

entorno
2.0

herramientas

analítica web

E-marketing?

Guía práctica
de **comercialización**
on-line

posicionamiento

redes sociales



CEA Confederación de
Empresarios de Andalucía

aniversario

30



JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

BIBLIOGRAFÍA

PUBLICACIONES

- Award, Elias M.** *Manual fundamental de comercio electrónico*. Ediciones Anaya Multimedia. Madrid. 2007.
- González-Herrero, Alfonso.** *Trends in online media relations*. Editorial/Año: Public Relations Review, Septiembre, 2006.
- Huertas, Asunción.** *Aplicación de la web 2.0 a los destinos turísticos*. Implantación y diferencias. Editorial/Año: Universidad Rovira i Virgili. Año 2008.
- Mayordomo, Juan Luis.** *Estrategias de éxito en Internet*. Gestión 2000. Barcelona. 2003.
- Ocaña, Fernando.** *Veinte apuntes sobre publicidad en Internet*. Ediciones B. Barcelona. 2001.
- Varios autores.** *Dirección y Edición San Agustín, Eva*. Del 1.0 al 2.0. Claves del nuevo marketing. 2009. Editor: Eva Sanagustín.
- Macia Domene, Fernando; Gosende Grela, Javier.** *Posicionamiento en buscadores*. Ediciones Anaya Multimedia. Madrid. 2007.
- Polo, Fran.** *La Blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Editorial/Año: Fundación France Telecom, 2006.

INFORMES/ ESTUDIOS

- Asociación para la investigación de los medios de comunicación.** *Navegantes en la Red*. 11ª encuesta Aimc a usuarios de Internet. Febrero 2009.
- Estudio general de medios.** *Audiencia en Internet*. Octubre/ noviembre 2008.
- ETrakc.** *Informe sobre el marketing on-line en el sector turístico en EE.UU. del 2008*. 2008.
- Hospitality eBusiness Strategies.** *Informe sobre el marketing y las estrategias on-line para 2009*. Enero. 2009
- Netsuus.** *Informe turismo on-line*. Invierno 2009.
- Proexport Colombia.** *El Informe Consolidado de Exportaciones Colombianas, Turismo e Inversión Extranjera*. Octubre 2008.
- Tendencias Digitales.** *Indicadores de uso de Internet en Latino América*. 2008.

GLOSARIO

A Alcance (reach). Porcentaje de usuarios de la Red sobre el total de los internautas que visitaron un sitio determinado durante un periodo fijado; normalmente, un mes.

Algoritmo. Sucesión acabada de instrucciones que se aplica para realizar una función o resolver un problema concreto. En término de buscadores, el algoritmo es la fórmula que éstos aplican para ordenar las páginas, presentadas en su índice como resultado de una búsqueda. Cada buscador tiene su propio algoritmo.

Araña. Programa que usan los buscadores para explorar todos los enlaces de cada website, siguiendo sus referencias y generando o actualizando un mapa de hiperrelaciones entre websites vinculadas. Se trata de una especie de telaraña digital; de ahí el apodo de spiders. Cada buscador tiene el suyo: Google tiene el GoogleBot; Yahoo! el Slurp, Microsoft desarrolló el MSNBot, etc.

Average Order Amount. Importe/conversiones: media del importe de las ventas por conversión.

B Banner. Formato publicitario típico en Internet, en forma de banderola. Habitualmente se trata de un fichero .gif animado de 468 por 60 píxeles. Se utiliza para la inserción de anuncios en páginas HTML. Los banners pueden ser también extensibles, para disponer de más espacio para plantear la oferta publicitaria antes de redirigir al usuario a la página del anunciante.

Blog. En español también una bitácora. Es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Blogroll. Colección o relación de enlaces de blogs y sitios web, normalmente presentado en una columna lateral de la página web, que el autor de un blog publica y patrocina desde su propia página como recurso para enlazar a otros bloggers.

Bluetooth. Sistema inalámbrico que posibilita la transmisión de datos entre diferentes dispositivos mediante un enlace por radiofrecuencia.

Botones. Son formatos publicitarios más pequeños que el banner, estáticos o dinámicos, que pueden ser seleccionados por el usuario, para redirigirle a un sitio web predeterminado.

Branding. Creación de marca.



