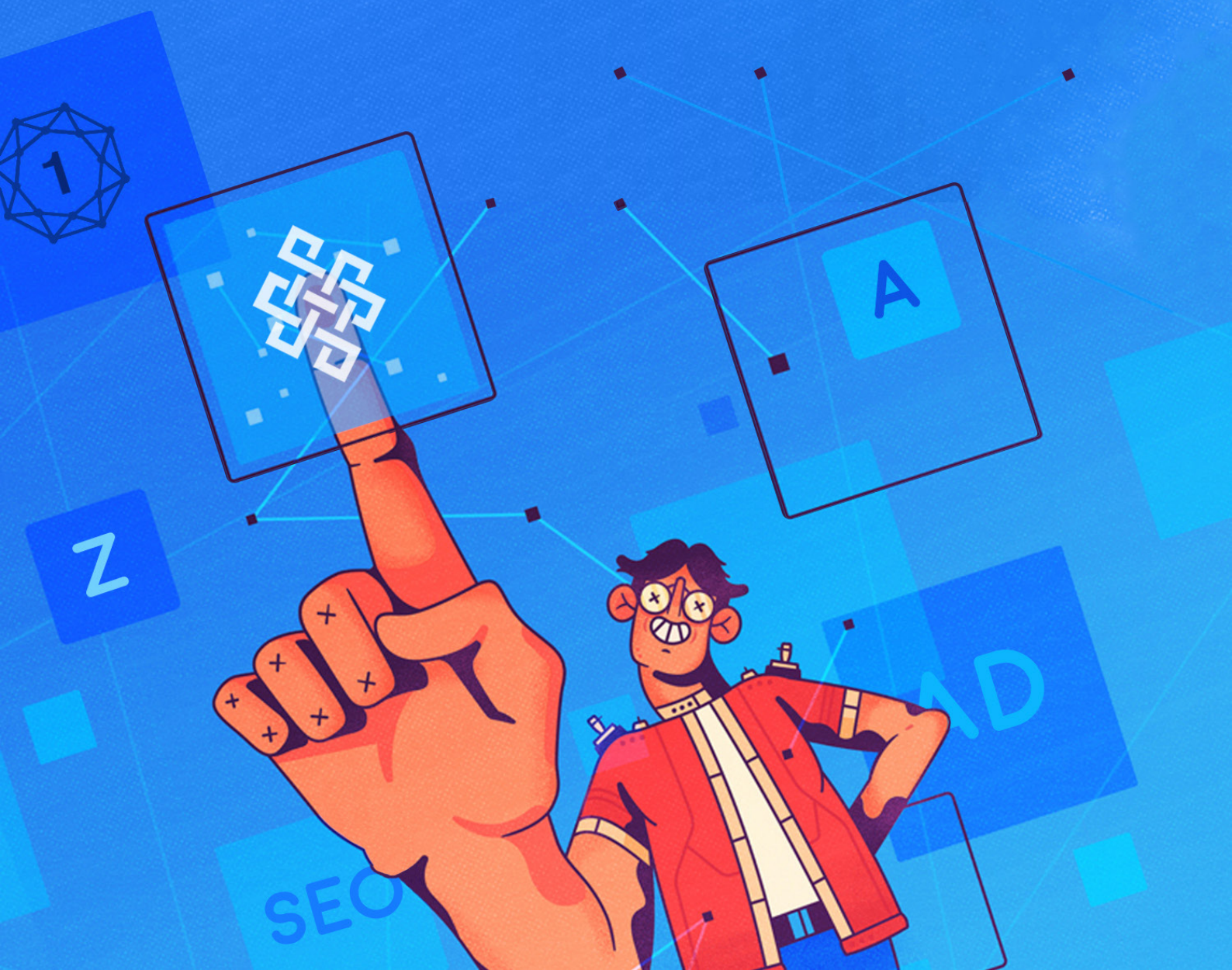


فرهنگ لغات و اصطلاحات بازاریابی دیجیتال

کاری از تیم محتوای نوین





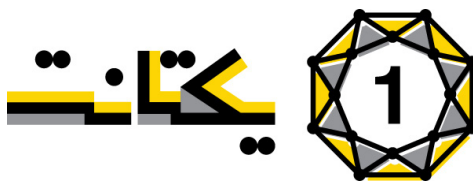
نوبین

این کتاب حاصل کوشش تمام اعضای نوبین است.
برای مشاهده سایر آموزش‌ها و خدمات، به سایت ما سر بزنید.

خدمات

آموزش‌ها

اسپانسر



یکتانت بزرگترین پلتفرم تبلیغات آنلاین در ایران؛
شما را قادر می‌سازد تا با استفاده از تبلیغات کلیدواژه‌ای و موضوعی مستقیماً به
جامعه هدف خود دست یابید و با حضور پررنگ در بزرگترین وبسایت‌های ایران،
بهترین نتیجه را از تبلیغات آنلاین بگیرید.

شروع تبلیغات

مقدمه

حتی اگر بخواهید به کهکشان دیگری سفر کنید، منطقی است که یک فرهنگ لغت جیبی یا کتاب راهنمای سفر به آن سیاره را دم دستتان بگذارید.

حالا هم که می‌خواهید از کهکشان دیجیتال مارکتینگ سر در بیاورید و زیر و بم آن را بشناسید، قطعاً یک کتاب که بتواند به شما الفبای این جهان را یاد بدهد، به دردتان خواهد خورد؛ که می‌شود همین کتابی که باز کرده‌اید.

در این کتاب تمامی اصطلاحات و واژه‌های مربوط به حوزه دیجیتال مارکتینگ از منابع مختلف گردآوری و دسته‌بندی شده است. ما تمام مفاهیم را به ساده‌ترین شکل ممکن برای شما توضیح داده‌ایم. در مواردی هم که احساس کردیم نیاز به توضیحات بیشتری وجود دارد، لینک مقالات مرتبط با آن موضوع را برای مطالعه بیشتر آورده‌ایم.

راستی، اگر به کلمه‌ای برخوردید که در این واژه‌نامه موجود نیست یا نکته‌ای که از قلم افتاده، حتماً آن را با ما در میان بگذارید تا بتوانیم آن را اضافه کنیم.

امیدواریم که این کتاب در مسیر رشد شما کمی هر چند کوچک باشد.

سمیرا سرباز

دسترسی سریع به لغات بر اساس حروف الفبا



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

برای مشاهده سایر کتاب‌ها و دوره‌های ما، حتماً به [نوین.آکادمی](#) سر بزنید.



برای مطالعه بیشتر دربارهٔ این ۲ نوع ریدایرکت و تاثیر آنها بر روی وبسایت شما و رتبه‌های آن در موتورهای جستجو، به [مجموعه آموزش‌های ریدایرکت نوین](#) مراجعه کنید.

404 ERROR

خطای ۴۰۴ زمانی رخ می‌دهد که صفحه مورد نظر شما در یک سایت پیدا نمی‌شود. شاید این صفحه حذف شده باشد و شاید هم اصلاً هیچوقت وجود نداشته است.

برای مثال ممکن است یک سایت دیگر به مقاله‌ای از سایت شما لینک داده باشد. حالا اگر شما این صفحه را از سایت خود حذف کنید، چه خواهد شد؟ در این صورت اگر کسی روی آن لینک کلیک کند با خطای ۴۰۴ مواجه خواهد شد. (اگر دوست داشتید ویدئوی [داستان خطای 404](#) را در وبلاگ نوین تماشا کنید.)



301 REDIRECT

ریدایرکت ۳۰۱ دستوری است که بازدیدکننده را از یک آدرس اینترنتی به آدرسی دیگر منتقل می‌کند.

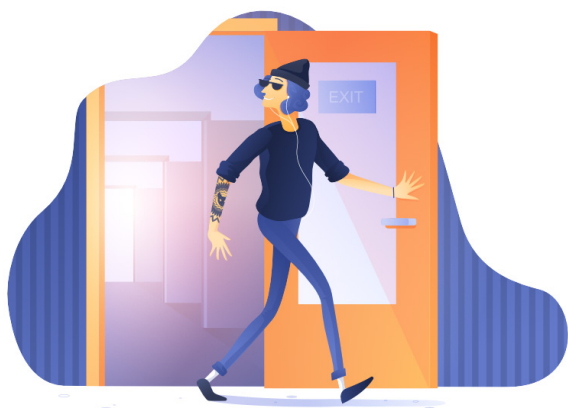
فرض کنید که آدرس A.com به B.com ریدایرکت ۳۰۱ شده باشد. به این ترتیب، هر کسی آدرس A.com را باز کند، به طور خودکار به آدرس B.com منتقل خواهد شد.

302 REDIRECT

ریدایرکت ۳۰۲ هم مانند ریدایرکت ۳۰۱ عمل می‌کند، با یک تفاوت کوچک.

در ریدایرکت ۳۰۱، شما به گوگل (و سایر موتورهای جستجو) اعلام می‌کنید که آدرس قبلی به طور دائمی تغییر کرده و در نتیجه آنها اعتبار صفحهٔ قبلی را تا حد زیادی به صفحهٔ جدید منتقل می‌کنند. اما ریدایرکت ۳۰۲ به این معنی است که این جابجایی موقتی است و نباید اعتباری جابجا شود.

ریدایرکت ۳۰۲ زمانی استفاده می‌شود که مشکلی موقتی در سایت شما پیش آمده باشد و بخواهید تا زمان درست شدن آن، بازدیدکنندگان را به یک آدرس اینترنتی دیگر منتقل کنید. در این حالت، اعتبار صفحه فعلی شما حفظ می‌شود.



ABANDONMENT RATE

Abandonment Rate یا نرخ ترک صفحه دارای دو تعریف متفاوت است و در دو جای مختلف به کار برده می‌شود.

تعریف اول مربوط به کاربرانی است که وارد وبسایت شما می‌شود و بدون آنکه تعاملی با شما داشته باشد، از آن خارج می‌شوند. در این حالت، به درصد کسانی که صفحه را ترک می‌کنند نسبت به تمام بازدیدکنندگان، نرخ ترک صفحه یا بانس ریت گفته می‌شود.

تعریف دوم هم برای وقتی است که کاربران آیتم‌هایی را به سبد خریدشان اضافه می‌کنند، ولی خرید را تکمیل نمی‌کنند و از سایت شما خارج می‌شوند. در این مواقع هم برای مشخص کردن تعداد کسانی که سبد خرید را رها می‌کنند نسبت به تمام خریداران، از اصطلاح نرخ ترک سبد خرید استفاده می‌شود.

تست A/B یک روش برای مقایسه عملکرد دو استراتژی مختلف بازاریابی است.

در این تست، شما دو نسخه متفاوت از یک تبلیغ، یک صفحه سایت یا ... ایجاد می‌کنید و به بخشی از کاربران خود نسخه اول و به بخش دیگر، نسخه دوم را نشان می‌دهید. (این تقسیم کاربران به صورت اتوماتیک و در لحظه توسط سیستم انجام می‌شود.) این تست معمولاً به مدت ۳ تا ۱۰ روز ادامه دارد تا نتایج آن قابل اتکا باشد.

در نهایت، با مقایسه عملکرد کلی این دو می‌توانید تشخیص دهید که کدام نسخه عملکرد بهتری داشته است. توجه داشته باشید که در تست A/B، بهتر است تفاوت بین دو نسخه فقط در یک المان مشخص باشد تا نتایج بدست آمده قابل اتکا باشند.



