

Publicación por la



ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE



# ABECEDARIO eCommerce 2019





**A / B Pruebas:** Las pruebas A / B o AB se refieren a la prueba de dos versiones diferentes de una página o un elemento de página, como un encabezado, imagen o botón. Las alternativas se dan de manera aleatoria entre las dos páginas con los visitantes del sitio. Por lo tanto, a veces se denomina “prueba de división en vivo”. Los cambios en el comportamiento de los visitantes se pueden comparar utilizando diferentes métricas, como la tasa de clics en los elementos de la página, botones o imágenes, o las tasas de macro conversión, como la conversión a la venta o el registro. Tienen como objetivo aumentar la efectividad de la página o del sitio frente a los indicadores clave de rendimiento, incluida la tasa de clics, las tasas de conversión y los ingresos por visita. Dado que no considera combinaciones de variables probadas, la prueba multivariante de mejor levantamiento cada vez es más utilizada.

**Accesibilidad a la web:** Es un enfoque del diseño del sitio destinado a acomodar el uso del sitio utilizando diferentes navegadores y configuraciones, particularmente requerido por las personas con discapacidad visual y visitantes con otras discapacidades, incluido el control motor, las dificultades de aprendizaje y los usuarios sordos.

**Activación:** Es cuando un cliente potencial o un cliente real da el primer paso para usar activamente un servicio en línea después del registro o compra inicial.

**ActiveX:** Es un estándar de lenguaje de programación desarrollado por Microsoft que permite que las aplicaciones complejas y gráficas del cliente se escriban y luego permitan el acceso desde un navegador web. Los componentes ActiveX son controles estándar que se pueden incorporar a los sitios web y luego se descargan automáticamente para los usuarios. Los ejemplos son gráficos y

animaciones o formularios de calculadora para calcular el interés de un préstamo o un control para graficar los precios de las acciones. Es un competidor de Java.

**Actividades continuas de comunicaciones electrónicas:** Es el uso a largo plazo de las comunicaciones de marketing digital para generar visitantes y adquisiciones para el sitio (como motor de búsqueda, marketing de afiliación y patrocinio en línea) y retención (email marketing).

**Activos digitales:** Es el material gráfico e interactivo que admite una campaña que se muestra en sitios y micrositos de terceros, incluye anuncios de display, plantillas de correo electrónico, video, audio y otros medios interactivos, como animaciones flash.

**Actualización del algoritmo de Panda an Penguin:** Son los cambios en el algoritmo de Google destinados a reducir el impacto en el spam web (correo no deseado). Éstos hacen caer la clasificación de muchos sitios. Panda se enfocó en sitios de baja calidad con contenido ‘delgado’. Penguin se enfocó en los sitios usando una construcción de enlaces agresiva.

**Acuerdo de nivel de servicio:** Es una parte de un contrato de servicio donde el servicio se define formalmente. Los aspectos particulares del servicio (alcance, calidad, responsabilidades) se acuerdan entre el proveedor del servicio y el usuario del servicio. Una característica común de un SLA es un tiempo de entrega contratado (del servicio o desempeño).

**Adaptabilidad:** La capacidad de un correo electrónico para mostrarse correctamente en diferentes lectores de correo electrónico.

**Adherencia:** Es una indicación de cuánto tiempo permanece un visitante en el sitio.

**Adquisición de clientes:** Son las estrategias y

técnicas utilizadas para ganar nuevos clientes.

**Adquisición programática de anuncios:** Describe la compra de publicidad en pantalla que se agrega, reserva, controla, analiza y optimiza a través de interfaces y algoritmos del lado de la demanda. Incluye RTB y métodos no RTB y tipos de compra como Facebook Ads API y Google Display Network.

**Afiliado:** Es una empresa que promociona un comerciante generalmente a través de un acuerdo basado en comisiones, ya sea directamente o a través de una red de afiliados.

**Agente de medios:** Una empresa que coloca anuncios para las empresas que desean anunciarse poniéndose en contacto con los propietarios de los medios.

**Agentes:** Son programas de software que pueden ayudar a las personas a realizar tareas como buscar información específica, como el mejor precio para un producto.

**Agilidad estratégica:** Es la capacidad de innovar y así obtener una ventaja competitiva dentro de un mercado al monitorear los cambios dentro del mercado de una organización para evaluar de manera eficiente las estrategias alternativas y luego seleccionar, revisar e implementar las estrategias apropiadas para los candidatos.

**Agregadores:** Es un término alternativo a los sitios de comparación de precios. Los agregadores incluyen información sobre productos, precios y servicios que compara a los competidores dentro de un sector como servicios financieros, ventas minoristas o viajes. Sus modelos de ingresos comúnmente incluyen ingresos de afiliados (CPA), publicidad de pago por clic (CPC) y publicidad gráfica (CPM).

**Agrupación:** Cuando se ofrecen servicios complementarios.

**Alcance de influencers en línea:** Es identificar

personas influyentes en línea, como bloggers, propietarios de medios o individuos con una gran cantidad de seguidores en línea en las redes sociales y luego acercarse a ellos para asociarse y comunicarse con su público.

**Alcance:** Es el número de individuos únicos que ven un anuncio.

**Almacén central:** Es una base de datos creada a partir de extractos operativos que se adhieren a un modelo único de datos empresariales para garantizar la coherencia de los datos de soporte de decisiones en toda la empresa. También es un estilo de computación donde se ubican y administran todos los sistemas de información desde una única ubicación física.

**Almacén de datos y exploración de datos:** Es la extracción de datos de sistemas heredados y otros recursos; así como limpiar, colar y preparar datos para el soporte de decisiones; mantener datos en almacenes de datos apropiados; acceder y analizar datos utilizando una variedad de herramientas para el usuario final; y la exploración de datos para relaciones significativas. El objetivo principal de estos esfuerzos es proporcionar un acceso fácil a datos especialmente preparados que se pueden utilizar con aplicaciones de apoyo a la toma de decisiones, como informes de gestión, consultas, sistemas de soporte de decisiones, sistemas de información ejecutiva y exploración de datos.

**Análisis basado en escenarios:** Son los modelos del entorno futuro que se desarrollan a partir de diferentes puntos de partida.

**Análisis de clickstream:** Es la revisión del comportamiento en línea de los visitantes del sitio según la secuencia de páginas que visitan, la navegación y la promoción a la que responden, los resultados finales y dónde abandonan el sitio.

**Análisis de demanda de comercio electrónico:** Es la

evaluación de la demanda de servicios de comercio electrónico entre segmentos de clientes existentes y potenciales utilizando la relación Acceso: Elija: Compre en línea.

**Análisis de la competencia:** Es la revisión de los servicios de marketing en Internet ofrecidos por competidores nuevos y existentes, así como la adopción por parte de sus clientes.

**Análisis de la demanda:** Es la determinación cuantitativa del uso potencial y el valor comercial logrado por los clientes online de una organización. El análisis cualitativo de las percepciones de los canales en línea también se evalúa.

**Análisis de recursos:** Es la revisión de los recursos tecnológicos, financieros y humanos de una organización y cómo se utilizan en los procesos comerciales.

**Análisis de ruta de reserva:** Indica la combinación más popular de páginas y / o llamadas a la acción que conducen a una página. Esto es particularmente útil para páginas transaccionales como la primera página de pago en un sitio del consumidor; una página de generación de contactos o de contacto en un sitio de empresa a empresa; una página de suscripción por correo electrónico; una opción call-me-back.

**Análisis de situación:** Es la recopilación y revisión de información sobre el entorno externo de una organización, los procesos y recursos internos para informar sus estrategias.

**Análisis del comportamiento del consumidor:** Este tipo de análisis implica la investigación de las motivaciones en los mercados digitales, las preferencias de consumo de los medios y los procesos de selección utilizados por los consumidores al usar canales digitales junto con canales tradicionales para comprar productos en línea y usar otros servicios en línea. (idéntico a comportamiento del consumidor)

**Análisis del portafolio:** Es la identificación,

evaluación y selección de aplicaciones de marketing deseables.

**Análisis estratégico:** Es la recopilación y revisión de información sobre los procesos y recursos internos de una organización y los factores del mercado externo para informar la definición de la estrategia.

**Análisis Predictivo:** Se hace utilizando la exploración de datos y el modelado estadístico para predecir los resultados futuros, por ejemplo, clasificando la propensión del cliente para responder a una oferta específica.

**Análisis web:** Son las herramientas que ofrecen capacidades analíticas más allá del archivo de registro de acceso habitual, es decir, datos de análisis de clics. Son los procesos en los cuales puedes ver el comportamiento de los usuarios al visitar tu página web, para así poder tomar decisiones y captar más clientes.

**Analizadores de archivos de registro:** Son herramientas de análisis web que se utilizan para crear una imagen de la cantidad de uso de diferentes partes de un sitio web según la información contenida en el archivo de registro.

**Ancho de banda:** Indica la velocidad a la que se transfieren los datos utilizando un medio de red particular. Se mide en bits por segundo (bps). - kbps (un kilobit por segundo o 1000 bps; con un módem que funciona hasta 56.6 kbps). - mbps (un megabits por segundo o 1,000,000 bps; las redes de la empresa operan a 10 o más Mbps). - Gbps (un gigabit por segundo o 1,000,000,000 bps; y enlaces de fibra óptica o satélite operan a Gbps).

**Anuncio del banner:** Es un gráfico típicamente rectangular que se muestra en una página web para fines de creación de marca o para dirigir el tráfico a un sitio. Normalmente es posible realizar un clic para acceder a más información de otro sitio web. Los banners pueden ser estáticos o animados.

**Anuncio publicitario interactivo:** Es un anuncio publicitario que permite al usuario ingresar información.

**Anuncio:** Son los anuncios en los sitios web que suelen ser anuncios publicitarios posicionados como un encabezado en la página.

**Anuncios contextuales:** Son los anuncios relevantes para el contenido de la página en sitios de terceros gestionados por redes publicitarias de búsqueda.

**Anuncios del sitio:** Usualmente se usan para describir la disseminación de información sobre un sitio web nuevo o revisado.

**Anuncios intersticiales:** Son anuncios que aparecen entre una página y la siguiente.

**Anuncios por Orientación de comportamiento:** Esto permite a un anunciante orientar los anuncios a un visitante en medida que se desplazan a otro lugar en el sitio o regresan al inicio, lo que aumenta la frecuencia o el número de impresiones atendidas por un individuo en el mercado objetivo.

**Anuncios publicitarios animados (GIF animados):** Los primeros anuncios publicitarios mostraban sólo un anuncio, pero hoy en día generalmente implican diferentes imágenes, que se muestran en secuencia para atraer la atención hacia el banner y crear un tema, que a menudo finaliza con un llamado a la acción y la orden para hacer clic en el banner. Estos anuncios se logran mediante el suministro del anuncio creativo como un archivo GIF animado con diferentes capas o marcos, generalmente un rectángulo de 468 x 60 píxeles. Los anuncios publicitarios animados son un ejemplo de publicidad en medios de gran contenido.

**Aplicación:** Es un programa informático diseñado para realizar un grupo de funciones, tareas o actividades coordinadas en beneficio del usuario. Los ejemplos de una aplicación incluyen un procesador de texto,

una hoja de cálculo, una aplicación de contabilidad, un reproductor de medios, un simulador de vuelo aeronáutico, un juego de consola o un editor de fotos. El software de aplicación de sustantivo colectivo se refiere a todas las aplicaciones colectivamente. Esto contrasta con el software del sistema, que se usa principalmente para ejecutar la computadora.

**Aplicaciones basadas en dispositivos móviles:** Son diseñadas para ejecutarse en teléfonos inteligentes y tabletas. Brindan a los usuarios un rico contenido móvil al desplegar las múltiples capacidades nativas del dispositivo. Las aplicaciones están disponibles para su descarga en las tiendas de aplicaciones alojadas en los sistemas operativos móviles (por ejemplo, iTunes para iOS, Google Play para Android, Microsoft App Store, BlackBerry App World).

**Aplicaciones de Big Data en marketing:** Big Data se refiere a aplicaciones para obtener valor del volumen, la velocidad y la variedad crecientes de datos integrados de diferentes fuentes. Estos mejoran el conocimiento para entregar comunicaciones más relevantes a través de técnicas como Marketing Automation y Social CRM.

**Archie:** Es una base de datos que contiene información sobre qué documentos y programas se encuentran en servidores FTP. No se usan en un contexto de mercadeo a menos que se buscara una pieza específica de software con el nombre del documento.

**Archivo de registro de transacciones:** Es un archivo de servidor web que registra todas las solicitudes de página.

**Archivo de registro:** Es un archivo almacenado en un servidor web que registra cada elemento descargado por los usuarios.

**Arquitectura de enlace interno:** Son enlaces de estructuración y etiquetado dentro de la navegación de un sitio para mejorar los resultados de SEO.

**Arquitectura de información:** Es la combinación de organización, etiquetado y esquemas de navegación que constituyen un sistema de información.

**Arquitectura de sistemas:** Es una de las cuatro capas de la arquitectura de sistemas de información. Representa las definiciones y las interrelaciones entre las aplicaciones y la arquitectura del producto.

**Arquitectura de varios niveles/ arquitectura n-tier:** En la ingeniería de software, es una arquitectura cliente-servidor en la que las funciones de presentación, procesamiento de aplicaciones y administración de datos están físicamente separadas. El uso más extendido de la arquitectura de varios niveles es la arquitectura de tres niveles.

**Arquitectura del producto:** Es una de las cuatro capas de un sistema de información. Describe un conjunto estándar de reglas a seguir en cada segmento de la arquitectura técnica, herramientas y servicios específicos del proveedor para aplicar en el desarrollo y ejecución de aplicaciones.

**Arquitectura empresarial:** Es un marco integral utilizado para gestionar y alinear el proceso comercial de una organización, software y hardware de tecnología de la información, redes de área local y amplia, personas, operaciones y proyectos con la estrategia general de la organización.

**Arquitectura empresarial:** Es una de las cuatro capas de una arquitectura de sistemas de información. Una arquitectura de negocios describe las funciones que se desempeñan en una empresa y la información que utiliza.

**Arriba del pliegue/ Above the fold:** Término derivado de los medios impresos, se utiliza para indicar si un anuncio publicitario u otro contenido se muestran en una página web sin necesidad de desplazarse. Es probable que esto proporcione un mayor número de clics, pero se debe tener en cuenta que la ubicación del 'pliegue' dentro del navegador web depende de

la resolución de pantalla de la computadora personal del usuario.

**Atomización:** La atomización en un contexto Web 2.0 se refiere a un concepto en el que el contenido de un sitio se divide en unidades fundamentales más pequeñas que luego pueden distribuirse a través de la web por medio de enlaces a otros sitios. Los ejemplos de atomización incluyen las historias y páginas en las publicaciones individuales que se distribuyen a sitios y widgets de terceros.

**Atributos del producto:** Son las características de una materia prima o producto terminado que lo diferencian de otros productos. Los atributos incluyen tamaño, color, funcionalidad, componentes y características que afectan el atractivo o la aceptación del producto en el mercado.

**Audidores de sitios web:** Miden con precisión el uso de diferentes sitios en términos de cantidad de impresiones de anuncios y porcentajes de clics.

**Audidores del sitio:** Es cuando los auditores miden con precisión el uso de diferentes sitios como el número de impresiones de anuncios y porcentajes de clics. Los auditores incluyen ABC (auditoría Bureau of Circulation) y BPA (Business Publication Auditor International).

**Audidores:** Refiérase el término auditores del sitio.

**Auditoría (externa):** Consideración del entorno comercial y económico en el que opera la empresa. Esto incluye los factores económicos, políticos, fiscales, legales, sociales, culturales y tecnológicos (a los que generalmente se hace referencia con el acrónimo STEP of SLEPT).

**Auditoría (interna):** Es una revisión de la efectividad del sitio web.

**Autenticación:** ¿son partes de la transacción quienes dicen ser? Esto se logra mediante el uso

de los certificados digitales en EEUU: privacidad y confidencialidad. ¿Están protegidos los datos de transacción? El consumidor puede querer hacer una compra anónima. ¿Se eliminan todos los rastros no esenciales de una transacción de la red pública y se eliminan todos los registros intermedios? - Integridad: comprueba que el mensaje enviado esté completo, es decir, que no esté dañado. - No repudiable: garantiza que el remitente no puede denegar el envío del mensaje. - Disponibilidad - ¿cómo se pueden eliminar las amenazas a la continuidad y el rendimiento del sistema?

**Automatización de marketing:** Permite a las empresas automatizar tareas en el proceso de marketing y ventas para hacer que el proceso ofrezca comunicaciones más relevantes, que normalmente se entregan en forma de correos electrónicos personalizados y mensajes del sitio web.

**Autoresponders/ Mailbots:** Son herramientas o agentes que se ejecutan en servidores web que envían automáticamente una respuesta estándar al remitente de un mensaje de correo electrónico.

**Autoridad de certificación (CA):** Es una organización que emite y administra certificados o claves públicas y claves privadas para individuos u organizaciones junto con información de identificación.

**Autoservicio web:** Es cuando se proporciona contenido y servicios por una organización para reemplazar o complementar las consultas de los clientes en la tienda o por teléfono a fin de reducir los costos y aumentar la comodidad del cliente.

**Avatar:** Es un término utilizado en entornos manipulados por una computadora para representar a una 'persona virtual'. Esta palabra es derivada del significado original de la palabra: 'n. el descendiente de una deidad hindú en una forma visible; encarnación; glorificación suprema de cualquier principio'.



**Backbones:** Son enlaces de comunicaciones de alta velocidad que se utilizan para permitir las comunicaciones de Internet en un condado e internacionalmente.

**Backlinks/Enlaces de retroceso:** Son hipervínculos que se vinculan a una página web en particular. También son conocidos como enlaces entrantes.

**Balanced Scorecard:** Es un marco para establecer y monitorear el desempeño del negocio. Las métricas están estructuradas según los problemas del cliente, las medidas internas de eficiencia, las medidas financieras y la innovación.

**Base de datos:** Es una gran colección de datos organizados para una búsqueda y recuperación rápidas en una computadora.

**Blog:** Es una especie de diario personal en línea o fuente de noticias compilada por una persona, un equipo interno o autores invitados externos. Las publicaciones suelen ser en diferentes categorías. Normalmente, los comentarios se pueden agregar a cada publicación del blog para ayudar a crear interactividad y comentarios.

**Bloqueo suave:** Son los enlaces electrónicos entre el proveedor y el cliente, aumentan los costos de conmutación.

**Bloques y morteros/ Bricks and mortar:** Es una organización tradicional con presencia limitada en línea.

**Bluecasting:** Implica el envío de mensajes de manera automática a un teléfono habilitado para bluetooth del consumidor, del cual pueden extraer o solicitar audio, video o contenido de texto para ser descargados de un anuncio en vivo. En el futuro, los

anuncios podrán responder a quienes los ven.

