

Podręczny  
**SŁOWNIK**  
Digital Marketera

**90**

najczęściej używanych  
hasel z dziedziny  
marketingu cyfrowego

**Uwaga!** Słownik zawiera również **BUZZWORDY!**

ABC



**SALES** MANAGO  
marketing automation

**benhauer**  
marketing automation consulting



# Wstęp:

**Nowomowa** marketingowa przypomina slang korporacyjny gdzie **dedlajny** i **asapy** gonią **kejpiaje** i nie dają spokoju **wszamać lanczu**, bo **fakap**.

Marketerzy, a właściwie **grouthakerzy** idą w grinketing i adżajl, żeby **zbustować** ilość lidów i lajków. Stykając się na co dzień z żargonem marketingowym nie zastanawiamy się dłużej nad sensownością zdania typu:

*“Użyjmy beaconów, do kampanii push, to może nam skoczy ARPU”.*

Przychodzi jednak taki moment, że musimy zatrzymać się i przeanalizować to, co przed chwilą usłyszeliśmy.

Na takie okazje **polecamy nasz podręczny zbiór** najpopularniejszych haseł, określeń i skrótów marketingowych.



## LEGENDA:

	<b>M</b> obile	
	<b>F</b> inanse	
	<b>D</b> igital marketing	
	<b>E</b> mail marketing	
	<b>C</b> ontent	
	<b>B</b> uzzword	
	<b>W</b> ebsite	
	<b>S</b> ocial media	
	<b>M</b> arketing	
	<b>S</b> oftware	
	<b>A</b> nalityka	

# Aa

## Actionable Analytics



Bardzo ładnie wyglądająca aliteracja. Oznacza ni mniej, ni więcej tylko analizę danych połączoną z symulacją wpływu podjętych działań na przyszłe wyniki.

## Ad Networks



Pod pojęciem sieci reklamowe, kryje się mechanizm łączący reklamodawców z bazą witryn, filmów, aplikacji i innych formatów reklam online, pozwalających angażować potencjalnych klientów.

## Age of Customer



Koncepcja zakładająca, że ton w marketingu nadaje konsument, ponieważ ma większy i łatwiejszy dostęp do informacji o produkcie niż kiedyś i przez to robi się bardziej wymagający. Czy tego chcemy, czy nie, klient od zawsze dyktował warunki. Nasze babcie bez pomocy internetu doskonale wiedziały kto ma lepsze jajka na targu i w którym sklepie jest tańsze masło.

## Agile



Filozofia marketingowa zakładająca elastyczne reagowanie na zmieniające się warunki, bez uporczywego trwania przy założonym planie działań. Agile marketing wymaga sporej dozy nadzoru. Nie ma nic złego w szybkim działaniu, ale nie kosztem właściwego zarządzania projektem. Dużo lepszym rozwiązaniem jest zaplanowanie działań, które uwzględnią pewien margines elastyczności.



## API



(Application Programming Interface) Definiowany na poziomie kodu źródłowego zestaw reguł porządkujących i opisujących komunikację pomiędzy programami komputerowymi.

## Aplikacja Mobilna



(aplikacja, m-aplikacja, m-app) Oprogramowanie przygotowane specjalnie na urządzenia mobilne (smartfony, tablety). Z punktu widzenia marketera istotne jest, że aplikacja mobilna służy do wykonywania jakiegoś konkretnego zadania (w przeciwieństwie do np. statycznej strony internetowej, która komunikuje treść).

## App Store



Wirtualny sklep z aplikacjami, jak Google Play dla Androida, iTunes dla Apple, BlackBerryWorld dla BlackBerry czy Windows Store dla Windows Phone. Za pośrednictwem app store'a użytkownik wyszukuje i kupuje bądź pobiera nowe aplikacje na swoje urządzenie.

## ARPU

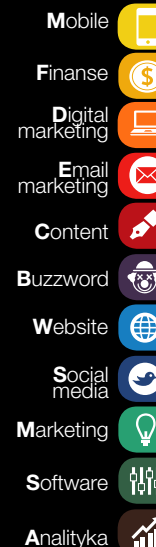


(Average Revenue Per User) Czyli dochód per użytkownik. Pozwala nam obliczyć, ile zyskujemy statystycznie na jednym użytkowniku naszej aplikacji mobilnej, co stanowi jeden z elementów składowych szacowania skuteczności aplikacji.

