



E-book Interativo

Vocabulário Digital de Marketing



José Almeida

portugalmaisdigital.pt

lancamentoseconteudosdigitais.com

Alinhamento de valores

Este e-book foi criado com o intuito de ser um guia acessível e abrangente para aqueles que estão a iniciar a sua jornada no marketing digital. Ele foi pensado para desmistificar e simplificar o vocabulário técnico e complexo que em muitos casos é utilizado nesta área. Além disso, foram incluídos termos mais avançados para aqueles que já estão familiarizados com o marketing, mas que querem aprofundar o seu conhecimento e compreensão.

Recomendo e encorajo a partilha deste e-book com quem possa beneficiar-se dele. No entanto, é importante respeitar a integridade do seu conteúdo. Embora possas distribuir livremente o e-book, não é permitido alterar seu conteúdo, reproduzir partes, comercializá-lo nem negociá-lo sobre nenhuma circunstância. Se necessário podes entrar em contacto através do site Portugal Mais Digital.

O objetivo é que este e-book seja uma ferramenta útil e inspiradora para todos. Sente-te à vontade para partilhá-lo e divulgá-lo, mantendo a essência do seu propósito original.

Juntos, podemos expandir o conhecimento e promover um ambiente de evolução principalmente no mundo do marketing digital.

Partilha o Conhecimento
José Almeida

Como usar este e-book interativo

O Livro eletrónico “Vocabulário Digital de Marketing” foi cuidadosamente criado para oferecer-te uma experiência de aprendizagem eficaz e interativa. Ele é um guia abrangente e acessível para mergulhar no vasto vocabulário do marketing digital.

Para facilitar-te a navegação, incluí um índice no início, que te permite clicares diretamente na letra desejada e acederes aos termos desejados.

Sempre que surgir algum termo técnico dentro de uma explicação, ao clicares nesse mesmo termo, serás direcionado para a sua respectiva explicação, permitindo uma experiência mais dinâmica e interativa.

Todas as páginas possuem um link no canto superior direito para voltar rapidamente ao índice, tornando a navegação intuitiva e prática.

É importante destacar que este tipo de e-book interativo é uma ferramenta valiosa e rara, especialmente no mundo do marketing digital. Utilizando a tecnologia atual, a minha prioridade foi criar uma ferramenta de fácil acesso, reunindo todo o conhecimento necessário para facilitar a compreensão deste vasto universo.

Explora e absorve o conhecimento aqui presente, desfruta da praticidade e da simplicidade que este e-book oferece.

Página Oficial do e-book interativo “Vocabulário Digital de Marketing”

https://www.portugalmaisdigital.pt/ebook_vocabulario

Índice

<u>A</u>	5	<u>N</u>	31
<u>B</u>	8	<u>O</u>	33
<u>C</u>	10	<u>P</u>	37
<u>D</u>	13	<u>Q</u>	42
<u>E</u>	14	<u>R</u>	43
<u>F</u>	15	<u>S</u>	46
<u>G</u>	17	<u>T</u>	51
<u>H</u>	19	<u>U</u>	55
<u>I</u>	21	<u>V</u>	56
<u>J</u>	23	<u>W</u>	58
<u>K</u>	24	<u>X</u>	59
<u>L</u>	25	<u>Y</u>	60
<u>M</u>	28	<u>Z</u>	61
<u>Aviso legal e termos de uso</u>			62

[▶ Voltar ao Índice](#)



Ads - Vêm do Inglês Advertising. Quer dizer [anúncios](#) ou [conteúdos](#) promocionais.

Afiliado - Pessoa ou empresa que [promove](#) um produto ou serviço em troca de uma comissão por venda. Termo usado para definir um comissionista de [produtos digitais](#). Os [afiliados](#) utilizam [links](#) exclusivos ou códigos de rastreamento ([tags](#)) que garantem o recebimento da comissão, sempre que alguém compra através do respectivo [link](#).

Algoritmo - Sequência de raciocínios, instruções ou operações usadas para alcançar um objetivo. Geralmente são usados por ferramentas de análise comportamentais para fazer sugestões e recomendações baseadas em preferências, comportamentos passados ou tendências.

Anunciante - Entidade ou empresa que promove e exibe [anúncios](#) para promover seus produtos, serviços ou mensagem específica.

Anúncio - Forma de comunicação criada para [promover](#) produtos, serviços, eventos ou ideias. Geralmente estão ligados a promoções pagas em televisão, rádio, internet, revistas, outdoors e [redes sociais](#), com o objetivo de influenciar um [público-alvo](#) específico.

► [Voltar ao Índice](#)



Avatar - Persona. É a personificação do cliente ideal. É a criação de um perfil fictício com características demográficas, comportamentais, interesses e necessidades do cliente dos nossos sonhos.

[▶ Voltar ao Índice](#)

B

B2B - Business to Business. Usado para descrever modelos de negócio onde as empresas vendem para outras empresas. Por exemplo, indústrias que fornecem matéria prima para outras empresas são modelos B2B.

B2C - Business to Consumer. Usado para descrever modelos de negócio onde as empresas vendem para consumidores finais. Por exemplo, a maioria das marcas como a Nike, Apple, Samsung. Também estão incluídos a maioria do comércio como pastelarias, talhos, sapatarias, etc.



Backlink - [Link](#) externo. É um [link](#) que vem de um [site](#) externo para o meu. Os backlinks são muito importantes para melhorar o nosso [SEO](#).

Banner - São [anúncios](#) em formato de imagens que são colocados em [blogs](#), [sites](#) e portais. Geralmente o dono da plataforma recebe um valor para alguém publicar o [banner](#) na sua plataforma.

Blog - [site](#) ou plataforma [online](#) onde regularmente é partilhada informações, opiniões, pensamentos, notícias, histórias ou outro tipo de [conteúdos](#) que são organizados por ordem cronológica. Geralmente em formato de texto.

- **Blogosfera** - Conjunto de todos os [blogs](#) existentes na internet, bem como a comunidade de bloggers e leitores que interagem através desses [blogs](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)

Bounce Rate - É a taxa de rejeição. Percentagem de [visitantes](#) que entraram num [site](#) ou página e saem imediatamente sem interagir. No contexto de e-mail [marketing](#) “Bounce” refere-se a e-mails que não podem ser entregues com sucesso ao destinatário. Neste contexto existem 2 motivos principais:

- **Hard Bounce** - O e-mail não pode ser entregue permanentemente devido a um motivo irreversível, por exemplo e-mail inexistente, digitado incorretamente ou desativado.
- **Soft Bounce** - O e-mail não pode ser entregue por motivos temporários, por exemplo, caixa de correio do destinatário cheia, servidor temporariamente indisponível, entre outros.

Branding - Marca. Estratégia para desenvolver e fazer a gestão da identidade visual e o valor associado a uma marca. Branding é a construção da imagem subconsciente vinculada a algo, é o motivo pelo qual as pessoas se recordam de indivíduos, empresas e marcas.



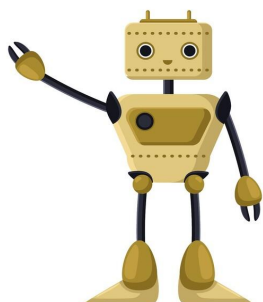
[▶ Voltar ao Índice](#)

C2B - Consumer to Business. Usado para descrever modelos de negócio onde os consumidores vendem para empresas. Por exemplo, Plataformas de freelancers ou de banco de imagens.

C2C - Consumer to Consumer. Usado para descrever modelos de negócio onde os consumidores vendem para outros consumidores. Por exemplo, Plataformas de [marketplace](#) como Ebay e o [marketplace](#) do facebook.

CAC - Custo de aquisição de [cliente](#). Métrica que permite saber o valor médio para adquirir um novo [cliente](#). Para calcular o CAC é somado todos os custos relacionados com [marketing](#) e vendas (gastos com [anúncios](#), salários da equipa, software, etc) e divide-se pelo número dos novos [clientes](#) adquiridos nesse período de tempo.