**Bluejacking:** Es el envío de un mensaje desde un teléfono móvil o transmisor a otro teléfono móvil que se encuentre a corta distancia a través de la tecnología Bluetooth.

**Blueprints:** Muestra las relaciones entre las páginas y otros componentes de contenido; se puede utilizar para retratar sistemas de organización, navegación y etiquetado.

**Bluetooth:** Es un estándar para la transmisión inalámbrica de datos entre dispositivos a corta distancia (menos de 10 m), p. un teléfono móvil o un PDA.

**Botnet:** Son computadoras independientes que se usan juntas por medio de internet, generalmente con fines maliciosos mediante el control de software. Por ejemplo, pueden usarse para enviar correo no deseado o para un ataque de denegación de servicio cuando acceden repetidamente a un servidor para degradar su software. Con frecuencia, las computadoras se infectan inicialmente a través de un virus cuando no existen medidas antivirus efectivas.

**Branding:** Es el proceso de crear y desarrollar marcas exitosas.

**Brochureware:** Es un sitio web en el que una empresa simplemente transfirió ('migró') su lenguaje promocional en papel existente a Internet sin reconocer las diferencias requeridas por este medio.

**Buscador de información dirigida:** Es alguien que sabe con claridad qué información está buscando.

**Buscador de información no dirigido:** Es una persona que no sabe qué información está buscando: es un surfista.

**Business-to-business (B2B):** Son las transacciones

comerciales entre una organización y otras organizaciones (marketing entre organizaciones).

**Business-to-consumer (B2C):** Son las transacciones comerciales entre una organización y los consumidores.

**Búsqueda en el navegador:** Los buscadores utilizan un motor de búsqueda como Google para encontrar información más profunda dentro del sitio de una empresa al agregar un calificador como el nombre del producto a la marca o el nombre del sitio. Las organizaciones deben verificar que haya páginas relevantes disponibles en las páginas de resultados de búsqueda para estas situaciones.

**Búsqueda universal:** Son los listados naturales, incorporan otros resultados relevantes de búsquedas verticales relacionadas con una consulta, como video, libros, estudios, noticias, enlaces de sitio e imágenes.

**C2B (Consumidor-a-negocio):** Los consumidores abordan el negocio con una oferta.



**C2C (Consumidor a consumidor):** Son las transacciones informativas o financieras entre consumidores, pero generalmente mediadas a través de un sitio comercial.

**Cadena de suministro:** Es el flujo óptimo de producto desde el sitio de producción a través de ubicaciones intermedias hasta el sitio de uso final.

**Cadena de valor:** Es un modelo que considera cómo las actividades de la cadena de suministro pueden agregar valor a los productos y servicios entregados al cliente.

**Calendario editorial:** Es un plan para programar la creación de contenido nuevo y actualizado para

diferentes audiencias con el fin de respaldar los objetivos comerciales de los nuevos visitantes o aumentar la conversión como parte del marketing de contenidos.

**Calidad del servicio:** El nivel de servicio recibido en un sitio web. Depende de la confiabilidad, capacidad de respuesta y disponibilidad del personal y del servicio del sitio web.

**Campaña de construcción de tráfico:** Es el uso de técnicas de promoción en línea y offline, como publicidad de pancartas, promoción de motores de búsqueda y enlaces recíprocos para aumentar la audiencia de un sitio (clientes nuevos y existentes).

**Campañas mejoradas de Google AdWords:** Es un enfoque introducido por Google en 2013 para simplificar la administración de los anuncios que se muestran en diferentes ubicaciones, diferentes partes del día (horas del día) y en diferentes dispositivos.

**Canal de distribución:** El e-commerce ha crecido en importancia a medida que las empresas han adoptado sistemas de canales de pure-click y Brick-and-click. Podemos distinguir el sistema de canal pure-click y Brick-and-click de adoptado por las empresas: Las empresas de pure-click o pure-players son aquellas que han lanzado un sitio web sin existencia previa como empresa. Las compañías Brick-and-clicks de son aquellas compañías existentes que han agregado un sitio en línea para el comercio electrónico.

**Canal de Promoción:** Son las medidas que evalúan por qué los clientes visitan un sitio, qué anuncios han visto y a cuáles sitios han sido referidos.

**Canales de comunicación del cliente:** Es la gama de medios utilizados para comunicarse directamente con un cliente.

**Canales de distribución:** Es el mecanismo por el cual los productos se dirigen a los clientes a través de

intermediarios o directamente.

**Canales de medios digitales:** Representan las técnicas de comunicación en línea, como el marketing de motores de búsqueda, el marketing de afiliación y la publicidad gráfica utilizada para atraer a los usuarios de la web en sitios de terceros; alentándolos a visitar el sitio de una organización o comprar a través de canales tradicionales, como por teléfono o en la tienda.

**Capacidad de entrega:** Capacidad de garantizar que los mensajes de correo electrónico se envíen y no queden bloqueados por filtros de correo no deseado porque el contenido o la estructura del correo identifican falsamente un correo electrónico basado en permisos como spam o porque la dirección IP del remitente tiene una mala reputación de spam.

**Capacidades:** Las capacidades son intangibles y se desarrollan a partir del comportamiento y las actividades combinadas y coordinadas de los empleados de una organización y, por lo tanto, están integradas en la organización y los procesos. La definición de capacidad es la facultad y respuesta de una organización para "realizar un conjunto de tareas coordinadas, utilizando los recursos de la organización, con el fin de lograr un resultado final en particular".

**Características demográficas:** Son las variaciones en los atributos de la población como la edad, el sexo y la clase social.

**Card Sorting:** es una técnica de investigación de usuarios que permite descubrir cómo los usuarios creen que deberían estar organizados los contenidos de un producto digital.

**Catálogo o directorio:** Los catálogos proporcionan una lista estructurada de sitios web registrados en diferentes categorías. Son similares a una versión electrónica de las páginas amarillas.

**Centro comercial virtual:** Es un sitio web que reúne a diferentes minoristas electrónicos en una sola ubicación virtual (en línea). Esto contrasta con una infraestructura de ubicación fija: el acuerdo tradicional en el que las organizaciones minoristas operan desde tiendas minoristas situados en ubicaciones fijas, como los centros comerciales del mundo real.

**Centro de llamadas:** Es una ubicación para procesos de telemarketing entrante y saliente.

**Centro de marketing de contenido:** Es una ubicación de marca central donde su audiencia puede acceder e interactuar con todos sus activos de marketing de contenido clave. El centro de contenido puede ser un blog o una nueva sección, una revista de cliente en línea o un centro de recursos.

**Centro de preferencia del cliente:** Página (s) de perfil que permite a los clientes adaptar el tipo y la frecuencia de las comunicaciones que reciben.

**Certificado:** Es una copia válida de una clave pública de una persona u organización junto con la información de identificación. Es emitido por una tercera parte confiable (TTP) o por una autoridad de certificación (CA).

**Certificados digitales (claves):** Es un método para garantizar la privacidad en Internet. Los certificados constan de claves formadas por grandes números que se utilizan para identificar personas de manera única. Ver clave pública.

**Ciberespacio y cibermarketing:** Estos términos fueron citados por escritores de ciencia ficción y escritores sensacionalistas para indicar la naturaleza futurista de usar Internet, el prefijo “cibernético” indica una confusión entre humanos, máquinas y comunicaciones. Los términos no se utilizan con frecuencia en la actualidad ya que los términos Internet, Intranet y Web son específicos y ampliamente utilizados.

**Cibermediarios:** Son intermediarios que reúnen a compradores y vendedores con necesidades particulares de información o servicio.

**Ciclo de vida del cliente:** Son las etapas que cada cliente atravesará en una relación a largo plazo a través de la adquisición, retención y extensión.

**Ciclo Hype:** Es una representación gráfica de la madurez, adopción y aplicación comercial de tecnologías específicas.

**Cifrado:** Es la codificación de la información en una forma que no puede ser interpretada. Se usa para hacer que la información sea legible.

**Clave pública:** Es un identificador único de un comprador o vendedor que está disponible para otras partes para permitir el comercio electrónico seguro mediante cifrado basado en certificados digitales.

**Clic en ecosistema:** Describe el comportamiento del cliente o el flujo de visitantes en línea entre los motores de búsqueda, sitios de medios, otros intermediarios de una organización y sus competidores.

**Click & Collect:** Describe el proceso en el cual un cliente ordena algo en línea (“clic”) y lo recoge en una ubicación física, a menudo de su elección (“cobrar”). Esta puede ser la salida física de una marca, así como una unidad a través del punto de recogida (como supermercados) o una ubicación de terceros.

**Click-de anuncio:** Ocurre cada vez que un usuario hace clic en un anuncio publicitario para dirigirlo a una página web que contiene más información. La tecnología de seguimiento de seguimiento de Java se puede utilizar para rastrear los movimientos de usuarios individuales a sitios web.

**Clicks-and-mortar:** Es una empresa que combina presencia online y offline.

**Clicks-only of Internet pureplay:** Es una organización que tiene una presencia en línea principalmente.

**Clickstream:** Es un registro de la ruta que un usuario toma a través de un sitio web. Permite a los diseñadores de sitios web evaluar cómo es utilizado su sitio web.

**Clics en los anuncios:** También llamados clickthroughs. Representan la cantidad de veces que un usuario “hace clic” en un anuncio en línea y a menudo medido como una función del tiempo (clics del anuncio por día).

**Cliente-servidor:** La arquitectura cliente-servidor consiste en computadoras cliente; PC que comparten recursos, como una base de datos almacenada en una computadora hacia un servidor más poderoso.

**CMS (Sistema de gestión de contenido):** Es una herramienta de software para crear, editar y actualizar documentos a los que se accede por intranet, extranet o Internet.

**Co-branding:** Es un acuerdo entre dos o más compañías donde pactan exhibir conjuntamente el contenido y realizar promociones conjuntas utilizando logotipos de marcas, marketing por correo electrónico o publicidades de pancartas. El objetivo es que las marcas se fortalezcan si se las considera complementarias. La marca compartida es a menudo un arreglo recíproco que puede ocurrir sin pago como parte de un acuerdo más amplio entre socios.

**Código abierto:** Es el software de código abierto, generalmente está disponible libremente, lo que significa que el cliente puede descargarlo, instalarlo y comenzar a usarlo sin pagar.

**Código corto:** Son los números de cinco dígitos combinados con texto, pueden ser utilizados por anunciantes o por emisoras para alentar a los consumidores a registrar su interés. Por lo general, son seguidos por un mensaje de texto automatizado

del anunciante con la opción de optar por más información por correo electrónico o un enlace a un sitio WAP.

**Co-marketing:** Es un acuerdo de asociación alcanzado entre diferentes empresas para promoverse mutuamente, generalmente basado en el intercambio de contenido (y potencialmente promociones) principalmente a la audiencia de canales de medios propios, tales como redes sociales, blogs y marketing por correo electrónico.

**Comercialización de la web:** Consiste en maximizar el potencial de ventas de una tienda en línea para cada visitante. Esto significa conectar los productos adecuados con la oferta adecuada para el visitante correcto, y recordar que la tienda en línea es parte de una experiencia más amplia que incluye publicidad en línea y offline, visitas en la tienda, servicio al cliente y entrega.

**Comercialización multicanal:** Son las comunicaciones de los clientes y la distribución de productos son compatibles con una combinación de canales digitales y tradicionales en diferentes puntos del ciclo de compra.

**Comerciantes virtuales:** Son minoristas como Amazon que sólo operan en línea: no tienen una infraestructura de ubicación fija.

**Comercio móvil o m commerce:** Es el uso de dispositivos inalámbricos, como teléfonos móviles, para transacciones informativas o monetarias.

**Comercio social:** Es un subconjunto del comercio electrónico que fomenta la participación e interacción de los clientes en la calificación, selección y compra de productos a través de la compra en grupo. Esta participación puede ocurrir en un sitio de comercio electrónico o en sitios de terceros.

**Common Gateway Interface (CGI):** Es un método para procesar información en un servidor web en respuesta a una solicitud del cliente. Normalmente,

un usuario completará un formulario basado en la web y el resultado será procesado por un script CGI (aplicación). Las páginas Active Server (ASP) son una alternativa a un script CGI.

**Comportamiento del canal del comprador:** Este describe qué contenido se visita, el tiempo y la duración.

**Comportamiento del consumidor:** Es el proceso en el cual se investigan las motivaciones, las preferencias de consumo de los medios y los procesos de selección de los consumidores, en medida que usan los canales digitales junto con los canales tradicionales para comprar productos en línea y usar otros servicios en línea.

**Comportamiento satisfactorio:** Los consumidores no se comportan racionalmente en la selección de productos o proveedores. Comparan alternativas, pero luego pueden hacer su elección si reciben información imperfecta.

**Compra agregada:** Es una forma de unión de clientes donde los compradores compran una cantidad de artículos al mismo precio colectivamente y reciben un descuento por volumen.

**Compra de medios:** Es el proceso de compra de medios para cumplir con los requisitos del plan de medios al menor costo.

**Comprador de medios:** Es la persona dentro de una empresa que desea anunciar quién coloca el anuncio, generalmente a través de un intermediario de medios.

**Comprando en modo mixto:** Es el proceso por el cual un cliente cambia entre los canales en línea y offline durante el proceso de compra.

**Compras de comercio electrónico:** Son transacciones de comercio electrónico entre una organización de compras y sus proveedores.

**Compromiso con el cliente:** Son las interacciones repetidas que fortalecen la inversión emocional, psicológica o física que un cliente tiene en una marca. Comunicaciones de marketing integradas: Es la coordinación de los canales de comunicación para entregar un mensaje claro y consistente.

**Comunicaciones de pago por desempeño:** Los anunciantes sólo pagan por una respuesta (costo por clic) como en marketing de búsqueda de pago por clic o por un lead o venta como en marketing de afiliación.

**Comunicaciones electrónicas basadas en campañas:** Son las comunicaciones de marketing electrónico que se ejecutan para respaldar una campaña de marketing específica, como el lanzamiento de un producto, la promoción de precios o el lanzamiento de un sitio web.

**Comunicaciones entrantes basadas en Internet:** Los clientes preguntan a través de formularios y correos electrónicos basados en la web.

**Comunicaciones permanentes:** Es la inversión continua en medios digitales pagados, propios y ganados para captar clientes potenciales y clientes, y cumplir el propósito de compra mientras investigan productos a través de sitios de búsqueda, redes sociales y editoriales.

**Comunicaciones salientes basadas en Internet:** Es cuando se utilizan el sitio web y el marketing por correo electrónico para enviar comunicaciones personalizadas a los clientes.

**Comunidad virtual:** Es un foro basado en Internet dirigido a grupos de intereses especiales y sirve para comunicarse mediante un tablero de anuncios para publicar mensajes.

**Concepto web 2.0:** Es una colección de servicios web que facilita la interacción de los usuarios de la web con un sitio para crear contenido generado por el usuario y fomentar determinados comportamientos

en línea, como la participación en redes comunitarias o sociales y contenido generado por el usuario, mashups, clasificación de contenido, uso de widgets y etiquetado.

**Concepto web 3.0:** Es la Web de la próxima generación que incorpora conectividad de alta velocidad, interacciones complejas entre comunidades y una web inteligente o semántica donde las aplicaciones automatizadas pueden acceder a datos de diferentes servicios en línea para ayudar a los buscadores a realizar tareas complejas de selección de proveedores.

**Confidencialidad:** Referirse al término métodos de seguridad.

**Conflictos de canales:** Es una amenaza importante que surge de la introducción de un canal de Internet que si bien genera desintermediación, brinda la oportunidad de que una empresa venda directamente y aumente la rentabilidad de los productos, también puede afectar los acuerdos de distribución existentes con los socios existentes.

**Conocimiento del cliente:** Es el conocimiento sobre las necesidades, características, preferencias y comportamientos de los clientes en base al análisis de datos cualitativos y cuantitativos. Las ideas específicas se pueden utilizar para informar tácticas de marketing dirigidas a grupos de clientes con características compartidas.

**Construcción de enlace externo:** Es un enfoque proactivo para obtener enlaces de calidad de sitios de terceros.

**Consultas de medios:** Es un enfoque de estilo dentro de Hojas de estilos en cascada (CSS3) que permite que el diseño cambie en función del tipo de dispositivo en su escala.

**Consumidor de datos:** Es un individuo, grupo o aplicación que recibe datos en forma de una

colección. Los datos se utilizan para consultas, análisis e informes.

**Contenido del sitio web:** Accesible en la Web y creado por una organización o individuo en particular. La ubicación e identidad de un sitio web se indica mediante su dirección web (URL) o nombre de dominio. Puede almacenarse en un único servidor en una sola ubicación o en un clúster de servidores.

**Contenido duplicado:** Son las diferentes páginas que el motor de búsqueda evalúa son similares y, por lo tanto, no tienen un alto puntaje, aunque pueden ser para productos o servicios distintos.

**Contenido publicitario anidado:** Esto se refiere a la situación en la que la persona que realiza el clic no se redirige a un sitio corporativo o de marca, sino que se es llevado a una página relacionada en el mismo sitio en el que se coloca el anuncio. (A veces denominado microsítio).

**Contenido:** El contenido es el diseño, el texto y la información gráfica que forma una página web. El buen contenido es la clave para atraer clientes a un sitio web y conservar su interés o lograr visitas repetidas.

**Contra mediación:** Es la creación de un nuevo intermediario por parte de una empresa establecida. **Contra-acuerdos:** Es un acuerdo recíproco en la forma de un intercambio donde el pago no se lleva a cabo. En cambio, los servicios o el espacio publicitario promueven otra empresa como parte de la marca compartida.

**Contribución de ingresos en línea:** Es una evaluación de la contribución directa de Internet u otros medios digitales a las ventas, generalmente expresada como un porcentaje de los ingresos totales de ventas.

**Contribución de Internet:** Es una evaluación de la medida de la importancia del Internet y como éste contribuye a las ventas para una empresa.

**Contribución de promoción en línea:** Es una evaluación de la proporción de clientes (nuevos o retenidos) a los que se llega mediante comunicaciones en línea y que se ven influidos como resultado.

**Controlador de datos:** Es una persona responsable de la protección de datos que cada empresa debería tener.

**Controladores de rendimiento:** Son los factores críticos de éxito que determinan si se logran los objetivos comerciales y de marketing.

**Convergencia de tecnología:** Es una tendencia en la que diferentes dispositivos de hardware como televisores, computadoras y teléfonos se fusionan y tienen funciones similares.

**Convergencia:** Es una tendencia en la que diferentes dispositivos de hardware como televisores, computadoras y teléfonos se fusionan y tienen funciones similares.

**Cookie de sesión:** Es una cookie utilizada para administrar una única sesión de visitante.

**Cookies de terceros:** Servido por otro sitio al que se está viendo: típico para portales donde una red publicitaria rastreará de forma remota o donde el software de análisis web enlaza una cookie.

**Cookies persistentes:** Son las cookies que permanecen en una computadora después de una sesión de visitante han finalizado. Se utilizan para reconocer a los visitantes que vuelven.

