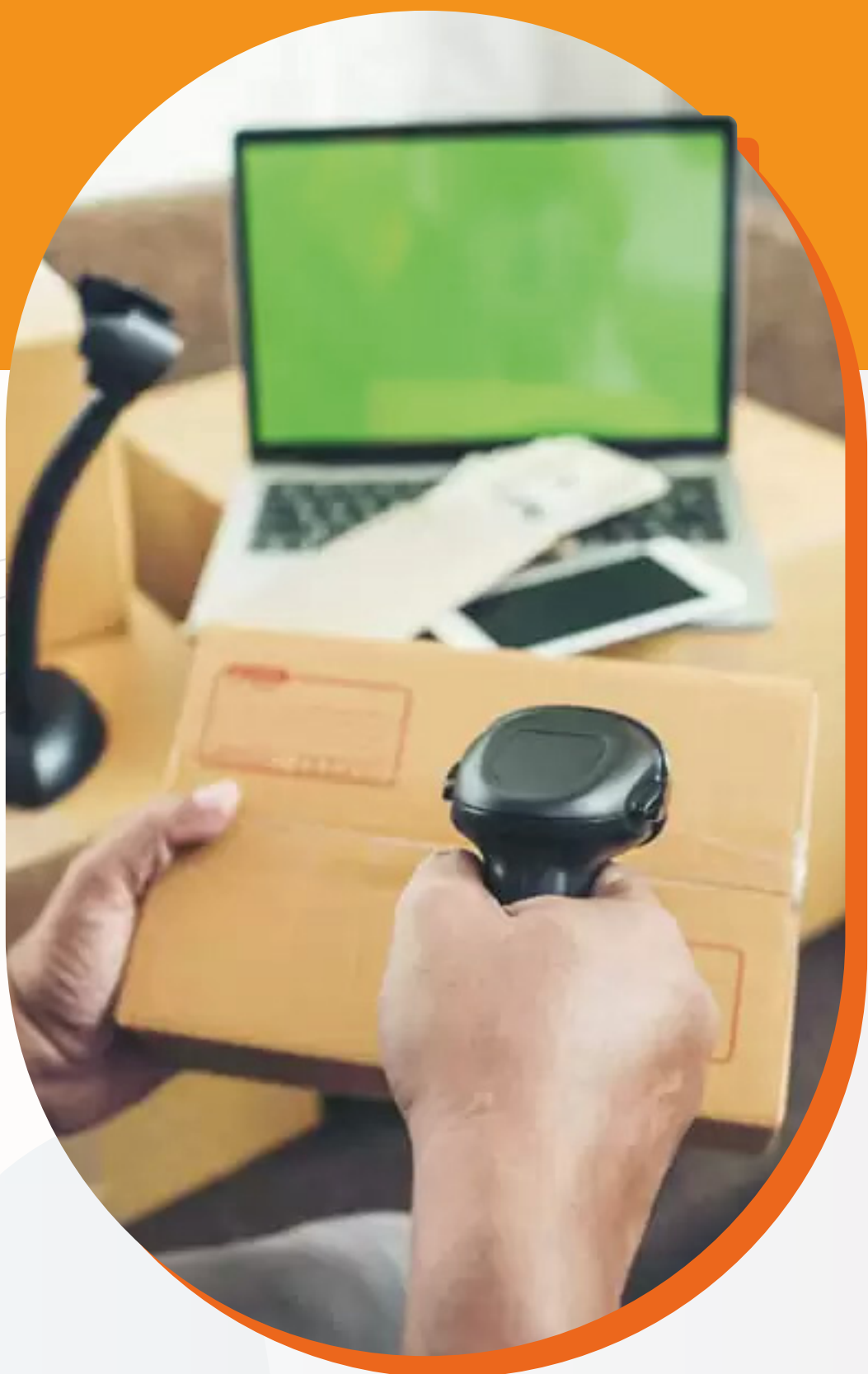


En definitiva, el PPC es un concepto imprescindible para entender el marketing digital.

Esta es una forma de publicidad digital en la que un anunciante paga una cantidad (fija o establecida por subasta) cada vez que un usuario hace clic en uno de sus anuncios para visitar su sitio web.

La idea de una campaña de pago por clic es «comprar tráfico» a un sitio web específico, a menudo con la idea de crear una acción específica del usuario (por ejemplo, registrarse o comprar un producto). Si bien PPC es una opción muy popular, no es la única forma de pago viable para campañas en línea.

El sistema compara el anuncio con anuncios similares en función de su calidad y el precio que están dispuestos a pagar, y muestra primero el anuncio ganador.



Product Feed

¿Qué es el Product Feed?

Un feed de productos es simplemente una base de datos de la información de su catálogo de productos. Permite que un vendedor o una agencia de marketing en línea envíe automáticamente la información del catálogo de productos del comercio electrónico a su tienda.

Un canal de nivel de producto contiene toda la información del producto, como la cantidad del artículo, el color, el título, descripción, tipo de producto, etc. que.

Uso de feeds de productos en marketing digital, con los feeds de productos, los especialistas en marketing ahorran tiempo y evitan errores que podrían resultar del trabajo manual.

¿Cuáles son las herramientas de gestión de corrientes utilizadas? Por este motivo, existen herramientas para gestionar el flujo.

Una herramienta como Channable te permite conectar tu sitio web a diferentes plataformas y mercados, ya sea a través de un feed o una API (las API son técnicamente más complejas que los feeds, ya que implican una conexión directa entre las dos plataformas).

En ambos casos, la información del e-commerce se enviará a los distintos canales de comercialización a través de la herramienta de gestión de feeds.

Prototipo Web

¿Qué es un Prototipo Web?