ADSENSE

گوگل ادسنس، پلتفرم شرکت گوگل برای ناشران تبلیغ است. این سرویس به صاحبان وبسایتها و اپلیکیشنها اجازه می‌دهد تبلیغ‌های متنی، تصویری و ویدئویی را بر روی وبسایت خود قرار دهند و از طریق نمایش این تبلیغات کسب درآمد کنند.

اگر به وبسایت‌های معروف انگلیسی زبان مراجعه کرده باشید، به احتمال زیاد متوجه تبلیغات بنری یا ویدئویی گوگل در گوشه و کنار آنها شده‌اید. این وبسایتها از گوگل ادسنس برای کسب درآمد استفاده می‌کنند.

متأسفانه امکان کسب درآمد از سرویس ادسنس گوگل به صورت مستقیم در ایران وجود ندارد.

ADWORDS

گوگل ادوردز، پلتفرم گوگل برای تبلیغ‌دهندگان است که اجازه تبلیغ در جستجوهای گوگل و سایر سایت‌های همکار گوگل را می‌دهد.

در سال ۲۰۱۸ نام این پلتفرم از گوگل ادوردز به [گوگل ادز](#) تغییر پیدا کرد.



ABOVE THE FOLD

به اولین بخشی از یک سایت یا اپلیکیشن که بلافاصله بعد از باز کردن می‌بینید، اصطلاحاً Above the Fold (معادل «بالای خط تا») یا پیشانی صفحه می‌گویند. پیشانی شامل تمام آن چیزی می‌شود که کاربر بدون نیاز به اسکرول در صفحه می‌تواند مشاهده کند.

اهمیت پیشانی سایت از نظر خیلی از متخصصان بسیار بالاست و باید تلاش کنید در همین فضا و به ساده‌ترین شکل ممکن، مهمترین اطلاعات را در اختیار کاربر قرار دهید.



بالای
خط تا

پایین
خط تا

AD NETWORK

شبکه‌های تبلیغاتی به پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین گفته می‌شود که به عنوان یک واسطه میان رسانه‌ها و تبلیغ‌دهنده‌ها عمل می‌کنند.

AD SPACE

فضاهای تبلیغاتی یک وبسایت را می‌گویند.

AGILE MARKETING

در بازاریابی چابک دقیقاً مثل مدیریت چابک، هدف ما افزایش سرعت و انعطاف فرآیندهای بازاریابی یک مجموعه است و برای این منظور، فعالیت‌های تیم بازاریابی خود را به بخش‌های کوچکتری تقسیم می‌کنیم.

این روش بازاریابی به ما اجازه می‌دهد تیم بازاریابی خود را بهتر مدیریت کنیم، آگاهی بیشتری نسبت به تغییرات بازار داشته باشیم، بهتر با آنها هماهنگ شویم و سریع‌تر جلوی روش‌های بازاریابی کم‌بازده و همین‌طور اشتباهات بازاریابی خود را بگیریم.

در صورت علاقه می‌توانید به سراغ مقاله ما درباره [مدیریت و بازاریابی چابک](#) بروید تا درباره روش چابک و راهکارهای آن اطلاعات بیشتری کسب کنید.)



AFFLIATE

همکار فروش یک مجموعه یا شخص است که محصولات و خدمات شما را می‌فروشد و در ازای هر فروش از شما مبلغی به عنوان پورسانت دریافت می‌کند.

AFFLIATE MARKETING

یک همکار محصولات شما را بازاریابی می‌کند و شما در ازای هر فروش به او مبلغی را می‌دهید؛ به این کار بازاریابی اشتراکی، همکاری در فروش یا Affiliate Marketing می‌گویند.

برای پیاده‌سازی این روش بازاریابی در دنیای دیجیتال، از سیستم‌های همکاری در فروش استفاده می‌شود که تمام فرآیند فروش و دریافت پورسانت را اتوماتیک می‌کنند.

AGILE

یک روش مدیریتی است که اولین بار با هدف افزایش بازدهی و انعطاف تیم‌های برنامه‌نویسی ابداع شد. در این روش، یک پروژه بزرگ به چند بخش کوچک و در عین حال شفاف تجزیه می‌شود تا سرعت، انعطاف و اثربخشی پروژه افزایش پیدا کند.

در فارسی به این روش مدیریتی اصطلاحاً مدیریت چابک می‌گویند.

ALGORITHM UPDATE

منظور زمانی است که یک الگوریتم تغییر می‌کند. در دنیای دیجیتال از این اصطلاح عموماً برای اشاره به آپدیت‌های گوگل و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌شود.

این آپدیت‌های الگوریتم می‌توانند تاثیر قابل توجهی در بازاریابی کسب و کارها داشته باشد.

ALT TEXT

Alt Text یا متن جایگزین (کوتاه شده Alternative Text) به متنی گفته می‌شود که در توضیح یک تصویر نوشته می‌شود و در [HTML](#) یا به کمک [CMS](#)ها به تصویر اضافه می‌شود.

نوشتن توضیح جایگزین به موتورهای جستجو کمک می‌کند که مفهوم یک تصویر را بفهمند و بنابراین برای سئو اهمیت دارد.

به این متن اصطلاحاً **Alt Description** یا توضیحات جایگزین نیز می‌گویند.

افزون بر این، مرورگرها قابلیت دارند که معمولاً افراد نابینا یا دارای اختلال بینایی برای شنیدن مطالب آنلاین از آن استفاده می‌کنند. خواندن این تگ‌ها توسط مرورگر، انتقال مفهوم و محتوای تصاویر را برای این افراد امکان‌پذیر می‌کند.

ALEXA

یکی از سرویس‌های شرکت آمازون است که محبوبترین قابلیت آن، سیستم رتبه‌بندی وبسایت‌ها از نظر تعداد بازدیدکننده‌هاست. به رتبه الکسای یک وبسایت، **Alexa Rank** می‌گویند. ([+ مطالعه راهنمای بهبود رنک الکسا](#))

ALGORITHM

کلمه الگوریتم به معنی یک فرآیند یا مجموعه‌ای از قوانین است که در محاسبات کامپیوتری به اجرا در می‌آید.

در حوزه بازاریابی دیجیتال، از لغت الگوریتم معمولاً برای اشاره به روش کار و قوانین مربوط به موتورهای جستجو و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌شود.

برای مثال، موتور جستجوی گوگل برای رتبه‌بندی وبسایت‌ها از الگوریتم‌های مختلفی استفاده می‌کند. هدف این الگوریتم‌ها، شناسایی سایت‌های با کیفیت و مناسب برای نمایش به کاربر است.

همین موضوع در مورد یک شبکه اجتماعی مثل اینستاگرام نیز وجود دارد. اینستاگرام از الگوریتم‌های مختلفی استفاده می‌کند تا مطمئن شود بهترین پست‌ها را به کاربران خود نمایش می‌دهد.

API

کلمه API مخفف Application Programming Interface است که به فارسی می‌شود: رابط برنامه‌نویسی نرم‌افزار. با استفاده از API می‌توانید بین نرم‌افزارهای مختلف ارتباط ایجاد کنید.

تا به حال سایت‌هایی را دیده‌اید که در صفحات خود از نقشه گوگل برای نشان دادن آدرس دقیق دفترشان استفاده می‌کنند؟ این کار با استفاده از API ارائه شده توسط گوگل ممکن شده است. یک مثال دیگر، API [سامانه ملی پیامک](#) است. در حالت عادی شما باید از پنل خود ملی پیامک برای ارسال و دریافت پیامک‌های خود استفاده کنید. اما با استفاده از API این سامانه می‌توانید وبسایت، اپلیکیشن یا هر نرم‌افزار دیگری را به این سامانه متصل کنید و از طریق خود آن پیامک بفرستید.

به بیان دیگر، هر برنامه و نرم‌افزار (آفلاین و آنلاین) که API داشته باشد، به برنامه‌های دیگر اجازه استفاده از امکانات خود را می‌دهد.

APP

از اصطلاح اپ یا اپلیکیشن (به معنی برنامه) برای اشاره به نرم‌افزارهای طراحی شده برای سیستم عامل‌های موبایل استفاده می‌شود.

ANALYTICS

به فرایند جمع‌آوری و بررسی داده‌ها درباره ترافیک یک رسانه، آنالیتیکس می‌گویند.



ابزارهای زیادی برای بررسی و آنالیز کردن ترافیک سایت و اپلیکیشن وجود دارد که محبوبترین آن‌ها ابزار [گوگل آنالیتیکس](#) است. همچنین راهکارهایی برای بررسی آمار شبکه‌های اجتماعی نیز (معمولاً ابزارهای خودشان) وجود دارد.

ANCHOR TEXT

زمانی که شما به یک صفحه دیگر از اینترنت [لینک](#) می‌دهید، باید یک بخش از متن را مشخص کنید که کاربر با کلیک بر روی آن به لینک شما هدایت شود. به این متن لینک‌شده اصطلاحاً [انکر تکست](#) گفته می‌شود.

به عبارت دیگر انکر تکست همان عنوان لینک است که با یک رنگ دیگر یا آندرلاین مشخص است. (شما همچنین می‌توانید یک تصویر را لینک کنید. در این حالت انکر تکست شما همان تصویر لینک‌شده خواهد بود.)

AUTORESPONDER

سرویس پاسخ خودکار است که معمولاً توسط ایمیل یا پیامک ایجاد می‌شود.

تا به حال شده است برای یک شرکت پیامی بفرستید و بلافاصله ایمیل یا پیامکی دریافت کنید که به شما بگوید پیامتان دریافت شده و در اسرع وقت پاسخ مناسب آن ارسال می‌شود؟ این همان پاسخ خودکار است.

اکثر سرویس‌های مدیریت ایمیل و پیامک از این قابلیت پشتیبانی می‌کنند و به کمک آنها خیلی راحت می‌توانید پاسخ‌های خودکاری تنظیم کنید که در واکنش به رفتارهای مختلف کاربران شما ارسال شوند.

AVATAR

به تصویری گرافیکی یا کارتونی که به عنوان عکس پروفایل یک کاربر در رسانه‌های مختلف اینترنتی مثل وبسایت، اینستاگرام و ... قرار داده می‌شود آواتار می‌گویند.



AUTHOR

به معنای نویسنده است؛ نویسنده یک مقاله یا یک کتاب.

AUTHORITY

برای اشاره به اعتبار یک رسانه از کلمه Authority استفاده می‌شود. این اعتبار می‌تواند از ۲ نظر باشد:

۱. اعتباری که یک وبسایت، اپلیکیشن یا رسانه برای مخاطب خود دارد.

۲. اعتباری که یک وبسایت نزد موتورهای جستجویی مثل گوگل کسب کرده است. ابزارهایی مثل Moz و Ahrefs می‌توانند میزان اعتبار یک سایت نزد موتورهای جستجو را به صورت حدودی مشخص می‌کنند.

AUTHORITY SITE

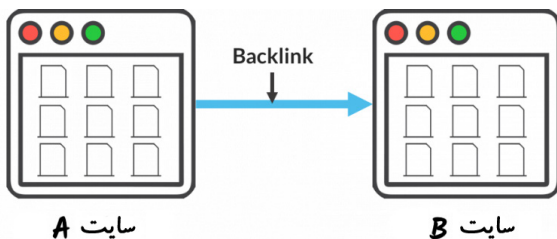
سایت‌هایی که به دارای اعتبار زیادی در یک زمینه مشخص هستند را سایت‌های معتبر (Authority Site) آن حوزه می‌نامند.