## ASO



(App Store Optimization) Oznacza praktyki służące podniesieniu widoczności aplikacji w app store'ach oraz ułatwieniu użytkownikom wyszukanie jej. ASO przypomina działania SEO, jest jednak na chwilę obecną mniej złożone – jego podstawowymi parametrami są tytuł i opis aplikacji oraz ilość pobrań i recenzje.



# B|o

## B2B



(Business-to-Business) Proces transakcyjny pomiędzy dwoma podmiotami gospodarczymi obejmujący przygotowanie i przesłanie ofert, realizację transakcji, przygotowanie i wysyłkę zamówień, oraz marketing.

## B2C



(Business-to-Consumer) Opisuje relację pomiędzy producentem a klientem końcowym. Zakres zadań jest podobny jak w przypadku B2B.

## Banner



Graficzna forma przekazania treści informacyjnych bądź reklamowych, będąca odnośnikiem do strony promowanego produktu. Zazwyczaj ma kształt prostokąta.

## Big Data



Termin odnoszący się do ogromnych zbiorów danych, podlegających złożonej analizie. Proces analityczny polega na gromadzeniu i przetwarzaniu różnorodnych informacji o klientach i użytkownikach aplikacji. Analiza ta jest skomplikowana ale bardzo wartościowa i może prowadzić do zdobycia nowych informacji o grupach docelowych.

Aby jak najlepiej wykorzystać dane zbierane ze źródeł online i offline rozważ wdrożenie systemu CRM.

## Bluetooth



Technologia bezprzewodowej komunikacji krótkiego zasięgu pomiędzy różnymi urządzeniami elektronicznymi, wykorzystywana m.in. przez Beacons.

# Cc

## Clickbait /Clickability



Sformułowanie oznaczające takie ułożenie nagłówka lub CTA na przycisku lub w tekście, że nie sposób mu się oprzeć.

## CLV



(Customer Lifetime Value) Ocena wartości klienta w czasie.

## CMS



(Content Management System) Software umożliwiający tworzenie łatwych w obsłudze stron do publikowania treści.

## Content is the King



Funkcjonujące od jakiegoś czasu założenie, sprowadzające wszystko do marketingu treści. Skupia się głównie na tworzeniu treści marketingowych, co tłumaczone jest zmianą przyzwyczajeń odbiorców – coraz częściej blokują oni reklamy w przeglądarkach (także tych na telefonach), a chętniej akceptują treści reklamowe, które niosą ze sobą konkretną wartość. Niestety jest to odwracanie kota ogonem: wbrew pozorom świetne treści nie zawsze obronią się same i niekoniecznie przyciągną klientów. Content marketing nie powinien być strategią samą w sobie, ale częścią ogólnego planu marketingowego.

## CPC



(Cost Per Click) Jeden z mierników skuteczności kampanii: stosunek kwoty wydanej na emisję danej reklamy do ilości kliknięć w nią.

## CPI



(Cost Per Install) Koszt pojedynczej instalacji naszej aplikacji. Obliczamy go, dzieląc koszty wyprodukowania i promocji apki przez ilość pobrań. Jako wskaźnik efektywności działań marketingowych zajmuje miejsce LTV (Life Time Value), jak pisze Venture Beat. Stanowi również model rozliczania się między twórcą aplikacji a reklamodawcą, w którym ten drugi płaci za każde zainstalowanie aplikacji (alternatywnie, reklamodawca płaci za interakcje z odbiorcą lub wyświetlenie reklamy).

## CPL



(Cost Per Lead) Wyznacznik skuteczności kampanii marketingowych - koszt pozyskania jednego leada.

## CRM



(Customer Relationship Management) System do zarządzania kontaktami dostępny między innymi na platformach do automatyzacji marketingu. Pozwala sprawdzać i modyfikować dane kontaktowe, historię aktywności, tagi, notatki i przypisywać zadania do konkretnego leada.

## CRM dla Aplikacji Mobilnych



Zestaw narzędzi i procedur używanych do zarządzania relacjami z klientami oraz do przechowywania informacji na ich temat. CRM dla kanału mobile dedykowany jest zarządzaniu relacjami z użytkownikami aplikacji mobilnych.



## Cross-Selling



Technika sprzedażowa polegająca na oferowaniu klientom produktów komplementarnych do nabywanego artykułu lub usługi (np. rękawiczki i szalik do zakupionego płaszcza).

