

Across

1 Custo por Aquisição. É uma forma de cobrança como o CPC, porém calculada em cima das conversões realizadas, e não dos cliques. (P, C e A) (3)

4 Sigla em inglês, para Retorno Sobre Investimento. É a relação entre o dinheiro ganho (ou perdido) e o que foi investido em seus esforços de marketing. (O, R e I) (3)

6 GROWTH ... - Cargo totalmente focado em gerar crescimento rápido na aquisição de clientes. Envolve diferentes setores da empresa (marketing, produto, etc.) e testa diversos canais e meios para aumentar a base de clientes. (K, A, R, H, E e C) (6)

7 Sigla em inglês, para Gerenciamento de Relacionamento com Clientes. Oferece soluções para uma boa gestão de relacionamento com clientes, como organização e armazenamento de informações e controle de contatos (conversas, reuniões realizadas, agendamentos, etc). (R, C e M) (3)

10 PAGE... - É o texto que aparece na aba de seu navegador quando abre uma página e também como linha de destaque na página de resultados do Google. É um dos elementos mais importantes em SEO, então deve conter as palavras-chave de maior importância de cada

página do site. (I, E, L, T e T) (5)

11 LONG ... KEYWORD - (palavra-chave da cauda longa), Como são designados os termos mais específicos e menos concorridos na busca orgânica e em leilões de palavras-chave de Links Patrocinados. São boas apostas para quem ainda não tem muita autoridade, mas quer aparecer nos resultados de buscas. Por exemplo: “bolsa feminina em palha para praia” em vez de “bolsa feminina”. (I, L, A e T) (4)

12 Sigla em inglês cuja tradução literal seria Chamada Para Ação. São comandos passados aos usuários para que eles realizem uma ação esperada pela empresa. Podem ser botões,

banners ou mesmo textos com links. Em geral, utilizam verbos no imperativo. Exemplos: “clique aqui” e “proveite essa oferta”! (T, C e A) (3)

13 ... POST - Um post escrito em um blog por um “convidado”, diferente dos autores regulares, que tenha relação com a área de atuação da empresa e possa agregar conhecimento aos leitores. (U, T, S, E e G) (5)

14 É um acrônimo que abrevia um processo de conversão, com as etapas Atenção, Interesse, Desejo e Ação. É um modelo baseado no comportamento humano natural na tomada de decisão e é utilizado no Marketing para

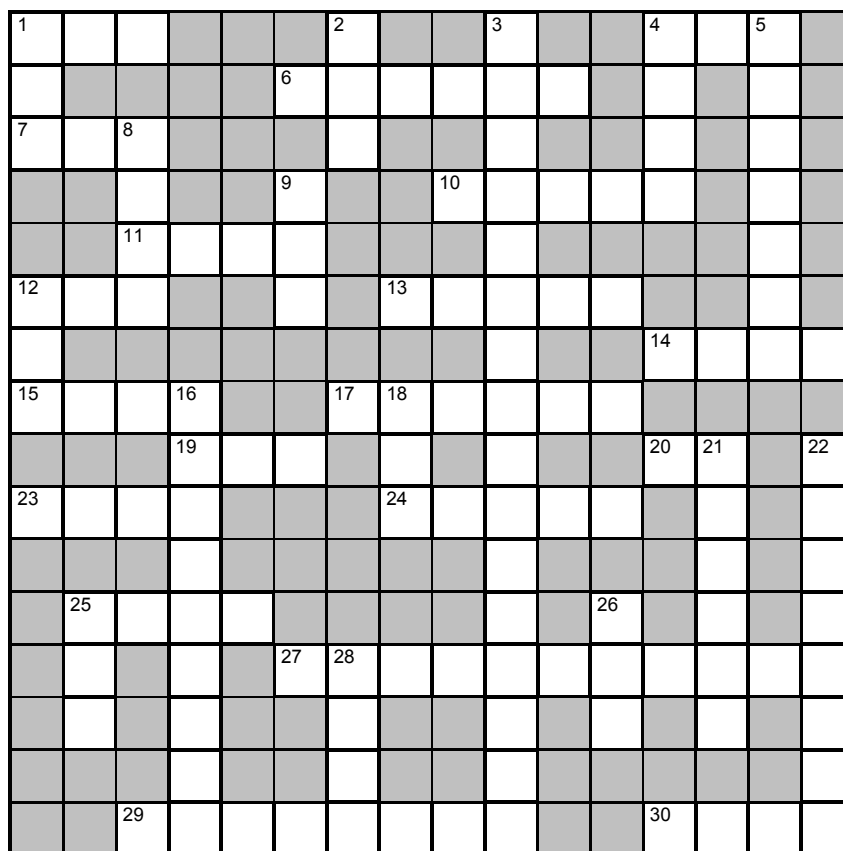
direcionar melhor os usuários para a conversão desejada. (D, A, I e A) (4)

15 Sigla em inglês para Página de Resultados do Motor de Busca, é a página de resultados da ferramenta de busca. (R, P, E e S) (4)

17 Termo usado para se referir a celulares ou outros dispositivos móveis. (I, O, E, M, L e B) (6)

19 Sigla em inglês para Interface de Programação de Aplicativos, o conjunto de padrões de programação que permite que um software interaja com outro. (P, A e I) (3)

20 Teste feito com duas versões diferentes de uma página, para avaliar qual tem o



melhor desempenho com a interação do público. (2)

23 É uma página web atualizada frequentemente, composta por posts geralmente apresentados de forma cronológica. Seu nome veio da união das palavras inglesas “web” e “log”, então em uma tradução livre podemos traduzir como “diário online”. (O, G, L e B) (4)

