

FVB
DES
IGN



**DICCIONARIO
SOCIAL
MEDIA**

DICCIONARIO SOCIAL MEDIA

¡Bienvenido al Diccionario Social Media!

¿Aún no sabes cuál es el significado de alguna palabra o término relacionado con el Marketing Digital o con el lenguaje 2.0? Vamos a definir los términos relacionados con este apasionante mundo digital...

Acortador de URLs.

Esta herramienta nos permite reducir y comprimir en menos caracteres cualquier dirección web. Su uso es muy recomendable para Redes Sociales como twitter, que limitan el número de caracteres. Las más populares son: bitly.com; goo.gl, tinyurl.com o ow.ly

AdBlocker.

es una extensión de Google Chrome que te ayuda a bloquear los banners, los anuncios y la publicidad que aparece cuando navegas por Internet y entorpece tu experiencia de usuario.

ADS.

son las siglas de la palabra "advertising" que significa publicidad. Si eres observador habrás visto que la mayoría de las Redes Sociales incluyen un apartado donde permiten a las marcas publicitarse, como sería el caso, por ejemplo, de "Facebook ads".

Adwords.

es la plataforma de publicidad online de Google que sirve para configurar anuncios de pago. En ella podrás configurar campañas enfocadas a tu potencial público objetivo teniendo en cuenta las palabras clave.

Alcance.

Es una de las métricas (una unidad de medida que nos ayudará a medir y analizar los resultados de una acción cuyos resultados queremos conocer) más importantes dentro del universo Social Media. Nos identifica cuántas personas han visto nuestro mensaje. Puede ser Orgánico o Viral.

Analítica Web.

Esta herramienta es básica para mejorar la calidad de tu trabajo y ver los resultados que vas obteniendo. No te preocupes, en uno de los próximos post te facilitaremos un listado.

API.

Son las siglas de "Application Programming Interface" y son un conjunto de reglas que sirven para comunicarse entre un sistema operativo, bases de datos o redes sociales permitiéndoles hacer uso de funciones ya existentes de la infraestructura ya existente en otras plataformas. Es decir: reutilizaremos códigos ya existentes aprovechando que funciona correctamente.

Apps.

Son programas que se instalan en nuestros dispositivos electrónicos inteligentes y nos ayudarán en una labor concreta, tanto a nivel profesional como para nuestro ocio... ¡Hay miles! Como por ejemplo *Whatsapp*, *Spotify* o *Cabify* entre otras.

Avatar.

Es la imagen que elegimos en las R.R.S.S. cuando estamos formando en ellas nuestro perfil.



B2B:

lo que se esconde detrás de este acrónimo son las palabras Business to Business y a pesar de que no existe una traducción exacta en español, para que tú lo entiendas mejor, es el modelo empresa-empresa, refiriéndonos así a los modelos de negocios en los que las transacciones de bienes o la prestación de servicios se produce entre dos empresas. Es por ello que con él Business to Business nos referiremos tanto a comercio mayorista, como a la prestación de servicios y al consumo de contenidos.

B2C.

Este acrónimo hace referencia al término anglosajón "Business to Consumer", lo que en español podríamos traducir como el modelo empresa-consumidor, haciendo referencia así a un modelo de negocio muy extendido en nuestros días: el comercio directo. Y es que con la llegada de Internet a nuestras vidas es el propio productor quién puede vender su mercancía directamente al cliente. Sin más intermediarios entre él y el consumidor final. Mientras que el B2B defiende un contacto personalizado entre los responsables comerciales de ambas partes, el B2C, busca llegar al consumidor directamente, haciendo que su compra sea para un consumo más personalizado, impulsivo, basándose en las emociones.

Badge.

Un badge digital contiene toda la información necesaria para identificar y aumentar una habilidad que has adquirido en Internet, convirtiéndola así en una unidad independiente de reconocimiento totalmente exportable.

Banner.

se trata de un anuncio rectangular, normalmente colocado arriba, abajo o en los lados del contenido principal de un sitio web enlazando con el sitio web del anunciante. Al principio eran anuncios con imágenes de texto y gráficos. Hoy en día, gracias a la tecnología flash, se hacen banners mucho más complejos y estos pueden ser anuncios con texto, gráficos animados y sonido.

Blog post.

este término podríamos traducirlo en español cómo artículo. Son el contenido central de un blog (o bitácora) y en él aparecerán ordenados de manera cronológica todos los contenidos que vayamos publicando. En general suelen tener un titular, un cuerpo del artículo donde se puede introducir texto, fotografía en incluso código audio. Por ejemplo, esto que estás leyendo es un post

Blogroll.

se trata de una colección de blogs, normalmente presentados en la columna lateral de una página web. Los autores tienen total libertad para definir diferentes y variados criterios para incluir otros blogs en sus blogrolls.

Branding.

Este término hace referencia al proceso de construcción de una marca. Se encarga por lo tanto de la estrategia a seguir, para gestionar todo lo relacionado con una marca: desde el nombre de la empresa, pasando por el logotipo, con el objetivo de que el consumidor asocie la marca con un valor determinado.



Caché.

Cuando en informática hablamos de memoria o caché, hablamos de la cantidad de información que permanece de manera temporal en nuestro ordenador y que ayuda a nuestro ordenador a guardar los datos recientemente procesados.

Círculos.

Se trata de uno de los diferentes servicios que integra la red social Google+, junto con Hangouts, Intereses y Comunidades. Denominamos círculos a la forma que tiene Google+ de organizar sus contactos, que tiene dos ventajas muy importantes y útiles: por un lado, tú puedes decidir con que círculos compartes cada publicación que hagas, y la segunda de las ventajas, es que te ofrece un resumen de las actualizaciones de cada círculo.

Código QR.

Son un tipo de códigos con barras dimensionales, donde la información está codificada dentro de un cuadrado, permitiendo almacenar así una gran cantidad de información. Son, además, una manera muy fácil y sencilla de interactuar con un dispositivo móvil permitiendo realizar acciones automáticas desde nuestro terminal, como abrir una página web, guardar un evento en la agenda, realizar una llamada telefónica...

CPM.

Es una medida utilizada en la publicidad, tanto de radio, como de televisión, revistas o prensa, además de en la publicidad online. Es una forma de pago a través de la cual, el usuario que la contrata paga cierta cantidad cada vez que su anuncio se muestra mil veces (impresiones).

CPC.

En este modelo el anunciante no paga en función de la veces que se muestra el anuncio, sino en función del número de usuarios que interactúan con él, es decir, cuando el usuario hace clic sobre el mismo. Este tipo de publicidad es muy utilizada en el medio digital.

CTR.

es otro término relacionado con la publicidad y nos sirve como indicador para medir la eficacia de la publicidad online: la proporción de clics se obtiene dividiendo el número de usuarios que pulsaron una pieza publicitaria -banner- por el número de impresiones mostradas en la misma, expresado en tanto por ciento.

CSS.

Hojas de estilo en cascada: es un lenguaje utilizado en la presentación de documentos HTML. Sirve para establecer el diseño visual de las páginas web e interfaces de usuarios escritas en HTML o XHTML. Además, permite aplicar estilos no visuales, como las hojas de estilo auditivas.