## CTR



(Click Through Rate) Jeden z ważniejszych wskaźników skuteczności mailingu i miara sukcesu kampanii on-line i mobilnych. Wyraża się w procentowym stosunku ilości kliknięć w obrębie danego emaila do całkowitej liczby wysłanych wiadomości.

## Cykle HADI



Są prostą, naukową metodą polegającą na stawianiu i testowaniu hipotez, oraz wyciąganiu z nich wniosków i wprowadzaniu ulepszeń, które dały najlepszy rezultat. Nazwa to pierwsze litery czterech podstawowych kroków programu – Hypothesis – Action – Data – Insight.

# Dd

## Digital Body Language



Ogół zachowań online.

## Drip Marketing



Jeden z rodzajów kampanii email marketingu. Jest to cykl wcześniej przygotowanych wiadomości wysyłanych automatycznie, w odpowiedzi na konkretne zachowanie lub zaplanowanych jako cykliczna wysyłka.

# Ee

## Engagement Marketing



Jedna z wielu odmian marketingu. W tym przypadku zakłada się angażowanie odbiorców w życie marki, treści, budowanie świadomości marki (croudsourcing), etc. Po dokładniejszej analizie okazuje się, że engage marketing jest po prostu marketingiem mix w przebraniu. Toż to przecież 4P... no dobra: 7P.

## ERP



(Enterprise Resource Planning) 1. Technika planowania zarządzania zasobami przedsiębiorstwa.  
2. Software optymalizujący zarządzanie kilkoma działami, filiami, lub powiązanych ze sobą przedsiębiorstwami.

# Ff

## Facebook Custom Audience



Grupa odbiorców na Facebooku stworzona na podstawie listy obecnych klientów.

## Facebook Lead Ads



Reklamy ułatwiające pozyskiwanie kontaktów na Facebooku. Po kliknięciu w przycisk z CtA platforma automatycznie wypełnia załączony formularz danymi używanymi przez konkretną osobę w serwisie.



## FOLO



(Fear Of Living Offline) Pojęcie określające opór przed pokazaniem swojej prawdziwej i niewyedytowanej wersji życia. Pics, or it didn't happened!

## Frictionless Design



Zamysł wizualny uwzględniający środowisko wirtualne, fizyczne i elektroniczne.

# Gg

## Gated Content



Treści na stronie, do których dostęp jest możliwy w zamian za dane kontaktowe, na przykład adres email.

## Geolokalizacja



Polega na wykorzystaniu GPS w urządzeniu mobilnym do identyfikacji położenia użytkownika. W marketingu możesz ją wykorzystać do precyzyjnego adresowania ofert i dopasowywania ich precyzyjnie do potrzeb użytkownika w danym momencie. Dzięki temu jesteś w stanie wysłać zniżkę użytkownikowi Twojej aplikacji dokładnie w momencie, kiedy zbliża się do Twojego sklepu czy salonu. Kiedy oferujesz zniżkę niejako na miejscu, gdy użytkownik się zbliża do Ciebie, oferta staje się bardziej istotna, ergo – są większe szanse na to, że z niej skorzysta.

## Greenketing



Marketing ekologiczny, zielony. W założeniu adresowany do firm i osób, którym leży na sumieniu dobro planety. Niestety, Greenketing nie do końca działa. Podejście ekologiczne jest tylko jednym z czynników motywujących odbiorców do podjęcia działań. Bez pełnego profilowania klienta ciężko zdefiniować co będzie go napędzało do zakupu i sięgnięcia głębiej do portfela.

## Growth Hacking



Działania wielce utalentowanych marketerów skierowane na rozwój startupów i małych biznesów. Growth Hacker stało się sloganem odmiennianym przez wszystkie możliwe przypadki i dzięki temu straciło swoje znaczenie. Dziś Growth Hackerem może ogłosić się każdy, kto ma dostęp do Twittera.

## Grywalizacja



Użycie rozwiązań charakterystycznych dla gier, by zwiększyć zaangażowanie w aplikację. Zaliczają się do nich:

- kolekcjonowanie,
- śledzenie postępu,
- rankingi,
- rywalizacja.