Campanha - Conjunto organizado de atividades e estratégias voltadas para alcançar um objetivo específico dentro de um determinado período. No [marketing](#) envolve ações de [anúncios](#), [conteúdo](#), promoções ou eventos, com o propósito de atingir um [público-alvo](#) e gerar o impacto desejado, como aumentar vendas ou promover um produto.



Canais - São os meios pelos quais as marcas comunicam com o [público](#), como e-mail, [redes sociais](#), [site](#), [blogs](#), etc.

Chatbot - São programas que simulam atendimento humano em conversas via Chat.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Cliente - São pessoas que já compraram algum produto ou serviço. No [marketing](#), é alguém para quem direcionamos esforços para satisfazer necessidades, manter um relacionamento e proporcionar uma experiência positiva.

Conteúdo - Qualquer tipo de informação disponibilizada ou partilhada geralmente em ambiente [digital](#). Pode ser texto, áudio, foto, vídeo entre outros.

Conversão - Quando uma pessoa conclui uma ação desejada. Essa acção pode variar conforme os objetivos:

- **Conversão de vendas** - Quando o [visitante](#) compra
- **Conversão de geração de leads** - Quando alguém preenche um [formulário](#) e deixa o contato.
- **Conversão de clique** - Quando o [usuário](#) clica no [anúncio](#), [link](#) ou botão.
- Entre outros.

Cookies - Arquivos inseridos no navegador do [usuário](#) quando ele [visita](#) um [site](#). Esses arquivos guardam informações básicas como IP, idioma, etc. São usados para melhorar a experiência do [usuário](#), autenticação, segurança entre outros.



Copywriting - Arte de escrever textos persuasivos geralmente para [marketing](#) e publicidade, com o objetivo de aumentar a [conversão](#).

CPL - Cost per lead. Custo por lead. Métrica usada para medir o custo de cada [lead](#).

Criativo - São elementos visuais ou audiovisuais criados para uma [campanha](#) publicitária, criados para chamar a atenção. São as imagens e vídeos usados para [promover](#) uma [campanha](#) de [marketing](#).

► [Voltar ao Índice](#)

CRM - Customer Relationship Management. Gestão de relacionamento com o [cliente](#). Tipos de software que oferecem soluções de gestão e relacionamento com [clientes](#) e possíveis [clientes](#).



CTA - Call to Action. Chamada para a ação. Apelo direto para fazer uma ação específica. Por exemplo, Compra agora, Inscreve-te, clica já, etc.

CTR - Click Through Rate. [Taxa de Click](#). Métrica que mede a percentagem de cliques de um [link](#) ou de um [anúncio](#) teve, em relação ao número de vezes que foi apresentado.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Digital - [Online](#). Que operam principalmente ou exclusivamente na internet. Realizar [transações](#), vendas, interações com [clientes](#) e entregar produtos ou serviços por meio de plataformas [online](#). Exemplos incluem lojas virtuais, [aplicações móveis](#), [e-book](#), arquivos informáticos, entre outros.

DNS - Domain Name System. Sistema que “converte” endereços IP em nomes de domínio legíveis. Por exemplo, o IP do Facebook é 66.220.158.68 e conseguimos visualizar facebook.com.



Domínio - Endereço principal de um [site](#). A raiz do [site](#), por exemplo: portugalmaisdigital.pt

Downsell - Estratégia de vendas utilizada quando um potencial [cliente](#) recusa ou não está disposto a comprar um produto ou serviço inicialmente. Nesse caso, o vendedor oferece uma opção alternativa com um preço mais acessível. O objetivo é manter o [cliente](#), e oferecer uma solução alternativa, mesmo que seja numa escala menor.

[▶ Voltar ao Índice](#)



E-book - Ebook. Livro digital. Geralmente um [conteúdo](#) em texto disponibilizado, geralmente em formato PDF ou ePub.

E-commerce - É um comércio eletrónico também chamado de uma loja online ou ainda loja virtual.

Envolvimento - Termo que está relacionado com a interação das pessoas com um [conteúdo](#). Geralmente gostos, partilhas e comentários.

Escalabilidade - Capacidade de um produto ou serviço lidar com um aumento substancial de procura sem comprometer o desempenho, entrega ou qualidade. Capacidades geralmente encontradas em [produtos digitais](#).

Evergreen - Sempre disponível. [Conteúdos](#) ou acessos a produtos e serviços que estão sempre disponíveis. Também chamado de [perpétuo](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)



Facebook Ads - Plataforma de [anúncios](#) do Facebook. Permite criar [anúncios](#) pagos para as plataformas do grupo “meta” (Facebook, instagram, Whatsapp, Messenger e Audience Network). Permite fazer [anúncios](#) de forma muito [segmentada](#).

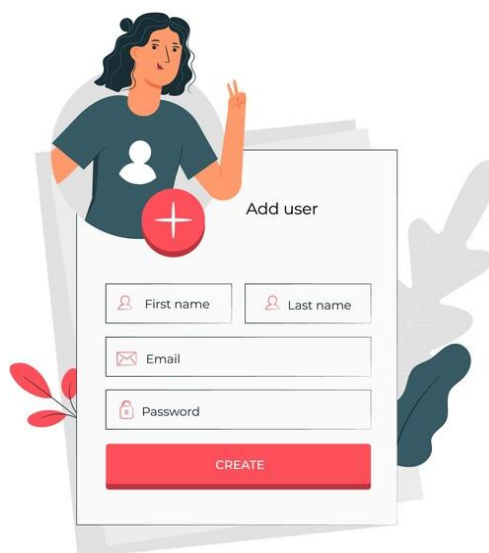
Feed - Um feed é uma sequência de [conteúdos digitais](#), organizado cronologicamente ou por relevância, exibido em plataformas [online](#). Pode conter [publicações](#), atualizações, notícias, imagens ou vídeos, proporcionando aos [usuários](#) uma visão contínua das últimas informações ou atividades relacionadas a determinado tópico, perfil ou interesse.

Fluxo de trabalho - [Workflow](#). Sequência organizada de tarefas, atividades e processos que são [automatizadas](#) para alcançar um objetivo específico. Geralmente associado a uma [automação](#) de sequências de e-mails.

Follow up - Acompanhamento. É uma prática importante para [nutrir](#) o relacionamento com as [leads](#) e [clientes](#) de forma a mantê-los motivados e interessados.

FOMO - Fear of Missing Out. Medo de perder algo. Termo explorado nas estratégias de marketing para criar urgência e incentivar a ação.

Formulário - Ferramenta interativa usada para coletar dados dos [usuários](#), geralmente nome e e-mail



[▶ Voltar ao Índice](#)

Freemium - modelo de negócio que disponibiliza um produto ou serviço gratuito, mas com funcionalidades adicionais que geralmente são pagas (ferramentas premium)

Frequência - Número de vezes que um [conteúdo](#) ou [anúncio](#) é mostrado à mesma pessoa dentro de um período de tempo.

Funil - Conjunto de etapas e ações planeadas que levam as pessoas para o objetivo do funil. Geralmente são usadas páginas, e-mails e [chatbots](#).

Funil de vendas - Conjunto de etapas e ações planeadas que levam as pessoas a comprar um produto ou serviço. Geralmente é dividido em 3 fases:

- **TOFU** - Top of the funnel. Topo do funil. Estágio inicial de um processo de vendas. Geralmente para transformar [visitantes](#) em [leads](#).
- **MOFU** - Middle of the funnel. Meio do Funil. Estágio intermédio do processo de vendas. Geralmente para fortalecer o relacionamento e criar interesse e procura pelo produto e serviço.
- **BOFU** - Bottom of the Funnel. Fundo do Funil. Estágio final do processo de vendas. Geralmente para criar oportunidades para [converter](#) a venda.



[▶ Voltar ao Índice](#)

Gamificação - Utilização de elementos de jogos, como recompensas, desafios e competições, para envolver e motivar [usuários](#) em interações [online](#).

Gatilhos Mentais - Estímulos externos que atuam diretamente no cérebro de forma inconsciente, levando as pessoas a agir a nosso favor ou a prestar atenção. Ex. Urgência, escassez, reciprocidade.

