

Diccionario sobre Seo y Marketing digital. > jeronimollamas

Diccionario sobre SEO y Marketing Digital.

Una estupenda alternativa para aprender e indagar sobre lo desconocido.

Se define como un modelo publicitario de bajo presupuesto pero de gran impacto, debido a que consiste en utilizar elementos urbanos de la vida cotidiana para transformarlos en su mensaje subliminal con una intención determinada, a través de situaciones que llamen la atención de la colectividad.

También se puede concebir bajo el precepto de marketing de guerrilla, haciendo uso de técnicas y estrategias poco convencionales para transmitir un mensaje e idea dentro del ambiente existente.

Se refiere a una herramienta de medición e interpretación de los datos propios del funcionamiento de una [página web](#). Su aplicación se extiende al simple hecho de medir tráfico, debido a que también permite conocer detalles de envergadura sobre la segmentación del público visitante, así como también su comportamiento durante su navegación por la web.

Esto contribuirá a la aplicación de una política comunicacional más certera, dónde se centren esfuerzos en una optimización de calidad, la cual permite posicionar de forma más rápida y obtener una alta rentabilidad para un retorno exitoso de la inversión realizada.

Es un texto visible en forma de enlace con palabras clave relevantes para direccionar al usuario a una página destino, brindándole información de interés sobre la misma y mostrando variaciones físicas en relación al resto del contenido.

Este hipervínculo también puede estar constituido por un llamado a la acción. La absoluta legibilidad debe ser uno de los principales criterios en su realización, debido a que contribuye a un posicionamiento más rápido en buscadores.

Es un programa informático de carácter automático, que se encarga de inspeccionar el entramado de la red de redes conocida como la Word Wide Web.

Se trata de una especie de rastreador, el cual tiene la función principal de registrar y hacer copias de todas las páginas web, recopilando toda la información que hay dentro de ellas para ser procesadas e indexadas en la data interna de los motores de búsqueda.

Es el término utilizado para definir a la breve descripción que acompaña a las imágenes en una página web. Se trata de un atributo HTML, el cual permite identificarlas según su mensaje, considerando que los crawlers de los motores de búsqueda no pueden leer a los archivos de imagen.

Se sugiere el uso de palabras clave en este texto junto con una reseña legible para ser leída por Google y poder generar un nivel de tráfico considerable con estos recursos gráficos.

Es un proceso estratégico de comparación de las empresas líderes en el sector de interés. Su propósito principal es analizar a todas sus prácticas, con la finalidad de extraer e implementar las de mayor éxito entre el público consumidor, alcanzando un alto nivel de competitividad.

Es un canal de comunicación directa para plasmar desde gustos e intereses personales hasta información de interés general.

Los contenidos se publican en formato de post y con cierta periodicidad según el plan editorial de cada propietario, los cuáles son presentados en orden cronológico por fecha publicación.

Se considera altamente interactivo, puesto que los usuarios pueden comentar y expresarse sin limitación alguna. Un blog puede ser un aliado fenomenal para reforzar los ideales de tu marca personal.

Los [enlaces de retroceso](#) cómo es su significado en español, son aquellos que recibe una página web desde otras páginas web. Su impacto es prominente en los resultados de los motores de búsqueda porque entre más retroenlaces se disponga dentro del sitio, su popularidad e importancia serán mucho mayor.

La calidad en este caso es imprescindible para el éxito, debido a que tales backlinks deben ser procedentes de webs con gran autoridad para obtener un beneficio similar ante Google.

Es un formato publicitario de Internet, el cual consiste en un anuncio de diversas dimensiones dentro de una página web. Su objetivo es llamar la atención del usuario con un diseño resaltante y un mensaje cautivador, animandoles a darle click para ser redirigidos a otro sitio con la intención de incitarlos al consumo o a realizar una acción en específico.

El éxito de esta estrategia se rige por la cantidad de visitas e impresiones obtenidas.

Es un conjunto de técnicas maliciosas para engañar a los principales buscadores de Internet, con la finalidad de obtener mejores índices en su [posicionamiento web](#). Se trata del accionar poco ético e inescrupuloso para mejorar tu ranking de forma rápida, saltándose las directrices de estas plataformas.

Quienes recurren a estas prácticas son sancionados y desaparecen de los resultados de búsqueda. Esto es algo que

nadie quiere para sus proyectos web, los cuales consumen tiempo y dinero.