# Hh

## H2H



(Human-To-Human) Określenie to w założeniu ma zastąpić dotychczasowe B2B i B2C i zmienić podejście marketerów: z mechanicznego powielania schematów na bardziej spersonalizowane i emocjonalne. W efekcie wprowadza tylko dodatkowe zamieszanie. Podział na B2B i B2C określa zestaw technik i narzędzi używanych w przypadku poszczególnych kategorii biznesowych. Komunikacja H2H oparta na zasadzie 1-do-1 powinna być prowadzona z zachowaniem tonu właściwego dla każdej z kategorii. Jest ona możliwa do osiągnięcia dzięki poznaniu potrzeb klientów ale też dzięki personalizowaniu i targetowaniu przekazu, między innymi za pomocą platform do automatyzacji marketingu.

## Holistic



Samo w sobie słowo holistyczny oznacza całościowe podejście do tematu. W ujęciu marketingowym odnosi się do tworzenia treści, które oprócz uwzględnienia słów i fraz kluczowych traktują temat w szerokiej perspektywie, aby dostarczać jak najwięcej przydatnych treści odbiorcom. Rzeczywistość sama lubi weryfikować tego typu zabiegi. Sposób pisania i podejście do badań nad tematem odróżniają dobrych autorów od kiepskich i słabych, a decyzja o zawężeniu bądź rozszerzeniu perspektywy przedstawienia tematu często wynika z samej jego specyfiki.



## iBeacon



To niewielkich rozmiarów urządzenie, korzystające z Bluetooth nieskiej energii (Bluetooth Low Energy, BLE), które komunikuje się z innymi beaconami lub z aplikacją mobilną. W praktyce marketerzy wykorzystują to narzędzie do wysyłania klientom punktowych powiadomień w salonach i sklepach fizycznych oraz zaawansowanej analityki ich zachowań w tej przestrzeni. Dzięki temu możemy zobaczyć, w jakich rejonach naszego sklepu klient spędził najwięcej czasu i porównać to z listą jego zakupów. Jeśli np. wiele czasu spędził przy półce z mydłami, ale żadnego nie kupił, to może należałoby mu wysłać na maila ofertę mydeł właśnie?



## Ideation



Sformułowanie, które można by przełożyć jako “ideacja”. Oznacza ni mniej, ni więcej proces kreowania, rozwijania i promowania nowych pomysłów. Stety, niestety, proces ten już dawno został nazwany: burza mózgów -> dyskusja -> kreowanie trendu. Jeżeli brakuje wam czasu na używanie aż 3 wyrażen, polecamy platformę do automatyzacji marketingu mobilnego, która bez zbędnych dyskusji przejmie część waszych obowiązków.

## In-App Messages



To wiadomości komunikowane wewnątrz aplikacji, nie przez SMS czy powiadomienie push. Oznacza to, iż aby je odczytać, użytkownik musi z aplikacji korzystać.

## Inbound



Teoria zakładająca, że to konsumenci przejmują stery w trakcie podróży zakupowej: sami robią research, doksztalając się na temat produktów i marek, znajdują najkorzystniejsze oferty i nie chcą, żeby im w tym przeszkadzać. Zakłada stosowanie logiki pull, czyli tworzenie dobrych jakościowo treści i oczekiwanie, że klient się na nie natknie i że będzie to impuls do zakupu. Tworzenie świetnych treści marketingowych jest dobrą praktyką, podobnie jak pozwolenie klientowi na samodzielne przeszukiwanie sieci. Jednakże wiara w to, że to wystarczy, zamknęła już wiele biznesów. Niezależnie od stosowania logiki pull, potrzebne są również działania mające na celu wypromowanie treści i produktów. Nie należy ich absolutnie mylić ze spamowaniem masowymi reklamami. Równie dobrze sprawdzają się subtelniejsze metody, takie jak spersonalizowana komunikacja, czy odpowiedni dobór treści dynamicznych. Platforma do automatyzacji marketingu mobilnego zintegrowana z tradycyjnym softem do marketing automation znacznie upraszcza wdrożenie takich praktyk. Dzięki temu połączeniu dysponujesz pełnymi profilami behawioralnymi użytkowników i klientów.

## Influencer Marketing



Działania marketingowe skierowane do influencerów, czyli osób mających szczególny wpływ na grupę docelową. Jest to mniej więcej to samo, co marketing szeptany, jeśli szepniemy coś właściwej osobie.

## IoT



(Internet of Things, internet rzeczy) To trend określający zwiększającą się ilość sprytnych, podłączonych do Internetu przedmiotów, od prześcieradeł mierzących jakość snu po samochody, które same prowadzą, czy inteligentne domy, które możesz kontrolować za pomocą aplikacji z najdalszej odległości za sprawą czujników i kamer. To również wearables. Dla marketerów oznacza to wzrost znaczenia aplikacji mobilnych, możliwość zbierania większej ilości danych o użytkownikach oraz możliwość wysyłania wiadomości jeszcze lepiej dopasowanych do zainteresowań i kontekstu.