**Cookies primarias:** Son aquellas que dispone el sitio actualmente en uso, típico de los sitios de comercio electrónico.

**Cookies:** Son pequeños archivos de texto almacenados en la computadora de un usuario final para permitir que los sitios web identifiquen al usuario. Permiten que una empresa identifique a

un visitante anterior en un sitio y desarrolle un perfil del comportamiento de ese visitante a partir de esto. Consulta las cookies persistentes, las cookies de sesión, las cookies de origen y las de terceros.

**Corredor de la lista:** Es un comando que permitirá obtener la lista de correo electrónico apropiada del propietario de la lista.

**Corredor de publicidad:** Referirse al término agente de medios.

**Corredor/Broker:** Refiérase al término Agente de medios.

**Correo electrónico de exclusión:** No se contacta al cliente posteriormente si él o ella ha declarado explícitamente que no quiere que se lo contacte en el futuro. Las opciones de cancelación generalmente están disponibles dentro del correo electrónico.

**Correo electrónico entrante:** Es el correo electrónico que llega a una empresa.

**Correo electrónico opcional:** El cliente solo se pone en contacto cuando solicita explícitamente que se envíe información. (generalmente al completar un formulario en pantalla).

**Correo electrónico saliente:** Es el correo electrónico enviado desde una empresa.

**Correo electrónico:** Representa el envío de mensajes o documentos, como noticias sobre un nuevo producto de promoción de ventas entre particulares. Una forma primitiva de canal de empuje. El correo electrónico puede ser entrante o saliente.

**Costo por Adquisición permitido:** Es el costo máximo permitido para generar clientes potenciales o nuevos clientes de forma rentable.

**Costo por adquisición:** Es el costo de adquirir un nuevo cliente. Normalmente se limita al costo de las

comunicaciones y por venta para nuevos clientes. También puede referirse a otros resultados, como el costo por cotización o la consulta.

**CPC (Costo por clic):** Es el costo de cada clic desde un sitio de referencia a un sitio de destino, generalmente desde un motor de búsqueda en marketing de búsqueda de pago por clic.

**CPM (Costo por mil):** Es el costo que se obtiene por 1000 impresiones en los anuncios.

**CPTM (Costo por millar dirigido):** Es el costo por alcanzar el objetivo de cada mil para un anuncio. Ver el término Targeting.

**Cracker:** Es un intermediario malicioso que trata de descubrir información sensible revisando entre las redes de las computadoras.

**Creación de enlaces:** Es un enfoque proactivo para obtener enlaces de calidad de sitios de terceros.

**Creatividad del anuncio:** Representa el diseño y el contenido de un anuncio.

**CRM (Gestión de relaciones con los clientes):** Una solución de gestión de las relaciones con clientes, orientada a gestionar tres áreas básicas: la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente con el objetivo de crear y mantener negocios a largo plazo con los clientes.

**CSS o Hojas de estilo en cascada:** Es un mecanismo simple para agregar estilo (por ejemplo, fuentes, colores, espaciado) a documentos web. El CSS permite controlar diferentes elementos de estilo en todo un sitio o sección del sitio. Los elementos de estilo que comúnmente se controlan incluyen tipografía, color de fondo e imágenes, y bordes y márgenes.

**CURL (URL de campaña):** Es una dirección web específica para una campaña en particular.



**DAB (Radio de radiodifusión de audio digital):** Es una radio digital con una calidad de sonido clara con la capacidad de transmitir texto, imágenes y video.

**Darse de baja:** Es una opción para darse de baja de un boletín informativo o grupo de discusión por correo electrónico.

**Datos administrativos:** Son los datos que ayudan a un administrador de almacén a gestionar el depósito de datos. Ejemplos de datos administrativos son los perfiles de usuario y los datos del historial de pedidos.

**Datos comerciales:** Información sobre personas, lugares, cosas, reglas comerciales y eventos que se utiliza para operar el negocio. No son metadatos (Los metadatos definen y describen datos comerciales).

**Datos de actividad del visitante del sitio:** Es la información sobre el contenido y los servicios a los que acceden los visitantes del sitio de comercio electrónico.

**Datos en tiempo real:** Son los datos detallados actualizados al instante, utilizados para ejecutar el negocio y acceder a ellos en modo lectura o escritura, generalmente a través de transacciones predefinidas.

**Datos personales:** Es cualquier información sobre una persona almacenada por las empresas con respecto a sus clientes o empleados.

**Datos:** Son los elementos que representan hechos, texto, gráficos, imágenes en mapas de bits, sonido, segmentos de video en vivo analógicos o digitales. Los datos son la materia prima de un sistema suministrado por los productores de datos y los

consumidores de información los utilizan para crear información.

**DDOS (Ataque de denegación de servicio):** Implica que un grupo de hackers tome el control de muchas computadoras 'zombies' conectadas a Internet cuya seguridad se ha visto comprometida. Esta 'botnet' se usa para realizar muchas solicitudes a un servidor de destino, por lo que se sobrecarga y se impide el acceso a otros visitantes.

**Declaración de privacidad:** Es la información sobre un sitio web que explica cómo y por qué se recopilan, procesan y almacenan los datos de las personas.

**De-duplicación de medios digitales:** Se refiere a un referente único de una visita que conduce a la venta en función del método de último clic de atribución de canales de medios digitales.

**Defensor de marca:** Cuando un cliente que tiene percepciones favorables de una marca, habla favorablemente sobre ésta a sus conocidos para ayudar a generar conciencia sobre la marca o influir en la intención de compra.

**Desarrollador de contenido:** Es la persona responsable de actualizar páginas web dentro de una organización.

**Desarrollo (de la construcción del sitio):** Término utilizado para describir la creación de un sitio web por los programadores. Implica escribir el contenido HTML, agrupar gráficos y escribir cualquier código de software necesario como JavaScript o ActiveX (programación).

**Descargar:** Es el proceso de recuperación de información electrónica, como una página web o un correo electrónico desde otra ubicación remota, como un servidor web.

**Descifrado:** Es el proceso de descodificación de un mensaje que se ha cifrado utilizando reglas

matemáticas definidas.

**Desintermediación:** Es la eliminación de intermediarios como distribuidores o corredores que anteriormente vinculaban a una compañía con sus clientes.

**DevOps:** Es un enfoque para el desarrollo de sistemas que implica una relación más colaborativa y más cercana entre los equipos de desarrollo y los equipos de operaciones con el objetivo de reducir los tiempos de implementación y la frecuencia de actualizaciones del sistema y mejorar su estabilidad.

**DFA (Diseño para análisis):** Son las medidas requeridas de un sitio que se consideran durante el diseño para comprender a la audiencia de un sitio y sus puntos de decisión de mejor manera.

**Diferenciación:** Proceso mediante el cual, la selección de productos se vuelve más dependiente del precio que de la diferenciación de características, beneficios y servicios de valor agregado.

**Direcciones web:** Se refieren a páginas particulares de un servidor web alojado por una empresa u organización. El nombre técnico para las direcciones web es unificador de recursos universal o uniforme (URL).

**Diseño centrado en el usuario:** Es el diseño basado en la optimización de la experiencia del usuario de acuerdo con todos los factores, incluida la interfaz de usuario, que afectan a esto.

**Diseño de sitio dirigido por marketing:** Son los elementos de diseño del sitio, se desarrollan para lograr la adquisición, retención y comunicación de los mensajes de marketing por parte de los clientes. **Diseño gráfico:** Son todos los factores que rigen la apariencia física de una página web.

**Diseño web adaptable para dispositivos móviles:** Es un enfoque generalmente más sofisticado que el

diseño web adaptativo (Responsive), que consiste en ofrecer una experiencia optimizada para teléfonos específicos y divide el código y el procesamiento para que se muestren en diferentes dispositivos entre el cliente y el servidor.

**Diseño web adaptativo:** También conocido como el diseño de mejora progresiva, esta técnica de diseño ofrece diferentes diseños y características de acuerdo con el navegador y la resolución de pantalla del dispositivo.

**Dispersión de precios:** Es la distribución o gama de precios cobrados por un artículo en diferentes minoristas.

**Disponibilidad del sitio:** Es una indicación de lo fácil que es conectarse a un sitio web como usuario. En teoría, esta cifra debería ser del 100%, pero por razones técnicas, como fallas en el hardware del servidor o actualizaciones de software, a veces los usuarios no pueden acceder al sitio y la cifra cae por debajo del 90%.

**Disponibilidad:** Significa ver los métodos de seguridad; sitios disponibles.

**DNS (Sistema de nombre de dominio):** Es el sistema que proporciona un método para representar direcciones de Protocolo de Internet (IP) como nombres basados en texto. Estos se usan como direcciones web. Por ejemplo, www.microsoft.com es la representación del sitio 207.68.156.58. Los nombres de dominio se dividen en las siguientes categorías:

**DPI (Derechos de propiedad intelectual):** Protege la propiedad intangible creada por corporaciones o individuos que está protegida por derechos de autor, secretos comerciales y leyes de patentes.

**DRM (Gestión de derechos digitales):** Es el uso de diferentes tecnologías para proteger la distribución de servicios o contenidos digitales, como software,

música, películas u otros datos digitales.

**DSP (Plataformas de demanda):** Es un servicio que permite que los anuncios se administren a través de múltiples redes publicitarias e intercambios de anuncios a través de una única interfaz diseñada para administrar la generación de informes y el rendimiento.



**E commerce Buy-Side:** Son transacciones de comercio electrónico entre una organización de compras y sus proveedores, posiblemente a través de intermediarios.

**E commerce/ Comercio electrónico:** Son todos los intercambios financieros e informativos mediados por medios electrónicos entre una organización y sus partes interesadas externas.

**EAI (Integración de aplicaciones empresariales):** Es la tecnología de middleware (conectiva entre softwares) que se utiliza para conectar diferentes aplicaciones de software y sus bases de datos subyacentes ahora se conoce como “integración de aplicaciones empresariales”.

**E-business (Negocio electrónico):** Son todos los intercambios de información mediados electrónicamente, tanto dentro de una organización como con partes interesadas externas, que respaldan la gama de procesos comerciales.

**Ecosistema de mercado en línea:** Son interacciones entre diferentes sistemas en línea relacionados con una tecnología de hardware o software específica que puede ser independiente o desarrollada por una marca en particular.

**eCPM (Costo efectivo por mil):** Es una medida de los ingresos totales que un propietario del sitio puede lograr a través de publicidad u otras opciones de ingresos. El eCPM se calcula como ingresos por publicidad logrados por cada 1000 páginas que se sirven para todo el sitio o una sección.

**e-CRM (Gestión electrónica de relaciones con los clientes):** Es la utilización de las tecnologías de comunicación digital para maximizar las ventas a clientes existentes y fomentar el uso continuo de servicios en línea.

**EDI (Intercambio electrónico de datos):** Es el intercambio de documentos comerciales estandarizados tales como órdenes de compra y facturas entre compradores y vendedores usando medios digitales.

**EDI de Internet:** Es el uso de estándares de intercambio de datos electrónicos entregados a través de redes de protocolo de Internet no propietarias.

**Efectivo digital / e-cash / efectivo digital:** Es una versión electrónica de efectivo en la que el comprador de un artículo es típicamente anónimo para el vendedor. (También conocido como efectivo virtual o electrónico o efectivo electrónico).

**Efectivo electrónico:** Referirse al término efectivo digital.

**Efecto Halo:** Se entiende como el papel de un canal de medios para influenciar la venta o la mejora en las métricas de la marca. Es comúnmente aplicado a la publicidad en línea, donde la exposición a anuncios gráficos puede aumentar las tasas de clics cuando el consumidor se expone posteriormente a una marca a través de otros medios, por ejemplo, enlaces patrocinados o anuncios afiliados. También puede mejorar las tasas de conversión en los sitios de destino a través de una mayor confianza en la marca o la familiaridad con la oferta.

**Eficacia operativa:** Significa realizar actividades similares mejor que sus rivales. Esto incluye la eficiencia de los procesos.

**Eficacia:** Es el cumplimiento de los objetivos del proceso, entrega de los productos y resultados requeridos. 'Haciendo lo correcto.'

**Eficiencia:** Es minimizar los recursos o el tiempo necesario para completar un proceso. 'Hacer las cosas bien.'

**El marketing en tiempo real y las relaciones públicas:** El crear una marca desarrolla un enfoque ágil y proactivo de las relaciones públicas, ya que el marketing de contenidos y la publicidad participan en las noticias y tendencias actuales para ayudar a aumentar su visibilidad e influencia a través de menciones de marca positivas. También desarrollan un enfoque reactivo para responder a las menciones de marca negativas a través de la gestión de reputación en redes sociales.

**Elasticidad de precios de la demanda:** Es la medida del comportamiento del consumidor que indica el cambio en la demanda de un producto o servicio en respuesta a cambios en el precio.

**Elección del cliente:** Identificar segmentos clave de clientes y orientarlos para la construcción de relaciones.

**Empresa:** Es un negocio completo que consiste en la ejecución de funciones, divisiones u otros componentes utilizados para lograr objetivos específicos y metas definidas.

**Encriptación asimétrica:** Ambas partes usan una clave relacionada pero diferente para codificar y decodificar mensajes.

**Encriptación de clave pública:** Es una forma asimétrica de encriptación en la que las claves o certificados digitales utilizadas por el emisor y el

receptor de información son diferentes. Las dos claves están relacionadas, por lo que solo el par de claves se pueden usar juntas para cifrar y descifrar información.

**Encriptación simétrica:** Es cuando ambas partes en una transacción usan la misma clave para codificar y decodificar mensajes.

**Enlaces recíprocos:** Son los enlaces acordados entre uno mismo y otra organización.

**Enriquecimiento de datos:** Es una actividad que complementa y / o mejora los datos existentes.

**Algunas técnicas utilizadas para enriquecer datos incluyen:** el uso de lógica difusa para ayudar a una actividad de búsqueda; acceder a los datos relacionados de otras fuentes y llevar los datos a una simplificación virtual (por ejemplo, proporcionar un enlace) o a una ubicación física; y, corrigiendo errores ortográficos (por ejemplo, si se da el nombre de una ciudad de "New Yrok" en combinación con un código postal de 10001, el nombre de la ciudad puede corregirse a "Nueva York").

**EPC (Ganancias por clic):** Es una medida relativa de la efectividad de un sitio o sección para generar ingresos para el propietario del sitio a través del marketing de afiliación por cada 100 clics de salida generados.

**e-PR (Online PR):** Es aquella que maximiza las menciones favorables de su empresa, marcas, productos o sitios web en sitios web de terceros que probablemente sean visitados por su público objetivo. Las relaciones públicas en línea pueden extender el alcance y la conciencia de una marca dentro de una audiencia y también generarán vínculos de retroceso vitales para el SEO. También se puede usar para respaldar actividades de marketing virales o boca a boca en otros medios.

**E-procurement (Contratación electrónica):** Es la integración y gestión electrónica de todas las actividades de adquisición, incluida la solicitud de compra, la autorización, el pedido, la entrega y el pago entre un comprador y un proveedor.

**Equidad de marca:** Son los activos (o pasivos) de marca vinculados al nombre y símbolo de una marca que se suman (o restan) a un servicio.

**E-retail:** El negocio del comercio minorista electrónico se define como la venta de bienes y servicios a través de Internet u otros canales electrónicos para consumidores individuales. Esta definición incluye todo el comercio electrónico y las actividades relacionadas que finalmente resultan en transacciones.

**ERP:** Es un software de gestión empresarial, generalmente un conjunto de aplicaciones integradas que una empresa puede utilizar para recopilar, almacenar, gestionar e interpretar datos de muchas actividades comerciales, que incluyen: - Planificación del producto, costo, - Fabricación o prestación de servicios, - Marketing y ventas, - gestión de inventario, - envío y pago, - gestión del capital humano.

**Escaneo y análisis ambiental:** Es el proceso de monitoreo continuo del entorno y análisis de eventos de una organización que tienen implicaciones para planificar y responder en consecuencia.

**Escenario de uso:** Es un camino particular, flujo de eventos o actividades realizadas por un visitante a un sitio web.

**Escenarios de clientes (viajes de clientes en línea):** Son las tareas o resultados alternativos requeridos por un visitante a un sitio web. Generalmente se realiza en una serie de etapas de diferentes tareas que implican diferentes necesidades o experiencias de información.

**Escuchar en las redes sociales:** Es el proceso de usar herramientas de monitoreo para revisar las menciones de una marca y palabras clave relacionadas dentro de las redes sociales y otros sitios en línea.

**ESP (Proveedores de servicios de correo electrónico):** Éstas brindan un servicio basado en la web que utilizan los especialistas en marketing para administrar sus actividades de correo electrónico, incluidos los formularios de suscripción a correo electrónico, transmisión y seguimiento.

**Espacio de mercado electrónico:** Es un mercado virtual en Internet, no hay contacto directo entre compradores y vendedores.

**Espacio publicitario:** Es el área de una página web que se reserva para anuncios publicitarios.

**Esquemas de organización de información:** Es la estructura elegida para agrupar y categorizar información.

**Estadísticas del sitio:** Son recolectadas por analizadores de archivos de registro, se usan para monitorear la efectividad de un sitio web.

**Estándares éticos:** Son las prácticas o comportamientos que son moralmente aceptables para la sociedad.

**Estrategia de contacto o táctil:** Es la definición de la secuencia y el tipo de comunicación saliente que se requiere en diferentes puntos del ciclo de vida del cliente.

**Estrategia de contenido:** Es la gestión de texto, contenido multimedia, audio y video destinado a atraer clientes y prospectos para cumplir los objetivos comerciales publicados a través de medios impresos y digitales, incluidas plataformas web y móviles, que se reutilizan y distribuyen a diferentes formas de presencia web, como sitios de editor, blogs, redes sociales y sitios de comparación.

**Estrategia de marketing de canales:** Es aquella que define como una empresa debe establecer objetivos específicos para un canal como Internet y variar su propuesta y las comunicaciones para este canal.

**Estrategia de marketing digital:** Definición del enfoque mediante el cual se genera la aplicación de plataformas tecnológicas digitales que respaldarán los objetivos comerciales y de marketing.

**Estrategia de marketing en Internet:** Es la definición del enfoque por el cual el marketing en Internet apoyará los objetivos comerciales y de marketing.

**Estrategia de marketing multicanal:** Es aquella que define cómo los diferentes canales de marketing deberían integrarse y apoyarse mutuamente en términos de desarrollo de propuestas y comunicaciones en función de sus ventajas relativas para el cliente y la empresa.

**Estrategia de marketing objetivo:** Es la evaluación y selección de segmentos apropiados y desarrollo de ofertas apropiadas.

**Estrategia de medios sociales:** Es una definición de las comunicaciones de marketing utilizadas para lograr la interacción con los usuarios de redes sociales para cumplir los objetivos comerciales. El alcance de la optimización de las redes sociales también incluye la incorporación de características sociales tales como actualizaciones de estado y compartir widgets en los sitios web de la compañía.