Es la creación de contenidos para marca personal, los cuáles permiten transmitir sus valores al consumidor y conectar con ellos de forma amena e interactiva. No simples artículos con información de productos y servicios, sino algo especial con poder de atracción para establecer una relación estrecha de carácter emocional con amplias posibilidades de fidelización.

Se refiere a un personaje imaginario en el [marketing](#), el cual funge como un prototipo de cliente ideal para un producto o servicio. Es utilizado como parte de una segmentación del público objetivo. Estas personas disponen de unas características específicas como ubicación geográfica, sexo, nivel social y otras, las cuáles nos permiten conocer sus necesidades e intereses para enfocar esfuerzos certeros en atraer a este tipo de individuos.

Aprende a mejorar tu seo en blogger.

Es un fenómeno negativo del SEO, el cual consiste en tratar de posicionar varias URL con la misma [Keyword](#). Muchos la conciben como una estrategia “ingeniosa” para hacer a un lado a la competencia, sin considerar que están cometiendo un craso error, debido a que genera una gran confusión en la data de los motores de búsqueda para construir los Serps.

Esta acción no tiene efecto positivo alguno en nuestra web. Lo que puede ocasionar es un nulo posicionamiento, desapareciendo de la primera página de resultados.

Se refiere a la acción de pulsar con el botón del ratón sobre un anuncio, enlace o cualquier otro elemento en la pantalla. Casi siempre es utilizado para determinar el nivel de interacción del usuario.

Co-citación:

Es un sistema para la construcción de enlaces entre webs con temática similar. Se trata de incluir o mencionar otras fuentes de considerable autoridad en los contenidos de nuestra web. Una práctica muy bien visto por los ojos de Google y con excelentes beneficios para la reputación digital.

Es un profesional de marketing digital con especialización concreta en el manejo y gestión de la imagen de una marca dentro del ciberespacio. Se trata de un individuo con altos niveles de creatividad e hiperactividad para generar contenido de valor para la comunidad. Sus principales dotes son la comunicación directa e introvertida, así como también su capacidad de generar sentimientos de fidelización y simpatías con mensajes claros e incluyentes.

La demanda de este nuevo puesto de trabajo va en aumento desde hace varios, debido a la necesidad de las empresas e instituciones de estar presentes en el mundo digital, como parte del proceso de digitalización creciente en la sociedad.

Se refiere a un texto repetido en más de una dirección web. También se pueden considerar como duplicado a los contenidos con reiteradas coincidencias en su semántica o estructura, lo cual puede considerar como un [plagio](#) y una violación flagrante a la propiedad intelectual.

Casi nadie le presta la debida atención a este tema, sin considerar que las consecuencias pueden ser funestas desde el ámbito digital con severas penalizaciones por Google hasta la posible comparecencia en tribunales.

Es una fórmula publicitaria para anunciar un producto o servicio, mediante la realización de contenidos de interés para el público consumidor. Se considera como una estrategia poco invasiva e importante al momento de generar un impacto positivo en tu imagen corporativa.

Se refiere a un contenido de tan alta calidad e influencia en el usuario, el cual es compartido de forma indiscriminada por el mismo en las redes sociales. Es el objetivo de todos los que comienzan a construir una marca personal en el ciberespacio, quienes la conciben como una excelente estrategia para obtener mayor visibilidad y hacer llegar un mensaje a más personas.

Es una acción específica en una página web o E-commerce por parte del usuario, quién es motivado a realizar con un regalo o simplemente influenciado por los contenidos de una campaña publicitaria online. Su ejecución puede traer consigo beneficios para la presencia digital de una empresa e institución, brindándonos la posibilidad de medir el éxito de las estrategias desarrolladas por los departamentos de marketing y comunicación.

Son pequeños fragmentos de texto con información sobre el sitio web que se está visitando. En ellos puedes seleccionar desde el idioma de preferencia hasta los contenidos a mostrar. Casi siempre son utilizados como archivos de sitios web en tu ordenador, los cuales almacenan información de registro como tú nombre o preferencias para hacer que tu próxima visita sea más cómoda y rápida.

Copy:

Se refiere al conjunto de textos que componen a una pieza creativa. Son aquellas ideas plasmadas en diversos formatos de redacción, las cuáles pretender transmitir mensajes de una empresa o institución sin formalismos ni tecnicismos angelicales. También pueden considerarse como parte fundamental en el proceso de construcción de la identidad de una marca personal.