# Kk

## Kampania Masowa (Bulk)



Najczęściej odnosi się do masowej wysyłki emaili, na przykład do całej bazy klientów.

# L

## Landing Page



Strona docelowa, czyli pierwsza strona, na którą trafia odwiedzający po kliknięciu w odpowiedni link. Najczęściej użytkownicy trafiają na nią po kliknięciu w banner, mailing, link sponsorowany lub inny link reklamowy. Landing page powinna być logicznym rozszerzeniem treści znajdującej się w reklamie. Głównym jej celem jest konwersja.

## Lead



Termin zaczerpnięty z marketingu B2B, oznaczający potencjalnego klienta - osobę, która zostawiła dane na stronie.

## Lead Generation



Zestaw działań prowadzących do zainteresowania potencjalnych nabywców danym produktem, stroną, usługą i skłonienie ich do pozostawienia danych kontaktowych, na przykład przez formularz kontaktowy, lub pop-up.

## Lead Management



Pojęcie wywodzące się z B2B. Oznacza ono system zarządzania kontaktami, czyli zestaw technik służących do zmiany tzw. “zimnych leadów” w klientów. Struktura ta z reguły opiera się na budowie lejka - od góry wpada do niego duża ilość osób, które jakoś natknęły się na przekaz danej firmy. Następnie przechodzą one proces edukacji tak by w rezultacie część z nich opuściła lejek jako osoby, które dokonały zakupu.

## Lead Nurturing



Cykl wiadomości edukacyjnych dopasowany do poziomu wiedzy odbiorcy. Cykl powinien być uruchamiany w odpowiedzi na konkretne działania danej osoby - pojawienie się na stronie, obejrzenie cennika, wypróbowanie wersji demo, zamówienie kompletu próbek, etc.

## Low Hanging Fruit



Dosłownie “nisko wiszący owoc”. Metafora celu łatwego do osiągnięcia. To jedno z tych wyrażień, które sprawia, że szef posądza nas o bumelanctwo i wymyślanie nowych określeń zamiast wykonywania obowiązków.

# Mm

## M-commerce



Dział e-commerce, obejmujący sprzedaż za pośrednictwem urządzeń mobilnych, gdzie procedura zakupu jest projektowana z myślą o użytkownikach mobilnych i specyfice ich doświadczenia. M-commerce rozwija się z oszałamiającą prędkością. Przewiduje się, że w USA wzrośnie z 54,6 milionów dolarów w 2014 do 96,3 milionów dolarów w 2016. E-commerce w prognozach wykazuje wzrost rzędu 9-11% rocznie, gdy m-commerce ma wzrastać w tempie 26-32% w skali roku. Globalnie ocenia się, że wartość 22 rynków m-commerce wzrośnie z 102 miliardów dolarów do 291 miliardów w 2016. Ten wzrost jest generowany głównie przez konsumentów w grupie wiekowej 18-34 (59% kupujących mobilnie).

## Marketing Mobilny



Ogół działań marketingowych prowadzonych w i za pomocą kanału mobilnego. Obejmuje on zarówno komunikację z użytkownikami smartfonów, jak i monitorowanie zachowań użytkowników aplikacji, i kierowanie do nich przekazu marketingowego.

## Mikro-Treści



Era mobile nie detronizuje marketingu treści, ale stanowi jeden z czynników, które go zmieniają i przesuwiają akcent na tworzenie mikro-treści: contentu o mniejszej objętości, łatwego w konsumpcji oraz dobrze wyświetlającego się na urządzeniach mobilnych. Oznacza to, że piszemy zwięźle i dbamy o czytelną graficzną prezentację wiadomości.

## Mobile Optimized



Optymalizacja pod kątem urządzeń mobilnych. Zoptymalizowane mogą być głównie strony WWW, ale też szablony, bannery czy formularze. Mają one uwzględniać rozmiar ekranu, na którym są wyświetlane oraz specyfikę urządzeń mobilnych i sposób korzystania z nich. W czasach, gdy większość zapytań do wyszukiwarki Google pochodzi z urządzeń mobilnych, optymalizacja pod nie nie jest trendem, czy taktyką, ale zwykłą koniecznością.