Creative commons.

Son un conjunto de licencias de derechos de autor que permiten al creador de una obra, de forma simple y estandarizada, otorgar permiso al público para compartir y usar su trabajo bajo los términos y condiciones de derechos de autor de su obra "todos los derechos reservados" a "algunos derechos reservados". Esto quiere decir que estas licencias no reemplazan a los derechos de autor, sino que se apoyan en éstos para permitir modificar los términos y condiciones de la licencia de su obra de la manera que mejor satisfaga sus necesidades.

Crowdsourcing.

este término podríamos traducirlo como colaboración abierta distribuida, y consiste en externalizar tareas que tradicionalmente realizaban empleados o contratistas, dejándolas a cargo de un grupo numeroso de personas o de una comunidad, a través de una convocatoria abierta.

Community Manager.

es el responsable de gestionar, construir y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con clientes, fans y cualquier usuario interesado en la marca.



Dashboard.

Una herramienta muy útil para definir una estrategia en una campaña digital. Se trata ni más ni menos de una representación gráfica de los indicadores de negocio de una empresa, que usados de manera práctica, se puede transformar en información útil que nos pueden ayudar en la toma de decisiones ya que un buen dashboard reflejará los hechos, orígenes y consecuencias de lo que hemos hecho en Adwords o cualquier otro ámbito del marketing digital.

Del.icio.us.

Servicio de gestión de marcadores sociales en web. Permite agregar los marcadores que se guardan en los navegadores y categorizarlo. Además, permite que los usuarios de la plataforma compartan su contenido cuando tienen un enlace guardado en sus marcadores. Este servicio se vendió en abril de 2011 a AVOS, la compañía de Chad Hurley y Steven Chen, fundadores de Youtube.

Digg.com.

Sitio web especializado en noticias de ciencia y tecnología donde los usuarios pueden valorar y compartir diferentes artículos. En este website no existen editores, por lo tanto son los mismos usuarios quienes envían y valoran las diferentes noticias. Cuántas más valoraciones tiene tus noticias, más visibilidad tendrá. Uno de los cambios más importantes que ha tenido la plataforma desde que fue adquirida en 2012 por Betaworks, es que si deseas registrarte, debes hacerlo a través del Facebook de Digg, lo que sirve según la propia compañía, para evitar el envío de Spam.

Dominio.

Al iniciar un proyecto web, empezará a toparte con una serie de palabras con las que quizás no estés familiarizado en absoluto: registro de dominios, extensiones de dominio, etc. Es por ello que un dominio web sería el nombre que se le asigna a tu página web en internet, gracias a la cuál los usuarios que te busquen te encontrarán fácilmente y accederán a tu contenido. Su objetivo es "humanizar" la red y hacer la navegación más accesible para las personas.

Doodle.

Se trata de un diseño alusivo a cualquier situación que decora la página principal de Google, es decir: un cambio en el logotipo del buscador.

Dummie.

Esta palabra es usada para referirse a alguien novato o principiante que está dando sus primeros pasos en el apasionante mundo del Marketing Online y empiezan a manejarse con las Redes Sociales y herramientas.



E-Commerce

Este término hace referencia al comercio electrónico, negocios por internet u online. Consiste en la compra y venta de productos o servicios a través de medios electrónicos, tales como internet y otras redes informáticas.

Edgerank.

Es un algoritmo de *Facebook*. Un conjunto de operaciones matemáticas que determinan el número de fans a los cuáles se muestra el contenido que aparece en tu página. Es decir: con este sistema Facebook optimiza el muro de noticias de cada usuario determinando las publicaciones que aparecen y en el orden.

E-mail.

Es un servicio red que permite el intercambio de mensajes a través de sistemas de comunicación electrónicos. Su funcionamiento es similar al del correo postal, al permitir ambos el envío y recibo de mensajes, que llegan a su destino gracias a una dirección. El e-mail tiene además sus propios buzones: son los servidores que guardan temporalmente los mensajes hasta que el usuario los revisa. Una de las prácticas más extendidas en el marketing online, es el Email marketing, donde se realiza el envío masivo de correo electrónicos a un conjunto de contactos. Su objetivo principal es el de promover mensajes a un conjunto de usuarios a través de la bandeja de entrada de sus mails.

Engagement.

Es otro anglicismo de moda que se utiliza en el ámbito de las relaciones laborales y la cultura organizacional que se identifica con el esfuerzo voluntario por parte de los trabajadores de la empresa o miembros de una organización. Un trabajador, engagement es una persona que está comprometida o implicada con su trabajo y entusiasmada con él. Por ello, cuando tenga oportunidad, actuará de una forma que va más allá de las demandas que le hace su organización.

Enlaces o links.

Es una expresión que conecta una información con otra. El enlace puede ser una imagen, palabra, hipertexto, línea de programación, una referencia directa... que te redirige a la información relacionada. Es por ello que el enlace puede ser de gran ayuda, lanzar una aplicación, descargar un archivo, ejecutar una acción... en la web las palabras subrayadas suelen mostrarse subrayadas o marcadas de cualquier otro modo, para diferenciarlas de las otras llamándose hiperlink o hipertexto.

Estudio de mercado.

Es el análisis previo que cualquier empresa debe hacer para entender su sector. Mediante estos estudios se obtiene información detallada sobre las características internas y externas del mercado en cuestión, el público objetivo y el estado de la oferta y la demanda.

Extensión.

Son las aplicaciones que podemos instalar desde Google Store o desde la propia aplicación creando un acceso directo en el menú de nuestro navegador de Google Chrome.



Facebook.

La red social más utilizada en todo el mundo. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard que se creó con el propósito de intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet.

F-Commerce.

Es la nueva funcionalidad que Facebook ha habilitado para las empresas, donde los conceptos *social commerce* (comercio social) y el *e-commerce* (comercio electrónico) se han unido para mejorar la experiencia de compra del usuario.

Facebook Insights.

.Se trata de una herramienta muy potente que te ayudará a la hora de hacer un seguimiento de la interacción del usuario en su página de fans. *Insights* se actualiza constantemente y nos ayudará a determinar, por ejemplo, qué horas son mejores para publicar contenidos, además de ver cómo reacciona nuestro público objetivo. Actualmente, Facebook, fundada en 2005, cuenta con 1.650 millones de usuarios activos mensuales en el mundo.

Feed.

es un medio por el cual los usuarios pueden leer las entradas de un sitio web o parte de ellas. Es decir, se trata de un archivo que contiene la información del contenido del blog y que se actualiza de forma automática.

Feedback.

La respuesta que transmite un receptor al emisor, basándose en el mensaje que ambos han recibido. En una comunicación de dos direcciones la relación entre ambos sujetos fluye, de manera que los roles de emisor y receptor pueden llegar a intercambiarse. En el mundo del marketing y la publicidad, el feedback es la respuesta que las marcas reciben de los clientes en base a los mensajes emitidos.

