



TV TEM
AFILIADA REDE GLOBO

GLOSSÁRIO TV TEM INTERNET

ATUALIZADO EM 02/2013

Tel: (15) 3224.8770
marketing.internet@tvtem.com

CPC – Custo por clique

É o valor pago para cada vez que um de seus anúncios é clicado.

CPM – Custo por mil

Valor pago a cada 1.000 vezes que um anúncio em determinado formato é exibido. Exemplo: Por R\$ 50,00 o CPM, 30 mil impressões custam: $30 \times 50,00 =$ R\$ 1.500,00

Cookies

Pequeno arquivo que é gravado no computador quando o usuário acessa um site. Este arquivo é devolvido ao site com informações sobre o usuário, tal como carrinho de compras, lista de produtos e preferências de navegação.

Endereço IP

Endereço dado para cada conexão de internet em um computador.

Um endereço IP comum se parece com este: 216.27.61.137

Exibições de página / Pageviews

É o número de vezes que uma página é vista.

Exemplo: Um usuário acessa um site e pela sua capa, clica numa matéria e depois em outra. Antes de sair, o usuário volta para a capa do site. Ele visualizou 3 páginas diferentes, porém ele “imprimiu” 4 páginas, gerando assim 4 pageviews.

Firewall

Dispositivo de segurança usado para dividir e controlar o acesso entre redes de computadores.

Frequência

Quantidade de vezes que um anúncio será exibido em um determinado período. Assim como em outras mídias, é fator imprescindível no planejamento digital, tendo grande impacto na taxa de conversão.

Google Analytics

Esse sistema de estatística guarda todas as informações de acesso dos sites. Ele é o mais usado e o mais completo do mundo. Nove a cada dez profissionais de otimização de sites fazem uso do Analytics para analisar os acessos dos sites, preparar seus relatórios e traçar suas estratégias.

Impressões

Quantidade de vezes que a peça publicitária (banner) apareceu.

Inventário

É o “estoque” de quantas impressões podem ser vendidas de determinado formato e em determinada página. Em toda comercialização por impressão, esse estoque deve ser consultado para que não seja vendido mais impressões do que a página exibe.

KPI

Key Performance Indicator / Indicador-chave de desempenho

São métricas que fornecem visibilidade sobre o desempenho de determinada veiculação. Em sites, uma utilização comum é medir as taxas de conversão.

Exemplo: Alguns KPI's para mensurar o acesso de um site são as visualizações de páginas, visitas, visitantes únicos, tempo na página.

Landing Page / Página de entrada ou de destino

A primeira página a ser exibida durante uma visita, sendo a entrada para o conteúdo do site. Deve ser interessante e simplificado para que garanta o acesso à outras partes do site.

Links Patrocinados

Anúncios exibidos na tela de resultados de busca dos mecanismos de pesquisa. Os anunciantes pagam para terem seus anúncios exibidos para palavras-chave determinadas por eles. É exibido em uma área separada dos resultados normais, os quais estão sendo exibidos por outros fatores.

Métricas

Conjunto de parâmetros que mensuram a performance de um website ou de uma campanha de publicidade no meio digital.

Navegador / Browser

É o programa que abrimos para acessar a internet. Hoje, os mais comuns são: Google Chrome, Firefox, Internet Explorer e Safari (Mac).

OPEC – Operações comerciais

Setor responsável pelas etapas internas de comercialização dos produtos dos sites. O profissional de OPEC recebe, programa, testa e controla a veiculação das peças publicitárias, além do acompanhamento do inventário. Também produz os relatórios de pós-venda da veiculação.

Peso / Tamanho de arquivo

Tamanho da peça publicitária em dados kilobytes (kB). Influencia diretamente o tempo de carregamento das peças publicitárias, e conseqüentemente das páginas onde são exibidos. Os limites devem ser respeitados para que o usuário não seja prejudicado pela demora do acesso à página e excessivo consumo de sua conexão de internet.

PI - Pedido de inserção

Documento legal contendo informações sobre a veiculação contratada. Necessário estar com a OPEC e assinado para o início do processo de cadastro de peças.

ROI - Return on investment / Retorno sobre investimento

É a relação do custo de campanhas de publicidade com o lucro gerado por conversões. Há diversas formas de calcular o ROI e todas dependem do tipo de KPI que se está analisando.

Spam

Termo usado para se referir aos e-mails e mensagens digitais não solicitadas, que geralmente são enviados para um grande número de pessoas.

Taxa de cliques / CTR - Click Through Rate

O número de cliques que o seu anúncio recebe dividido pelo número de vezes que ele é exibido. Muitas pessoas utilizam isto como análise de retorno do investimento (KPI), porém é apenas uma das formas dessa análise. Exemplo: Se um anúncio apareceu 10.000 vezes e foi clicado 10 vezes. $10 / 10.000 = 0,10\%$

Taxa de conversão

Uma conversão é uma meta atingida em um site. Para um site de e-commerce, uma conversão é uma venda. Para sites de serviço, pode ser um pedido de orçamento. Para uma ONG, pode ser o contato de um futuro colaborador. O resultado final da campanha depende variáveis, como: valor investido, formato utilizado, quantidade de impressões programadas, frequência, duração da campanha, capacidade criativa das peças, landing page, entre outros.

Taxa de rejeição

Quantidade de visitas que deixaram o site logo após exibirem a landing page.

URL / Link ou endereço de clique

É o endereço digital que o usuário será direcionado ao clicar no anúncio, sendo levado ao site destino do anunciante. Esse link não deve ser inserido direto nas peças. Ele é cadastrado diretamente no nosso sistema, para que haja o registro de todos dados desse clique. Exemplo de URL: <http://www.tvtem.com>

Visibilidade

É a relação de quanto um banner ou cliente aparece no site, levando em conta o quanto o site exibe no geral.

Exemplo: Se temos uma audiência de 100.000 pageviews por dia e ele aparece 10.000 vezes no formato, a visibilidade é de 10%.

Visitantes Únicos / Unique Visitors

É o número de usuários não duplicados de um site em determinado período de tempo especificado. Este indicador pode ser contabilizado de diferentes formas, conforme o tipo de análise utilizado.

Visitas / Visitors

É a interação de um usuário com um site, que resulta na visualização de um ou mais pageviews em um determinado período de tempo. Normalmente esse período de tempo é de 30 minutos. Os usuários que saírem do site e retornarem em 30 minutos serão considerados parte da sessão original, da mesma visita.