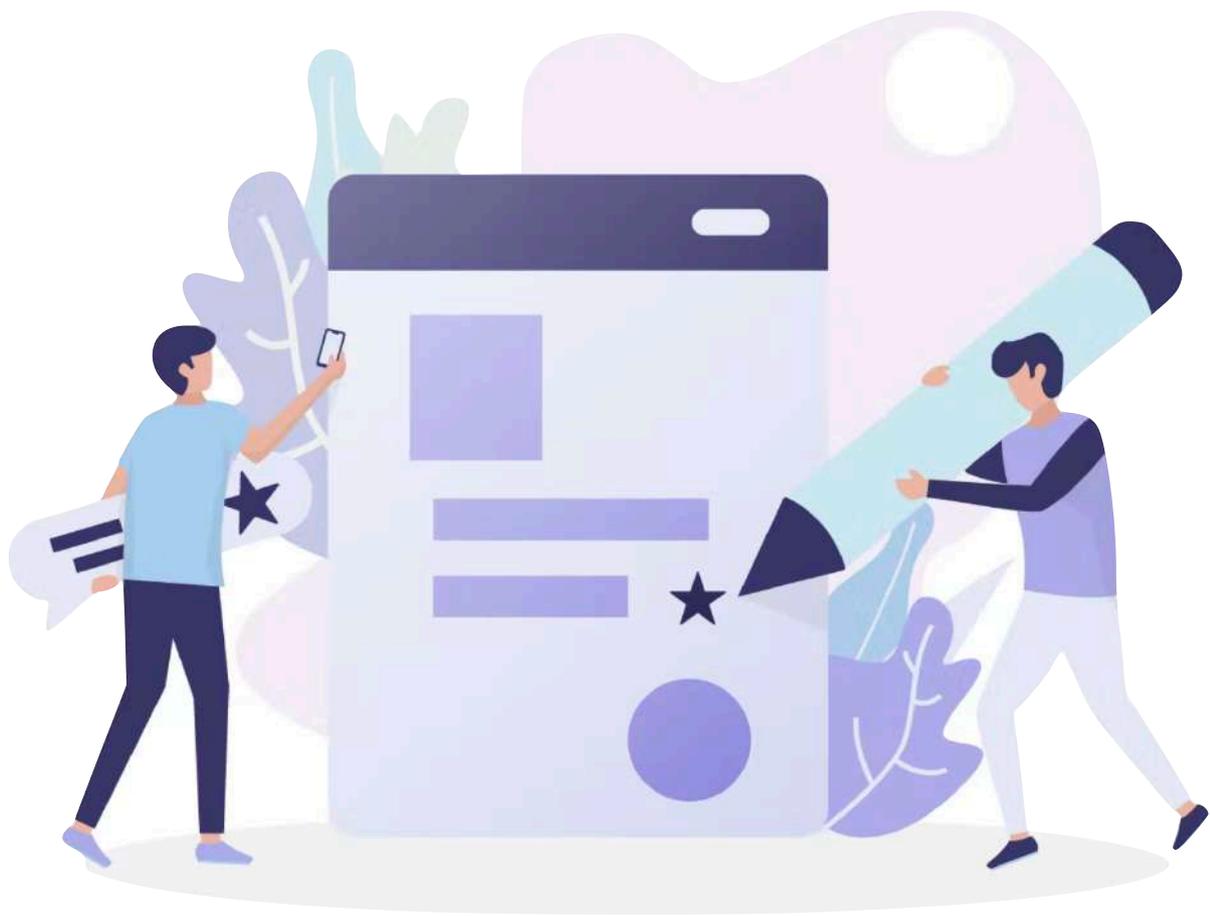


# GLOSARIO PARA REDES SOCIALES



## **AMA (Ask Me Anything – Pregúntame lo que quieras)**

Un AMA es la abreviación para referirse a un *ask me anything* (pregúntame lo que quieras en español). Un AMA es un tipo de publicación interactiva en la que alguien responde preguntas, generalmente en tiempo real. El concepto de AMA comenzó en Reddit, pero ahora están apareciendo en otros universos sociales, como seminarios web, Facebook Live o Historias de Instagram. Los AMA se basaban originalmente en texto, pero también pueden ser efectivos para responder preguntas utilizando videos en vivo en redes o stickers interactivos.

## **Alcance**

El alcance se refiere al número total de personas que han estado expuestas a una publicación o un anuncio en redes sociales. Esta métrica no indica necesariamente que todas esas personas hayan visto el contenido, sino que podrían habérselo topado en la sección de noticias. El alcance simplemente indica que el contenido apareció en el muro del usuario al menos una vez. Las herramientas de análisis de redes sociales generalmente reportan el alcance orgánico y el alcance pagado como dos métricas separadas.

*Relacionado Impresiones, Interacción*

## **Alcance orgánico**

El alcance orgánico se refiere al número de usuarios únicos que ven tu contenido sin que sea una publicidad pagada. Las personas encuentran de manera orgánica el contenido social a través de sus propios feeds, ya sean cuentas de compañías a las que ellos mismos le han dado Me gusta, o a través del contenido compartido por amigos o conexiones. Si alguien visita tu perfil social basándose en una búsqueda o en alguna otra referencia no pagada, también es alcance orgánico.

