

Терминология интернет-маркетинга и интернет-рекламы

Словарь терминов применяемых в интернет-маркетинге и интернет-рекламе это набор терминов из совершенно разнообразных областей: рекламы, программирования, администрирования, IT-бизнеса.

Так же существует огромное количество жаргонных выражений, они приведены в кавычках.

Cost per Click – «цена за клик» - система оплаты интернет-рекламы, чаще всего применяется в контекстной рекламе.

Cost Per Mille / Cost Per Thousand – «цена за тысячу показов» - система оплаты интернет-рекламы, чаще всего применяется в баннерной рекламе.

Click-Through Ratio - «Си-Ти-Ар» отношение количества кликов по рекламному объявлению/баннеру к числу показов рекламного объявления / баннера, выраженное в процентах.

CR - коэффициент конверсии: отношение покупателей товара/услуги или пользователей сервисов данного сайта по отношению ко всем посетителям веб-страницы. Используется для определения эффективности веб-сайта или интернет-рекламы.

Page Rank - «пейдж ранк» алгоритм расчёта авторитетности страницы, используемый поисковой системой Google. Зависит от числа и качества ссылок на страницу.

Search Engine Optimization(SEO) - «сео» оптимизация сайтов для поисковых систем, поисковая оптимизация.

Search Engines Result Page(SERP) - «серп» страница выдачи результатов поиска.

Traffic - «траффик или трафф» количество посетителей сайта за определенную единицу времени.

Uniform Resource Locator(URL)- «УРЛ» уникальный интернет-адрес веб-страницы.

Usability - «юзабилити сайта» термин, обозначающий удобство пользования сайтом.

Бан – «запрещенное» - сленговое выражение, принятое для обозначения исключения сайта, к которому применялись запрещенные методы продвижения, из базы данных поисковой системы, и запрещение его индексации поисковыми роботами, употребляется например как «**забанить, забанили**»

Баннер - графический файл, который размещается на веб-странице и имеет ссылку на рекламируемый сайт.

Баннерная реклама - размещение баннеров на веб-страницах. Часто для баннерной рекламы используются баннерные сети.

Баннерообменная сеть - сервис, объединяющий веб-сайты, на страницах которых на условиях взаимного обмена размещаются баннеры участников сети и баннеры других компаний - на платной основе.

Браузер – «искатель» - программа, предназначенная для просмотра веб-страниц, самые распространенные это Internet Explorer, Mozilla, Google Chrome

Веб-сайт (сайт, интернет-ресурс, портал) - совокупность веб-страниц, объединенных общей тематикой, навигацией, общим url-адресом, связанных между собой гиперссылками и расположенных на одном сервере.

Веб-страница - html-файл, который является составной частью веб-сайта.

Внутренние факторы - факторы, значимые для видимости сайта в поисковой системе, связанные только с содержанием самого сайта (внутренними факторами являются тексты, размещенные на сайте, форматирование текста, тэги).

Главная страница - «хоумпейдж, морда, морда сайта» - главная, страница сайта открываемая браузером, при указании лишь доменного имени сайта, например: apple.com, ibm.com, nginx.ru.

Индекс Цитирования(ИЦ) - показатель известности сайта в сети интернет, определяется числом и значимостью ("весом") ссылок на сайт с других интернет-ресурсов.

Индексация - анализ поисковым роботом содержимого веб-страниц и внесение их в базу данных поисковой системы.

Клик - выбор пользователя при помощи "мыши" активного элемента интерфейса, содержащего гиперссылку, с последующей загрузкой какой-либо веб-страницы или запуском какого-либо процесса.

Конверсия - отношение числа посетителей, воспользовавшихся предлагаемой на сайте услугой, к числу пользователей, пришедших на сайт.

Конверсия (в терминологии интернет-рекламы) - отношение числа посетителей сайта, воспользовавшихся предлагаемой на сайте услугой, к числу пользователей, увидевших рекламу сайта, либо услуги; превращение посетителей веб-ресурса в покупателей или пользователей определенных сервисов (услуг), которым посвящён данный веб-сайт.

Контекстная реклама - реклама, показ которой привязывается к содержанию страницы.

Контент - информационное наполнение веб-сайта.

Логи, лог-файлы – файлы, в которых фиксируются все действия пользователя на сайте. Анализ лог-файлов - основной инструмент оценки эффективности веб-сайта или интернет-рекламы.

Медиаплан - план проведения рекламной кампании, включающий в себя сроки размещения, площадки, рекламные носители. Определяется стратегией рекламной кампании.

Навигация - система перемещения по интернет-сайту, включающая в себя меню, ссылки и т.д.

Переход - завершённый переход пользователя по гиперссылке, к которой привязан выбранный пользователем элемент интерфейса. Его отличие от клика состоит в том, что при клике переход на страницу, связанную гиперссылкой с определенным элементом интерфейса по различным причинам происходит не всегда.

Поисковая значимость запроса - количество и качество использования данного запроса пользователями поисковой системы.

Поисковая оптимизация(раскрутка сайта) - комплекс работ по изменению сайта и внешних факторов с целью увеличения потока целевых посетителей со страниц выдачи результатов поиска поисковых систем по заранее определенным запросам.

Поисковая оптимизация - это повышение релевантности документа (оптимизируемого веб-сайта), поисковым запросам.

Поисковая реклама - реклама, показ которой привязывается к содержанию страницы, демонстрируется на страницах выдачи поисковой системы, и привязывается к поисковым запросам.

Поисковая реклама - реклама, которая демонстрируется на страницах результатов выдачи поисковой системы. Поисковая реклама привязывается к определенным поисковым запросам. Как правило, поисковая реклама имеет текстовый формат. Ведущими системами размещения рекламы в поисковых системах в России являются "Яндекс. Директ", "Бегун" и "Google AdWords".

Поисковый запрос - слово или фраза, которую пользователь вводит в строку запроса поисковой системы.

Поисковый робот(бот, краулер) - программа, которая является частью поисковой системы, и предназначенная для индексации веб-страниц и занесения их в базу поисковика.

Поисковый спам - методы поискового продвижения, которые используются для повышения позиции сайта на страницах выдачи поисковой системы или (и) увеличения посещаемости, основанные на обмане поисковой системы.

Использование таких методов пресекается администрацией поисковых систем и в подавляющем большинстве случаев приводит к бану сайта.

Посещаемость - количество посетителей веб-сайта за определенный период времени.

Релевантность - мера смыслового соответствия полученной информации (найденных документов) поисковому запросу.

Семантическое ядро сайта - сумма целевых для данного сайта слов и словосочетаний, которая отбирается на основе анализа их поисковой значимости.

Таргетинг - настройка рекламной кампании, ограничение демонстрации рекламного сообщения по определенным признакам. Таргетинг бывает географический, временной, социально-демографический и т.д.

Уникальный посетитель - «уник» пользователь интернет, который посетил данный сайт с определенного компьютера, с использованием определенного программного обеспечения, впервые за определенный промежуток времени.

Хит - один показ одной веб-страницы. Количество хитов и количество пользователей - не одно и то же: за одну сессию пользователь может просмотреть далеко не одну веб-страницу.

Хост - компьютер, подключенный к Интернету, один IP-адрес.

Хост (в терминологии интернет-рекламы)- пользователь, просматривающий страницы (делающий хиты).

Хостинг - размещение на сервере, постоянно подключенном к интернету, файлов, из которых состоит веб-сайт.

Целевая аудитория - аудитория, на которую направлена рекламная кампания.

Целевой посетитель - пользователь, заинтересованный в товарах и услугах, которым посвящён сайт, потенциальный клиент, партнер, покупатель.