B **Buscador.** Herramienta diseñada específicamente para que los usuarios realicen búsquedas en Internet, introduciendo una o más palabras clave. Como resultado de éstas, el buscador devuelve una lista de resultados presentados en hipertexto; es decir, en forma de enlace. Básicamente, es un programa que indexa documentos y establece vínculos entre las búsquedas que realizan los usuarios y los documentos que han indexado, siguiendo unos criterios de relevancia.

Buzz Marketing. Consiste en la utilización del rumor para propagar opiniones favorables de un producto o empresa.

Buzzer. Literalmente en inglés significa zumbador, que emite un zumbido. En Internet, marketing se refiere a usuarios que intervienen en las comunicaciones y contenidos de otros en la Red para propagar un mensaje.

C **Caché.** Sistema especial de almacenamiento de alta velocidad. Puede ser tanto un área reservada de la memoria principal, como un dispositivo de almacenamiento de alta velocidad independiente. Existen dos tipos usados en las computadoras personales: memoria caché y caché de disco. Una memoria caché, llamada también a veces almacenamiento caché o RAM cache, es una parte de memoria RAM estática de alta velocidad (SRAM), mientras que la lenta y barata RAM dinámica (DRAM) es utilizada como memoria principal. La memoria caché es efectiva, dado que los programas acceden una y otra vez a los mismos datos o instrucciones. Al guardar esta información en SRAM, la computadora evita acceder a la lenta DRAM.

Click-through. Acción de marcar con el ratón un banner publicitario. Uno de los indicadores para medir la eficacia publicitaria de un determinado banner es calcular su tasa de «click-throughs», lo que permite saber el interés que muestra ese anuncio en los usuarios y redirigirles a un determinado sitio de la Red.

Conversión. La acción que nuestra organización espera obtener del usuario que visita nuestro sitio en la Red, como pueden ser: ventas, registro, suscripción, etc.

Cookie. Pequeño archivo de información que un servidor web almacena en el disco local del visitante de una página web. Ese tipo de fichero sirve para identificar al visitante cuando accede nuevamente al servidor web y permite la personalización del servicio, adecuando el contenido de una web a quien la visita.

C **Coste por Clicks (CPC).** En AdWords, el anunciante puede elegir la cantidad máxima que está dispuesto a pagar cada vez que un usuario haga clic en su anuncio.

Coste por cada mil impresiones (CPM). En algunas campañas, el anunciante puede elegir el valor máximo que desea pagar por cada mil impresiones, es decir, por cada mil veces que se muestra su anuncio.

CPC. Coste por clic.

CPM. Coste por impresión.

CRM. Customer Relationship Management. Comprende las metodologías, las aplicaciones y las capacidades que ofrece Internet para facilitar a los negocios la gestión de las relaciones con sus clientes de forma organizada y eficiente.

CrossMedia (Acciones de). Aplicación de una herramienta de comunicación en múltiples plataformas. Por ejemplo, un mismo vídeo de 20 segundos nos puede servir como banner, como contenido en YouTube o como un contenido en la home de nuestra web.

D **DAFO (Análisis DAFO).** Esquema sencillo de análisis compartimentado en amenazas, oportunidades, puntos fuertes y débiles, y factores clave del éxito extraídos del análisis de los anteriores cuatro puntos.

E **Extenders.** Dispositivos con los que se pueden visualizar los contenidos en la televisión sin necesidad de tener el ordenador conectado e incluso interactuar.

F **FAQ's.** Lista de preguntas habituales. Es una relación de las preguntas / respuestas más comunes que alguien se puede hacer acerca de un bien o servicio. Su traducción del inglés es la siguiente: Frequently Asked Questions.

Feed-back. Retroalimentación de información. Es la respuesta de nuestro receptor ante una comunicación que le hemos enviado.

Frame. Significa marco. Característica de HTML que permite a los diseñadores separar las ventanas del navegador, introduciendo áreas claramente diferenciadas. Cada una de ellas puede actuar bajo unos nuevos códigos HTML y, por lo tanto, se puede comportar de modo independiente. Es un modo de subdividir el espacio que visualiza el visitante.

F **Framing.** Posibilidad que ofrece Internet para abrir un marco a otras páginas, facilitando al usuario la navegación hacia otros sitios, sin que tenga que abandonar la página actual.

G **GDS.** Siglas de Global Distribution System. Sistema informático de reservas que no se limita a compañías aéreas, sino que cubre cualquier reserva en otro tipo de industria turística. Surgió a partir de los CRS.

H **Home Page.** Página principal del site.