**Estrategia de participación del cliente:** Es una estrategia para fomentar la interacción y la participación de los consumidores con una marca mediante el desarrollo de contenido y experiencia con el fin de alcanzar objetivos comerciales. Está estrechamente relacionada con el desarrollo del marketing de contenidos y la estrategia de las redes sociales.

**Estrategia de URL:** Es un enfoque definido sobre cómo se etiqueta el contenido al colocarlo en diferentes directorios o carpetas con distintas direcciones web.

**Estrategia emergente:** Es el análisis y el desarrollo estratégico, y la implementación de la estrategia, están interrelacionados y se desarrollan juntos.

**Estrategia prescriptiva:** Es una de las tres áreas centrales del análisis estratégico, donde el desarrollo estratégico y la implementación de la estrategia se vinculan secuencialmente.

**Estrategias de contacto de clientes entrantes:** Son enfoques para gestionar el costo y la calidad del servicio relacionado con la gestión de las consultas de los clientes.

**Estructura del canal:** Es la configuración de los socios en un canal de distribución.

**Estructura:** Es una técnica utilizada para dividir una página web en diferentes partes, como el menú y el contenido por separado.

**Etapas en el desarrollo del sitio web:** Son las etapas estándar de creación de un sitio web; iniciación, viabilidad, análisis, diseño, desarrollo (creación de contenido), las pruebas y el mantenimiento.

**Etiquetado:** Es el seguimiento del origen o sitio de referencia o de los visitantes de un sitio y sus patrones de gasto. También el etiquetado se refiere a los usuarios o creadores de páginas web que clasifican el contenido en un sitio mediante la adición de términos descriptivos. Un enfoque común en publicaciones de blog.

**Etiquetas nofollow y Dofollow:** Una etiqueta nofollow es una pieza básica de HTML. Anexado a un hipervínculo, permite a los webmasters controlar si los motores de búsqueda siguen un enlace o no.

**Evaluación comparativa del competidor:** Es el análisis estructurado de los servicios en línea, las capacidades y el rendimiento de una organización en las áreas de adquisición, conversión, retención y crecimiento de clientes.

**Evaluación de un sitio web:** Representa la consulta, la medición del sitio web.

**Examen de compra electrónica o prueba ES:** Esta prueba fue desarrollada por de Kare-Silver para evaluar en qué medida los consumidores pueden comprar un producto minorista en particular a través de Internet.

**Exchange:** Observa los intercambios o mercados que se dan de empresa a empresa.

**Exclusión social:** Es la parte de la sociedad que queda excluida de las instalaciones disponibles para el resto.

**Exclusión:** Un cliente rechaza la oferta para recibir más información.

**Experiencia de marca:** Es la frecuencia y la profundidad de las interacciones con una marca se pueden mejorar a través de Internet.

**Experiencia del cliente en línea:** Es la combinación de factores racionales y emocionales en el uso de los servicios en línea de una empresa que influye en las percepciones de los clientes sobre una marca en línea.

**Experiencia digital del cliente:** Es la experiencia digital total de una marca incluye la presencia de una marca en diferentes plataformas, incluido el sitio web de escritorio, el sitio móvil y las aplicaciones, los anuncios en las plataformas de juegos y los servicios digitales en las tiendas. Se basa en la combinación de factores racionales y emocionales del uso de los

servicios en línea de una empresa que influye en las percepciones de los clientes sobre una marca en línea.

**Extensión de clientes:** Son las técnicas para alentar a los clientes a aumentar su participación en una organización.

**Extranet:** Está formada mediante la extensión de una intranet que va más allá de una empresa a clientes, proveedores, colaboradores o incluso competidores. Está protegido por contraseñas para evitar el acceso de los usuarios de Internet en general.



**Fase de descubrimiento o análisis:** Es la identificación de los requisitos de un servicio en línea. Las técnicas para lograr esto pueden incluir el análisis cuantitativo de datos analíticos digitales y el análisis cualitativo que involucra grupos focales, cuestionarios enviados a clientes existentes o entrevistas con cuentas clave.

**Fase de diseño (de la construcción del sitio):** La fase de diseño define cómo funcionará el sitio en las áreas clave de la estructura, navegación y seguridad del sitio web.

**F-commerce (comercio de Facebook):** Es cuando los minoristas crean una tienda en línea dentro de Facebook, a menudo con un rango limitado de stock (existencia de mercancía).

**Feed de confianza:** Es un método automatizado para colocar contenido en un índice de motor de búsqueda o en una base de datos de agregación.

**Feed o RSS feed:** Representan los Blog, noticias u otro contenido publicado por un estándar XML y con redifusión para otros sitios o leído por usuarios en servicios de lector de RSS como Google Reader,

páginas de inicio personalizadas o sistemas de correo electrónico. RSS significa Really Simple Syndication.

**Fichas electrónicas:** Son unidades de moneda digital que están en un formato electrónico estándar.

**Fidelidad a una marca:** La fidelidad a una marca se demuestra mediante la repetición de ventas y la respuesta a las campañas de marketing.

**Fidelización del cliente:** Es el deseo del cliente de continuar haciendo negocios con un proveedor determinado a lo largo del tiempo.

**Filtrado colaborativo:** Es el proceso utilizado por sistemas de recomendación con grandes volúmenes de datos con el objetivo de poder predecir de manera autónoma los intereses de los usuarios, recopilando las preferencias o gustos junto con la entrega de información específica y ofertas, generalmente basadas en el interés de clientes similares.

**Findability (Encontrabilidad):** Es una evaluación de qué tan fácil es para un usuario de la web ubicar un único objeto de contenido o utilizar el sistema de navegación y búsqueda para buscar contenido. Al igual que la usabilidad, se evalúa a través de la eficiencia (cuánto tiempo se necesita para encontrar el contenido) y la efectividad, qué tan satisfecho está el usuario con la experiencia y la relevancia del contenido que encuentra.

**Firewall:** Es una aplicación de software especializada que se monta en un servidor, específicamente en el punto donde una empresa está conectada a internet. Su propósito es evitar el acceso no autorizado a la empresa por parte de terceros. Los cortafuegos son esenciales para todas las empresas que alojan su propio servidor web.

**Firmas digitales:** Es el equivalente electrónico de las firmas escritas que se utilizan como un método en línea para identificar a personas o empresas que utilizan el cifrado de clave pública.

**Flujo:** Describe un estado en el cual los usuarios tienen una experiencia positiva al controlar fácilmente su navegación e interacción en un sitio web.

**Folksonomía:** Es una contracción de la 'taxonomía popular', que representa un método de clasificación de contenido basado en el etiquetado que no tiene jerarquía (es decir, sin relaciones entre padres e hijos).

**Formato minorista:** Esta es la naturaleza general de la mezcla minorista en términos de gama de productos y servicios, política de precios, programas promocionales, estilo de operación o diseño de la tienda y el mercadeo visual; Los ejemplos incluyen minoristas de pedidos por correo (no basados en la tienda) y minoristas de tiendas departamentales.

**Formulación de estrategias:** Es la generación, revisión y selección de estrategias para alcanzar objetivos.

**Formulario:** Método en una página web de ingreso de información, como detalles del pedido.

**Forward path analysis (Análisis de ruta hacia delantera):** Revisa las combinaciones de clics que ocurren desde una página. Esta forma de análisis es más beneficiosa cuando se avanza desde páginas importantes como la página de inicio, el producto y las páginas de directorio. Esta técnica se utiliza para identificar las combinaciones de mensajes / navegación que funcionan mejor para generar la mayor cantidad de clics desde una página. Los enfoques de mensajería similares y efectivos se pueden implementar en otro lugar del sitio.

**Fragmentación de medios:** Describe una tendencia a aumentar las opciones y el consumo de una gama de medios en términos de diferentes canales, como la web y los dispositivos móviles también dentro de los canales, por ejemplo, más canales de televisión, estaciones de radio, revistas y más sitios web. Implica una mayor dificultad para llegar al público objetivo.

**Frase clave (frase de palabras clave):** Es la combinación de palabras que usan los usuarios de los motores de búsqueda en un cuadro de búsqueda que forma una consulta de búsqueda.

**Frecuencia efectiva:** Es el número de exposiciones o impresiones publicitarias (frecuencia) requeridas para que un anuncio sea efectivo.

**FTP (File Transfer Protocol):** Es un método estándar para mover archivos a través de Internet. El FTP está disponible como una función de los navegadores web que a veces se utiliza para aplicaciones de marketing, como descargar archivos como listas de precios de productos o especificaciones. Los paquetes de FTP independientes, como WSFTP, se utilizan comúnmente para actualizar archivos HTML en servidores web al cargar revisiones en el servidor web.

**Fusión de datos:** Es la combinación de datos de diferentes fuentes complementarias (generalmente geo demográficas y de estilo de vida o investigación de mercado y estilo de vida) para crear una entidad o modelo de persona única.



**Gamification/Gamificación:** Es el proceso de aplicar el pensamiento y la mecánica del juego para involucrar a una audiencia al recompensarlos por los logros y el intercambio de datos.

**Garantía de calidad:** Es esencial para garantizar que la información del producto se ingrese y mantenga correctamente. La familia de estándares de sistemas de gestión de calidad ISO 9000 está diseñada para ayudar a las organizaciones a garantizar que satisfagan las necesidades de los clientes y otras partes interesadas al mismo tiempo que cumplen con

los requisitos reglamentarios y legales relacionados con un producto. ISO 9000 especifica la manera en que las organizaciones operan sus estándares de calidad, tiempos de entrega y niveles de servicio.

**GDN (Red de pantallas de Google):** Son diferentes tipos de editores en línea que acuerdan que Google muestre anuncios contextuales en sus sitios por una tarifa.

**Gestión de activos digitales:** Es un proceso de anotación, catalogación, almacenamiento, recuperación y distribución de activos digitales: texto, imágenes, audio / video, música o identidad corporativa (logotipos, colores).

**Gestión de contenido:** Son las herramientas de software para gestionar adiciones y modificaciones al contenido del sitio web.

**Gestión de datos:** Permite controlar, proteger y facilitar el acceso a los datos a fin de proporcionar información a los consumidores con acceso oportuno a los datos que necesitan. Las funciones son proporcionadas por un sistema de gestión de base de datos.

**Gestión de la experiencia del cliente:** Es un enfoque holístico para gestionar la experiencia del cliente y el compromiso del mismo a través del punto de contacto digital y no digital, incluyendo plataformas web, móviles y sociales, en la tienda y por centros de llamadas.

**Gestión de reputación en línea:** Es controlar la reputación de una organización a través de la supervisión y el control de los mensajes realizados sobre la organización.

**Gestión del cambio:** Es el control para minimizar los riesgos del cambio organizacional y basado en proyectos.

**Gestión del rendimiento empresarial:** Es un programa de toda la empresa que proporciona un enfoque estructurado para implementar la estrategia de forma coherente y continua. Le da a la organización la capacidad de comunicar estrategias eficazmente y garantizar que los procesos comerciales estén alineados para respaldar la implementación de esa estrategia.

**GIF (Graphics Interchange Format):** Es el formato de gráficos de intercambio utilizado para mostrar imágenes dentro de páginas web. Un GIF entrelazado se muestra gradualmente en la pantalla, creando una imagen en varias pasadas.

**Globalización:** Es el aumento del comercio internacional y los valores sociales y culturales compartidos.

**gLTD (Global (or generic) top-level domain names):** Es la parte del nombre de dominio que hace referencia a la categoría del sitio. Suele ser la parte más a la derecha del nombre de dominio, como .co. uk. o .com

**Gobernanza de Internet:** Es el control de la operación y del uso de internet.

**Gobernanza de los medios sociales:** Es la definición de cómo las empresas deben responder a las menciones sociales que pueden dar lugar a pistas o daños a la reputación.

**Gobierno Corporativo:** Es el sistema de reglas, prácticas y procesos por los cuales una compañía es dirigida y examinada. Implica equilibrar los intereses de los muchos interesados en una empresa, que incluyen a sus accionistas, la administración, los clientes, los proveedores, los financieros, el gobierno y la comunidad.

**Gobierno electrónico:** Es el uso de tecnologías de

Internet para proporcionar servicios gubernamentales a los ciudadanos.

**Gopher:** es una estructura basada en directorios que contiene información en ciertas categorías.

**GPRS:** Esta es una tecnología de comunicación aproximadamente cinco veces más rápida que la GSM y es un servicio “siempre encendido” que se cobra según el uso. La pantalla todavía está basada en texto y está basada en el protocolo WAP.

**Gráfico de conocimiento:** Es una infraestructura desarrollada por Google para mostrar información relacionada sobre personas, lugares y objetos.

**Gráfico social:** Es un término popularizado por Facebook en 2007 al describir su plataforma de Facebook. El gráfico social describe la relación entre las personas vinculadas a través de las redes sociales y otras conexiones, como el correo electrónico o el contacto personal.

**Gran compromiso:** Es un compromiso de un comerciante para comprar bajo ciertas condiciones.

**Growth hacking (Hackeo en crecimiento):** Es una mentalidad que enfoca las actividades de marketing en aumentar la escala y la rentabilidad de una empresa mediante la prueba y mejora de técnicas para mejorar el valor de los puntos de contacto de la audiencia en el ciclo de vida del cliente de alcance, interacciones, conversión y compromiso.

**Grupo de noticias Usenet:** Es un tablero de anuncios electrónicos que se utiliza para discutir un tema en particular, como un deporte, pasatiempo o área de negocios. A los que se accede tradicionalmente mediante un software de lector de noticias especial, ahora se puede acceder a ellos a través de un navegador web desde [www.deja.com](http://www.deja.com).

**Grupos focales:** Es una técnica cualitativa de estudio de opinión o de actitudes de un público.

**GSM:** Es el estándar de la técnica de transmisión digital se usa ampliamente para datos de voz móvil.

**Guía de estilo:** Es la definición de la estructura del sitio, diseño de página, tipografía y copia definida.



**Hacker:** Es alguien que le gusta explorar los detalles de los sistemas programables y cómo ampliar sus capacidades.

**Herramientas de mapeo del sitio:** Diagraman el diseño del sitio web, que es útil para la administración del sitio y se puede utilizar para ayudar a los usuarios.

**Hipervínculo:** Es un método para pasar de una página web a otra, indicada al usuario por texto resaltado y / o un color diferente. Los hipervínculos también se pueden lograr haciendo clic en una imagen gráfica, como un anuncio publicitario vinculado a otro sitio web.

**Hit:** Es cuando se registra un toque para cada gráfico o página de texto solicitada desde un servidor web. No es una medida confiable para la cantidad de personas que ven una página. Una impresión de página es una medida más confiable que indica que una persona ve una página.

**Holografía:** Es una imagen tridimensional creada con proyección fotográfica. A diferencia de la realidad virtual o 3D en una pantalla de computadora bidimensional, un holograma es una imagen verdaderamente tridimensional e independiente que no simula la profundidad espacial o requiere un dispositivo de visualización especial.

**House list:** Es una lista de nombres de posibles clientes, direcciones de correo electrónico e información de perfil propiedad de una organización.

**HTML (Lenguaje de marcado de hipertexto):** Es un formato estándar utilizado para definir el texto y el diseño de las páginas web. Los archivos HTML usualmente tienen la extensión.HTML o.HTM.

**HTTP (Protocolo de transferencia de hipertexto):** Es un estándar que define la forma en que se transmite la información a través de Internet.

**HTTP segura:** Es un cifrado HTTP.



**Identidad de marca:** Es la totalidad de las asociaciones de marca, incluidas el nombre y los símbolos que deben comunicarse.

**Idtv (Televisión digital interactiva):** Es la televisión que se muestra con una señal digital entregada por una variedad de medios (cable, satélite, terrestre (aérea), las interacciones se pueden proporcionar a través de la línea telefónica o servicio de cable.

**IIS (Microsoft Internet Information Server):** Microsoft IIS es un servidor web desarrollado por Microsoft que se ejecuta en Windows NT.

**I-Mode:** Es una plataforma de acceso móvil que permite la visualización de gráficos en color y servicios de suscripción de contenido.

**Impresión de anuncios:** Es un concepto similar al de la impresión de una página; describe una vista de un anuncio de un sólo miembro de su audiencia. Es lo mismo que la vista de anuncio, pero un término que se utiliza menos.

**Impresión de página:** Es aquella que se produce cuando un miembro del público ve una página web.

**Impresiones:** Los anuncios se venden en sitios web. Existen, por ejemplo, un banner que se coloca en la página web al igual que un banner publicitario que se muestra en estadios deportivos y estadios. Los espacios generalmente se venden en bloques de miles de impresiones. En este caso, una impresión es exactamente igual a un golpe. Después de comprar una cantidad de impresiones para su banner, puede estar seguro de que muchas personas le darán clic a la página que contiene el anuncio.

**Inclusión del índice:** Es cuando se está garantizando que la mayoría de las páginas relevantes de su (s) dominio (s) se incluyan dentro de los índices de los motores de búsqueda a los que apunta que se incluirán en la lista.

**Indicador de rendimiento principal:** Es la medida que sugiere un rendimiento futuro y, por lo tanto, puede utilizarse para tomar medidas proactivas para configurar el rendimiento futuro.

**Indicador de rendimiento rezagado:** Es una medida que indica el rendimiento pasado de la conexión. La acción correctiva se puede aplicar para mejorar el rendimiento.

**Influencer:** es una persona influyente en línea y líder de opinión. Puede incluir cualquier tipo de persona (periodistas, bloggers o celebridades) que tenga un número significativo de seguidores.

**Infomediario:** Es un negocio intermediario cuya principal fuente de ingresos proviene de la captura de información del consumidor y el desarrollo de perfiles detallados de clientes individuales para su uso por parte de terceros. Datos que han sido procesados de tal manera que pueden aumentar el conocimiento de la persona que los recibe.

**Infraestructura de información:** Es una base compartida, en evolución, abierta, estandarizada y heterogénea.

**Inicio de sesión social:** Es cuando un usuario inicia sesión en un sitio utilizando un nombre de usuario y contraseña del servicio de red social. Esto puede permitir la conexión entre las membresías sociales y la información de perfil de la empresa.

**Inicio del proyecto del sitio web:** Esta fase del proyecto debe incluir una revisión estructurada de los costos y beneficios de desarrollar un sitio web (o hacer una revisión importante de un sitio web existente). Un resultado exitoso de la iniciación será la decisión de proceder con la fase de desarrollo del sitio, con un presupuesto acordado y la fecha de finalización del objetivo.

**Integración de telefonía informática:** Consiste en la integración de la telefonía y la informática para proporcionar una plataforma para aplicaciones que simplifican o mejoran los procesos comerciales.

**Inteligencia competitiva:** Es el proceso que transforma la información desglosada en conocimiento estratégico relevante, preciso y utilizable sobre competidores, posición, desempeño, capacidades e intenciones.