Flickr.

se trata de una red social muy popular de almacenamiento de fotos y vídeos que permite compartir fotografías de manera organizada. Otra de las funciones que posee Flickr es la de proveer servicios web y una plataforma de comunidades en línea.

Follower.

Literalmente seguidor. Es quien te sigue en una red social. Concretamente este término surgió de la red social de Twitter.

Foursquare.:

Es una red social basada en la localización web aplicada a las Redes Sociales. La geolocalización nos permite localizar un dispositivo fijo o móvil en una ubicación geográfica. Foursquare es utilizada por 30 millones de usuarios en todo el mundo y es considerada por muchos expertos como una auténtica revolución ya que basa su sistema en la compensación a los usuarios. Esto ayuda a que ciertos lugares o locales tengan reconocimiento y se pueda producir una comunicación entre usuarios, locales y lugares.

Fuente de tráfico.

Es el camino por el cual los usuarios llegan a un sitio web. Google Analytics los divide en cuatro fuentes: tráfico directo (usuarios que han tecleado la url en su navegador directamente), de referencia (proviene de enlaces directos de otros sitios web), de búsqueda (el que traen los diferentes buscadores), tráfico orgánico (el posicionamiento natural de nuestra web) y de pago (posicionamiento mediante el pago de campañas SEM).

FTP (File Transfer Protocol).

En español, Protocolo de Transferencia de Archivos. Se trata de uno de los diversos protocolos de Internet, ideal para transferir grandes bloques de datos por Internet.



Gamer.

Cualquier persona que pase tiempo jugando a videojuegos, podría ser considerado gamer. Hay varios tipos de gamer: los gamers trolls, los fanboys y los maximum gamers, que serían los que están jugando durante horas.

Gamificación.

Técnica de marketing que nos traslada la mecánica de los juegos al ámbito educativo-profesional, con el fin de conseguir mejores resultados, como el de mejorar alguna habilidad en concreto o recompensar acciones específicas. Poco a poco, la gamificación ha ido ganando terreno a otras metodologías ya que su carácter lúdico hace que sea más fácil la interiorización de los conocimientos, generando así una experiencia positiva en los usuarios.

Geolocalización.

Este tipo de tecnología es muy útil si es bien utilizada, al poder permitirnos, por ejemplo, tener mapas en el teléfono móvil, jugar e incluso ¡ligar! En definitiva: la geolocalización consiste en identificar la posición geográfica de un dispositivo en el mundo real.

Gif.

Este tipo de imágenes, que se hicieron populares gracias a la Red Social Tumblr, están ganando mucha popularidad en la red últimamente. En realidad GIF responde a las siglas de Graphic Interchange Format y consiste en el movimiento de uno o varios fotogramas entre 3-5 segundos de duración que se va repitiendo de manera infinita.

Gmail.

Es uno de los servicios de correo electrónico más populares, proporcionado por Google, donde se combinan funciones del correo electrónico tradicional con la tecnología de búsqueda del buscador. Gmail ofrece una capacidad de almacenaje de mensajes de 15 GB compartido con Drive y fotos de Google+.

Google.

Fundada en 1998, es uno de los buscadores más utilizados el mundo. Su principal característica es su facilidad en el uso. Los usuarios que busquen en Google pueden buscar ciertos contenidos o archivos específicos mediante Google Noticias, Google Imágenes, Google Vídeo, etc. En un post anterior te hablamos sobre los Doodles más bonitos de Google en el pasado 2016. ¡No te quedes sin echarle un vistazo!

Google Adwords.

Es el programa de publicidad online de Google. A través de Google AdWords se pueden crear anuncios online para llegar a los usuarios en el momento exacto en que están interesados en los productos y servicios que ofrece.

Google Analytics.

Es una herramienta analítica web de la empresa Google. Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web.

Google+.

Se lanzó en junio de 2011. Actualmente. Esta red social, ofrece características únicas al integrar varios servicios, como son *Google Mail* y *Youtube*. Además, otra cosa que diferencia a Google+ de las demás redes sociales son los *hangouts*, una aplicación que nos permite efectuar llamadas telefónicas y videoconferencias. Otra de las aplicaciones más populares que también integra Google+ es el Google Calendar, ofreciendo así Google Plus muchos de los servicios transversales de Google con el objetivo de ser así un conjunto de aplicaciones orientadas a dar servicios de la forma más completa posible.



HootSuite.

Hootsuite es una aplicación que gestiona distintos perfiles de redes sociales. Su fuerte es sin duda la gestión corporativa. Permite ser utilizada tanto por personas particulares como por empresas que gestionen múltiples cuentas de redes sociales, mostrando paneles individuales para cada cuenta, ayudando a gestionar el trabajo desde una sola plataforma. Con esta herramienta se puede generar todo el contenido que se desee y programar el día y la hora que quieras que se realicen las publicaciones, eso sí, sin olvidarnos que debemos interactuar con los seguidores siempre que se pueda.

HTML (Hypertext Markup Language).

Conjunto de códigos conocidos como tags en archivos de texto (*.txt) que determinan el modo en que el navegador recupera y muestra la información. Existen dos tipos de tags: anchor y format. Las anchor tags determinan la información que debe recuperarse, y las format tags determinan la manera en que la información debe mostrarse.

Hashtag.

Son palabras o frases precedidas por el símbolo #, que se crean para generar algún debate sobre ello. Fueron conocidos por *Twitter*, quien los hizo populares. Hoy día lo usan otros servicios web, como ser *Youtube*, *Google+*. Los hashtags una vez que son creados, pueden alcanzar un nivel de popularidad en twitter casi instantáneamente convirtiéndose así en un *Trending Topic*, en pocos minutos.

Hard Bounce.

Es una métrica que significa que un email no ha sido entregado a su destinatario y no se entregará nunca.

Hidden text.

Técnica penalizada (*Black Hat SEO*) que se basa en escribir texto del mismo color que el fondo de la página, con el objetivo de aumentar la densidad de palabras clave.

HTTPS.

HyperText Transfer Protocol Secure (versión segura del HTTP)

Host.

Ordenador principal que tiene asignada una dirección IP, la cual permite a usuarios comunicarse mediante el correo electrónico o la conexión a WWW y que también puede ofrecer servicios como almacenar información (de una página web) en un servidor ajeno.

Heat mapping.

Se trata de una herramienta que permite obtener una visión instantánea de la popularidad de cada componente de una web a través de la creación de mapas que identifican los contenidos más visitados y el comportamiento que ha seguido cada usuario durante su visita a la página.

Hijacking.

Es la captura del navegador del ordenador por parte un malware (software maligno). Muchas veces el objetivo es mostrar publicidad mientras se navega y, en otros casos, capturar datos importantes sobre el usuario.



Identidad corporativa.

Es cómo se muestra una empresa dentro de la conciencia y el imaginario general de las personas. La identidad corporativa, es una representación abstracta de qué significa una compañía, a qué se dedica, qué beneficios globales aporta (individual y colectivamente) y cuán accesible resulta para las personas a la hora de comunicarse y establecer relaciones comerciales. En última instancia, no deja de ser cómo ve la gente a una empresa: con todas sus virtudes, y también, con todos sus defectos, y además, qué sentimientos y juicios racionales despierta.