HTML (Hypertext Markup Language). Lenguaje informático para crear páginas web. Es un conjunto de etiquetas o instrucciones que permiten estructurar el contenido de una web e incluir los hipervínculos o enlaces a otras páginas.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol). Protocolo estándar de transferencia de hipertextos; es decir, el protocolo de comunicaciones en el que está basado la Word Wide Web. HTTP es un conjunto de reglas (rules) según las cuales la información se traslada, se pasa, desde el servidor que la contiene hasta el navegador del usuario que la solicita.

I **Impresión.** Representan el número de veces que un anuncio aparece en un buscador.

Infobanner. Se trata de banners publicitarios que ofrecen información de valor en tiempo real al usuario.

Interface. Pantalla de comunicación entre los motores de búsqueda y el usuario de éstos.

IRC. Internet Relay Chat (IRC). Es un protocolo estándar de Internet para «chatear». Es decir, intercambiar mensajes de texto en tiempo real entre un número limitado de usuarios.

J **JavaScript.** Lenguaje de programación interpretado; es decir, que no requiere compilación, utilizado principalmente en páginas web, con una sintaxis semejante a la del lenguaje Java y el lenguaje C.

K **Keyword.** Palabra clave. Palabras importantes asociadas a un recurso. Por ejemplo, las palabras claves asociadas a una página web son las que engloban el contenido de la misma.

Know-how. Se traduce como «saber hacer» y se refiere al conjunto de conocimientos prácticos adquiridos.

K **KPI (Key Performance Indicators).** Indicadores clave del desempeño.

L **Landing page.** Es aquella página a la cual un usuario llega después de haber hecho clic en algún enlace. Esta landing page puede ser la página principal del sitio web o una página específica para un producto o servicio y no necesariamente debe estar enlazada con el sitio web principal.

Lead Generation. Generación de contactos.

Leads. Contactos.

M **Marketing viral.** Acciones de comunicación y publicidad cuyo mensaje es difundido piramidalmente por los propios receptores.

Masterminding. Se refiere al desarrollo de ideas creativas y nuevos conocimientos.

Metatags. Son palabras clave que encabezan una página pero que permanecen invisibles para el usuario. Sin embargo, son visibles para los buscadores, que pueden clasificar en su base de datos dichas páginas según las palabras clave elegidas.

Microtargetting. Microsegmentación. Tratamiento muy personalizado de los componentes de un público objetivo o target.

MMS (MULTIMEDIA MESSAGING SYSTEM). Mensajes con contenido multimedia (vídeos, música, etc.) enviados a través del teléfono móvil.

N **Networking.** Término utilizado para referirse al trabajo en red, compartiendo información y creando sinergias a través de la gestión de las relaciones. También se utiliza para referirse a las redes de telecomunicaciones.

News. Grupo de noticias. Forma de comunicación con la cual sus usuarios pueden enviar mensajes a diversos grupos de distintas temáticas, para que sean leídos y respondidos por otros usuarios interesados.

O **On-line.** En general, se dice que algo está en línea u on-line si está conectado a una red en directo.

P **Página de destino.** Es la página a la que un usuario llega después de hacer clic en el resultado de una búsqueda.

P **Palabras clave.** Palabras o frases relacionadas con su negocio.

Plug-in. Accesorio que se conecta al navegador y que permite ejecutar aplicaciones multimedia, por lo general de carácter gratuito y de acceso libre en la Red. Por ejemplo, el Shockwave de Macromedia.

POD. Significa en inglés Play On Demand, lo que se traduce como reproducción a demanda, a petición o decisión del usuario.

Pop Under. Son una variedad de pop-up. Este abre una ventana nueva en el navegador, detrás de la ventana activa. Los pop-unders interrumpen menos a los usuarios, pero no son vistos hasta que el usuario cierra las ventanas que está utilizando, haciendo que sea más difícil para él determinar qué página web las abrió.

Pop Up. Es una ventana nueva que aparece en la pantalla de nuestro ordenador. Suele aparecer cuando abrimos un programa nuevo, cambiamos de un programa a otro o utilizamos un menú desplegable.

Porcentaje de clics (CTR). El número de clics que recibe un anuncio dividido por el número de impresiones.

Presupuesto. Cantidad que deseamos invertir en una campaña publicitaria durante un determinado período de tiempo.