## **Algoritmo**

Básicamente, un algoritmo es una serie de pasos que una computadora utiliza para completar una tarea. En el contexto de las redes sociales, un algoritmo es la forma en la cual una plataforma social determina qué contenido mostrar en cualquier momento a un usuario en particular. Las redes sociales son notoriamente reservadas sobre cómo funcionan sus algoritmos, pero, en general, utilizan pistas basándose en las relaciones e interacciones sociales de un usuario para determinar qué contenido le va a parecer más atractivo.

## **Análisis de sentimiento**

El análisis de sentimiento es una evaluación sobre cómo se siente una audiencia acerca de una marca, empresa o producto, con base en datos extraídos de las redes sociales. El análisis de sentimiento generalmente implica el procesamiento del lenguaje natural u otros métodos computacionales para identificar la actitud contenida en un mensaje en redes. Las plataformas de análisis, como [Hootsuite Insights](#), clasifican el sentimiento de diferentes maneras. Por ejemplo, algunos utilizan la clasificación "polar" (sentimiento positivo o negativo) mientras que otros clasifican los mensajes por emoción o tono (satisfacción/ gratitud, miedo / malestar, etc.).

## **Analítica**

Analítica (o Analytics) es un término general usado para describir tanto las herramientas de análisis de redes sociales y la información que dichas herramientas brindan. La mayoría de las redes sociales incluyen sus propias herramientas de analítica para ayudar a los negocios a llevar a cabo un análisis sobre el rendimiento de sus publicaciones con métricas como el alcance, las interacciones y el crecimiento de seguidores. Los programas especializados de analítica, como [Hootsuite Analytics](#), pueden brindar información detallada e informes que incluyen métricas como rendimiento y ROI social.

## **Atención al cliente en redes sociales**

La atención al cliente en redes sociales es cuando una empresa utiliza sus canales sociales para brindar servicio y soporte a los consumidores. Las empresas más grandes suelen tener una cuenta independiente para los problemas de atención al cliente.

## **Avatar**

Un avatar es una representación visual de una persona para ser usado en contextos digitales. Por lo general, es una imagen generada por computadora, como un bitmoji. En las redes sociales, el término "avatar" también se refiere a tu foto de perfil, la imagen que te representa en la plataforma. La mayoría de los usuarios individuales eligen una foto como su avatar de redes sociales, a veces complementada con un marco o filtro digital. Para las marcas, el logotipo de la empresa suele ser la mejor opción para un avatar.

## Bio

Tu bio (abreviatura de biografía) es la sección de cualquier perfil digital que les dice a los nuevos o posibles seguidores quien eres. Todas las plataformas sociales ofrecen un espacio para escribir una biografía. Es lo primero que ven los usuarios cuando descubren tu perfil, y una buena biografía puede mejorar considerablemente la frecuencia con la que apareces en las búsquedas de palabras clave.

## Bitmoji

Un bitmoji es un avatar personalizado que puede ser agregado a Gmail, Messenger, Slack y redes sociales. La app de [bitmoji](#) te permite crear una representación en formato de caricatura de ti mismo, y después crear versiones del avatar en diferentes situaciones. Además de usar el bitmoji como foto de perfil, puedes usarlo para crear mensajes personalizados para compartir en apps de mensajería y redes sociales. Bitmoji es propiedad de Snap, la empresa matriz de Snapchat, y está bien integrado con la aplicación Snapchat.

## Bloquear

Cuando bloqueas a alguien en redes sociales, impides que vean tus publicaciones en esa red social. Los usuarios bloqueados tampoco podrán seguirte, enviarte mensajes ni etiquetarte en fotos. Los usuarios de Twitter bloqueados no podrán agregarte a listas. Los usuarios bloqueados aún pueden @mencionarte en una publicación, pero esta mención no contará en tus métricas de interacción.

Sin embargo, ten en cuenta que es muy fácil para los usuarios bloqueados ver el contenido que has postado públicamente. Usa las configuraciones de privacidad de cada red social para tener un mejor control sobre quién ve cada una de tus publicaciones.

## Blog

Originalmente una contracción de la frase "web log", un blog es un tipo de publicación digital en la que uno o más autores publican contenido con regularidad, generalmente sobre un tema específico. Muchas marcas usan un blog como una forma de compartir contenido atractivo con su audiencia y establecer su experiencia en la industria. Por ejemplo, el blog de Hootsuite comparte contenido

actualizado sobre marketing en redes sociales y sobre cómo utilizar las herramientas sociales.

Blog también puede ser un verbo: cuando estás escribiendo para un blog, estás "bloggeando".

## **Blogger**

**Blogger** es una plataforma gratuita para blogs propiedad de Google. Los blogs que usan esta plataforma generalmente se alojan en un subdominio de [blogspot.com](https://www.blogspot.com), pero la plataforma también se puede usar con un dominio que hayas comprado. Blogger admite blogs de uno o varios usuarios.

La palabra "blogger" o bloguero también puede simplemente referirse a alguien que escribe y publica en un blog. Muchos blogueros de alto perfil están categorizados como influencers, ya que su contenido llega a un gran número de personas.

## Chat

Un chat es una conversación en línea con una o dos personas. Ya sea uno a uno o en grupos, los chats suelen ser privados y basados en texto, aunque también pueden incluir GIFS, fotos y hasta grabaciones de audios. Algunas de las plataformas de chats más comunes incluyen WhatsApp y Facebook Messenger.

