

G L O S A R I O D E T É R M I N O S

MARKETING DE CONTENIDOS




COLMENA
INTERACTIVE®



¿POR QUÉ HEMOS DESARROLLADO ESTA GUÍA PARA TI?

Hemos entendido lo molesto que puede ser cuando alguien trata de explicarte algo relacionado con tu marca y usa términos totalmente desconocidos para ti. Esta guía nace para eso, para darte todo el material que te ayude a resolver tus dudas respecto al Marketing de Contenidos y puedas desenvolverte mejor en este fascinante mundo digital.



BRANDED CONTENT

Es el tipo de contenido que una marca genera para promover algún producto particular que, más allá de servir solamente como un anuncio, les ofrece a los consumidores información valiosa y permiten crear conexiones con ellos.



CALL TO **ACTION**

Es una instrucción para los consumidores con la que se busca alentarlos y provocar una acción inmediata después de anunciar algo. Generalmente se expresa con imperativos: "¡Compra ahora!", "Llámanos", "¡Conoce más!".

CONCEPTO CREATIVO

Es una idea, generalmente expresada como una frase breve y clara, con la que se busca sintetizar una ventaja de una marca o producto para traducirla en una propuesta única de venta y que sirve para conectar distintas piezas (anuncios y formatos) con un mismo mensaje.

CONTENT MARKETING

Es un enfoque de marketing donde el principal objetivo es crear contenido valioso para un sector en específico. Es importante tener claro que el protagonista no es la marca o el producto, sino el usuario; al crear contenido consistente y útil, se crea afinidad y lealtad, con lo que es posible atraer y retener nuevos clientes.

COPY

Se refiere a los textos, a la producción escrita, en un contexto en que se trabaja con material de distintos medios y formatos.

CURACIÓN DE **CONTENIDO**

Se trata, en pocas palabras, de encontrar, filtrar y clasificar contenido con un propósito definido o tema en común para presentarlo a un sector de usuarios al que le pueda resultar útil en un mismo lugar.

DATA

Es la información de los usuarios (género, idioma, edad, profesión, intereses y ubicación) que se capta a través de canales digitales como las redes sociales o página web. Es muy útil al momento de realizar una segmentación específica para campañas pagadas o una nueva estrategia.



DESCRIPCIONES, **TÍTULOS,** **KEYWORDS**

Las descripciones en una página web son la referencia que permite identificar el giro de la empresa a través de sus datos de contacto, servicios, productos, etc. Mientras que los títulos y las keywords funcionan como metadatos (véase Metadatos) que captan búsquedas orgánicas y pagadas a través de un buscador como Google (véase SEO).

ESTRATEGIA DE **CONTENIDOS**

Es la planificación y desarrollo de la gestión de contenidos que guía la estrategia general para alcanzar los objetivos de la marca. Permite saber qué, por qué, para quién, cómo, dónde y cuándo debe implementarse.

FLOW

Es nuestra forma de llamar al calendario o planificador de contenidos para las marcas en redes sociales.



FORMATOS GRÁFICOS

Son el aspecto visual de los contenidos que se definen por colores, imágenes, animaciones (Gif/Video) y formatos de texto que en conjunto crean la identidad digital de una marca. Son adaptables y varían de acuerdo a cada plataforma.

INBOUND MARKETING

Es una metodología que consiste en atraer al usuario a un sitio web para convertirlo en lead sin necesidad de ser intrusivo con él. Esto se realiza a través de distintos factores como contenido de calidad y newsletter (véase Newsletter), entre otros.



MAILING, **NEWSLETTER**

Es un correo electrónico que reciben los usuarios con información relacionada a los productos y servicios de una marca. El contenido del correo se estructura por secciones o apartados según el tipo de información mostrada.



MARKETING DIGITAL

Es la planeación estratégica de canales de comunicación digitales, como páginas de internet, redes sociales y motores de búsqueda, con el fin de promocionar, crear reconocimiento y lealtad de marcas, productos y servicios.

METABUSCADOR

Es un rastreador de contenido que combina los mejores resultados de las bases de datos de múltiples motores de búsqueda, también se conoce como un “buscador de buscadores”.

METADATOS

Son enunciados y palabras clave que describen el contenido de una página o una sección. Este contenido reside en el código de la página con el fin de que sea más fácil de rastrear por los motores de búsqueda y el usuario sepa qué contenido encontrará en la página.



MISIÓN EDITORIAL

Es la guía máxima para crear el contenido de una marca. Ésta ayuda a definir quién es nuestro target, qué tipo de contenido le daremos y qué beneficios esperamos que reciba con eso que le compartiremos.

MOTOR DE BÚSQUEDA

En Google, es un buscador que rastrea contenido en los servidores y bases de datos de miles de millones de sitios web mediante palabras clave, metadatos y códigos de posicionamiento.

OBJETIVO DE **COMUNICACIÓN**

Es el mensaje que queremos que persista en la mente del usuario al implementar una estrategia de marketing digital o una campaña.



PILAR DE CONTENIDO

Es el núcleo de cualquier esfuerzo de comunicación digital, ya sea en redes sociales, blogs, aplicaciones o sitios web. Por definición, son los grandes temas que le dan cuerpo a las ideas y reúnen los mensajes que una marca puede transmitir en cualquiera de sus plataformas.

PLATAFORMAS DE CONTENIDO

Son los espacios digitales donde se publican las piezas de comunicación de la marca.



PLATAFORMAS **DE CONTENIDO**

BLOG

Sitio web que se actualiza periódicamente con contenido caracterizado por su tono conversacional.



PLATAFORMAS DE CONTENIDO

REDES SOCIALES

Plataformas digitales que permiten crear comunidades y conversaciones alrededor (y acerca) de temas diversos, utilizando formatos que van del simple texto hasta el video.

PLATAFORMAS DE CONTENIDO

SITIO WEB

Es la plataforma de contenido primaria. Son un conjunto de páginas web vinculadas por un mismo propósito, en ellas caben todo tipo de formatos de contenido que pueden cumplir objetivos diversos.

PLATAFORMAS **DE CONTENIDO**

LANDING

Es un sitio web, con la diferencia de que todos sus contenidos residen en una sola página.



PLATAFORMAS DE CONTENIDO

APP

Es una pieza de software desarrollada para cumplir un propósito específico desde un dispositivo móvil.

REMARKETING

Es un formato y técnica publicitaria que permite a las marcas alcanzar e impactar a visitantes de un sitio web fuera de ese sitio y a lo largo de su navegación por internet.

SEM/SEO


SEM

Es una técnica publicitaria que consiste en promocionar un sitio web, mejorando su visibilidad ante los motores de búsqueda y aumentando su número de visitas.

SEM/SEO

SEO

Es un proceso mediante el cual un sitio web obtiene tráfico de manera natural desde los resultados de los motores de búsqueda.



Ojalá este glosario haya sido de gran utilidad para ti y te ayude a reforzar tus conocimientos digitales.

Para cualquier otra consulta escríbenos a hola@colmenainteractive.com.

¿Quieres seguir aprendiendo?

Únete a nuestras redes sociales y entérate de los mejores temas de Marketing Digital.



Facebook/@ColmenaInteractive



Linkedin/@ColmenaInteractive



COLMENA
INTERACTIVE®