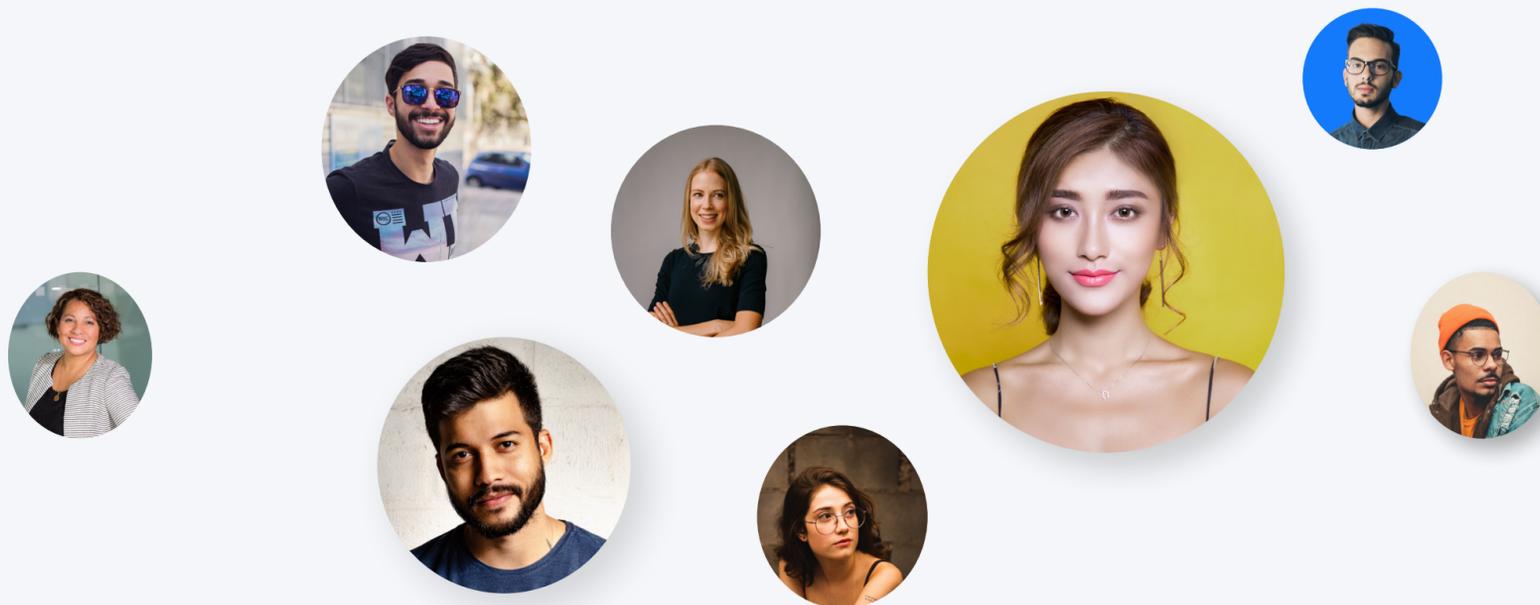


Il glossario del marketing

B2B



Audience

Insieme di persone che si raggiungono tramite un annuncio o un'azione di marketing.

B2B/B2C

Si definiscono **B2B** tutte quelle aziende che vendono prodotti o servizi ad altre aziende: Business-to-Business.

