

MY PLAYERS DIGITAL 1ST GUIDE

Ad Space o Ad Placement: Espacio en plataforma digital destinado a mostrar publicidad.

Alcance (Reach): Número o porcentaje del universo de usuarios, sin duplicar, que fue expuesto a una campaña en un cierto periodo. Por ejemplo: la campaña tuvo un alcance de X número de usuarios o de Y porcentaje del target.

Banner: En la implementación, el banner puede ser servido (es decir, colocado o insertado) directamente por el sitio web o a través de un tag proporcionado por un servidor de publicidad (ad server). Dicho anuncio gráfico puede tener diferentes formatos de acuerdo al tamaño, a la interacción con el usuario y al espacio en que es mostrado. Dependiendo del tipo de desarrollo del formato puede clasificarse como estándar o rich media. Están diseñados con la intención de llamar la atención y comunicar el mensaje.

Blog: Sitio web o aplicación en formato de bitácora o diario, donde uno o varios autores generan publicaciones. Implicación: El término también se utiliza como verbo para referirse a la acción de escribir y publicar esta bitácora online. Se publica en orden cronológico inverso, de manera recurrente y permite la interacción con la audiencia. Las publicaciones pueden ser en cualquier tipo de formato: texto, video, imágenes, etcétera.

Contenido (Content): Textos, imágenes, audio o video a los que el usuario está expuesto por medio de plataformas digitales.

Contenido de Marca (Brand content): Contenido generado por una marca con la finalidad de comunicar los atributos de la misma. Implicación: El contenido de marca puede ser difundido en canales pagados o propios de la marca. La marca decide cómo aparece dentro de este contenido. Su integración a un medio es a través de la compra de un espacio publicitario sin interferencia editorial.

Contenido Editorial (Editorial Content): Contenido generado por un medio o autor que no tiene compromiso comercial con un anunciante.

Contenido Generado por el Usuario (User-Generated Content / UGC): Contenido autoral generado por un usuario y distribuido en diferentes plataformas digitales por el mismo usuario, o por otros usuarios o medios. Implicación: El usuario define el tono y temática de su contenido, quedando sujeto a los términos, condiciones y lineamientos de la plataforma donde se distribuye.

Cookie: Cadena de texto (código) proveniente de un sitio web que se almacena en el equipo del usuario a través del navegador y registra la información de su actividad en Internet.

Declaración (Disclaimer): Aviso generado por el medio que indica al usuario el carácter comercial de la publicación. Implicación: Se recomienda utilizar un lenguaje claro para identificar al contenido como una pieza de publicidad, aun cuando no se trate de un anuncio convencional, y que sea suficientemente grande para ser visible al usuario. En ocasiones, el medio puede establecer su propia advertencia o etiqueta para deslindar su línea editorial del contenido patrocinado.

Dominio (Domain): Nombre o número único que identifica un sitio web y la categoría específica a la que pertenece. Está compuesto por un nombre (letras, números y guiones) y una o varias extensiones separadas por puntos. Los dominios pueden ser: 1) Genéricos: .com (comercial), .net (network), .edu (educación), .org (organizaciones públicas o no gubernamentales), .info (información), entre otros. 2) Geográficos: .mx (México), .fr (Francia), .uk (Reino Unido), entre otros. Vea: ICANN (Internet Corporation Assigned Names and Numbers).

Impresiones (Ad Impressions): Cada uno de los impactos de anuncio que es desplegado al usuario en un dispositivo por solicitud del navegador o plataforma.

Implicación: Cada vez que un anuncio o pieza de contenido se carga en la pantalla de los usuarios, el Ad Server lo cuenta como una impresión.

Inventario (Inventory): Disponibilidad de espacios publicitarios de un sitio o red de sitios. Implicación: Es dinámico, ya que depende de las visitas de audiencias a un sitio o propiedad, por lo cual puede cambiar constantemente.

Páginas/Sesiones: Es el promedio de páginas vistas por usuario.

Páginas Vistas (Pageviews): Es el total de páginas vistas que un usuario ha visitado en todo el sitio web durante una sesión.

Promedio de duración de sesiones: Es el promedio que dura un usuario en nuestro sitio web.

Rebote (Bounce Rate): Esta medición es un porcentaje que puede ir en aumento o descenso dependiendo de la interacción de los usuarios que llegan al sitio: si este no hace ninguna interacción y se sale del sitio, Google Analytics lo marca dentro del porcentaje de rebote. Un porcentaje de rebote que se considera normal de una tasa de rebote es del 40-50% un punto arriba ya se considera negativo

Sesiones: Es el tiempo de interacción de usuario desde que éste llega al sitio y cierra la ventana o bien tiene 30 minutos sin actividad.

User Experience (UX): Nivel de satisfacción derivado del resultado de la interacción de un usuario con los elementos o funcionalidades de una plataforma digital.

Usuarios: Son los visitantes únicos. ¿A qué me refiero con único? Son aquellos que han llegado por primera vez al sitio y aún no tienen la cookie de tu código para contarlos como con un visitante recurrente.

Tendencia (Trend): Concepto o tema que toma relevancia en un momento determinado dentro de las plataformas sociales y genera gran interés e interacción con la audiencia. Implicación: Estas pueden ser medidas a través de un hashtag (#) o una serie de palabras. El concepto o tema puede ser generado en un contexto offline u online y potencializado a través de las plataformas sociales.