**Interactividad:** Es cuando el medio permite un diálogo entre la empresa y el cliente.

**Intercambio o mercados de empresa a empresa:** Son intermediarios virtuales con instalaciones para permitir el comercio entre compradores y vendedores.

**Interfaces de programación de aplicaciones:** Es un método de intercambio de datos entre sistemas, como los servicios del sitio web.

**Intermediarios de marketing:** Son empresas que pueden ayudar a una empresa a promocionar, vender y distribuir sus productos o servicios.

**Intermediarios:** Son sitios en línea que ayudan a reunir a diferentes partes, como compradores y vendedores.

**Internet:** Es la red física que conecta computadoras en todo el mundo. Consiste en la infraestructura de servidores de red y enlaces de comunicación entre ellos que se utilizan para almacenar y transportar la gran cantidad de información en Internet.

**Intervalo:** Es el tiempo promedio que toman diferentes tipos de clientes para hacer diferentes actividades, por ejemplo, inicios de sesión, pago de facturas, primera y segunda compra.

**Intranet:** Es una red dentro de una sola compañía que permite el acceso a la información de la compañía usando las herramientas familiares de Internet, como los navegadores web y el correo electrónico. Sólo el personal de una empresa puede acceder a la intranet, que estará protegida por contraseña.

**Inventario de anuncios:** Es el número total de impresiones de anuncios que un sitio web puede vender a lo largo del tiempo (por lo general, se especifica por mes).

**Investigación de mercado basada en Internet:** Es el uso de cuestionarios en línea y grupos focales para evaluar las percepciones de los clientes sobre un sitio web o temas de marketing más amplios.

**IPTV (Televisión de protocolo de Internet):** Servicio de televisión digital entregado mediante el uso del protocolo de Internet, generalmente por una conexión de banda ancha. Se puede transmitir en tiempo real o descargar antes de la reproducción.

**IR (Tasa de interacción):** Es la proporción de espectadores de anuncios que interactúan con un anuncio en línea al pasar por encima de él. Algunos serán involuntarios dependiendo de dónde se coloque el anuncio en la pantalla, por lo que depende en gran medida de la ubicación.

**IRC (Internet Relay Chat):** Es una herramienta de comunicación que permite un "chat" basado en texto entre diferentes usuarios que inician sesión al mismo tiempo. De uso limitado para fines de

comercialización, excepto para productos de interés especial o para jóvenes.

**Irrigación por goteo:** Se basa en recolectar información sobre las necesidades del cliente a lo largo de su vida.

**ISP (Proveedor de servicios de Internet):** Es una empresa que ofrece a sus clientes un servicio para que puedan acceder a Internet. El usuario normalmente se conecta a la computadora del proveedor de acceso a través de un módem, utilizando una conexión de acceso telefónico.

**ISP (Proveedor de servicios de Internet):** Es una empresa que ofrece a sus clientes un servicio con el que pueden acceder a Internet. El usuario normalmente se conecta a la computadora del proveedor de acceso a través de un módem usando una conexión de acceso telefónico.

**Jardín amurallado:** Es una gama limitada de servicios de comercio electrónico en iDTV (en comparación con Internet).



**Java:** Es un estándar de lenguaje de programación admitido por Sun Microsystems, que permite que las aplicaciones complejas y gráficas del cliente se escriban y luego se acceda desde un navegador web. Un ejemplo podría ser un formulario para calcular el interés de un préstamo. Un competidor de ActiveX.

**JPEG (Joint Photographics Experts Group):** Es un estándar de gráficos comprimidos especificado por JPEG. Se utiliza para imágenes gráficas que generalmente requieren el uso de muchos colores, como fotografías de productos donde se acepta cierta pérdida de calidad. El formato permite cierta degradación en la calidad de la imagen para permitir una descarga más rápida.



**KPI (Indicadores clave de rendimiento):** Es la métrica utilizada para evaluar el rendimiento de un proceso y / o si se logran los objetivos.



**Landing Page:** Es la página de destino cuando un usuario hace clic en un anuncio o en un enlace desde un sitio de referencia. Puede ser una página de inicio, pero de forma más habitual y deseable para maximizar la tasa de conversión, una landing page es una página con los mensajes centrados en la oferta del anuncio.

**Lanzamiento con fuerza:** Es cuando un sitio se lanza una vez terminado con un esfuerzo promocional completo.

**Lanzamiento suave:** Es una versión de prueba de un sitio lanzado con poca publicidad.

**Lead calificado:** Es el contacto principal e información de perfil para un cliente con una indicación del nivel de su interés en las categorías de productos.

**Leads:** Son los detalles sobre un cliente potencial (prospecto).

**Lealtad emocional:** Es la lealtad a una marca que queda demostrada por percepciones, opiniones y recomendaciones favorables.

**Legislación de accesibilidad:** Es la legislación destinada a ayudar a los usuarios de sitios web con discapacidad, incluida la discapacidad visual.

**Ley de Regulaciones de Privacidad y Comunicaciones Electrónicas:** Es la ley destinada a

controlar la distribución de correo electrónico y otras comunicaciones en línea, incluidas las cookies.

**Lista de motores de búsqueda:** Es la lista de sitios y descripciones devueltas por un motor de búsqueda después de que el usuario ingrese las palabras clave. Lista fría: Son los datos alquilados o vendidos sobre personas por un tercero.

**Listados naturales u orgánicos:** Son el resultado de una consulta en un motor de búsqueda. Los sitios web de los listados se muestran en una secuencia según la relevancia de la coincidencia entre la frase clave escrita en un motor de búsqueda y una página web según un algoritmo de clasificación.

**Localización:** Diseñar el contenido del sitio web de manera tal que sea apropiado para diferentes audiencias en diferentes países.

**Logística de entrada:** Es uno de los procesos principales de la logística, se concentran en comprar y organizar el movimiento entrante de materiales, partes y / o inventario terminado de proveedores a plantas de fabricación o ensamblaje, almacenes o tiendas minoristas.

**Logística de salida:** Es el proceso relacionado con el almacenamiento y el movimiento del producto final y los flujos de información relacionados desde el final de la línea de producción hasta el usuario final.

**Long Tail (Concepto de cola larga):** Es una distribución de frecuencias que sugiere la variación relativa en la popularidad de los artículos seleccionados por los consumidores.

**LTV (Valor de por vida):** Es el beneficio neto total que un cliente o grupo de clientes proporcionará a una compañía sobre su relación total con una compañía.



**Macro ambiente:** Son las fronteras que afectan a todas las organizaciones del mercado, incluidos los aspectos sociales, tecnológicos, económicos, políticos y jurídicos.

**Malware:** Es un software malintencionado o barras de herramientas, normalmente descargadas a través de Internet, que actúan como un 'caballo de Troya' mediante la ejecución de otras actividades no deseadas como el registro de teclas de las contraseñas de los usuarios o virus que pueden recopilar direcciones de correo electrónico.

**Mapa del sitio:** Es una representación gráfica o de texto de la relación entre diferentes grupos de contenido en un sitio web.

**Marca comercial:** Es una palabra o frase única que distingue a una empresa. La marca se puede registrar como texto simple o diseñado, obra de arte o una combinación. En teoría, los colores, los olores y los sonidos también pueden ser marcas comerciales.

**Marca digital:** Es una identidad de marca utilizada para un producto o empresa en línea que difiere de la marca tradicional. (También conocido como una marca en línea).

**Marca:** Es la suma de las características de un producto o servicio percibido por un usuario.

**Marcadores sociales:** Es cuando los usuarios de Internet mantienen una versión compartida de los sitios favoritos en línea. Esto permite identificar los sitios más populares en una categoría.

**Marcos de aplicaciones web:** Es un marco de programación estándar basado en funciones de biblioteca reutilizables para crear sitios web

dinámicos a través de un lenguaje de programación.

**Marketing basado en la ubicación social:** Son las herramientas de redes sociales que brindan a los usuarios la opción de compartir su ubicación y, por lo tanto, brindan a las empresas la oportunidad de utilizar la proximidad o el marketing por ubicación para entregar ofertas y mensajes dirigidos a los consumidores y recopilar datos sobre sus preferencias y comportamiento. Las empresas pueden ofrecer beneficios a los consumidores para el check-in, para ganar puntos, ser el visitante más habitual de esa ubicación, compartir su ubicación con amigos y, en el caso de eventos, conocer gente con ideas afines.

**Marketing basado en la ubicación:** Es la comercialización basada en la ubicación o proximidad, es marketing móvil basado en el GPS incorporado en los teléfonos o en la interacción con otros dispositivos digitales locales.

**Marketing centrado en el cliente:** Es un enfoque de marketing basado en el conocimiento detallado del comportamiento del cliente dentro del público objetivo que busca satisfacer las necesidades individuales y la falta de clientes.

**Marketing contextual:** Son las comunicaciones relevantes que se entregan de acuerdo con el contexto del destinatario, puede depender de su ubicación, tiempo o lugar.

**Marketing de afiliados:** Es un acuerdo basado en comisiones en el que los sitios de referencia (editores) reciben una comisión sobre ventas o clientes potenciales por parte de los comerciantes (minoristas). La comisión generalmente se basa en un porcentaje del precio de venta del producto o un monto fijo por cada venta (CPA o costo por adquisición), pero a veces también se puede basar en un clic, por ejemplo cuando un afiliado refiere las visitas a los comerciantes.

**Marketing de boca en boca:** Le está dando a las personas un motivo para hablar sobre sus productos y servicios, y para que sea más fácil que esa conversación tenga lugar. Es el arte y la ciencia de construir comunicaciones activas, de beneficio mutuo para el consumidor y la empresa.

**Marketing de contenido:** Es la gestión de contenido de texto, audio y video para atraer clientes y prospectos y para cumplir con los objetivos comerciales publicados a través de medios impresos y digitales, incluidas las plataformas web y móviles, que se reutilizan y distribuyen a diferentes formas de presencia web, como sitios de editor, blogs, redes sociales y sitios de comparación.

**Marketing de conversión:** Es el uso de comunicaciones de marketing para maximizar la conversión de clientes potenciales a clientes reales.

**Marketing de correo electrónico entrante:** Es la gestión de correos electrónicos de clientes por parte de una organización.

**Marketing de correo electrónico saliente:** Es cuando se envían correos a clientes reales y prospectos de una organización.

**Marketing de entrada:** El consumidor es proactivo en la búsqueda de información para sus necesidades, y las interacciones con las marcas se sienten atraídas por el contenido, la búsqueda y el marketing en redes sociales.

**Marketing de interrupción:** Son las comunicaciones de marketing que interrumpen las actividades de los clientes.

**Marketing de persuasión:** Es el método que utiliza elementos de diseño como el diseño en sí, la copia y la tipografía junto con mensajes promocionales para alentar a los usuarios del sitio a seguir rutas y acciones específicas en lugar de darles una opción completa en su navegación.

**Marketing de proximidad:** Es cuando el mensaje se entrega en tiempo real de acuerdo con la presencia de los clientes en función de la tecnología que llevan o han incluido.

**Marketing de relaciones:** Es la aplicación consistente de conocimiento actualizado de clientes individuales para el diseño de productos y servicios, que se comunica de forma interactiva con el fin de desarrollar una relación continua, mutuamente beneficiosa y de largo plazo.

**Marketing digital:** Esto tiene un significado similar al de “marketing electrónico”: ambos describen la gestión y ejecución de marketing utilizando medios electrónicos como la web, correo electrónico, televisión interactiva, IPTV y medios inalámbricos en combinación con datos digitales sobre las características y el comportamiento de los clientes.

**Marketing directo:** Es el proceso de marketing dirigido a clientes que utilizan más medios publicitarios para lograr respuestas y / o transacciones medibles.

**Marketing electrónico / E-marketing:** Son las acciones para lograr los objetivos de marketing mediante el uso de tecnología de comunicación electrónica.

**Marketing en Internet:** Es la aplicación de Internet y de las tecnologías digitales relacionadas junto con las comunicaciones tradicionales para lograr los objetivos de marketing.

**Marketing en redes sociales:** Es el monitoreo y facilitación de la interacción y participación cliente-cliente a través de la web para fomentar el compromiso positivo con una compañía y sus marcas. Las interacciones pueden ocurrir en un sitio de la compañía, redes sociales y otros sitios de terceros.

**Marketing masivo:** Comunicación desde una fuente a muchos contactos entre una empresa y clientes potenciales, con una adaptación limitada del mensaje.

**Marketing por correo electrónico:** Por lo general, se aplica a las comunicaciones salientes de una empresa a clientes potenciales o clientes para fomentar objetivos de compra o de marca. Se utiliza con mayor frecuencia para enviar correos electrónicos a clientes existentes en una lista de casas, pero también se puede usar para enviar prospectos en una lista alquilada o de marca compartida. Los correos electrónicos se pueden enviar como parte de una campaña puntual o se pueden automatizar los correos electrónicos activados basados en eventos, como una estrategia de bienvenida que se puede transmitir según las reglas sobre intervalos y características del cliente.

**Marketing viral:** Es un mensaje de marketing. Se comunica de una persona a otra, facilitado por diferentes medios, como la palabra de montaje, correo electrónico o sitios web. Implica una transmisión rápida de mensajes.

**Marketplace:** Observa los intercambios o mercados de empresa a empresa.

**Marketsite (sitios web complejos):** es un término utilizado para referirse a sitios web complejos que facilitan los intercambios comerciales entre compañías de todo el mundo.

**MarketSite:** Es una marca registrada de commerce One y se considera el entorno operativo líder en e-marketplace.

**Marketspace:** Es un mercado virtual como Internet en el que no se produce ningún contacto directo entre compradores y vendedores.

**Mashup:** Son sitios web, páginas o widgets que combinan el contenido o la funcionalidad de un sitio web o fuente de datos con otro para crear algo que ofrezca un tipo de valor diferente a los usuarios web a partir de los distintos tipos de contenido de la funcionalidad.

**Medición del sitio web:** Es el proceso mediante el cual se recopilan y evalúan las métricas, como las impresiones de página, para evaluar la efectividad de las actividades de marketing en Internet para cumplir con los objetivos de clientes, negocios y marketing.

**Medición:** Referirse al término medición del sitio web.

**Medidas Offline web:** son aquellas que son recopiladas por el personal de marketing que registra los resultados de marketing particulares, como una consulta o una venta. Por lo general, se recopilan manualmente, pero se pueden recopilar automáticamente.

**Medios de comunicación push:** Son las comunicaciones se transmiten desde un anunciante a los consumidores del mensaje, que son destinatarios pasivos.

**Medios de extracción:** El consumidor es proactivo en la selección del mensaje a través de la búsqueda activa de un sitio web.

**Medios de transmisión por secuencias:** Es el sonido y video que pueden experimentarse dentro de un navegador web antes de que se descargue todo el clip.

**Medios digitales:** Son los que permiten que las comunicaciones se den a través del contenido y los servicios interactivos entregados por diferentes plataformas de tecnología digital, que incluyen Internet, teléfonos móviles, TV interactiva, IPTV y señalización digital. Los medios digitales 'son' un referente de visita a un sitio antes de la venta final se acredita con la venta, a menudo a través de un sistema de ponderación.

**Medios pagos:** También conocidos como medios comprados, son los que producen un pago directo al propietario de un sitio o a una red publicitaria, cuando publican un anuncio, un patrocinio o pagan

por un clic, ventaja o venta generado.

**Medios propios:** Diferentes formas de medios en línea controlados por una empresa, incluidos su sitio web, blogs, lista de correo electrónico y presencia en las redes sociales.

**Memes:** Es una idea, tema o tendencia que atrapa a una audiencia y se propaga a través de comunicaciones virales.

**Mercadeo de base de datos:** Es el proceso de recopilar sistemáticamente datos sobre clientes pasados, actuales y / o potenciales, en forma electrónica u óptica, para mantener la integridad de los datos mediante el monitoreo continuo de las compras de los clientes, indagando sobre el cambio de estado y utilizando los datos para formular estrategia de marketing y fomentar relaciones personalizadas con los clientes.

**Mercado en línea:** Son los intercambios de información y transacciones comerciales entre consumidores, empresas y gobiernos realizados a través de diferentes formas de presencia en línea, como motores de búsqueda, redes sociales, sitios de comparación y sitios de destino.

**Mercadotecnia móvil:** Se utiliza para fomentar el compromiso de los consumidores al usar teléfonos móviles (particularmente teléfonos inteligentes) o tabletas.

**Metadatos:** Literalmente, son datos sobre datos: es un formato que describe la estructura y el contenido de los datos.

**Metadatos:** Son datos que expresan el contexto o la relatividad de los datos. Los ejemplos de metadatos incluyen descripciones de elementos de datos, descripciones de tipos de datos, descripciones de atributos / propiedades, descripciones de rango / dominio y descripciones de procesos / métodos. El entorno de repositorio abarca todos los recursos de

metadatos corporativos: catálogos de bases de datos, diccionarios de datos y servicios de navegación. Los metadatos incluyen nombre, longitud, valores válidos y descripción de un elemento de datos. La metadata se almacena en un diccionario de datos y es un repositorio. Separa el almacén de datos de los cambios en el esquema de los sistemas operativos.

**Metaetiquetas:** Es un texto dentro de un archivo HTML que resume el contenido del sitio (metaetiqueta de contenido) y palabras clave relevantes (metaetiqueta de palabras clave), que se comparan con las palabras clave escritas en los motores de búsqueda.

**Método de último clic de atribución de canales de medios digitales:** Es el sitio que remitió a un visitante inmediatamente antes de la compra, se acredita con la venta. Las referencias anteriores influenciadas por otros puntos de contacto del cliente en otros sitios se ignoran.

**Métodos de seguridad:** Es cuando se diseñan sistemas para el comercio electrónico, o cuando se seleccionan soluciones existentes, los siguientes atributos deben estar presentes: Autenticación, integridad, no repudiable, y disponibilidad.

**Métricas de marketing digital:** Son las medidas que indican la efectividad de las actividades de marketing digital integradas en diferentes canales y plataformas para cumplir con los objetivos de clientes, negocios y marketing.

**Métricas de rendimiento:** Son las medidas que se utilizan para evaluar y mejorar la eficiencia y la efectividad de los procesos comerciales.

**Métricas para el mercadeo por Internet:** Son medidas que indican la efectividad de las actividades de mercadotecnia en Internet para cumplir con los objetivos de clientes, negocios y mercadeo.

**Métricas SMART:** Son aquellas que son Específicas,

Medibles, Accionables, Relevantes, Oportunas.

**Métricas web en línea:** Las medidas en línea son aquellas que se recopilan automáticamente en el servidor web, a menudo en un archivo de registro del servidor.

**Métricas:** Es un marco para establecer y recopilar mediciones de éxito / falla sobre una base regulada y cronometrada que puede auditarse y verificarse.

**Mezcla de mercadotecnia:** Es la serie de variables clave severas - Producto, Precio, Lugar, Promoción, Gente, Proceso y Evidencia física - que son variadas por los vendedores como parte de la oferta al cliente.