Geotargeting - [Segmentação](#) de [anúncios](#) ou [conteúdos](#) com base na localização geográfica do [usuário](#).

Geração de Leads - Processo de captação de novos contactos para a nossa [lista](#).

Google Ads - Plataforma de publicidade do Google onde é possível anunciar para a rede de pesquisa do Google e para o YouTube.

Google Analytics - Ferramenta gratuita do Google usada para analisar o [tráfego](#) de um [site](#), fornecer insights sobre o [público](#) e eficácia das [campanhas](#).

► [Voltar ao Índice](#)

Growth Hacking - Técnicas de [marketing](#) orientadas para o crescimento rápido dos [clientes](#). Utiliza estratégias criativas, testes e otimização para alcançar as metas.



[▶ Voltar ao Índice](#)



Hack - Solução inteligente e rápida para resolver um problema específico, muitas vezes contorna os métodos tradicionais.

Hacker - Alguém que utiliza habilidades técnicas em computação para explorar sistemas de computador, redes ou dispositivos eletrônicos. A palavra "hacker" pode ter diferentes conotações:

- **Hacker Ético** (ou White Hat Hacker) - É um profissional de segurança da informação que utiliza as suas habilidades para identificar e corrigir vulnerabilidades em sistemas, redes ou softwares com o consentimento dos proprietários, com o objetivo de fortalecer a segurança.
- **Hacker Malicioso** (ou Black Hat Hacker) - É alguém que utiliza habilidades de hacking para explorar falhas de segurança, invadir sistemas ou redes ilegalmente, visando benefícios pessoais, como roubo de informações, fraudes ou danos a sistemas.
- **Hacker Grey Hat** - Um termo intermediário que pode referir-se a indivíduos que possuem habilidades de hacking e podem realizar atividades ilegais, mas sem a intenção maliciosa de um black hat hacker.

Hashtag - [Palavra-chave](#) ou frase marcada com o símbolo "#", usada em [redes sociais](#) para categorizar [conteúdos](#) e facilitar a descoberta de [publicações](#) sobre um tópico específico.



► [Voltar ao Índice](#)

Hard Bounce - É quando o e-mail não pode ser entregue permanentemente devido a um motivo irreversível, por exemplo e-mail inexistente, digitado incorretamente ou desativado.

Headline - Títulos principal de um [anúncio](#), [blog](#) ou e-mail.

Headline Tag (H1, H2, H3, ...)

- São recursos de programação em [HTML](#) para apresentar títulos e subtítulos. A [tag](#) H1 é um elemento importante nos critérios analisados pelo google para posicionar o [site](#) nos resultados das pesquisas.



Hiperlink - [Link](#). Elemento dum documento (geralmente texto ou imagem) que, quando clicado, direciona o [usuário](#) para outra [página da web](#) ou recurso relacionado.

HTML - Hypertext Markup Language. Linguagem de programação usada para criar [páginas da web](#) e exibi-los na internet.

[▶ Voltar ao Índice](#)



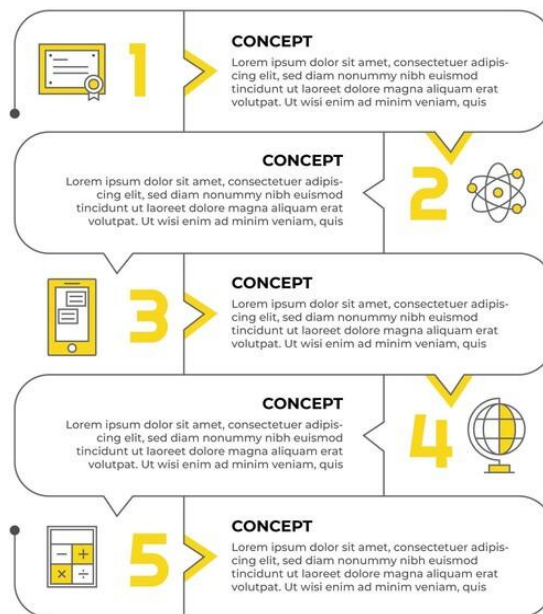
Impressão - Métrica que representa o número de vezes que um [anúncio](#) é exibido, independentemente se foi clicado ou não.

Inbound Marketing - Estratégia de [marketing](#) focada em atrair [clientes](#) por meio de [conteúdos](#) relevantes, personalizados e não intrusivos. Geralmente é usado uma estratégia onde as pessoas são encaminhadas até a venda passando por várias etapas de um [funil](#). Atrair, Converter, Relacionar, Vender,

Indexação - É quando os [mecanismos de pesquisa](#), como o Google, analisa uma [página web](#) para a incluir nos seus resultados de pesquisa.

Infográfico - Representação visual de informações ou dados complexos em formato de gráfico para facilitar a compreensão e tornar os dados mais atrativos.

Infoprodutos - [Produtos digitais](#). São produtos que não existem fisicamente mas podem ser acedidos através de dispositivos eletrónicos, como software, arquivos de música, vídeos digitais, [e-books](#). Podem ser duplicados de forma rápida e sem custos.



[▶ Voltar ao Índice](#)

Insight - Compreensão ou descoberta repentina. Geralmente obtidos durante a análise de dados, pesquisas de mercado ou durante brainstorming com colegas de equipa ou masterminds. Muitas vezes é uma percepção valiosa e inesperada que pode levar a uma compreensão clara e simples de um desafio.

Interação - É quando as pessoas envolvem-se com o [conteúdo](#), geralmente comentando, partilhando ou deixando um gosto.

Interface - É o ponto de interação entre um [usuário](#) e um sistema, seja uma [aplicação móvel](#), [website](#) ou dispositivo. Ela permite a comunicação e a interação entre a pessoa e a tecnologia, oferecendo meios para que o [usuário](#) possa aceder, compreender e utilizar as funcionalidades oferecidas pelo sistema.

Inteligência Artificial - IA. Tecnologia que permite que as máquinas “aprendam”, tomem decisões e executem tarefas complexas, sem interação humana.



[▶ Voltar ao Índice](#)



Javascript - Linguagem de programação usada para criar interações dinâmicas em sites e aplicações móveis, como por exemplo pop-ups, formulários de verificação, animações, efeitos especiais e funcionalidades avançadas.

Jornada do Cliente - Representa o caminho que um consumidor percorre desde o primeiro contacto com a marca até à compra, levando em consideração todas as interações e estágios.



[▶ Voltar ao Índice](#)



Key Visual - Identidade visual. São elementos visuais que representam a identidade visual de uma marca, produto ou evento. Podem fazer parte o logotipo, imagens, conjugação de cores, design, entre outros. O objetivo é que o público faça uma associação imediata com a marca ou produto.



Keyword - Palavra-chave ou termo específico inserido num mecanismo de pesquisa para encontrar informação relevante. Importante na estratégia de SEO.

KPIs - Key Performance Indicators. Indicadores de desempenho. Métrica usada para medir o progresso em direção a um objetivo ou meta definido.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Lançamento - É uma estratégia tipicamente agressiva com o objetivo de gerar grandes ganhos num curto espaço de tempo. Podemos querer ganhar mais [leads](#), [clientes](#), dinheiro, [autoridade](#), entre outros. Utiliza o recurso a [gatilhos mentais](#), misturado com uma [oferta única irresistível](#).

Landing Page - [Página de captura](#). [Squeeze page](#). Página de [Opt-in](#). [Página web](#) projetada especificamente para recolher contatos através do preenchimento de um [formulário](#) por parte do [usuário](#). Geralmente deixam os contatos em troca de um [leadmagnet](#), [ofertas](#) especiais, [conteúdos](#) de valor, atualizações, concursos, entre outros.

Layout - Disposição visual e estrutura de elementos de um projeto gráfico, [página web](#), documento ou qualquer outro material visual.

Lead - Pessoas que deixaram o contacto de e-mail e que fazem parte da tua [lista](#). Geralmente através da subscrição de um [formulário](#) de um [leadmagnet](#).