## MQL



1. MetaQuotes Language - język programowania stworzony przez MetaQuotes, dzięki któremu można tworzyć programy do zawierania transakcji na rynku Forex, a tym samym automatyzować handel.
2. Marketing qualified lead - Potencjalny klient; lead, który w jakiś sposób zostawił swoje dane, ale jeszcze nie został zakwalifikowany jako zainteresowany zakupem.



## MRR



(Monthly Recurring Revenue) Przewidywalny miesięczny przychód. Wartość stosowana w subskrypcyjnym modelu biznesowym, np. SaaS.

## Nn

## Native Advertising



Sposób konstruowania reklam, tak żeby nie wyglądały jak reklamy. Mogą to być sponzorowane artykuły w prasie, w serwisach internetowych czy chociażby product placement. Jest to niepotrzebne wydelikacenie zupełnie poprawnego terminu: artykuł sponsorowany. Ok, termin obejmuje nieco szersze zjawisko, ale nadal – nazywanie tego reklamą natywną jest trochę jak chowanie się za maminą spódnicą i kłamanie na temat tego, co się naprawdę robi.

## Oo

## On-Premise



Oprogramowanie lokalne. Model, w którym Software jest instalowany na serwerach firmy, która nabyła licencję

## OR



(Open Rate) Jeden z wskaźników dotyczących skuteczności email marketingu. Wyraża się w procentowym stosunku ilości wysłanych i otwartych wiadomości. Może odnosić się również do powiadomień push.



# Pp

## Planned Serendipity



Określenie wywodzące się od Scientific Serendipity i oznaczającego odkrycie czegoś przypadkiem, podczas pracy dążącej do zupełnie innego rezultatu. Najlepszym przykładem jest znana wszystkim Viagra, która początkowo miała być lekiem na podwyższone ciśnienie. Planned Serendipity to wdrażanie strategii gwarantującej pojawienie się łutu szczęścia. Niestety, jest obietnicą bez pokrycia i mydleniem oczu. Być może niektórym się uda, ale to raczej copperfieldowska sztuczka. Wiele osób przejedzie się na wierze, że zastosowanie tych technik w zupełności zastąpi strategię, planowanie i analizę.

## Platforma Marketing Automation



Software służący do automatyzowania ogółu działań marketingowych, jak na przykład wysyłka wiadomości, dodawanie kontaktów do lejków sprzedażowych, czy wysyłanie alertów do sprzedawców w odpowiedzi na predefiniowane zdarzenia.

## POS



(Point of Sale) Terminem tym określa się materiały reklamowe wspierające sprzedaż, na przykład: stojaki na ulotki, wobblers (reklama “przyczepiona” do półki na elastycznym, sprężystym pasku), naklejki, wlepki, makiety, standy, infokioski, itp.

## Powiadomienia Push



To powiadomienia, które aplikacja wysyła bezpośrednio na ekran użytkownika danego urządzenia mobilnego. Marketerzy mają do nich stosunek ambiwalentny – z jednej strony uważają je za niezwykle agresywne, z drugiej – doceniają ich ogromną skuteczność. Powiadomienia push mogą być masowe (wysyłane do wszystkich użytkowników albo do jakiegoś segmentu) lub punktowe, typu 1-do-1, gdzie powiadomienie wysyłane jest do konkretnego użytkownika indywidualnie, w reakcji na jakieś jego działanie (bądź jego brak), albo z powodu wydarzeń, np. urodzin. Umiejętnie stosowane mogą zwiększyć zaangażowanie w aplikację nawet o 540%.

## Private Cloud



Rozwiązanie przypominające tradycyjną “chmurę” (firma udostępnia działające oprogramowanie firmom za pośrednictwem sieci, bez konieczności instalowania go na komputerze odbiorcy), jednak w tym przypadku końcowym odbiorcą jest jedna firma.

## Profil Behavioralny



Możesz tworzyć go zarówno w odniesieniu do użytkowników mobilnych jak i tych korzystających z komputerów stacjonarnych. Polega na identyfikacji użytkownika (np. na stronie WWW bądź w aplikacji mobilnej) oraz zbieranie danych na temat jego zachowania, co pozwala zbudować obraz jego zainteresowań oraz potrzeb. Na tej podstawie można następnie wysłać zautomatyzowaną wiadomość, odpowiadającą sytuacji danego konkretnego użytkownika.