El término "chat" también puede ser usado para hacer referencia a una conversación pública moderada en redes sociales, organizada alrededor de un hashtag. Los Twitter chats, como el #HootChat que se lleva a cabo cada mes, es un gran ejemplo.

## Chatbot

Un chatbot es un tipo de bot que usa inteligencia artificial para responder preguntas y realizar tareas simples en aplicaciones de mensajería como Facebook Messenger. Un chatbot se puede utilizar para el servicio al cliente, la recopilación de datos y clientes potenciales, recomendaciones de compras y más.

## Clickbait

Clickbait (o ciber anzuelo en español) es un tipo de contenido web con un enfoque engañoso o un título sensacionalista diseñado para que los usuarios le den clic para acceder a la historia completa, la cual generalmente es decepcionante. El objetivo de los clickbaits suele ser generar visitas a la página e ingresos publicitarios. Todas las redes sociales han adoptado una postura contra el clickbait, y los algoritmos están diseñados para no mostrar este tipo de publicaciones. En otras palabras, es una práctica que se debe evitar.

## Comentario

Un comentario es una forma de interacción en la cual un usuario responde a tu publicación en redes sociales. Los comentarios pueden ofrecer elogios, hacer una pregunta, expresar desacuerdo y contribuir a la conversación que se está dando en línea sobre tu contenido social. Los comentarios pueden incluir texto, hashtags, @ menciones y emojis. Cuando recibes una gran cantidad de comentarios, esto muestra que tu publicación es atractiva y puede mejorar tu posición en el newsfeed con base en el algoritmo de una red social.

## Community manager

Un community manager o administrador de redes sociales es un profesional de las redes sociales que nutre las relaciones entre un grupo de usuarios de redes sociales para que la comunidad actúe en nombre del interés común. Los community managers ayudan a desarrollar relaciones sociales profesionales y centradas en la marca al monitorear e interactuar con los fans y seguidores.

## Conversión

Una conversión ocurre cuando un usuario de redes sociales o un visitante de tu sitio web toma una acción específica y deseable. Por ejemplo, hacer una compra es una acción deseable, pero no es la única. Otros ejemplos de conversiones deseables incluyen la generación de clientes potenciales, suscribirse a un boletín de noticias, registrarse para un webinar, o descargar un documento informativo.

## Costo por clic (CPC)

Costo por clic (CPC) es una métrica que refleja cuánto cuesta cada clic en una campaña de publicidad de costo por clic. El costo por clic y el pago por clic son términos que muchas veces son usados como sinónimos, pero en realidad son dos caras de la misma moneda. El pago por clic es el tipo de modelo de anuncio y el costo por clic es la tarifa por clic.

## Creative Commons

**Creative Commons** es una organización sin fines de lucro que brinda licencias y otras herramientas legales para que los fotógrafos y otros creadores de contenido puedan compartir su trabajo. Hay más de 1.6 mil millones de trabajos en Commons, los cuales pueden ser compartidos de distintas formas. Los seis niveles de las licencias de Creative Commons restringen de qué forma pueden ser usadas las imágenes o contenido, y si se requiere de atribución.

## Crowdsourcing

Crowdsourcing es un anglicismo que se usa para describir el acto que implica el aprovechar a tu misma comunidad en línea para obtener nuevas ideas, sugerencias, información o contenido. El contenido generado por el usuario es un excelente ejemplo de crowdsourcing. Pedir ideas a través de funciones interactivas como encuestas, es otra.

## **Dejar de seguir**

Dejar de seguir a alguien es cancelar la suscripción a su cuenta de redes sociales. Si prefieres mantener la conexión social, pero no quieres ver sus publicaciones, puedes silenciarlas.

## **Descripción**

Una descripción es un texto que acompaña a una foto en las redes sociales. Las descripciones pueden incluir texto, hashtags, @ menciones y emojis. Los subtítulos son una parte importante para contar la historia de tu foto en las redes sociales y un factor clave para las interacciones.

## **Doxing**

Doxing es la (muy mal vista) práctica de buscar y publicar la información personal de un particular. Los Doxers usan estos ataques como un medio para amenazar o intimidar a sus objetivos.

## **Ebook**

Ebook es una abreviación de libro electrónico. Este es un archivo digital, tal y como un PDF o un EPUB, que puede ser leído en una computadora, dispositivo móvil o en un lector de Ebooks.

## **Embajador/Embajadora de marca**

Un embajador o embajadora de marca es un cliente al que le encanta tu marca, tanto, que promueve tus productos o tu marca sin que se lo pidas. Sin embargo, los embajadores de marca pueden volverse aún más valiosos si conectas con ellos directamente para involucrarlos y empoderarlos.

## **Emoji**

Los emojis son un conjunto de gráficos pequeños usados en canales digitales, desde mensajes de texto hasta redes sociales. Los emojis han evolucionado desde ser emoticons (como las caritas felices) que fueron creados usando caracteres del teclado. Los emojis aparecieron por primera vez en 1990. En 2010, el Consorcio Unicode aprobó la propuesta de Google de estandarizar los caracteres emoji. Tanto iOS como Android tienen teclados emoji integrados.

## **Escucha social**

La escucha social comienza al encontrar y evaluar lo que se dice sobre una empresa, tema, marca o persona en las redes sociales. Después, el equipo social toma acción dependiendo de lo que el análisis revele. Tomar medidas podría ser tan simple como responder a un cliente satisfecho o tan importante como revisar la estrategia de marca.