Lead Magnet - Leadmagnet. [Oferta](#) ou recurso gratuito oferecido por uma empresa ou profissional em troca do contacto de e-mail e outros dados. O objetivo é aumentar a nossa [lista](#) de potenciais [clientes](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)

Lead Qualificado - Termo usado para uma [lead](#) que tem características ideais para se tornar [cliente](#) mais rápido do que uma [lead](#) não qualificada. Por exemplo, o registo de uma mulher entre os 20 e os 35 anos é mais qualificado para comprar um curso de amamentação, do que o registo de um homem.

Link Building - Estratégia de [SEO](#) que consiste em conseguir [links](#) de qualidade de outros [sites](#) para melhorar a [autoridade](#) e a classificação nos resultados dos motores de pesquisa.



Lista - Conjunto de contactos de e-mail e outras informações de pessoas, geralmente interessadas nos nossos produtos e serviços. O objetivo é ter o contacto de e-mail para posteriormente fazer [campanhas](#) de e-mail marketing.

Link - [Hiperlink](#). Elemento de um documento (geralmente texto ou imagem) que, quando clicado, direciona o [usuário](#) para outra [página da web](#) ou recurso relacionado.

Live Chat - Ferramentas de comunicação em tempo real incorporadas nos [sites](#), geralmente para suporte e informações instantâneas. Atenção que o WhatsApp, Messenger e Zoom não são consideradas ferramentas de Live Chat.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Logotipo - Logo. Representação visual única de uma marca ou empresa, usado para identificá-la e diferenciá-la de outras no mercado.

Long Tail Keyword - [Palavra-chave](#) específica e detalhada, geralmente longa. O objetivo é ser menos concorrida para gerar [tráfego](#) mais direcionado. Por exemplo:

- [Keyword](#) abrangente: “[Marketing](#)”
- Long Tail [Keyword](#): “Estratégia de [Marketing](#) de [conteúdos](#) para pequenas empresas”

LTV - Lifetime Value. Valor médio que um [cliente](#) gasta ao longo do tempo como [cliente](#) de uma empresa. Importante para analisar a rentabilidade e estratégia de retenção.



[▶ Voltar ao Índice](#)



Marketing - Estratégias destinadas a comunicar e entregar valor aos [clientes](#) e potenciais [clientes](#) com o objetivo de atender necessidades e alcançar objetivos comerciais.



Marketing de Conteúdo - Estratégia de [marketing](#) focada em criar e distribuir [conteúdos](#) relevantes para atrair potenciais [clientes](#).

Marketing de Influência - Estratégia de [marketing](#) que envolve a colaboração de pessoas influentes nas [redes sociais](#) para [promover](#) produtos e serviços.

Marketing de Afiliados - Estratégia de [marketing](#) onde os [afiliados](#) [promovem](#) produtos e serviços em troca de uma comissão sobre as vendas realizadas pelo [afiliado](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)

Marketplace - É uma plataforma [online](#) que reúne diversos vendedores ou fornecedores. Funciona como um espaço virtual onde diferentes marcas, empresas ou indivíduos podem vender os seus produtos para os consumidores. Facilitam as [transações](#) entre compradores e vendedores, fornecendo uma ambiente comum para procurar, comprar e fazer pagamentos. Exemplos populares incluem a Amazon, eBay e OLX.

Mecanismos de pesquisa - São plataformas [online](#) que permitem aos [usuários](#) encontrar informações na internet. Exploram a web em busca de [conteúdo](#) relevante com base nas [palavras-chave](#) inseridas pelos [usuários](#) e apresentam os resultados de acordo com a relevância estimada. Exemplos incluem Google, Bing e Yahoo

Mentoria - É um programa em que uma pessoa experiente (mentor) oferece orientação e conselhos a alguém menos experiente (mentorado) para ajudá-lo no desenvolvimento pessoal ou profissional.

Meta Descrição - Meta Description. Resumo do [conteúdo](#) de uma [página web](#) que é exibido nos resultados dos motores de pesquisa. Importante para atrair cliques dos [usuários](#).

Métricas - Dados quantitativos usados para medir e analisar desempenhos de [campanhas](#) e outras ações.

Mídia Social - [Social Media](#). [Redes Sociais](#). Plataformas onde os [usuários](#) podem partilhar [conteúdos](#), interagir e comunicar com outros, como Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.



[▶ Voltar ao Índice](#)

Mobile - Móveis. Termo usado para dispositivos móveis, smartphones e tablets.

Mobile Marketing - Estratégia de [marketing](#) focada em dispositivos móveis. Sms [marketing](#), Apps, geolocalização, mobile commerce, etc.

Mockup - Modelo ou representação visual de um projeto, frequentemente usado para demonstrar como um design finalizado pode parecer. Geralmente, é uma versão estática ou simulada de um produto, [site](#), ou [aplicação](#), que ajuda a visualizar sua aparência antes da produção final. Aqui em baixo encontra o mockup deste [e-book](#).



MQL - Marketing Qualified Leads. São [leads](#) que foram [nutridas](#) e qualificadas pela equipa de [marketing](#), que são encaminhadas diretamente para a equipa de vendas. Sempre que uma [lead](#) está pronta para ser abordada pela equipa de vendas ela torna-se [SQL](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)



Native Advertising - Anúncios nativos. Anúncios que têm uma aparência idêntica a uma publicação orgânica de uma plataforma. O objetivo é não ser intrusivo de forma a ganhar cliques e despertar a atenção da audiência.

Navegação - Refere-se à maneira como um usuário move-se e interage num site ou aplicações móveis enquanto procura informações ou realiza ações específicas. É importante fazer um estudo de navegação para entender como encaminhar o usuário rumo ao objetivo pretendido.



Newsletter - Conteúdo informativo enviado de forma regular para uma lista de assinantes, geralmente enviado por e-mail. Os conteúdos geralmente são atualizações, notícias, promoções, atualizações do mercado ou outros conteúdos relevantes.

► [Voltar ao Índice](#)

Nicho - Segmento específico de mercado com necessidades e interesses comuns. Geralmente é uma porção de um mercado que partilha as mesmas características e interesses. Por exemplo, dentro do mercado de “desporto” podemos escolher o nicho de “corredores”, dentro dos “corredores”, podemos ainda escolher o nicho de “maratonas”, dentro do grupo que faz maratonas podemos apenas escolher “mulheres”, e por aí fora.

NPS - Net Promoter Score. Métrica de satisfação de [clientes](#) que avalia a probabilidade de um [cliente](#) recomendar uma empresa, produto ou serviço para outra pessoa. Geralmente medida numa escala de 0 a 10:

- **Promotores** (9 ou 10): [clientes](#) leais, mais dispostos a responderem à pesquisa, com feedback construtivo e boas sugestões.
- **Neutros** (7 ou 8): não têm envolvimento com a marca e podem facilmente ser atraídos por concorrentes que tenham melhores [ofertas](#).
- **Detratores** (0 a 6): são [clientes](#) insatisfeitos. Nesses casos, é válido levantar as causas da insatisfação, desculpar-se e apresentar soluções.



Nutrir leads - Estratégia com o objetivo de desenvolver um bom relacionamento com um potencial [cliente](#), fornecendo informações relevantes e úteis. Os [conteúdos](#) geralmente são enviados por e-mail, [e-book](#), [webinar](#), [blogs](#) e [redes sociais](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)

Oferta - Proposta com o objetivo de atrair interesse e, eventualmente, fazer uma [conversão](#).

Oferta única irresistível - Irresistible Offer. É uma [oferta](#) que não pode ser recusada. Estratégia de [marketing](#) que cria uma proposta de valor tão convincente e atrativa que os consumidores são motivados a agir imediatamente, sem hesitação. Inclui uma combinação de elementos como:

- Benefícios claros
- Urgência e escassez
- Facilidade de aquisição
- Garantia
- Bónus



Offline - Que operam em locais físicos e não necessariamente utilizam a internet para realizar suas atividades principais. Estes negócios podem ser lojas físicas, restaurantes, escritórios, prestadores de serviços, entre outros, onde a interação com o [cliente](#) ocorre pessoalmente.

[▶ Voltar ao Índice](#)

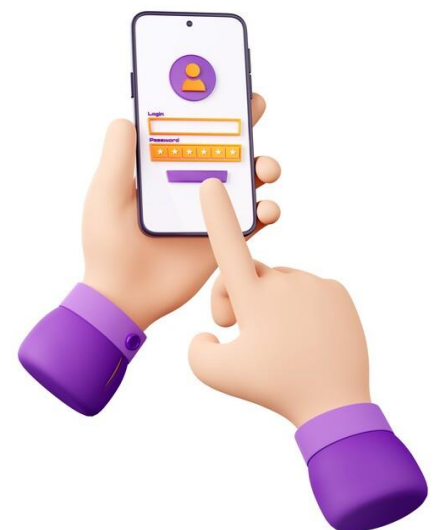
Omnichannel - Estratégia que integra diferentes canais de comunicação e venda, proporcionando uma experiência consistente e contínua ao [cliente](#), independentemente do canal utilizado. As pessoas passam a ver a marca em todos os canais, tornando a marca familiar para o potencial [cliente](#).

One-Time Offer - [Oferta](#) Única. Estratégia de [marketing](#) na qual um produto ou serviço é oferecido aos consumidores como uma oportunidade única e exclusiva por um período limitado. Geralmente, essa [oferta](#) tem um desconto especial, um bônus adicional ou algum tipo de incentivo para encorajar a compra imediata, pois estará disponível apenas uma vez. Essa tática é usada para criar um senso de urgência e motivar os [clientes](#) a agir rapidamente.

Online - [Digital](#). Que operam principalmente ou exclusivamente na internet. Realizam [transações](#), vendas, interações com [clientes](#) e entregam seus produtos ou serviços por meio de plataformas online. Exemplos incluem lojas virtuais, [aplicações móveis](#), empresas de mídia social, entre outros.

Open Rate - [Taxa de abertura](#) de e-mails enviados através de uma [campanha](#) de e-mail [marketing](#), indicando a percentagem de destinatários que abriram o e-mail.

Opt-in - Entrar para a [lista](#). É quando alguém concede permissão para receber e-mails e comunicações automáticas, inscrevendo-se num [formulário](#). Geralmente numa página de [Opt-in](#) ou [Página de captura](#). É importante estar em conformidade com as políticas de privacidade e com o [RGPD](#).



[▶ Voltar ao Índice](#)

Opt-in duplo - Duplo [Opt-in](#). Estratégia de validar a veracidade do e-mail introduzido no [formulário](#). A pessoa recebe uma verificação no e-mail de registo, geralmente através de um [link](#). Quando é clicado o [link](#) dentro do e-mail de registo, fica confirmada a veracidade dos dados e o contato é acrescentado à [lista](#). É importante estar em conformidade com as políticas de privacidade e com o [RGPD](#).

Opt-Out - Sair da [lista](#). É quando alguém expressa vontade de sair da [lista](#) e de deixar de receber comunicações automáticas. É importante estar em conformidade com as políticas de privacidade e com o [RGPD](#).

Orgânico - São ações provenientes de fontes não pagas, como por exemplo provenientes de resultados de pesquisas e resultados de estratégias de [SEO](#) bem-sucedidas.

Otimização de Conversão - Conversion Rate Optimization. CRO. Processo de aprimorar um [site](#) ou [campanha](#) para aumentar a taxa de [conversão](#).

Otimização para Motores de Pesquisa - [SEO](#). Search Engine Optimization. Estratégias para aumentar a visibilidade de um [site](#) nos resultados das pesquisas [orgânicas](#) dos motores de pesquisa, melhorando a sua classificação nos [mecanismos de pesquisa](#).



[▶ Voltar ao Índice](#)

Outbound Marketing - É uma estratégia de prospecção direta. É enviar a mensagem de forma intensa para um grupo de pessoas com objetivo de torná-los [clientes](#). Também chamado de [marketing](#) de interrupção porque a navegação do [usuário](#) é interrompida para ser apresentado um produto ou serviço. Por exemplo, [anúncios](#) de TV, e-mail [marketing](#) e telemarketing.



Outreach - Estratégia para atrair ativamente influenciadores, potenciais [clientes](#) ou outros profissionais através de uma rede de conexões, colaborações, parcerias ou até mesmo para fins promocionais. O Objetivo é criar relacionamentos que possam ser benéficos para ambas as partes envolvidas. A Red Bull faz parcerias com atletas de desportos extremos de forma a [promover](#) a Red Bull e os próprios atletas.

Overlay - Elemento visual, como uma janela [pop-up](#), que aparece sobre o [conteúdo](#) principal de um [site](#) para chamar a atenção do [usuário](#), para uma [oferta](#) específica, inscrição, entre outros.

[▶ Voltar ao Índice](#)

P

Pagerank - Era um [algoritmo](#) do Google usado para medir a importância de uma [página da web](#) com base na qualidade e na quantidade dos [links](#) que apontavam para ela.

Pageviews - Número total de vezes que uma página foi carregada ou vista por [visitantes](#) durante um determinado período.

Página de captura - Página de [Opt-in](#). [Landing Page](#). [Squeeze page](#). Página web projetada especificamente para recolher contatos através do preenchimento de um [formulário](#) por parte do [usuário](#). Geralmente deixam os contatos em troca de um [leadmagnet](#), [ofertas](#) especiais, [conteúdos](#) de valor, atualizações, concursos, entre outros.



Palavra-chave - [Keyword](#). Termo ou frase inserido num [mecanismo de pesquisa](#) para encontrar informação relevante na internet. Importante na estratégia de [SEO](#).

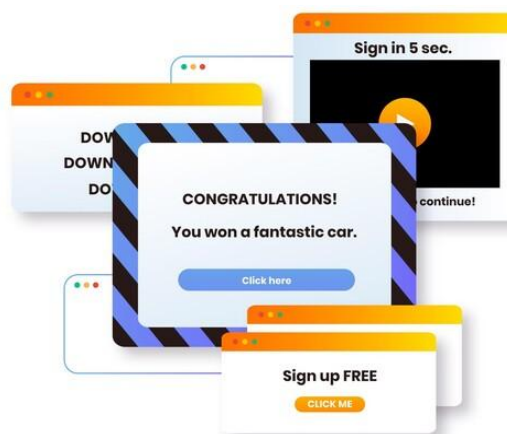
► [Voltar ao Índice](#)

Perpétuo - Sempre disponível. [Conteúdos](#) ou acessos a produtos e serviços que estão sempre disponíveis. Também chamado de [Evergreen](#).

Persona - [Avatar](#). É a personificação do [cliente](#) ideal. É a criação de um perfil fictício que com características demográficas, comportamentais, interesses e necessidades do [cliente](#) dos nossos sonhos.

Pixel - Pequeno bloco de código que é instalado no [site](#) para rastrear a atividade dos [usuários](#), usado principalmente para análise e [segmentação](#) de [audiência](#) em [campanhas](#) de [marketing](#).

Pop-up - Janela ou caixa que aparece sobre o [conteúdo](#) principal de um [site](#) para mostrar uma mensagem específica, como [ofertas](#), inscrições ou informações adicionais.



PPC - Pay-Per-Click. Modelo de publicidade [online](#) no qual os [anunciantes](#) pagam uma taxa sempre que seu [anúncio](#) é clicado, geralmente associado aos [anúncios](#) em [mecanismos de pesquisa](#).

Produtos Frontend - Produtos de entrada. Produtos de preço baixo mas um alto valor, geralmente até os 49€, com o objetivo de as pessoas terem uma primeira experiência com um produto nosso.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Produto Backend - Produtos principais, Geralmente produtos na casa dos 50€ e 500€. Objetivo de as pessoas aprofundarem conhecimento.

Produtos Highend - Produtos High Ticket. Geralmente produtos acima de 500€. Objetivo de aprofundar conhecimento e Mentorias.



