

Glosario Esencial de Marketing Digital

Para Docentes de Danza en la Era Digital

Introducción al Módulo

Si querés posicionarte como docente profesional en la era digital, necesitás hablar el idioma del marketing.

Este glosario no es técnico ni complejo.

Es una herramienta estratégica para que entiendas los conceptos que sostienen tu monetización artística.

Cada término está explicado de forma clara, aplicada a tu realidad como docente de danza.

A

Algoritmo

Sistema que utilizan plataformas como Instagram y TikTok para decidir qué contenido mostrar. Si tus alumnos interactúan (guardan, comentan, comparten), el algoritmo muestra más tu contenido.

Alcance (Reach)

Cantidad de personas únicas que ven tu publicación.

Anuncio (Ad)

Contenido pago que se muestra a una audiencia específica para promocionar clases o cursos.

Avatar / Cliente Ideal

Perfil detallado de tu alumno perfecto: edad, nivel técnico, objetivos, frustraciones y capacidad de inversión.

B

Branding

Construcción estratégica de tu identidad como docente: estética, mensaje, valores y posicionamiento.

Buyer Persona

Versión más desarrollada del avatar, basada en datos reales y comportamiento de compra.

Bounce Rate (Tasa de Rebote)

Porcentaje de personas que entran a tu página y se van sin realizar ninguna acción.

C

Call to Action (CTA)

Frase que invita a actuar: “Reservá tu lugar”, “Inscribite hoy”.

Conversión

Cuando una persona realiza la acción deseada (compra, inscripción, registro).

Copywriting

Redacción persuasiva orientada a vender sin perder autenticidad artística.

Contenido Orgánico

Publicaciones que no son pagas.

Contenido de Valor

Contenido que educa, inspira o resuelve un problema real del alumno.

CRM (Customer Relationship Management)

Sistema para organizar contactos y alumnos potenciales.

E

Embudo de Ventas (Funnel)

Proceso que transforma a un seguidor en alumno pago.

Engagement

Nivel de interacción con tu contenido (comentarios, guardados, compartidos).

Email Marketing

Comunicación estratégica por correo para nutrir y convertir alumnos.

F

Feed

Espacio principal donde se muestran tus publicaciones en redes.

Freemium

Estrategia donde ofrecés algo gratuito para luego vender una versión más completa.

I

Inbound Marketing

Estrategia de atraer alumnos a través de contenido educativo.

Insights

Datos estadísticos que muestran el rendimiento de tus publicaciones.

K

KPI (Indicador Clave de Rendimiento)

Métrica que determina si tu estrategia funciona (ventas, registros, clics).

L

Landing Page

Página creada exclusivamente para vender o captar registros.

Lead

Persona interesada que dejó sus datos.

Lead Magnet

Recurso gratuito que ofrecés a cambio del email (ej: mini clase o guía).

M

Marketing de Contenidos

Estrategia basada en educar antes de vender.

Monetización

Transformar tu conocimiento artístico en ingresos sostenibles.

Métricas

Datos que miden el rendimiento de tu estrategia.

N

Nicho

Segmento específico al que te dirigís (ej: bailarines adultos principiantes).

Newsletter

Correo periódico enviado a tu comunidad.

O

Oferta Irresistible

Propuesta clara y valiosa que facilita la decisión de compra.

Optimización

Mejora constante basada en resultados medidos.

P

Paid Media

Publicidad paga.

Posicionamiento

Lugar que ocupás en la mente de tu audiencia.

Prospecto

Persona interesada que aún no compró.

Prueba Social

Testimonios y resultados de alumnos.

R

Remarketing

Publicidad dirigida a personas que ya interactuaron con tu contenido.

ROI (Retorno de Inversión)

Ganancia obtenida en relación con el dinero invertido.

S

SEO (Optimización en Buscadores)

Técnicas para aparecer en buscadores como Google sin pagar anuncios.

Storytelling

Uso de historias para conectar emocionalmente.

Segmentación

Definir exactamente a quién le mostrás tu contenido o anuncios.

T

Target

Público objetivo.

Tráfico

Cantidad de personas que visitan tu perfil o página.

Tasa de Conversión

Porcentaje de visitantes que se convierten en alumnos.

U

Upsell

Ofrecer una versión superior o complementaria del producto.

User Experience (UX)

Experiencia que vive el alumno al interactuar con tu marca digital.

V

Valor Percibido

Lo que el alumno cree que vale tu propuesta.

Viralización

Cuando un contenido se comparte masivamente.

W

Webinar

Clase online en vivo o grabada utilizada para educar y vender.