Iframe.

Es un elemento (o etiqueta) HTML (meter diccionario social-media letra H) que permite incluir, dentro de un documento HTML considerado "principal", otro documento HTML independiente, permitiendo un mayor número de posibilidades que la etiqueta Frame.

Impacto/Impresión.

Las impresiones son el número de veces que se muestra una publicación, por ejemplo, de tu página de Facebook. Por otro lado, es importante entender que una misma publicación puede tener varias impresiones de un mismo usuario, pues este ha podido verla en varias ocasiones.

Inbound marketing.

También conocido como marketing de contenidos, o como marketing de atracción, es una modalidad de marketing decisiva para impactar a grupos de personas virtualmente interesados en el producto del sitio web. Este contacto se realiza tanto por medio de los buscadores, como por las redes sociales, y su finalidad es la de atraer a navegantes potencialmente interesados hacia el sitio web. Una vez conseguido esto, lo que se busca es obtener su información de contacto en pos de llevar a cabo en ellos, más adelante, varias acciones de marketing.

Indexación.

Desde el punto de vista de un buscador como Google, indexación quiere decir que una página web aparece entre los resultados de búsqueda del mismo. Para conseguir introducir a tantos millones de direcciones dentro de sus índices, el buscador se vale de sus llamados bots; que continuamente rastrean los millones de sitios que existen por Internet mientras los incluye dentro de su índice. Así, cada vez que un usuario realice una búsqueda, y sus términos de búsqueda coinciden o están relacionados con una página en cuestión, el buscador tan sólo deberá acudir a aquella parte del índice en la cual se encuentra inscrita, posicionándola en los índices de resultado en base a los criterios de su algoritmo.

Insights.

Los insight representan una verdad absoluta del comportamiento de los usuarios. Actualmente son la clave de las campañas más exitosas del momento. Tratan de encontrar la pieza clave para resolver un problema y de esta forma llegar de una manera más personal y directa a los consumidores o usuarios, haciéndoles sentir parte de un todo.

Instagram.

Comprada por Facebook en 2012, es la red social del momento, enfocada sobre todo a ser utilizada desde dispositivos móviles. Su dinámica se construye sobre la posibilidad de compartir fotos y vídeos de manera rápida y divertida entre sus distintos usuarios. Se caracteriza por un conjunto de funcionalidades que le aportan su sello distintivo, como sus filtros de fotografía, o sus múltiples posibilidades de modificar la imagen en sus colores, bordes, etc.



Jamendo.

Es una comunidad creada alrededor de música libre, donde los artistas pueden subir su música gratuitamente y su público descargarla de igual manera.

Java.

lenguaje de programación creado por la empresa Sun Microsystems, puede ejecutarse bajo cualquier sistema operativo que funcione en ventanas.

Java Script.

Lenguaje de programación que se incorpora para crear efectos y para añadir objetos en las aplicaciones, como el contenido existente en un documento HTML.

Jef@ de publicidad.

Responsable del área de publicidad en una empresa, se encarga de la elaboración del plan de publicidad, el control de su ejecución y el seguimiento del mismo. Además, realiza las funciones administrativas de contratación y pago de las acciones de comunicación.

Jingle.

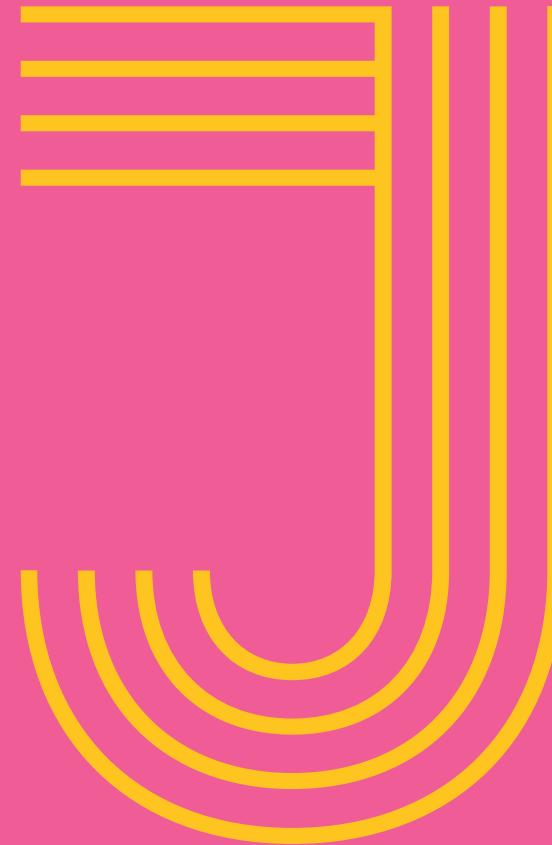
Voz inglesa utilizada para definir una pieza de música compuesta especialmente como acompañamiento a los anuncios de publicidad, se caracteriza por ser de corta duración y fácil de recordar.

Joint venture.

Alianza estratégica de dos o más empresas.

JPG.

Acrónimo de *Joint Photographic Experts Group* (Grupo Conjunto de Expertos en Fotografía), es el método habitual de compresión de archivos, normalmente de imágenes, y también formato de archivo (.jpg).



KDA.

acrónimo de Keyword Density Analyze o Análisis de la Densidad de las Palabras Clave, es la aplicación que permite contabilizar el número de palabras clave de un texto en relación con el total de éste.

Keywords.

Son las palabras claves más importantes de un mensaje o texto en internet. Los motores de búsqueda las utilizan para controlar la visualización de los anuncios y la optimización del sistema de búsqueda de su sitio web. Hay que saber usar bien las Keywords para conseguir un buen posicionamiento en buscadores.

Keyed Advertisement.

significa anuncio en código, es un anuncio que lleva incluido un código de identificación, lo que permite al anunciante saber la procedencia de sus anuncios.

Klount Score.

sistema de métrica de la influencia de una persona o de una empresa en las Redes Sociales.

KPIs.

acrónimo de Key Performance Indicator, los indicadores de gestión en castellano. Son métricas que nos ayudan a identificar el rendimiento de una determinada acción o estrategia.



Long Tail.

En verdad el término long tail se lo inventó un periodista y escritor llamado Chris Anderson para definir un modelo de negocio basado en vender “muchos poquitos” (y no “pocos muchitos”, como se suele hacer). ¿Qué es el long tail en SEO? Con esta definición de long tail en mente, se puede trasladar al SEO como una forma de intentar posicionarte en Google en muchas palabras clave menos importantes en vez de posicionarte en pocas palabras clave muy importantes.

Landing Page.

Una landing page, o página de aterrizaje, es una página web diseñada específicamente para convertir visitantes en leads. El funcionamiento es sencillo: si ofrecemos algo que seduzca al usuario, éste estará más dispuesto a dejar información a través de un formulario, si con ello va a conseguir acceso a éste y otros contenidos de interés.

Leads.

