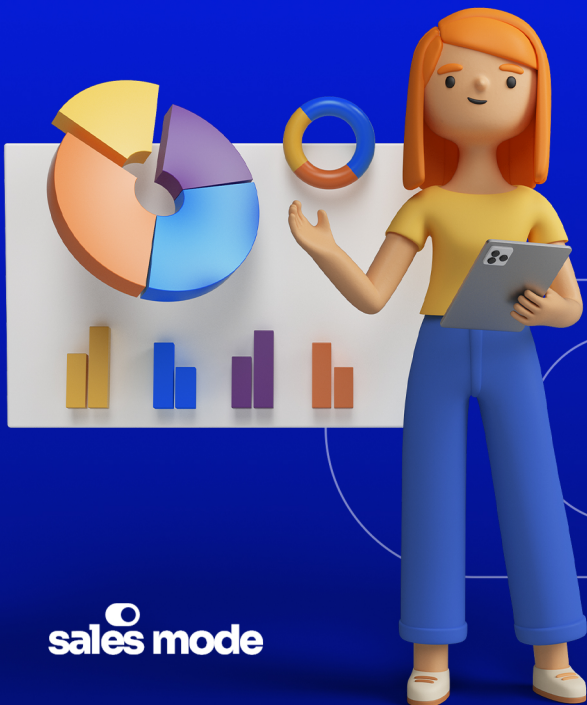


e-commerce de A a Z

Termos essenciais
para gestores



 sales mode

O ambiente do ecommerce é dinâmico e altamente competitivo. Novas tecnologias, tendências e estratégias surgem constantemente, e é fundamental que você se mantenha atualizado para permanecer no topo. O ebook

"Ecommerce de A a Z"

te apresenta os termos essenciais e te induz a buscar conhecimentos mais avançados que serão **indispensáveis para o sucesso** do seu negócio online.

Fique atualizado e domine o termos essenciais que todo gestor precisa conhecer.



Alcance

Refere-se ao número total de pessoas únicas ou contas que visualizaram uma determinada mensagem ou conteúdo em um determinado período de tempo. Pode ser usado para medir o potencial de exposição de uma campanha ou a extensão do público alcançado.

Anúncio Display (Display Ad)

Anúncio visual exibido em sites, aplicativos ou redes de anúncios.

API (Application Programming Interface)

Conjunto de regras e protocolos que permitem que diferentes aplicativos se comuniquem e compartilhem dados entre si.

Atribuição

Atribuição: É o processo de atribuir o crédito ou reconhecimento a um canal ou ação de marketing específica que contribuiu para uma conversão ou ação desejada. A atribuição ajuda a entender quais estratégias e canais são mais eficazes na geração de resultados.



B2B (Business-to-Business)

Transações comerciais entre empresas.

B2C (Business-to-Consumer)

Transações comerciais entre uma empresa e um consumidor final.

Backlink (Link de Retorno)

Um link de outro site que aponta para o seu site, ajudando a aumentar a autoridade e o posicionamento nos mecanismos de busca.

CAC (Customer Acquisition Cost)

Custo de Aquisição de Clientes: O valor médio gasto para adquirir um novo cliente.

Call to Action

Chamada para Ação: Uma instrução clara e direta que incentiva os usuários a realizar uma ação específica.

Chatbot

Um programa de computador que utiliza a inteligência artificial para interagir e responder perguntas dos usuários em tempo real, muitas vezes utilizado em websites e aplicativos.

CMS – Content Management System

Sistema de Gerenciamento de Conteúdo, uma plataforma que permite criar, editar e gerenciar conteúdo em um site.

Conversão – Conversion

Ação desejada que um visitante realiza em um site, como uma compra, inscrição ou preenchimento de um formulário.

CPA – Custo por Aquisição

O custo médio para adquirir um novo cliente ou converter uma venda.

CPC – Custo por Clique

O valor pago por cada clique em um anúncio.



CPL – Cost per Lead

Custo por lead, o valor médio gasto para obter um lead ou potencial cliente.

CPM – Custo por Mil Impressões

O custo para exibir mil vezes um anúncio.

CRM – Customer Relationship Management

Gerenciamento de relacionamento com o cliente, incluindo estratégias, processos e tecnologias para melhorar a interação com os clientes.

CRO – Otimização da Taxa de Conversão

O processo de melhorar a taxa de conversão de visitantes em clientes em um site ou landing page.



Cross-selling

Técnica de vendas que envolve oferecer produtos relacionados ou complementares ao cliente durante uma transação, com o objetivo de aumentar o valor médio do pedido.

CSS – Cascading Style Sheets

Folhas de Estilo em Cascata, uma linguagem utilizada para definir a aparência e o layout de elementos em uma página da web.