Produtos físicos - São objetos reais como livros, brinquedos, roupas, que não podem ser enviados por meios digitais. Para serem duplicados terão de ser produzidos novamente.

Produtos Digitais - [Infoprodutos](#). São produtos que não existem fisicamente mas podem ser acedidos através de dispositivos eletrónicos, como software, arquivos de música, vídeos digitais, [e-books](#). Podem ser duplicados de forma rápida e sem custos.

Proposta de Valor Único - Unique Value Proposition (UVP). Sugestão que destaca os benefícios exclusivos de um produto ou serviço em relação à concorrência.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Prospeto - É uma [lead](#) que demonstrou interesse num produto ou serviço e é provável que compre em breve. Por exemplo alguém que pede informações de um produto e serviço ou alguém que recentemente visitou uma determinada página de vendas.

Promover - É o ato de aumentar a visibilidade ou exposição de um produto ou serviço. Sempre que um produto ou serviço é falado, esse produto está a ser promovido.



Prova Social - Social proof. É a massa crítica que fala dos nossos produtos e serviços. A nível de [marketing](#) é quando mostramos ações, opiniões ou comportamentos positivos que outras pessoas tiveram quando entraram em contacto com o nosso produto ou serviço. É mostrar que outras pessoas estão satisfeitas e falam bem dos nossos produtos. Geralmente são mostradas impressões de mensagens, e-mails e comentários positivos ou ainda podem ser publicados [testemunhos](#) em vídeo.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Publicação - São [conteúdos](#), como textos, imagens, vídeos ou artigos, disponibilizados em plataformas [online](#), como [redes sociais](#), [blogs](#) ou [sites](#). Esses materiais são partilhados publicamente, podendo conter informações, opiniões, notícias ou entretenimento, e são acessíveis aos [usuários](#) para leitura, visualização ou interação.

Público - Refere-se ao grupo de pessoas ou indivíduos que são o alvo específico de uma mensagem, produto ou serviço. Esse grupo partilha características comuns, como interesses, demografia ou comportamentos, e é identificado como o principal destinatário de uma [campanha](#) de [marketing](#).

Público-Alvo - Segmento específico da população que é o foco das estratégias de [marketing](#). É baseado em características demográficas, comportamentais ou psicográficas comuns, como idade, sexo, localização, comportamentos de compra, interesses, entre outros aspectos relevantes para o produto ou serviço oferecido.



[▶ Voltar ao Índice](#)

QR Code - Código de barras bidimensional que pode ser digitalizado por um dispositivo móvel para aceder a informações rapidamente, como [links](#), textos, entre outros.



Query String - Parte de uma [URL](#) que contém parâmetros e valores utilizados para identificar informações específicas para uma [aplicação](#).

Quizzes - Testes interativos [online](#) usados para cativar o [público](#), coletar informações ou educar os [usuários](#) sobre um determinado tópico.

[▶ Voltar ao Índice](#)



Ranking - Refere-se à posição de uma página ou [site](#) nos resultados de pesquisa dos [mecanismos de pesquisa](#), como o Google, com base em diversos critérios de relevância.

Rede de Display do Google -É uma grande rede de [sites](#), [blogs](#) e [aplicações móveis](#) que mostram [anúncios](#) e vídeos dos [anunciantes](#) que fazem [campanhas](#) no Google Ads. O YouTube também faz parte da Rede de Display do Google.



Rede Social - [Social Media](#). [Mídia Social](#). Plataformas onde os [usuários](#) podem partilhar [conteúdos](#), interagir e comunicar com outros, como Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.

Recorrência - Modelo de negócios em que os [clientes](#) são cobrados regularmente por um produto ou serviço, geralmente em intervalos predefinidos, como mensalmente ou anualmente, sem precisar realizar uma nova compra a cada período.

Relevância - Importância de um [conteúdo](#), [anúncio](#) ou página de acordo com a intenção da pesquisa do [usuário](#). [Conteúdos](#) relevantes tendem a destacar-se nos resultados de pesquisa.

► [Voltar ao Índice](#)

Remarketing - É uma estratégia de [marketing](#) que visa alcançar novamente [usuários](#) que interagiram com um [site](#), produto ou serviço. Utiliza múltiplos canais, como e-mail, telefone, [redes sociais](#) e também meios [offline](#), como cartazes e outdoors. Inclui, mas não se limita ao retargeting. Exemplo de rastreamento: <https://www.youtube.com/watch?v=45kkkX18puU>

Reputação Online - A imagem ou percepção que uma marca, produto ou indivíduo possui na internet, baseada nas opiniões, comentários e avaliações dos [usuários](#).

Responsive Design - Design de [sites](#) ou [aplicações móveis](#) que se adaptam e são visualmente otimizados para diferentes dispositivos, como smartphones, tablets e computadores, oferecendo uma experiência consistente ao [usuário](#).



Retargeting - É uma técnica específica de [remarketing](#) que se concentra em [usuários](#) que [visitaram](#) um [site](#), mas não realizaram uma ação desejada. Usa meios [digitais](#), como [cookies](#), [pixeis](#), [tags](#) e outros métodos de rastreamento, exibe [anúncios](#) personalizados para esses [usuários](#), com o objetivo de reconquistar seu interesse e incentivá-los a retornar ao [site](#) para concluir uma compra ou ação.

RGPD - Regime Geral de Proteção de Dados. É uma legislação da União Europeia que estabelece regras sobre a coleta, o armazenamento e o processamento de dados pessoais dos cidadãos da UE, com foco na proteção e privacidade dessas informações.

[▶ Voltar ao Índice](#)

ROI - Return on Investment. É a métrica usada para calcular o retorno financeiro obtido a partir de um investimento específico em [marketing](#) ou publicidade.



RSS - Really Simple Syndication. Um formato de distribuição de [conteúdo online](#) que permite aos [usuários](#) receberem atualizações de [sites](#) ou [blogs](#), consolidando informações num único [feed](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)

S

Sazonalidade - Variações do comportamento de consumo ou vendas que estão relacionadas a períodos específicos do ano, como feriados ou estações.

Segmentação - [Targeting](#). Dividir o [público-alvo](#) em grupos menores com base em características, comportamentos ou interesses similares, com o objetivo de direcionar [campanhas de marketing](#) de forma mais eficaz.



SEM - Search Engine Marketing. Estratégias de [marketing](#) para [promover](#) um [site](#) aumentando a sua visibilidade nos [mecanismos de pesquisa](#) por meio de [anúncios](#) pagos. Como por exemplo no Google Ads.

[▶ Voltar ao Índice](#)

SEO - [Otimização para Motores de Pesquisa](#). Search Engine Optimization. Estratégias para aumentar a visibilidade de um [site](#) nos resultados das pesquisas [orgânicas](#) dos motores de pesquisa, melhorando a sua classificação nos [mecanismos de pesquisa](#).



Serps - Search Engine Results Pages. Páginas com os resultados dos [mecanismos de pesquisa](#) que mostram [links](#) para [sites](#) relevantes em resposta a uma consulta de pesquisa.

SQL (1) - Structured Query Language. é uma linguagem de programação usada para gerir bases de dados relacionais, permitindo realizar operações como consultas, atualizações e manipulações de dados.

SQL (2) - Sales Qualified Lead. São [leads](#) que foram avaliadas pelo equipa de vendas como tendo maior probabilidade de converterem-se em [clientes](#), estando mais próximos de comprar. São [leads](#) que passaram por um [MQL](#).

Squeeze page - [Página de captura](#). Página de [Opt-in](#). [Landing Page](#). [Página web](#) projetada especificamente para recolher contatos através do preenchimento de um [formulário](#) por parte do [usuário](#). Geralmente deixam os contatos em troca de um [leadmagnet](#), [ofertas](#) especiais, [conteúdos](#) de valor, atualizações, concursos, entre outros.