Lead (o registro) es una persona que ha facilitado sus datos de contacto a través del formulario de una landing page y, como consecuencia, pasa a formar parte de una base de datos.

Link.

O enlace es aquella parte de texto de una página web que al pulsarla o hacer clic sobre ella dirige al usuario hacia otra página.

Link Tracker.

Enlace en internet que apunta a una página web, y que al ser especial permite un seguimiento especial. El link tracker, por tanto, permite un control y seguimiento de la procedencia de las visitas a una web.

Login.

Proceso por el cuál un usuario se registra y accede a la cuenta con su nombre, correo electrónico o contraseña en una herramienta, plataforma online o una red social.

LinkedIn.

LinkedIn es una comunidad social orientada a las empresas, a los negocios y el empleo. Partiendo del perfil de cada usuario, que libremente revela su experiencia laboral y sus destrezas en un verdadero currículum laboral, la web pone en contacto a millones de empresas y empleados. LinkedIn, Fundada en diciembre de 2002 por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant,¹ fue lanzada en mayo de 2003.

Learning by doing.

Anglicismo que significa “aprender haciendo”, y se emplea en cursos de formación en los que se aplican conceptos prácticos o prácticas al uso.

LAN.

Local Area Network: Red de área local. Grupo de ordenadores conectados entre sí que se encuentran en la misma ubicación física.

Layout.

Maquetación y diseño de las diferentes partes que componen el anuncio; textos e imágenes

Link Building.

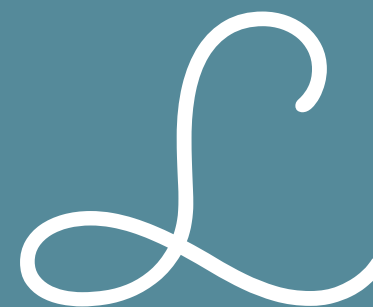
Consiste en una estrategia SEO, de posicionamiento en buscadores, que consiste en conseguir o “construir” enlaces estratégicos para mejorar los resultados SEO de una página o sitio web.

LBO.

Definición de un concepto que proviene del inglés, Leveraged Buy Out. Un LBO es la compra-venta apalancada de una empresa con recursos ajenos, y en ella participan desde el punto de vista estratégico los departamentos de marketing y financiero, y en su ejecución el consejo de administración de la empresa compradora.

Leaflet.

Es una librería JavaScript opensource para crear mapas interactivos en un entorno móvil.



Mailchimp

Se trata de una herramienta que nos permite organizar campañas de email marketing, y obtener los resultados de las mismas (tasa de apertura, clics, etc.).

Marca personal

Es un conjunto de estrategias y tácticas enfocadas a enfatizar las cualidades potencias de un individuo como marca.

Marketing

Podemos definir este concepto como la disciplina que trata de definir el comportamiento de los usuarios y del mercado con el fin de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de los mismos.

Debido al desarrollo de distintos ámbitos de actuación, existen una gran variedad de tipos de marketing (inbound marketing, email marketing, marketing de afiliación, etc.). Veamos algunos de ellos:

Marketing tradicional: este tipo engloba todas aquellas estrategias que se utilizaban antes de la llegada de la comunicación 2.0: las Redes Sociales y el marketing digital. En este tipo de estrategias se trabajaba siempre sobre cuatro variables principales: precio, producto, distribución y promoción, con las que se componía el mix de la oferta.

Marketing digital: en contraposición al punto anterior este tipo de marketing implica las mismas estrategias, pero aplicas con nuevas herramientas, las del entorno online. Antes del 2.0 el marketing, y la comunicación con el cliente, era unidireccional. A partir de ese momento, los usuarios comienza a adquirir cierto control sobre la información que reciben, e incluso, a generar ellos mismos la información y los contenidos.

Marketing de contenidos: uno de los que durante estos últimos años han obtenido una gran repercusión e importancia en el ámbito de la publicidad y la comunicación. Esta técnica trata de aportar información de valor a los potenciales clientes, sin el claro objetivo de "vender" algo, con el objetivo de que éstos conecten con la empresa.

Marketing de guerrilla: podemos decir que se trata de una de las técnicas más atractivas y visuales con las que podemos contar a la hora de promocionar un producto, una marca... Este tipo de marketing utiliza estrategias de comunicación poco convencionales, con acciones que buscan sorprender a los usuarios y que éstos, por interés propio, compartan la campaña, logrando una publicidad "gratuita" de la misma.

Mass media

Los mass media son los medios de comunicación masivos y tradicionales, como la televisión, la radio o la prensa.

Microblogging

Son contenidos generados online cuya característica principal es la limitación de caracteres.



Naming

Se trata de otorgar un nombre a una empresa o producto, donde quedan recogidos los valores de la compañía.

Networking

Creación de una red de contactos con el objetivo de generar oportunidades de empleo o negocio.

Newsletter

Publicación digital que se realiza a través del e-mail con el objetivo de comunicar las novedades sobre la corporación, transmitir la imagen de marca y la imagen corporativa. Los receptores deben haber solicitado previamente recibir esta publicación.

Neuromarketing

Consiste en la aplicación de técnicas de neurociencia al marketing con el objetivo de diseñar las campañas teniendo en cuenta el funcionamiento del cerebro durante un proceso de compra. Analiza los niveles de atención, memoria y emoción según los estímulos recibidos.

Nicho de mercado

Conjunto de personas o empresas que poseen características o necesidades parecidas y que no están completamente cubiertas por el mercado.

Newbie

Persona principiante o novato en Internet.



Omnicanalidad:

El enfoque omnicanal permite identificar patrones de conducta del cliente a partir de comportamientos pasados. El 75% de los usuarios volvería a una marca solamente por la atención al cliente. La omnicanalidad parece inminente en el entorno empresarial. El consumidor actual está más informado, es más exigente y está siempre en movimiento. Para atender con éxito estas nuevas necesidades es necesario unificar todos los canales: redes sociales, móvil, correo electrónico, mensajería instantánea... con el fin de alcanzar la excelencia en el servicio.

Online Advertisement:

Anuncio de publicidad realizado en internet o en la red.

Online Advertising:

Se trata de la publicidad online o publicidad en internet.

Open Rate:

Porcentaje de personas que abren el envío de un envío de mails o emailing; por ejemplo de un boletín de noticias.

Optimización de campaña:

Consiste en acercarse e intentar conseguir la mejor campaña para un producto.

Outsourcing:

Se trata de la subcontratación de unos servicios específicos que una empresa realiza a otra, y que en su finalidad van a ser presentados al cliente final de la empresa contratante como propios y/o conjuntamente. Es habitual en agencias de publicidad tener servicios contratados externamente, los cuales dirigen pero no ejecutan directamente como podría ser la contratación de servicios externos de diseño, de un proveedor o varios para acciones de reparto de publicidad tipo buzoneo, para la colocación de banderolas y carteles publicitarios en la calle, de fuerza de ventas, etc.

Off-line:

Fuera de línea , desconectado. Todo lo que acontece fuera de la red.