Copywriter:

Es el profesional que se encarga de la realización de los

contenidos según los requerimientos creativos del proyecto. Tiene en sus manos el poder de acuñar con pocas letras a mensajes persuasivos de gran impacto tanto a nivel comunicacional en los diversos canales digitales a ser transmitidos, como también en términos de SEO ante los motores de búsqueda.

Copywriting:

Es una disciplina del marketing digital, la cual consiste en la redacción de contenidos comerciales en diversos formatos e índoles. Se concibe cómo el arte de escribir con sazonadas palabras para seducir al público e influenciarlos de manera positiva para que realicen una acción determinada.

Del mismo modo, funciona como una estrategia para captar la atención e interés del usuario con textos de valor, los cuáles se conviertan en una nueva ventana de comunicación e información para descubrir horizontes desconocidos hasta entonces.

CPA:

Es un modelo de negocios del marketing digital. No es nada del otro mundo, puesto a que consiste en la compensación económica por una acción específica, la cual debe ser ejecutada por el usuario de manera exitosa para ser pagada por el anunciante.

CPC:

Se refiere a un sistema de rentabilidad online, el cual consiste en un importe único por cada clic que se obtenga con el formato publicitario seleccionado. El anunciante sólo paga cuándo el usuario realiza esta operación, considerándose cómo una muestra de interés al visitar la web destino para obtener más información de lo que se está ofreciendo.

CPM:

Es una métrica publicitaria para establecer un costo certero por cada 1.000 impresiones en un anuncio. Se utiliza como un punto de referencia de lo que puede llegar a costar una campaña publicitaria o mostrar un mensaje. El CPM no asegura visitas ni conversiones.

CTR:

Es el porcentaje de clics que obtiene un anuncio por su publicación en los diversos canales digitales. Se puede aplicar como un índice para medir el alcance e interés del usuario por una campaña o anuncio publicitario.

Curación de contenidos:

Es una técnica de optimización utilizada frecuentemente por los redactores para depurar a los textos de errores y brindarles un enfoque fresco e ingenioso, así como también orientarlos comunicacionalmente según las necesidades del proyecto bajo los más altos estándares de calidad. Se considera como una forma de desintoxicación ante tanta basura informativa en Internet, la cual sólo contribuye a la deformación educativa e ignorancia de la población.

¿Sabes que es el marketing de afiliación?

Es el porcentaje que indica cuántas veces se repite una palabra clave en el contenido, comparándolo con la extensión total del mismo. En el SEO, se concibe como uno de los factores más importantes, debido a que es la estrategia utilizada por los motores de búsqueda para identificar el tema principal de una página.

Design Responsive:

Es una novedosa técnica del diseño y desarrollo web, la cual consiste en brindar visibilidad a las páginas desde cualquier

dispositivo electrónico (teléfonos móviles, tablets, ordenadores, etc.). Su aplicación contribuye a un mejor alcance de los contenidos e información internet, debido a que hace posible poder acceder a ellos sin limitación alguna.

Dominio:

Se refiere a la identificación de una página web para encontrarle de forma precisa en Internet. Su función principal es traducir a las direcciones IP junto con cada nodo activo de la red en términos sencillos y fáciles de aprender para el usuario.

Es la compra-venta directa de productos y servicios por los diversos canales digitales del ciberespacio. Esta modalidad de comercio virtual ha cobrado terreno a pasos agigantados durante los últimos años como parte del proceso de informatización que padece nuestra sociedad, constituyéndose como una alternativa empresarial de bajos costes e inteligente para personas con poco tiempo de ir a realizar compras en un establecimiento físico.

La publicidad por correo según su traducción al español, consiste en el envío masivo de mensajes de carácter comercial vía correo electrónico. Tales anuncios son básicamente desde ofertas y promoción hasta un boletín informativo con las últimas novedades en la rama de productos o servicios a ofrecer.

Conseguir un mayor número de conversiones es uno de los principales objetivos que se plantea como herramienta de comunicación con el público consumidor. Su ejecución se basa en bases de datos internos con clientes frecuentes o prospectos. Del mismo modo, siempre se utiliza como una estrategia de fidelización para crear lealtad y confianza en la marca.