## **Etiqueta**

Una etiqueta es una palabra clave que se agrega a una publicación en redes sociales para categorizar el contenido. Puedes etiquetar a alguien más en tu publicación o foto, lo cual crea un enlace a su perfil y lo asocia con el contenido. Los usuarios tienen la opción de eliminar las etiquetas no deseadas de su perfil.

## **Fan**

Un fan es alguien que le da Me gusta a tu Página de Facebook. “Fan” es usado algunas veces como un término general para referirse a alguien que te sigue en alguno de tus canales sociales, pero únicamente Facebook utiliza este término.

## **Favorito**

Favorito era el término que utilizaba Twitter originalmente para indicar los Me gusta, y eran indicados con un icono de estrella. Sin embargo, Twitter ahora utiliza un icono de corazón y usa el término Me gusta también, como las demás redes sociales.

## **Feed**

El feed (también llamado sección de noticias en Facebook) es una lista actualizada de todo el contenido nuevo publicado por la cuenta el usuario sigue. En vez de simplemente seguir un orden cronológico, la mayoría de las secciones de noticias están controladas por un algoritmo.

## **Feed RSS**

Un feed RSS es un formato para distribuir contenido web. Puede ser la abreviatura en inglés de *Really Simple Syndication* dependiendo de a quién le preguntes. Sin embargo, ninguna de las dos es un acrónimo oficial. Los canales RSS se crean en un formato XML estándar que los hace compatibles con una variedad de lectores y agregadores a los que los usuarios pueden suscribirse.

## **Filtro**

Un filtro es un efecto fotográfico que se puede aplicar a las imágenes antes de publicarlas, desde un simple blanco y negro o sepia hasta coronas de flores y orejas de perrito. Los filtros están disponibles en Instagram, Snapchat, Facebook Messenger y muchas otras apps con integraciones de cámara.

## **Follow friday (#FF)**

Follow Friday es un hashtag en inglés que es usado para destacar algunas de tus cuentas de Twitter favoritas. Cuando incluyes a alguien en una publicación con #FF, es una forma de recomendar su cuenta a tus seguidores.

## **Geoetiqueta**

Una geoetiqueta es una ubicación específica agregada a una foto, video u otra publicación en redes. Las geoetiquetas pueden exponer tus publicaciones a más personas, ya que el contenido muchas veces puede ser buscado por ubicación.

## **Gestión de redes sociales**

La gestión de redes sociales implica la administración de cuentas, interactuar con la audiencia y la medición de los resultados comerciales de las actividades realizadas en ellas.

Las prácticas efectivas de gestión de redes sociales implementadas a escala en todos los departamentos y regiones permiten que todos dentro de la organización colaboren y logren resultados medibles.

## **GIF**

GIF es un acrónimo de *Graphics Interchange Format*, un formato de archivo que admite imágenes tanto estáticas como animadas.

Los GIF se hicieron populares como una forma para reaccionar al contenido publicado en redes sociales sin usar palabras.

Facebook y Twitter admiten GIF animados.

## **Google Ads (Google Adwords)**

Los Google Ads son una forma de publicidad en línea anteriormente conocida como Google Adwords. Los anuncios de Google aparecen en la parte superior de las listas de búsqueda de Google para tus palabras clave objetivo. También pueden aparecer en otros sitios web a través de la Red de Display de Google.

## **Grupo**

Un grupo es una comunidad en línea dentro de una red social. Los grupos pueden ser públicos o privados. Dentro de un grupo, los miembros de la comunidad con un interés común pueden compartir información y discutir temas relevantes. Tanto Facebook como LinkedIn ofrecen grupos en sus plataformas.

## **Hangout**

Un Hangout es un video o una llamada de voz con una o más personas utilizando el servicio de Google Hangouts. En 2019, Google Hangouts fue dividido en dos productos: Google Hangouts Chat y Google Hangouts Meet. Google Hangouts Meet está diseñado para conferencias de video e incluye funciones como la habilidad de compartir pantalla y permitir presentaciones de video a grupos de hasta 30 personas.

## **Hashtag**

Un hashtag es una palabra o frase precedida por el signo "#". Los hashtags se utilizan en las redes sociales para etiquetar publicaciones como parte de una conversación más amplia (como #HootChat) o un tema (como #Superbowl). Al hacer clic en un hashtag, aparecen las últimas publicaciones que incluyen la etiqueta. Los hashtags se pueden buscar y cumplen una función similar a las palabras clave.

## **Hilo**

Un hilo es una cadena de mensajes que forman una conversación. Los hilos comienzan con un mensaje y continúan como una serie de respuestas o comentarios. Son esenciales para realizar un seguimiento de las conversaciones en la mayoría de las formas de comunicación en línea, incluyendo las redes sociales y el correo electrónico.

## **Historias**

Las Historias son un tipo de contenido efímero en Facebook, Instagram o Snapchat que desaparece después de 24 horas.



## **Impresiones**

Las impresiones son una métrica que cuentan cuántas veces se obtiene un anuncio o una publicación promocionada del servidor y se muestra en una red social. No es una medida de cuántas personas han visto el anuncio. Por ejemplo, un usuario de una red social podría tener el mismo anuncio en su sección de noticias varias veces durante un período determinado. Cada una de estas instancias se cuenta como una impresión.