منظور از این اصطلاح در درجه اول، معتبر بودن سایت نزد مخاطبان و کاربران است و در درجه دوم، نزد موتورهای جستجو.

این گونه سایت‌ها به عنوان سایت‌های مرجع نیز شناخته می‌شوند.

BACKLINK

به لینک‌هایی گفته می‌شود که از طرف سایت‌های دیگر به سایت ما داده می‌شود. این لینک‌ها در واقع نوعی حمایت از سایت ما محسوب می‌شوند و به همین دلیل با کلمه Back همراه هستند.



بک‌لینک‌ها نه تنها در جذب ورودی از سایت‌های دیگر، بلکه در سئو (افزایش رتبه سایت در گوگل) نیز از اهمیت زیادی برخوردارند.

BANNER AD

بنرها، تبلیغاتی هستند که در سایت‌ها در قالب عکس یا انیمیشن (GIF) نمایش داده می‌شوند.

تا ۲۰٪
تخفیف

تبلیغات بنری را به ما بسپارید

BELOW THE FOLD

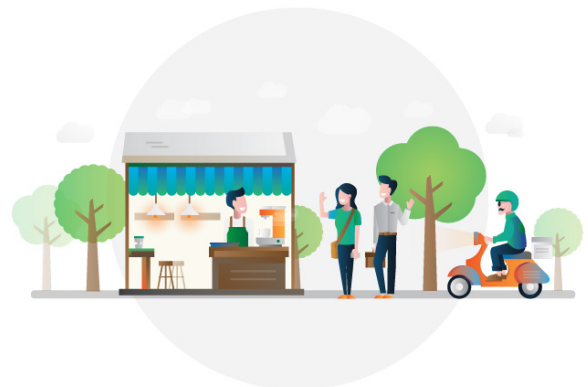
بخشی از یک وبسایت (یا اپلیکیشن) که تا وقتی اسکرول نکنید و در صفحه پایین نروید، دیده نخواهد شد.

B2B

به کسب و کارهایی که مشتریان آن‌ها کسب و کارهای دیگر هستند، B۲B یا Business to Business می‌گویند. برای مثال طراحی سایت یک بیزینس B۲B است. برای مطالعه بیشتر به مقاله بازاریابی صنعتی نوین مراجعه کنید.

B2C

به کسب و کارهایی که مشتریان آن‌ها مصرف کنندگان نهایی محصول هستند B۲C یا Business to Consumer می‌گویند. برای مثال کارخانه تولید شامپو یک بیزینس B۲C است.



برای مطالعه بیشتر به مقاله بازاریابی مصرفی نوین مراجعه کنید.

BACK-END

آن بخشی از یک سایت، اپلیکیشن یا نرم‌افزار که توسط کاربر دیده نمی‌شود و ابزارها و امکانات مدیریت را به شما می‌دهد.

BLOGROLL

بلاگ رول یک لیست از وبلاگ‌هایی است که یک بلاگر دوست دارد و دنبال می‌کند.

BOOKMARK

زمانی که شما یک صفحه از اینترنت را در مرورگر خود بوکمارک می‌کنید، این صفحه به لیست صفحات برای دسترسی راحت‌تر در آینده به لیست صفحات مورد علاقه شما اضافه می‌شود.

BOT

برنامه‌های اتوماتیکی که با اهداف مختلف به وبسایت‌ها سر می‌زنند. برای اطلاعات بیشتر به کلمه [کراولر](#) رجوع کنید.

BOUNCE RATE

بانس ریت یا نرخ پرش، به درصد خروج افراد از سایت بدون هیچگونه تعاملی با آن گفته می‌شود. در بیان عامیانه، این درصد نشان‌دهنده کاربرانی است که پریده‌اند. نرخ پرش با اصطلاح [Exit Rate](#) نیز شناخته می‌شود. ([مطالعه بیشتر](#))

فرمول محاسبه بانس ریت

$$\left(\frac{\text{تعداد خروج بدون تعامل}}{\text{تعداد کل بازدیدکنندگان سایت}} \right) \times 100$$

BING

بینگ موتور جستجوی مایکروسافت است. در حال حاضر، بینگ موفق شده سهم کوچکی از بازار جستجو را بدست بگیرد.

BLACK HAT SEO

به فعالیت‌هایی که برای فریب دادن و دور زدن موتورهای جستجو با هدف افزایش رتبه یک وبسایت در نتایج یک جستجو انجام می‌شود را اصطلاحاً **سئو بلک هت** می‌نامند.

موتورهای جستجو در صورتی که متوجه این فعالیت‌ها شوند، سایت مذکور را جریمه می‌کنند. بنابراین معمولاً سایت‌هایی که به دنبال نتیجه‌گیری مطلوب در طولانی‌مدت و رشد پایدار هستند، به سراغ این روش نمی‌روند.

BLOG

بلاگ (مخفف وبلاگ) به آن وبسایت‌ها و صفحاتی گفته می‌شود که از مجموعه‌ای از نوشته‌ها و مقالات، تصاویر، ویدئوها و ... تشکیل شده باشند. یک وبلاگ می‌تواند شخصی باشد یا شرکتی.

BLOGGING

شخصی که در یک وبلاگ می‌نویسد را بلاگر می‌نامند و کار نوشتن در وبلاگ را بلاگینگ.

BRAND IMAGE

تصویر برند به مجموعه برداشت‌ها و تصوراتی اطلاق می‌شود که از کل موجودیت یک برند - چه بر اساس واقعیت و چه براساس برداشت‌های شخصی - در ذهن مخاطبان و مشتریان آن برند شکل گرفته است.

تصویر برند در طول زمان به وجود می‌آید؛ با تبلیغات شکل می‌گیرد و بعد از تجربه کردن محصول برند توسط مشتری به ثبات نسبی می‌رسد.

BRAND SLOGAN

شعار برند یا Brand Slogan یک عبارت یا جمله ساده، جذاب و کوتاه است که از آن در آگهی‌های تبلیغاتی برند استفاده می‌شود.

خواندن مقاله «[چطور یک شعار تبلیغاتی فوق‌العاده بنویسیم؟](#)» می‌تواند اطلاعات بسیار زیادی در این زمینه به شما بدهد.

BRANDING

به تمامی کارهایی که باعث می‌شود نام یک برند و محصولات آن در بین مردم شناخته شود و جا بیفتد - از انتخاب نام و طراحی لوگو گرفته تا فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات - برندینگ می‌گویند.

BRAND

منظور از برند، کسب و کاری است که توانسته در بازاری مشخص به اسم و رسم برسد. اپل، گوگل، میکروسافت، کوکاکولا، استارباکس و مک‌دونالد از برندهای شناخته شده جهانی هستند.

همچنین برند نامی است که به کلیت یک مجموعه و تصویر آن از نقطه نظر مشتری اطلاق می‌شود.

[پرسش‌نامه هویت برند و مشتری نوین](#) می‌تواند در این زمینه مفید باشد.

BRAND AWARENESS

آگاهی از برند یعنی آنکه [مخاطبین هدف](#) یک برند به چه میزان آن برند و تصویرش را می‌شناسند و آن را تشخیص می‌دهند.

میزان آگاهی از برند از جمله مواردی است که برای هر کسب و کاری حائز اهمیت است. چرا که هر چه قدر برندی شناخته‌شده‌تر باشد، طبعاً میزان فروش بیشتری را تجربه خواهد کرد.



BROWSER

مرورگر نرم‌افزاری است که برای مشاهده صفحات وب به کار می‌رود. گوگل کروم، فایرفاکس، اینترنت اکسپلورر و سافاری مرورگرهایی هستند که اکثر ما آنها را می‌شناسیم.

طرز کار مرورگرها ساده است: آنها کدهای یک وبسایت (شامل HTML و CSS و گاهی JavaScript) را دریافت می‌کنند و این کدها را به محتوای بصری برای کاربر تبدیل می‌کنند

BUYER PERSONA

پرسوناهای خریدار یا مشتری، مجموعه‌ای از شخصیت‌های فرضی هستند که الگوهای رفتاری، اهداف، نیازها و ویژگی‌های شخصیتی آنها بر اساس مشتری‌های ایده‌آل ما شکل می‌گیرد.

طراحی این پرسوناها کمک می‌کند نگاهی انسانی به مشتری‌ها داشته باشید، آنها را بهتر بشناسید و روش‌های بازاریابی بهتری را برای دسترسی به آنها استفاده کنید. ([+مطالعه بیشتر](#))

BUYER'S JORUNNEY

سفر مشتری است؛ از اولین برخورد او با شما تا زمانی که خرید را انجام می‌دهد و حتی پس از آن. شناخت سفر مشتری به بازاریابی بهتر شما کمک بسیاری می‌کند.

BREADCRUMBS

بردکرامبز یا همان خرده‌های نان اصطلاحی است که از داستان هانسل و گرتل گرفته شده است؛ خواهر و برادری که مادر و پدرشان به دلیل نداشتن غذای کافی آنها را در جنگل رها می‌کنند. هانسل و گرتل برای اینکه به خانه برگردند مسیر بازگشت را با خرده‌های نان نشانه‌گذاری می‌کردند.

در سایت نیز Breadcrumbs عملکرد مشابهی دارد. کاربر از صفحه خانه یک سایت به صفحه ساعت و سپس ساعت هوشمند می‌رود. این مسیر نشانه‌گذاری می‌شود تا اگر خواست به راحتی به صفحات قبلی بازگردد.

مد و پوشاک / ساعت / گجت پوشیدنی / ساعت هوشمند

BROKEN LINK



لینک‌های شکسته آن لینک‌هایی هستند که زمانی به یک صفحه از

اینترنت داده شده‌اند، اما به دلیل حذف شدن آن صفحه اکنون به هیچ جا هدایت نمی‌شوند و بی‌فایده هستند.

توصیه می‌شود برای گمراه نشدن کاربر و همینطور سئو بهتر، این لینک‌ها تا جای ممکن پیدا شده و حذف شوند.



CAMPAIGN

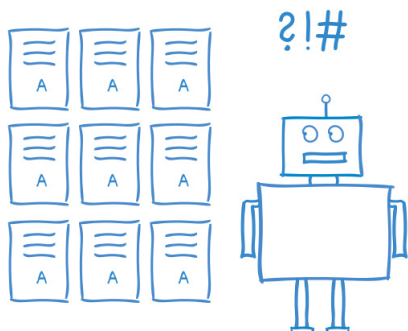
در کل، به مجموعه کارهایی که برای یک هدف مشخص انجام می‌شود، کمپین می‌گویند و یک نمونه از آن، کمپین‌های تبلیغاتی هستند.

کمپین‌های تبلیغاتی می‌توانند اهداف متفاوتی داشته باشند (مثلاً برندسازی یا افزایش فروش) و همزمان از چند رسانه مختلف (وبسایت، شبکه‌های اجتماعی، ایمیل و ...) استفاده کنند.

CANONICAL TAG

کاننیکال یک کد مشخص است که به قسمت HEAD کدهای HTML اضافه می‌شود و گوگل با استفاده از آن متوجه می‌شود که محتوای درج شده در یک آدرس اینترنتی (URL)، تکراری از محتوای یک صفحه دیگر است.

به کمک این تگ شما می‌توانید در صورت وجود محتوای یکسان (که در سئو تاثیر منفی دارد)، به گوگل بگویید که کدام محتوا را باید بررسی کنید. مثلاً می‌گویید که آدرس homepage همان home است.



CAC

Customer Acquisition Cost یا هزینه جذب مشتری، مبلغی است که یک مجموعه برای جذب هر مشتری خرج می‌کند.

فرمول محاسبه CAC

$$\left(\frac{\text{کل هزینه بازاریابی و تبلیغات}}{\text{تعداد مشتریان جذب شده}} \right)$$

مثلاً فرض کنید شرکتی برای یک سال ۱۰۰ میلیون تومان بودجه تبلیغاتی در نظر گرفته و ۲۰ هزار مشتری جذب می‌کند. میانگین CAC این شرکت می‌شود: ۵ هزار تومان.

طبیعتاً میزان سود شما از محصول، باید از میانگین هزینه جذب هر مشتری بیشتر باشد.

CACHE

منظور از کش یا Web Cache فایل‌های اینترنتی است که به صورت موقت در کامپیوتر شما ذخیره می‌شوند تا سرعت بارگزاری صفحات اینترنتی افزایش پیدا کند.

برای مثال، معمولاً تصاویر اینترنتی برای مدتی در کامپیوتر شما کش شده و اگر صفحه مربوطه دوباره باز شود، دیگر دانلود نمی‌شوند.



CDN

Content Delivery Network یا شبکه توزیع محتوا، به شبکه‌ای عظیم از سرورها گفته می‌شود که در نقاط مختلف دنیا پخش شده‌اند. سرویس CDN با توجه به موقعیت جغرافیایی کاربران، از طریق نزدیک‌ترین سرور موجود، محتوا را به آنها ارائه می‌دهد.

این شبکه‌ها با کم کردن فاصله بین کاربر و سرور، در سرعت بخشیدن به تحویل محتوا تاثیر به سزایی دارند و در نتیجه، تمام وبسایت‌های بزرگ بین‌المللی مثل گوگل، یاهو، فیسبوک و ... از آنها استفاده می‌کنند. اما یک وبسایت بومی نیازی به این فناوری ندارد.

CHURN RATE

به درصد کاربران و مشتری‌هایی که رابطه خود را با کسب و کار ما قطع می‌کنند، نرخ ریزش یا Churn Rate می‌گویند.

برای مثال، اگر در طول ۱ سال ما از ۵۰۰۰ نفر مشترک خبرنامه خودمان، ۱۰۰ نفر را از دست بدهیم، نرخ ریزش ما ۲٪ است.

نرخ ریزش بیشتر برای کسب و کارهایی معنا دارد که سرویس‌های اشتراکی ارائه می‌دهند. برای مثال یک اپراتور تلفن همراه، یک مجله ماهیانه یا ...

CAPTCHA

کیچا ابزاری برای جلوگیری از اسپم (محتوای بی‌ارزش) است.

کیچا به شکل سوالاتی است که حل آنها برای ربات‌ها مشکل است و شما با پاسخ به آنها نشان می‌دهید که انسان هستید:

مثلاً درخواست برای نوشتن حروف درهمی که در یک تصویر نمایش داده شده است یا مشخص کردن تصاویری که در آنها یک خودرو وجود دارد، ۲ نوع مختلف از کیچا هستند.

CASE SENSITIVE

سیستمی که به کوچک یا بزرگ بودن حروف حساس باشد، Case Sensitive است.

برای مثال پسوردهای شما عمدتاً نسبت به حروف کوچک و بزرگ حساس هستند؛ این یعنی هنگام ورود نمی‌توانید به جای g از G استفاده کنید.



CLOAKING

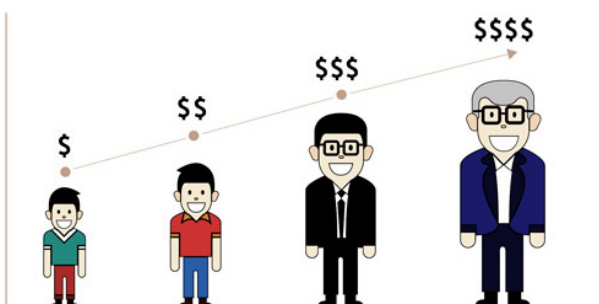
زمانی کلوکینگ (پنهان‌کاری) اتفاق افتاده است که آنچه که در یک صفحه وب به کاربر نمایش داده می‌شود، با آنچه به موتورهای جستجو نمایش داده می‌شود، متفاوت باشد.

کلوکینگ برای فریب دادن موتورهای جستجو استفاده می‌شود و یک تکنیک [سئو کلاه سیاه](#) است.

CLV

Customer Lifetime Value یا ارزش طول عمر مشتری شاخصی است که نشان می‌دهد یک مشتری از ابتدای آشنایی با یک برند تا زمانی که رابطه خود را قطع کرده، برای برند چقدر سود داشته است.

برای مثال فرض کنیم شما در طول ۱ سال آشنایی با یک رستوران، ۲ میلیون تومان از آن خرید کرده‌اید. در این حالت، CLV شما برای این رستوران، با فرض گرفتن ۵۰٪ سود برای آن، معادل ۱ میلیون تومان می‌شود.



CITATION

هر زمانی که در یک صفحه دیگر از اینترنت، نامی از شما برده شود (صرف نظر از وجود لینک)، یک Citation اتفاق افتاده است.

CLICKBAIT

کلیک‌بیت یا تله‌کلیک به لینکی گفته می‌شود که با هدف ترغیب کاربر برای کلیک کردن ایجاد شده است.

این اصطلاح معمولاً وقتی به کار می‌رود که محتوای مقصد غیر مرتبط و فاقد ارزش باشد.

برای مثال، یک عنوان را فرض کنید که به شما وعده می‌دهد «۱۰ راز بزرگ لاغری را کشف کنید» و زمانی که روی آن کلیک می‌کنید، وارد صفحه‌ای می‌شوید که از شما می‌خواهد برای دریافت مشاوره پولی لاغری یک فرم را تکمیل کنید.

CLICKSTREAM

فعالیت کاربر در جهان اینترنت بر اساس ترتیب لینک‌هایی که بر روی آنها کلیک می‌کند را کلیک استریم یا جریان کلیک می‌گویند.

در وبسایت شما نیز این جریان کلیک وجود دارد: اینکه کاربران روی کدام لینک‌ها کلیک کرده‌اند، به چه ترتیبی صفحات شما را دیده‌اند و مسیر کلی آنها در سایت شما چه بوده است.



CONTACT FORM

فرم‌های تماسی که کاربران می‌توانند برای ارسال پیام به شما یا ثبت یک درخواست تکمیل کنند.

CONTENT

Content یعنی محتوا. محتوا انواع مختلفی دارد: متنی، گرافیکی، تصویری، ویدئویی و صوتی.



دانلود ایبوک بمب‌گذاری در محتوا

CONVERSION

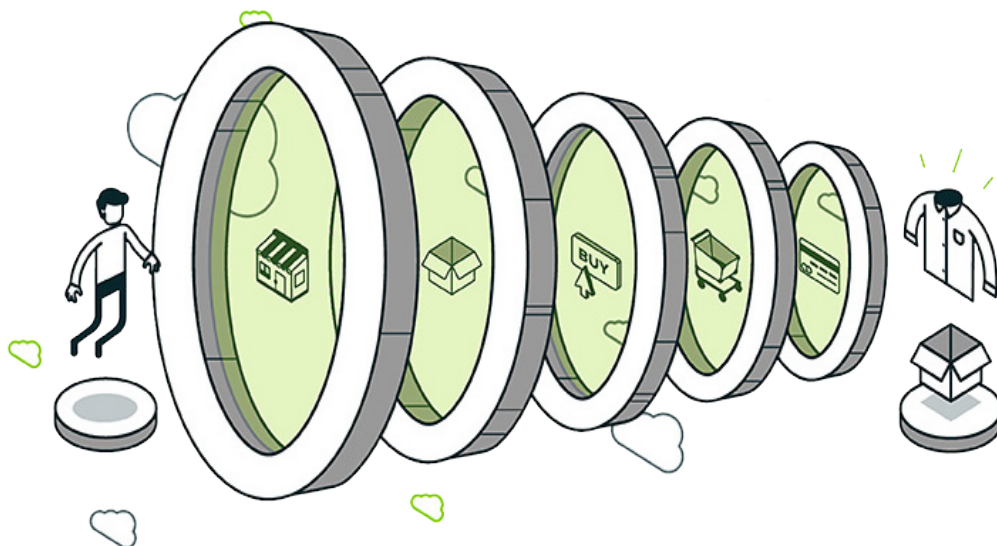
وقتی که کاربر سایت یک عمل مد نظر شما مثل ثبت‌نام در سایت، کلیک روی یک لینک، عضویت در خبرنامه، خرید یک محصول، ارائه اطلاعات تماس، ۳ بار سر زدن به سایت در ۱ هفته یا ... را انجام می‌دهد، اصطلاحاً تبدیل (Convert) شده است. گاهی از کلمه همگرایی نیز برای اشاره به Conversion استفاده می‌شود.

CMS

مخفف عبارت Content Management System یا همان سیستم مدیریت محتوا است؛ نرم‌افزاری که امکان انتشار، ویرایش و سازماندهی محتوای یک سایت اینترنتی را در اختیارتان قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، سیستم مدیریت محتوا نرم‌افزاری است که روی هاست یا سرور شما (و گاهی روی سرور مخصوص آن CMS) نصب می‌شود و به شما این امکان را می‌دهد که سایتی پویا داشته باشید و بخش‌های مختلف سایتتان را به دلخواه تغییر داده و مدیریت کنید. وردپرس، پرتال، جوملا و ... همگی CMS هستند.

CODE

زبان‌های کامپیوتری که برای ساخت وب‌سایت، اپلیکیشن، نرم‌افزار و ... استفاده می‌شوند را به صورت کلی کد می‌نامند.





COOKIE

کوکي به فایل‌هایی گفته می‌شود که توسط [مرورگر](#) و به درخواست وبسایت‌های مختلف بر روی کامپیوتر کاربر ذخیره می‌شوند.

وبسایت‌ها به کمک ذخیره این کوکی‌ها بر روی کامپیوتر شما می‌توانند تجربه کاربری بهتری را ایجاد کنند. در واقع، این کوکی‌ها اجازه شخصی‌سازی صفحه برای شما را به آنها می‌دهند.



یک مثال از کاربرد کوکی برای وقتی است که شما محصولاتی را در یک فروشگاه اینترنتی به سبد خرید خود اضافه می‌کنید و پرداخت را کامل نمی‌کنید. این محصولات در کوکی شما ذخیره می‌شوند و به این ترتیب، دفعه بعدی که به این سایت سر می‌زنید، همچنان در سبد خرید شما هستند.

CONVERSION RATE

نرخ تبدیل یا Conversion Rate (به اختصار CR) به درصد کاربرانی گفته می‌شود که عمل مد نظر شما را انجام داده‌اند یا به اصطلاح تبدیل شده‌اند.