24 ... DE VENDAS - Representação em pirâmide invertida dos diferentes estágios em que os potenciais clientes de uma empresa estão no processo de venda. Costuma ser dividido em Topo de Funil (ToFu), Meio de Funil (MoFu) e Fundo de Funil (BoFu). Em estratégias de Marketing Digital é essencial produzir conteúdos para pessoas em cada um desses níveis. (U, L, I, N e F) (5)

25 Sigla em inglês para Linguagem de Marcação de Hipertexto. É uma linguagem de marcação utilizada para programação de páginas na web. (M, L, T e H) (4)

27 ... DE LEADS - Técnica que é usada sobre a base de contatos, para classificá-la a fim de otimizar os resultados de ações de relacionamento como o envio de email marketing, é indicado segmentar a base de

contatos de acordo com um determinado critério. Por exemplo: clientes de uma região ou de um setor do mercado podem receber disparos focados para a sua realidade. (E, O, M, N, A, C, T, E, A, G e S) (11)

29 **MARKETING DE ...** - Parte do Inbound Marketing, é baseado em atrair o interesse dos consumidores por meio da produção de conteúdo relevante para o público-alvo, por esse motivo pode-se dizer que é um “marketing de atração”. Entre suas ações está direcionar conteúdos para pessoas nos diferentes estágios do Funil de vendas. (O, O, T, U, E, D, N e C) (8)

30 ... BOUNCE - É a falha na entrega de emails por uma razão permanente, como um endereço de email que não existe. (R, D, A e H) (4)

Down

1 **Custo por Clique.** É uma forma de cobrança de serviços como anúncios pagos (Adwords e Facebook Ads, por exemplo), no qual o pagamento é feito pelo número de cliques realizados. (P, C e C) (3)

2 **Custo de Aquisição de Cliente.** É uma métrica significativa para as empresas para saber o quanto estão gastando para conquistar cada novo cliente e serve para definir o orçamento e as ações de marketing.

(A, C e C) (3)

3 ... 301 - É o processo de direcionar uma página para outro endereço. Um exemplo clássico são os sites que possuem versão com e sem www. Para que o site não tenha as páginas duplicadas, aplica-se em uma das versões. Assim, a autoridade da página direcionada será unida à da página ativa. O mesmo pode ser feito em outras situações. (E, O, I, E, I, N, M, N, E, A, O, C, R, T, D e R) (16)

4 ... DE DISPLAY DO GOOGLE - é uma grande rede de sites (blogs, portais, etc.) em que os anúncios de campanhas do Google Adwords são exibidos. (D, E, E e R) (4)

5 ... MARKETING - O novo marketing é focado em atrair os potenciais clientes, conquistar sua confiança e direcioná-los para o momento da venda. A ideia é que o cliente venha até a empresa, ao invés de a empresa ir até o cliente. Para isso, usa a criação de conteúdos relevantes (Marketing de Conteúdo) e estratégias em meios digitais para atingir o seu público-alvo e construir um relacionamento com ele. (N, D, O, U, N, B e I) (7)

8 ... DESCRIÇÃO uma breve descrição de uma página, que aparece nas páginas de resultados das buscas. Apesar de não ajudar no

posicionamento, a meta descrição auxilia a atrair visitantes ao site, pois resume o conteúdo da página nos resultados dos buscadores. (T, A, E e M) (4)

9 ... TEXT - É o texto usado para descrever uma imagem na web. Ferramentas de busca o leem, o que ajuda a entender melhor o conteúdo. Se o navegador não conseguir carregar a imagem, esse texto será exibido no lugar dela. (L, A e T) (3)

12 Sigla para Cascading Style Sheets, é uma linguagem de estilo para fazer a apresentação de páginas, como layout de página, cores, fontes, etc. (S, C e S) (3)

16 ... SOCIAL - Modalidade em que o usuário faz uma postagem em uma mídia social em troca de uma oferta. Isso ajuda a disseminar determinado conteúdo com mais rapidez. (A, A, E, T, O, N, P, M e G) (9)

18 ... PAGE - Elementos exteriores à página e que influenciam em seu posicionamento nos resultados de buscadores como o Google, como os links que direcionam para ela. (F, O e F) (3)

21 **SOFT ... -** É a falha na entrega de emails por uma razão temporária, como caixa de emails cheia. (N, O, E, B, C e U) (6)

22 ... MARKETING - Seria o marketing tradicional, em que

empresas usam publicidade para “empurrar” seus produtos e serviços aos consumidores. Podemos dizer que é o “marketing de interrupção”, pois suas estratégias e canais não focam em um público específico. São exemplos: comerciais de TV e outdoors, por exemplo. (U, D, B, U, O, N, T e O) (8)

(quanto mais antigo, menores as chances de aparecer). Leia mais. (G, E, D e E) (4)

25 BLACK ... - São práticas antiéticas de SEO para posicionar bem um site em buscadores como o Google. (A, H e T) (3)

26 Sigla em inglês para a taxa correspondente ao número de cliques dividido pelo número de impressões (visualizações) de um anúncio exibido, por exemplo, em serviços como Google Adwords, Facebook Ads e LinkedIn Ads. Essa taxa é extremamente importante para avaliar o desempenho dos anúncios, pois um anúncio com esse indicador baixo tem poucos cliques em relação a visualizações e geralmente custa mais caro, devendo ser otimizado. (T, C e R) (3)

28 ... RANK - Algoritmo do Facebook que determina a relevância de posts e quais aparecem, ou não, no feed de notícias do usuário. É baseado em três fatores: afinidade (se há interações prévias com a fanpage), formato do post (link, vídeo, imagem) e tempo que a postagem foi feita