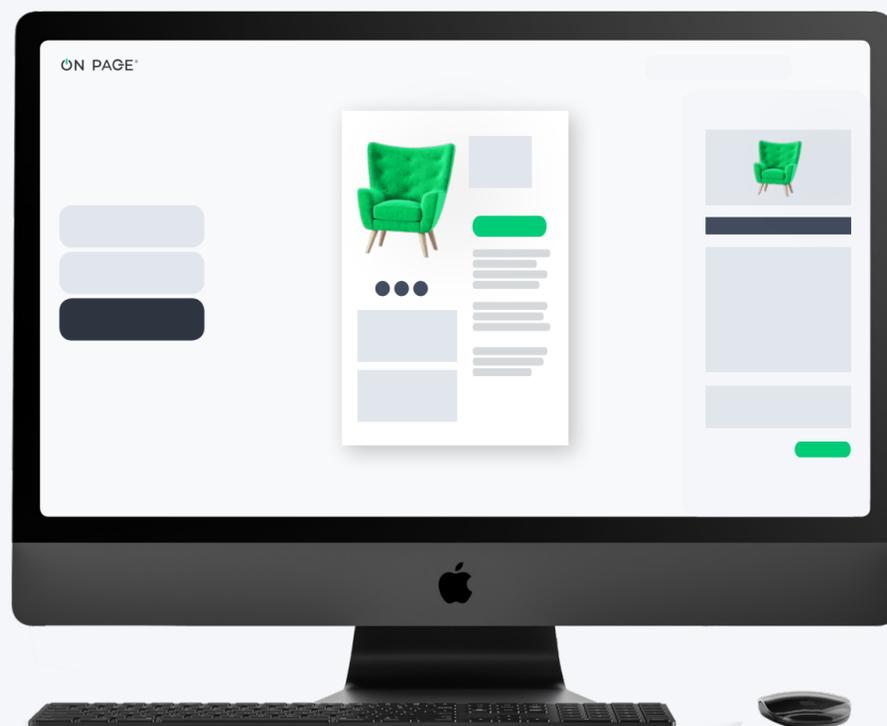
Vengono definite invece **B2C** le aziende che vendono i loro prodotti o servizi direttamente al consumatore finale: Business-to-Consumer

Bottom of the funnel

Il funnel è la rappresentazione del percorso formato da strategie e metodologie che un utente si trova a compiere dalla conoscenza della marca alla sua fidelizzazione.

Il bottom of the funnel rappresenta il momento in cui l'utente fa la sua scelta finale, ovvero da visitatore si trasforma in **cliente**.

In questa fase l'azienda vede la realizzazione di tutte le azioni di marketing e sales.



Builder grafico

È un sistema di programmazione visuale che permette la realizzazione di interfacce grafiche tramite semplici operazioni di drag & drop.

Questo è consentito dalla presenza di widget, ovvero componenti grafici che possono essere integrati nell'interfaccia utente.

Buyer Persona

La buyer persona è una rappresentazione fittizia del **cliente ideale** di un'azienda. Si basa su dati reali, sui dati demografici dei clienti acquisiti e sul comportamento offline e online, oltre a tutti i ragionamenti che si possono fare sulle loro storie personali, motivazioni e preoccupazioni. Infatti si tratta di un livello successivo al target perché non solo individua le caratteristiche socio-demografiche e psicografiche di un individuo, ma valuta anche tutto il mondo dei valori e dei comportamenti che possono riguardare il cliente perfetto per una determinata impresa.



Business Unit

Le Business Unit vengono definite come aree d'affari con mercati e strategie differenti e autonomi ma che appartengono a un'impresa comune.

Cloud/Open Source

La metodologia in Cloud è un paradigma di erogazione di servizi che permette agli utenti di accedere e usufruire a funzionalità hardware e software da remoto tramite Internet che permettono una scalabilità infinita.

La metodologia Open Source invece si riferisce a software non protetti da copyright e liberamente modificabili dagli utenti.

Se vuoi saperne di più a riguardo [leggi l'articolo](#) che abbiamo scritto!

CMS

Content Management System, un software che aiuta a creare, gestire e modificare i contenuti di un sito web dal lato amministrativo. Consente di cambiare **autonomamente** i contenuti del sito e quindi di renderlo dinamico senza particolari competenze lato sviluppo.

CTA

Significa Call-To-Action, ovvero una **chiamata all'azione** che l'azienda compie verso il consumatore.

È un elemento fondamentale per la creazione di campagne di inbound marketing: deve essere chiara e concisa.

Può essere creata come un messaggio unico, spesso formato da un verbo imperativo per aumentarne la forza.