**Microentorno:** Espacio donde los actores o retenedores (stakeholders) y sus interacciones influyen en cómo responde una organización en su mercado.

**Microformatos:** Es una definición semántica en XML / HTML de un tipo de información específica dentro de una página web, como un producto, evento, receta o reseña.

**Micropagos (microtransacciones):** Son sistemas de efectivo digital que permiten transferir pequeñas sumas de dinero (fracciones de 1p), pero con menor seguridad. Estas pequeñas sumas no justifican el pago con tarjeta de crédito, porque el procesamiento es demasiado costoso.

**Microsite:** Contenido especializado que forma parte de un sitio web que no es necesariamente propiedad de la organización. Si es propiedad de la compañía, puede ser como parte de una extranet.

**Middleware:** Es un software que brinda servicios a aplicaciones de software más allá de las disponibles en el sistema operativo. Se puede describir como "pegamento de software". Facilita que los desarrolladores de software realicen comunicaciones y entradas / salidas, para que puedan enfocarse

en el propósito específico de su aplicación. Es el software que conecta componentes de software o aplicaciones empresariales. Es la capa de software que se encuentra entre el sistema operativo y las aplicaciones en cada lado de una red informática distribuida. Por lo general, es compatible con aplicaciones de software empresarial complejas y distribuidas.

**MNP (Planificación de medios neutros):** Es un enfoque para planificar campañas publicitarias y así maximizar la respuesta en diferentes medios de acuerdo con el uso de estos medios por parte del consumidor.

**Modelado de propensión:** Es un nombre dado al enfoque de evaluar las características y el comportamiento del cliente y luego hacer recomendaciones para productos futuros.

**Modelado econométrico:** Es una técnica cuantitativa para evaluar la influencia pasada o predecir la influencia futura en una variable dependiente (típicamente ventas en un contexto de mercadeo) de variables independientes que pueden incluir el precio del producto, promociones y el nivel y combinación de inversiones en medios.

**Modelo de negocio en línea:** Es un resumen de cómo una empresa generará ganancias identificando su producto principal o propuesta de valor de servicio, dirigirse a clientes en diferentes mercados, posición en el competitivo mercado en línea o cadena de valor y sus proyecciones de ingresos y costos.

**Modelo de negocio:** Es un resumen de cómo una empresa generará ingresos, identificando su oferta de productos, servicios de valor agregado, fuentes de ingresos y clientes objetivo.

**Modelo de precios:** Describe la forma de pago, como compra directa, subasta, alquiler, compras por volumen y términos de crédito.

**Modelo de proceso de estrategia:** Es un marco para abordar el desarrollo de estrategias.

**Modelo de respuesta web:** Es cuando el sitio web se usa como mecanismo de respuesta para elementos de campaña offline, como correo directo o publicidad.

**Modelo directo al cliente:** Es cuando una marca que se ha comunicado previamente a sus clientes a través de intermediarios como sitios de medios o mayoristas se comunica directamente a través de medios digitales como redes, correo electrónico y sitios web.

**Modelos de costo para la publicidad en Internet:** Incluyen los costos por exposición, respuesta y acción.

**Modelos de escenario:** Modelos para el desarrollo de diferentes niveles de servicios de marketing en Internet.

**Modelos de ingresos:** Consiste en describir los métodos para generar ingresos para una organización.

**Mostrar (o contenido) de la red:** Es cuando los enlaces patrocinados se muestran en el motor de búsqueda en sitios de terceros, como editores en línea, agregadores o redes sociales. Los anuncios se pueden pagar según CPC, CPM o CPA. También hay opciones para anuncios gráficos o de video, así como anuncios basados en texto.

**Mostrar publicidad:** Es cuando se hacen colocaciones de anuncios pagados mediante bloques de anuncios gráficos o de medios enriquecidos en una página web para lograr los objetivos de brindar reconocimiento de marca, familiaridad, favorabilidad e intención de compra. Muchos anuncios fomentan la interacción al provocar que el espectador interactúe o se mueva para reproducir videos, completar un formulario en línea o ver más detalles al hacer clic en un sitio.

**Motor de búsqueda:** Es un sitio web especializado que utiliza herramientas automáticas conocidas como arañas o robots para indexar páginas web de sitios registrados. Los usuarios pueden buscar en el índice escribiendo palabras clave para especificar su interés. Las páginas que contienen estas palabras clave se enumerarán, y al hacer clic en un hipervínculo, el usuario será llevado al sitio.

**Motores de búsqueda meta:** Envían palabras clave escritas por los usuarios a una variedad de motores de búsqueda para aumentar el número de páginas relevantes, ya que diferentes motores de búsqueda pueden haber indexado diferentes sitios.

**Multidimensional:** Es una estructura de datos con tres o más dimensiones independientes.

**Multipantallas:** Término utilizado para describir el uso simultáneo de dispositivos como TV digital y tableta.

**Multiplicador de medios o efecto halo:** La función de un canal de medios para influir en la venta o la mejora en las métricas de la marca. Comúnmente aplicado a la publicidad en pantalla en línea, donde la exposición a anuncios gráficos puede aumentar las tasas de clics cuando el consumidor se expone posteriormente a una marca a través de otros medios, por ejemplo, enlaces patrocinados o anuncios afiliados. También puede mejorar las tasas de conversión en los sitios de destino a través de una mayor confianza en la marca o la familiaridad con la oferta.



**Navegación filtrada:** Se utiliza para permitir a los usuarios filtrar rápidamente los resultados de una búsqueda de producto en función de las diferentes formas de clasificar el producto según sus atributos o características. Por ejemplo, por marca, por categoría de subproducto, por bandas de precio.

**Navegador:** Refiérase al término navegador web.

**Navegadores web:** Los navegadores como Mozilla Firefox y Microsoft Internet Explorer proporcionan un método sencillo para acceder y visualizar información almacenada como documentos web HTML en diferentes servidores web.

**Newsjacking:** Es un editor u otra marca busca aprovechar el interés actual en una historia y luego agregarla o subvertirla para aumentar su propia publicidad.

**NFC (Near Field Communications):** Permiten el intercambio de datos a través de conexiones inalámbricas entre dos dispositivos muy próximos entre sí. El uso de teléfonos inteligentes habilitados con NFC puede facilitar los pagos sin contacto.

**Nivel de calidad:** Es una evaluación en búsqueda pagada por Google AdWords (y ahora otros motores de búsqueda) de un anuncio individual activado por una palabra clave que, en combinación con el monto de la oferta, determina la clasificación del anuncio en relación con la competencia. El factor principal es la tasa de clics para cada anuncio, pero el puntaje de calidad también considera la coincidencia entre la palabra clave y la ocurrencia de la palabra clave en el texto, las tasas históricas de clics, la participación del buscador cuando hacen clic en el sitio y la velocidad a la que se carga la página.

**Nivel de precio:** Es el precio establecido para un producto o rango de productos específico.

**Nombre de dominio:** Es la dirección web que identifica un servidor web. Ver el sistema de nombre de dominio.

**Nombre de dominios de nivel superior:** como .com o .co.uk (también conocido como nombres de dominio de nivel superior globales (o genéricos) (gLTD).) - Nombre de dominio de segundo nivel. Esto se refiere al nombre de la empresa y a veces se lo denomina “nombre de la empresa”, p. novell.com. - Nombre de dominio de tercer nivel o subempresa. Esto se puede usar para referirse a un servidor individual dentro de una organización, como support.novell.com.

**Notificación:** Es el proceso mediante el cual las empresas se registran en el registro de protección de datos para informar sobre sus tenencias de datos.



**Oferta:** Es un incentivo en marketing directo o una oferta de producto.

**Ofertas de generación de leads:** Son las alternativas ofrecidas a cambio de que los clientes brinden sus detalles y características de contacto. Comúnmente utilizadas en el marketing B2B donde se ofrecerá información gratuita, como un informe o un seminario.

**Ofertas de generación de ventas:** Son las ofertas que fomentan la prueba del producto. Un cupón canjeado en para hacer una compra es un ejemplo clásico de esto.

**Omnicanalidad:** es la estrategia y la gestión de canales de venta y de comunicación que tiene como objetivo la integración y alineación de todos

los canales disponibles (tienda, internet, mobile, marketplace, call center), con el fin de brindar a los clientes una experiencia de usuario homogénea en todos los canales.

**One to one (Marketing uno a uno):** Es un diálogo único que se produce directamente entre una empresa y clientes individuales. El diálogo implica que una empresa escucha las necesidades de los clientes y responde con servicios para satisfacer estas necesidades.

**Online branding (Haciendo marca en línea):** Es cómo se usan los canales en línea para respaldar marcas que, en esencia, son la suma de las características de un producto o servicio según lo percibe un usuario.

**Online service-quality gap (Brecha de la calidad del servicio en línea):** Significa la discrepancia entre lo que se espera y lo que entrega una presencia en línea.

**Optimización de la tasa de conversión:** Mejora de los retornos comerciales de un sitio transaccional mediante el aumento de la conversión a objetivos clave como ventas, presupuestos, reservas o clientes potenciales. Combina la investigación de clientes y competidores con la evaluación del comportamiento del cliente utilizando analíticos web y AB y pruebas multi-variables.

**Optimización en la página:** Es la aplicación de marcado, como la etiqueta <título> y etiquetas de encabezado para resaltar las palabras clave relevantes de los motores de búsqueda dentro de un documento.

**Opt-in:** Es cuando un cliente acepta de forma proactiva recibir más información.

**Orden de inserción:** Es una orden impresa para ejecutar una campaña publicitaria. Define el nombre de la campaña, el sitio web que recibe el pedido y el planificador o comprador que realiza el pedido,

los anuncios individuales que se ejecutarán (o quién los proporcionará), los tamaños de los anuncios, el inicio de la campaña y las fechas de finalización, el CPM, el costo total, los descuentos que se aplicarán y los requisitos de informe y posibles sanciones o estipulaciones relativas a la falla en la entrega de las impresiones.

**Organización virtual:** Es una organización que usa tecnología de información y comunicación para permitirle operar sin límites físicos claramente definidos entre diferentes funciones. Proporciona servicios personalizados mediante la externalización de la producción y otras funciones a terceros.

**Orientación (a través de anunciantes de banners):** Las redes publicitarias como DoubleClick ofrecen a los anunciantes la posibilidad de orientar publicidades dinámicamente en la World Wide Web a través de su tecnología de orientación 'DART'. Esto les brinda a los anunciantes un medio para llegar a audiencias específicas.

**Orientación al cliente:** Es proporcionar contenido y servicios en un sitio web consistente con las diferentes características de la audiencia del sitio.

**Outsourcing:** Es la contratación de una empresa externa para llevar a cabo parte de las actividades de marketing en Internet.

**OVP (Propuesta de valor en línea):** Es una declaración de los beneficios de los servicios en línea que refuerzan la proposición central y se diferencian de la oferta offline de una organización y la de los competidores.



**Page request:** Solicitud de página. El proceso de un usuario que selecciona un hipervínculo o escribe en un localizador uniforme de recursos (URL) para recuperar información en una página web específica.

Equivalente a la impresión de página.

**PageRank:** Es una escala de 0 a 10 que utiliza Google para evaluar la importancia de los sitios web de acuerdo con la cantidad de enlaces entrantes o backlinks.

**Página de control:** Es la página contra la cual se evaluará la optimización posterior. Por lo general, una página de inicio actual. Cuando una página nueva funciona mejor que la página de control existente, se convierte en la página de control en las pruebas posteriores. También es conocida como la 'campeona desafiante'.

**Página de entrada:** Es la página en la que un visitante ingresa a un sitio web. Se identifica mediante un analizador de archivos de registro. Referirse al término página de salida y sitio de referencia.

**Página de inicio:** Es la página de índice de un sitio web con opciones de menú o enlaces a otros recursos en el sitio. Por lo general denotado por <dirección web>/index.html.

**Página de inicio:** Es una página preliminar que precede a la página de inicio normal de un sitio web. Actualmente, las páginas de bienvenida no se usan comúnmente, ya que ralentizan el proceso de búsqueda de la información que necesitan por parte de los clientes.

**Página de salida:** Es la página desde la cual un visitante sale de un sitio web.

**Página de servidor activo (ASP):** Es un tipo de página HTML (indicada por un nombre de archivo .asp) que incluye scripts (pequeños programas) que se procesan en un servidor web antes de que la página se sirva en el navegador web del usuario. ASP es una tecnología de Microsoft que se ejecuta generalmente en un Servidor de Información de Microsoft (generalmente en Windows IT). El principal uso de tales programas es procesar la información suministrada por el usuario.

en un formulario en línea. Se puede ejecutar una consulta para proporcionar información específica al cliente, como el estado de entrega de un pedido o una página web personalizada.

**Página web dinámica:** Es una página que está almacenada en tiempo real, se utiliza con referencia a una consulta de base de datos, en respuesta a una solicitud del usuario.

**Página web estática (fija):** Es una página en el servidor web que es invariante.

**Páginas de entrada:** Son las páginas especialmente diseñadas que incluyen palabras clave para buscadores de productos particulares. Estos a menudo redireccionan a los visitantes a una página de inicio.

**Pago basado en la exposición:** Es cuando los anunciantes pagan de acuerdo con la cantidad de veces que se ve el anuncio.

**Pago basado en resultados:** Es cuando los anunciantes pagan de acuerdo con la cantidad de veces que se hace clic en el anuncio.

**Parte de la búsqueda:** Es el porcentaje de información que la audiencia comparte en buscadores de Internet logrados por un público particular en un mercado particular.

**Path to purchase:** Ruta de compra. Los diferentes sitios, canales y dispositivos y fuentes de información que usan los consumidores para informar su decisión de compra de un producto o servicio. También conocido como vías de conversión en un sitio.

**Patrocinio:** Es cuando una empresa paga para anunciarse en un sitio web. El acuerdo puede implicar más que publicidad. El patrocinio es un arreglo similar al co-branding.

**Pedido:** Es un mensaje enviado a los servicios de

acceso a datos que activa la entrega de los datos requeridos. Hay tres tipos de órdenes: seleccionar orden, transformar orden y propagar orden.

**Perfil del consumidor:** Es la identificación de un individuo, grupo, aplicación o perfil de los datos que solicitan y usan los tipos de datos de almacén, las tablas físicas relacionales necesarias, la ubicación y frecuencia requerida de los datos (cuándo, dónde y en qué forma necesita ser entregado).

**Perfiles de clientes:** Es el uso del sitio web para conocer las características y los intereses específicos de los clientes.

**Permiso de comercialización:** Es aquel que los clientes acuerdan (mutuamente con la empresa) participar en las actividades de marketing de una organización, generalmente como resultado de un incentivo.

**Persona principal:** Es una representación del usuario típico del sitio.

**Personalización en masa:** Es la capacidad de crear mensajes o productos de marketing personalizados para clientes individuales o un grupo de clientes similares (un servicio personalizado), pero que conservan las economías de escala y la capacidad de comercialización o producción en masa.

**Personalización:** Es la entrega de contenido personalizado para el individuo a través de páginas web, correo electrónico o tecnología push.

**Personas:** Es un resumen en miniatura de las características, necesidades, motivaciones y entorno de los usuarios de sitios web típicos.

**Phishing:** Es la obtención de datos personales en línea a través de sitios y correos electrónicos disfrazados de negocios legítimos.

**Phone-me:** Es un servicio de devolución de llamadas

disponible en el sitio web para que una empresa se comunique con un cliente por teléfono más adelante, según lo especificado por el cliente.

**PIM (Product Information Management):** Se refiere a los procesos y tecnologías enfocados en la administración centralizada de información sobre productos, con un enfoque en los datos requeridos para comercializar y vender los productos a través de uno o más canales de distribución. Se puede usar un conjunto central de datos de productos para suministrar información coherente, precisa y actualizada a múltiples medios de salida, como sitios web, catálogos impresos, sistemas ERP y fuentes de datos electrónicos a los socios comerciales.

**Píxel:** Son los pequeños puntos en la pantalla de una computadora que se utilizan para representar imágenes y texto. Abreviatura de 'elemento de imagen'. Se usa para indicar el tamaño de los anuncios publicitarios.

**PKI (Infraestructura de clave pública):** Es cuando las organizaciones responsables de emitir y mantener certificados para la seguridad de clave pública forman conjuntamente la PKI.

**PLA (Anuncios de listado de productos de Google):** Contienen la información del producto, como precios e imágenes, se carga en los servidores de Google utilizando un feed de productos en formato XML o de texto para mostrarlos en anuncios dentro de Google Adwords o Google Shopping.

**Planificación de marketing:** Es una secuencia lógica y una serie de actividades que conducen al establecimiento de objetivos de marketing y la formulación de planes para alcanzarlos.

**Planificación de medios:** Es el proceso de selección de la mejor combinación de medios para lograr los objetivos de la campaña de marketing.

**Plantilla (s) de página de diseño de sitio:** Es un

formato de diseño de página estándar que se aplica a cada página de un sitio web. Generalmente se define para diferentes categorías de página (por ejemplo, página de categoría, página de producto, página de búsqueda).

**Plataforma de acceso:** Es un método para que los clientes puedan acceder a los medios digitales.

**Plug-in:** Es un programa que debe descargarse para ver contenido en particular, como una animación.

**Podcasts:** Representa a las personas y organizaciones quienes publican medios en línea (audio y video) y que se pueden ver en los reproductores apropiados (incluido el iPod que primero provocó el crecimiento en esta técnica). Las últimas actualizaciones de podcast pueden ser entregadas automáticamente por Really Simple Syndication.

**Porcentaje de clics:** Expresado como un porcentaje del total de opiniones de los anuncios, y también se refiere a la proporción de usuarios que ven un anuncio y hacen clic en él. Se calcula como el número de clics de destino dividido por el número de impresiones de anuncios.

**Porcentaje de conversiones:** Es la proporción de visitantes a un sitio, o espectadores de un anuncio, que realizan una acción como registros o pagos.

**Porcentaje de rebote:** Proporción de visitantes a una página o sitio que sale después de visitar una sola página, generalmente expresada como un porcentaje.

**Portal:** Es un sitio web que actúa como una puerta de entrada a la información y los servicios disponibles en Internet al proporcionar motores de búsqueda, directorios y otros servicios, como noticias personalizadas o correo electrónico gratuito.

**Portales verticales:** Se trata generalmente de sitios de empresa a empresa que albergarán contenido para

ayudar a los participantes de una industria a realizar su trabajo; proporcionar noticias de la industria, detalles de técnicas comerciales y revisiones de productos y servicios.

**Posicionamiento estratégico:** Es aquel que realiza diferentes actividades de rivales o realiza actividades similares de diferentes maneras.

**Posicionar:** Es hacer distinguir la percepción del cliente sobre el producto y la oferta de marca en relación con los de la competencia.