R **Rastreador (crawler).** Programa diseñado para rastrear la Red a través de los enlaces que aparecen en las páginas, ya sean internos o externos, para indexarlas según su contenido. Ésta es la herramienta empleada por la mayoría de los buscadores para elaborar sus bases de datos. También se le llama araña (spider) o robot.

Referring URL. URL de origen.

Rich-media. Se utiliza este término para referirnos a la tecnología de medios que ha sido desarrollada para distribuir multimedia interactiva o espacio creativo ampliado para los usuarios.

Router. Encaminador, direccionador. Técnicamente es un dispositivo que permite la conexión entre redes y se encarga de que los paquetes en los que se divide la información lleguen a su destino.

RSS (Really Simple Syndication). Término utilizado para referirnos a la sindicación de contenidos, es decir, la suscripción de los usuarios a determinados contenidos.

S SEM (Search Engine Marketing). Marketing de motores de búsqueda. Es una forma de marketing en Internet que busca promover los sitios web, mediante el aumento de su visibilidad en el motor de búsqueda de páginas de resultados (SERPS).

SEO (Search Engine Optimization). Se podría traducir al español como «Optimización en Motores de Búsqueda». El objetivo último de esta técnica es el de mejorar la posición de un determinado sitio web, respecto a una o varias palabras clave, en la página de resultados orgánicos de un buscador.

Servidor. Es un programa que se ejecuta continuamente en un ordenador (también se emplea el término para referirse al ordenador que lo ejecuta), manteniéndose a la espera de peticiones por parte de un cliente (un navegador web) y que responde a estas peticiones adecuadamente mediante una página web que se exhibirá en el navegador o mostrando el correspondiente mensaje, si se detectó algún error.

SMS (Short Messaging System). Son los mensajes cortos mandados al teléfono móvil del usuario.

Spam. Bombardeo publicitario. Envío indiscriminado de mensajes de correo electrónico a una lista masiva de destinatarios.

Spot. Es un vídeo de corta duración, comúnmente utilizado con fines publicitarios.

T Target. Es un anglicismo, también conocido como público objetivo, grupo objetivo, mercado objetivo o mercado meta. Este término se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

TDT. Televisión Digital Terrestre.

Top content. Páginas más vistas.

Top entry pages. Páginas por las que más acceden a nuestro site.

Tráfico. Volumen de visitas a nuestro site o visionados de nuestros contenidos.

U Ubicación. Puede ser cualquier sitio web seleccionado o un conjunto de páginas o bloques de anuncios de un sitio donde queremos que se publique el anuncio.

URL. Responde a las siglas en inglés Uniform Resources Locator, localizador uniforme de recursos. Es la dirección de Internet. Por ejemplo, en la siguiente dirección: <http://www.domain.com/dir/subdir/file.html>, el conjunto sería la URL: http indica el nombre



U del protocolo usado; www, el nombre del servidor; dir es un directorio; subdir, un subdirectorio y file, el nombre de un archivo.

V **Ventana flotante (Pop-up window).** Ventana que se abre al pulsar un elemento de una página, permitiendo un aumento del impacto del mensaje del anunciante, que es presentado en una nueva ventana del navegador. Esta estrategia de publicidad plantea problemas si la navegación es lenta y puede ser percibida como agresiva por el usuario.

V **Vídeo blogs.** Son herramientas con un uso cada vez más extendido. Como todo blog, se trata de contenidos afines a un público objetivo marcado, ordenados por fecha descendiente y con posibilidad de realizar comentarios. La diferencia es que su contenido es audiovisual.

V **Visitantes únicos.** Se trata del número actual de usuarios únicos que visitaron un sitio web, al menos una vez, normalmente durante un mes. Esto quiere decir que una persona que accediera cinco veces a un sitio en un mes se contabilizaría como un visitante único una única vez.

V **Visitas.** Es el número de personas que han entrado en un site, sin tener en cuenta la repetición.

W **Webcast.** Uso del vídeo para retransmitir en directo.

W **Webmaster.** Término usado para referirse a las personas responsables de un sitio web específico.

W **Website.** Conjunto de páginas web que forman un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet.

GLOSARIO

A Alcance (reach). Porcentaje de usuarios de la Red sobre el total de los internautas que visitaron un sitio determinado durante un periodo fijado; normalmente, un mes.

Algoritmo. Sucesión acabada de instrucciones que se aplica para realizar una función o resolver un problema concreto. En término de buscadores, el algoritmo es la fórmula que éstos aplican para ordenar las páginas, presentadas en su índice como resultado de una búsqueda. Cada buscador tiene su propio algoritmo.