Engagement:

Se define como un índice de compromiso de los clientes con un producto en las redes sociales. Las empresas deben estar muy atentas a establecer relaciones sólidas y duraderas con sus consumidores, quienes tienen el poder de disparar este indicador con sus interacciones en páginas oficiales.

Asimismo, también permite conocer más sobre el usuario desde sus gustos e intereses para aplicar estrategias que vayan dirigidas a fortalecer este vínculo.

Enlace:

Es una expresión de textos o imágenes para redirigir hacia una página con tan sólo hacer un click. Es el principal medio de desplazamiento en la red y suelen visualizarse con características especiales cómo subrayado en colores llamativos.

Enlace Dofollow:

Es un enlace común y corriente pero con la posibilidad de mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda, puesto que se encarga de avisar a la arañas web para que sigan su ruta habitual e informa a las mismas sobre la relevancia del contenido. Puede considerarse como un mecanismo para aumentar la puntuación ante Google.

Enlace Nofollow:

Se refiere al enlace que brinda indicaciones a las arañas web para que no le transmitan autoridad alguna. Es considerado como todo lo contrario a uno tradicional de su mismo tipo, debido a que puede generar algo de tráfico pero no contribuye en lo absoluto al posicionamiento.

Enlaces tóxicos:

Son aquellos enlaces de baja calidad para Google, quién los ve con muy malos ojos en términos de autoridad y posicionamiento. Proceden de sitios web con temática no relacionada, granjas de links o cualquier otro mecanismo automatizado para su creación. Su utilización se considera como SEO negativo y puede conllevar a serias penalizaciones.

Enlaces rotos:

Son aquellos enlaces que redireccionan a sitios web inexistentes, bien sea porque fueron removidos de forma permanente o la dirección está introducida de forma incorrecta. Suelen mostrarse en mensaje como “la página web que ha indicado no se encuentra disponible” o “dirección web no encontrada”. El código informático de ERROR 404 se considera como un enlace roto.

Estudio de palabras clave:

Es el análisis e interpretación de las preferencias del usuario en los motores de búsqueda. Se trata de jerarquizar a las búsquedas más frecuentes en términos de palabras clave según el volumen de visitas al mes que reciba cada una de ellas.

Es la prioridad al iniciar cualquier estrategia de posicionamiento SEO, debido a que aporta datos de interés para conocer qué palabras utilizan tus clientes para productos o servicios de tu área profesional, así como también orientan en función de ellas a tus contenidos para mejorar tu visibilidad y generar más tráfico de valor a tu sitio web.

Aprende a detectar enlaces rotos con esta herramienta.

Es una plataforma de Facebook con fines publicitarios, la cual se encarga de elaborar campañas para promocionar páginas de empresas e instituciones, tiendas online o eventos a realizar,

mediante anuncios intercalados con contenidos de interés. Sólo se paga por clics recibidos, constituyéndose como una alternativa altamente rentable para garantizar un [ROI](#) en poco tiempo.

FAQ:

Se refiere a la sección del sitio web para preguntas frecuentes. Todos los usuarios con dudas e inquietudes sobre los productos y servicios ofrecidos, pueden plantearlas aquí para ser respondidas por representantes de la marca.

Followers:

Es el término que se utiliza para definir a los seguidores en redes sociales. Cuando un usuario decide seguir a otro usuario, empresa o institución, comienza a recibir todas sus publicaciones e interacciones en su sección de noticias.

Funnel de conversión:

Es el término utilizado en el marketing digital para definir al procedimiento, que debe desarrollar el usuario para concretar el objetivo principal dentro de una web. Suele aplicarse como una métrica para dictaminar el costo y pérdida de cada una de las acciones que desarrollan en la página, así como también permite conocer cuáles pasos debemos mejorar para obtener un mayor número de conversiones.

Es un programa online de publicidad en Google, el cual consiste en la colocación de anuncios en sitios web como textos o recursos gráficos. Esta plataforma permite a los autores de contenidos, generar dinero de forma fácil y simple con sus creaciones. Suele ser el más utilizado por los cibernautas para rentabilizar a mediano y largo plazo con ingresos pasivos. Su sistema de compensación se basa en el pago por cada clic del usuario en tales anuncios.

Google Adwords:

Se concibe cómo una plataforma publicitaria de Google. Su funcionamiento se basa en la aparición de anuncios según los criterios de búsqueda de los usuarios y las palabras clave utilizadas por ellos. Tales anuncios son de pago bajo el esquema de compensación CPC.