**PPC (Pago-por-clic):** Una empresa paga anuncios de texto para mostrarse en las páginas de resultados del motor de búsqueda como un enlace patrocinado (típicamente arriba, a la derecha o debajo de los listados naturales) cuando una frase clave específica es ingresada por el usuario de búsqueda. Se llama así porque el vendedor paga cada vez que se hace clic en el enlace de hipertexto en el anuncio. Si se hace clic en un enlace repetidamente, el motor de búsqueda lo detectará como fraude de clics y no se le cobrará al especialista en marketing.

**PPC de pago por clic (Marketing de búsqueda pago):** Se muestra un anuncio de texto relevante con un enlace a la página de la compañía en los SERP cuando el usuario de un motor de búsqueda escribe una frase específica. Se cobra una tarifa por cada clic de cada enlace, y el monto ofertado por el clic determina principalmente su posición. Además, PPC puede involucrar publicidad a través de una red de contenido de sitios de terceros (que pueden estar basados en CPC, CPM o CPA).

**Precios diferenciales:** Es cuando los productos idénticos tienen un precio diferente para diferentes tipos de clientes, mercados de situaciones de compra.

**Precios dinámicos:** Son los precios que se pueden actualizar en tiempo real según el tipo de cliente o las condiciones actuales del mercado.

**Presencia en línea de las empresas:** Son las diferentes formas de medios en línea controladas por una empresa, incluidos su sitio web, blogs, lista de correo electrónico y presencias en redes sociales. También conocido como 'medios propios'.

**Presentación del motor de búsqueda:** Es el proceso de informar a los motores de búsqueda que un sitio debe ser indexado para su inclusión en las páginas de resultados del motor de búsqueda.

**Priorización multicanal:** Evalúa la importancia estratégica de Internet en relación con otros canales de comunicación y luego implementa recursos para integrarse con canales de comercialización.

**Privacidad:** Es un derecho moral de las personas para evitar la intrusión en sus asuntos personales.

**Probar:** Las Pruebas involucran diferentes aspectos del contenido tales como la ortografía, la validez de los enlaces, el formateo en diferentes navegadores web y características dinámicas como el llenado de formularios o las consultas a la base de datos.

**Proceso de descubrimiento de clientes:** Es una iniciativa para aprender qué necesita un cliente o marca de una campaña, sus iniciativas estratégicas con las que debe alinearse una empresa, sus objetivos y sus resultados de marketing.

**Proceso de mantenimiento:** Es el trabajo involucrado en la ejecución de un sitio web en vivo, como la actualización de páginas y la verificación del rendimiento del sitio.

**Producto ampliado:** Son las características y beneficios adicionales más allá del producto principal. Producto principal: Son las características fundamentales del producto que satisfacen las necesidades del usuario.

**Promoción (en línea y offline):** La promoción en línea utiliza la comunicación a través de Internet para crear

conciencia sobre un sitio y atraer tráfico hacia él. Esta promoción puede tomar la forma de enlaces desde otros sitios, pancartas, publicidades o mensajes de correo electrónico específicos. La promoción offline utiliza medios tradicionales como la televisión o la publicidad de periódicos y de boca en boca para promocionar el sitio web de una compañía.

**Promoción de sitios en línea:** Son las técnicas basadas en Internet utilizadas para generar tráfico en el sitio web.

**Promoción del sitio sin conexión:** Son las técnicas tradicionales como publicidad impresa y televisiva utilizada para generar tráfico del sitio web.

**Promociones de ventas:** Internet ofrece un enorme potencial para promociones de ventas de diferentes tipos, ya que es más inmediato que cualquier otro medio; siempre está disponible para la comunicación, y las variaciones tácticas en los detalles de la promoción se pueden realizar con poca antelación. Propietario de la lista Es quien ha recopilado direcciones de correo electrónico que se ofrecen a la venta.

**Propietarios de medios:** Son los propietarios de sitios web (u otros medios tales como periódicos) que aceptan publicidades.

**Propuesta de valor del sitio:** Son los beneficios o el valor de un sitio web que son evidentes para sus usuarios.

**Propuesta de valor:** Son los beneficios o el valor que una marca ofrece a los clientes en sus productos y servicios.

**Prosumidor (Prosumidor + consumidor):** El cliente está muy involucrado en la especificación de sus requisitos en un producto.

**Protocolo:** Es un conjunto de convenciones que rigen las comunicaciones entre procesos. Especifica

el formato y el contenido de los mensajes que se intercambiarán.

**Prototipos y creación de prototipos:** Un prototipo es una versión preliminar de una parte de un sitio web que puede ser revisado por su público objetivo o por el equipo de marketing. La creación de prototipos es un proceso interactivo en el que los usuarios de sitios web sugieren modificaciones antes de que se realicen más prototipos y se desarrolle la versión final del sitio.

**Proveedor de acceso:** Es una empresa que brinda servicios para permitir que una empresa o individuo acceda a Internet. Los proveedores de acceso se dividen en Proveedores de servicios de Internet (ISP) y proveedores de servicios en línea (OSP).

**Proveedores de servicios en línea (OSP):** Se usa un OSP para distinguir a los grandes proveedores de servicios de Internet (ISP) de otros proveedores de acceso. La distinción con los ISP es de acuerdo con la cantidad de contenido premium (solo disponible para los clientes) ofrecido como parte del servicio.

**Prueba de anclaje (también conocida como texto de enlace):** Es el elemento de texto (normalmente) en el que se puede hacer clic y que representa un hipervínculo. O más ordinariamente dicho, es la copia del cuerpo que está hipervinculada.

**Prueba de contenido:** Las pruebas deben realizarse para complementos; para instalaciones interactivas e integración con bases de datos de empresas; para ortografía y gramática; para el cumplimiento de los estándares de imagen corporativa; para la implementación de HTML en diferentes navegadores web; y para garantizar que los enlaces a sitios externos sean válidos.

**Pruebas de usabilidad / usuario:** Se observa que los usuarios representativos realizan tareas usando un sistema.

**Publicación de anuncios:** Es el término para mostrar un anuncio en un sitio web. A menudo, el anuncio se servirá desde un servidor web diferente al sitio en el que se coloca.

**Publicidad nativa:** Es el contenido en línea creado para promocionar o mejorar una marca, como un artículo para editor o una actualización de redes sociales. Dicho contenido debe divulgarse como publicidad por ley en muchos países, pero a menudo no se hace.

**Publicidad offline accidental:** Es cuando esta no tiene el impulsar el tráfico al sitio web como un objetivo principal del anuncio.

**Publicidad offline específica:** Es cuando la publicidad dirige el tráfico al sitio web o cuando el objetivo principal del anuncio es explicar la proposición online  
**Publicidad por correo electrónico:** Son los anuncios incluidos en el correo electrónico, como boletines informativos.

**Puntos de contacto del cliente:** Son los canales de comunicación con los que las empresas interactúan directamente con clientes potenciales y clientes reales. Los puntos de contacto tradicionales incluyen una comunicación directa (face to face) (en la tienda o con representantes de ventas), teléfono y correo. Los puntos de contacto digitales incluyen servicios web, correo electrónico y, potencialmente, teléfono móvil.

**Puntuación Net Promoter:** Es una medida de la cantidad de defensores que tiene una empresa (o sitio web) que la recomendaría en comparación con la cantidad de detractores.

**Puntuaciones de eventos de valor:** Son resultados que ocurren en el sitio, tal como lo indican las visitas a diferentes páginas o tipos de contenido que sugieren que las comunicaciones de marketing son efectivas. Los ejemplos incluyen clientes potenciales, ventas, registros de boletines y vistas

de páginas de productos. Se pueden etiquetar y calificar usando muchos sistemas de análisis web, por ejemplo, Google se refiere a ellos como objetivos de conversión.

**Pureplay de Internet:** Es una organización que tiene la mayoría de sus operaciones orientadas al cliente en línea.



**QR (Código de respuesta rápida):** es un código de barras bidimensional cuadrada que puede almacenar los datos codificados. La mayoría del tiempo los datos es un enlace a un sitio web.



**Radio digital:** Son todos los tipos de transmisión de radio como una señal digital.

**Radio por Internet:** Es cuando las transmisiones existentes se transmiten a través de Internet y se escuchan usando complementos como Real Media o Windows Media Player.

**Rasgos de comportamiento de los usuarios de la web:** Los usuarios de la Web pueden dividirse ampliamente en buscadores de información dirigidos y no dirigidos.

**Reabastecimiento (de inventario):** Es una operación que consiste en volver a llenar el inventario para evitar el desabastecimiento. Generalmente se inicia mediante un pedido pendiente que se envía a un proveedor o a un fabricante, posiblemente enviado a través de EDI (Intercambio Electrónico de Datos).

**Realidad aumentada:** La realidad aumentada

(RA) es una vista directa o indirecta en vivo de un entorno físico del mundo real cuyos elementos son aumentados (o complementados) por entrada sensorial generada por computadora, como sonido, video, gráficos o datos de GPS.

**RealNames:** Es un servicio para hacer coincidir nombre de la empresa y marcas con direcciones web.

**Recorrido del cliente:** Es una descripción del comportamiento moderno del comprador multicanal, a medida que los consumidores utilizan diferentes medios para seleccionar proveedores, realizar compras y obtener apoyo del cliente.

**Recursos:** Son activos físicos sobre los cuales una organización tiene control. Esta definición restringida de recursos les permite distinguirse claramente de las capacidades.

**Red de contenido:** Son los enlaces patrocinados que se muestran en el motor de búsqueda de sitios de terceros, como editores en línea, agregadores o redes sociales. Los anuncios se pueden pagar según CPC, CPM o CPA. También hay opciones para anuncios gráficos o de video además de anuncios basados en texto.

**Red de valor:** Son los enlaces entre una organización y sus socios estratégicos y no estratégicos que forman su cadena de valor externa.

**Red privada virtual:** Es una red privada creada utilizando la infraestructura de red pública de Internet.

**Red publicitaria:** Las redes publicitarias de proveedores como Blue Lithium o 24/7 Media le brindan a los anunciantes las opciones de publicidad en una red de sitios para llegar a un grupo demográfico en particular, por ejemplo Femenino 18-25, pero a un costo menor que la orientación a un sólo sitio, ya que el sitio real utilizado para la colocación del anuncio no se conoce (por lo tanto,

a veces se conocen como 'compras en la red ciega').

**Red social en línea:** Es un servicio que facilita la conexión, la colaboración y el intercambio de información entre individuos.

**Red social:** Es un sitio que facilita las comunicaciones punto a punto dentro de un grupo o entre individuos a través de la provisión de instalaciones para desarrollar contenido generado por el usuario (UGC) e intercambiar mensajes y comentarios entre diferentes usuarios.

**Redes de distribución de contenido (o entrega):** Es un sistema de servidores distribuidos globalmente con copias de datos almacenados localmente para permitir una descarga más rápida de contenido. Su uso se ha incrementado con el uso creciente de transmisión de video y aplicaciones web más complejas.

**Redes publicitarias:** Es una colección de sitios web independientes de diferentes compañías y redes de medios, cada una de las cuales tiene un acuerdo con un solo agente de publicidad (ver agente de medios) para colocar anuncios publicitarios.

**Redifusión:** Es cuando el contenido o la información del producto se distribuye a terceros. En línea, esto se logra comúnmente a través de formatos XML estándar como RSS.

**Referencia viral:** Es un componente de "enviar un correo electrónico a un amigo o colega" a una campaña de correo electrónico o parte del diseño del sitio web.

**Referente:** Es el sitio que un visitante visitó anteriormente antes de seguir un enlace.

**Registro (de nombre de dominio):** Es el proceso de reservar una dirección web única que puede usarse para referirse al sitio web de la compañía.

**Registro (personas):** Es el proceso mediante el cual un individuo se suscribe a un sitio o solicita más información relleno de los datos de contacto y las necesidades de él utilizando un formulario electrónico.

**Registro de nombre de dominio:** Es el proceso de reservar una dirección web única que se puede usar para referirse al sitio web de la compañía.

**Reintermediación:** Es la creación de nuevos intermediarios entre clientes y proveedores que prestan servicios tales como búsqueda de proveedores y evaluación de productos.

**Relaciones públicas:** Es la gestión de la conciencia, la comprensión y la reputación de una organización o marca, se logra principalmente a través de la influencia de la exposición en los medios.

**Relanzamiento del sitio:** Es donde se reemplaza un sitio web con una nueva versión y tiene nueva apariencia.

**Rendimiento del sitio web:** Es la medición que implica el rendimiento de la calidad del servicio, depende de su disponibilidad y velocidad de acceso.

**Rentabilidad del canal:** Significa la rentabilidad de un sitio web, teniendo en cuenta los ingresos y el costo y el flujo de caja descontado.

**Repetir las visitas:** Es si una organización puede alentar a los clientes a regresar al sitio web, entonces la relación se puede mantener en línea.

**Representación:** Son las ubicaciones en Internet donde se encuentra una organización para promocionar o vender sus servicios.

**Repurposing/Reestablecer propósito:** Son las acciones de desarrollo para una nueva plataforma de acceso como la web, el contenido que se utilizó anteriormente para una plataforma diferente.

**Respuesta directa:** Generalmente se logra en un contexto de mercadeo por Internet mediante servicios de devolución de llamada.

**Resultados del canal:** Registra las acciones del cliente tomadas como consecuencia de una visita a un sitio.

**Retención de un sitio:** Es una indicación de cuánto tiempo permanece un visitante en un sitio. Los analizadores de archivos de registro se pueden usar para evaluar los tiempos de visita promedio.

**Revisión del cliente:** Es una revisión de un producto o servicio realizado por un cliente que ha comprado el producto o servicio. Los comentarios de los clientes son sobre el comercio electrónico y los sitios de compras en línea.

**Revisión de expertos:** Es un análisis de un sitio o prototipo existente realizado por un experto en usabilidad experimentado que identificará deficiencias y mejoras en un sitio en función de su conocimiento de los principios de diseño web y las mejores prácticas.

**RIA (Aplicaciones enriquecidas de Internet):** Son aplicaciones interactivas que ofrecen opciones como selectores de productos o juegos. Pueden incorporar video o sonido también. Típicamente construido utilizando tecnologías como Adobe Flash, Ajax, Flex, Java o Silverlight.

**Rich Media:** Son anuncios que no son estáticos, pero proporcionan animación, audio, sonido o interactividad como un juego o formulario para completar. un ejemplo de esto sería una publicidad de pancarta para un préstamo en la que un cliente puede ingresar el monto del préstamo requerido, y el costo del préstamo se calcula de inmediato.

**ROAS (Retorno de adelanto acelerado):** Esto indica la cantidad de ingresos generados por cada referencia. ROAS = Ingresos totales generados por referencia / Cantidad gastada en publicidad con referencia.

**Robo de identidad:** Es la apropiación indebida de la identidad de otra persona, sin su conocimiento o consentimiento.

**Robot:** Es una herramienta, también conocida como araña, que es empleada por los motores de búsqueda para indexar páginas web de sitios registrados de forma regular.

**ROI (Retorno de la inversión):** Esto indica la rentabilidad de cualquier inversión, o en un contexto publicitario para cada sitio de referencia.  $ROI = \frac{\text{Inversión de forma generada de beneficio}}{\text{Costo de inversión}}$   $ROI = \frac{\text{Ganancia generada a partir de referencias}}{\text{Cantidad gastada en publicidad con referencia}}$ .

**Rotación de anuncios:** Es cuando los anuncios se cambian en un sitio web para diferentes sesiones de usuario. Esto puede ser en respuesta a la orientación de anuncios o simplemente mostrar diferentes anuncios de los que figuran en una lista.

**RSS (Really Simple Syndication):** Es cuando un Blog, noticias u otro contenido se publica mediante un estándar XML y se distribuye para otros sitios o es leído por los usuarios en los servicios de software de lector de RSS.

**RTB (Ofertas en tiempo real):** Son las ofertas para comprar anuncios con palabras clave se pueden administrar junto con un DSP.

**Run of site/ Ejecución in situ:** Es una situación en la que una empresa paga anuncios publicitarios para promocionar sus servicios en un sitio web.

**Ruta de acceso/ Access path:** Es la ruta elegida por un sistema de gestión de base de datos para recuperar los datos solicitados.

**Ruta de retorno:** Es la interacción en la que el cliente envía información al proveedor de iTV mediante una línea telefónica o un cable.

**RWD (Diseño web responsivo):** Es el diseño y el formato del contenido del sitio web, se modifican en el momento del ensamblado para adaptarse a diferentes resoluciones de pantalla y capacidades para producir una mejor experiencia para los usuarios de una gama de dispositivos de escritorio, tableta y teléfono inteligente utilizando los métodos basados en CSS y el escalado de imágenes.



**Satisfacción del canal:** Es la evaluación de la opinión del cliente sobre la calidad del servicio en el sitio y servicios de apoyo como el correo electrónico.

**Satisfacción del cliente:** Hasta qué punto se cumple la calidad del servicio y el precio de un cliente.

**Scripts:** Son los que se pueden ejecutar en el navegador del usuario (scripts del lado del cliente) o en el servidor web (scripts del lado del servidor).

**Scrum:** Es una metodología que admite el desarrollo de software ágil basado en sprints de 15-30 días para implementar funciones a partir de una acumulación de productos.

**Segmentación de marketing táctico en línea:** Permite la orientación basada en el comportamiento del viaje del cliente, como el comportamiento de búsqueda, el acceso al contenido y la contribución a las redes sociales.

**Segmentación estratégica del mercado:** Es la selección de audiencias clave a las que dirigirse con propuestas de valor desarrolladas para estas audiencias.

**Segmentación fitográfica:** Es un desglose de clientes según diferentes características.

**Segmentación:** Es la identificación de diferentes grupos dentro de un mercado objetivo para desarrollar diferentes ofertas para cada grupo.

**Segmentos de clientes:** Son grupos de clientes que comparten características, preferencias y comportamientos similares a los que se apuntan con diferentes proposiciones como parte de la estrategia de marketing objetivo.

**SEM (Marketing en motores de búsqueda):** es una forma de mercadotecnia que promueve el contenido digital para incrementar la visibilidad y el posicionamiento en las páginas de resultados de los motores de búsqueda. Las dos técnicas clave de SEM son la optimización del posicionamiento en motores de búsqueda (SEO) y el Pago Por Clic (PPC). SEM se trata de conectar los buscadores con información que les ayudará a encontrar lo que buscan y ayudará a los sitios a generar tráfico.

**Sentir y responder a las comunicaciones:** Significa brindar comunicaciones oportunas y relevantes a los clientes como parte de una estrategia de contacto basada en la evaluación de su posición en el ciclo de vida del cliente y el monitoreo de interacciones específicas con el sitio web, correos electrónicos y personal de una compañía.

**Señalización digital:** Es el uso de tecnologías digitales interactivas dentro de carteles publicitarios y puntos de venta. Por ejemplo, videos e interacción con bluetooth.

**SEO (Optimización de motor de búsqueda):** Es un enfoque estructurado utilizado para aumentar la posición de una empresa o sus productos en los listados de resultados de búsqueda natural u orgánica (el cuerpo principal de la página de resultados de búsqueda) para palabras clave o frases seleccionadas.