Araña. Programa que usan los buscadores para explorar todos los enlaces de cada website, siguiendo sus referencias y generando o actualizando un mapa de hiperrelaciones entre websites vinculadas. Se trata de una especie de telaraña digital; de ahí el apodo de spiders. Cada buscador tiene el suyo: Google tiene el GoogleBot; Yahoo! el Slurp, Microsoft desarrolló el MSNBot, etc.

Average Order Amount. Importe/conversiones: media del importe de las ventas por conversión.

B Banner. Formato publicitario típico en Internet, en forma de banderola. Habitualmente se trata de un fichero .gif animado de 468 por 60 píxeles. Se utiliza para la inserción de anuncios en páginas HTML. Los banners pueden ser también extensibles, para disponer de más espacio para plantear la oferta publicitaria antes de redirigir al usuario a la página del anunciante.

Blog. En español también una bitácora. Es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Blogroll. Colección o relación de enlaces de blogs y sitios web, normalmente presentado en una columna lateral de la página web, que el autor de un blog publica y patrocina desde su propia página como recurso para enlazar a otros bloggers.

Bluetooth. Sistema inalámbrico que posibilita la transmisión de datos entre diferentes dispositivos mediante un enlace por radiofrecuencia.

Botones. Son formatos publicitarios más pequeños que el banner, estáticos o dinámicos, que pueden ser seleccionados por el usuario, para redirigirle a un sitio web predeterminado.

Branding. Creación de marca.



B **Buscador.** Herramienta diseñada específicamente para que los usuarios realicen búsquedas en Internet, introduciendo una o más palabras clave. Como resultado de éstas, el buscador devuelve una lista de resultados presentados en hipertexto; es decir, en forma de enlace. Básicamente, es un programa que indexa documentos y establece vínculos entre las búsquedas que realizan los usuarios y los documentos que han indexado, siguiendo unos criterios de relevancia.

Buzz Marketing. Consiste en la utilización del rumor para propagar opiniones favorables de un producto o empresa.

Buzzer. Literalmente en inglés significa zumbador, que emite un zumbido. En Internet, marketing se refiere a usuarios que intervienen en las comunicaciones y contenidos de otros en la Red para propagar un mensaje.

C **Caché.** Sistema especial de almacenamiento de alta velocidad. Puede ser tanto un área reservada de la memoria principal, como un dispositivo de almacenamiento de alta velocidad independiente. Existen dos tipos usados en las computadoras personales: memoria caché y caché de disco. Una memoria caché, llamada también a veces almacenamiento caché o RAM cache, es una parte de memoria RAM estática de alta velocidad (SRAM), mientras que la lenta y barata RAM dinámica (DRAM) es utilizada como memoria principal. La memoria caché es efectiva, dado que los programas acceden una y otra vez a los mismos datos o instrucciones. Al guardar esta información en SRAM, la computadora evita acceder a la lenta DRAM.

Click-through. Acción de marcar con el ratón un banner publicitario. Uno de los indicadores para medir la eficacia publicitaria de un determinado banner es calcular su tasa de «click-throughs», lo que permite saber el interés que muestra ese anuncio en los usuarios y redirigirlos a un determinado sitio de la Red.

Conversión. La acción que nuestra organización espera obtener del usuario que visita nuestro sitio en la Red, como pueden ser: ventas, registro, suscripción, etc.

Cookie. Pequeño archivo de información que un servidor web almacena en el disco local del visitante de una página web. Ese tipo de fichero sirve para identificar al visitante cuando accede nuevamente al servidor web y permite la personalización del servicio, adecuando el contenido de una web a quien la visita.

C Coste por Clicks (CPC). En AdWords, el anunciante puede elegir la cantidad máxima que está dispuesto a pagar cada vez que un usuario haga clic en su anuncio.

Coste por cada mil impresiones (CPM). En algunas campañas, el anunciante puede elegir el valor máximo que desea pagar por cada mil impresiones, es decir, por cada mil veces que se muestra su anuncio.

CPC. Coste por clic.

CPM. Coste por impresión.

CRM. Customer Relationship Management. Comprende las metodologías, las aplicaciones y las capacidades que ofrece Internet para facilitar a los negocios la gestión de las relaciones con sus clientes de forma organizada y eficiente.

