



Glosario de **Términos**

AOV - Average Order Value - Valor Promedio de Pedido	Valor promedio de cada pedido realizado por los clientes.
Campañas	Conjunto de estrategias de comunicación que se ejecutan en un período determinado para dar a conocer cualquier producto o servicio y así potenciar las ventas en el mercado.
Clicks necesarios	Cantidad de veces que los usuarios deben hacer clic en un anuncio o enlace antes de realizar una acción deseada, como una compra.
Compras	Las transacciones en las que los clientes adquieren productos o servicios de una empresa.
CPA - Coste por adquisición	Métrica que indica el costo promedio de adquirir un nuevo cliente o lead a través de una estrategia de marketing.
CPC - Coste por clic	Métrica que indica el costo que se paga por cada clic generado en una campaña publicitaria.
CPL - Coste por lead	Costo que se paga por cada lead o prospecto adquirido a través de una campaña de marketing.
CTR - Tasa de clics	Indicador utilizado para medir la eficacia de tu acción online (campaña de email, banner, anuncio, etc.) en función de los clics que recibes. Por ejemplo, un banner se muestra 1000 veces pero solo consigue 100 clics, el CTR es de un 10%.

CVR - Ratio de conversión	Métrica que muestra el porcentaje de visitantes o prospectos que se convierten en clientes o realizan una acción deseada, como una compra.
EPL - Valor del Lead	Valor atribuido a cada lead o prospecto, calculado en función de su potencial de conversión y el valor que pueden generar a largo plazo para la empresa.
Facturación	Total de ingresos generados por la venta de productos o servicios durante un período específico.
Impresiones	Son las veces que una publicación, enlace, texto, imagen, vídeo o anuncio se muestra a un usuario.
Inversión en captación	Cantidad de dinero destinada a estrategias y actividades para atraer y captar nuevos clientes o prospectos.
Inversión en retargeting	Capital o cantidad de dinero que busca impactar a los usuarios que previamente han interactuado con una marca.
Leads - Prospectos	Personas interesadas que han proporcionado sus datos de contacto y muestran interés en los productos o servicios de una empresa.
Moneda	Medio de intercambio utilizado para ejecutar transacciones comerciales.

<p>Página de captación - Conversión del Squeeze</p>	<p>Página de aterrizaje diseñada para recopilar los datos personales de los visitantes, como su correo electrónico y nombre, con el fin de convertirlos en prospectos o clientes potenciales.</p>
<p>Retargeting</p>	<p>Es una técnica del marketing en la que se busca impactar a los usuarios que anteriormente interactuaron con tu marca. Su idea es recuperar a los que se van con las manos vacías y convertirlos luego en compradores y clientes fieles de tus productos o servicios.</p>
<p>ROAS - Retorno de la inversión publicitaria</p>	<p>Métrica que indica la rentabilidad de una campaña publicitaria al comparar los ingresos generados con el costo de la inversión publicitaria.</p>
<p>ROI</p>	<p>Es el retorno de la inversión. Se utiliza una fórmula sencilla para determinar las ganancias que has tenido.</p>