

Redes sociales para Empresarios

Definiciones y referencias de acceso rápido

A continuación encontrarás palabras y frases frecuentes relacionadas con las redes sociales. Usa estas definiciones prácticas para ayudarte a establecer tu plan social.



Alcance

El alcance se refiere al número total de personas que estuvieron expuestas a una publicación o anuncio en redes sociales. Esta métrica no indica necesariamente que todas estas personas hayan visto tu contenido. Podrían haber desplazado su dedo por encima de él, por ejemplo. El alcance simplemente indica que el contenido apareció en el feed social del usuario al menos una vez.

Alcance orgánico

El alcance orgánico hace referencia a la cantidad de usuarios únicos que ven tu contenido sin promoción paga. Las personas encuentran contenido social de forma orgánica a través de sus propios feeds, ya sea de empresas cuyas cuentas les gustaron o a través del contenido compartido por amigos o contactos. Si alguien visita tu perfil gracias a una búsqueda o cualquier otra referencia no paga, esto también es alcance orgánico..

Algoritmo

El algoritmo es un conjunto de pasos que sigue una computadora para realizar una tarea. En el contexto de las redes sociales, un algoritmo define cómo una plataforma social determina qué contenido mostrar en un momento dado a un usuario en particular. Las redes sociales se mantienen muy reservadas sobre cómo funcionan sus algoritmos, pero, en general, usan pistas basadas en las relaciones e interacciones sociales de un usuario para determinar qué contenido encontrará más atractivo para ese usuario.

Amigos

Un amigo es una persona con la que conectas en Facebook®*. A diferencia de un fan o un seguidor, un amigo es un contacto de ambas partes: los dos tienen que aceptar la amistad. Las páginas empresariales de Facebook®* no permiten tener «amigos», solamente fans y seguidores.

Análisis

Análisis (también usado en inglés, *analytics*) es un término general que se utiliza para describir tanto las herramientas de análisis social como la información que proporcionan esas herramientas. La mayoría de las redes sociales incluyen sus propias herramientas de análisis para ayudar a las empresas a analizar el desempeño de sus publicaciones con métricas como el alcance, la interacción y el crecimiento de seguidores.

Avatar

Un avatar es una representación visual de una persona para su uso en contextos digitales. Suelen ser imágenes generadas por computadora, por ejemplo el Bitmoji®. En las redes sociales, el término «avatar» también se refiere a tu foto de perfil, es decir, la imagen que te representa en la plataforma. La mayoría de los usuarios eligen una foto como su avatar de redes sociales, a veces complementada con un marco o filtro digital.

Bandeja de entrada

La bandeja de entrada es donde lees, organizas y respondes mensajes. El ejemplo más común es el de la bandeja de entrada del correo electrónico. Los servicios de mensajería en redes sociales también utilizan bandejas de entrada.

Bio

Tu bio, abreviatura de biografía, es la sección de cualquier perfil digital que le dice a los seguidores nuevos o potenciales quién eres. Todas las plataformas sociales tienen un espacio para escribir una biografía. Es lo primero que ven los usuarios cuando descubren tu perfil y una buena bio puede mejorar en gran medida la frecuencia con la que apareces en las búsquedas de palabras clave.

Bloquear

Cuando bloqueas a alguien en las redes sociales, evitas que vea tus publicaciones en esa red social. Los usuarios bloqueados tampoco podrán seguirte, enviarte mensajes o etiquetarte en fotos. Los usuarios bloqueados en X* no podrán agregarte a listas. Los usuarios bloqueados pueden @mencionarte en una publicación, pero esto no contará para tus métricas de interacción.

Ten en cuenta que es bastante fácil, incluso para los usuarios bloqueados, ver el contenido que compartes públicamente. Usa la configuración de privacidad en cada red social para tener un mejor control sobre quién puede ver cada una de tus publicaciones.

Chat

El chat es una conversación en línea con una o más personas. Ya sea uno a uno o en grupo, los chats suelen ser privados y escritos, aunque pueden incorporar GIF, fotos e incluso grabaciones de audio. Las plataformas de chat más comunes son WhatsApp® y Facebook®* Messenger.