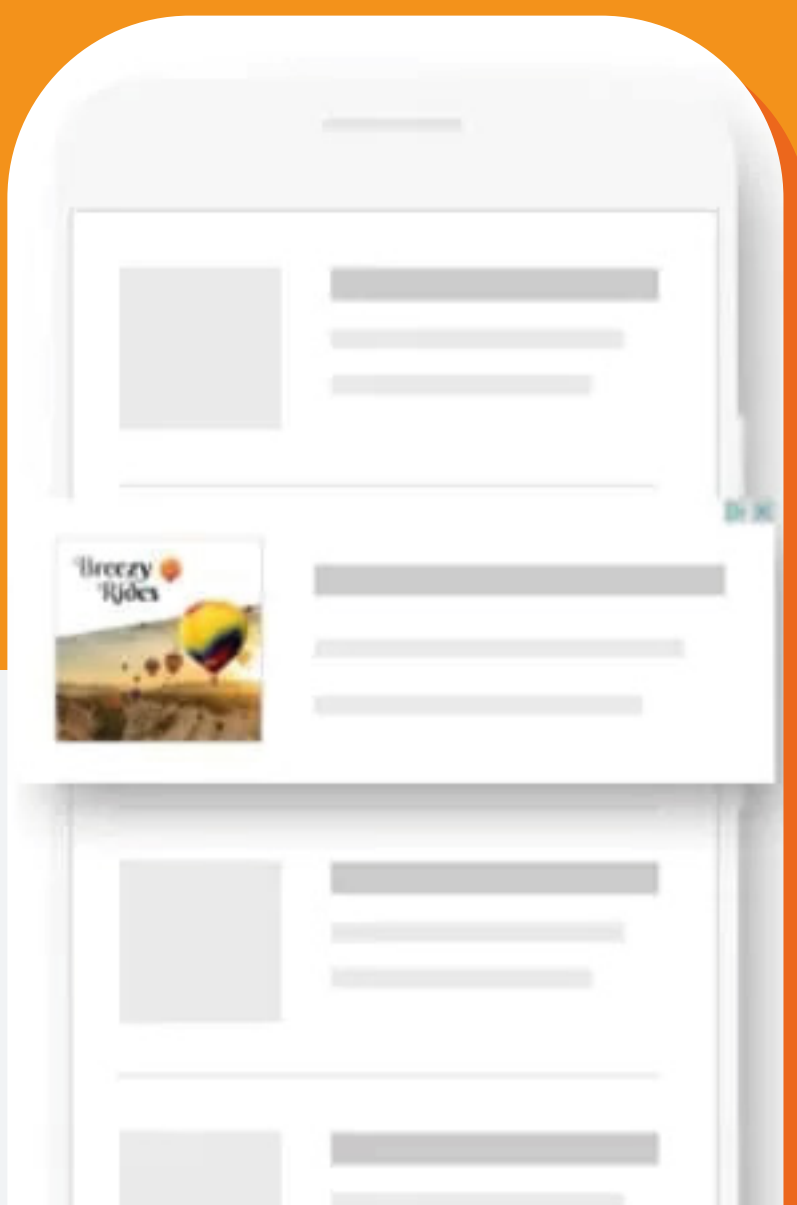
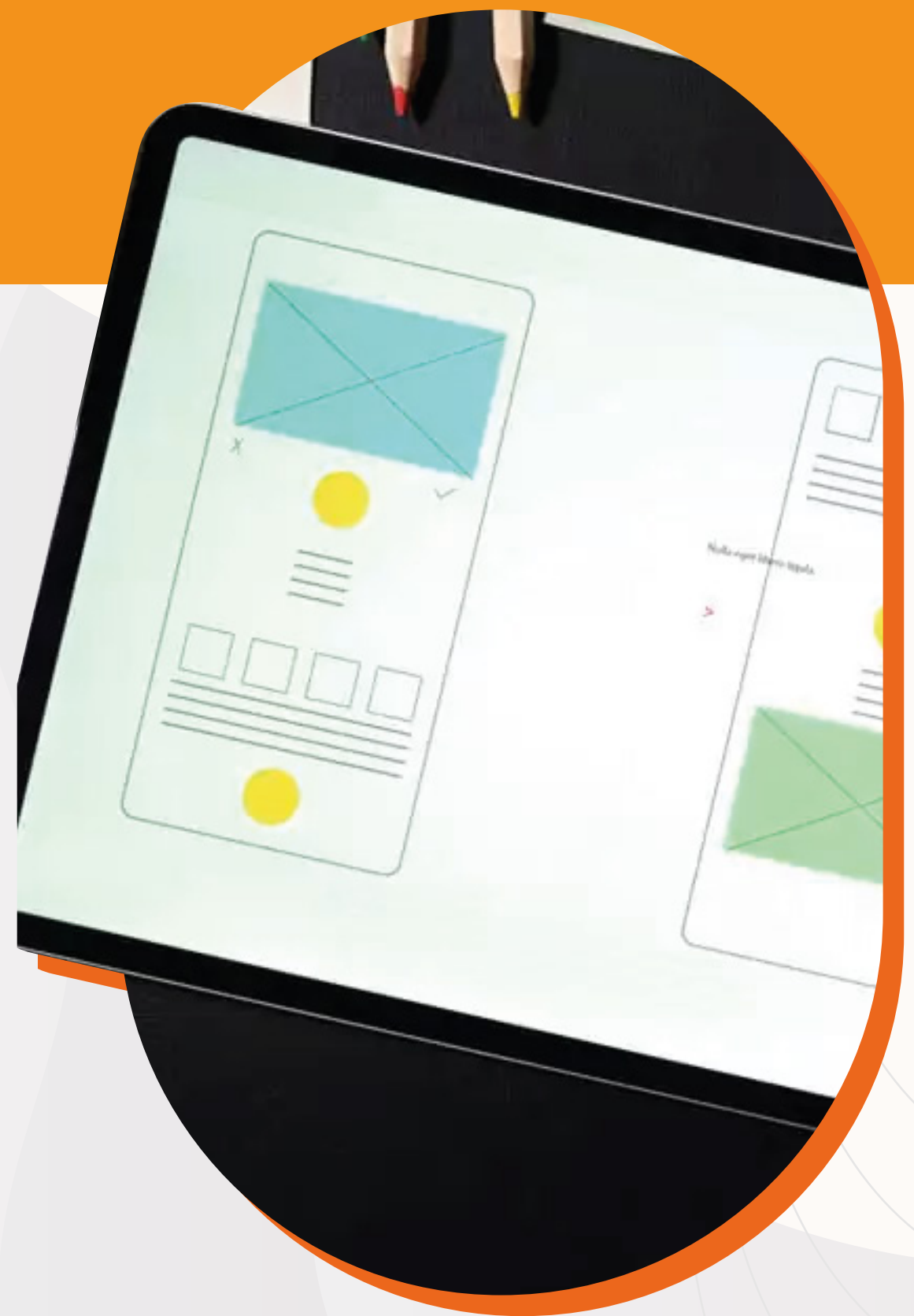
La web típica o prototipo web consiste en un dibujo, navegación o no, lo que le permite crear una referencia visual en la estructura del sitio web, para determinar el contenido y la distribución obvia, para ordenar la información en el nivel de página.