# Qq

## QR



Rodzaj statycznych kodów kreskowych pozwalających na zapisanie dużej ilości danych. Kody te mogą przekierowywać użytkownika do dowolnej treści lub w dowolne miejsce w sieci. Daje to szerokie możliwości, jak na przykład pokazanie funkcjonalności produktu, prezentację produktów i usług komplementarnych, czy przekazanie prostego podziękowania za zakup i “wręczenie” drobnego upominku (bonu rabatowego, czy zaproszenia na zamknięte wydarzenie).

# Rr

## Real-Time Marketing



To reagowanie w czasie rzeczywistym na zdarzenia bądź zachowanie użytkownika. Bodźcem kampanii może być np.:

- pojawienie się użytkownika w danym miejscu,
- wyszukiwanie konkretnego produktu czy grupy produktów,
- spędzenie w sklepie stacjonarnym dłuższej ilości czasu przy stoisku z danymi produktami.

Marketer, mając dostęp do zaawansowanej analityki, może w czasie rzeczywistym, na bieżąco odpowiedzieć na potrzeby użytkownika, wysyłając mu zniżkę na zakupy w formie powiadomienia push dokładnie w momencie, kiedy klient przechodzi obok sklepu. Real-Time Marketing to idealne dopasowanie formy, treści i czasu wysyłki do zainteresowań konkretnego użytkownika i sytuacji, w której się znajduje.

## RFM



Moduł analityczny uwzględniający takie zmienne jak czas od ostatniego zakupu, częstotliwość zakupów i wartość zakupu. Dzięki zaawansowanym funkcjom można tworzyć matryce nakładające na siebie wyniki analizy z uwzględnieniem dwóch różnych zmiennych (częstotliwość zakupów i wartość, czas od ostatniego zakupu i częstotliwość, itp.). Zastosowanie tego typu analizy pozwala na dokładną segmentację bazy danych, a co za tym idzie na lepszą personalizację przekazu marketingowego.

## ROI



(Return of Investment) Wskaźnik rentowności służący do mierzenia zwrotu z inwestycji.

## ROR



(Return of Relationship) Coś jak ROI, ale dotyczy ilości energii i środków włożonych w budowanie relacji - kompletnie niemierzalne, górnolotne i niepotrzebne określeniem. Mamy przecież pojęcie CLV.

## RTB



(Real-Time Bidding) Prowadzone w czasie rzeczywistym licytacje cyfrowych powierzchni reklamowych. Ofertowanie jest zautomatyzowane i odbywa się w przeciągu milisekund. Wygrywa ten reklamodawca, który zdecyduje się zapłacić najwięcej.

## RWD



(Responsive Web Design) Praktyka projektowania strony WWW w taki sposób, by jej układ i wygląd automatycznie dostosowywały się do rozmiaru urządzenia, dzięki czemu wyświetla się ona dobrze zarówno na dużych, jak i na małych ekranach.



# Ss

## SaaS



(Software as a Service) Jeden z modeli biznesowych polegający na tym, że dany program lub aplikacja jest przechowywana i zarządzana na serwerach producenta, a klienci korzystają z niej dzięki chmurze.

## Segmentacja Bazy Kontaktów



Podział wszystkich kontaktów z uwzględnieniem różnych kryteriów, jak na przykład: stopień zaangażowania, pobrane materiały, źródło pozyskania, czas od ostatniego zakupu, czy ilość i rodzaj zakupionych produktów.

## Segmentacja Bazy Użytkowników



Podział bazy użytkowników aplikacji mobilnej. Obok czasu instalacji czy zaangażowania, można na przykład wybrać kryterium zainteresowań (najczęściej używane moduły, najczęściej używane funkcje). Dzięki temu Twoje wiadomości będą dopasowane do potrzeb użytkownika.

## SoLoMo



Trójprzymierze wielkich trendów: Social – Local – Mobile, które przypomina światu, że marketerzy powiedzą wszystko, byle sprzedać produkt. Oczywiście – poszczególne komponenty tej trójcy, zwłaszcza połączone ze sobą stanowią potężny oręż w walce rynkowej, jednakże samo określenie brzmi jak nazwa pierwiastka chemicznego.

## SQL



1. Język zapytań używany do zarządzania i modyfikowania baz danych oraz przenoszenia danych z bazy do bazy.

2. Sales Qualified Lead - lead, który przeszedł wstępną kwalifikację w dziale marketingu, został poddany procesowi edukacji i jest gotowy aby stać się pełnowymiarowym klientem.