Clickbait

Clickbait es aquel contenido web con un titular engañoso o sensacionalista diseñado para que los lectores hagan clic en la historia completa, lo que por lo general es una decepción. Su objetivo es generar visitas a la página e ingresos publicitarios. Todas las redes sociales adoptaron una postura contra el clickbait y los algoritmos están diseñados para no mostrar sus publicaciones. En otras palabras, es una práctica a evitar.

Comentario

Un comentario es una forma de interacción en la que un usuario responde a una publicación en las redes sociales. Los comentarios pueden ofrecer elogios, hacer una pregunta, expresar desacuerdo y contribuir a la conversación en línea sobre tu contenido social. Incluyen texto, etiquetas, @menciones y emojis. Una gran cantidad de comentarios muestra que una publicación es atractiva y puede mejorar tu posición en el suministro de noticias según el algoritmo de una red social.

Conformidad

La conformidad es la práctica de comprender y seguir las reglas, regulaciones y leyes. Las industrias reguladas están bajo reglas estrictas que rigen cómo pueden usar las redes sociales y cómo se debe archivar su contenido social. Todos los Empresarios Amway deben cumplir con los Estándares de Comunicación Digital.

Contacto

Un contacto es alguien con quien tú o tu empresa están vinculados en las redes sociales. LinkedIn®, en particular, usa el término «contacto» para referirse a las relaciones sociales profesionales: los contactos de LinkedIn® son equivalentes a los amigos de Facebook®*.

Contenido generado por usuarios (UGC, en inglés)

El contenido generado por usuarios es el contenido creado por personas en las redes sociales, en lugar de marcas. Las marcas recopilan ese contenido a través de concursos, hashtags de marca o simplemente pidiendo permiso. Cuando las marcas vuelven a compartir ese contenido con sus propios seguidores, están implementando una campaña de UGC.

Conversión

La conversión sucede cuando tu seguidor en las redes sociales actúa de forma específica y deseada. A veces, la conversión significa hacer clic en un enlace que compartes o publicas. Los clics en tu Tienda Digital son conversiones especialmente importantes.

Correo no deseado (Spam, en inglés)

El spam es contenido innecesario, no deseado o repetitivo que obstruye las bandejas de entrada y satura los feeds de las redes sociales. El término «spam» se utiliza para referirse a los mensajes no deseados desde los inicios de Internet.

Crowdsourcing

El crowdsourcing implica acceder a tu comunidad en línea para obtener nuevas ideas, sugerencias, información o contenido. El contenido generado por usuarios es un excelente ejemplo de crowdsourcing. Otro ejemplo es pedir ideas a través de funciones interactivas como son las encuestas.

Curación de contenidos

La curación de contenidos se refiere a recopilar contenido relevante de fuentes confiables y luego compartirlo con tus seguidores sociales al vincularlo a la publicación original. Es una forma de crear valor para tu audiencia además de compartir tu propio contenido original. Compartir recursos también puede ser una buena forma de establecer relaciones con líderes de tu rubro.

Demostración social

La demostración social se refiere a un fenómeno psicológico en el que las personas buscan la dirección de quienes los rodean para determinar cómo se supone que deben actuar o pensar en una situación determinada. En las redes sociales, la demostración social se puede identificar por la cantidad de interacciones que recibe un contenido o la cantidad de seguidores que tienes. La creencia es que «si alguien comparte eso o sigue a esa persona, debe estar bueno».

Embajador de marca

Un embajador de marca es un cliente que ama tanto a la marca que promociona sus productos o servicios sin que se lo pidan. Pueden volverse aún más valiosos si te conectas con ellos directamente para involucrarlos y empoderarlos.

Estética

El aspecto, la sensación y la impresión que transmite tu cuenta de redes sociales a través del diseño y el contenido. La estética debe coincidir con los valores fundamentales de tu marca.

Etiqueta

Una etiqueta es una palabra clave que se agrega a una publicación en las redes sociales para clasificar el contenido. También puedes etiquetar a alguien en una publicación o foto y esto crea un enlace a su perfil de redes sociales y los asocia con el contenido. Los usuarios tienen la opción de eliminar etiquetas no deseadas de su perfil.

Facebook®*

Facebook®* es una red social que permite a los usuarios compartir contenido, publicar fotos y videos, enviar mensajes, promover un negocio y mucho más. Facebook®* es la red social más utilizada, con 2.500 millones de usuarios mensuales. *

Fan

Un fan es alguien a quien le gusta tu página empresarial de Facebook®*. Es una conexión unidireccional (mientras que una conexión bidireccional, definida como un amigo, es cuando alguien te sigue y tú lo sigues).

Favorito

Representado por el icono de una pequeña estrella en X*, marcar como favorito un tuit le indica al creador que te gustó su contenido o publicación.

Feed

El feed es una lista actualizada de todo el contenido nuevo publicado por las cuentas que sigues en las redes sociales. En lugar de ser puramente cronológicos, la mayoría de los feeds de las redes sociales están controlados por un algoritmo.

Feed de noticias

El feed de noticias es literalmente un feed lleno de noticias. En Facebook®, el feed de noticias es la página de inicio de tu cuenta donde puedes ver las últimas actualizaciones de tus amigos. El feed de noticias en X* se llama cronología o «timeline», en inglés.

Filtro

Un filtro es un efecto fotográfico que se puede aplicar a las imágenes antes de publicarlas, desde un simple blanco y negro o sepia hasta coronas de flores y orejas de cachorro. Los filtros están disponibles en Instagram®, Facebook® y en muchas otras aplicaciones que tienen integración con la cámara.

Follow Friday (#FF)

Follow Friday es una etiqueta que se usa para destacar algunas de tus cuentas preferidas de X* e Instagram®*. Incluir a alguien en una publicación #FF es una manera de recomendar su cuenta a tus seguidores.

Gestión de redes sociales

La gestión de redes sociales incluye el manejo de cuentas de redes sociales, la interacción de la audiencia y la medición de los resultados comerciales de las actividades de las redes sociales.

Gif

GIF es el acrónimo en inglés de Formato Intercambiable de Gráficos («Graphics Interchange Format»), un formato de archivo que admite imágenes tanto estáticas como animadas. Los GIF se hicieron populares como una forma de reaccionar en las redes sociales sin palabras. Puedes usar GIF tanto en Facebook®* como en X* e Instagram®*.

Google® Docs

Google® Docs es un grupo de aplicaciones de oficina basadas en la web que incluye herramientas para procesamiento de texto, presentaciones, análisis de hojas de cálculo, etc. Todos los documentos se almacenan y editan en línea y permiten que varias personas colaboren en un documento en tiempo real.

Grupo

Un grupo es una comunidad en línea dentro de una red social. Los grupos pueden ser públicos o privados. Dentro de un grupo, los miembros de la comunidad con un interés en común pueden compartir información y discutir temas relevantes. Tanto Facebook®* como LinkedIn® ofrecen grupos en sus plataformas.

Handle

El handle es el nombre de usuario en las redes sociales. Suele escribirse así: @nombredeusuario. También puede usarse en tu URL personalizada para cada red social. Es una buena idea usar el mismo handle en todas las redes sociales para permitir que los distintos seguidores encuentren tus cuentas.

Hashtag o etiqueta

El hashtag es una palabra o frase precedida por el símbolo «#». Los hashtags se usan en las redes sociales para etiquetar conversaciones como parte de una conversación más amplia. Al hacer clic en un hashtag, se muestran las últimas publicaciones incluidas en esa etiqueta. Los hashtags se pueden buscar y cumplen una función similar a las palabras clave.

Historias

Las historias son una forma de contenido efímero en Facebook®, Instagram® y otras que desaparecen después de 24 horas.

Imagen de portada

Una imagen de portada es la imagen que aparece en la parte superior de un perfil en las redes sociales. Esta imagen brinda la oportunidad de mostrar tus pasiones, intereses o cualquier otro aspecto de tu marca personal que haga que la gente quiera explorar tu perfil.