فرمول محاسبه نرخ تبدیل

$$\left(\frac{\text{تعداد مخاطبان تبدیل شده}}{\text{تعداد کل بازدیدکنندگان سایت}} \right) \times 100$$

مثلاً فرض کنید هدف شما فروش یک محصول است. شما با تبلیغات موفق می‌شوید ۱۰۰۰ نفر را به سایت خود هدایت کنید و ۱۰ نفر آنها در نهایت محصول شما را خریداری می‌کنند. بنابراین نرخ تبدیل شما ۱٪ است.

البته اندازه‌گیری نرخ تبدیل در دنیای دیجیتال نیازی به محاسبات ندارد. فقط کافی است در ابزارهای تحلیل‌گری مثل گوگل آنالیتیکس، اهداف اصلی خود را مشخص کنید تا آنها به صورت خودکار این عدد را حساب کنند.

توجه داشته باشید که نرخ تبدیل یکی از مهم‌ترین آمارهای شما برای سنجش موفقیت کسب و کارتان است.



CPC

در تبلیغات کلیک، به هزینه‌ای که به ازای هر کلیک روی تبلیغ پرداخت می‌شود CPC (مخفف Cost per Click) می‌گویند.

CPI

در تبلیغ اپلیکیشن، به شیوه‌ی پرداخت به ازای هر نصب، CPI گفته می‌شود که مخفف Cost Per Install است.

CPL

مخفف Cost Per Lead و به معنی هزینه به ازای هر سرخ است.

به کسانی که راهی ارتباطی در اختیار شما گذاشته‌اند، اصطلاحاً سرخ یا Lead گفته

فرمول محاسبه CPL

$$\left(\frac{\text{تعداد سرخ بدست آمده}}{\text{هزینه جذب کل بازدیدکنندگان}} \right)$$

می‌شود و به متوسط هزینه‌ای که شما برای جذب بازدیدکننده و تبدیل او به سرخ می‌پردازید، اصطلاحاً CPL گفته می‌شود.

CPL با فرمول زیر بدست می‌آید:

COPYWRITING

کپی‌رایتینگ به معنای نوشتن متن تبلیغاتی یا همان **متن فروش** است. هدف شما از این متن این است که خواننده را مجاب به کاری کنید. حال اینکار می‌تواند خرید محصول باشد، یا عضویت در خبرنامه یا تماس با شما برای دریافت اطلاعات بیشتر.

کلماتی که در تابلوهای تبلیغاتی، بروشورها، وبسایت‌ها، ایمیل‌ها و ... استفاده می‌شوند همگی کپی‌رایتینگ به حساب می‌آیند.

در بخش آموزش کپی‌رایتینگ وبلاگ نوین می‌توانید بیشتر در این زمینه بخوانید.

CPA

مخفف Cost per Action (هزینه به ازای هر فعالیت) است؛ یک مدل قیمت‌گذاری تبلیغات که در آن، تبلیغ‌دهنده زمانی باید پولی به شرکت تبلیغاتی پرداخت کند که اقدام مورد نظر او (کلیک، عضویت، اشتراک ایمیلی، اشتراک پیامکی و ...) انجام شده است.

به این روش تبلیغاتی اصطلاحاً Cost per Acquisition (هزینه به ازای هر جذب) یا Cost per Conversion (هزینه به ازای هر تبدیل) نیز می‌گویند. معمولاً برای مشخص شدن قیمت در این روش، ابتدا یک تبلیغ کوچک اجرا می‌شود.



CRM

مخفف Customer Relationship Management و به معنی مدیریت ارتباط با مشتری است؛ یعنی روش‌ها و ابزارهایی که شرکت‌ها برای مدیریت بهتر مشتریان بالقوه و بالفعل استفاده می‌کنند. نرم‌افزار CRM ابزاری است که به شما اجازه می‌دهد اطلاعات و سوابق مشتری‌ها را ذخیره کنید و به این ترتیب، هماهنگی بهتری بین تیم خود ایجاد کنید.

با اتصال این نرم‌افزار به تلفن، پیامک و ایمیل می‌توانید مطمئن شوید که بهترین کیفیت خدمات ممکن را به کاربران خود ارائه می‌دهید.

CRO

مخفف Conversion Rate Optimization است که در فارسی به آن بهینه‌سازی نرخ تبدیل می‌گویند و شامل هر فعالیتی است که با هدف افزایش نرخ تبدیل یک وب‌سایت، اپلیکیشن یا ... انجام می‌دهیم.

برای CRO لازم است رفتار کاربران خود را بررسی کنیم و بر اساس رفتار آنها تلاش کنیم تجربه کاربری رسانه خود را بهتر کنیم. شاید باورتان نشود، اما حتی تغییر رنگ یک دکمه نیز می‌تواند در افزایش نرخ تبدیل موثر باشد. A/B تست یکی روش متداول برای بهینه‌سازی نرخ تبدیل است.

CPM

مخفف Cost-Per-Thousand (هزینه به ازای هر هزار بازدید) است؛ یک مدل قیمت‌گذاری برای کمپین‌های تبلیغاتی که در آن تبلیغ‌دهنده برای هر ۱۰۰۰ نفری که تبلیغ را مشاهده کنند (بدون در نظر گرفتن کلیک روی تبلیغ یا خرید از سایت) مبلغ معینی را پرداخت می‌کند. (حرف M در CPM از کلمه لاتین Mille به معنی ۱۰۰۰ گرفته شده است.)

تبلیغات CPM بیشتر با هدف افزایش آگاهی مخاطبان از برند انجام می‌شود.

CRAWLER

کراولر یا خزنده نرم‌افزاری هستند که کارکرد آنها کاوش (خزیدن) در اینترنت و جمع‌آوری اطلاعات است. موتورهای جستجوگر از خزنده‌ها برای پیدا کردن صفحات جدید اینترنت و تشخیص تغییرات صفحات قدیمی استفاده می‌کنند. این نرم‌افزارها به اسم بات، ربات یا عنکبوت هم شناخته می‌شوند.





CTR

مخفف عبارت Click Through Rate و معادل عبارت فارسی نرخ کلیک است.



نرخ کلیک مشخص می‌کند که چند درصد از کاربرانی که محتوای شما - یک تبلیغ، یک پست اینستاگرام، یک لینک یا ... - را دیده‌اند ([impression](#) [conversion](#))، بر روی آن کلیک کرده‌اند. این درصد با فرمول زیر محاسبه می‌شود:

فرمول محاسبه CTR

$$\left(\frac{\text{تعداد کل کلیک‌های انجام شده}}{\text{تعداد باری که لینک دیده شده}} \right) \times 100$$

پس اگر ۱۰۰ نفر یک تبلیغ را ببینند و ۱۰ نفر روی آن کلیک کنند، نرخ کلیک شما ۱۰٪ خواهد بود. نرخ کلیک نشان‌دهنده جذابیت یک تبلیغ، یک عنوان، یک لینک یا ... است و هر چقدر بیشتر باشید، یعنی شما در انتخاب عکس یا نوشتن متن خود موفق‌تر بوده‌اید.

CSS

یک زبان کدنویسی ساده برای مشخص کردن ظاهر یک وبسایت است. یک توسعه‌دهنده وبسایت به کمک CSS می‌تواند به محتوایی که توسط کدهای HTML ایجاد کرده است، ظاهر مشخصی بدهد.

اندازه‌ها، رنگ‌ها، فونت‌ها، شکل‌ها و ... همه از طریق CSS مشخص می‌شوند.

CTA (CALL TO ACTION)

CTA مخفف عبارت Call To Action و معادل فارسی آن فراخوان عمل است. فراخوان عمل به دکمه‌ها، متن‌ها، تصاویر و در کل بخشی از محتوا گفته می‌شود که کاربران را به انجام عملی مانند کلیک کردن، ثبت‌نام کردن یا خرید کردن دعوت و تشویق می‌کنند.

استفاده از فراخوان‌های درست، اهمیت زیادی در افزایش نرخ تبدیل کاربران شما دارد. پس فرض بر اینکه به دنبال تماس کاربر باشید، حتماً باید جمله‌ای مثل «همین حالا تماس بگیرید» در سایت خود بنویسید. ([+ مطالعه بیشتر](#))

به هیچ‌وجه این دکمه را فشار ندهید!

این CTA شما را به یک آکادمی بینظیر می‌برد که ممکن است روزها فکرتان را درگیر کند.

DISAVOW

اگر لینک‌های اسپم و هرز داشته باشید که در سئو شما تاثیر منفی بگذارند، می‌توانید به گوگل بگویید آنها را Disavow کند تا در اعتبار شما تاثیری نگذارند.

DISPLAY NETWORK

شبکه Display یک سرویس تبلیغاتی است که بنرها و ویدئوها را در وبسایت‌های دیگر نمایش می‌دهد. بزرگترین شبکه دیسپلی با بیش از ۲ میلیون سایت متعلق به شرکت گوگل است.

DNS

این کلمه مخفف واژه Domain Name Service (به معنی سرویس نام دامنه) بوده و کار آن، تبدیل نام دامنه به آدرس آی پی (یا همان IP Address) است.

DNS در حقیقت مثل مرکز تلفن وبسایت‌هاست. با این تفاوت که به جای اسم افراد، نام دامنه در آن ذخیره می‌شود (مثل www.google.com) و به جای شماره تلفن، آدرس آی پی دارد (74.125.224.72).

هر بار شما یک وبسایت را باز می‌کنید، به کمک DNS یک آی پی مشخص توسط مرورگر شما دنبال شده و سایت مد نظر دانلود می‌شود.

DASHBOARD

کلمه داشبورد یا میز کار به صفحه اصلی ابزارهای آنلاین اشاره دارد که اطلاعات و تحلیل‌های کلی را در اختیار شما می‌گذارد.

DEEP LINK

لینکی که به صفحات داخلی یک وبسایت و نه صفحه اصلی داده می‌شود.

DDOS

DDoS مخفف Distributed Denial of Service (به معنی تکذیب توزیع‌شده سرویس) است. حمله DDoS زمانی اتفاق می‌افتد که تعداد بازدیدکنندگان و ترافیک غیرانسانی (Fake) یک وبسایت آنقدر بالا می‌رود که سایت از کار می‌افتد. این حمله با استفاده از ربات‌های وب انجام می‌شود.

DIRECT TRAFFIC

ترافیک مستقیم شامل افرادی می‌شود که مستقیماً URL وبسایت شما را وارد مرورگر کرده‌اند یا روی [بوکمارک](#) سایت شما کلیک کرده‌اند.

DIRECTORY

دایرکتوری سایتی است که سایت‌های دیگر را بر اساس موضوع لیست می‌کند.

DOWNSELL

این روش یکی از استراتژی‌های موفق فروش است. استراتژی Downsell اینگونه کار می‌کند که اگر مشتری یکی از پیشنهادات شما را (معمولاً به دلیل قیمت بالا) رد کند، در عوض پیشنهاد محصول یا خدمت دیگری به او می‌دهید که قیمت پایین‌تری داشته باشد.

برای مثال اگر یک بسته شکلات را به قیمت ۲۰ هزار تومان پیشنهاد دادید و مشتری شما آن را رد کرد، می‌توانید پیشنهاد بسته کوچکتی با قیمت ۱۲ هزار تومان را بدهید.

DUPLICATE CONTENT

محتوای تکراری به صفحه‌ای از یک وبسایت گفته می‌شود که محتوای آن دقیقاً مشابه یک صفحه دیگر است.

وجود صفحات تکراری در یک وبسایت یک نکته منفی سئو محسوب می‌شود و شما باید مطمئن شوید که تمام صفحات وبسایت شما دارای محتوای منحصر بفرد هستند.