CrossMedia (Acciones de). Aplicación de una herramienta de comunicación en múltiples plataformas. Por ejemplo, un mismo vídeo de 20 segundos nos puede servir como banner, como contenido en YouTube o como un contenido en la home de nuestra web.

D DAFO (Análisis DAFO). Esquema sencillo de análisis compartimentado en amenazas, oportunidades, puntos fuertes y débiles, y factores clave del éxito extraídos del análisis de los anteriores cuatro puntos.

E Extenders. Dispositivos con los que se pueden visualizar los contenidos en la televisión sin necesidad de tener el ordenador conectado e incluso interactuar.

F FAQ's. Lista de preguntas habituales. Es una relación de las preguntas / respuestas más comunes que alguien se puede hacer acerca de un bien o servicio. Su traducción del inglés es la siguiente: Frequently Asked Questions.

Feed-back. Retroalimentación de información. Es la respuesta de nuestro receptor ante una comunicación que le hemos enviado.

Frame. Significa marco. Característica de HTML que permite a los diseñadores separar las ventanas del navegador, introduciendo áreas claramente diferenciadas. Cada una de ellas puede actuar bajo unos nuevos códigos HTML y, por lo tanto, se puede comportar de modo independiente. Es un modo de subdividir el espacio que visualiza el visitante.

F Framing. Posibilidad que ofrece Internet para abrir un marco a otras páginas, facilitando al usuario la navegación hacia otros sitios, sin que tenga que abandonar la página actual.

G GDS. Siglas de Global Distribution System. Sistema informático de reservas que no se limita a compañías aéreas, sino que cubre cualquier reserva en otro tipo de industria turística. Surgió a partir de los CRS.

H Home Page. Página principal del site.

HTML (Hypertext Markup Language). Lenguaje informático para crear páginas web. Es un conjunto de etiquetas o instrucciones que permiten estructurar el contenido de una web e incluir los hipervínculos o enlaces a otras páginas.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol). Protocolo estándar de transferencia de hipertextos; es decir, el protocolo de comunicaciones en el que está basado la Word Wide Web. HTTP es un conjunto de reglas (rules) según las cuales la información se traslada, se pasa, desde el servidor que la contiene hasta el navegador del usuario que la solicita.

I Impresión. Representan el número de veces que un anuncio aparece en un buscador.

Infobanner. Se trata de banners publicitarios que ofrecen información de valor en tiempo real al usuario.

Interface. Pantalla de comunicación entre los motores de búsqueda y el usuario de éstos.

IRC. Internet Relay Chat (IRC). Es un protocolo estándar de Internet para «chatear». Es decir, intercambiar mensajes de texto en tiempo real entre un número limitado de usuarios.

J JavaScript. Lenguaje de programación interpretado; es decir, que no requiere compilación, utilizado principalmente en páginas web, con una sintaxis semejante a la del lenguaje Java y el lenguaje C.

K Keyword. Palabra clave. Palabras importantes asociadas a un recurso. Por ejemplo, las palabras claves asociadas a una página web son las que engloban el contenido de la misma.

Know-how. Se traduce como «saber hacer» y se refiere al conjunto de conocimientos prácticos adquiridos.

K **KPI (Key Performance Indicators).** Indicadores clave del desempeño.

L **Landing page.** Es aquella página a la cual un usuario llega después de haber hecho clic en algún enlace. Esta landing page puede ser la página principal del sitio web o una página específica para un producto o servicio y no necesariamente debe estar enlazada con el sitio web principal.

Lead Generation. Generación de contactos.

Leads. Contactos.

M **Marketing viral.** Acciones de comunicación y publicidad cuyo mensaje es difundido piramidalmente por los propios receptores.

Masterminding. Se refiere al desarrollo de ideas creativas y nuevos conocimientos.

Metatags. Son palabras clave que encabezan una página pero que permanecen invisibles para el usuario. Sin embargo, son visibles para los buscadores, que pueden clasificar en su base de datos dichas páginas según las palabras clave elegidas.

Microtargetting. Microsegmentación. Tratamiento muy personalizado de los componentes de un público objetivo o target.

MMS (MULTIMEDIA MESSAGING SYSTEM). Mensajes con contenido multimedia (vídeos, música, etc.) enviados a través del teléfono móvil.

N **Networking.** Término utilizado para referirse al trabajo en red, compartiendo información y creando sinergias a través de la gestión de las relaciones. También se utiliza para referirse a las redes de telecomunicaciones.