CTA – Call to Action

Chamada para ação, um elemento ou frase que incentiva o usuário a realizar uma ação específica, como "comprar agora" ou "inscrever-se".

CTR – Click-through Rate

Taxa de cliques, a porcentagem de usuários que clicam em um determinado link em relação ao número total de visualizações desse link.



Customer Segmentation

Segmentação de Clientes: O processo de dividir os clientes em grupos com base em características, comportamentos ou preferências semelhantes, a fim de personalizar as estratégias de marketing e comunicação.

DNS – Domain Name System

Sistema que traduz nomes de domínio em endereços IP para permitir o acesso aos sites na Internet.

Dropshipping

Modelo de negócio em que o vendedor não mantém produtos em estoque, mas envia diretamente os pedidos dos clientes para o fornecedor, que realiza o envio direto ao cliente.

Engajamento – Engagement

A medida da interação e envolvimento dos usuários com um conteúdo ou uma marca.





ERP – Enterprise Resource Planning

Sistema de software utilizado para gerenciar recursos e processos empresariais, como finanças, estoque, logística e recursos humanos.

Frequência

É o número médio de vezes que um usuário individual visualiza um anúncio específico durante um período de tempo. A frequência é usada para avaliar a exposição repetida de um anúncio a um público-alvo específico.

FTP – File Transfer Protocol

Protocolo utilizado para transferir arquivos entre computadores através da Internet.

Funil de Conversão – Conversion Funnel

Um modelo que representa as etapas pelas quais os usuários passam para se tornarem clientes, desde a conscientização até a ação.

Funil de Vendas – Sales Funnel

Um processo em etapas que representa o caminho que um potencial cliente percorre, desde a descoberta até a conversão em uma venda.



GA – Google Analytics

Uma plataforma de análise criada pelo Google que fornece dados e insights sobre o desempenho de um site ou aplicativo.

HTML – Hypertext Markup Language

Linguagem de Marcação de Hipertexto, uma linguagem utilizada para criar a estrutura e o conteúdo de páginas da web.

Impressões – Impressions

O número de vezes que um anúncio foi exibido para os usuários.

Influencer Marketing

Estratégia de marketing que envolve a colaboração com influenciadores digitais para promover produtos ou serviços para o seu público.



Influenciador Digital – Digital Influencer

Uma pessoa com influência em plataformas digitais, capaz de afetar as decisões de compra ou comportamentos de seus seguidores.

JavaScript – Linguagem de Programação

Uma linguagem de programação utilizada para tornar as páginas da web interativas e dinâmicas.

KPI – Key Performance Indicator

Indicador-chave de desempenho, uma métrica específica que mede o progresso em direção aos objetivos estabelecidos.

Lead Generation – Geração de Leads

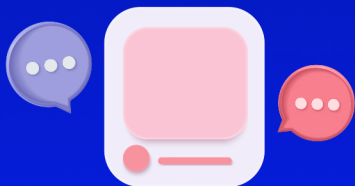
O processo de atrair e capturar informações de contato de potenciais clientes interessados em seu produto ou serviço.

Lead Nurturing – Nutrição de Leads

O processo de cultivar e fortalecer o relacionamento com leads qualificados, fornecendo informações relevantes e personalizadas para avançá-los no funil de vendas.

LTV – Lifetime Value

Valor Vitalício do Cliente: O valor econômico total que um cliente traz para um negócio durante todo o seu relacionamento como cliente.



Palavras-chave – Keywords

Termos ou frases relevantes usados para descrever e direcionar o conteúdo de um site, com o objetivo de melhorar sua visibilidade nos mecanismos de busca.

Plugin

Software ou extensão que adiciona funcionalidades extras a um sistema ou plataforma existente, como um site ou um aplicativo.

PPC – Pagamento por Clique

Modelo de publicidade em que os anunciantes pagam um valor por cada clique em seus anúncios.

Remarketing – Reimpactação

Estratégia de marketing que envolve alcançar novamente os usuários que já interagiram com seu site ou produto, por meio de anúncios personalizados.

Retenção de Clientes – Customer Retention

Estratégias e ações desenvolvidas para manter os clientes existentes e promover a lealdade à marca.

ROAS – Retorno Sobre Investimento em Publicidade

A medida de quantas vezes o investimento em publicidade é multiplicado em termos de receita gerada.



ROI – Return on Investment – Retorno sobre Investimento

A medida de retorno obtido em relação ao investimento realizado.

Segmentação – Targeting

O processo de dividir um público-alvo em grupos menores e mais específicos com base em características ou comportamentos comuns.

SEM – Search Engine Marketing

Marketing em mecanismos de busca, estratégias de publicidade que envolvem a promoção de um site nos resultados pagos de um mecanismo de busca.

