

# Glossário Marketing

**Estágio de conscientização:** O primeiro estágio do Funil de marketing, quando um cliente potencial toma conhecimento do produto ou serviço pela primeira vez

**Estágio de consideração:** O segundo estágio do Funil de marketing, quando o interesse de um cliente em potencial aumenta por um produto ou serviço

**Caminhos de conversão:** A conclusão de uma atividade que contribui para o sucesso de um negócio

**Caminhos de conversão:** A porcentagem de usuários ou Visitantes do site que concluíram uma ação desejada, como clicar em um link em um e-mail ou comprar um produto

**Caminhos de conversão:** O terceiro estágio do Funil de marketing, quando os profissionais de marketing capitalizam o interesse que as pessoas já demonstraram

**Jornada do cliente:** O caminho que os clientes percorrem desde o aprendizado sobre um produto, passando pela resposta às perguntas, até a realização da compra

**Mapa da jornada do cliente:** Uma visualização dos Touchpoints que um cliente típico encontra ao longo de sua jornada de compra

**Frequência:** Quantas vezes um indivíduo encontra um anúncio em um determinado período de tempo

**Impressões:** O número total de vezes que um anúncio aparece na tela das pessoas

**Marketing inclusivo:** A prática de melhorar a representação e o pertencimento nos Materiais de marketing e publicidade que uma organização cria

**Lead:** Um cliente em potencial que interagiu com uma marca e compartilhou informações pessoais, como um endereço de e-mail

**Busca local:** Uma consulta de pesquisa que gera resultados de pesquisa locais

**SEO local:** Otimização do conteúdo para que ele seja exibido nos algoritmos de busca local do Google

**Estágio de fidelidade:** O quarto estágio do Funil de marketing, quando os clientes se tornam clientes recorrentes e defensores da marca

**Funil de marketing:** Uma representação visual do processamento pelo qual as pessoas passam do conhecimento de uma marca até se tornarem clientes fiéis

**Omnicanal:** A integração ou sincronização de conteúdo em vários canais

**Pontos de dor:** Problemas que os Clientes querem resolver

**Alcance:** O número total de indivíduos únicos que encontram um anúncio em seus diferentes dispositivos

**Público-alvo:** O grupo de pessoas com maior probabilidade de comprar os produtos de uma empresa; geralmente definido como a combinação de personas do cliente

**Touchpoint:** Qualquer interação que um cliente tenha com uma marca durante sua jornada de compra

## Termos e suas definições

**Agência:** Um parceiro externo que atende às necessidades de marketing digital e publicidade de uma empresa

**Business-to-business (B2B):** Refere-se a quando as empresas vendem produtos ou serviços para outras empresas (quando as empresas compram umas das outras)

**Business-to-business (B2C):** Refere-se a quando as empresas vendem produtos ou serviços para consumidores (quando os consumidores compram das empresas)

**Consumer-to-business (C2B):** Refere-se a quando indivíduos (consumidores) vendem produtos ou serviços para empresas (quando empresas compram de consumidores)

**Consumer-to-consumer (C2C):** Refere-se a quando indivíduos (consumidores) vendem produtos ou serviços a outros consumidores (quando os consumidores compram uns dos outros)

**Canal digital:** Qualquer método ou plataforma de comunicação que uma empresa possa usar para atingir seu público-alvo on-line

**Marketing digital:** A prática de alcançar consumidores on-line por meio de canais digitais com o objetivo de transformá-los em clientes

**E-commerce:** A compra e venda de bens ou serviços usando a Internet

**Marketing de engajamento:** (consulte o **marketing de experiência**)

**Marketing de experiência:** O processo de incentivar os consumidores a não apenas comprar uma marca ou produto, mas também a experimentá-lo

**Marketing de influenciadores:** O processo de recrutar pessoas influentes para endossar ou mencionar uma marca ou produto para seus seguidores nas mídias sociais

**Interno:** Dentro de uma única empresa

**Marketing de mídia social:** O processamento de criação de conteúdo para diferentes plataformas de mídia social para impulsionar o engajamento e promover um negócio ou produto

**Habilidades transferíveis:** Habilidades de outras áreas que podem ajudar alguém a progredir em uma carreira em marketing

---

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário