



GLOSARIO DE TÉRMINOS

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Gestión comercial de
ventas**

Código: COM314_3

NIVEL: 3

Banner: (Anglicismo). Pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña.

Big data: (Anglicismo). Gestión y análisis de enormes volúmenes de datos que no pueden ser tratados de manera convencional, ya que superan los límites y capacidades de las herramientas de software habitualmente utilizadas para la captura, gestión y procesamiento de datos. En el sector logístico se emplea para aumentar la automatización de los procesos de inventario, crear almacenes inteligentes. Solventar problemas de última milla, conocer mejor a los clientes y evitar demoras o retrasos en la cadena de suministro.

Blíster: Tipo de envase, generalmente de plástico transparente, con una cavidad en forma de ampolla donde se aloja el producto, de tal forma que permite al mismo tiempo presentarlo en el punto de venta y protegerlo de golpes durante las operaciones de manipulado y transporte logístico.

Chatbot: Programa informático que utiliza inteligencia artificial (IA) y procesamiento del lenguaje natural (NLP) para comprender las preguntas de la clientela y automatizar las respuestas a dichas preguntas, simulando la conversación humana.

Conversion funnel: (Anglicismo). Embudo de conversión. En comercio electrónico, el embudo de conversión término que engloba el proceso y los distintos pasos que un usuario da dentro de una página web hasta cumplir un objetivo, ya sea completar una transacción o dejar sus datos en un formulario.

CRM: ("Customer Relationship Management". En español, Gestión de la Relación con el Cliente). Gestión 360° de ventas, marketing, atención al cliente y todos los puntos de contacto.

Cross-selling: (Anglicismo). Técnica de marketing que consiste en que un vendedor intenta vender productos complementarios a los que consume o pretende consumir un cliente.

Display: (Anglicismo). Expositor publicitario que se emplean en comercios con el fin de exponer, posicionar y hacer visible en el mercado un producto determinado.

Dispositivo happy or not: (Anglicismo). Elemento físico que se ubica en el punto de venta o punto de interés para que la clientela pueda expresar su nivel de satisfacción sobre un producto o servicio, normalmente, pulsando una carita con diferentes estados emocionales.

E-commerce: (Anglicismo. En español, comercio en línea). También comercio por Internet. Compra y venta de productos o de servicios a través de internet, tales como redes sociales y otras páginas web. También puede ser definido como una actividad económica que permite el comercio de diferentes productos y servicios a partir de medios digitales, como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales. Por medio de la red virtual, los clientes pueden acceder a

diversos catálogos de marcas, servicios y productos, en todo momento y en cualquier lugar.

E-CRM: Administración de relaciones con el cliente, sistema informático que recopila datos de una variedad de canales de comunicación diferentes: sitios web, teléfonos, correos electrónicos, chats en vivo, materiales de marketing y redes sociales de la compañía. A través de él, las empresas aprenden más sobre sus audiencias objetivo y cómo atender mejor sus necesidades.

E-newsletter: (Anglicismo). Boletín o publicación digital informativa que se distribuye a través de correo electrónico con cierta periodicidad (diaria, semanal, mensual, bimensual o trimestral). Normalmente contienen artículos de interés sobre la marca y del ámbito en que la misma se desenvuelve.

ERP: (Enterprise Resource Planning. En español, Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales). Software diseñado para administrar e integrar las funciones de los procesos empresariales de distintas áreas: finanzas, recursos humanos, cadena de suministro, administración de inventario y operaciones.

Escucha activa: Forma de comunicación que demuestra al hablante (emisor) que el oyente (receptor) le ha entendido. Existen varios niveles de escucha que se pueden emplear dependiendo de que del nivel de entendimiento que se alcanza en cada caso: parafrasear, reflejar el estado emocional, validar, estar completamente de acuerdo, relativización, entre otros.

Fidelización: Acción conducente a crear un vínculo entre la entidad u organización y el usuario, con el fin de incrementar y consolidar su práctica o consumo.

Identidad corporativa: Percepción que los clientes o consumidores tienen de una empresa, organización o institución. Estas emplean dicha identidad para diferenciarse de sus competidores y disfrutar de una mejor posición en su entorno económico.

Imagen corporativa: Percepción del público sobre una organización, el conjunto de creencias, actitudes, ideas, prejuicios y sentimientos de los consumidores y usuarios sobre la entidad. Esa imagen no depende únicamente de los productos y servicios que ofrece la organización sino también de la relación que establece con sus clientes, usuarios, trabajadores y la sociedad en general.