Oligopolio:

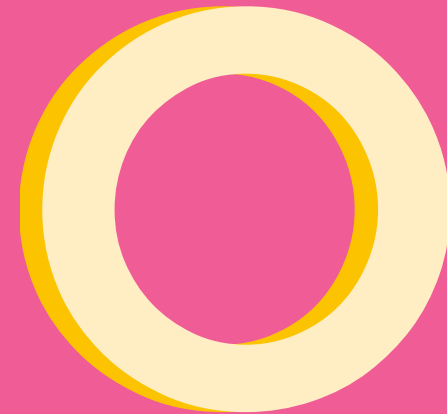
Es uno de los tipos de mercado donde sólo unas pocas compañías suministran un bien o servicio.

One-to-one-Marketing:

Propone que en un particular periodo de ventas, hacer uso de bases de datos y comunicaciones interactivas con el objetivo de venderle a un cliente en un momento la mayor cantidad de productos que sea posible, con el objetivo de crecer la participación del cliente, en lugar de la participación de mercado. Involucra la tarea de conocer los gustos y preferencias de cada consumidor, para adecuar los productos y/o servicios obtenidos.

Opportunity to See (OTS):

Índice que expresa los impactos anuncio que recibe el público de un anuncio concreto a través de un medio de comunicación.



Page Rank:

Es el valor numérico con el que Google califica a las páginas y plataformas web, incluidas las redes sociales. Es un valor representativo de la calidad y la importancia del sitio web.

Participación:

Consiste en todos aquellos actos dónde los usuarios son activos en forma de comentarios, opiniones o compartiendo contenidos en las redes sociales y blogs.

Plugin:

Es una aplicación adicional que aporta al blog y a la configuración de la página web nuevos y mejorados servicios y herramientas.

Podcast:

Es un contenedor de contenido en formato audio (mp3, mp4, radio) descargable y generalmente gratuito usado en blogs y páginas web.

Público Objetivo:

Es el conjunto de personas o nicho de mercado potencialmente receptivo a un tipo de producto o área de negocio. Son las personas a las que se dirige una marca para vender y promocionar sus productos.

Page Request:

Una página solicitada por un usuario, la cuál no necesariamente se carga completa.

Page View:

Corresponde al envío de una página completa al navegador del usuario. Cada vez que una página es descargada completamente en el navegador de un usuario se contabiliza como una page view adicional. Sinónimos de page view es: Pagina Vista.

Pop Up:

Ventana semejante a un browser, que permite desplegar contenido publicitario en un formato más grande que un banner. Generalmente se despliega al hacer click en un banner o un link.

P2P:

Siglas en inglés para "peer to peer", en español algo similar a "de persona a persona" o de "igual a igual". En el P2P los que interactúan, comparten un interés específico y no necesariamente involucra comercio.

Pull:

Tirón de la demanda. Se trata del aumento de la demanda. Es el resultado de las acciones emprendidas por una compañía para estimular la demanda.

Push:

Estrategia mediante la cual el fabricante intenta "empujar" al canal mediante promociones, descuentos...

P4P:

(Pay For Performance), Pagar por Rendimiento. Se trata de un tipo de publicidad con «anunciantes» que pujan por el posicionamiento de sus anuncios en una página relacionada y, por el otro lado, «socios de distribución» que ofrecen el espacio para esos anuncios y la audiencia especializada que todo director de marketing busca.

Dicho sistema, creada por Overture, fue un éxito en su momento; tanto que el modelo fue seguido por Google con AdWords y AdSense.



QR:

Quick Response, Respuesta Rápida. Los códigos QR son la evolución de los códigos de barras. Son un sistema de almacenamiento de información con tres cuadrados en sus esquinas que indican la orientación al lector del código y una matriz de píxeles que indican la información. En la actualidad existen aplicaciones móviles que cuentan con software capaz de interpretar estos códigos al acercarse a la cámara del teléfono.

QWERTY:

QWERTY es un tipo de teclado que hace referencia a la forma de ordenar las teclas. QWERTY son las primeras seis letras que aparecen en la esquina superior izquierda de este tipo de teclados. Es el más extendido en la actualidad.

Quantel:

Marca registrada de un dispositivo capaz de generar efectos digitales, pionera en el mundo de la post-producción en vídeo.

Query:

Es una petición para información específica tomada de una base de datos.

QoS.

(Quality of Service). Calidad de servicio o la medición de indicadores que determinan la calidad o rendimiento de la red en un determinado servicio.

Quatro Pro.

Programa de hojas de cálculo, uno de los más usados junto con Excel

QuarkXPress.

Software desarrollado para la edición de textos.

Queue.

Ubicación temporal donde se almacenan peticiones que no pueden ser resueltas inmediatamente. También utilizado comúnmente para mensajes en cola o en espera (message queue), o para correos (email queue)..

Quote.

Voz inglesa que significa cita y que se utiliza para denominar el fragmento de mensaje de correo electrónico citado como referencia para enviar una respuesta, de tal modo que el destinatario reconozca el tema al que se está aludiendo.

Quicktime.

Programa y reproductor multimedia (Quicktime player) desarrollados por Apple que permite reproducir o transmitir audio y video por Internet.

QA:

Quality Assurance. Serie de pruebas que se realizan en una aplicación o juego para asegurar el control de calidad.

Quality Rating Point:

El Quality Rating Point es una magnitud que mide la calidad de los Gross Rating Points (GRP). Por su lado, los Gross Rating Points son una unidad de medida usada en publicidad que miden el número de exposiciones de una pauta publicitaria por cada 100 personas del público objetivo.



Retorno de la inversión (ROI).

Las ganancias de venta de servicio o producto son equivalentes al gasto de desarrollo y venta.

RSS.

Formato XML que se usa para compartir contenidos en la web. Este formato permite la publicación de titulares y contenidos provenientes de otras páginas web.

Retroalimentación/Feedback.

Término utilizado para describir el proceso mediante el cual la información retorna al emisor. En el caso de la mercadeo, la retroalimentación incluye información de ventas, reacciones de los clientes, etc., que ayudan a perfeccionar la campaña de mercadeo.

Random Sample.

Muestra aleatoria. La selección de la muestra se hace de tal manera que cualquier miembro de la población en estudio tiene las mismas posibilidades de ser incluido en el muestreo.

Reposicionamiento de marca.

Estrategia de marca que permite reorientarla/ cambiar la percepción que se tiene de la misma.

Rate Card.

Tarifa de anuncios. Impreso, folleto o libreto que los medios de comunicación dan a los anunciantes.

Reputación online.

Es el reflejo del prestigio y valoración social de una persona o marca en internet.

Referencia.

Técnica utilizada al momento de vender que consiste en utilizar el nombre de una persona para así introducirse uno mismo a un posible comprador.

Retargeting/remarketing.

Función que permite mostrar anuncios segmentados a los usuarios que han visitado anteriormente una página web concreta.

Reach / Alcance.

Se denomina también audiencia acumulada y se refiere al número de personas u hogares que están expuestos a un anuncio al menos una vez durante un período de tiempo determinado.

Red de búsqueda.