Gracias a su flexibilidad, se puede utilizar como plantilla para los desarrolladores que desarrollan un sitio web específico por diseñadores UX / UI o evidencia de los cambios realizados al sitio web actual.

El desarrollo de los modelos iniciales comienza a definir los objetivos que desea ir a la web, y luego crear una nueva estructura web, en forma de árboles, y se nombrará en todas las clases del menú. Y después

Cuando comiencen estos filtros o gráficos, para determinar dónde se colocan los elementos principales, todavía cree que los usuarios los encontrarán.

En la etapa final, el modelo inicial se hará para navegar en toda la banda, donde se verá toda la estructura de navegación, así como el diseño completo. El programador simplemente lo copiará a través del código.



Publicidad Display

La publicidad gráfica es una forma de publicidad en línea en la que los anuncios se muestran como pancartas en las páginas de destino. En su forma más simple, estos banners son una mezcla de imágenes y texto.

También puede incluir audio, video u otros formatos interactivos. Los banners suelen aparecer en la parte superior o lateral de una página de destino. Existen cuatro modelos de pago básicos para los anuncios gráficos.

En el mercado de la publicidad online hay tres actores principales: el anunciante, el sitio web o blog en el que aparece el banner, la plataforma y la red de afiliados. Una red de afiliados es un intermediario entre los webmasters y los anunciantes.

Si un webmaster quiere publicar anuncios en su sitio web o blog, solo necesita registrarse en una de estas redes sociales (en el caso de Google AdSense), que gestionará el proceso a cambio del porcentaje de beneficio.

Para los anunciantes, las redes de afiliados facilitan la gestión del proceso y la elección de los tipos de sitios web y blogs que desean promocionar.

Rediseño Web

¿Qué es un Rediseño Web?

Los sitios web se rediseñan por todo tipo de razones. Desafortunadamente, no muchas empresas se dan cuenta de que su sitio web necesita una actualización.

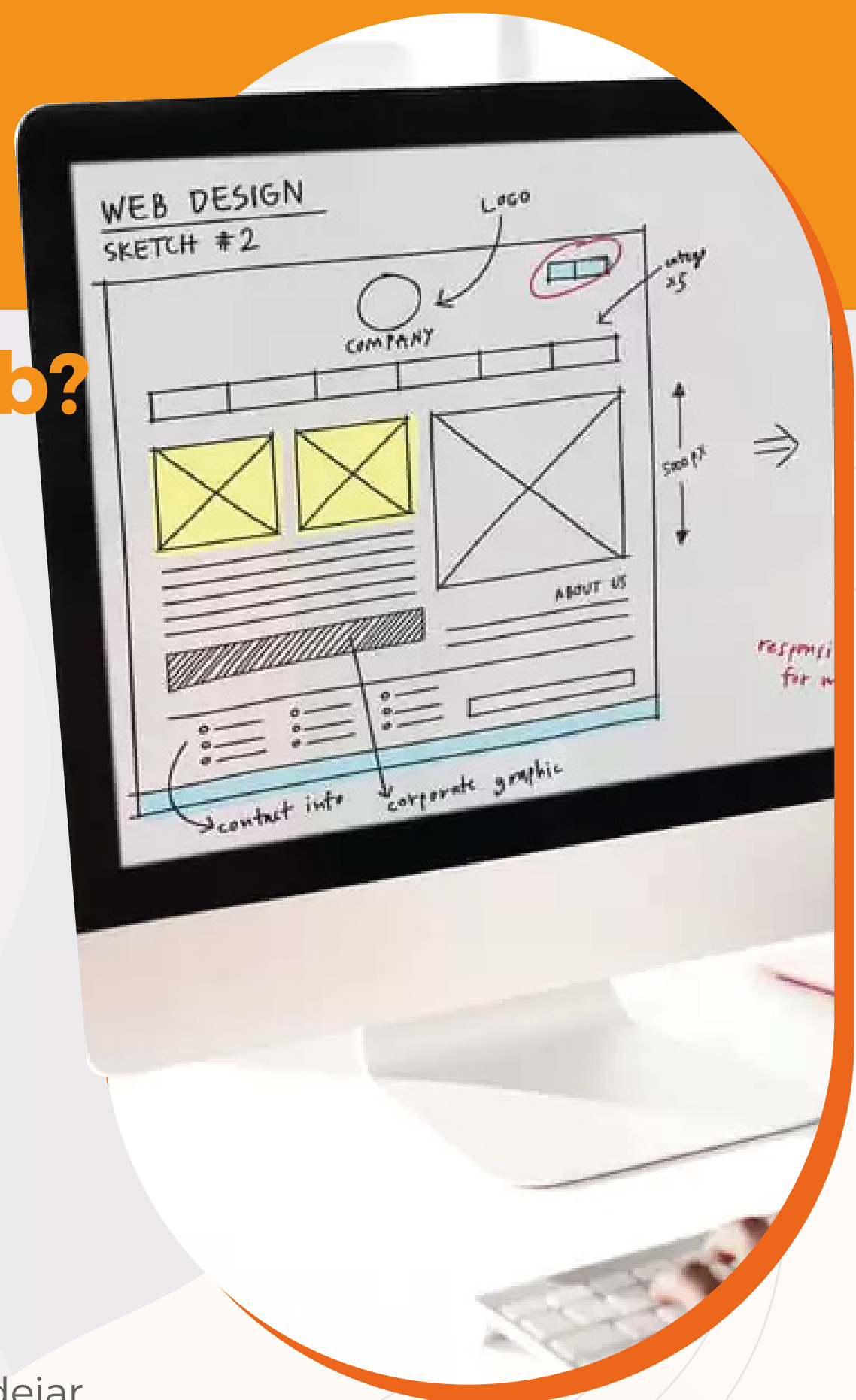
En el peor de los casos, las empresas competidoras pueden obtener una ventaja competitiva al optimizar sus sitios web, aumentando sus conversiones, mientras que su sitio puede quedarse atrás.