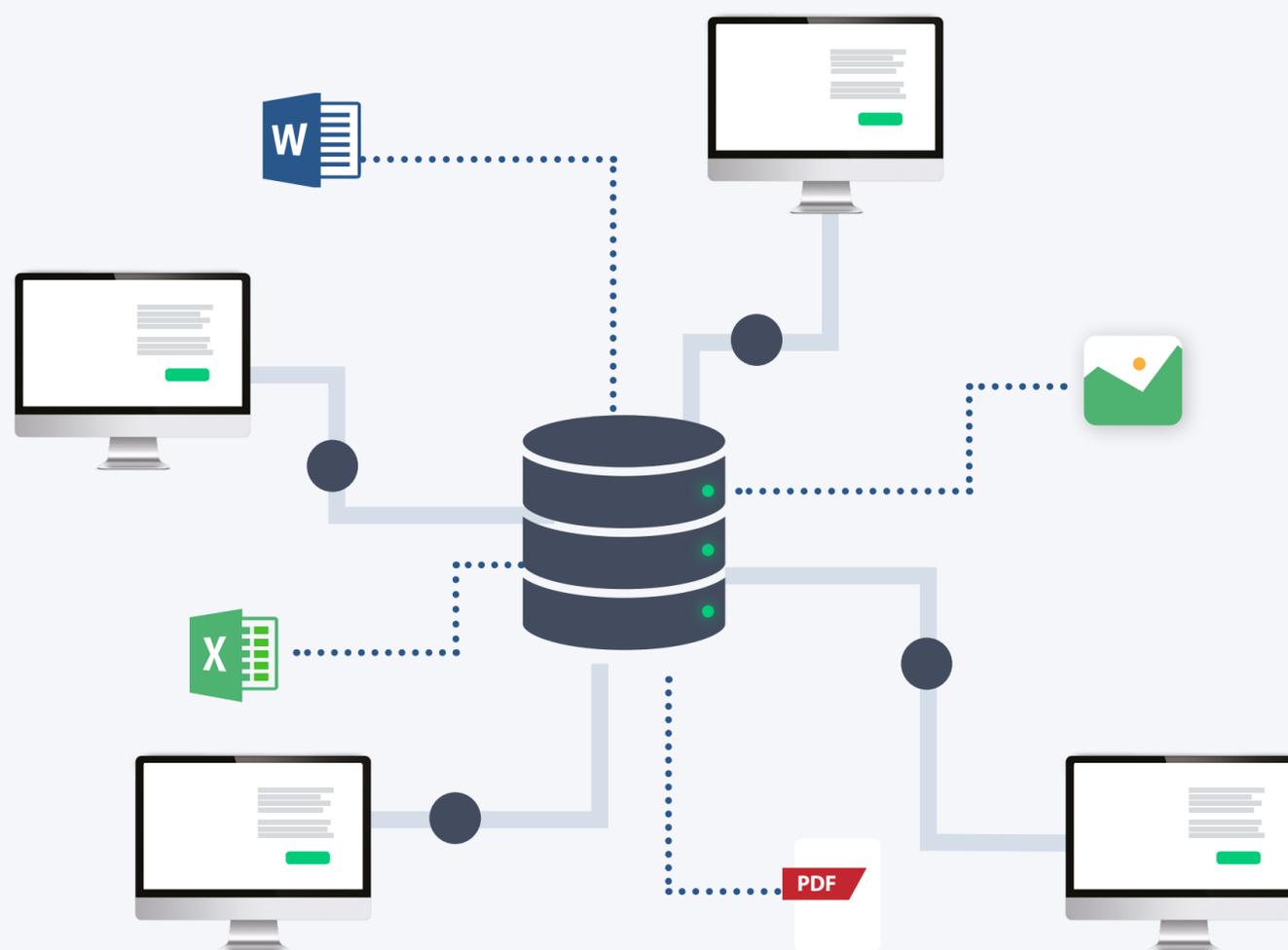
CRM

Customer Relationship Management, è un software integrato e strutturato che permette di gestire le relazioni con i clienti e potenziali clienti monitorando e tenendo traccia di tutte le azioni che vengono fatte con **lead** e **contatti**.