در صورت الزام به وجود صفحات تکراری نیز باید مطمئن شوید که به کمک [تگ Canonical](#) این موضوع را به اطلاع موتورهای جستجو برسانید یا آنکه صفحه تکراری خود را [Noindex](#) کنید تا موتورهای جستجو آن را نخوانند.

DOFOLLOW LINK

در سئو (SEO)، لینک دوفالو یا همان فالو به لینک‌هایی گفته می‌شود که موتورهای جستجو (مثل [گوگل](#) یا [بینگ](#)) آنها را دنبال کرده و اعتباری به صفحه مقصد می‌بخشند. تمام لینک‌های آنلاین به صورت پیش‌فرض DoFollow هستند.

توجه داشته باشید که وقتی یک لینک [Nofol-](#) [low](#) هم باشد، همچنان دنبال می‌شود و صفحه مقصد توسط موتورهای جستجوگر مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ اما دیگر اعتباری از وبسایت مبدا به مقصد منتقل نخواهد شد.

لینک‌های دوفالو در افزایش رتبه شما در گوگل و سایر موتورهای جستجو، تاثیر قابل توجهی دارند و بنابراین بسیار ارزشمند به حساب می‌آیند.

DOMAIN

دامنه یک آدرس اینترنتی است که شما برای وبسایت خود انتخاب می‌کنید. این آدرس شامل یک اسم و یک پسوند مثل com یا ir است. هر وبسایتی در دنیای اینترنت دارای یک دامنه منحصر بفرد است. دامنه در ایران با کلمه دامین هم شناخته می‌شود.

در صورت نیاز به اطلاعات و راهنمایی بیشتر می‌توانید به مقاله [دامنه چیست](#) و همچنین [نحوه انتخاب دامنه مناسب](#) مراجعه کنید.

EMAIL MARKETING

استفاده از ایمیل با هدف بازاریابی یک کسب و کار را ایمیل مارکتینگ می‌گویند.

EMAIL SERVICE PROVIDER

ارائه‌دهنده سرویس ایمیل (یا همان ESP) به شرکتی گفته می‌شود که خدمات ایمیل مارکتینگ یا ارسال ایمیل انبوه ارائه می‌دهد.

شرکت‌هایی مثل میل چیمپ (Mailchimp)، میلرلایت (Mailerlite) و اکتیو کمپین (Active Campaign) از جمله ارائه‌دهنده‌های سرویس ایمیل مارکتینگ هستند.

پلتفرم‌های بازاریابی ایمیلی امکانات مختلفی مثل ارسال خودکار ایمیل، ایجاد گروه مخاطبان و همینطور طراحی ساده ایمیل را به شما می‌دهند.

EMAIL TRAFFIC

بازدیدکنندگانی که از طریق ایمیل‌های ارسال‌شده شما وارد وبسایت می‌شوند را ترافیک ایمیل می‌نامیم.

ECOMMERCE

به خرید و فروش کالا و خدمات در بستر اینترنت، E-commerce یا تجارت الکترونیک گفته می‌شود.

EMAIL AUTOMATION

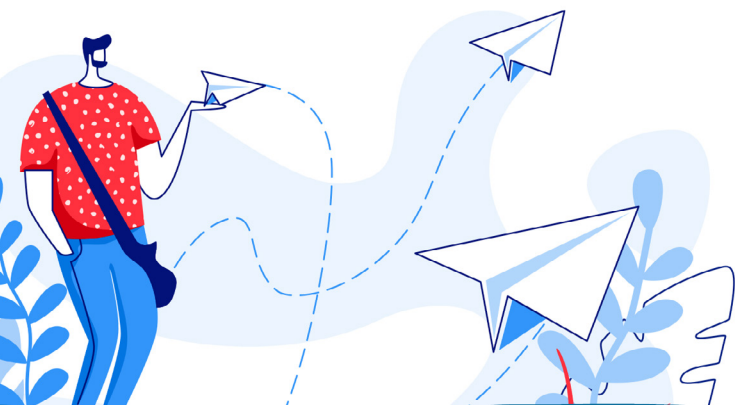
اتوماسیون ایمیلی به یک سیستم خودکار بازاریابی اطلاق می‌شود که طبق برنامه‌ای مشخص برای مخاطبان ایمیل ارسال می‌کند. مثلاً می‌توان یک اتوماسیون ایمیلی ایجاد کرد که بلافاصله بعد از ثبت‌نام در یک سامانه، برای شما ایمیل خوشامدگویی ارسال کند و در صورت باز نشدن این ایمیل، ظرف ۲۴ ساعت یک ایمیل دیگر بفرستد.

EMAIL CLIENT

ایمیل کلاینت (یا همان نرم افزار ایمیل) هر ابزاری است که شما با آن ایمیل‌های خود را ارسال و دریافت می‌کنید. در حال حاضر، رایج‌ترین ایمیل کلاینت‌ها جیمیل (Gmail)، یاهو (Yahoo) و آوت‌لوک (Outlook) هستند.

EMAIL LIST

لیستی از ایمیل مشتریان بالقوه و بالفعل است که شما در برنامه ایمیلی خود جمع‌آوری کرده‌اید و برای آنها ایمیل می‌فرستید.



ENGAGEMENT RATE

نرخ درگیری شاخصی است که برای سنجیدن میزان تعامل کاربران با یک محتوا (عموماً در شبکه‌های اجتماعی) مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای مثال اگر شما پستی در اینستاگرام گذاشته‌اید که 100 بازدید (همان view یا im-pression) داشته و 25 تا لایک خورده است، نرخ درگیری این پست 25 درصد است.

فرمول محاسبه نرخ درگیری

$$\left(\frac{\text{تعداد تعاملات انجام شده}}{\text{تعداد دفعات مشاهده محتوا}} \right) \times 100$$

EVERGREEN CONTENT

محتوای همیشه سبز آن محتوایی است که موضوع آن محدود به زمان نبوده و مطالعه آن همواره برای مخاطبان ارزش دارد. در مقابل آن محتوایی قرار می‌گیرد که بر اساس اخبار روز و ترندها شکل گرفته و زود تاثیرش از بین می‌رود.

EXTERNAL LINK

لینک خارجی به لینکی گفته می‌شود که کاربر را از یک سایت خارج کرده و به صفحه‌ای از یک سایت دیگر هدایت کند.

EMBED

إمبد (جاسازی کردن) به این معنی است که شما محتوایی را از یک سایت دیگر (مثل یک ویدئو از آپارات یا یک فرم از Google Forms) برداشته و در صفحات خودتان منتشر می‌کنید.

EMOJI

شکلک‌هایی که در دنیای اینترنت (به خصوص در پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی) برای بیان احساسات استفاده می‌شوند.



ENGAGEMENT

این کلمه را می‌توان به «درگیری» ترجمه کرد. توجه داشته باشید که منظور از درگیری، زد و خورد نیست. بلکه درگیر کردن مخاطب و ایجاد یک واکنش در اوست.

درگیری را می‌توان با شاخص‌هایی مثل تعداد کلیک، لایک، بازنشر (Share) یا کامنت سنجید.



FEED

خوراکی از اطلاعات که می‌توانید برای اهداف مختلف استفاده کنید. برای مثال، می‌توانید آخرین اخبار و مقالات یک وبسایت را با RSS Feed آن به صورت اتوماتیک دریافت کرده و در سایت خود نمایش دهید.

FLASH MOB

منظور از فلش موب، اجتماعی از افراد مختلف است که به صورت غافلگیرکننده در یک مکان عمومی دور هم جمع می‌شوند و کارهای غیرمعمولی مثل آواز خواندن دسته‌جمعی، رقص یا بازی انجام می‌دهند. مدت زمان انجام این نمایش‌ها کوتاه است و شرکت‌کنندگان به همان سرعتی که دور هم جمع شده‌اند ناپدید می‌شوند.



ویدئوهای فلش موب به سرعت در فضای مجازی وایرال می‌شوند و از آن‌ها می‌شود در [بازاریابی ویروسی](#) کمک گرفت.

FAQ

این کلمه مخفف عبارت Frequently Asked Questions بوده و به معنی **سوالات متداول** است. معمولاً وبسایت‌ها صفحه یا بخش خاصی با این عنوان دارند و در این بخش، کاربران می‌توانند پاسخ سوالات متداول در مورد خدمات یا سرویس‌های شما را مشاهده کنند.

FEATURED SNIPPET

به تکه‌ای خلاصه شده از محتوای یک وبسایت که گوگل آن را در صفحه نتایج جستجو نمایش داده تا سوال کاربر را به صورت مستقیم و بدون نیاز به ورود به صفحه‌ای دیگر پاسخ دهد، فیچرد اسنیپت (Featured snippet) گفته می‌شود. فیچرد اسنیپت معمولاً داخل کادری بالای سایر نتایج سرچ نشان داده می‌شود. برای حضور در این بخش، نیاز به [اسکیما](#) دارید.

what is featured snippet

All Images Videos News More Settings Tools

About 13,900,000 results (0.55 seconds)

Featured snippets are selected search results that are featured on top of Google's organic results below the ads in a box. **Featured snippets** aim at answering the user's question right away (hence their other well-known name, "answer boxes"). Aug 23, 2017

[How to Optimize for Google's Featured Snippets to Build More Traffic ...](https://moz.com/blog/optimize-featured-snippets)
https://moz.com/blog/optimize-featured-snippets

People also ask

- What is a snippet in Google?
- What is SEO snippet?
- How do snippets get rich?
- How do I add rich snippets to my website?

Feedback

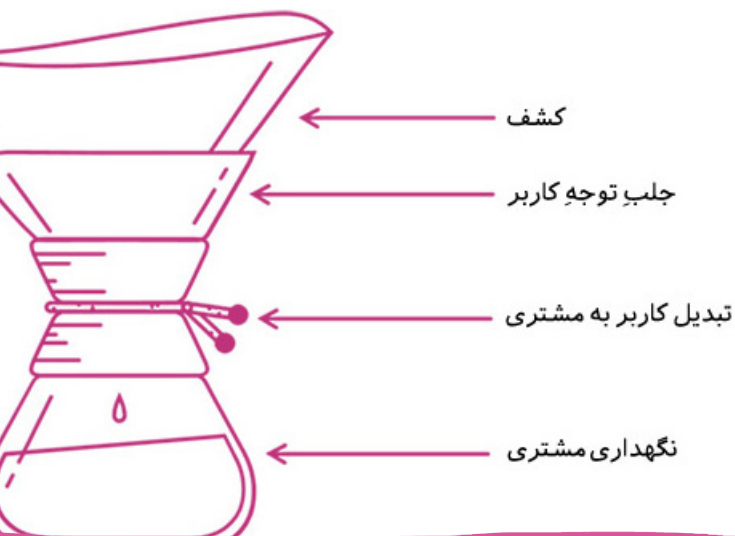
FTP

پروتکل انتقال فایل (File Transfer Protocol) که برای انتقال فایل‌ها بین چندین کامپیوتر در یک شبکه استفاده می‌شود.

FUNNEL

قیف به مسیری گفته می‌شود که کاربر برای تبدیل شدن به مشتری و سپس وفادار شدن به شما طی می‌کنید. دلیل اینکه به آن قیف گفته می‌شود این است که در ابتدای مسیر، کاربران زیادی وجود دارند. اما هرچه مسیر جلوتر می‌رود تعدادی از این کاربران ریزش پیدا می‌کنند (وبسایت شما را ترک می‌کنند) و زمانی که مرحله خرید می‌رسد، تعداد محدودی به جا می‌مانند.