La decisión de rediseñar el sitio web de su empresa no puede tomarse a la ligera. Es un proceso que requiere mucha planificación, tiempo y dinero.

Hay un sitio web para los usuarios que van allí para convertir. Cual es. Puede comprar, descargar archivos, ver videos, completar formularios, contactar empresas, dejar comentarios, compartir contenido y más.

Un sitio web con una tasa de conversión muy baja (CRO - conversion rate optimización) no nos es útil.

La experiencia del usuario (UX) es un aspecto esencial del éxito de su sitio web y de obtener muchas conversiones. Si los usuarios visitan su sitio web y no saben qué hacer o dónde encontrar la información que buscan, se irán y nunca volverán. Cuando el diseño, la imagen y la identidad de un sitio web se vuelven obsoletos, necesitamos rediseñarlo.



Remarketing



RE-
MARKETING

¿Qué es el Remarketing?

El remarketing es un sistema que te permite crear anuncios personalizados o personalizado para los usuarios que han visitado previamente tu sitio web.

Esta es una solución que se integra con Google Adwords para un mejor retorno de la inversión (ROI).

El principal uso del remarketing es que te permite llegar a los usuarios que han visitado tu tienda online o cualquier otro sitio web en un momento dado sin completar una compra o conversión. Lo que se consigue es recordar y volver a ofrecer al cliente potencial un producto o servicio que le interese de alguna forma en un momento dado.

Cuando un usuario visita un sitio web, es detectado internamente por una cookie, que son archivos generados por un sitio web con una pequeña cantidad de datos intercambiados entre el emisor y el receptor con un doble propósito: identificar a cada visitante y acceder al historial del sitio de actividad.

La información que proporciona la cookie permite al usuario agregarlo a la lista de remarketing, lo que servirá como guía para implementar la campaña de Display de Google Adwords que permite la creación de anuncios personalizados en función de las acciones realizadas por el usuario en la web.

Responsive Desing

¿Qué es el Responsive Desing?

El diseño responsivo o diseño adaptativo es el método utilizado actualmente para conseguir que un mismo sitio web se adapte a las diferentes plataformas que nos ofrece la tecnología: ordenadores, tabletas y smartphones.



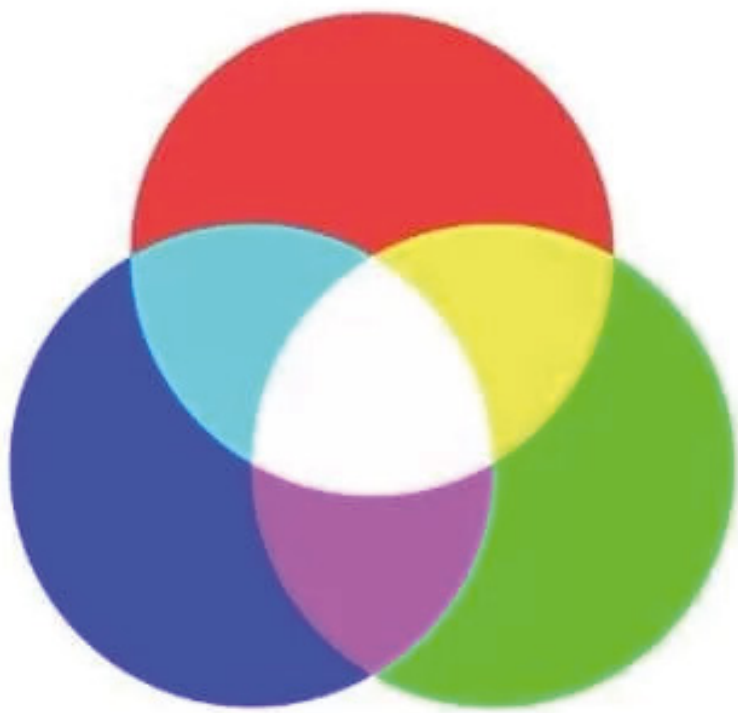
Incluye un amplio conjunto de hojas de estilo CSS3 que, gracias a la función «mediaquery», convierte una página web normal en una página web multiplataforma adaptable a todos los tamaños existentes, proporcionando una experiencia inmersiva. Más fácil de usar. y responder a las necesidades de los usuarios, es decir, nuestra audiencia no más portadas, que aparecen en los smartphones, que hay que hacer zoom para poder leer algo

Las ventajas del diseño responsive son muchas y leyendo de qué se trata seguro que lo entenderás Convencerte de convertir tu sitio web en un sitio multiplataforma

El diseño receptivo está ganando popularidad a pasos agigantados y esto ha llevado a algunos desarrolladores a crear marcos (aplicaciones preconfiguradas) donde las páginas receptivas no tienen que construirse desde cero, nos hace la vida más fácil y todo el proceso mucho más fácil, crear desarrolladores uno de los más populares es Bootstrap, un framework de código abierto creado por el equipo de desarrollo de Twitter y ampliamente utilizado por desarrolladores independientes.



RGB



Digital / Web

RGB

¿Qué es RGB?

Los colores RGB que vemos en la pantalla pueden verse muy diferentes cuando se imprimen en el espacio de color CMYK. Pero hay formas de controlar el color en tu trabajo y evitar sorpresas al imprimir. Esta guía explica los modos de color RGB y CMYK y proporciona consejos básicos para los artistas.

Cuando lee un documento o muestra una imagen en la pantalla, los colores se componen del modo de color RGB (rojo, verde y azul) porque todos los píxeles de la pantalla se componen de estos tres colores.