Impresión

Una impresión es una métrica que cuenta cuántas veces se muestra un anuncio o publicación orgánica en una red social, y puedes obtenerla en cuentas de Negocio o Creador, no en cuenta personal. Las impresiones son las veces que las personas vieron la publicación orgánica o anuncio, cada una de esas visualizaciones cuenta como una impresión.

Indicador clave de desempeño (KPI, en inglés)

Un indicador clave de desempeño es una métrica rastreada en el tiempo para determinar el progreso hacia un objetivo comercial valioso. Los KPI de las redes sociales pueden incluir la tasa de crecimiento de la audiencia, la tasa de amplificación y más.

Influencer

Un influencer es un usuario de las redes sociales con una audiencia significativa que puede generar conciencia sobre una tendencia, tema, empresa o producto.

Instagram®

Instagram® es una aplicación para compartir fotos que permite a los usuarios tomar fotos, aplicar filtros a sus imágenes y compartir las fotos instantáneamente en la red social Instagram® y en otras redes como Facebook® y X*. La aplicación está pensada para dispositivos móviles y tiene más de mil millones de usuarios activos mensuales.*

Interacción

La interacción es cualquier forma de intercambio con tu contenido en las redes sociales. Me gusta, comentarios y acciones son todas formas de participación.

LinkedIn®

LinkedIn® es un sitio de redes sociales orientado a los negocios y tiene más de 660 millones de usuarios activos.** Se usa principalmente como una red de profesionales.

Marketing de contenidos

El marketing de contenidos es la práctica de atraer y retener clientes mediante la creación y distribución de contenido original y valioso, como videos, imágenes y gráficos. Brindar contenido valioso de manera constante les da a los seguidores una razón para estar atentos a tus canales sociales mientras construyes una relación y estableces tu experiencia.

Marketing de influencers

El marketing de influencers es una estrategia que implica la colaboración con una persona popular y conocida en las redes sociales (un «influencer») para promover un producto, servicio o campaña.

Me gusta

El «me gusta» es una forma de interacción en las redes sociales. Es una forma rápida de mostrar que, literalmente, te gusta el contenido publicado simplemente haciendo clic en un botón. En Facebook®, el botón «me gusta» es un pulgar hacia arriba, mientras que en Instagram®* y en X*, el «me gusta» está representado por un corazón. Dar «me gusta» al contenido también funciona como señalador ya que puedes volver más tarde para ver el contenido que te gustó.

Meme

Un meme en Internet se usa para describir un pensamiento, idea, broma o concepto que se comparte ampliamente en línea. Por lo general, es una imagen con texto encima o debajo de ella, pero también puede venir en forma de video y enlace.

Mención

Una mención es el acto de etiquetar a un usuario en un mensaje de redes sociales. A veces, las @menciones activan una notificación para el usuario y permiten que tu audiencia haga clic en su biografía o perfil.

Mensaje directo (DM, en inglés)

Un mensaje directo es un mensaje privado que se envía a través de una plataforma social. Por defecto, los DM de las personas que no son tus seguidores se filtran en una bandeja de entrada secundaria. Sin embargo, puedes cambiar tu configuración para recibir mensajes directos de cualquier persona.

*Instagram® es una marca registrada de Instagram, LLC.

* Facebook® es una marca registrada de Facebook, Inc.

*Kontakte® es una marca registrada de VKontakte Ltd.

*Facebook® es una marca registrada de Facebook, Inc.

WeChat® es una marca registrada de Tencent Holdings Limited.

LinkedIn® es una marca registrada de LinkedIn Corporation.

Mensajería instantánea (IM, en inglés)

La mensajería instantánea es una forma de comunicación directa escrita en tiempo real entre dos o más personas. Las plataformas de mensajería instantánea más avanzadas permiten modos de comunicación mejorados, como mensajes de voz o videollamadas.

Métrica

Una métrica es una medida cuantitativa del éxito de las redes sociales. En pocas palabras, es una cifra basada en números reales y se puede rastrear y medir a lo largo del tiempo. Las métricas básicas, incluyen estadísticas de interacción de alto nivel, como comentarios, acciones y me gusta. Las métricas más avanzadas, como la tasa de conversión, pueden ayudar a demostrar el retorno social de la inversión.

Métricas básicas

Las métricas básicas, incluyen estadísticas de participación de alto nivel, como comentarios, acciones y me gusta. Estas métricas se entienden mejor cuando se combinan con números más concretos, como la tasa de clics o las conversiones de visitante a cliente potencial.

Newsjacking

También conocido como «trendjacking», el newsjacking es el acto de hacer referencia a una noticia o tema de tendencia para conectarse con la audiencia que sigue esa historia. Los hashtags son una forma común de vincular contenido con las noticias de último momento. El newsjacking solo funciona si hay un vínculo estrecho con la historia en cuestión.

Notificación

Una notificación es un mensaje o alerta que indica una nueva actividad en las redes sociales. Por ejemplo, si alguien le pone «me gusta» a una de tus fotos de Instagram^{®*}, puedes recibir una notificación en tu teléfono móvil para que te avise.

Observador

Un observador en línea es una persona que lee comentarios en un tablero de mensajes, grupo de noticias, red social u otro sistema interactivo, pero rara vez o nunca participa en la discusión.

Pie de foto

El pie de foto es una descripción que acompaña a una foto en las redes sociales. Incluyen texto, etiquetas, @menciones y emojis. El pie de foto es una parte importante para contar la historia de tu foto en las redes sociales y un factor clave de participación.

Pinterest®

Pinterest® es una red social para compartir fotos que proporciona a los usuarios una plataforma para cargar, guardar y clasificar «pines» a través de colecciones llamadas «tableros». Los tableros se organizan por temas como comida y bebida, moda, jardinería, etc. Los usuarios tienen la capacidad de «pinear» y «repinear» el contenido que les gusta en sus respectivos tableros.

Plataforma

Una plataforma es una red social o un componente de una red social. X*, Facebook®* e Instagram®* son todas plataformas sociales. La plataforma también puede referirse a una herramienta de gestión de relaciones con las redes sociales. En ese caso, se llama plataforma de gestión de redes sociales.

Plataforma de gestión de redes sociales

Una plataforma de gestión de redes sociales es una herramienta segura y escalable que le permite a los usuarios manejar múltiples cuentas de redes sociales. Las plataformas de relaciones sociales se utilizan para monitorear, publicar y rastrear las redes sociales.

Podcast

Un podcast es una serie de archivos multimedia digitales, generalmente de audio, que se publican en episodios y, a menudo, se descargan a través de un canal RSS.

Pregúntame lo que quieras (Ask me anything o AMA, en inglés)

Es un tipo de publicación interactiva en la que alguien responde preguntas, generalmente en tiempo real. El concepto empezó en Reddit®, pero está apareciendo en otros contextos sociales como en webinars, vivos de Facebook®* o en las historias de Instagram®*. Los recursos fueron originalmente pensados para usarse en forma de texto, pero también pueden ser efectivos para responder preguntas utilizando videos sociales en vivo o stickers interactivos.

Programación

La programación implica planificar las actualizaciones y el contenido de las redes sociales con anticipación utilizando una plataforma de administración de redes sociales u otra herramienta de publicación. Esto ahorra tiempo al permitirte redactar varios mensajes a la vez, tanto como parte de un proceso de aprobación de publicaciones como de una campaña de marketing más grande. También permite programar las publicaciones para audiencias en distintas zonas horarias.

Propiedad digital

Las cuentas sociales que creaste o a las que tienes acceso administrativo.

Proporción de clics (CTR, en inglés)

La proporción de clics es una medida analítica que analiza cuántas personas que ven una publicación social, un anuncio u otro contenido, hacen clic para leer más, visitar un sitio web o realizar alguna otra acción. Ayuda a evaluar qué tan efectivo es tu contenido social y generalmente se expresa en porcentajes. Las plataformas lo calculan por el número de clics dividido por el total de impresiones (el número de veces que es vista tu publicación).

Prueba A/B

Una prueba A/B es un método para comparar dos variaciones de una publicación o contenido u otro material para ver qué versión funciona mejor. También conocidas como «split tests», las pruebas A/B consisten en cambiar un elemento pequeño a la vez (como un título o un gráfico) para refinar los resultados. Puedes usar las pruebas A / B con tus publicaciones (textos, imágenes y videos) para determinar qué funciona mejor para ti y para tu audiencia. Puedes experimentar con un texto que escribes: cómo lo escribes, qué información incluir, el tono de voz al momento de publicar, etc. para ver cómo resuena con tus seguidores y para ver si obtienes más participación o interacciones (me gusta, comentarios o acciones) en comparación con otras formas de composición. Otra forma podría ser cuando estás recomendando un producto. ¿Ves más clics y ventas cuando incluyes un enlace en tu publicación a tu Tienda Digital o cuando compartes un enlace directamente al producto dentro de tu tienda digital? Esto ayuda a crear un contenido más efectivo antes de lanzarlo.

Publicación

Una publicación se refiere a cualquier actualización de estado de las redes sociales, foto o video, o un elemento compartido en un blog o foro.

Publicación fijada

Una publicación fijada es una publicación en las redes sociales que se guarda en la parte superior de tu página o perfil en Facebook®* o X*. Fijar una publicación es una excelente manera de presentar un anuncio importante o resaltar algunos de tus mejores contenidos.

Reacción

Las reacciones son una forma de interactuar en Facebook®*. Además de los «me gusta», las reacciones incluyen amor, interés, risa, asombro, tristeza y enojo. Cada una de estas reacciones está representada por un emoji. Puedes acceder a la opción de las reacciones al mantener el cursor en el botón «me gusta» o al presionarlo.

Reconocimiento de marca

El reconocimiento de marca es una métrica de las redes sociales que captura la probabilidad de que las personas conozcan la marca. Puedes medir el reconocimiento de marca durante un período de tiempo mediante el seguimiento de la cantidad de atención que la marca recibe en línea con las menciones y la interacción. Cuántas más personas te mencionen en línea, mayor será tu reconocimiento de marca.

X (anteriormente conocida como twitter)
*Instagram® es una marca registrada de Instagram, LLC.
*Facebook® es una marca registrada de Facebook, Inc.

Republicar (Repost, en inglés)

Republicar es compartir el contenido de otro usuario en las redes sociales. Esto incluye «regramear» (Instagram®*), «repostear» (Facebook®*) y «retuitear» (X*). También es compartir la publicación de otra persona de Instagram®* en tus historias de Instagram®*.

Responder

Responder es una función de las redes sociales que te permite responder públicamente al comentario de otro usuario, creando una secuencia de comentarios. En X*, respondes haciendo clic en el icono del comentario debajo del tuit en particular. En otras redes sociales, encontrarás un botón o enlace que diga «responder».

Retorno de la inversión (ROI, en inglés) de redes sociales

El ROI de redes sociales es una medida de cuánto obtienes del tiempo, el esfuerzo y los recursos que inviertes en tu estrategia de redes sociales. Es una forma de evaluar qué estrategias proporcionan el mayor valor y qué áreas de tu estrategia pueden no generar suficiente retorno.

Retuitar

«Retuitear» es compartir el tuit de otra persona con tus seguidores. Cuando haces clic en el botón «Retuit» en la versión web o en la aplicación de X*, puedes compartir el tuit como está o agregar un comentario para explicar por qué lo estás compartiendo.

Selfie

Una selfie es un autorretrato que normalmente se toma con la cámara frontal de la pantalla de un smartphone o con un palo de selfies (un palo que se conecta a la cámara). Las selfies se comparten comúnmente en las redes sociales como Instagram®, X* y Facebook®* usando el hashtag #selfie.

Seguidor

Los seguidores son personas que siguen tus cuentas en las redes sociales.

Tablero

Un tablero en las redes sociales es una herramienta que te permite administrar todas tus plataformas sociales desde una pantalla. El tablero te ayuda a programar, publicar, ver y responder publicaciones, y ver métricas. También es una manera de hacer seguimiento de las tendencias y las conversaciones en las redes sociales.

Tasa de amplificación

La velocidad con la que tus seguidores de las redes sociales comparten tu contenido a través de sus propias redes.

Tasa de conversión

La tasa de conversión se refiere a la división del número de conversiones por el número de seguidores. Es una métrica de redes sociales que permite medir cuán efectivos son tus esfuerzos en las redes sociales para alcanzar objetivos específicos de negocio.

Tasa de interacción

La tasa de interacción es una medida de cuántas personas interactúan con tu contenido en las redes sociales. Hay varias formas de calcular la tasa interacción, pero todas tienen como objetivo medir qué porcentaje de personas estuvieron expuestas a una publicación y eligieron interactuar con ella de alguna manera..

Tema de tendencia (Trending topic, en inglés)

Un trending topic o hashtag es un tema que es popular en las redes sociales en determinado momento. Las tendencias se destacan en las redes sociales como X* y Facebook®* para fomentar la discusión y la interacción entre sus usuarios. El concepto «trending» fue popularizado por primera vez por X* y luego fue incorporado por otras redes. Las tendencias que ves en X* y Facebook®* se basan en tu ubicación, a quién sigues y el contenido que te gusta.

Transmisión en vivo

Una transmisión en vivo es un video en tiempo real compartido a través de Internet. La mayoría de las redes sociales ahora ofrecen opciones de transmisión en vivo que incluyen la posibilidad de interactuar con los espectadores, quienes pueden enviar comentarios y preguntas por escrito durante la transmisión.

Trol

Un trol se refiere a una persona que es conocida por crear controversia en línea. Por lo general, pasan tiempo en foros, secciones de comentarios y salas de chat con la intención de interrumpir la conversación sobre un contenido mediante comentarios con el objetivo de generar una reacción.

Venta social

La venta social es un concepto de ventas en el que las personas aprovechan el poder de la comunicación social para interactuar con los clientes potenciales respondiendo sus preguntas, proporcionando contenido útil, aclarando información, etc.

Verificación

Tener una cuenta verificada en las redes sociales significa que demostraste tu identidad al proveedor de la plataforma de redes sociales y, a cambio, obtuviste una etiqueta verificada, generalmente en forma de marca de verificación. Esto generalmente está reservado para marcas, periodistas y otras figuras públicas como una forma de prevenir el fraude y proteger la integridad de la persona u organización detrás de la cuenta.

Viral

Viral es un término que se utiliza para describir una instancia en la que el contenido (un video, artículo de blog, foto, etc.) logra destacarse. La distribución viral se basa en gran medida en el boca a boca y en el intercambio frecuente de un contenido en particular en Internet.

Webinar

Un webinar es un seminario o una presentación en línea que organiza una persona o una empresa. La mayoría de las veces, el anfitrión requiere que los asistentes completen un formulario antes de otorgarles acceso para transmitir el audio y las diapositivas. En marketing, los webinars se llevan a cabo para educar a la audiencia sobre un tema en particular mientras se abre el espacio para que se produzca una discusión en las redes sociales—utilizando el hashtag personalizado del webinar.

X*

X* es una red social que funciona en tiempo real y le permite compartir a sus usuarios actualizaciones de 140 caracteres. Los usuarios pueden marcar como favoritos y retuitear publicaciones de otros usuarios, así como participar en conversaciones utilizando @menciones, respuestas y hashtags para clasificar su contenido.

YouTube®

YouTube® es la principal plataforma para compartir videos y es ahora propiedad de Google®. Tiene su sede en los Estados Unidos y tiene 2.000 millones de usuarios mensuales en todo el mundo.*** Las personas pueden cargar, ver, calificar, compartir, agregar a listas de reproducción y comentar videos así como suscribirse a canales de otros usuarios.

Vkontakte® es una marca registrada de VKontakte Ltd.

WeChat® es una marca registrada de Tencent Holdings Limited.

YouTube® es una marca registrada de Google LLC.

Google® es una marca registrada de Google LLC.

*X (anteriormente conocida como twitter) es una marca registrada de Twitter Inc.

Fuente: DMR Business Statistics, 2020.

**Fuente: Business of Apps, 2020.

***Fuente: Hootsuite, 2020.