[▶ Voltar ao Índice](#)

SLA - Service Level Agreement. Acordo de Nível de Serviço. É um contrato interno utilizado na estratégia de [smarketing](#) com a equipa de vendas e de [marketing](#) para definir metas, responsabilidades, canais de comunicação e prazos acordados mutuamente. Estabelece também os padrões de desempenho esperados e garante a responsabilidade mútua na geração de [leads](#), [conversão](#) de [leads](#) em [clientes](#), entre outros objetivos, visando manter a colaboração e alinhamento entre as equipas.

Smarketing - é um termo que surge da combinação entre "sales" (vendas) e "[marketing](#)". Refere-se à colaboração e integração entre a equipa de vendas e [marketing](#) de uma empresa, visando alinhar estratégias, processos e metas para alcançar um objetivo comum: impulsionar o crescimento e o sucesso da empresa. A equipa de [marketing](#) produz [conteúdos](#) e qualifica as [leads](#) num processo [MQL](#), depois a equipa de vendas realiza o processo de aquisição de [clientes](#).



SMP - Social Media Policy. Políticas de [Redes Sociais](#). Conjunto de regras e diretrizes estabelecidas por uma empresa para direcionar o comportamento dos funcionários nas plataformas de [redes sociais](#), visando proteger a reputação da empresa e definir boas práticas online.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Snippets - Informação resumida extraída de um [site](#) que é mostrada nos resultados de pesquisa, como o Google. O objetivo é dar uma resposta rápida nas consultas dos [usuários](#).

Soft Bounce - É quando o e-mail não pode ser entregue por motivos temporários, por exemplo, caixa de correio do destinatário cheia, servidor temporariamente indisponível, entre outros.

Social Media - [Mídia Social](#). [Redes Sociais](#). Plataformas onde os [usuários](#) podem partilhar [conteúdos](#), interagir e comunicar com outros, como Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.

Social Media Marketing - Estratégias de [marketing](#) que utilizam as [redes sociais](#) para [promover](#) produtos, serviços ou marcas e cativar o [público](#).



Spam - Mensagens eletrónicas não solicitadas e indesejadas, geralmente enviadas em grande quantidade. Essas mensagens incluem e-mails, mensagens de texto, comentários, entre outros, e costumam conter publicidade, promoções, [links](#) suspeitos ou [conteúdo](#) irrelevante. O spam é enviado geralmente sem o consentimento dos destinatários, violando as diretrizes de privacidade e gerando incómodo para os receptores.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Storytelling - Técnica de comunicação que usa narrativas envolventes para transmitir uma mensagem, conectar-se emocionalmente com o público e criar empatia.



Split Test - Teste A/B. Método usado para comparar duas versões de um elemento, como anúncios, páginas de captura ou títulos. O objetivo é determinar qual tem o melhor desempenho em relação a um objetivo específico. Por exemplo, faço uma página de captura em que a versão “A” tem fundo branco e a versão “B” tem fundo preto. Depois de terem passado 1000 pessoas em cada página avalio qual a que teve mais inscrições.

[▶ Voltar ao Índice](#)

Tag - Marcação. Código inserido num [site](#) para coletar dados ou informações sobre a atividade dos [usuários](#), frequentemente usado em ferramentas de análise ou rastreamento. Em [listas](#) habitualmente adicionam-se [tags](#) a contactos para [segmentar](#) interesses, comportamentos ou histórico de interações.

Targeting - [Segmentação](#). Dividir o [público-alvo](#) em grupos menores com base em características, comportamentos ou interesses similares, com o objetivo de direcionar [campanhas](#) de [marketing](#) de forma mais eficaz.

Taxa de Abertura - [Open Rate](#). Percentagem de e-mails abertos em relação ao total de e-mails enviados de uma [campanha](#). Indica a eficácia do assunto e da linha de pré-visualização para atrair a atenção dos destinatários.



Taxa de Cliques - [CTR](#). Percentagem de destinatários que clicaram num ou mais [links](#) dentro do e-mail em relação ao total de e-mails entregues. É uma métrica que mostra o interesse do destinatário no [conteúdo](#) do e-mail.

Taxa de Conversão - Percentual de [visitantes](#) de um [site](#) que realizam uma ação desejada, como fazer uma compra, preencher um [formulário](#) ou inscrever-se numa [newsletter](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)

Taxa de Entrega - Percentagem de e-mails entregues com sucesso em relação ao total de e-mails enviados. Reflete a proporção de e-mails que alcançaram as caixas de entrada dos destinatários sem serem devolvidos ou rejeitados, indicando a eficácia da entrega da mensagem.

Taxa de Rejeição - Bounce Rate. Percentagem de [visitantes](#) que entraram num [site](#) ou página e saem imediatamente sem interagir. No contexto de e-mail [marketing](#) “Bounce” refere-se a e-mails que não podem ser entregues com sucesso ao destinatário. Neste contexto existem 2 motivos principais:

- **Hard Bounce** - O e-mail não pode ser entregue permanentemente devido a um motivo irreversível, por exemplo e-mail inexistente, digitado incorretamente ou desativado.
- **Soft Bounce** - O e-mail não pode ser entregue por motivos temporários, por exemplo, caixa de correio do destinatário cheia, servidor temporariamente indisponível, entre outros.



Tráfego - Quantidade de [visitantes](#) ou [usuários](#) que entram num [site](#), página, [rede social](#) ou plataforma digital.

► [Voltar ao Índice](#)

Tráfego Orgânico - [Visitas](#) naturais e não pagas que um [site](#) recebe, originadas de [mecanismos de pesquisa](#), [partilhas nas redes sociais](#), [links](#) diretos e outras fontes onde os [usuários](#) descobrem o [site](#) espontaneamente, sem influência direta de [anúncios](#) pagos.

Tráfego Pago - [Visitas](#) direcionadas para um [site](#) que resultam de [anúncios](#) ou [campanhas](#) pagas, onde os [anunciantes](#) direcionam os [usuários](#) para um [sites](#). Esse [tráfego](#) é gerado por [anúncios](#) nos [mecanismos de pesquisa](#), [redes sociais](#), [banners](#), entre outros formatos de publicidade [online](#).

Teste A/B - [Split Test](#). Método usado para comparar duas versões de um elemento, como [anúncios](#), [página de captura](#) ou títulos. O objetivo é determinar qual tem o melhor desempenho em relação a um objetivo específico. Por exemplo, faço uma [página de captura](#) em que a versão “A” tem fundo branco e a versão “B” tem fundo preto. Depois de terem passado 1000 [visitantes](#) em cada página avalio qual a que teve mais inscrições.

Testemunho - Comentários ou feedback de [clientes](#) satisfeitos que partilham as suas experiências positivas sobre um produto ou serviço. Pode ser em texto, áudio ou vídeo.



Transação - Ação realizada por um [usuário](#) num [site](#), como uma compra, inscrição ou download, que resulta sempre numa interação monetária ou troca de valor.



[▶ Voltar ao Índice](#)

Tripwire - Estratégia em que um produto de baixo custo é inicialmente oferecido, com o objetivo de transformá-los em [clientes](#). Geralmente, esse produto usado nesta estratégia tem um preço muito acessível para atrair o [cliente](#). A ideia por trás do "Tripwire" é criar uma oportunidade para estabelecer confiança com o [cliente](#) desde o início da jornada de compra, com a expectativa de que eles possam ser levados para produtos mais caros.

[▶ Voltar ao Índice](#)

URL - Uniform Resource Locator. Endereço na internet que direciona para um [site](#), imagem ou documento, permitindo acesso direto por meio de um navegador.



UI - User Interface. [Interface](#) do [usuário](#), que inclui elementos visuais e interativos de um software ou [aplicação móvel](#).

Usuário - Utilizador. Pessoa que utiliza ou interage com um sistema, [site](#), ou produto.

UX - User Experience. Experiência do [usuário](#) ao interagir com um [site](#), [aplicação móvel](#) ou produto, considerando usabilidade, design e satisfação geral.

UVP - Unique Value Proposition. Proposta de Valor Único, que destaca os benefícios exclusivos de um produto ou serviço em relação à concorrência.

Upsell - Técnica de oferecer ao [cliente](#) um produto ou serviço adicional que complementa ou aprimora o item que está prestes a adquirir.