**SERP (Páginas de resultados del motor de búsqueda):** Son las páginas que contienen los resultados

después de que el usuario escribe una frase clave en un motor de búsqueda. Contienen listados naturales u orgánicos y listas pagas o patrocinadas.

**Servicio de devolución de llamadas:** Es un recurso de respuesta directa disponible en un sitio web para permitir que una empresa contacte a un cliente por teléfono en un momento posterior según lo especificado por el cliente.

**Servicio de mensajes cortos (SMS):** Es el nombre formal para mensajes de texto.

**Servicio:** Sirve para describir el proceso de visualización de un anuncio en un sitio web (publicación de anuncios) o la entrega de una página web al navegador web de un usuario.

**Servicios web:** Son una nueva forma de conectar negocios. Son protocolos independientes de la plataforma e independientes del proveedor que permiten que cualquier forma de procesamiento distribuido se realice usando XML y tecnologías basadas en la web.

**Servidor de aplicaciones web:** Son procesos de software a los que se accede mediante una interfaz de programación estándar (API) de un marco de aplicaciones web para servir a la funcionalidad del sitio web dinámico en respuesta a las solicitudes recibidas para los navegadores.

**Servidor de medios de transmisión por secuencias:** Es cuando un servidor especializado utilizado para transmitir audio (por ejemplo, podcasts) o video (por ejemplo, IPTV o presentaciones por web). Las transmisiones servidas pueden ser unidifusión (se sirve una copia separada de la transmisión para cada destinatario), multidifusión (destinatarios comparten transmisiones) o punto a punto donde los medios se comparten entre diferentes destinatarios o donde los medios se comparten entre diferentes computadoras usando un Bitorrent o enfoque Kontiki.

**Servidores web:** Se utilizan para almacenar las páginas web a las que acceden los navegadores web. También pueden contener bases de datos de clientes o información de productos, que pueden consultarse y recuperarse utilizando un navegador.

**Sesión de usuario:** Se utiliza para especificar la frecuencia de visitas a un sitio. No es equivalente a la visita al sitio.

**Sesión de visitante (visita):** Es una serie de una o más impresiones de página, servidas a un usuario, que finaliza cuando hay un espacio de 30 minutos o más entre las impresiones de página sucesivas para ese usuario.

**SET (Transacción electrónica segura):** Es un estándar para el cifrado de claves públicas destinado a permitir transacciones seguras de comercio electrónico, desarrollado por las empresas Mastercard y Visa.

**Share of voice/ Compartir de la voz:** Es el gasto relativo de publicidad de las diferentes marcas de la competencia dentro de la categoría de producto. La cuota de voz se calcula dividiendo el gasto publicitario de una marca en el gasto total de la categoría.

**Siembra:** Es cuando la campaña viral se inicia enviando un correo electrónico a un grupo objetivo que probablemente propague el virus.

**Sincronización de datos:** Es el proceso de armonización continua de datos de varias fuentes. El resultado es tener los valores de los atributos de datos idénticos en todos los sistemas.

**Sistema de gestión del rendimiento:** Es un proceso utilizado para evaluar y mejorar la eficiencia y la eficacia de una organización y sus procesos.

**Sistema de mediciones de rendimiento:** Es el proceso mediante el cual se definen, recopilan, difunden y actúan las métricas.

**Sistemas de pago:** Métodos de transferencia de fondos de un cliente a un comerciante.

**Sitio de destino:** Se usa con frecuencia para referirse al sitio que se visita después de un clic a un anuncio publicitario. También podría aplicarse a cualquier sitio visitado después de hacer clic en un hipervínculo.

**Sitio de medios:** Ubicación típica donde se colocan los anuncios pagados.

**Sitio de referencia o referente:** Es la fuente de un visitante al sitio, se entrega a través de un canal de medios digitales. Por lo general, un sitio específico, p. Google AdWords o un sitio de medios o una ubicación de anuncios individuales en el sitio.

**Sitio web de prueba:** Es una versión paralela del sitio a usar antes de que el sitio esté disponible para los clientes como un sitio web en vivo.

**Sitio web en vivo:** Es el sitio actual que es accesible para los clientes, a diferencia del sitio web de prueba.

**Sitios de referencia:** Es un archivo de registro que indica qué sitio visitó el usuario inmediatamente antes de visitar el sitio actual.

**Sitios intermediarios en línea:** Son sitios web que facilitan los intercambios entre los consumidores y los proveedores comerciales.

**Sitios transaccionales de comercio electrónico:** Son sitios que admiten ventas en línea.

**Skunkworks:** Es un grupo de personas poco estructurado que investiga y desarrolla oportunidades innovadoras y beneficios comerciales.

**SMO (Optimización de medios sociales):** Es un proceso para revisar y aumentar la efectividad del marketing en redes sociales mediante la revisión de enfoques para mejorar la calidad del contenido y las comunicaciones para generar más valor comercial.

**Social CRM:** Es el proceso de gestión de las conversaciones de cliente a cliente para atraer a clientes existentes, prospectos y otras partes interesadas con una marca y así mejorar la gestión de las relaciones con los clientes.

**Software como servicio (SaaS):** Es un modelo de distribución de software donde el soporte y los datos que maneja se encuentran en servidores externos. El cliente accede a los datos almacenados en la Nube vía internet.

**Solicitud de acceso al sujeto:** Es una solicitud de un sujeto de datos para ver datos personales de una organización.

**Spam:** Es el correo electrónico no solicitado (por lo general a granel enviado por correo y no dirigido).

**Spamming:** Es el correo masivo de correo no solicitado.

**Spider:** Son procesos de software conocidos como robots, empleados por los motores de búsqueda para indexar páginas web de sitios registrados de forma regular. Siguen los enlaces entre páginas y registran la URL de referencia de una página para análisis futuros.

**SSL (Capa de sockets seguros):** Es una técnica de encriptación comúnmente utilizada para codificar datos como números de tarjetas de crédito a medida que se transmiten a través de Internet desde un navegador web a un servidor web.

**Step:** Es un marco para evaluar el macroentorno, que significa Social, Tecnológico, Económico y Político (incluido el legal).

**Storyboard:** Es el uso de dibujos estáticos o capturas de pantalla de las diferentes partes de un sitio web para revisar el concepto de diseño con clientes.

**Subastas a plazo:** Son artículos comprados por la oferta más alta realizada en el período de oferta.

**Subastas inversas:** Son artículos comprados al proveedor con la oferta más baja en período de licitación.

**Subir:** Es la transferencia de archivos desde una computadora local a un servidor. Usualmente se logra usando FTP. Las páginas de correo electrónico o sitio web se pueden cargar para actualizar un servidor remoto.

**Sujeto de datos:** Es el término legal para referirse al individuo cuyos datos se conservan.

**Superposición:** Es típicamente un anuncio animado que se mueve alrededor de la página y se superpone al contenido del sitio web.

**Superstitials:** Son anuncios emergentes que requieren interacción para eliminarlos.

**Surfer:** Es un buscador de información no dirigido que a menudo busca una experiencia en lugar de información.



**Tablero:** Es una herramienta de informes que consolida, agrega y organiza mediciones, métricas (medidas comparadas con un objetivo) y, en ocasiones, cuadros de mando en una sola pantalla para que la información se pueda supervisar de un vistazo. Los paneles difieren de los cuadros de mandos en que se adaptan para supervisar un rol específico o generar métricas que reflejen un punto de vista particular; por lo general, no se ajustan a una metodología de gestión específica.

**Tarjetas inteligentes:** Son tarjetas físicas que contienen un chip de memoria que se puede insertar

en un lector de tarjeta inteligente antes de comprar los artículos.

**Tasa de conversión de visitas:** Es una indicación de la capacidad de un sitio para convertir a los visitantes a resultados definidos, como el registro. Se calcula dividiendo el número de eventos de conversión por el número de sesiones de visitantes dentro de un período de tiempo.

**Tasa de deserción/ Attrition rate:** Porcentaje de visitantes del sitio que se pierden en cada etapa al hacer una compra.

**Tasa de obstáculos:** Es la proporción de clientes que se encuentran dentro de un nivel particular de actividad. Por ejemplo, el porcentaje de miembros de una lista de correo electrónico que hace clic en el correo electrónico dentro de un período de 90 días, o la cantidad de clientes que realizaron una segunda compra.

**TCP/IP:** Protocolo de control de transferencia / Protocolo de Internet Es el paso de paquetes de datos por Internet ocurre a través de TCP / IP. Para que una PC pueda recibir páginas web o para que un servidor albergue páginas web, debe estar configurado para admitir este protocolo.

**Técnicas de lealtad:** Los clientes se inscriben en un plan de incentivos donde reciben puntos por compras repetidas, que pueden convertirse en ofertas, como descuentos, productos gratuitos o en efectivo. (También conocido como esquemas de incentivos en línea).

**Tecnología de banda ancha:** Es un término que se refiere a los métodos de entrega de información a través de Internet a una velocidad mayor al aumento del ancho de banda.

**Tecnología de inserción:** Es la difusión de contenido digital al escritorio del usuario sin la necesidad de que el usuario visite un sitio para descargar información.

El correo electrónico también puede considerarse una tecnología de inserción.

**Tecnologías disruptivas:** Son nuevas tecnologías que impulsan a las empresas a reevaluar sus enfoques estratégicos.

**Telemercadeo usando Internet:** Se utiliza principalmente para telemercadeo entrante, incluyendo líneas de venta, líneas de atención de bienes y servicios y manejo de respuesta para campañas de respuesta directa.

**Televisión digital:** Consiste en recibir y mostrar la información en un televisor digital utilizando información binaria (0s y 1s), brindando opciones para una mejor calidad de imagen y sonido y servicios de información adicionales basados en la interactividad. Vea TV digital interactiva.

**Telnet:** Es un programa que permite el acceso remoto a datos y programas basados en texto en otros sistemas informáticos en diferentes ubicaciones. Por ejemplo, un minorista podría verificar si un artículo estaba en stock en un almacén usando una aplicación telnet.

**Texto de enlace:** Es el texto utilizado para formar el enlace azul subrayado, se ve en un navegador web definido en la fuente HTML.

**Tienda de destino:** Es una tienda minorista en la que la mercancía, la selección, la presentación, los precios u otras características únicas actúan como un imán para el cliente.

**Transacciones de comercio electrónico:** Son las transacciones que se dan en la comercialización de bienes y servicios realizados a través de Internet y otros medios digitales.

**Transformación digital:** Un programa por etapas de mejoras comerciales para las herramientas de personas, procesos y herramientas utilizadas para

el marketing digital integrado para maximizar la contribución potencial de la tecnología digital y los medios al crecimiento empresarial.

**Transparencia de precios:** Es cuando el conocimiento del cliente sobre los precios aumenta debido a la mayor disponibilidad de información de precios.

**Triologue:** Es la interacción entre empresa, cliente y otros clientes facilitada a través de la comunidad en línea, redes sociales y comentarios.

**TTP (Terceros de confianza):** Son empresas con las cuales se ha llegado a un acuerdo para compartir información.



**UGC (Contenido generado por el usuario):** Se define como “cualquier forma de contenido como blogs, wikis, foros de discusión, publicaciones, chats, tweets, podcasts, alfileres, imágenes digitales, video, archivos de audio, publicidades y otras formas de los medios creados por los usuarios de un sistema o servicio en línea, a menudo disponibles a través de los sitios web de las redes sociales”.

**Upselling / Cross-selling:** Es una técnica de ventas mediante la cual un vendedor induce al cliente a comprar artículos más caros, actualizaciones u otros complementos en un intento de hacer una venta más rentable. Si bien generalmente implica la comercialización de servicios o productos más rentables, puede ser simplemente exponer al cliente a otras opciones que quizás no se tuvieron en cuenta. Una técnica diferente es la venta cruzada en la que un vendedor intenta vender otra cosa. En la práctica, las grandes empresas generalmente combinan la venta superior y la venta cruzada para maximizar los beneficios. Al hacerlo, una organización debe asegurarse de que su relación con el cliente no se vea afectada.

**Up-selling:** Significa persuadir a los clientes existentes para que compren productos más caros (generalmente relacionados con las categorías de compra existentes).

**URL (Localizador universal de recursos):** Es el texto que indica la dirección web de un sitio. Un nombre de dominio específico se escribe en una ventana del navegador web y el navegador luego ubicará y cargará el sitio web. Tiene la forma de: `http://www.domain-name.extension/filename.html`.

**Usabilidad:** Es un enfoque para el diseño del sitio web destinado a permitir la realización de tareas del usuario.



**Validación:** Los servicios de validación prueban los errores en el código HTML que pueden causar que una página web se muestre incorrectamente o enlaces a otras páginas que no funcionan.

**Valor promedio de pedido (AOV):** Es el monto promedio que se gasta en una compra única en un sitio minorista para un grupo de clientes en particular, p. Compradores por primera vez.

**Valores del producto:** Es una evaluación del valor de un bien o servicio. El valor del producto evaluado por una empresa al establecer un precio para un producto en particular puede depender de sus costos de producción, su valor de mercado general y el valor del producto tal como lo percibe un grupo objetivo de consumidores.

**Variable de evidencia física:** Es el elemento de la mezcla de marketing que involucra la expresión tangible de un producto y cómo se compra y usa.

**Variable de lugar:** Es el elemento de la mezcla de marketing que implica la distribución de

productos a los clientes en línea con la demanda y la minimización de los costos de inventario, transporte y almacenamiento.

**Variable de personas:** Es el elemento resultante de la combinación de marketing que implica la prestación del servicio a los clientes durante las interacciones con esos clientes.

**Variable de precio:** Es el elemento de la mezcla de marketing que implica la definición de precios de productos y modelos de precios.

**Variable de proceso:** Es el elemento de la combinación de marketing que implica los métodos y procedimientos que las empresas utilizan para lograr todas las funciones de marketing.

**Variable de promoción:** Es el elemento de la combinación de marketing que implica la comunicación con los clientes y otras partes interesadas para informarles sobre el producto y la organización.

**Variable del producto:** Es el elemento de la mezcla de marketing que implica investigar las necesidades de los clientes y desarrollar los productos adecuados.

**Vender el comercio electrónico paralelamente:** Es vender el comercio electrónico de lado, son transacciones de comercio electrónico entre una organización proveedora y sus clientes, posiblemente a través de intermediarios.

**Venta cruzada:** Consiste en persuadir a los clientes existentes para que compren productos de otras categorías además de sus compras típicas.

**Venta minorista de canales:** Es el uso de Internet por parte de los minoristas como un canal de comunicación y transaccional simultáneamente en los mercados de empresa a consumidor.

**Ventaja diferencial:** Es un atributo deseable de

un producto que actualmente no coincide con las ofertas de la competencia.

**Ventanas estratégicas:** Son las oportunidades que surgen a través de un cambio significativo en el entorno.

**Ver a través de:** Es una vista que indica cuándo un usuario ve un anuncio y luego visita un sitio web.

**Video marketing:** Es el uso del video para ganar visibilidad en el marketing de búsqueda, sitios de hospedaje de video y para involucrar a los visitantes del sitio.

**Vinculación profunda:** Asociada con el término de Jakob Nielsen que se da cuando un usuario llega a un sitio muy dentro de su estructura o donde los motores de búsqueda indexan una copia duplicada de contenido normalmente inaccesible para las arañas de los motores de búsqueda.

**Virtualización:** Es el proceso mediante el cual una empresa desarrolla más características de una organización virtual.

**Visitantes únicos:** Son los visitantes individuales a un sitio medido a través de cookies o direcciones IP en una computadora individual.

**Vista única del cliente:** Es la información del perfil del cliente, se mantiene constante en todos los sistemas para mantener la calidad de los datos del cliente.

**Visualización del producto / comunicación visual:** Es la comunicación visual de ideas a través de la visualización de información. Principalmente asociada con imágenes bidimensionales, incluye: alfanuméricos, arte, signos y recursos electrónicos. La investigación reciente en el campo se ha centrado en el diseño web y la usabilidad orientada gráficamente.

**VoC (Voz en línea del cliente):** Son las evaluaciones

cualitativas de la efectividad de la presencia digital basada en comentarios directos de los clientes. Responden preguntas de “quién y por qué” sobre cómo los clientes interactúan con las marcas en línea.



**WAIS (Servicio de información de área amplia):** Servicio de Internet que ha sido reemplazado por la World Wide Web.

**WAP:** Es un estándar técnico para transferir información a dispositivos inalámbricos, como teléfonos móviles.

**Webmaster:** Es responsable de garantizar la calidad de un sitio web. Esto significa lograr disponibilidad adecuada, velocidad, enlaces de trabajo entre páginas y conexiones a bases de datos de la compañía. En las empresas pequeñas, el webmaster puede ser responsable del diseño gráfico y el desarrollo de contenido.

**Widget:** Es un distintivo o botón incorporado en un sitio o espacio de red social por su propietario, con contenido o servicios típicamente servidos desde otro sitio que hace widgets efectivamente una aplicación de mini-software o servicio web. El contenido se puede actualizar en tiempo real ya que el widget interactúa con el servidor cada vez que se carga.

**Wi-Fi ('fidelidad inalámbrica'):** Es una red inalámbrica de área local de alta velocidad que permite el acceso inalámbrico a Internet para usuarios móviles, de oficina y domésticos.

**Wireframe:** Es una plantilla de una sola página utilizada para definir un nuevo diseño o funcionalidad para parte de un sitio web para su discusión, iteración y luego un resumen para la implementación.

**World Wide Web:** Es un medio para publicar información en Internet. Se accede a través de navegadores web, que muestran páginas web y ahora se pueden utilizar para ejecutar aplicaciones comerciales. La información de la empresa se almacena en servidores web, que generalmente se denominan sitios web.



**XML:** Es un lenguaje de marcado avanzado que brinda un mejor control que el formato HTML sobre para información estructurada en páginas web.

**XMOS (Estudios de optimización cruzada):** Son los estudios para determinar el gasto óptimo en diferentes medios para producir los mejores resultados.

**XMOS (estudios de optimización de medios cruzados):** La investigación XMOS está diseñada para ayudar a los especialistas en marketing y sus agencias a responder la pregunta “¿Cuál es la combinación óptima de vehículos publicitarios en diferentes medios, en términos de frecuencia, alcance y asignación presupuestaria, para que una campaña determinada logre sus objetivos de marketing? ‘ La combinación entre el gasto online y offline varía para maximizar las métricas de la campaña, como el alcance, el conocimiento de la marca y la intención de compra.



**ZMOT (Zero Moment of Truth) (Momento de la verdad):** Es un resumen de la toma de decisiones actual de consumidores multicanal para la compra de productos donde buscan, revisan clasificaciones, estilos, precios y comentarios en las redes sociales antes de visitar un minorista.



# ABECEDARIO eCommerce 2019

IMPULSAMOS EL COMERCIO ELECTRÓNICO  
Y LA ECONOMÍA DIGITAL

[www.amvo.org.mx](http://www.amvo.org.mx)