En las fotografías impresas con una impresora offset o de inyección de tinta doméstica o industrial, el color se produce utilizando CMYK (cian, magenta, amarillo y negro), que es el color de la tinta de la impresora. CLIP STUDIO PAINT combina los dos modos de color y es importante distinguirlos, ya que siguen diferentes procesos de reproducción del color.

Gracias a la tricromacia podemos percibir los colores primarios aditivos. Dadas tres fuentes de luz, si cada una transmite una longitud de onda tal que las tres fuentes cubran todo el espectro visible, se percibirá el blanco.

ROI

¿Qué es el ROI?

Es una medida que se utiliza para saber cuánto ha ganado una empresa con su inversión. Para calcular el retorno de la inversión, es necesario aumentar los ingresos totales, restar los gastos y, finalmente, dividir este resultado entre los costos totales.

El ROI es una métrica que te permite saber cuánto dinero ha perdido o ganado una empresa en inversiones (en caso de la publicidad paga, nuevas herramientas, la capacitación, etc.).

De esta manera, puede ver qué inversiones valen la pena y cómo mejorar las que ya están funcionando para un mejor rendimiento. Siendo que es uno de los elementos que te permiten conocer y desarrollar ciertos elementos para aprender sobre este, siendo que el ROI ayuda a obtener mejores resultados en los procesamientos.

Esta métrica es importante porque ayuda a medir la contribución de iniciativas específicas a los resultados comerciales. De la misma manera, en función del retorno de la inversión, es posible planificar objetivos en función de resultados tangibles y comprender si vale la pena invertir en ciertos canales.



SDK

¿Qué es SDK?

Un kit de desarrollo de software (SDK) es un grupo de herramientas que colaboran a desarrollar aplicaciones para software o hardware específicos, o en un tipo de lenguaje de programación directo. En algunos lenguajes interpretados, el SDK puede parecerse a un sistema de tiempo de ejecución.



La configuración del SDK varía según el fabricante y también depende de si es para un lenguaje de programación, sistema operativo o hardware específico.

Un componente estándar incluido en casi todos los SDK es la API (también denominada comúnmente en plural), con la que se pueden vincular proyectos de software a nivel de código fuente.

Proporcionar esta interfaz de programación básica suele ir acompañada de una extensa documentación que incluye instrucciones sobre cómo usarla, así como otra información interesante. Gracias a él, los desarrolladores interesados pueden hacerse rápidamente una idea de la viabilidad de su proyecto y cómo lograrlo.

Si es necesario o útil para el desarrollo, un buen SDK debe incluir un compilador o depurador y otras herramientas de prueba y análisis disponibles, así como todos los componentes técnicos esenciales, como el editor, la biblioteca, el sistema de tiempo de ejecución y el entorno de desarrollo.

Seguridad Informática

¿Qué es Seguridad informática?

La seguridad informática, también conocida como ciberseguridad, se refiere a la protección de la información y especialmente al procesamiento de la información con el objetivo de evitar la manipulación de datos y procesos por parte de personas no autorizadas.

Su objetivo principal es proteger a las personas, los dispositivos tecnológicos y los datos de daños y amenazas de terceros. Por ello se habla de la seguridad informática para todas las empresas y áreas que lo requieran.

Es por eso que la disciplina de TI responsable de proteger la confidencialidad de los datos en los sistemas informáticos se ha convertido en una parte integral de las actividades empresariales y comerciales bajo un esquema de seguridad específico dentro de todo este.

Obviamente, ningún sistema es 100 % incorrecto, por lo que las organizaciones que se comunican en el mundo digital deben buscar los mecanismos apropiados para garantizar la seguridad de sus datos, de varias maneras. El tipo de seguridad informática que existe y debe implementarse en su organismo para un mejor nivel de seguridad.



SEM

¿Qué es SEM?

Sus siglas significan Search Engine Marketing, las cuales se refieren a un conjunto de estrategias, técnicas y herramientas que utilizan las empresas, a través de la publicidad paga, para mejorar la visibilidad de sus sitios web en los buscadores de Internet.

El objetivo principal de esta estrategia es atraer tráfico calificado a su sitio web, lo que conduce a una mejora drástica de las conversiones. En otras palabras, obtendrás visitas de clientes potenciales interesados en los productos y/o servicios que vendes, tu newsletter o tus instalaciones, todo depende de cómo le des forma a tu estrategia.

El marketing de motores de búsqueda también puede incluir la optimización de motores de búsqueda. De hecho, uno de los objetivos de esta estrategia es mejorar la visibilidad del sitio web lo más rápido posible.

Una campaña de marketing de motores de búsqueda implica la creación de anuncios para determinadas palabras clave. Cada vez que un usuario escriba estas palabras clave en el motor de búsqueda de Google, su anuncio aparecerá en las primeras posiciones de los resultados que muestra.

SEO (Search Engine Optimization)

¿Qué es SEO?

Los motores de búsqueda toman sitios y solicitan de acuerdo con sus algoritmos. Estos algoritmos se actualizan con el tiempo para tratar de proporcionar a los usuarios las consecuencias más cooperativas en su búsqueda y uno de los primeros menús no es un texto y un proceso indeseable.



Las personas con detención son aquellas que dependen del personal web, como las velocidades de descarga, las agencias de dominio y el contenido publicado de alta calidad corresponde a palabras clave, arquitectura, estructura web, código HTML, URL, etc.

Los usuarios llevan búsquedas en línea, por escrito y canto, siga las preguntas o simplemente con palabras. El motor de búsqueda es responsable de mostrarle una lista de páginas web que contienen información sobre la búsqueda que ha realizado para usted.

Un mismo sitio recibirá visitas de diferentes perfiles, por lo que tendría sentido que algunos estén contentos con lo que encuentran allí y otros no. Hay muchas técnicas y estrategias de optimización de motores de búsqueda (SEO) para colocar un sitio web en las primeras posiciones



SEO Off Page

¿Qué es SEO Off Page?

El SEO fuera de la página o fuera del sitio es un conjunto de elementos que nos permiten generar referencias a nuestra página a través de medidas de optimización de motores de búsqueda fuera de nuestro sitio web.