Es una actualización del algoritmo de Google para clasificar los resultados de búsquedas. Su primera versión fue liberada en febrero del 2011 para los Estados Unidos y meses más tarde para Europa. Tiene como objetivo principal, brindar contenidos de calidad al usuario, haciendo uso de filtros y herramientas para brindarle un mejor acceso a los sitios web en que se encuentran.

Guest Post:

Se refiere al texto que escribe otro individuo en tu blog como invitado. Se produce como un intercambio de contenido, donde cada autor es emisario de un post para ser publicado en la web del otro. Su objetivo es enriquecer a la ciberaudiencia con nuevos artículos frescos e innovadores.

Es un término en forma de carácter cómo almohadilla o numeral. Sirve para marcar un tema de conversación entre los usuarios en redes sociales y agrupar las publicaciones según su contenido. La ventaja de esta etiqueta es que puede brindar considerable notoriedad a una noticia o hecho extraordinario para ser compartido y llegar a la mayor cantidad de personas posible.

Homepage:

Es el punto de entrada a un sitio web. Suelen ofrecer una bienvenida al público que ingresa e informa sobre el significado del mismo, así como también muestra un menú con todas las opciones disponibles para navegar. Se muestra por

defecto por defecto al introducir la dirección en el navegador, con solamente el nombre del dominio.

Hosting:

Es el servicio que ofrecen diversas empresas por Internet para almacenar datos e información de una página web en un espacio virtual. Se ha convertido en una de las industrias más lucrativas de la red, debido a que el alojamiento web es algo imprescindible para mantener tu sitio activo durante las 24 horas del día.

Es el conjunto de técnicas del marketing y publicidad poco invasivas para atraer nuevos clientes potenciales como también establecer una cercanía directa con los existentes, mediante contenidos e información de interés para satisfacer sus necesidades. Se trata de brindarles una experiencia sensorial completamente distinta durante su estancia por curiosidad en el sitio web o al momento de realizar compras hasta finalizar la transacción.

Impresiones:

Se refiere a la cantidad de veces que un usuario se encuentra en un anuncio publicitario de cualquier formato. Sólo mide de forma cuantitativa y no cualitativa, ocasionando que sepamos el número exacto de visitas pero no si prestaron atención o incurrieron en la acción a realizar según el caso.

Indexación:

Se define como el proceso de integración que realizan los buscadores, cuando encuentran una página web y pasa a formar parte de los resultados de búsqueda de los usuarios. Esto conlleva a un beneficio apoteósico, debido a que permite captar más tráfico para nuestro sitio en cuestión y tener más posibilidad de ventas o conversiones.

Interlinking:

Es el conjunto de enlaces internos dentro de un sitio web, los cuales tienen la función de conectar a una página con otra de la misma web. Estos hipervínculos son de gran utilidad para mejorar la experiencia de navegación del usuario, así como también ayudar a los motores de búsqueda a entender más rápido el contenido.

Se refiere a la herramienta que se utiliza para el análisis de palabras clave, así como también conocer su densidad en sitios web. Es utilizada con suma frecuencia en el SEO, debido a que estas métricas son de preponderantes e influyentes para la aplicación de políticas o estrategias.

KEI:

Se trata del índice de efectividad de las palabras clave, el cual permite identificar a las que realmente son útiles y valiosas. Es la fórmula para comparar el volumen de búsquedas de las palabras clave con la cantidad de páginas competitivas.

KPI:

Es un indicador para cuantificar el trabajo y corroborar el cumplimiento de los objetivos planteados en una campaña de marketing. Esta métrica también permite conocer el alcance e impacto de tus acciones en SEO.

Se define como la página de aterrizaje a cualquier a la que es redireccionado el usuario con tan sólo un clic o anuncio en la web. Su finalidad es convertir a las visitas simples en lead para generar mayor tráfico y mejorar la reputación digital de la marca personas con información de interés o promociones atractivas.

Leads :

Son aquellos usuarios que han pasado a formar parte de la data interna de clientes en un sitio web, mediante el llenado de formularios, suscripciones a boletines informativos o solicitudes de servicios. Muchos de ellos son captados por las páginas de aterrizaje, brindándoles un incentivo para que se sumen a la comunidad virtual de una empresa o institución.

