

Felipe Borges

Mini Dicionário do

# Marketing Digital



GRUPO  
Madre Tereza



**Felipe Borges**  
@felipeborges\_ap

Mini Dicionário do

# Marketing Digital



GRUPO  
**Madre Tereza**

Preparei esse arquivo para facilitar seu aprendizado a respeito do Marketing Digital e lhe deixar familiarizado com as expressões mais utilizadas nesse universo.

**ADWORDS:** É uma palavra diferente e está relacionada ao Universo google, ela é uma ferramenta de publicidade da Google (Google Adwords). Com esta ferramenta é possível criar as campanhas e os anúncios publicitários para que sejam apresentados nas páginas da Google de pesquisa, e a cada dia é uma ferramenta mais e mais usada.

**ANÚNCIO:** É o que vai aparecer para as pessoas visualizarem. Por exemplo, se for anúncio na rede de pesquisa do Google Ads, irá aparecer o texto com os títulos e descrições.

**CAC - (Cost to Acquire Customers):** Custo para aquisição de clientes; basicamente, o CAC pode ser calculado simplesmente dividindo todos os custos gastos na aquisição de mais clientes (despesas de marketing) pelo número de clientes adquiridos no período em que o dinheiro foi gasto. Por exemplo, se uma empresa gastou R\$ 100 em marketing em um ano e conquistou 100 clientes no mesmo ano, seu CAC é R\$ 1,00.

**CAMPANHA:** Uma campanha é formada por um conjunto de grupos de anúncios (anúncios, palavras-chave e lances) que compartilham um orçamento, uma segmentação por local e outras configurações.

**CONVERSÃO:** É a ação desejada dentro da sua campanha, ou seja, é o seu objetivo. Se o seu objetivo for vender, a conversão será para venda. Já se o seu objetivo for capturar leads, a conversão será leads.

**CPC - (Custo por Clique):** Trata-se do valor médio cobrado por um clique no seu anúncio. Esse valor é calculado dividindo-se o custo total pelo número de cliques. O CPC médio tem como base o custo real por clique (CPC real), ou seja, o valor cobrado de fato por um clique no seu anúncio.

**CPM - (Custo por Mil):** É uma forma de definir lances em que você paga por mil visualizações (impressões) na Rede de Display do Google. Com os lances de CPM visível (vCPM), você paga somente quando seus anúncios podem ser visualizados.

**CPV - (Custo por Visualização):** É um método de lance para campanhas de vídeo em que você paga por uma visualização. Uma visualização é contabilizada quando alguém assiste a 30 segundos do seu anúncio em vídeo (ou ao anúncio completo, se ele tiver menos de 30 segundos) ou interage com ele, o que ocorrer primeiro.

**CROSSELL:** O Crosssell identifica produtos que satisfazem necessidades complementares ao produto inicialmente adquirido ou ao serviço contratado. O momento exato do Crosssell é o mesmo do Upsell, a diferença é que no Crosssell oferta-se um produto apenas complementar que pode ser totalmente diferente do que o cliente acabou de comprar e no Upsell oferta-se um tipo de Upgrade.

**CTA (CALL-TO-ACTION):** Em termos de marketing, CTA (Call To Action) ou (Chamada para Ação) geralmente são links de uma página que levam os usuários a realizar ações ou palavras utilizadas para orientar o usuário, como "Saiba mais", "Acesse agora" ou "Comprar". O principal objetivo de um CTA é direcionar os usuários para avançar em um processo de conversão online.

**CHATBOTS:** A cada dia mais usados, são como "robôs" utilizados para a simulação do atendimento humano através de um chat online. O objetivo da criação dos chatbots é para que os clientes tenham a impressão de que estão sendo atendidos por uma pessoa real e não com um robô, podendo fazer perguntas, interagir e ser respondido no mesmo momento.

### **CTR - (Click Through Rate)**

É a taxa de cliques no seu anúncio. Essa métrica mede a relação de pessoas que visualizaram no seu anúncio e efetivamente clicaram. O cálculo é feito da seguinte maneira: cliques / impressões. Exemplo: se seu anúncio apareceu para 1.000 pessoas e 100 clicaram, logo o seu CTR será de 10%.