Es básicamente cualquier cosa que no suceda directamente en el sitio mismo. Incluye construcción de enlaces, redes sociales y optimización de motores de búsqueda locales, entre otras cosas. La optimización de los factores de clasificación externos incluye la optimización de los motores de búsqueda y la percepción del usuario.

Esto se logra a través de la popularidad, relevancia, confiabilidad y autoridad. Para lograr esto, es esencial que otros sitios de Internet de buena reputación vinculen o promuevan el contenido, de manera que se asegure su calidad.

Si bien los algoritmos de búsqueda y los factores de clasificación cambian constantemente, el consenso general es que la relevancia, la confiabilidad y la autoridad que el SEO fuera de la página efectivo aporta a un sitio web aún juega un papel importante en la clasificación de la página.

Los motores de búsqueda han intentado durante décadas encontrar una manera de devolver los mejores resultados a los usuarios.

SERP

¿Qué son las SERP?

El Significado es Search Engine Results Page y hace referencia a las páginas de resultados que muestran los motores de búsqueda como Google cuando un usuario ingresa una serie de términos de búsqueda.

Una lista de todas las páginas que el motor ve más relevantes para la consulta específica ingresada y también generada de acuerdo con el SEO de cada sitio. Los Serps se utilizan para dar acceso a los usuarios a una amplia variedad de sitios web.

Es especialmente útil para los consumidores por la comodidad que proporciona a la hora de buscar información de cualquier tipo, ya sea su curiosidad por las noticias o incluso una compra que pretenden realizar.

A las empresas también les resulta interesante porque puede ser un gran canal de visualización si consigues una buena posición. La importancia de Serps es tan grande que existen profesionales para lograr que los sitios web siempre aparezcan en posiciones destacadas entre ellos, los Consultores SEO.

El tráfico orgánico, proveniente de estas páginas de resultados, es el principal impulsor de las visitas a cualquier página, por lo que la utilidad de este concepto es más obvia para cualquier negocio.



SEARCH
ENGINE
RESULTS
PAGE

Sistema de Diseño

¿Qué es el Sistema de Diseño?



Formulario

Campos de Texto

Nombre:

Apellido:

Dirección:

Formulario de ejemplo con campos de texto, botones y elementos de diseño.

Gimnasio Campreste

Colegio los Sauces

Carpe Diem es una empresa colaborativa que trabaja al servicio de clientes de talento académico y empresarial. Ayudamos a apoyar a I+D+i. Trabajamos en todos los niveles de la cadena de valor en los sectores de investigación, desarrollo e innovación. La empresa de la Universidad de Cádiz y gracias a ellos generamos ingresos adicionales por los servicios que nos ofrecen para apoyar estos laboriosos.

[Ver más proyectos](#)

El sistema de diseño es una herramienta colaborativa, realizada con componentes reutilizables y guiada por estándares. En pocas palabras: es todo lo que implica construir un producto, es por ello que se consideran todos los factores dentro de los esfuerzos que abarcan el funcionamiento y los ideales dentro de estas.

Estos sistemas nos permiten gestionar el desorden y crear mejores productos. Como diseñador de UX, debe considerar la importancia de los sistemas de diseño y su implementación para completar el proceso que abarca ciertos pasos a desarrollar.

Los sistemas de diseño, en el contexto de la gestión de proyectos, son orgánicos y flexibles. Está diseñado para anticipar situaciones y adaptarse a diferentes condiciones de funcionamiento. En otras palabras, entienden cómo trabajamos en equipo.

El diseño del sistema es el proceso de definir la arquitectura del sistema, los módulos, las interfaces y los datos para cumplir con los requisitos predeterminados. El diseño de sistemas puede verse como la aplicación de la teoría de sistemas al desarrollo de un nuevo producto.

Sitemap XML

¿Qué es el Sitemap?

El Sitemap XML significa «mapa del sitio» en inglés, lo que significa un archivo o URL que contiene todas las páginas de un sitio web. En este artículo, le diremos por qué es importante crear un archivo, cómo debe crearlo correctamente y las diferentes formas de crear uno.

Estos archivos son útiles para los rastreadores y los rastreadores de motores de búsqueda, quienes utilizarán la información que les proporcionamos en el archivo del mapa del sitio para realizar sus rastreos.

Un sitemap está definido por un protocolo clave en <https://www.sitemaps.org/es/protocol.html> y consiste en una serie de etiquetas XML, un lenguaje utilizado para construir información. Con este archivo, opcionalmente podemos proporcionar a los motores de búsqueda datos adicionales en cada página de nuestro sitio web.

Este protocolo se ha convertido con éxito en un estándar admitido y recomendado por los principales motores de búsqueda (Google, Yahoo, Bing, etc.). Incluir un mapa del sitio en un dominio no garantiza que los motores de búsqueda indexen todas las páginas que enumeramos allí, pero recomendamos usarlo para rastrear información de una manera más inteligente, pasando información adicional sobre la estructura y actualización de nuestro sitio.



Spam

¿Qué es Spam?

El spam es una forma de comunicaciones no deseadas para enviar (correo electrónico o UBE no deseado). Su forma más común es un correo electrónico un anuncio. Envíe un correo al azar ilegal en la mayoría de las áreas legales.

Una de las formas más comunes de implementar contenido no deseado relacionado con botellas y dispositivos grandes «Zombie» infectados. A veces, los caracteres electrónicos y el fraude también son correos indiscriminados, aunque difieren tanto a menudo transportados por personas que tienen buenas intenciones.

Si bien el spam se puede hacer de muchas maneras, la más utilizada por el público en general es el correo electrónico. Otras tecnologías de Internet que han sido blanco de spam incluyen grupos de noticias, Usenet, motores de búsqueda, redes sociales, sitios web, wikis, foros, blogs a través de ventanas emergentes y todo tipo de cosas, imágenes y texto en la web.

Los virus que se propagan en la red y sitios filtrados (casinos, loterías, premios mayores como viajes, drogas, software y pornografía) también se conocen como spam y se activan al visitar una comunidad o grupo de sitios web o al acceder a enlaces en diferentes páginas. o incluso sin la primera visita a cualquier tipo de página promocional.

