



Glosario terminología

Dropshipping



1. Negocio online

Un negocio que opera en Internet. Puede variar desde tiendas de comercio electrónico hasta plataformas de servicios. Su principal característica es que las transacciones y la gestión se realizan completamente en línea.

2. Ecommerce (Comercio Electrónico)

La compra y venta de bienes o servicios a través de Internet. Incluye la transferencia de datos y fondos entre dos o más partes. Se puede dividir en diferentes categorías, como B2B (empresa a empresa), B2C (empresa a consumidor), C2C (consumidor a consumidor), entre otros.

3. Dropshipping

Un modelo de negocio de ecommerce donde el vendedor no mantiene los productos en stock. En su lugar, cuando se vende un producto, compra el artículo a un tercero y lo hace enviar directamente al cliente. Así, el vendedor no tiene que manejar el producto directamente.

4. Proveedor Dropshipper

Una empresa o individuo que suministra productos a los vendedores de dropshipping. Estos proveedores se encargan de mantener el inventario y enviar los productos directamente a los clientes finales en nombre del vendedor.

5. Plataforma de ecommerce

Un software o solución tecnológica que permite a las empresas crear y administrar su tienda en línea. Ejemplos incluyen Shopify, Magento y WooCommerce.

6. Optimización de motores de búsqueda (SEO)

El proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores, como Google. Es fundamental para atraer tráfico a una tienda en línea.

7. Marketing de contenidos

Una estrategia de marketing enfocada en crear y distribuir contenido relevante, valioso y consistente para atraer y retener a un público objetivo definido.



8. Conversión

La acción de convertir visitantes del sitio web en clientes pagadores. La tasa de conversión es un indicador clave de rendimiento en el ecommerce.

9. Logística de cumplimiento

El proceso de almacenamiento, empaque y envío de productos a los clientes. En el modelo de dropshipping, esta función es manejada por el proveedor dropshipper.

10. Analítica web

El análisis de datos web para entender y optimizar el uso de la web. Incluye el seguimiento de visitas, tasas de conversión, y el comportamiento del usuario en el sitio web.

11. Publicidad Pay-Per-Click (PPC)

Un modelo de publicidad en línea donde los anunciantes pagan una tarifa cada vez que uno de sus anuncios es clickeado. Es una forma de comprar visitas a tu sitio, en lugar de intentar "ganar" esas visitas orgánicamente.

12. Canal de ventas

Un medio a través del cual una empresa vende sus productos o servicios. En el contexto del ecommerce, los canales de ventas pueden incluir tiendas en línea propias, mercados en línea como Amazon o eBay, y redes sociales.

13. Retargeting

Una forma de publicidad en línea que permite a los anunciantes mostrar anuncios a usuarios que han visitado su sitio web o utilizado su aplicación móvil, con el fin de "reconquistar" a esos visitantes.

14. Inventario virtual

En el contexto del dropshipping, se refiere a la lista de productos que un vendedor ofrece en su tienda en línea sin tenerlos físicamente en stock. La gestión del inventario se realiza virtualmente, en colaboración con el proveedor dropshipper.



Conceptos y métricas relacionadas con campañas de publicidad pagas en Meta y Tik Tok Ads es esencial para entender cómo optimizar y evaluar el rendimiento de estas campañas. Aquí tienes una guía ampliada de los términos y métricas más relevantes:

Métricas importantes

1. Impresiones

El número total de veces que tus anuncios fueron mostrados. Una impresión se cuenta cada vez que un anuncio aparece en la pantalla de alguien.

2. Alcance

El número de personas únicas que vieron tu anuncio. A diferencia de las impresiones, si una persona ve tu anuncio cinco veces, aún se cuenta como un solo alcance.

3. Clics

El número total de clics en tu anuncio. Esto incluye no solo clics al sitio web o llamadas a la acción (CTA), sino también clics en el nombre de la página y me gusta en el anuncio.

4. CTR (Tasa de Clics)

Es el porcentaje de impresiones que resultaron en un clic. Se calcula dividiendo el número total de clics entre el número total de impresiones.

5. CPC (Costo por Clic)

El promedio de costo por cada clic recibido. Se calcula dividiendo el costo total de la campaña por el número total de clics.

6. CPM (Costo por Mil Impresiones)

El costo promedio por mil impresiones de tu anuncio. Esta métrica es útil para entender cuánto estás pagando para que tu anuncio sea mostrado 1,000 veces.



7. Conversión

Una acción valiosa que un usuario realiza como resultado de haber visto tu anuncio, como realizar una compra, suscribirse a un boletín informativo, etc.

Tasa de conversión

El porcentaje de veces que una visualización de anuncio resultó en una conversión. Se calcula dividiendo el número de conversiones por el número total de clics.

8. CPA (Costo por Adquisición o Costo por Compra)

El costo promedio para adquirir una conversión. Se calcula dividiendo el costo total de la campaña por el número total de conversiones.

9. ROAS (Retorno de la Inversión Publicitaria)

Una métrica que mide el retorno total en ventas generado por cada dólar gastado en publicidad. Se calcula dividiendo los ingresos generados por la publicidad entre el costo de la publicidad.

AOV/Ticket Promedio: es el monto promedio que un cliente gasta en una compra

Retención Porcentual: Cuanta atención está reteniendo los 3 primeros segundos de nuestro video respecto a las impresiones que está generando el video.

Pagos Iniciados: Número de personas que abrieron el formulario para ver los precios.

Meta y TikTok ADS

Business Manager: Negocio de Meta, donde se manejan todos los activos.

Meta Business Suite: Supervisar todas tus páginas, cuentas y activos comerciales desde un solo lugar. Crear y administrar fácilmente anuncios en todas tus cuentas. Hacer un seguimiento para saber qué es lo que mejor funciona con las insights de rendimiento

Campaña: Sección donde elegimos el objetivo publicitario y configuración de campaña, ya sea Advantage o Manual de ventas.

Grupo de anuncios/Conjunto de anuncio: Grupo donde realizamos configuración de pixel, fechas, segmentación y ubicaciones

Segmentación de audiencia: Refiere a la capacidad de dirigir tus anuncios a grupos específicos de personas basándose en factores como edad, género, ubicación, intereses, comportamientos y más. Meta Ads ofrece una de las segmentaciones más detalladas y precisas disponibles.



Pixel: Una herramienta de seguimiento que permite medir la efectividad de los anuncios al rastrear las acciones de los usuarios en tu sitio web. Esto es crucial para la optimización de campañas y la medición de conversiones.

Optimización y entrega: Se refiere a cómo Meta Ads utiliza el presupuesto de tu campaña para obtener los mejores resultados posibles, basándose en el objetivo de la campaña y la audiencia objetivo. Puedes optimizar para impresiones, clicks, conversiones, etc.

Anuncio: Grupo en el cual subimos nuestros creativos, copies, títulos, links y botón para que los usuarios lo vean así en la plataforma.

ABO: Configuración donde se asigna el presupuesto a nivel de conjunto de anuncios.

CBO: Configuración en la cual se asigna el presupuesto a nivel de campaña.

Advantage+: Campañas de venta con configuración simplificada

Testeo: Realizar una prueba o validación de creativos, productos, intereses, links, copies.

Escalar: Después de validar un producto con creativos podemos aumentar el presupuesto o campañas con nuevos creativos del mismo producto.

Creativos: Contenido desarrollador ya sea imagen o video para subir a los anuncios.

Cuenta de TikTok: Perfil de la plataforma.

Cuenta de negocio de TikTok: Sitio donde configuramos todo lo relacionado con los activos de Tiktok.



<http://soyantoniocaro.com/>