### **DOMÍNIO**

Um Registro de Domínio é o seu nome ou nome da sua empresa na internet. O nome do website.

**DOWNSELL:** De forma geral, um Downsell ocorre sempre que um cliente abandona o carrinho de compras ou desiste da aquisição no último estágio da Jornada de Compra. Nesse caso o vendedor faz uma oferta que tenha o valor mais baixo que o normal; um desconto, para que em último caso, ele não perca a venda.

**Ebook(Livro Digital):** É um livro num formato digital, extensão .pdf, por exemplo. Muitos cursos são vendidos neste formato e pela facilidade de leitura e preço tem uma excelente aceitação.

**EXTENSÕES:** Como o próprio nome já sugere, extensões compõem os seus anúncios e ajudam a expandir o formato dos seus anúncios. Existem vários tipos de extensões, como de frase, snippet estruturado, sitelink, etc.

**FUNIL (BACKEND):** Parte final do funil de vendas, após passar o primeiro Order Bump.

**FUNIL CONSCIÊNCIA:** O funil de vendas é um modelo estratégico separado por estágios, estruturando de forma visual toda a jornada de compra de um cliente em potencial. A classificação do funil de vendas é a seguinte: Inconsciência/Aprendizagem/descoberta Reconhecimento do problema e Decisão Ação. Também é classificado como topo, meio e fundo.

**ORDER BUMP:** O Order Bump é uma técnica utilizada para aumentar o valor da compra no momento exato em que o cliente está com o carrinho de compras aberto. Nesse momento ele terá a opção de adicionar algum item a mais e assim elevar o valor do faturamento referente aquela venda. Orders Bump são normalmente utilizados em redes de fast food, onde no momento da compra eles perguntam ao cliente se querem adicionar algo extra por um preço menor, por exemplo: “Aceita batata grande por mais R\$ 1,00?” Isso é uma forma de ORDER BUMP na prática que deve ser utilizada também com seus produtos ou info-produtos dentro de suas estratégias de marketing digital.

**PALAVRA-CHAVE:** São as palavras que você irá usar para segmentar o seu anúncio. As palavras-chave podem ser de pesquisa ou negativas. As palavras-chave de pesquisa são aquelas para as quais você quer que o seu anúncio apareça. Já as palavras-chave negativas são aquelas que você não quer aparecer.

**PIXEL:** É um código que fica instalado no site e coleta dados/informações dos visitantes e compradores do produto. Com base nesses dados/informações, o Google buscará atrair pessoas parecidas para gerar mais conversões.

**REMARKETING:** É quando você busca atingir de novo uma pessoa que já foi impactada por você ou por seu anúncio.

**ROI - (Return Over Investment):** Retorno sobre investimento, é uma medida de desempenho usada para avaliar a eficiência ou lucratividade de um investimento ou comparar a eficiência de vários investimentos diferentes. O ROI tenta medir diretamente a quantidade de retorno em suas campanhas, em relação ao custo do investimento. Em uma linguagem simples, é o seu LUCRO.

**SEO (Search Engine Optimization):** Otimização das engrenagens de busca é o conjunto de estratégias com o objetivo de potencializar e melhorar o posicionamento de um site, um vídeo, um anúncio ou um blog nas páginas de resultados naturais nos sites de busca gerando conversões, sejam elas, um lead, uma compra, um envio de formulário, visualizações, agendamentos de consulta e outros.

**Tráfego pago:** É o tráfego no qual você precisa investir dinheiro para trazer um lead para a sua oferta, exemplo uma parceria paga com um influencer ou um anúncio pago no Instagram. São estratégias comuns de trafego pago.

**Tráfego orgânico:** É o tráfego no qual você não precisa investir dinheiro para trazer um lead para a sua oferta, exemplo um post no Instagram ou mesmo uma estratégia de C.C.D. (Curtir + Comentar + Direct), quando alguém usa essa estratégia para contatar um lead e apresentar uma oferta, está fazendo o tráfego orgânico.

**FUNIL DE VENDAS (ESTEIRA DE VENDAS):** O funil de vendas (esteira de vendas) é o modelo estratégico do caminho pelo qual o cliente irá passar, do topo ao fundo para receber todas as ofertas de venda de um determinado produto ou de vários tipos de produtos, dentro do funil encontram-se os upsells, crosssells e downsells.