Conjunto de páginas web relacionadas con las búsquedas de Google en las que puede aparecer un anuncio.

Red de Display.

Conjunto de páginas web, vídeos y aplicaciones de la red de Google en los que puede aparecer un anuncio.

Rating.

Porcentaje de la audiencia total que está viendo un programa o anuncio.



Slogan:

Lema publicitario. Frase que se usa en la promoción de un producto o compañía.

Segmentar:

Hacer una división de tu audiencia en función de unas variables que tú determines.

Snippet:

Pequeño recuadro con contenido gráfico.

Servicio post-venta:

Los consumidores lo reciben después de realizar una compra y suele consistir en un servicio de reparación, mantenimiento y/o soporte técnico.

SEO y SEM:

SEO: Search Engine Optimization, también conocido como posicionamiento en buscadores es el proceso para optimizar los motores de búsqueda con el objetivo de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores. Hay una variante del SEO que se denomina SEO malvado.

SEM: Es el acrónimo de Search Engine Marketing. Es el Marketing para Motores de Búsqueda. Un término que con frecuencia es erróneamente utilizado. SEM hace referencia a todos los procesos de marketing para incrementar la visibilidad de una web en la página de resultados de los motores de búsqueda. Es decir, dentro del SEM se encontrarían el SEO y el SEA.

Street marketing:

Es parte de lo que llamamos marketing de guerrilla pero a diferencia del ambient marketing este lleva las campañas de publicidad a lugares públicos. Dos buenos ejemplos serían el flashmob o el dance marketing.

Sinergia:

Acción de dos o más causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales.

Social Bookmarking:

Es lo que se llama el marketing de buscadores en el que los usuarios valoran los contenidos y páginas web que visitan en los propios sites de bookmarking. Ayudan a otros usuarios a encontrar los contenidos valiosos

SWOT Análisis:

Es el análisis de 4 variables (oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Permite analizar las características de la empresa en relación con el medio que la envuelve, compensando las oportunidades con las amenazas y las fortalezas con las debilidades.

SMO

Social Media Optimization. La optimización de redes sociales hace referencia a la estrategia y conjunto de acciones que se hacen en redes sociales y comunidades online con una finalidad publicitaria o comercial.

SEA:

Es el acrónimo de Search Engine Advertising, que hace referencia a la publicidad en buscadores, tanto en SERP (Search engine results page) como en red de display.

SEO on page:

Todas aquellas acciones de SEO que realizamos en nuestra propia web para mejorar su optimización.

Spam:

Mensaje no solicitado, generalmente enviado con intención comercial.

Storytelling:

Consiste en conectar con tus usuarios a través de una historia con su personaje y su trama. Esta técnica de marketing es muy usada en ponencias dada su mayor facilidad para conectar emocionalmente con los oyentes.



Trade Mark.

Sirve para la identificación de productos de los de la competencia. Se protegen con un registro, el cual da derecho exclusivo de uso.

TT.

Trending Topic en Twitter. Es decir, aquello que es tendencia, de lo que se está hablando en un determinado momento en un lugar determinado.

Target.

Significa el público objetivo. Es aquel conjunto de personas más receptivas por sus características a un producto, marca o servicio. será imprescindible definir y conocer bien a tu público objetivo para saber como aportarle valor en las redes sociales.

Tráfico orgánico.

Las visitas que recibirás en tu blog o pagina web, como consecuencia de haber aparecido en las búsquedas de una persona en los buscadores.

Tasa de conversión.

Es la razón de personas que realizan una compra sobre el número total de personas a quienes se les ha enviado una oferta promocional.

Troll.

Usuario del entorno 2.0 que se caracteriza por aportar críticas destructivas y comentarios negativos sin mucho fundamento. Como se suele decir en estos casos, si te encuentras con un Troll "no le des de comer" o no alimentes su juego. Es mejor aceptar la crítica si es merecida

Tiempo de permanencia.

Métrica que permite determinar el tiempo transcurrido desde que un usuario entró a una página de un sitio web hasta que abandonó el dominio del mismo (ya sea por la misma página o por otra).

Top of mind.

La primera marca que mencionan al responder cuando se pregunta por un nombre en particular en una categoría de productos.

Test de usabilidad.

Estudio cualitativo en la que se evalúa un sitio en particular con el fin de determinar si cumple con los objetivos para los que fue creado (desde el punto de vista de factibilidad del modelo de negocio, diseño y estructura de navegación).



Usuario:

Persona que accede a un servicio, contenido o página determinada o que interactúa con una aplicación o software.

URI:

Uniform Resource Indicator – Indicador de recursos uniforme.

Upselling:

En marketing es una técnica de venta por la que un vendedor trata de seducir al cliente a comprar productos más caros, actualizaciones u opciones o añadidos que posiblemente no había considerado, para aumentar la rentabilidad de la venta.

Upload:

Término inglés muy usado en Internet y redes, para designar la acción de subir ficheros o transmitir información a través de una red a otro ordenador que se encuentre conectado.

URL:

Uniform Resource Locator – Localizador de recursos uniforme.

Undifferentiated Marketing:

Consiste en dirigirse al mercado sin considerar los segmentos que este posee. Se basa en un mensaje de marketing directo dirigido a la mayor cantidad de consumidores y se suele basar en una cobertura publicitaria masiva con una distribución acorde.

UX-User Xperience:

Experiencia de usuario o usabilidad. Parte del diseño de un producto (físico o digital) orientada a que las interacciones con el cliente final sean lo mejores y más sencillas posible y garanticen la consecución de los resultados esperados en esa interacción.

Usuario potencial:

Persona la cual por sus características o posición tiene una probabilidad relativamente alta de adquirir un producto o servicio.

Usabilidad:

Cómo de fácil es para las personas usar su sitio web. El diseño del sitio, la compatibilidad del navegador, las mejoras en la discapacidad y otros factores juegan un papel importante para mejorar la usabilidad y hacer que tu sitio sea accesible para la mayor cantidad de gente posible.

Unfollow:

Acción de dejar de seguir una cuenta en una red social.

Unzip:

Término utilizado para describir la acción de descomprimir uno o varios ficheros, que llevado al campo del email marketing, son aquellos ficheros que se reciben en forma de archivo adjunto, el cual para ser descomprimido ha debido ser; previamente comprimido con el fin de que tarde menos en llegar a su destino

UGC:

Cualquier tipo de contenido que ha sido creado y compartido por usuarios o fans o personas de forma voluntaria, es decir, sin recibir a cambio ningún tipo de remuneración.



Vimeo.

Red social de Internet basada en videos, lanzada en noviembre de 2004 por la compañía Inter Active Corp. (IAC). El sitio permite compartir y almacenar videos digitales para que los usuarios comenten en la página de cada uno de ellos.

Viral.

Todo tipo de contenido que ha causado tal sensación entre los usuarios de Internet que se propaga rápidamente por las redes sociales. Normalmente este tipo de contenido está hecho a propósito para producir esta viralidad ya que forma parte del concepto publicitario del neuromarketing que busca la máxima empatía de las marcas con los usuarios.