DAM

Digital Asset Management, è un archivio che consente di organizzare diversi documenti per poi indicizzarli e ricercarli, nel giusto formato e nel momento in cui servono. Aiuta le aziende ad aumentare il valore dei loro contenuti digitali.

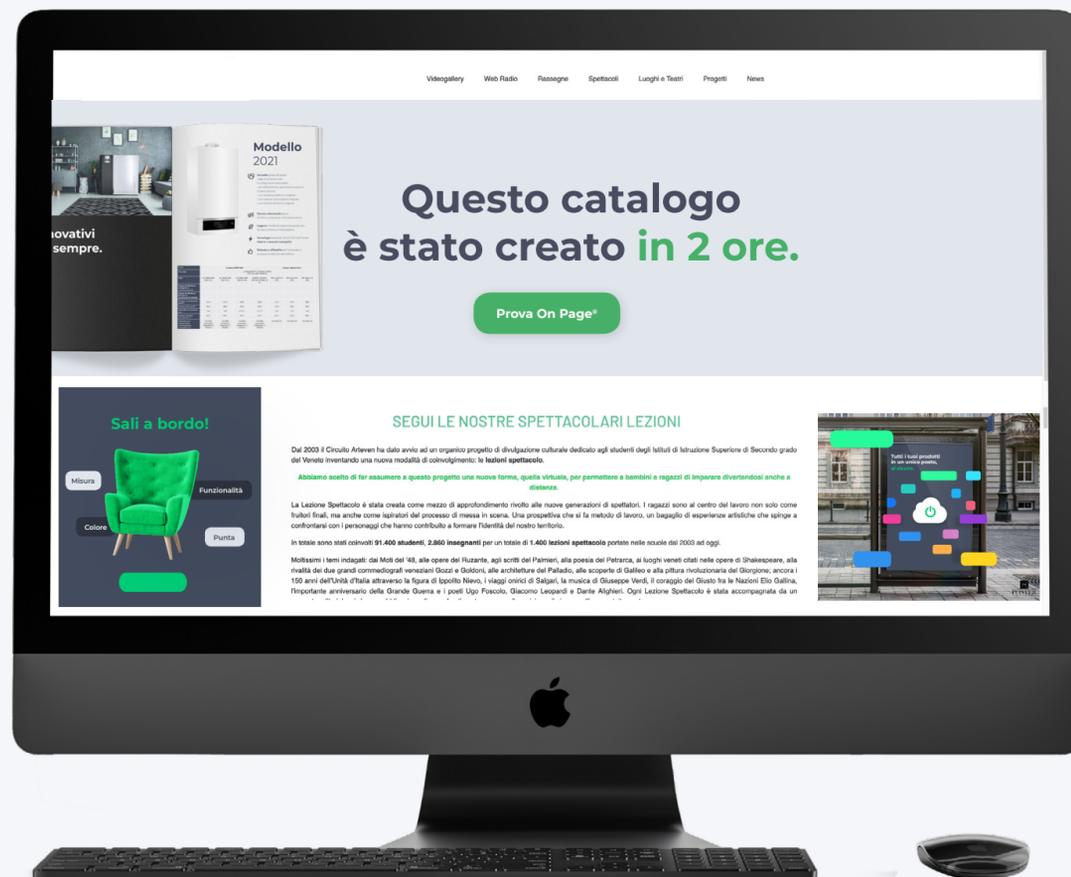
Leggi il nostro [blogpost](#) per scoprire quali differenze ci sono tra DAM e PIM



Data Base

Raccoglie e archivia le informazioni importanti in modo strutturato grazie alla sua memoria di massa. Consente di razionalizzare i processi di gestione e di aggiornamento di tutte le informazioni.

Il glossario del marketing B2B



A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Display Advertising

È una tipologia di pubblicità espositiva sul web che utilizza singole pagine di siti per inserire ed esporre vari tipi di banner e immagini.

E-commerce

Viene definito così il commercio elettronico.

Si tratta della vendita di prodotti e servizi facendo uso di internet.