Linkbaiting:

Es la técnica SEO de conseguir enlaces de forma natural con la realización de contenidos de alta calidad e interés general, el cual atraiga la atención del cibernauta para ser compartido y enlazar con otras web de gran autoridad sin acción alguna.

Linkjuice:

Se refiere a la autoridad que se transmite de un sitio web a otro con enlaces. Puede contribuir a una mejor visibilidad en los resultados de búsqueda, debido a que estas plataformas jerarquizan el orden de aparición de las web según su autoridad y relevancia.

Llamado a la acción:

Es un elemento disuasivo dentro de las páginas web para incentivar a los usuarios a realizar una acción determinada, la cual puede ser desde una simple suscripción a un blog hasta la inscripción en un seminario digital o la compra de un producto. Textos, imágenes e iconos son los utilizados con este propósito.

Long Tail:

Es una palabra clave de larga extensión para enfatizar búsquedas más específicas. Son aquellos que no tienen un nivel alto de búsquedas, pero si disponen de baja competencia para

ubicarse rápidamente en los primeros lugares del ranking de estos buscadores. Suelen ser más descriptivas y explícitas en comparación al resto de su mismo tipo.

Se refiere a la huella e impacto que generamos en nuestro entorno con nuestras acciones a nivel profesional. Se trata de la percepción que tienen los demás sobre los productos o servicios que ofrecemos, los cuáles pueden marcar la diferencia o pasar desapercibidos según el ánimo y las cualidades de los mismos.

Marketing de afiliación:

Es la rama del marketing digital que se fundamenta en la difusión y comercialización de productos o servicios de grandes tiendas virtuales, a través de anuncios o banner publicitarios en tus páginas web. Su finalidad es motivar al usuario al consumo y mejorar el volumen de ventas.

Es uno de los modelos de rentabilización de sitios web más lucrativos, debido a su atractivo sistema de compensación por comisiones y lo fácil que resulta implementarlo.

Marketing de contenidos:

Es la disciplina encargada dentro del marketing de la producción de contenidos relevantes e interesantes para la audiencia, los cuáles puedan generar una influencia positiva en su percepción sobre un producto o servicio. Su objetivo es cautivar la atención del buyer persona con publicaciones de carácter innovador, las cuáles puedan saciar su ansiedad informativa y resolver sus dudas e inquietudes.

Marketing conversacional:

Es un tipo de marketing novedoso e inteligente, debido a que se basa en la utilización de canales digitales para la comunicación como chats o interfaces, los cuáles pueden

brindarle una experiencia totalmente distinta al cliente por su cercanía y eficiencia, así como también brindar un servicio más humano según sus necesidades y requerimientos.

Marketing Digital:

Es el proceso de comercialización de productos y servicios por los distintos canales digitales. El marketing digital hace uso de diversas estrategias para concretar este propósito, constituyéndose como una disciplina tan extensa como efectiva para obtener una mayor notoriedad entre el público.

Meta Description:

Es el conjunto de etiquetas utilizadas para definir el contenido de una página, ante los motores de búsqueda. Suelen mostrarse en los Serps de forma explícita, lo cual que hace que deba realizarse con el mayor atractivo posible para el usuario.

Es la disciplina que hace uso de las neurociencias dentro del marketing para analizar el comportamiento del cliente en términos de consumo, así como también su respuesta a los constantes estímulos publicitarios como anuncios o experiencias.

De esta forma, hace posible encontrar la fórmula adecuada para mejorar la calidad de conversión de productos y servicios, así como también descubrir cómo piensan las personas durante el proceso de compra y qué las motiva a nivel emocional para desarrollar esta acción.

Se define como un boletín informativo con las últimas noticias e innovaciones sobre una marca con artículos de interés para el consumidor sobre los productos y servicio a ofrecer. Suele incluir notificaciones sobre ofertas o promociones. Su frecuencia de publicación puede ser variada, realizándose vía correo electrónico para todos los suscriptores.

Es una patente de Google registrada en 1999, la cual consiste en un sistema para calcular la relevancia de una página web dentro de este motor de búsqueda. Se basa en la cantidad y calidad de los enlaces que apuntan hacia la misma para dictaminar este índice.

Asimismo, también se concibe cómo la puntuación que brinda este gigante buscador de Internet a los sitios web, constituyéndose como uno de los principales factores incidentes en el SEO.