## **Inbound marketing**

El inbound marketing es una estrategia que involucra crear contenido valioso y recursos que atraigan a clientes potenciales a tu negocio. Se llama "inbound", que en español se traduce como entrante, ya que los recursos que creas ayudan a las personas a descubrir y aprender sobre tu compañía, en vez de acercarte a ellos con un discurso de ventas. Tu equipo entonces puede nutrir estos contactos hasta que estén listos para convertirse en clientes.

## **Indicador clave de rendimiento (KPI)**

Un indicador clave de rendimiento (muchas veces los verás como KPI, por sus siglas en inglés) es una métrica a la cual se le realiza un seguimiento durante un tiempo para determinar el progreso que va logrando hacia un objetivo determinado. Los KPIs de redes sociales pueden incluir la tasa de crecimiento de la audiencia, tasa de amplificación y puntaje de satisfacción del cliente.

## **Influencer**

Un influencer es un usuario de redes sociales con una audiencia relevante que puede generar percepción sobre una tendencia, tema, compañía o producto. Desde la perspectiva de un mercadólogo, el influencer ideal también es un embajador de marca apasionado.

## **Inteligencia Artificial (IA)**

La inteligencia artificial es la habilidad que tienen las computadoras, programas y máquinas de aprender y adaptarse de una forma que se parezca al pensamiento humano. Por ejemplo, los chatbots usan inteligencia artificial para comunicarse y responder a preguntas, mientras que los asistentes del hogar como Alexa usan la IA para aprender a responder mejor a tus preguntas con el tiempo.

Entre más interactúas con un programa de IA, más “inteligente” se vuelve, ya que tiene más datos con los que trabajar.

## **Interacción**

Este término se refiere a cualquier forma de interacción con tu marca en las redes sociales. Los Me gusta, los comentarios y el contenido compartido son todas formas de interacción.

## **Interfaz de programación de aplicaciones (API en inglés)**

Una interfaz de programación de aplicaciones (API) es un sistema de comunicación que permite que dos aplicaciones o plataformas “hablen” entre sí. Las API de redes sociales permiten que estas plataformas se integren con otros proveedores de software y aplicaciones.

Por ejemplo, Hootsuite usa la API de Twitter para publicar tweets y la API de Instagram para programar publicaciones.

Cuando Instagram quiso cerrar las aplicaciones sospechosas de *growth hacking* (esas que hacían crecer tu seguidores en redes a través de métodos fraudulentos) que la gente usaba para hacer crecer su audiencia de manera artificial, la plataforma eliminó su API antigua y lanzó una nueva con controles de privacidad mucho más estrictos.

## **Link building**

El link building es una estrategia de marketing para impulsar el tráfico y el ranking en motores de búsqueda al hacer que otros sitios web se vinculen al tuyo. Las técnicas más comunes para adquirir enlaces como parte de una campaña de link building incluye crear publicaciones como invitado en otros blogs y ofreciendo contenido valioso que pueda volverse a publicar.

## **Listado**

Si estás "listado", significa que has sido agregado a una lista de Twitter. Las listas de Twitter son una forma de organizar el contenido para que sea más fácil mantenerse al día cuando tienes una gran cantidad de conexiones de Twitter. Ser agregado a una lista de Twitter puede aumentar tus posibilidades de ser seguido por los seguidores del creador de la lista.

## **Marketing de contenido**

El marketing de contenido es la práctica de atraer y retener clientes a través de la creación y distribución de contenido original y de mucho valor como videos, documentos informativos, guías e infografías. Al ofrecer contenido valioso de manera constante, esto le da a los seguidores una razón para querer mantenerse al tanto de tus canales sociales mientras construyes una relación y estableces tu experiencia en la industria.

## **Marketing de influencers**

El marketing de influencers es una estrategia que involucra la colaboración con una persona influyente (los llamados "influencers") en redes sociales para promocionar un producto, servicio o campaña.

## **Marketing en redes sociales**

El marketing en redes sociales es el uso de las redes sociales para aumentar la percepción de marca, identificar audiencias clave, generar clientes potenciales y construir relaciones significativas con los clientes. El marketing en redes sociales debe ser parte de una estrategia social más amplia que también incluya el servicio al cliente, la gestión de redes sociales y las actividades de social selling.

## **Meme**

Un meme digital es un chiste o comentario que fue creado para ser compartido en plataformas sociales. Usualmente aparece en la forma de un GIF o un gráfico con texto en la parte de arriba de la imagen o sobrepuesto.

## **Mención**

Una mención es el acto de etiquetar a un usuario en un mensaje de redes sociales. A veces llamadas @menciones, generalmente activan una notificación para ese usuario y permiten que tu audiencia haga clic en su biografía o perfil.

## **Messenger**

Messenger es la app de mensajería instantánea de Facebook. Llamada originalmente Facebook Messenger, la app permite que los usuarios de Facebook envíen mensajes directos entre ellos a través de un dispositivo móvil. Los usuarios también pueden usar Messenger a través de un navegador web en sus computadoras.

## **Métrica**

Una métrica es una medida cuantitativa del éxito en redes sociales. En pocas palabras, es una cifra basada en números reales y se puede medir y darle seguimiento a lo largo del tiempo. Las métricas de vanidad incluyen estadísticas de interacción que aumentan el ego, como comentarios, acciones y Me gusta. Otras métricas, como la tasa de conversión, pueden ayudar a demostrar el retorno de la inversión en redes.