Riferendosi alla tipologia di consumatori alla quale un e-commerce si rivolge si possono distinguere e-commerce B2B (Business-to-Business) o e-commerce B2C (Business-to-Consumer).

Frasario

Raccolta organizzata e intelligente di frasi in lingua originaria che vengono collegate alle rispettive traduzioni nelle lingue desiderate.

Il frasario di On Page effettua una ricerca nel database di una specifica frase che dopo essere stata tradotta viene inserita in ogni posizione all'interno del software.

Consente di tenere allineate le traduzioni segnalandoti lo stato di ognuna.

Facebook

Social network che ha come scopo quello di creare delle **reti di relazioni** tra vari utenti, consentendo la condivisione di vari contenuti multimediali.

All'interno di Facebook si possono creare:

- profili personali,
- pagine aziendali,
- gruppi di community.

Esistono poi piattaforme, all'interno di Facebook, dedicate sia ai videogiochi che alla vendita di prodotti online (marketplace).

Una nuova sezione che si chiama Watch raccoglie video e dirette di profili personali e pagine aziendali.

GRP

Gross Rating Point, è un **indice** della pressione che viene esercitata dalla pubblicità su un determinato target.

$GRP = \text{Copertura} \times \text{Frequenza Media}$

Hit

Unità di base che individua ogni singola informazione che viene registrata dai log-file di un server web nel momento in cui l'utente esegue il **download** di una pagina Web sul suo computer.

Indicizzazione

Processo tramite il quale si rende visibile un sito web per i motori di ricerca.

Grazie all'indicizzazione un sito web viene salvato all'interno dell'archivio dei motori di ricerca e viene reso visibile dagli algoritmi in base alle **keyword** digitate dagli utenti, ad esempio su Google o Bing.

Informazioni di prodotto

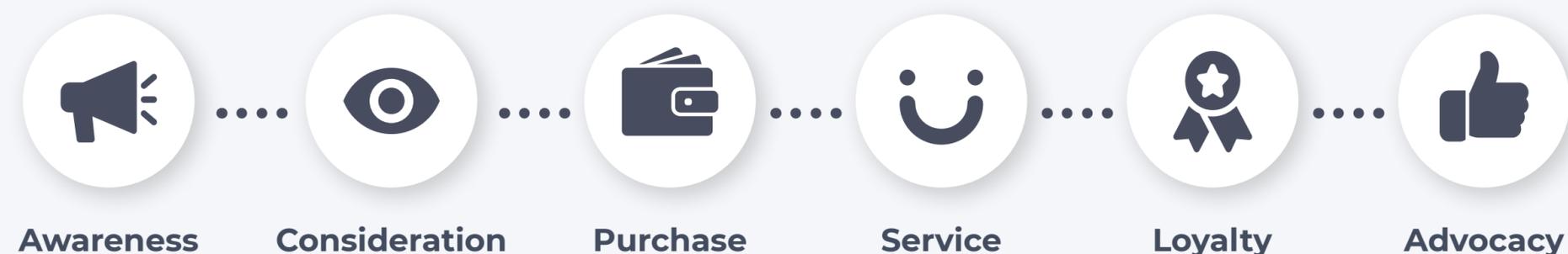
Il prodotto è un bene o servizio che soddisfa il bisogno dei consumatori e i suoi dati sono caratteristiche ed elementi distintivi, come ad esempio misure, colore, prezzo, immagini, video etc.

Integrazioni

Collegamenti in entrata o in uscita di un software verso un altro.

È importante integrare il proprio software per poter aggiornare e sincronizzare tutti gli strumenti di comunicazione e di vendita.

Leggi in nostro [blogpost](#) per scoprire quali sono le possibili integrazioni di On Page®.



Journey

Il Customer Journey è un modello di marketing che serve a descrivere e analizzare il percorso d'acquisto di un consumatore.

I momenti chiave di questo percorso vengono spesso visualizzati in una mappa ideale.

Keyword

Vengono definite così le parole chiave che servono a un'azienda per ottenere un posizionamento rilevante.

Sono le parole che l'utente inserisce nel motore di ricerca per trovare ciò che desidera.