News. Grupo de noticias. Forma de comunicación con la cual sus usuarios pueden enviar mensajes a diversos grupos de distintas temáticas, para que sean leídos y respondidos por otros usuarios interesados.

O **On-line.** En general, se dice que algo está en línea u on-line si está conectado a una red en directo.

P **Página de destino.** Es la página a la que un usuario llega después de hacer clic en el resultado de una búsqueda.



P **Palabras clave.** Palabras o frases relacionadas con su negocio.

Plug-in. Accesorio que se conecta al navegador y que permite ejecutar aplicaciones multimedia, por lo general de carácter gratuito y de acceso libre en la Red. Por ejemplo, el Shockwave de Macromedia.

POD. Significa en inglés Play On Demand, lo que se traduce como reproducción a demanda, a petición o decisión del usuario.

Pop Under. Son una variedad de pop-up. Este abre una ventana nueva en el navegador, detrás de la ventana activa. Los pop-unders interrumpen menos a los usuarios, pero no son vistos hasta que el usuario cierra las ventanas que está utilizando, haciendo que sea más difícil para él determinar qué página web las abrió.

Pop Up. Es una ventana nueva que aparece en la pantalla de nuestro ordenador. Suele aparecer cuando abrimos un programa nuevo, cambiamos de un programa a otro o utilizamos un menú desplegable.

Porcentaje de clics (CTR). El número de clics que recibe un anuncio dividido por el número de impresiones.

Presupuesto. Cantidad que deseamos invertir en una campaña publicitaria durante un determinado período de tiempo.

R **Rastreador (crawler).** Programa diseñado para rastrear la Red a través de los enlaces que aparecen en las páginas, ya sean internos o externos, para indexarlas según su contenido. Ésta es la herramienta empleada por la mayoría de los buscadores para elaborar sus bases de datos. También se le llama araña (spider) o robot.

Referring URL. URL de origen.

Rich-media. Se utiliza este término para referirnos a la tecnología de medios que ha sido desarrollada para distribuir multimedia interactiva o espacio creativo ampliado para los usuarios.

Router. Encaminador, direccionador. Técnicamente es un dispositivo que permite la conexión entre redes y se encarga de que los paquetes en los que se divide la información lleguen a su destino.

RSS (Really Simple Syndication). Término utilizado para referirnos a la sindicación de contenidos, es decir, la suscripción de los usuarios a determinados contenidos.

S SEM (Search Engine Marketing). Marketing de motores de búsqueda. Es una forma de marketing en Internet que busca promover los sitios web, mediante el aumento de su visibilidad en el motor de búsqueda de páginas de resultados (SERPS).

SEO (Search Engine Optimization). Se podría traducir al español como «Optimización en Motores de Búsqueda». El objetivo último de esta técnica es el de mejorar la posición de un determinado sitio web, respecto a una o varias palabras clave, en la página de resultados orgánicos de un buscador.

Servidor. Es un programa que se ejecuta continuamente en un ordenador (también se emplea el término para referirse al ordenador que lo ejecuta), manteniéndose a la espera de peticiones por parte de un cliente (un navegador web) y que responde a estas peticiones adecuadamente mediante una página web que se exhibirá en el navegador o mostrando el correspondiente mensaje, si se detectó algún error.

SMS (Short Messaging System). Son los mensajes cortos mandados al teléfono móvil del usuario.

Spam. Bombardeo publicitario. Envío indiscriminado de mensajes de correo electrónico a una lista masiva de destinatarios.

Spot. Es un vídeo de corta duración, comúnmente utilizado con fines publicitarios.

T Target. Es un anglicismo, también conocido como público objetivo, grupo objetivo, mercado objetivo o mercado meta. Este término se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

TDT. Televisión Digital Terrestre.

Top content. Páginas más vistas.

Top entry pages. Páginas por las que más acceden a nuestro site.

Tráfico. Volumen de visitas a nuestro site o visionados de nuestros contenidos.

U Ubicación. Puede ser cualquier sitio web seleccionado o un conjunto de páginas o bloques de anuncios de un sitio donde queremos que se publique el anuncio.

URL. Responde a las siglas en inglés Uniform Resources Locator, localizador uniforme de recursos. Es la dirección de Internet. Por ejemplo, en la siguiente dirección: <http://www.domain.com/dir/subdir/file.html>, el conjunto sería la URL: http indica el nombre

U del protocolo usado; www, el nombre del servidor; dir es un directorio; subdir, un subdirectorio y file, el nombre de un archivo.