Vlog.

Dícese del blog de carácter audiovisual cuyas entradas se realizan únicamente por video. YouTube es la plataforma que más video blogs por excelencia.

Vlogger.

Persona o marca que gestiona y publica un vlog o video blog.

Visita.

Indicador que reporta el número de veces que accede un usuario a un sitio web y/o plataforma digital en un período específico de tiempo. Un usuario puede acceder al mismo sitio en múltiples ocasiones, lo que se define como visita repetida. En una visita, el usuario puede generar un número diverso de páginas visitadas.

VOD.

Video on Demand. Modalidad de video previamente grabado que es transmitido por internet posteriormente y disponible para el usuario en el momento que lo requiera.

Viral.

Todo tipo de contenido que ha causado tal sensación entre los usuarios de Internet que se propaga rápidamente por las redes sociales. Normalmente este tipo de contenido está hecho a propósito para producir esta viralidad ya que forma parte del concepto publicitario del neuromarketing que busca la máxima empatía de las marcas con los usuarios.

VOIP.

Tecnología que permite realizar una llamada usando internet en lugar de la señal telefónica. Ejemplos: Skype, Chat Gmail...

VAST.

Video Ad Service Template. Protocolo que, mediante un código XML, permite la comunicación entre el reproductor de video.

Viral Video.

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



Wall Advertising.

La publicidad que podemos encontrar en los laterales de los edificios. Por ejemplo los carteles que colocan las empresas de marketing directo.

Warketing.

Término de marketing que se asocia a la relación entre una actividad de mercadotecnia y la guerra, war en inglés, lucha o combate. Es un marketing agresivo, centrado completamente en la competencia.

WWW.

World Wide Web. Toda la parte gráfica que puede encontrarse en internet.

Web 2.0.

De acuerdo con la definición de Gaby Menta, Consultor Internacional de Acrobat & PDF Technical Evangelist y Fundador de Acroworld 2.0 en el primer número de la recomendadísima revista argentina Digital Design la web 2.0 “es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas en el usuario final. La web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología”. El término fue acuñado por Dale Dougherty de O'Reilly Media.

Webinars o webminars.

Se trata de seminarios realizados a partir de internet, en la que una empresa organiza un seminario en línea en la que pueden participar, o no, expertos como ponentes. El objetivo es compartir, aprender y, para la empresa que lo realiza, posicionarse en el mercado.

Web amigable.

Página web que ha sido optimizada para que los motores de búsqueda puedan leer correctamente la información que hay en ella y la clasifiquen adecuadamente en losS ERP de los buscadores. Por ejemplo en Google, Yahoo y Bing. Una web amigable se consigue a partir de la optimización interna de la web, del inglés SEO on page; y forma parte de las técnicas de posicionamiento de páginas web o SEO.

Web responsive.

Se trata de una página web que adapta su ancho al dispositivo en el que se muestra (PC, tablet, móvil, etc.), sin romper su estructura visual.

Website o sitio web.

Es una dirección de internet principal. Se la considera la página principal o home, y es a su vez un dominio .com, .es, .net, .org, .cat...Puede tener varios subdominios o páginas vinculadas. En la actualidad es un arma de comunicación importantísima para muchísimas empresas, una carta de presentación a disposición de cualquier internauta y un posibilidad de ventas constante las 24 hoars del día y los 365 días del año.

Widgets.

Pequeñas aplicaciones informáticas en forma de iconos gráficos que se utilizan en páginas web para permitir la interactuación con el usuario o visitante. Por ejemplo enlaces de suscripción, iconos de alta en redes sociales en las que forme parte la web y/o la empresa editora, etc.

Wireframe.

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

Wrapper.

Envoltorio de un producto en el que se incluye la marca, la información del producto y signos de identidad corporativa.

Word of mouth (WoM).

Anglicismo que describe el conjunto de actividades de la empresa que buscan dar al consumidor motivos para hablar de sus productos o servicios, y proporcionarle las herramientas adecuadas para que esas conversaciones se produzcan muchas veces. Este tipo de comunicación puede darse a través del correo electrónico, foros, listas, charlas, IRC o mensajes de texto a un teléfono móvil, y sirve para acelerar el proceso de decisión de compra. También conocido en España como comunicación boca a boca o recomendación personal.



XML.

Extensible Markup Language, utilizado para compartir información en Internet.

XHTML.

Indica en un apéndice informativo una manera de escribir XHTML de modo tal que los navegadores actuales que sólo entienden HTML, lo procesen como si fuera éste. Para esto se deberá crear un documento con algunas restricciones y consideraciones, y servirlo con el «content-type» text/html, en vez del correcto para XHTML.

XPath.

Su propósito principal es abordar partes de un documento XML. También proporciona servicios básicos para la manipulación de strings, números y booleanos. XPath utiliza una sintaxis compacta, no XML, para facilitar el uso de XPath dentro de las URI's y los valores de atributos XML. XPath opera sobre la estructura abstracta y lógica de un documento XML, en lugar de su sintaxis de superficie.



Yammer.

Red social para empresas, propiedad de Microsoft, empleada para comunicación privada dentro de las organizaciones, que cuenta actualmente con más de 8 millones de usuarios. Al contrario de las redes sociales abiertas, Yammer solo permite contactar con personas que poseen el mismo dominio de correo electrónico.

Yandex.

Compañía de internet que opera el mayor motor de búsqueda en Rusia con una cuota de mercado de alrededor del 60% en ese país. También desarrolla una serie de servicios y productos para ser empleados en Internet.

Yahoo.

Empresa global de medios con sede en Estados Unidos que posee un portal de Internet, un directorio web y una serie de servicios tales como el popular correo electrónico Yahoo!. Su propósito es "ser el servicio global de Internet más esencial para consumidores y negocios".

Yahoo Bing Network.

Es la red formada por Bing y Yahoo, ambos productos de Microsoft.

Youtuber.

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

Youtube Analytics.

Sistema de monitorización y análisis de la actividad que desarrollan los usuarios en un canal de Youtube y en sus videos. Funciona desde 2011, fecha en que sustituyó a Youtube Insights, y actualmente está integrado dentro de Creator Studio, el panel de control principal de Youtube. Con YouTube Analytics puede monitorizarse el rendimiento del canal y los vídeos mediante métricas e informes actualizados, como el de tiempo de visualización, las fuentes de tráfico o los datos demográficos.



Zapier.

Aplicación que permite automatizar tareas entre otras aplicaciones en línea (como Salesforce, Basecamp y Gmail). Esto ayuda a utilizar las aplicaciones de forma complementaria una junto a la otra. Con esta aplicación no es necesario esperar a que los desarrolladores de aplicaciones construyan distintas integraciones.

Zip.

Formato de compresión de archivos.

Zombie.

Ordenador infectado por un programa malicioso y que está siendo utilizado remotamente por alguien que lo maneja a su antojo a través de una botnet (red de ordenadores zombis) para enviar ataques hostiles a servidores informáticos, robar datos, contraseñas y todo lo que se le pase por su malévola mentalidad.



FMB
DES
iGN