## **Microblogging**

Microblogging es la práctica de publicar actualizaciones de contenido breves en plataformas como Twitter y Tumblr.

## **Monitoreo de redes sociales**

El monitoreo de redes sociales es similar a la escucha social, ya que en ambos casos se le da seguimiento a lo que se dice sobre una marca en las redes sociales. Sin embargo, mientras que la escucha social involucra análisis y acción, el monitoreo de las redes sociales se ocupa principalmente de encontrar y recopilar datos.

## **Newsjacking**

También conocido como *trendjacking*, el “secuestro de noticias” es el acto de hacer referencia a una noticia o tema de tendencia para conectarse con la audiencia que está siguiendo esa historia. Los hashtags son una forma común de adjuntar contenido a las noticias de última hora. El Newsjacking solo funciona si hay una conexión evidente con la historia en cuestión.

## **Nombre de usuario**

Por lo general, se indica como @nombredeusuario. También se puede utilizar en tu URL personalizada para cada red social. Por ejemplo, el nombre de usuario de Hootsuite es @Hootsuite y la URL de Twitter es [twitter.com/hootsuite](https://twitter.com/hootsuite). Es una buena idea utilizar el mismo nombre de usuario en todas las redes sociales para que a los posibles seguidores les resulte más fácil encontrar todas tus cuentas.

## **Notificación**

Una notificación es un mensaje o alerta que indica una nueva actividad en tus redes sociales. Por ejemplo, si a alguien le gusta una de tus fotos de Instagram, puedes recibir una notificación en tu teléfono que te avise.



## **Objetivos**

Los objetivos son las metas de una campaña publicitaria en redes sociales. Cada red social tiene su propio grupo de objetivos que los anuncios abordan. Por ejemplo, los objetivos publicitarios de Facebook están divididos en tres amplias categorías de percepción, consideración y conversiones. El objetivo que selecciones determina qué formatos de anuncios y estructuras de pago están disponibles para tu campaña.

## **Optimización de motores de búsqueda (SEO)**

La optimización de motores de búsqueda, mejor conocida en inglés como *search engine optimization* (SEO), es la práctica de aumentar la visibilidad orgánica de una página web en los resultados de búsqueda. Aunque las empresas pueden pagar por anunciarse en la página de resultados, el SEO se refiere a las tácticas "gratuitas" que mejoran el ranking de búsqueda de una página.

## **Pago por clic (PPC)**

El pago por clic es un tipo de publicidad en donde una organización paga cada vez que un usuario hace clic en un anuncio. Los costos efectuados durante una campaña PPC varían de acuerdo a la competitividad de la palabra clave objetivo. La cantidad que tu pagas por cada clic en una campaña de este tipo es tu costo por clic (CPC).

## **Panel de control**

Un panel de control de redes sociales es una herramienta que le permite a los mercadólogos y a los administradores de redes sociales gestionar todas sus plataformas sociales desde una sola pantalla. Un panel le permite a sus usuarios programar, publicar, visualizar y responder tanto a las publicaciones orgánicas como de paga, además de crear informes de analítica. También, un panel de control es una herramienta importante para la escucha social.

## **Percepción de marca**

La percepción de marca es una métrica de las redes sociales que registra que tan probable es que las personas conozcan tu marca. Puedes medir la percepción de marca durante un período determinado a través del seguimiento de la cantidad de atención que recibe tu marca en línea en forma de menciones e interacciones. Entre más gente hable de ti en el mundo digital, mayor será tu percepción de marca .

## **Plataforma**

Una plataforma es una red social o un componente de una red social. Twitter, Facebook e Instagram son plataformas sociales.

Sin embargo, algunos mercadólogos pueden considerar a la sección de noticias de Facebook y las Historias de Facebook como plataformas distintas, ya que pueden tener audiencias diferentes y utilizar diversas estrategias de marketing.

Una plataforma también puede referirse a una herramienta de gestión de relaciones en redes sociales. En este caso, se denomina plataforma de gestión de redes sociales.

## **Plataforma de gestión de redes sociales**

Una plataforma de gestión de redes sociales es una herramienta segura y con espacio para crecer que le permite a las empresas administrar múltiples cuentas de redes sociales entre departamentos y dispositivos. Las plataformas de relaciones sociales se utilizan para monitorear, publicar y realizar un seguimiento de las redes. De igual manera, ayudan a gestionar todo; desde el servicio al cliente, hasta la generación de clientes potenciales.

## **Promocionar**

Promocionar es un término utilizado en diferentes contextos por distintas redes sociales, pero siempre indica alguna forma de pago para ganar acceso a una audiencia más amplia que la que podría lograrse a través de un contenido orgánico.

Facebook usa el término "boost o "promocionar publicación" para impulsar una publicación específica, pero "promocionar página" para describir la promoción de una página.

Twitter ofrece cuentas y tendencias promocionadas. También existe el "Modo Promote", un programa automatizado de anuncios en Twitter.

## **Prueba A/B**

Una prueba A / B es un método para comparar dos variantes de un anuncio, contenido u otro material para que puedas ver qué versión funciona mejor. También conocidas como pruebas divididas, las pruebas A / B implican cambiar un elemento pequeño a la vez (como un título o un gráfico) para refinar los resultados. Durante las pruebas A / B, solo una parte de tu audiencia ve cada prueba. Esto te permite crear el contenido más efectivo antes de publicarlo para todos tus seguidores

## **Programación**

La programación implica planificar las actualizaciones y el contenido de tus redes sociales con anticipación utilizando una plataforma de gestión u otra herramienta de publicación. La programación te ahorra tiempo al permitir a los usuarios redactar diversos mensajes a la vez, a menudo utilizada como parte de un proceso de aprobación de una publicación o de una campaña de marketing más grande. También permite programar publicaciones para audiencias en distintas zonas horarias.

