

## GLOSSÁRIO:

- **SEO (Search Engine Optimization):** Um conjunto de estratégias e técnicas usadas para otimizar um site ou conteúdo online, a fim de melhorar sua visibilidade nos mecanismos de busca, como o Google.
- **PPC (Pay-Per-Click):** Uma forma de publicidade online em que os anunciantes pagam uma taxa toda vez que seu anúncio é clicado. Isso inclui anúncios em mecanismos de busca e redes sociais.
- **Marketing de Conteúdo:** Uma abordagem de marketing que se concentra na criação e distribuição de conteúdo valioso e relevante para atrair e envolver um público-alvo específico.
- **Mídia Social:** Plataformas online onde indivíduos e empresas podem criar, compartilhar e interagir com conteúdo, construindo relacionamentos e comunidades online.
- **Marketing de Influenciadores:** Uma estratégia que envolve colaborações com indivíduos influentes nas mídias sociais para promover produtos, serviços ou marcas.
- **Identidade Visual:** O conjunto de elementos visuais que representa a essência de uma marca, incluindo logotipos, cores, tipografia e outros elementos gráficos.
- **Campanha Publicitária:** Uma série de ações coordenadas e conteúdo criado para promover um produto, serviço ou mensagem específica durante um período determinado.
- **Análise de Dados:** O processo de coleta, interpretação e utilização de dados para entender tendências, padrões e métricas de desempenho, auxiliando na tomada de decisões informadas.
- **Branding:** O processo de criação e gestão de uma imagem de marca consistente, que engloba valores, personalidade e promessa da marca para o público.
- **Engajamento do Cliente:** A medida em que os clientes interagem e se conectam com uma marca ou empresa por meio de ações como curtidas, comentários, compartilhamentos e compras.
- **ROI (Return on Investment):** Uma métrica que avalia a eficácia de um investimento, comparando o retorno gerado com os custos envolvidos.
- **Segmentação de Mercado:** A prática de dividir um mercado amplo em grupos menores e mais específicos de consumidores com características semelhantes, a fim de direcionar estratégias de marketing de maneira mais eficaz.
- **Persona do Cliente:** Representação fictícia do cliente ideal de uma empresa, baseada em dados demográficos, comportamentais e psicográficos, usada para orientar estratégias de marketing.
- **Lead:** Um indivíduo ou empresa que demonstrou interesse em um produto ou serviço, fornecendo informações de contato e potencialmente se tornando um cliente.
- **Conversão:** O ato de um lead ou visitante realizar uma ação desejada, como fazer uma compra, preencher um formulário ou se inscrever para receber atualizações, indicando interesse mais alto.
- **CTA (Call to Action):** Um elemento, como um botão ou link, em um site ou conteúdo que incentiva os usuários a realizar uma ação específica, como "Comprar Agora" ou "Inscrever-se".
- **Engajamento em Mídias Sociais:** A interação ativa dos usuários com o conteúdo de mídia social, incluindo curtidas, comentários, compartilhamentos e mensagens diretas.
- **Analytics:** Ferramentas e técnicas usadas para coletar, medir e analisar dados para entender o desempenho e os padrões de comportamento do público.