Storytelling

¿Qué es Storytelling?

El storytelling se ha convertido en una técnica muy potente que muchas empresas han integrado en su estrategia de marketing. No importa qué tipo de negocio tengas, desde tiendas de barrio hasta tiendas multinacionales, porque siempre puedes usar una historia para atraer a tus clientes potenciales.

Storytelling



Se aplica a cualquier contexto, no solo a las empresas. La gente suele utilizar el storytelling en conversaciones, discursos políticos, entrevistas de trabajo o incluso todos los días cuando discute con alguien sobre un tema.

Construir sobre la historia para tejer una historia completa que conecte emocionalmente con las personas con las que hablas, las haga sentir definidas y transmita tus valores, es garantía de éxito. Esto te permite crear una conexión con tu audiencia que antes era difícil de lograr.

A través de una historia real en la que otros pueden ver reflejados tus valores similares, los llevas a apegarse emocionalmente a tu marca. Siendo que son funciones que ayudan a generar una serie de resultados positivos en pro de los beneficios de los clientes.



Target

¿Qué es el Target?

La segmentación con nuestro público objetivo y público potencial, ya sea de un comercio electrónico (clientes) o de una campaña de marketing (la audiencia). De esta forma, cuando hablamos de objetivos, nos referimos al conjunto de personas que, por sus cualidades y características, tienen un alto potencial o una alta probabilidad de convertirse en consumidores de nuestro futuro producto o servicio.

Por lo tanto, para este grupo de personas, todos los esfuerzos de marketing deben enfocarse en atraerlos a nuestra marca. Esta es cualquier persona que pueda estar interesada en lo que vendemos.

Es una construcción perfecta desarrollada a través de estudios de mercado. Supongamos que un cervecero quiere lanzar una nueva bebida sin alcohol. Luego de analizar el mercado y los gustos de los consumidores, la empresa decidió que el público objetivo del producto serían mujeres de 30 a 50 años.

La definición del target, también conocido como target market, es muy importante para la optimización de recursos. Si una empresa quisiera imponer un nuevo tipo de golosina, lo más probable es que intentara llamar la atención de los niños, ya que ellos eran el target tradicional de este tipo de productos.

Tasa de Conversión

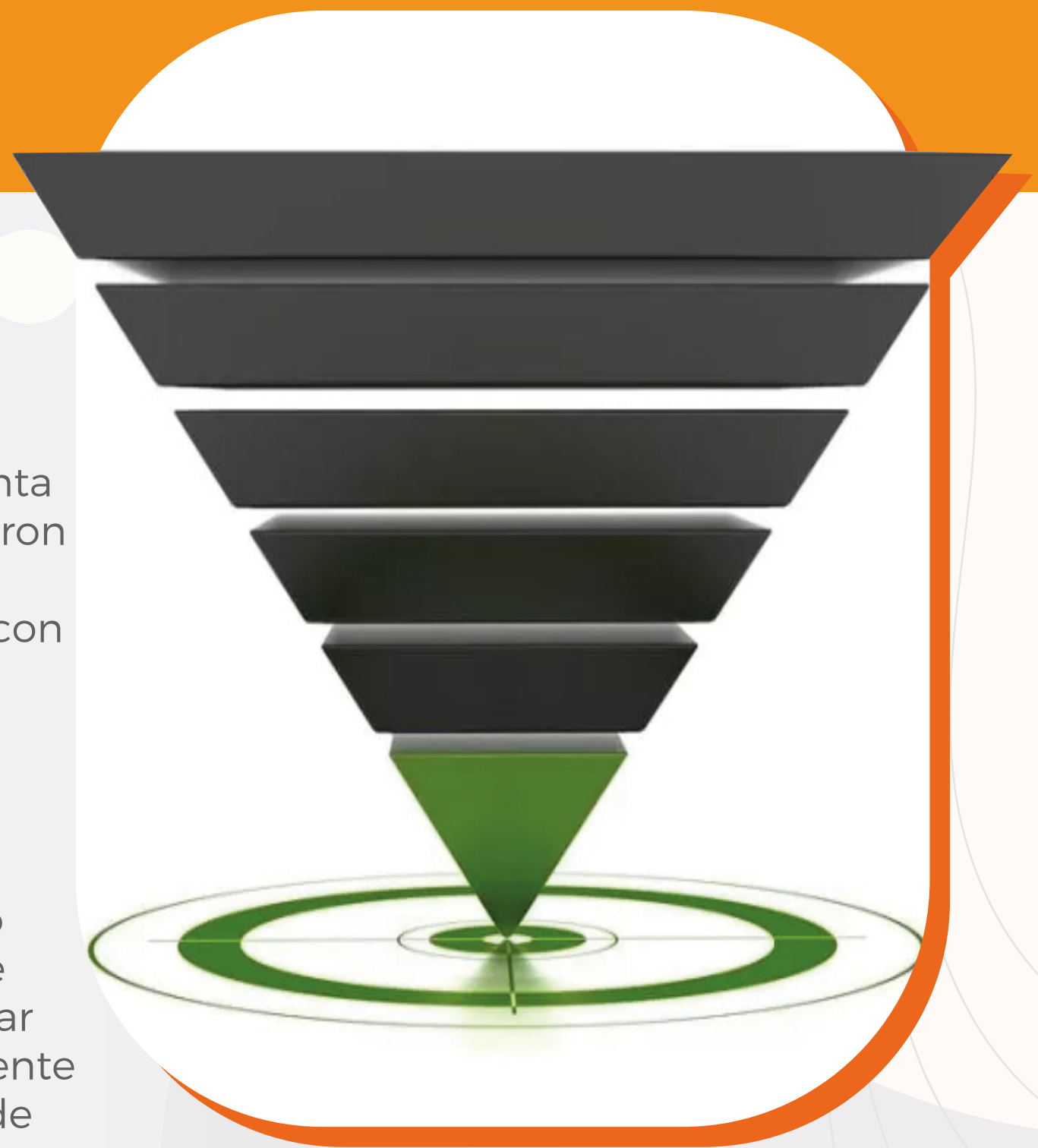
¿Qué es la Tasa de Conversión?

