

Glossário das Siglas de Growth Marketing



Felipe Cyrillo


Growth Marketer



<https://www.linkedin.com/in/felipecyrillo>


Siglas de Growth Marketing

SIGLAS DE FRENTES DE ATUAÇÃO

SIGLA	SIGNIFICADO	DESCRIÇÃO
PR	Public Relations (Relações Públicas)	Iniciativa que conecta o negócio à imprensa, conquistando visibilidade para a marca em veículos que fazem sentido.
SEO	Search Engine Optimization (Otimização para Mecanismos de Busca)	Área que coordena todos os processos e melhorias necessários para que a marca tenha um posicionamento mais assertivo em mecanismos de buscas (ex: Google ou marketplaces). Passa desde otimização de conteúdo, até aspectos mais técnicos, como HTML e velocidade de carregamento.
ASO	App Store Optimization (Otimização para Lojas de Aplicativos)	Similar ao SEO, aqui se faz a otimização necessária para posicionamento mais assertivo do app da marca nas lojas (Play Store, App Store, ...).
<div> https://www.linkedin.com/in/felipecyrillo</div>		
CRO	Conversion Rate Optimization (Otimização da Taxa de Conversão)	Como o nome já diz, essa frente se trata de implementar cultura de melhoria contínua da taxa de conversão, testando e aprimorando seja a navegação do site, as comunicações e/ou o funil de aquisição.
CRM	Customer Relationship Management (Gestão de Relacionamento com o Cliente)	Time responsável pela estratégia de retenção e engajamento da base de clientes, seja por comunicações contínuas em diversos canais, programas de gamificação ou outras iniciativas.
UX / CX	User / Customer eXperience (Experiência do Usuário / Cliente)	Frentes responsáveis por garantir uma boa experiência em todo contato do lead/cliente com o produto/serviço e a marca. UX normalmente é mais associado à experiência de sites ou produtos digitais, e CX a visão mais holística de toda jornada, mas pode variar de empresa para empresa.

Siglas de Growth Marketing

SIGLAS DE RESULTADOS

SIGLA	SIGNIFICADO	DESCRIÇÃO
ARPU	Average Revenue Per User (Receita Média por Usuário)	Toda receita por um cliente durante um contato com seu produto/serviço.
LTV	Lifetime Value (Valor no Ciclo de Vida)	Toda receita ou lucro gerado por um cliente até que seja necessário um novo investimento de aquisição. Pode ser calculado multiplicando o ARPU pela média de meses que um cliente tem recorrência com sua marca.
MAU WAU DAU	Monthly / Weekly / Daily Active Users (Usuários Ativos Mensais / Semanais / Diários)	Quantidade de usuários que acessaram seu site ou aplicativo durante o período determinado.
<div> https://www.linkedin.com/in/felipecyrillo</div>		
CTR	Click Through Rate (Taxa de Cliques)	Porcentagem de cliques que algum conteúdo recebeu sobre o total de visualizações que esse conteúdo teve. Usada tanto para anúncios, quanto para abertura de e-mails ou botões em sites ou aplicativos.
CTOR	Click Through Open Rate (Taxa de Clique por Abertura)	Porcentagem de cliques que um e-mail recebeu sobre o total de vezes que ele foi aberto.
CR (ou CVR)	Conversion Rate (Taxa de Conversão)	Porcentagem de finalização de algum funil sobre o total de pessoas que entrou naquele funil (ex: vendas realizadas / total de vezes que uma compra foi iniciada). Também usada para conversões intermediárias (ex: total de vezes que um produto foi adicionado ao carrinho / total de acessos da página daquele produto).

Siglas de Growth Marketing

SIGLAS DE CUSTOS

SIGLA

SIGNIFICADO

DESCRIÇÃO

CAC

Customer Acquisition Cost
(Custo de Aquisição de Clientes)

Investimento médio necessário para trazer um novo cliente para seu produto ou serviço (ou reativar um cliente que já abandonou). É calculado dividindo o total investido em marketing e vendas pelo total de clientes que adquiriram o produto ou serviço no mesmo período.

Por vezes se usa só o investimento em marketing (ou até só em mídia de performance), gerando CACs incompletos ou intermediários.