**GRUPO DE ANÚNCIO:** É o local dentro da sua campanha onde contém um ou mais anúncios. Cada uma das suas campanhas é formada por um ou mais grupos de anúncios.

**HOSPEDAGEM:** Local onde um ou vários domínios pode ser hospedados.

**IMPRESSÕES:** A frequência com que seu anúncio é exibido. Uma impressão é contabilizada sempre que seu anúncio aparece em uma página de resultados de pesquisa ou em outro site da Rede do Google.

**ÍNDICE DE QUALIDADE:** O Índice de qualidade é uma estimativa da qualidade dos seus anúncios, palavras-chave e páginas de destino. ... O Índice de qualidade é uma estimativa agregada do seu desempenho geral nos leilões de anúncios e não é usado no momento do leilão para determinar a classificação do anúncio.

**LEADS:** São os potenciais clientes que deixaram algum contato para você. Existem várias formas de capturar o contato, mas a forma mais tradicional é a captura de e-mails. Logo, quando uma pessoa deixa o e-mail dela para você (afiliado/produtor), ela se torna um lead.

**LTV (Life Time Value):** pode ser traduzido como o valor do “Ciclo de vida de um cliente”, ou seja, quanto em média seus clientes investem em seus produtos ou serviços durante o período em que eles se relacionam com sua empresa.

Quais outros produtos seu cliente irá comprar de você futuramente? Assim, conseguimos criar estratégias para funis de vendas que sejam cada vez mais irresistíveis para clientes de determinados nichos.

**MODELO DE ACOMPANHAMENTO:**

É um local disponível na hora de criação do seu anúncio, onde você insere o seu link de afiliado para marcar o seu cookie de afiliado e você receber a comissão.

**UPSELL :** O Upsell é uma estratégia de vendas com o objetivo de incentivar o cliente a comprar uma versão mais completa, melhorada e de maior valor de um produto ou serviço. Geralmente isso ocorre logo após o cliente fechar a primeira compra. Após isso uma segunda oferta é feita na sequência. A ideia é aumentar as vendas e o faturamento ao mesmo tempo em que se propõe a melhorar a experiência do comprador com o seu negócio. Estudos de persuasão apontam que o melhor momento para que o cliente faça uma segunda compra é no momento imediato em que ele realiza a primeira. Esse é o momento exato do Upsell, principalmente se ele for “One-Buy-Click” ou seja “Compra-com-um-clique”, onde o cliente não precisa digitar novamente os dados do cartão de crédito para executar uma nova compra, facilitando assim o processo!

**URL** (Uniform Resource Locator):

URL, é um termo técnico que foi traduzido para a língua portuguesa como "localizador uniforme de recursos". Um URL se refere ao endereço de rede no qual se encontra algum recurso informático, como por exemplo um arquivo de computador ou até mesmo um endereço de website.

**UPSELL:**

O Upsell é uma estratégia de vendas com o objetivo de incentivar o cliente a comprar uma versão mais completa, melhorada e de maior valor de um produto ou serviço. Geralmente isso ocorre logo após o cliente fechar a primeira compra. Após isso uma segunda oferta é feita na sequência. A ideia é aumentar as vendas e o faturamento ao mesmo tempo em que se propõe a melhorar a experiência do comprador com o seu negócio. Estudos de persuasão apontam que o melhor momento para que o cliente faça uma segunda compra é no momento imediato em que ele realiza a primeira. Esse é o momento exato do Upsell, principalmente se ele for “One-Buy-Click” ou seja “Compra-com-um-clique”, onde o cliente não precisa digitar novamente os dados do cartão de crédito para executar uma nova compra, facilitando assim o processo!

**URL FINAL:** É o link final que a pessoa irá acessar quando clicar no seu anúncio.

**WEBINAR:** É uma aula ou conteúdo em vídeo disponibilizado online. Existem até Webinars em formatos de anúncios, onde você clica neles, se cadastra e assiste uma aula / apresentação de uma determinado produto e ao a final é apresentada uma oferta + uma chamada para ação.



GRUPO  
**Madre Tereza**

[www.grupomadretereza.com.br](http://www.grupomadretereza.com.br)

2022