La tasa de conversión es una medida que representa la relación entre la cantidad de usuarios que visitaron un sitio web y la cantidad de usuarios que convirtieron. Esta métrica es una forma de medir con precisión los resultados de las estrategias de comercio electrónico y comprender dónde hay margen de mejora.

Dado que la tasa de conversión mide la relación entre la cantidad de personas que visitaron el sitio web de su empresa y la cantidad de personas que alcanzaron una meta, es decir, convirtieron, calcular esta métrica es bastante simple. básico. Simplemente divida el número de conversiones por el número de visitas.

Considere siempre las etapas del embudo de ventas y compárelas con el momento en que el usuario llegó a esa página. ¿Está listo para transformarse? Si no, ¿cuál es el mejor enfoque para este visitante? Incluir la llamada a la acción correcta y ayudar a los usuarios a lo largo de su viaje es parte de mejorar su tasa de conversión.

La experiencia del cliente está directamente relacionada con la tasa de conversión de comercio electrónico. Como hemos discutido, comprender la intención de un visitante es clave para guiarlo hacia la conversión.



Target

¿Qué es el Target?

La segmentación con nuestro público objetivo y público potencial, ya sea de un comercio electrónico (clientes) o de una campaña de marketing (la audiencia). De esta forma cuando hablamos de





audiencia). De esta forma, cuando hablamos de objetivos, nos referimos al conjunto de personas que, por sus cualidades y características, tienen un alto potencial o una alta probabilidad de convertirse en consumidores de nuestro futuro producto o servicio.

Por lo tanto, para este grupo de personas, todos los esfuerzos de marketing deben enfocarse en atraerlos a nuestra marca. Esta es cualquier persona que pueda estar interesada en lo que vendemos.

Es una construcción perfecta desarrollada a través de estudios de mercado. Supongamos que un cervecero quiere lanzar una nueva bebida sin alcohol. Luego de analizar el mercado y los gustos de los consumidores, la empresa decidió que el público objetivo del producto serían mujeres de 30 a 50 años.

La definición del target, también conocido como target market, es muy importante para la optimización de recursos. Si una empresa quisiera imponer un nuevo tipo de golosina, lo más probable es que intentara llamar la atención de los niños, ya que ellos eran el target tradicional de este tipo de productos.

Test A/B

¿Qué es el Test A/B?

Se define el Test A / B simplemente para probar nuestros propios elementos de marketing, y compare sus actividades para hacer conclusiones y aplicar resultados. Aunque se puede usar con todo tipo de contenido, a menudo es más común en el diseño, las campañas de mensajería y las páginas bajistas.

Este proceso es muy simple: creamos dos copias del mismo contenido solo diferentes en un factor, hemos lanzado simultáneamente lo que funciona mejor marcando los datos después de un tiempo. El objetivo es identificar pequeños cambios que se están ejecutando, podemos aplicarlos a nuestro marketing para obtener mejores resultados cada vez.

Gracias a la sección Contenido y Experiencia de esta herramienta, podrás realizar pruebas A/B en tu web sin complicarte demasiado la vida. por ello es necesario que se conozcan cada uno de los procesos que se ligan a esta para sus resultados.

Con la gran cantidad de contenido publicado en las redes sociales todos los días, lograr que los usuarios hagan clic en nuestros anuncios puede ser un verdadero desafío. Y para ello es necesario destacar con una imagen que llame la atención del usuario.



Top Of Mind

¿Qué es Top of Mind?

Se refiere a la primera marca que viene a la mente cuando se le pregunta a un usuario sobre una industria en particular. Ser una marca de referencia es muy importante en la promoción de la marca y la popularidad, aunque no esté garantizada por la influencia de otros factores como el precio, la calidad, la disponibilidad, el enfoque, etc.

La principal ventaja de las empresas que han logrado llegar a la mente de los consumidores es que su mensaje llega más fácilmente al público objetivo y en ocasiones solo necesitan hacer el trabajo de branding para sobrevivir. referencia. La popularidad de algunas de estas

marcas es tan grande que usamos sus nombres para referirnos directamente al producto.

Este es el caso, por ejemplo, de Coca-Cola, Kleenex o Rimmel. Las empresas tienen que hacer un gran esfuerzo para diferenciarse de la competencia y lograr la posición número uno en mente. Además, no es un modo de por vida, por lo que una vez que llegas a la cima, es mucho más difícil, si no más, trabajar para sobrevivir.

En algunos casos, el concepto se ha convertido en una métrica, medida como el porcentaje de consumidores para los que la marca es una referencia en su mente. desarrollo.



Transmedia



¿Qué es Transmedia?

El concepto de transmedia debe utilizarse para pensar cómo podemos mejorar el alcance de nuestros mensajes. Por ejemplo, no es lo mismo invertir todo nuestro presupuesto de marketing en Facebook que armar un video para Facebook y una foto relacionada de un grupo para Instagram, agregar un hashtag y dividir la inversión en medios.

Por eso, a la hora de desarrollar una campaña de marketing, debemos pensar en el impacto que podemos tener si sabemos comunicar nuestra historia a través de diferentes medios, y no repetir los mismos elementos. Son múltiples medios.

Transmedia es “un tipo de historia en la que la historia se desarrolla a través de medios y plataformas multimedia, y en la que un segmento de consumidores juega un papel activo en esta expansión”.

Sin embargo, como señala el propio autor, el desafío es contar la misma historia utilizando el potencial de cada medio. Significa «adaptar» los conceptos básicos de lo que necesitamos decir, a diferentes formas y audiencias, sin que resulte en una mera repetición. En este punto, también será importante contar con estrategias innovadoras de marketing de contenidos.

AMD[®]

GLOSARIO



SÍGUENOS

www.agenciadigitalamd.com

/Agenciadigitalamd 

/AgenciaMarketingdigital360 

/Agencia-marketing-digital-360 

/Agenciadigitalamd 

hola@agenciadigitalamd.com 

(57) 317 590 8050 