AdExchange: Plataforma tecnológica en la que los editores ponen su inventario a disposición de distintos compradores (anunciantes, agencias, trading desks) en tiempo real.

Ad Network: Red o grupo de sitios que centralizan el inventario de espacio publicitario disponible para su comercialización.

Ad Server: Plataforma de alojamiento para los creativos donde se entregan las impresiones, se miden las interacciones, se monitorean las campañas y se optimiza la entrega de anuncios publicitarios.

DMP (Data Management Platform): Plataforma tecnológica de gestión que recolecta, integra y organiza grandes cantidades de datos de las audiencias (usuarios) procedentes de cualquier fuente. Implica El resultado es el perfil demográfico y comportamental de las audiencias. Adicionalmente, permite impactarlos con campañas a la medida, a través de una integración directa con DSP o Ad Servers y realizar Look Alikes. Permite a los anunciantes, agencias, medio y otros controlar su propia audiencia (1st party) y los datos de la campaña, compararla con audiencias de 3rd party y habilitar una compra de medios precisa.

Demand Side Platform (DSP): Plataforma tecnológica de gestión comercial automatizada que permite gestionar el acceso a los diversos inventarios publicitarios para maximizar la inversión en medios digitales. Implicación: Permite la compra centralizada de impresiones en múltiples Ad Exchanges utilizando una metodología de subastas (RTB) y data. Son usados por agencias, anunciantes, networks y Trading Desks.

Editor (Publisher): Medio de comunicación, individuo u organización que genera, prepara y adapta el contenido que se distribuirá en uno o varios sitios web u otras plataformas digitales para su publicación y/o comercialización. Implicación: Se pueden clasificar por categorías con base en su contenido. Principalmente buscan comercializar sus espacios publicitarios.

Espacio visible del navegador (Viewable browser space): Parte de la página que se encuentra en la pestaña activa y visible del navegador, desplegada en el monitor, que el usuario puede ver al primer golpe de vista. Implicación: El estado de visibilidad del contenido y de los anuncios variará de acuerdo con los ajustes del navegador efectuados por el usuario (resolución, tamaño de letra y de la ventana, etcétera). La medición de impresiones visibles se basa en la exposición dentro de este espacio visible. Para mayor detalle vea impresión válida e impresión visible. Implicación: La audiencia propia puede provenir de data de CRM, data de usuarios o a través de cross platform, como mobile web/apps.

Frecuencia (Frequency): Número de veces promedio que un usuario realiza una acción en un periodo. Esta acción puede ser una visita a un sitio web o la exposición a una pieza publicitaria. La fórmula para el cálculo en campañas de Internet es:

Frecuencia= Impresiones totales / Número de usuarios únicos Implicación: Si la frecuencia es calculada por ad server, se debe tener en cuenta que es cookie based frequency, y no de personas (panel). Quien realiza el cálculo debería declarar si las impresiones totales son servidas o visibles.

Micrositio (Microsite): Sitio web temporal formado por un grupo limitado de páginas. El contenido del micrositio puede estar conformado por texto, imágenes, videos, animaciones y otros formatos digitales. Implicación: Generalmente cuenta con un periodo de vigencia.

Navegador (Browser): Software (aplicación o programa) que utiliza el usuario para navegar en Internet a través de un dispositivo. Interpreta la información y permite la visualización e interacción de archivos y contenido (carga/descarga). Implicación: El desarrollo (diseño y construcción) de un sitio web debe considerar la correcta visualización en los distintos navegadores disponibles en el mercado y sus distintas actualizaciones o versiones. El navegador permite administrar las cookies que se almacenan en el equipo del usuario, así como identificar la información contenida en ellas.

Página Destino (Landing Page): Página web individual a la que el usuario llega al hacer clic en un enlace o anuncio, o por medio de un buscador en cualquier dispositivo. Implicación: Puede ser promocional o de contenido. Cuando es promocional tiene un periodo definido de vigencia.

Página Web (Web Page): Documento identificado con una dirección URL que puede mostrar texto, imágenes y elementos multimedia. Se puede acceder a ella mediante un navegador y puede proporcionar acceso a otras páginas web mediante enlaces. Implicación: Un sitio web está conformado por un conjunto de páginas, las cuales pueden ser desarrolladas en diversos lenguajes de programación.

Rich Media: Formato publicitario en cualquier plataforma digital que permite interactividad al interior de la pieza y propicia la participación del usuario.

Implicación: Puede ser utilizado de manera individual o en combinación con diferentes tecnologías, ya sea sonido, video, animación, etcétera. Ejemplos: mouse over, expandible, video.

Supply Side Platform (SSP): Plataforma tecnológica de gestión comercial automatizada que permite a los medios gestionar su inventario de espacios publicitarios y maximizar el ingreso en campañas digitales. Implicación: Plataforma usada por los medios para optimizar la venta de sus espacios publicitarios. Las SSP tienen la capacidad de gestionar inventario y de crear nuevos espacios publicitarios.

URL (Uniform Resource Locator): Dirección específica de una página web que permite diferenciar su ubicación dentro de un mismo dominio. Implicación: Sirve para identificar y medir recursos en Internet, y tiene como propósito asignar una dirección única a cada uno de estos recursos; como por ejemplo, textos, imágenes, videos, etcétera. No puede contener espacios o caracteres diferentes al idioma inglés (como la letra "ñ").