## **Publicación**

Una publicación se refiere a cualquier actualización de estado, foto o video en redes sociales o a un elemento compartido en algún blog o foro.

## **Publicación fija**

Una publicación fija es una publicación en redes sociales que se guarda en la parte superior de tu página o en tu perfil de Facebook o Twitter. Pinar una publicación es una gran manera de mostrar un anuncio importante o resaltar algunos de tus mejores contenidos.

## **Publicación promocionada**

Una publicación promocionada (*boosted post* en inglés) es una forma de publicidad en las redes sociales en la que una marca paga para mostrar una publicación social a las personas que aún no siguen las cuentas sociales de la marca.

## **Publicaciones patrocinadas**

Las publicaciones patrocinadas en redes sociales son aquellas en las que un influencer o celebridad destaca una marca o producto que se les ha pagado para promover. Estas publicaciones deben identificarse como anuncios al utilizar un hashtag específico como #anuncio o #patrocinado.

## **Reacción**

Las reacciones se utilizan como una manera de interactuar en Facebook. Además de los Me gusta, las reacciones incluyen Amor, Jaja, Guau, Triste, Enojado y cada una está representada por un emoji. Los usuarios de Facebook pueden acceder a la opción de reacción colocando el cursor sobre la publicación o manteniendo presionado el botón de Me gusta.

## **Realidad aumentada (RA)**

La realidad aumentada (RA) utiliza efectos generados por computadora para aumentar la realidad que percibimos con nuestros propios ojos y oídos. Los filtros faciales en apps sociales como Snapchat y las Historias de Instagram son los ejemplos más comunes. Tu rostro real es aumentado con gráficos (y a veces sonidos) creados por la plataforma social.

Cuando se usa de manera creativa, la realidad aumentada brinda nuevas formas para que los clientes potenciales interactúen con tu marca, como ver cómo se verían tus productos en su hogar o qué lentes les quedan mejor.

## **Realidad virtual (RV)**

La realidad virtual sumerge al usuario en una experiencia para que lo que está haciendo parezca o se sienta real. Los cascos de RV son una manera común de interactuar con la realidad virtual.

## **Recomendación**

Una recomendación es un testimonio ofrecido en LinkedIn. Puedes darle recomendaciones a tus contactos o pedirles que te brinden una. Las recomendaciones aparecen en tu perfil público.

## **Regramear**

Regramear, o *regram* en inglés, es volver a publicar la imagen o video de otro usuario de Instagram. Asegurarte de tener el permiso de la otra persona para hacerlo, ya sea a través de un hashtag específico o preguntándole directamente al usuario.

## **Repostear**

Repostear es compartir el contenido de otro usuario en redes sociales. Esto puede incluir regramear, repinear o retuitear. Esto también incluye compartir la publicación de Instagram de otro usuario en tus Historias de Instagram.

## **Responder**

Responder es una función en redes sociales que te permite contestar públicamente al comentario de otro usuario, creando un hilo. En Twitter, respondes haciendo clic en el icono de comentario debajo de un tuit en particular. En otras redes sociales, encontrarás un botón o enlace marcado como Responder.

## **Retargeting (volver a segmentar)**

El retargeting, o volver a segmentar, es una estrategia de publicidad en línea que tiene como objetivo atraer nuevamente a los visitantes del sitio web que lo abandonaron sin realizar una conversión. El retargeting comienza con una pequeña etiqueta de seguimiento incrustada en el código de tu sitio web. Después, puedes dirigirte a estos clientes potenciales en otros sitios web, incluyendo otras redes sociales.

## **Retorno de la inversión en redes sociales**

El retorno de la inversión en redes sociales es una medida de qué tanto obtienes del tiempo, dinero y esfuerzo que inviertes en tu estrategia de redes sociales. Es una forma de evaluar qué estrategias proporcionan el mayor valor y qué áreas podrían no estar generando suficiente retorno.

## **Retuitear**

Retuitear es compartir el tuit de otro usuario con tus seguidores. Cuando haces clic en el botón de retuitear en el sitio web o en la aplicación de Twitter, puedes elegir volver a publicar el tuit tal y como está o agregar un comentario para explicar por qué lo estás compartiendo.

## **Sección de noticias**

La sección de noticias es el término que Facebook usa para describir la pantalla que muestra todas las actualizaciones más recientes publicadas por las personas que el usuario sigue. En otras redes sociales, esta sección es simplemente conocida como **feed**.

## **Segmentación**

La segmentación es la práctica de seleccionar una audiencia específica para los anuncios en redes sociales y así maximizar las conversiones. Las redes sociales ofrecen muchas opciones de segmentación basadas en factores como la demografía, la ubicación y los intereses.

## **Seguidores**

Los seguidores son las personas que le han dado Me gusta (o que han “seguido”) tus cuentas en redes sociales.