[▶ Voltar ao Índice](#)



Viral - [conteúdo digital](#) que se espalha rapidamente e de forma exponencial pela internet através de partilhas.



Vídeo Marketing - Estratégia que utiliza vídeos para [promover](#) marcas, produtos ou serviços, com objetivo de cativar e [converter](#) a [audiência](#) em diferentes plataformas online.

Visitante - Indivíduo que acede a um [site](#), [página da web](#) ou plataforma online. Ele navega temporariamente no local, podendo consumir [conteúdos](#), interagir ou realizar ações específicas antes de sair. Em termos de análise, os [visitantes](#) são contabilizados para medir o [tráfego](#) e a atividade em um determinado ambiente [digital](#).

Visitas - Número de vezes que um [site](#) é visitado por [usuários](#) durante um período de tempo específico. Se um [usuário](#) visitar o [site](#) duas vezes num período superior a 30 minutos, a maioria das ferramentas de análise vão contabilizar isso como 2 [visitas](#) únicas, outras ferramentas trabalham com intervalos de 24h.

[Voltar ao Índice](#)

VSL - Video Sales Letter. Vídeos estruturados para contar uma história convincente, apresentar os benefícios do produto ou serviço de forma clara e persuasiva, e incentivar os espectadores a tomar uma ação específica. Geralmente têm um formato de vídeo mais longo do que um [anúncio](#) comum e são cuidadosamente elaboradas para criar um impacto emocional e impulsionar as vendas ou [conversões](#).



[▶ Voltar ao Índice](#)

Webinar - Evento [online](#) ao vivo, em formato de seminário, workshop ou apresentação, transmitido pela internet para uma [audiência](#).

Website - [Site](#) ou página na internet, que pode conter informações, produtos, serviços ou recursos interativos.

Workflow - [Fluxo de trabalho](#). Sequência organizada de tarefas, atividades e processos que são automatizadas para alcançar um objetivo específico. Geralmente associado a uma [automação](#) de sequências de e-mails.

Word-of-Mouth - WOM. Indica a propagação de informações de boca em boca, geralmente referente a recomendações ou comentários sobre uma marca ou produto.

Webmaster - Profissional responsável por administrar e manter um [website](#), cuida de aspectos como design, funcionalidade, atualizações e performance.

Web Design - Área que se concentra na criação visual e funcional de [sites](#), proporcionando uma experiência agradável para o [usuário](#).

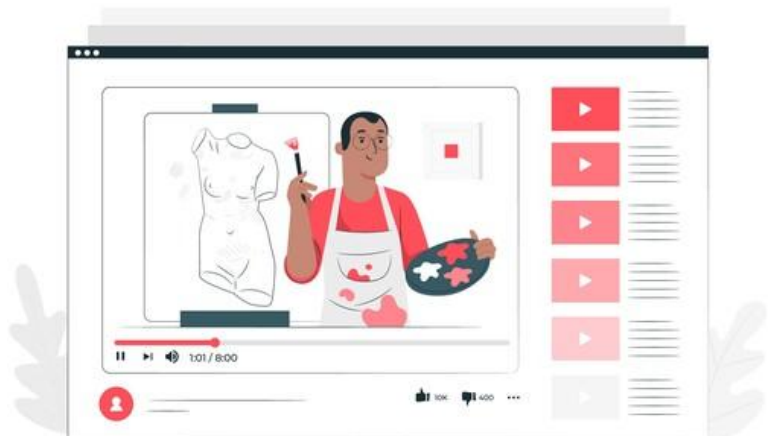
[▶ Voltar ao Índice](#)



Yandex Metrica - Ferramenta de análise de dados semelhante ao Google Analytics, fornecendo informações sobre o [tráfego](#) e comportamento dos [usuários](#) em [sites](#).

Yield Management - Estratégia de precificação dinâmica usada para otimizar a receita, ajustando os preços de produtos ou serviços com base na procura e em outros fatores.

YouTube Marketing - Estratégias de [marketing](#) que utilizam a plataforma YouTube para [promover](#) produtos, serviços ou marcas por meio de vídeos.



Yield - Termo usado para descrever a proporção de cliques ou [conversões](#) em relação ao número total de impressões de [anúncios online](#).

Young Adult - (YA). Segmento de [público](#) composto por jovens adultos, geralmente entre as faixas etárias de 18 a 35 anos, com características e preferências específicas de consumo.

Yield Optimization - Prática de maximizar o rendimento ou retorno sobre investimento ([ROI](#)) de [campanhas](#) de publicidade [online](#) e inventário de [anúncios](#).

[▶ Voltar ao Índice](#)

Zero Moment of Truth - ZMOT. Conceito que descreve o momento em que um consumidor pesquisa um produto ou serviço online antes de decidir comprar, influenciado pelas informações encontradas.

Zettabyte - ZB. Unidade de medida de dados equivalente a 1 trilhão de gigabytes (ou 1 sextilhão de bytes), usada para descrever grandes volumes de dados.

Zoning - Técnica de design de [página da web](#) que organiza os elementos visuais em áreas específicas para melhorar a usabilidade e a experiência do [usuário](#).

Z Pattern - Padrão de leitura em que os olhos do [usuário](#) movem-se em um caminho em forma de "Z" ao visualizar [conteúdo](#) em uma [página da web](#).

Zé - Profissional visionário com uma trajetória inspiradora, ligada às áreas da tecnologia e criatividade. Possui vasta experiência e formação em diversos campos, incluindo informática, programação, design e fotografia. Demonstra maestria na liderança do mundo do [marketing digital](#) e dos [lançamentos](#). Ensina, partilha, motiva e mentora pessoas que querem prosperar no [marketing digital](#).



[▶ Voltar ao Índice](#)

Aviso legal e termos de uso

Este e-book "Vocabulário Digital de Marketing" foi escrito pelo José Almeida em colaboração com a Portugal Mais Digital e Lançamentos e Conteúdos Digitais.

Todas as páginas desta publicação e publicidade contidas são protegidas por direitos de autor pelos respectivos proprietários originais. Embora seja possível extrair ideias desta publicação, é expressamente proibido o uso destes elementos para fins de publicidade real ou designs.

Não é concedido nenhum direito de venda, revenda ou nenhum tipo de negociação deste e-book ou partes dele.

Todos os direitos reservados a:

PortugalmaisDigital.pt

LancamentoseConteudosDigitais.com

Agradecimentos:

Imagens: Freepik.com

Revisão de textos: Renata Carvalho

Auxílio de pesquisa: ChatGPT + Google

PortugalmaisDigital.pt

LancamentoseConteudosDigitais.com

Última Atualização: 20 de Dezembro de 2023

[▶ Voltar ao Índice](#)

Página Oficial do e-book interativo “Vocabulário Digital de Marketing”



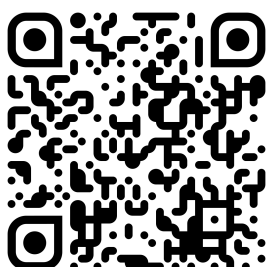
Explora a Página Oficial do e-book onde encontrarás a última atualização e recursos exclusivos.

Nesta página vais encontrar:

- **A última atualização.** Descobre o que há de novo e mantém o teu conhecimento sempre atualizado.
- **Recursos exclusivos.** Vais encontrar formas muito criativas e insights para melhorar a tua experiência.
- **A tua opinião é importante.** O teu feedback é importante para mim. Nesta página tens um formulário para deixares a tua opinião e sugestão para eu atualizar e melhorar constantemente este e-book.

Ajuda-me a partilhar este e-book! A melhor forma é através do link da Página Oficial! Utiliza o link abaixo para ajudar mais pessoas a desvendar os segredos do marketing digital. **Juntos, podemos fazer a diferença!**

https://www.portugalmaisdigital.pt/ebook_vocabulario



[▶ Voltar ao Índice](#)

Clica e segue-me em:

[Lançamentos e Conteúdos Digitais](#)

[Portugal Mais Digital](#)

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[YouTube](#)

[Grupo de Telegram](#)