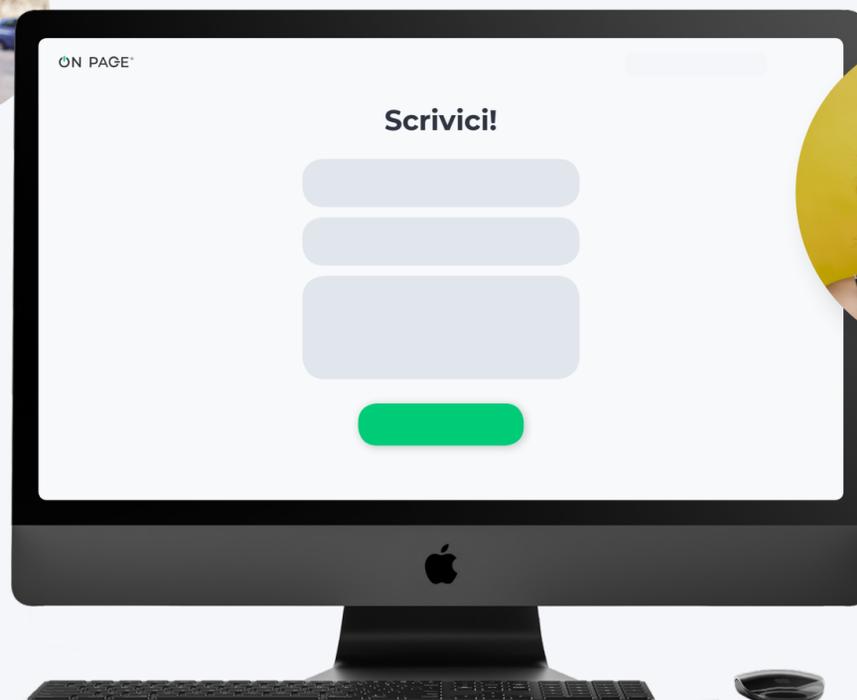
Know How

È l'insieme di **competenze** e **abilità** che consente di compiere in maniera adeguata specifiche attività all'interno di specifici settori.

KPI

Acronimo di Key Performance Indicator, ovvero degli **indicatori strategici** utili a misurare il successo o insuccesso del raggiungimento di un determinato obiettivo.

Spesso si utilizzano i KPI anche per la pianificazione quando si vogliono valutare i risultati tra obiettivi attesi e raggiunti.



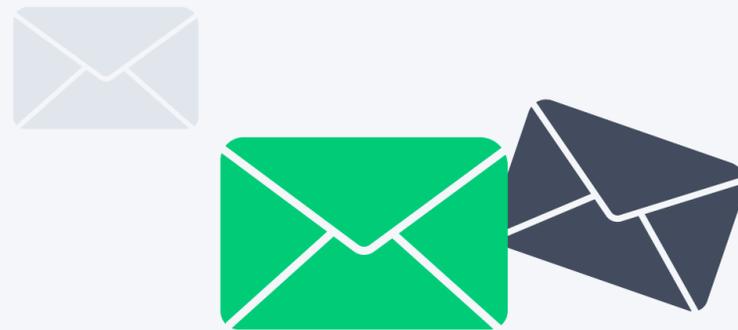
Landing Page

Pagina web creata da un'azienda con l'obiettivo di ricavare dei contatti.

È costruita appositamente allo scopo di far atterrare all'interno di essa un visitatore e fargli compilare un determinato form.

Marketing Automation

Software che ti consente di raccogliere i dati di lead e customer e di creare segmentazioni o processi automatici per guidarli nel loro **customer journey.**



Newsletter

Si tratta di un messaggio di posta elettronica periodico che un'azienda spedisce a un target definito con lo scopo di informare riguardo un determinato argomento.

La frequenza con la quale vengono inviate queste mail varia in base alla strategia e agli obiettivi di ogni azienda.

Gli utenti che ricevono le newsletter devono aver effettuato l'iscrizione a essa accettando le norme di privacy.

