



VOCABOLARIO DEL FARMACISTA DIGITALE

CASE MADRE DI CONTATTO E DI CONTENUTO ONLINE: sono i luoghi proprietari di un'azienda rappresentati da sito web, e-commerce, email marketing, blog aziendali, app mobile e che rimangono di proprietà dell'azienda (al contrario i contatti e i contenuti nei social media non sono di vostra proprietà).

SOCIAL BASE numero di fans e followers nei social.

ENGAGEMENT: ovvero coinvolgimento è la capacità di un prodotto (un marchio, un blog, un applicativo) di creare relazioni solide e durature con i propri utenti stabilendo un legame tra il marchio e il consumatore.

AWARENESS (di un brand): la notorietà di una marca, ovvero il suo essere famosa e riconoscibile nella mente degli utenti. E' uno degli obiettivi di una social media strategy
lead: cliente potenziale.

SOCIAL LEAD: contatti (clienti potenziali) acquisiti tramite i social. E' l'azione di click che l'utente fa sul post nei social e che lo fa atterrare su sito, blog, newsletter, portare e-commerce, app mobile.

LEAD GENERATION: acquisizione o generazione di nuovi contatti.

PIANO EDITORIALE: linee guida che riguardano i contenuti da pubblicare nei vari canali digitali che ha come obiettivo il coinvolgimento del target e il raggiungimento degli obiettivi di business.



VOCABOLARIO DEL FARMACISTA DIGITALE

FUNNEL DI CONVERSIONE: (imbuto) percorso ad imbuto compiuto dal consumatore nel corso del processo di acquisto, dal momento della consapevolezza dell'esistenza di un certo prodotto, all'acquisto del prodotto medesimo. E' costituito da varie fasi.

COPERTURA O REACH: il numero di utenti unici che hanno visualizzato il nostro contenuto.

IMPRESSION (visualizzazioni): il numero di visualizzazioni totali. Un contenuto può essere visto più volte anche dallo stesso utente

INTERAZIONI: like, commenti, condivisione ai contenuti (in Ig anche il salvataggio).

L'algoritmo premia le interazioni in questo ordine: condivisioni, commenti, like.

STORYTELLING: l'arte del raccontare storie impiegata come strategia di comunicazione persuasiva, spec. in ambito politico, economico ed aziendale.

LINK: in un ipertesto, parola o immagine appositamente designata che, quando viene selezionata, determina l'accesso del browser a una nuova pagina web.



VOCABOLARIO DEL FARMACISTA DIGITALE

BLOG: web log ovvero sito web personale concepito principalmente come contenitore di testo (per es. come diario o come organo di informazione indipendente), aggiornabile dal singolo utente in tempo reale grazie ad apposito software.