Porcentaje de rebote:

Es el índice de usuarios que visitan tu web, pero se retiran casi de forma inmediata sin hacer navegar ni dirigirse hacia ningún otro lugar. Esta métrica es clave en la analítica web, brindándote la posibilidad de mejorar esos aspectos que ahuyentan a los cibernautas e imposibilitan que se conviertan en posibles conversiones o lectores fieles.

Post:

Es el contenido de autor que se publica en un blog. Puede ser un artículo educativo e informativo, así como también noticias o cualquier otro género periodístico o de opinión. Su realización debe enmarcar varios parámetros para lograr obtener una excelente visibilidad en las Serps de los motores de búsqueda e impactar positivamente en el usuario.

Jeronimo Llamas frigola

Isaac albeniz ,21 2°-1°

Es la posición que ocupa una web en los resultados de los motores de búsqueda. Para mejorar este aspecto del posicionamiento, se requiere de la aplicación de diversas estrategias para aumentar la accesibilidad, tráfico y relevancia en Internet.

Crea tu blog desde cero euros en blogger.

Son las visitas “fantasmas” dentro de un sitio web. Se hace uso de este término, debido a que sólo ingresan de forma fortuita y no realizan acción alguna.

Redes sociales:

Son plataformas digitales para la comunicación directa e intrínseca entre la población, las cuales permiten establecer relaciones entre personas, grupos o comunidades con gustos e intereses comunes. Se han constituido como los medios de comunicación con mayor tráfico en la web, debido a que no dispone de barreras ni limitaciones considerables para el acceso a la información.

Reputación digital:

Se define como la percepción e imagen de una empresa o institución en el ámbito virtual. Este prestigio en el Internet se construye con publicaciones de valor e interactivas con el público, las cuales permitan influenciar de forma positiva en sus comentarios y opiniones en los canales virtuales más comunes como redes sociales, blogs y foros.

Se define como una fórmula económica para calcular la rentabilidad de las acciones de marketing, así como también su valor preciso en términos generales. Asimismo, este índice también permite cuantificar los beneficios obtenidos por estas de forma precisa, contribuyendo a la optimización de presupuestos invertidos para temas publicitarios e incentivando a la constante actualización de inversiones realmente factibles con apoteósicos resultados.

Se refiere a cualquier acción de marketing dentro de los motores búsqueda. La realización de campañas con anuncios de pago es lo más común, constituyéndose como una referencia de

este modelo publicitario por Internet. Su función es promover el contenido digital de una web para aumentar su visibilidad y ranking en los SERPS con la ayuda de herramientas y estrategias.

Es el conjunto de acciones y estrategias para mejorar el posicionamiento de una web dentro de los resultados orgánicos en los motores de búsqueda. Esta disciplina ha experimentado un sinfín de cambios durante los años, debido a los constantes avances tecnológico-informáticos en el ciberespacio, obligando a su readaptación según las necesidades y requerimientos actuales.

No sólo se centra en los aspectos técnicos sino también comunicacionales, brindándoles la posibilidad a los blogueros y autores de exponer sus piezas creativas pero bajo características especiales para rentabilizar, considerando la alta calidad e interés del usuario por contenidos de valor.

Se refiere a una serie de tácticas para aumentar la visibilidad de una web en los Serps pero según su ubicación geográfica. Suele utilizarse para dar a conocer una empresa o institución en su lugar de desarrollo, constituyéndose como uno de los principales aliados de los departamentos de marketing para llegar a más personas y engrosar sus ventas dentro de su localidad.

SEO negativo:

Son las técnicas poco éticas e inescrupulosas que se emprenden contra otras páginas webs de la competencia. Son prácticamente ilegales y su objetivo principal es conseguir que estos sitios sean penalizados o bajen de posiciones en los resultados de los motores de búsquedas.

SEO Off Page:

Es el conjunto de estrategias externas para mejorar el

posicionamiento orgánico de un sitio web, basándose en la obtención de enlaces hacia ella como factor principal. Son totalmente independientes y no pueden ser controladas por el SEO de tu página.

SEO On Page:

Es la serie de factores internos para mejorar el posicionamiento orgánico de una página web. Son aquellos que pueden ser controlados por nosotros con acciones de carácter interno. Se debe considerar como algo imprescindible en los departamentos de marketing o al iniciar cualquier estrategia de SEO.