On/Off-Page Optimization

Insieme delle attività di ottimizzazione all'interno delle pagine di un sito. L'ottimizzazione On-Page si divide in:

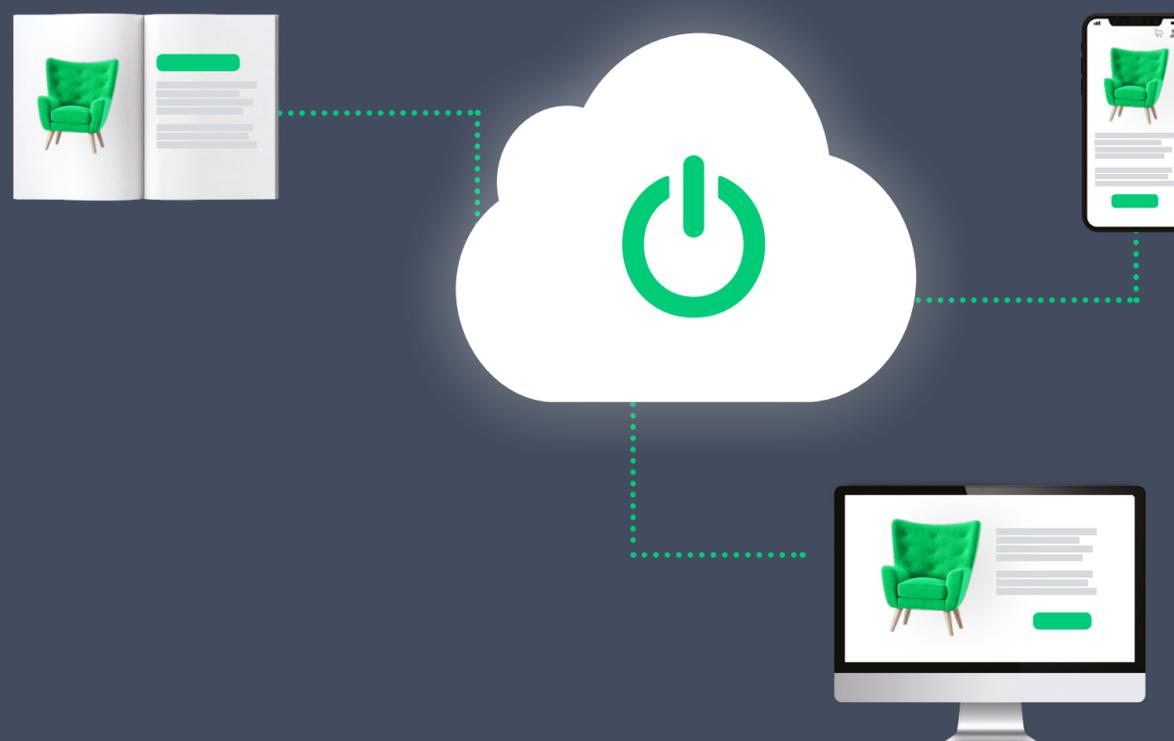
- ottimizzazione del codice HTML e della struttura di un sito,
- ottimizzazione dei contenuti testuali e immagini di un sito.

Si parla invece di ottimizzazione Off-Page quando ci si riferisce all'insieme delle attività di Inbound Link o Backlink, ovvero di link in ingresso verso un sito, perché rappresentano uno dei punti fondamentali utilizzati dai motori di ricerca per definire l'autorevolezza di un sito.

Personalizzazione/ Customizzazione

Parliamo di personalizzazione quando diamo al cliente la possibilità di contestualizzare le esperienze, i messaggi e le offerte di un sito internet basandosi su alcuni aspetti personali della sua azienda.

Parliamo di customizzazione invece quando diamo al cliente la possibilità di modificare la propria esperienza di navigazione in maniera totale, creando un sito unico.



PIM

Software formato da un insieme di processi e tecnologie collaborative che permette di raccogliere, organizzare e pubblicare le informazioni di prodotto sui vari canali di comunicazione e distribuzione.