Se a jornada de aquisição for longa, pode-se trabalhar com CAC-cohort, usando investimentos passados (ex: se seu processo de aquisição dura em média dois meses, pode dividir o investimento de 3 meses atrás pelo volume de clientes do mês passado).



<https://www.linkedin.com/in/felipecyrillo>

CPL

Cost Per Lead
(Custo por Lead)

Investimento médio necessário para adquirir um lead, seguindo as mesmas lógicas explicadas acima. Alguns times analisam também custos por leads qualificados, seja pelo time de Marketing, Vendas ou Produto; derivando o CMQL, CSQL ou CPQL, respectivamente.

CPA

CPC

CPM

Cost Per Action / Click / Mille
(Custo por Ação / Clique / Mil Impressões)

São as configurações mais comuns dos algoritmos de mídia. No geral se define se as campanhas devem ser otimizadas para obter o melhor custo por alguma ação determinada pelo anunciante (campanhas fundo de funil), o melhor custo por clique (meio de funil) ou o melhor custo por impressões no anúncio (topo de funil).

Siglas de Growth Marketing

SIGLAS DE FUNIL

SIGLA	SIGNIFICADO	DESCRIÇÃO
-------	-------------	-----------

AAARRR

Awareness (Consciência)
Acquisition (Aquisição)
Activation (Ativação)
Retention (Retenção)
Referral (Indicação)
Revenue (Receita)

Também conhecidas como Métricas Piratas, ou Funil Pirata (apeladas pelo som que a sigla gera), esses indicadores resumem o funil de aquisição, passando por quantas pessoas...
... são impactadas pela marca? (Consciência)
... tem alguma ação ativa com o produto ou serviço? (Aquisição)
... de fato assinam ou compram? (Ativação)
... possuem alguma recorrência? (Retenção)
... indicam ativamente a marca? (Indicação)
Finalizando com o ARPU (receita), já explicado nesse material.



<https://www.linkedin.com/in/felipecyrillo>

TOF
(ou TF)

MOF
(ou MF)

BOF
(ou BF)

Top / Middle / Bottom of
Funnel
(Topo / Meio / Fundo de
Funil)

Essas siglas servem para categorizar ações, campanhas ou comunicações de aquisição, seja por marketing ou vendas. Estão intimamente relacionadas com os As do funil pirata.

Normalmente, o topo de funil se refere aos conteúdos e ações de consciência, meio de funil ao que se chama acima de aquisição e o fundo de funil à ativação (ou conversão).

Lógica parecida pode ser aplicada às ações de CRM, considerando os Rs do funil, também de cima para baixo.

Siglas de Growth Marketing

OUTRAS SIGLAS VARIADAS

SIGLA	SIGNIFICADO	DESCRIÇÃO
ABM	Account Based Marketing (Marketing Baseado em Contas)	<p>Fortemente vinculado à frente de CRM - e muito importante para o Inbound marketing - esse conceito se refere ao marketing direcionado para um ou um grupo similar de clientes. O termo “conta” se refere ao conjunto de dados que o negócio já possui sobre o cliente, permitindo ações e comunicações mais direcionadas.</p> <p>Isso pode ser feito por meio de forte automação e inteligência de personalização, ou pelo simples uso de dados sobre a base de consumidores para elaboração de estratégias segmentadas.</p>
<div> https://www.linkedin.com/in/felipecyrillo</div>		
MGM	Member Get Member (Membro Indica Membro)	<p>Também muito vinculados ao CRM e Inbound Marketing, os programas de indicação de clientes são grandes aliados no ganho de eficiência do funil, e constróem um ativo proprietário para a marca.</p>
DSP	Demand Side Platform (Plataforma de Mídia Programática)	<p>DSPs são softwares que conectam veículos de mídia digital a anunciantes. O anunciante define o conteúdo dos anúncios e as características do público a ser impactado e a ferramenta distribui esses criativos em diversos canais. As mecânicas de sementação e formatos de anúncios variam de fornecedor para fornecedor</p>
AI (ou IA)	Artificial Intelligence (Inteligência Artificial)	<p>Em grande ascensão em 2023, esse antigo conceito define os softwares que são capazes de executar funções e gerar informações de forma automatizada a partir de análise computacional de dados já disponíveis no sistema e/ou na internet.</p>



Felipe Cyrillo
Growth Marketer