Serps:

Son las páginas de los resultados en buscadores. Suele mostrarse tras realizar una búsqueda según el criterio seleccionado por el usuario, quién podrá ver diversas opciones de forma ordenada por estas plataformas, las cuales los clasifican según su calidad y relevancia. Posicionarse en sus primeros lugares se ha convertido en una obsesión para las páginas webs y blogs.

Share Of Voice:

Es un indicador métrico para conocer la exposición y visualización de una campaña de marketing en la red. Se trata de una estrategia para comprobar la repercusión de todas las acciones emprendidas en el público objetivo, lo que permite conocer a profundidad sobre sus necesidades e intereses según las menciones que realizan sobre una marca o producto.

Social Media Marketing:

Es el proceso de llamar la atención en los diversos canales digitales. Se trata de la aplicación de una serie de estrategias comunicacionales para atraer al público con

publicaciones de valor e interesantes. Su objetivo es generar tráfico desde las redes sociales hacia los sitios web oficiales, transmitiendo sus preceptos y valores comerciales para acercarse al usuario e incentivarlo a consumir un producto o servicio.

Spam:

Son aquellos mensajes no solicitados o con remitentes desconocidos, los cuáles no poseen información de interés ni resultan de utilidad para el usuario. Suelen ser de carácter comercial en su mayoría, siendo enviados masivamente al punto de almacenarse en carpetas de correo electrónico para esta finalidad.

Spinning:

Es una técnica del SEO poco ética e inescrupulosos, la cual consiste en la creación de artículos pero reutilizando otros contenidos originales y posicionados en la web. Puede considerarse como un plagio evidente, conllevando a la penalización de la página web que publicó este tipo de piezas escritas por los motores de búsqueda.

Tasa de conversión:

Es la métrica utilizada para precisar el tráfico de visitas cómo consecuencia de una acción. Es el porcentaje de usuarios convertidos según el objetivo planteado, el cuál funciona como un indicador para medir el éxito de una campaña online o de las estrategias de marketing.

Tráfico orgánico:

Son aquellas visitas de usuarios desde los Serps de cualquier motor de búsqueda. Se dicen orgánicas porque no fueron fruto de artilugios o tácticas SEO, sino del arduo trabajo en términos de calidad de contenido y enlaces.

Trending Topic:

Es un término utilizados en las redes sociales para calificar a las palabras clave de mayor relevancia en un periodo de tiempo determinado. Suelen ser tendencia por la cantidad de personas que las repiten en Twitter, constituyéndose como el tema de actualidad que está marcando pauta en esta red social.

Plan de medios sociales. Crea el tuyo

Localizador Uniforme de Recursos según el significado en español de sus siglas anglosajonas. Se define cómo los caracteres utilizados para denominar a las direcciones específicas de páginas web, las cuales permiten que los usuarios puedan ubicarlas e ingresar a ellas.

Engagement. Un sentimiento o una métrica simplemente

Se refiere al conjunto de estrategias éticas para mejorar la posición de una web dentro de las Serps. Se ajustan a las pautas establecidas por los motores de búsqueda para lograr resultados en un mediano y largo plazo. Se centra en la producción de contenido de alta calidad e interés para el público objetivo, constituyéndose como una opción distinta entre el resto para aumentar la visibilidad de un sitio en el ciberespacio.

WordPress:

Es el gestor de contenidos más popular de los profesionales del marketing. Su adaptabilidad y compatibilidad hacen posible la creación de cualquier tipo de página web, brindándonos nuevas alternativas para su administración de manera fácil y práctica. Casi siempre suele ser utilizado para la creación de blogs o sitios web corporativos e informativos.

Aportaciones al diccionario

Para poderte ayudar a entender mejor las terminologías que he empleado en este diccionario, he utilizado enlaces de otras webs que he creído que podrán darte una definición más amplia y de calidad.

Quiero dar las gracias por su gran aporte a:

Soy Jerónimo Community Manager Freelance.

Las redes sociales cada día evolucionan a pasos agigantados y lo que hoy funciona para que tu marca tenga el máximo de visibilidad, mañana puede ser que ya no sea lo efectiva que era esta estrategia que empleamos para poder tener el máximo de alcance, por ese motivo como Community Manager una de mis funciones es que los clientes que lleve estén siempre actualizados con las últimas tendencias que se adapten al tipo de estrategia que se ha planteado anteriormente para poder llegar al máximo de clientes potenciales.

This content was originally published [here](#).