## **Sentimiento**

El sentimiento es una forma de describir cómo se sienten las personas con relación a tu marca en redes sociales. En lugar de simplemente medir la cantidad de publicaciones o los niveles de interacción relacionados con tu marca, el sentimiento captura las emociones y la actitud que contienen esas publicaciones.

## **Selfie**

Una selfie es una fotografía de autorretrato que generalmente se toma con la cámara frontal de un teléfono inteligente y se comparte en sitios de redes sociales.

## **Silenciar**

Silenciar algo en redes sociales es una función que te permite “eliminar” usuarios de tu sección de noticias sin dejar de seguirlos o dejar de ser amigos. Ellos todavía pueden ver cada vez que te conectas y aún puedes interactuar con ellos, pero no ves nada de su actividad en tu línea de tiempo.

## **Social Selling**

El social selling (también podrás encontrarlo como "venta social" en algunos sitios) es la práctica de utilizar herramientas como las redes sociales para encontrar clientes potenciales y fomentar las relaciones comerciales.

## **Spam**

El spam es el contenido innecesario, no deseado o repetitivo que obstruye las bandejas de entrada y desordena los feeds en las redes sociales. El término "spam" se ha utilizado para referirse a los mensajes "basura" desde los inicios de Internet.

## **Sticker**

Los stickers son una característica de los formatos de historias como Snapchat y las Historias de Instagram. Permiten a los usuarios agregar información adicional a una publicación, como un hashtag o una ubicación. Algunos stickers ofrecen funciones interactivas como preguntas y encuestas.

## **Tasa de clics (CTR)**

Tasa de clics, también conocida como CTR por sus siglas en inglés, es una medida que indica cuantas personas que vieron una publicación, un anuncio, o cualquier otro tipo de contenido en redes hacen clic en el enlace para leer más. Es una métrica muy útil ya que mide qué tan efectivo es tu contenido para dirigir a las personas a tus propiedades dentro de la web. La fórmula para calcular el CTR es el número de clics dividido por el total de impresiones. El CTR generalmente se expresa como un porcentaje.

## **Tasa de conversión**

La tasa de conversión es el número de conversiones dividido entre el número de visitantes. Es una métrica de redes sociales que te permite medir qué tan bien están funcionando tus esfuerzos en las redes sociales para lograr objetivos comerciales específicos.

## **Tasa de interacción**

La tasa de interacción es una medida de cuántas personas interactúan con tu contenido en redes sociales. Hay varias formas para calcular la tasa de interacción, pero todas se enfocan en calcular qué porcentaje de personas que estuvieron expuestas a una publicación eligieron interactuar con ella de alguna manera.

## **Tendencia (en tendencia)**

Un tema o hashtag en tendencia es uno que es popular en las redes sociales en un momento determinado. Las tendencias son destacadas por redes sociales como Twitter y Facebook para fomentar la discusión y la interacción entre sus usuarios. El concepto de "tendencia" fue popularizado por primera vez en Twitter, y desde entonces ha sido adoptado por otras redes. Las tendencias que ves en Twitter y Facebook se basan en tu ubicación, a quién sigues y el contenido que te gusta.

## **Transmisión en vivo**

Una transmisión en vivo o live stream es un video en tiempo real compartido a través del Internet. La mayoría de las redes sociales ahora ofrecen opciones de transmisión en vivo que incluyen la posibilidad de interactuar con los espectadores, quienes pueden enviar comentarios y preguntas durante la transmisión.

## **Trol**

Un trol es un usuario de las redes sociales que realiza publicaciones deliberadamente ofensivas o molestas con el único objetivo de provocar a otros usuarios.

## **Tuit**

Un tuit es una publicación de Twitter. Los tuits están limitados a 280 caracteres, pueden incluir fotos, videos, enlaces y son públicos por defecto.

## URL

Una URL es la abreviación de *Uniform Resource Locator* (localizador de recursos uniforme en español) lo cual se refiere a la dirección de una página web u otro recurso en Internet. Las URL pueden contener códigos denominados UTM que ayudan con el seguimiento y el análisis.

## **Validaciones**

Una validación es una forma de recomendación en LinkedIn. Un usuario de LinkedIn puede validar tus aptitudes con tan solo hacer clic en un botón.. Estas validaciones después aparecen en tu perfil y te ayudan a demostrar credibilidad en tus áreas de experiencia.

## **Verificado**

Obtener una verificación en redes sociales significa que has demostrado tu identidad al proveedor de la plataforma y a cambio has obtenido una etiqueta de verificación, generalmente un pequeño sello azul en forma de palomita. Esto habitualmente está reservado para marcas, periodistas y otras figuras públicas como una forma de prevenir el fraude y proteger la integridad de la persona u organización detrás de la cuenta.

## **Viral**

Volverse viral en las redes sociales es hacer que una publicación en particular genere una cantidad inusualmente grande de interacciones. Un número excepcional de acciones es la señal más clara de que algo se está volviendo viral, ya que tu publicación se está propagando por Internet "como un virus".

## **Vlogging**

Vlogging es la combinación de los términos en inglés "video" y "blogging". Significa crear y publicar contenido de video en redes (videos que documentan la vida de una persona). A alguien que hace vlogs se le conoce como vlogger.

## **Webinar (Seminario web)**

Un seminario web es la transmisión digital de una presentación destinada a educar o informar.

Los seminarios web permiten a los usuarios ver una presentación desde su computadora u otro dispositivo y a menudo interactúan directamente con el presentador o con otros asistentes a través de chat o video.