PDM

Il Product Data Management è un **gestore** di dati di prodotto sotto tutti i suoi aspetti tecnici, ovvero uno strumento informatico che raccoglie le informazioni relative al ciclo di vita di un prodotto, dalla sua progettazione fino al suo ritiro dal mercato.

Quality score

Valore che Google assegna a ogni **keyword** pubblicizzata su Adwords.

Il suo scopo è quello di misurare la rilevanza della keyword rispetto al rapporto con l'annuncio e alle parole digitate dall'utente nella barra di ricerca.

Query

Interrogazione da parte di un utente su un **database**.

Applicato all'ambito SEO indica il termine che scriviamo all'interno del motore di ricerca di Google o in altri motori di ricerca attraverso le parole chiave o keyword.

ROI

Viene chiamato Return On Investment il tasso di rendimento di un investimento di marketing o di comunicazione; permette di misurare **l'efficacia** di una determinata comunicazione rispetto al capitale investito.

SEO

È l'acronimo di Search Engine Optimization, ovvero l'insieme delle attività che hanno come scopo quello incrementare il volume di **traffico organico** rivolto a un sito web nei motori di ricerca.

Consiste nella valorizzazione di una pagina al fine di posizionarla meglio tra i risultati delle ricerche effettuate dal pubblico.

SEM

Search Engine Marketing, consiste in un insieme di attività di campagne pubblicitarie a pagamento che sviluppano e mantengono la visibilità di un sito web nei motori di ricerca.

Thank You Page

Pagina di ringraziamento che segue alla compilazione di un form all'interno di una landing page.

Il suo scopo è quello di:

- ringraziare per aver compilato il form,
- spiegare all'utente quali azioni si succederanno (ad esempio invio di e-mail con un contenuto da scaricare o possibilità di fissare appuntamento attraverso una call),
- creare circolarità all'interno del sito web (ad esempio mostrando gli ultimi blog post o i case history aziendali).

URL

Sequenza di numeri, lettere e simboli che fa riferimento ad una qualsiasi risorsa del web. Viene chiamato in modo colloquiale “indirizzo web”.



UX

La User Experience rende facilmente fruibile l'esperienza della tua buyer persona in primis con il tuo sito web e con tutti i canali di marketing. Lo studio della UX rende i software facilmente implementabili in azienda andando incontro agli utenti senza esperienza ed eliminando l'impatto del nuovo strumento.

Visita

Definiamo visita ogni sessione di navigazione da parte di un utente.

Le visite compongono il traffico generato da un sito web.

Word of Mouth

Chiamato anche WOM, il Word of Mouth è il **passaparola** che si genera tra gli utenti per trasmettere informazioni, opinioni e considerazioni su un determinato prodotto o servizio.

XML

Extensible Markup Language, **linguaggio-codice** che definisce, valida e condivide differenti tipologie di formati di documenti nelle pagine Web. Consente una migliore gestione dei dati strutturati rispetto ad un linguaggio HTML.

Youtube

Social network che consente la condivisione di video tramite la creazione di canali personali o aziendali.

All'interno di Youtube è possibile creare anche campagne pubblicitarie che sfruttino la potenza del formato video per fare storytelling e attirare potenziali clienti.

ZMOT

L'esperienza d'acquisto offline, prima del Web e prima dei social, si suddivideva in 3 fasi:
stimolo,
scaffale dove avveniva la scelta fra le diverse opzioni disponibili (first moment of truth)
esperienza del prodotto (second moment of truth).

Con l'avvento della tecnologia e il successo di massa del Web e degli strumenti digitali, secondo Google esiste un ulteriore passaggio focale: Zero Moment of Truth, ZMOT.

È la possibilità, che ogni potenziale cliente ha, di cercare informazioni di ogni tipo **online** e di farsi una propria opinione sul prodotto o servizio, ancor prima di averlo visto dal vivo o provato.

Prenota la tua demo gratuita

Grazie alla DEMO gratuita di On Page® il nostro tecnico specializzato ti farà scoprire quali sono i vantaggi che ti offre e i problemi che risolve.

[Richiedi DEMO](#)

ON PAGE®
switch **on** your product data

www.onpage.it