V **Ventana flotante (Pop-up window).** Ventana que se abre al pulsar un elemento de una página, permitiendo un aumento del impacto del mensaje del anunciante, que es presentado en una nueva ventana del navegador. Esta estrategia de publicidad plantea problemas si la navegación es lenta y puede ser percibida como agresiva por el usuario.

V **Vídeo blogs.** Son herramientas con un uso cada vez más extendido. Como todo blog, se trata de contenidos afines a un público objetivo marcado, ordenados por fecha descendiente y con posibilidad de realizar comentarios. La diferencia es que su contenido es audiovisual.

V **Visitantes únicos.** Se trata del número actual de usuarios únicos que visitaron un sitio web, al menos una vez, normalmente durante un mes. Esto quiere decir que una persona que accediera cinco veces a un sitio en un mes se contabilizaría como un visitante único una única vez.

V **Visitas.** Es el número de personas que han entrado en un site, sin tener en cuenta la repetición.

W **Webcast.** Uso del vídeo para retransmitir en directo.

W **Webmaster.** Término usado para referirse a las personas responsables de un sitio web específico.

W **Website.** Conjunto de páginas web que forman un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet.

REFERENCIAS WEB

Blog de expertos sobre novedades y análisis de e-marketing.

<http://etc.territoriocreativo.es>

Blog de expertos sobre novedades y análisis de e-marketing.

<http://dondeestaavinashcuandoselenecesita.blogspot.com>

Blog de uno de los gurús más influyentes en e-marketing.

<http://www.kaushik.net/avinash/>

Alta en Google Analytics.

http://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/

Consejos y trucos sobre analítica web.

<http://www.montsepenarroja.com/category/analitica-web/>

Revista digital sobre buscadores y redes sociales.

www.hipertext.net

Artículos sobre posicionamiento en buscadores.

<http://www.maismedia.com/redaccion-seo>

Herramientas y utilidades para posicionar nuestra website en buscadores.

<http://www.webtaller.com/utilidades/>

Vídeos explicativos sobre posicionamiento en buscadores.

[http://www.slideshare.net/veterinaria.org/informe-estadistico-rankings-comparativas-posicionamiento-en-buscadores-y-valoracion-de-veterinariaorg-presentation.](http://www.slideshare.net/veterinaria.org/informe-estadistico-rankings-comparativas-posicionamiento-en-buscadores-y-valoracion-de-veterinariaorg-presentation)

Vídeos explicativos sobre posicionamiento en buscadores.

<http://www.youtube.com/watch?v=qPljpy2FZg>

Vídeos explicativos sobre posicionamiento en buscadores.

<http://www.youtube.com/watch?v=Q4Poj5UTlic&feature=related>



Vídeos explicativos sobre posicionamiento en buscadores.

<http://www.youtube.com/watch?v=WirXesPXT1o&feature=related>

Vídeos explicativos sobre posicionamiento en buscadores.

http://www.youtube.com/watch?v=n_Xk_sZAowo&feature=related

Vídeos explicativos sobre posicionamiento en buscadores.

<http://www.youtube.com/watch?v=RtaOIICUHE&feature=related>

Vídeos explicativos sobre posicionamiento en buscadores.

<http://www.youtube.com/watch?v=H8v3UnMDC5M&feature=related>

Vídeos explicativos sobre posicionamiento en buscadores.

<http://www.youtube.com/watch?v=VBAJgksyhxo&feature=related>

Blog de expertos sobre marketing mobile.

<http://www.puromarketing.com/21/5886/descubre-como-una-pequena-empresa-puede-explotar-posibilidades-marketing-traves-telefono-movil.html>

Blog de expertos sobre novedades y análisis de e-marketing.

<http://cerkdti.blogspot.com/2009/04/mobile-internet-blanco-sobre-negro.html>

Experiencias en marketing Mobile.

www.movilmarketing.net

Albert Barra: el ROI del Social Media.

<http://www.albertbarra.com/marketing-hoteleroyel-roidelsocial-media-marketing-primera-parte/>

Actualizada información sobre las tendencias y hábitos en el uso de los blogs a nivel internacional.

<http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

Kemeny: Seis ideas erróneas sobre Social Media.

<http://www.kemeny.cl/2008/10/15/6-ideas-erroneas-sobresocial-media/>