Inteligencia Artificial: Habilidad de una máquina de presentar las mismas capacidades que los seres humanos, como el razonamiento, el aprendizaje, la creatividad y la capacidad de planear.

Intranet: (Anglicismo). Red informática interna de una empresa u organismo, basada en los estándares de Internet, en la que las computadoras están conectadas a uno o varios servidores web.

IOT: (Internet of the Things. En español, Internet de las Cosas). Infraestructura en la que múltiples sensores incorporados a dispositivos comunes y cotidianos (objetos) registran, someten a tratamiento, almacenan y transfieren datos e

interactúan con otros dispositivos o sistemas haciendo uso de sus capacidades de conexión en red.

KPI: (Key Performance Indicator. En español, Indicador Clave de Rendimiento). Cada uno de los Indicadores que utilizan las empresas para supervisar y evaluar la eficiencia de sus operaciones diarias.

Merchandising: (Anglicismo). Área dentro de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta, a través de actividades que estimulan la compra en el punto de venta. Conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten ofrecer el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final.

Net Promoter Score: (Anglicismo). Indicador neto de promociones, proporciona información sobre el grado de satisfacción de la clientela de una empresa.

Networking: (Anglicismo). Actividad socioeconómica en la que profesionales y emprendedores se reúnen o contactan para formar relaciones empresariales, crear y desarrollar oportunidades de negocio, compartir información y buscar clientes potenciales.

NFC: ("Near-Field Communication", en español, comunicación de campo cercano). Tecnología de comunicación inalámbrica de corto alcance y alta frecuencia creada para el intercambio de datos entre dos dispositivos cercanos. Su radio de acción es de máximo 15 cm, con lo que ambos dispositivos tienen que estar muy próximos. La comunicación NFC se realiza mediante inducción al crear un campo magnético a través de las antenas en espiral de dos dispositivos cercanos.

Offline: (Anglicismo). En español "fuera de línea". Estado no activo de conectividad en Internet.

Online: (Anglicismo). Estado activo de conectividad en Internet.

Outsourcing: (Anglicismo). Externalización o tercerización es un acuerdo por el que una empresa contrata a otra para que se encargue de una actividad prevista o existente que se realiza o podría realizarse internamente y, en ocasiones, implica la transferencia de empleados y activos de una empresa a otra.

Protocolo: Conjunto de normas y procedimientos establecidos para el desarrollo de una actuación.

Redes móviles: Sistema que se precisa para que se dé una comunicación entre una central y los aparatos que se conectan a ella (en este caso, teléfonos móviles) y también entre centrales.

Redes sociales: (RR. SS.). Estructura formada en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ella, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

RFID: (Radio Frequency Identification. En español, Identificación de Radiofrecuencia). Sistema de almacenamiento y recuperación de datos remotos que usa dispositivos denominados etiquetas, tarjetas o transpondedores RFID. El propósito fundamental de la tecnología RFID es transmitir la identidad de un objeto (similar a un número de serie único) mediante ondas de radio. Las tecnologías RFID se agrupan dentro de las denominadas Auto ID (automatic identification, o identificación automática).

SEM: (Search Engine Marketing. En español, marketing en buscadores). Conjunto de herramientas, técnicas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad de sitios y páginas web a través de los motores de los buscadores pagando.

Sistemas de planificación de recursos: (ERP. En inglés, Enterprise Resource Planning). También planificación de recursos empresariales. Software diseñado para administrar e integrar las funciones de los procesos comerciales centrales como finanzas, recursos humanos, cadena de suministro y administración de inventario en un solo sistema.

Software como servicio: (SaaS). Modelo de software basado en la nube que ofrece aplicaciones a los usuarios finales a través de un navegador de Internet. Los proveedores de SaaS alojan servicios y aplicaciones para que la clientela pueda acceder a ellos bajo demanda.

Stock: (Anglicismo). Mercancía guardada en un almacén.

Transparencia: Acceso a la información interna de una institución que tienen los ciudadanos. El alcance, la precisión y la actualidad de esta información y qué pueden hacer los ciudadanos ante los obstáculos para acceder a ella.

Upselling: (Anglicismo). Técnica de marketing y de ventas que consiste en ofrecer a un cliente un producto similar al que tiene la intención de comprar. Normalmente se basa en ofrecerle algo más caro a lo que quiere comprar más prestaciones que el original.

Videoconferencia: Llamada mediante un sistema que permita la comunicación bidireccional y simultánea de imagen y sonido. Aplicación informática que la provee.