SEO – Search Engine Optimization

Otimização para Mecanismos de Busca, estratégias para melhorar a visibilidade e o ranking de um site nos resultados orgânicos de busca, como Google, por exemplo.

SERP – Search Engine Results Page

Página de resultados do mecanismo de busca, a página que exibe os resultados de uma pesquisa feita em um mecanismo de busca.

Sessões

É o número de vezes que os usuários interagem com um site ou aplicativo durante um determinado período de tempo. Cada sessão pode incluir várias ações, como visualizações de página, cliques ou interações.

SMM – Marketing em Mídias Sociais

Estratégias de marketing que envolvem o uso das redes sociais para promover produtos ou serviços.

Social Proof – Prova Social

O uso de evidências sociais, como depoimentos, avaliações de clientes e contagem de seguidores, para influenciar e aumentar a confiança dos consumidores em relação a uma marca ou produto.

SSL – Secure Sockets Layer

Camada de Sockets Segura, um protocolo de segurança que criptografa a comunicação entre um navegador e um servidor, garantindo a segurança dos dados transmitidos.



Tags – Meta Tags

Trechos de código HTML inseridos em uma página da web que fornecem informações adicionais aos mecanismos de busca e navegadores.

Taxa de Abertura – Open Rate

A porcentagem de e-mails enviados que são efetivamente abertos pelos destinatários.

Taxa de Churn – Churn Rate

A taxa de rotatividade de clientes, ou seja, a porcentagem de clientes que deixam de usar ou comprar os produtos ou serviços de uma empresa em um determinado período de tempo.

Taxa de Cliques Únicos – Unique Click Rate

A porcentagem de usuários únicos que clicaram em um link em relação ao número total de visualizações desse link.

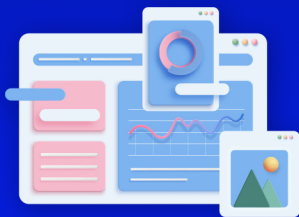


Taxa de Conversão – Conversion Rate

A porcentagem de visitantes que realizam uma ação desejada em relação ao número total de visitantes.

Taxa de Rejeição – Bounce Rate

A porcentagem de visitantes que saem de um site sem interagir com nenhuma página ou elemento.



Template

Um template é um modelo ou estrutura pré-formatada que define o design e a aparência de um site, documento, e-mail ou outra forma de mídia digital.

Teste A/B

Teste em que duas versões diferentes de um elemento são comparadas para determinar qual gera melhores resultados.

Ticket Médio (AOV – Average Order Value)

A média do valor das compras realizadas em um determinado período de tempo.

Tráfego de referência

Visitantes que chegam a um site por meio de links externos presentes em outros sites.

Quando um site referencia e redireciona seus visitantes para outro site, o tráfego gerado é considerado tráfego de referência.

Tráfego direto

Visitantes que acessam um site diretamente, digitando a URL na barra de endereço do navegador ou utilizando um marcador salvo.

Não há intervenção de mecanismos de busca ou links externos nesse tipo de tráfego.

Tráfego orgânico

Visitantes que acessam um site de forma natural, sem envolver pagamentos diretos. Esse tráfego é resultado de pesquisas em mecanismos de busca ou compartilhamentos de conteúdo em redes sociais.

Tráfego pago

Visitantes que chegam a um site por meio de anúncios pagos, como anúncios de pesquisa ou mídias sociais. Os anunciantes pagam por cada clique ou impressão do anúncio.

UI - User Interface

Interface do usuário, a forma como os elementos visuais e interativos são apresentados em um site, aplicativo ou produto.



Up-selling

Técnica de vendas que envolve oferecer um produto ou serviço de maior valor ou com recursos adicionais ao cliente durante uma transação, com o objetivo de aumentar o valor médio do pedido.

URL

É o endereço exclusivo que identifica um recurso na internet. A URL é a sequência de caracteres que você digita na barra de endereço do seu navegador para acessar um site específico.





Usuário

É um indivíduo que interage com um site, aplicativo ou plataforma online. Pode-se rastrear atividades de um usuário por meio de cookies, IDs exclusivos ou outras formas de identificação.

UX – User Experience

Experiência do usuário, a percepção geral de um usuário ao interagir com um site, aplicativo ou produto.

Web Analytics – Análise da Web

O processo de coleta, medição, análise e relatórios de dados relacionados ao desempenho de um site, com o objetivo de melhorar sua eficácia e otimizar as estratégias de marketing.

XML – Extensible Markup Language

Linguagem de marcação utilizada para estruturar e armazenar dados de forma legível por máquinas e humanos.



Este ebook não deve ser guardado só para você

Compartilhe este ebook com seus amigos, colegas e familiares que estão interessados em mergulhar no mundo do e-commerce

Fale conosco



(17) 98192-0203



@salesmode.com.br



www.salesmode.com.br


sales mode