قیف بازاریابی بسته به نیاز گسترده می‌شود. اما به شکل ساده، ۴ مرحله دارد: کاربر شما را کشف می‌کند، به شما علاقه‌مند می‌شود، خرید می‌کند و سپس باید او را حفظ کنید. ([+ مطالعه بیشتر](#))



FORUM

فروم، فُرام یا همان انجمن، یک مکان آنلاین برای بحث و تبادل نظر است.

FREQUENCY

به طور کلی، به تعداد دفعات انجام یک کار در مدت زمانی مشخص، فرکانس می‌گویند. در بحث تبلیغات، فرکانس به معنی تعداد نمایش یک تبلیغ به یک کاربر مشخص در یک بازه زمانی (معمولاً ۲ بار در ۲۴ ساعت) است. همچنین برای مشخص کردن تعداد ایمیل‌ها و پیامک‌های ارسال شده توسط شما در یک ماه نیز از کلمه Frequency استفاده می‌شود.



FREQUENCY CAPPING

به اعمال محدودیت روی فرکانس، Frequency Capping گفته می‌شود؛ به این معنی که شما می‌توانید تنظیم کنید که تبلیغات بیش از دو بار برای یک کاربر نمایش داده نشود.



GOOGLE ADS

سرویس تبلیغات آنلاین شرکت گوگل (و محبوب‌ترین سرویس تبلیغات دنیا) است. این سرویس به دو بخش Search Network و Display Network تقسیم شده است.

تبلیغات Search Network به شما اجازه می‌دهد در جستجوهای گوگل (و برخی موتورهای جستجوی دیگر) حضور داشته باشید.

به جرات می‌توان گفت این بهترین و موثرترین روش تبلیغاتی در دنیای اینترنت است. دو دلیل برای این موضوع وجود دارد. اول اینکه تبلیغ شما فقط زمانی نمایش داده می‌شود که کاربر به دنبال محصولات یا خدمات شماست. دوم هم اینکه شما بابت هر کلیک کاربر بر روی تبلیغ هزینه می‌پردازید.

تبلیغات Display Network گوگل هم در سایت‌های دیگر اینترنتی (از جمله یوتیوب) نمایش داده می‌شود و می‌تواند تصویری و ویدئویی باشد. (گوگل همچنین اجازه تبلیغ در اپلیکیشن‌های مختلف را هم به شما می‌دهد.) البته این نوع تبلیغات با توجه به تحریم‌ها، در ایران چندان کاربرد ندارد.



شرکت در دوره جامع تبلیغات در گوگل

GEO-TARGETING

هدفگیری کاربران بر اساس یک موقعیت مکانی را GEO-Targeting می‌گویند. این روش تبلیغاتی می‌تواند به کسب و کارهای فیزیکی (مثلاً یک رستوران) افراد نزدیک به خود را پیدا کنند.

متأسفانه در ایران هنوز ابزارهای تبلیغاتی که بتوانند با امکان هدفگیری دقیق بر اساس مکان وجود ندارند و سرویس‌های تبلیغاتی جهانی هم به ایران خدمات نمی‌دهند.

GIF

فایل گیف (Graphics Interchange Format) یک فرمت تصویری برای ساخت تصاویر متحرک (علاوه بر ثابت) است. بنرهای تبلیغاتی متحرکی که در سایت‌ها می‌بینیم، همگی گیف هستند.

GOOGLE

گوگل را همه می‌شناسیم؛ غول نرم‌افزاری دنیا که محصولاتی همچون موتور جستجوی گوگل (که ۸۰٪ بازار جستجو را در اختیار دارد)، اندروید، جیمیل و گوگل آنالیتیکس را ارائه داده است.





GOOGLE DANCE

زمانی که رتبه یک وبسایت در نتایج گوگل مدام در حال جابجایی است و ثبات ندارد، اصطلاحاً رقص گوگل در حال وقوع است. این جابجایی معمولاً با هدف پیدا کردن جایگاه مناسب برای یک سایت است و در زمان راه‌اندازی یک سایت یا بعد از لینک‌سازی اتفاق می‌افتد.



GOOGLE HUMMINGBIRD

الگوریتم مرغ مگس‌خوار گوگل از همان زمان که آمد تحولات بزرگی را در موتور جستجوی گوگل ایجاد کرد. این الگوریتم به گوگل کمک می‌کند به جای آنکه فقط بر حسب کلمات کلیدی موضوع سایت‌ها را درک کند، واژه‌های هم‌معنی را هم در نظر بگیرد. ([+ مطالعه بیشتر](#))

GOOGLE MAPS

سرویس نقشه گوگل که امکان مکان‌یابی و مسیریابی را در اختیار کاربران می‌گذارد. با [ثبت مکان خود در نقشه گوگل](#) بیشتر توسط کاربران گوگل دیده خواهید شد.

GOOGLE ALGORITHM

الگوریتم‌های گوگل مجموعه قوانینی هستند که به گوگل کمک می‌کنند نتایج مرتبط با جستجوها شناسایی و آنها را بر حسب کیفیت مرتب کند. همچنین الگوریتم‌های گوگل برای جریمه سایت‌های خاطی که از تکنیک‌های کلاه سیاه سئو استفاده می‌کنند هم کاربرد دارند.

GOOGLE ANALYTICS

ابزار رایگانی است که توسط گوگل ارائه شده و به صاحبان کسب و کارهای آنلاین (وبسایت و اپلیکیشن) کمک می‌کند که ترافیک صفحات مختلف و همینطور ویژگی‌ها و رفتار کاربران را بررسی کنند. تعداد بازدید، [نرخ تبدیل](#)، [نرخ پرش](#) و ... از جمله اطلاعاتی هستند که توسط گوگل آنالیتیکس می‌توان به آنها دست یافت.



GOOGLE BOT

[خزنده](#) یا ربات گوگل که سایت‌ها را بررسی و اطلاعات را در بانک گوگل ذخیره (ایندکس) می‌کند، ربات گوگل می‌گویند.

GOOGLE PENALTY

وبسایتی که از قوانین موتور جستجوی گوگل تبعیت نمی‌کند و سعی در فریب آن دارد، دچار جریمه گوگل خواهد شد.

یک جریمه کوچک باعث عدم رشد یا حذف یک صفحه از سایت شما می‌شود. اما در موارد جدی‌تر، امکان حذف کامل یک سایت از جستجوهای گوگل نیز وجود دارد.

GOOGLE PENGUIN

وظیفه الگوریتم پنگوئن گوگل مبارزه با لینک‌سازی اسپم و هرز است.

این الگوریتم صفحاتی را که تعداد زیادی بکلینک از سایت‌های بی‌کیفیت و اسپم دریافت کرده‌اند یا برای آنها بکلینک خریداری شده را جریمه می‌کند. این جریمه می‌تواند در قالب کاهش رتبه صفحه در جستجوها یا حتی حذف کامل یک صفحه از جستجو باشد.



GOOGLE MY BUSINESS

گوگل بیزینس، ابزاری است که به شما اجازه می‌دهد کسب و کار خود را به گوگل معرفی کنید تا در نتایج جستجو و نقشه گوگل نمایش داده شود. به کمک این ابزار می‌توان اطلاعاتی همچون آدرس، نام، شماره تلفن، ساعت کار و ... را به گوگل ارائه داد. (متأسفانه این سرویس در ایران تحریم است و به جای آن باید [مکان خود را در گوگل مپ ثبت کنید](#)).

GOOGLE PANDA

الگوریتمی برای موتور جستجوی گوگل است که هدف آن جلوگیری از نمایش صفحاتی با محتوای بی‌کیفیت در لیست نتایج جستجو است.



صفحاتی که در آنها کلمات کلیدی بیش از حد تکرار شده‌اند، محتوای آنها کوتاه و بی‌فایده است (معمولاً زیر ۳۰۰ کلمه) یا کپی هستند، توسط الگوریتم پاندای گوگل به عنوان صفحات بی‌کیفیت تلقی شده و رتبه نخواهند گرفت.



GOOGLE+

شبکه اجتماعی گوگل که برای رقابت با فیسبوک طراحی شد و شکست خورد.

GUEST POST

منظور از پست مهمان مقاله‌ای است که به عنوان نویسنده مهمان در یک وبلاگ دیگر منتشر می‌کنید.

پست مهمان علاوه بر معرفی شما به مخاطبان وبسایت منتشر کننده، شانس گرفتن یک بکلینک از این وبسایت را به شما می‌دهد.

GOOGLE TRENDS

گوگل ترندز ابزاری است که به شما اجازه می‌دهد میزان محبوبیت هر موضوعی را در موتور جستجوی گوگل بسنجید. همچنین امکان مقایسه محبوبیت چند موضوع با یکدیگر نیز توسط این ابزار ممکن است.



شما می‌توانید برای یادگیری کار با این ابزار با هدف تحقیقات بازار، به [مقاله گوگل ترندز در وبلاگ نوین](#) مراجعه نمایید.

GOOGLE PIGEON

این الگوریتم با هدف نمایش نتایج محلی مرتبط با جستجوی کاربر، به موتور جستجوی گوگل اضافه شده است. الگوریتم کبوتر گوگل به کسب و کارهای محلی کمک می‌کند که با توجه محدوده جغرافیایی کاربران در نتایج جستجو ظاهر شوند. مثلاً کاربری عبارت کافه‌های نزدیک من را در گوگل جستجو کند، به نتایجی که از نظر جغرافیایی به او نزدیکتر هستند دست می‌یابد؛ ارائه چنین نتایجی کار الگوریتم کبوتر گوگل است.

GOOGLE SEARCH CONSOLE

گوگل سرچ کنسول که پیش‌تر با نام گوگل وبمستر تولز (Google Webmaster Tools) شناخته می‌شد به شما این امکان را می‌دهد که وضعیت سایت خود را در موتور جستجوی گوگل بررسی کنید.

به کمک گوگل سرچ کنسول شما می‌توانید آمار تعداد نمایش و ورودی خود در جستجوی گوگل را بررسی کنید، اشکالات و خطاهای سئو سایت خود را شناسایی کنید، روند ایندکس شدن صفحات خود در گوگل را تحلیل نمایید و ...

برای شروع «آموزش اتصال وب سایت به گوگل وبمستر تولز برای افراد مبتدی» را مطالعه کنید.

HEADER

منظور از هدر می‌تواند منوی یک وبسایت باشد یا بخش Head کدهای HTML که شامل اطلاعات کلی صفحه است.

HEADER CODE

کدهایی که قرار است در تمام صفحات یک وبسایت فراخوانی شوند (مثلاً کد Analytics) در کد هدر قرار می‌گیرند تا به طور خودکار در تمام صفحات تکرار شوند.

HEADING TAG

تگ‌های تیترا برای ساختاردهی به محتوا استفاده می‌شوند. ترتیب این تگ‌ها از بالا به پایین است که یعنی از <H1> شروع شده و به <H6> ختم می‌شود.