## Storyscaping



Tytuł bestsellerowej książki Gastona Legorburu i Darrena McColla i jednocześnie nazwa trendu marketingowego. Głównym hasłem autorów jest "Stop creating ads, start creating worlds". I mniej więcej na tym to polega – marka kreuje światy, w których osadza swoje historie i historie użytkowników i klientów.

## Synergy



Synergia. Efekt pojawiający się gdy suma efektów poszczególnych działań przynosi więcej korzyści, niż kiedy są wykonywane osobno. W kontekście marketingowym stanowi odpowiednik keczupu. Wszystko smakuje lepiej, kiedy jest nim polane – tak samo dodanie słowa synergia zwiększa "strawność" niektórych pomysłów.

# Tt

## Testy A/B Aplikacji



Aplikacja, podobnie jak inne działania marketingowe, powinna być regularnie testowana. Badać można jej interfejs i funkcjonalności, by zoptymalizować jej działanie.

## Testy ABX



W ujęciu Marketing Automation są to testy treści dynamicznych na stronach internetowych. W danej witrynie wyświetlanych jest kilka wersji na bannerów (lub innych elementów dynamicznych), następnie system zlicza ilość kliknięć w każdy z nich i ostatecznie wyświetlany jest zwycięzca w tej kategorii.

# Uu

## UI



(User Interface) To, co użytkownik widzi, kiedy wchodzi w interakcję z aplikacją. Pojęcie dotyczy głównie strony wizualnej.

## Up-Selling



Technika sprzedażowa, w której zaczynamy “z wysokiego C”. Pozwala ona maksymalizować zysk z jednej transakcji. Sprzedaż zaczyna się od jednego droższego produktu, a następnie sprzedawca proponuje dodatkowe, najczęściej dość ekskluzywne produkty, dopóki klient ma otwarty portfel.

## USP



(Unique Selling Proposition) Wszystko to, co wyróżnia dany produkt lub usługę spośród innych dostępnych na rynku.

## UTM



Dodatek do linku, ułatwiający śledzenie efektów danej kampanii w internecie. Można dodać do niego takie parametry jak źródło, medium, czy hasło ogólne kampanii.

# Vv

## Viral



Eldorado marketerów – treść rozprzestrzeniająca się po sieci niczym choroba zakaźna. Wszechobecny buzzword i obietnice bez pokrycia. Wszystko jest kreowane na viral, a każdy marketer po cichu liczy, że zdobędzie tego świętego Graala. Niestety, prawdziwe virale trafiają się dużo rzadziej i są raczej kapryśnym zjawiskiem. A jak już ktoś mówi coś w stylu: “Zróbmy sobie viral”... witki opadają.

## VMS



(Voice Messaging System) System wiadomości głosowych, czasem w skrócie wiadomość głosowa.

# Ww

## Website Beacon



Obiekt zaimplementowany na stronie WWW, pozwalający na szczegółowe monitorowanie zachowań kontaktów, budowania profili behawioralnych, naliczanie scoringu i segmentację. Pozwala na sprawdzenie czy dany użytkownik zobaczył konkretny obszar w ramach jednej strony WWW, najechał kursorem lub kliknął na interaktywne elementy, takie jak powiększone grafiki, przyciski, suwaki, itd. Innymi słowy - jakie treści wyświetlił, zaznaczył lub do jakich otrzymał dostęp.

# Zz

## Zaangażowanie



Święty Graal wszystkich twórców aplikacji. Statystyczna aplikacja traci 90% użytkowników w ciągu 6 miesięcy, a wielu nawet nie zajrzy do niej po pobraniu. Niestety, użytkownicy z łatwością zapominają o ściągniętych aplikacjach i je porzucają. Jak się przed tym bronić? Najskuteczniejszą metodą jest stosowanie narzędzi do analityki i personalizacji komunikacji w aplikacjach. Pozwalają one zwiększyć zaangażowanie m.in. dzięki powiadomieniom push, które adresujesz umiejętnie dopasowując je do zainteresowań i zachowań użytkowników.



- Mobile
- Finanse
- Digital marketing
- Email marketing
- Content
- Buzzword
- Website
- Socjal media
- Marketing
- Software
- Analityka



Podręczny  
**SŁOWNIK**  
Digital Marketera

Odwiedź

[www.salesmanago.pl](http://www.salesmanago.pl)