تگ H1 معمولاً عنوان اصلی یک صفحه حساب می‌شود و بخش‌های اصلی صفحه با تگ H2 از هم جدا می‌شوند. ([+ مطالعه بیشتر](#))

HERO IMAGE

تصویر Hero یک تصویر بزرگ یا حتی ویدئو است که تمام صفحه سایت (یا بخش بزرگی از آن) را پر می‌کند و معمولاً اولین طرح گرافیکی است که یک کاربر در حین ورود به وبسایت شما مشاهده می‌کند.

HANGOUT

ابزار تماس ویدئویی گوگل که حتی امکان برقراری کنفرانس‌های ویدئویی ۱۰ نفره را هم به شما می‌دهد.

HASHTAG

هشتگ راه‌حل شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام، توئیتر، فیسبوک و ...) برای دسته‌بندی پست‌های کاربران هستند. هشتگ‌ها با علامت شارپ یا همان مربع (#) مشخص می‌شوند.

زمانی که شما برای یک پست خود در شبکه اجتماعی از هشتگ مشخصی استفاده می‌کنید (مثلاً #ولنتاین و #کادوی_ولنتاین) هم وقتی کاربران آن هشتگ را جستجو کنند به این پست می‌رسند و هم کاربران علاقه‌مند به این هشتگ (کسانی که قبلاً از آن هشتگ استفاده کرده‌اند) یا با پست دیگری در زمینه آن هشتگ تعامل داشته‌اند) آن را در بخش پست‌های پیشنهادی خود می‌بینند.



HTTPS

مخفف عبارت Hypertext Transfer Protocol Secured است و کارکردی مشابه HTTP دارد. با این تفاوت که کد HTTPS بیانگر آن است که صفحه دارای یک لایه اضافه از کدنویسی است که باعث محافظت از اطلاعات و داده‌های حساس می‌شود.

از آنجایی که HTTPS باعث افزایش امنیت وبسایت می‌شود، پیشنهاد می‌شود تمام وبسایت‌ها با دریافت گواهینامه [SSL](#) این پروتکل را فعال کنند.

HYPERLINK

هایپرلینک یا به اختصار لینک، یک بخش از محتوا (مثل یک کلمه، دکمه یا عکس) را به بخش دیگری از همان صفحه یا کلاً آدرس دیگری در اینترنت وصل می‌کند و کاربر می‌تواند با کلیک بر روی آن، به مقصد منتقل شود.

لینکی که کاربر را به صفحه دیگری از همان وبسایت بفرستد، یک لینک داخلی (Internal Link) است و لینکی که کاربر را به وبسایتی دیگر منتقل کند، لینک خارجی (External Link). لینک‌های متنی معمولاً با رنگ آبی و خط زیرشان متمایز می‌شوند. مثلاً در پاراگراف قبلی، دو عبارت مختلف لینک شده‌اند و قابل کلیک هستند.

HIT

تعداد hit به معنی تعداد بازدید سایت است.

HOME PAGE

صفحه اصلی یا خانه همان صفحه‌ای است که اگر دامنه یک وبسایت را در مرورگر وارد کنید، مشاهده خواهید کرد. برای مثال اگر در مرورگر خودتان آدرس novin.com را وارد کنید، اولین صفحه‌ای که می‌بینید، صفحه اصلی است.

HTML

زبان HTML که مخفف Hypertext Markup Language است، یک زبان نشانه‌گذاری برای ساخت وبسایت است.

مرورگرها با خواندن تگ‌های HTML محتوای صفحه و ساختار آن را بدست می‌آورند و با استفاده از کدهای CSS، ظاهر این محتوا و ساختار را مشخص می‌کنند.

HTTP

واژه HTTP یک مخفف تخصصی برای عبارت Hypertext Transfer Protocol است که معمولاً قبل از عبارت www در URL دیده می‌شود. این همان پروتکل استاندارد شبکه است که مرورگرها و سرورها برای برقراری ارتباط در اینترنت از آن استفاده می‌کنند.

INBOUND LINK

لینک اینباند همان بکلینک است؛ یعنی لینکی که از طرف یک وبسایت دیگر به وبسایت شما داده می‌شود (عکس لینک خارجی).

لینک‌های اینباند یا همان بکلینک‌ها به منزله پیشنهاد دادن و تأیید شما توسط سایت‌های دیگر هستند و روی رتبه‌بندی شما در موتورهای جستجوگر تأثیر می‌گذارند.

INBOUND MARKETING

بازاریابی ربایشی (که به نام بازاریابی درون‌گرا، جاذبه‌ای و کششی هم شناخته می‌شود) روشی از بازاریابی است که در طی آن، شما با ساختن رسانه‌های قدرتمند اینترنتی سعی در جذب مخاطب می‌کنید. (پیشنهاد می‌کنیم [مقاله بازاریابی ربایشی نوین](#) را از دست ندهید.)

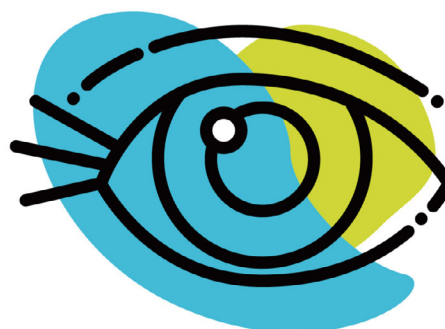
در مقابل این روش، بازاریابی برون‌گرا وجود دارد؛ یعنی اینکه شما بخواهید خودتان با روش‌هایی مثل تبلیغات به سراغ مشتری بروید.

IFRAME

آی فریم به کادری در یک صفحه اینترنتی گفته می‌شود که درون آن یک صفحه دیگر به نمایش در می‌آید. (به زبان تخصصی، یک فایل HTML داخل یک فایل HTML دیگر بارگذاری می‌شود.)

IMPRESSIONS

ایمپرشن (یا تاثیر) به معنی تعداد دفعات دیده شدن یک تبلیغ، پست، لینک یا کلاً هر محتوایی توسط مخاطبان است.



IN-APP ADS

به تبلیغاتی که درون یک اپلیکیشن موبایل نمایش داده می‌شود، تبلیغات درون برنامه‌ای می‌گویند.

IN-APP PURCHASE

به انجام خرید داخل یک اپلیکیشن موبایلی خرید درون برنامه‌ای گفته می‌شود. خرید از اپ دیجی‌کالا یا خرید سکه و الماس داخل بازی‌ها، نمونه‌هایی از خرید درون برنامه‌ای هستند.

INFOGRAPHIC

به عکس‌نوشته‌های گرافیکی که با هدف انتقال سریع و آسان مفاهیم به مخاطبان طراحی می‌شود اینفوگرافیک می‌گویند.

INSTALLATION RATE

به نسبت تعداد نصب اپلیکیشن به دفعات دیده شدن تبلیغ (یا صفحه معرفی) آن، نرخ نصب اپلیکیشن یا به اختصار IR گفته می‌شود.

INTERNAL LINK

لینکی که از صفحه‌ای از یک وبسایت به صفحه‌ای دیگر از همان وبسایت (و نه خارج از آن) اشاره دارد، لینک داخلی است.

IP ADDRESS

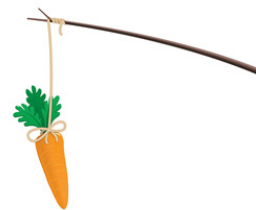
آدرس آی‌پی (Internet protocol) یک سری عدد منحصر بفرد است که به واسطه نقطه از همدیگر جدا شده‌اند (مثلاً 192.168.0.1). هر کامپیوتر یک آی‌پی آدرس دارد که آن را در شبکه (اینترنت) قابل دسترسی می‌کند.

ISP

ارائه‌دهنده سرویس اینترنت (Internet Service Provider) شرکتی است که قابلیت دسترسی به اینترنت را به دستگاه‌های شما می‌دهد.

INCENTIVE

معادل مشوق و به معنی جایزه، کد تخفیف یا هر چیزی که کاربر را به انجام کاری تشویق کند.



INCENTIVE TRAFFIC

به ترافیکی که بر اثر تشویق کاربران با جوایز یا امتیازات مختلف ایجاد می‌شود ترافیک انگیزشی یا Incentive Traffic می‌گویند.

از ترافیک انگیزشی بیشتر با هدف افزایش بازدید یک ویدئوی تبلیغاتی، پر کردن فرم نظرسنجی یا خرید از سایت استفاده می‌شود.

INDEX

ایندکس به فرآیندی گفته می‌شود که طی آن موتورهای جستجو محتوای یک صفحه از سایت شما را می‌خوانند و تمام اطلاعات مورد نیاز آن را در پایگاه داده خود ذخیره می‌کنند. اینکار توسط [خزنده](#) یا همان ربات انجام می‌شود.

INFLUENCER

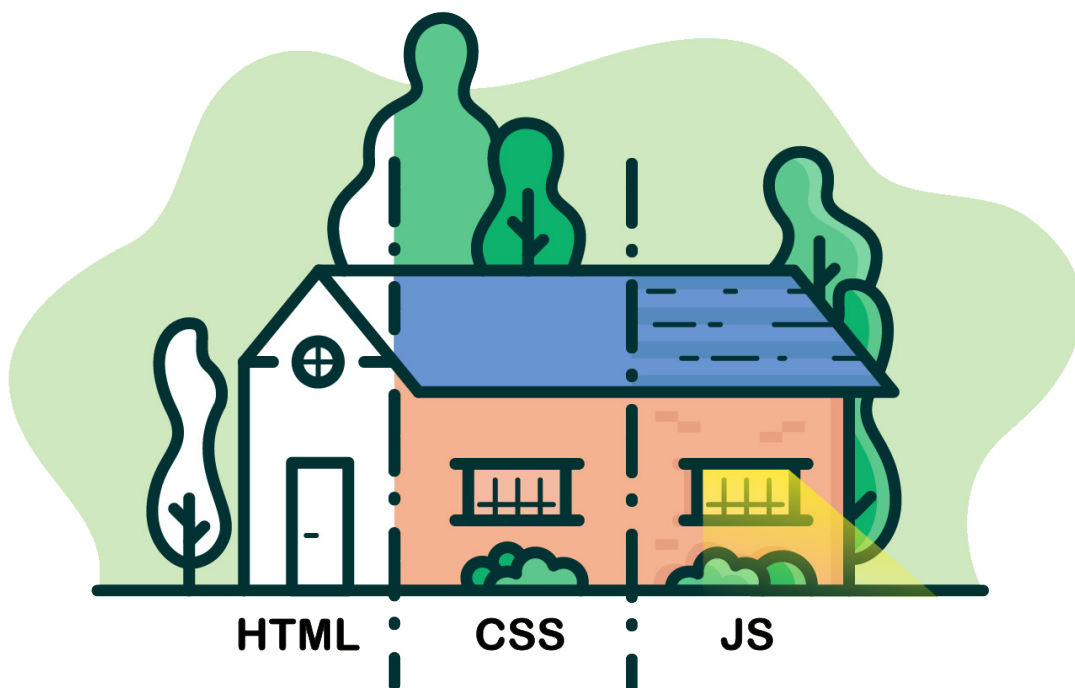
اینفلوئنسر (یا فرد تاثیرگذار) شخصی است که تاثیر خاصی روی تصمیم‌گیری و نظر دیگران (معمولاً در یک زمینه مشخص) دارد. مثلاً بسیاری از سلبریتی‌ها (افراد معروف) به نوعی اینفلوئنسر محسوب می‌شوند.

JAVASCRIPT

یک زبان برنامه‌نویسی است که به شما اجازه می‌دهد قابلیت‌های تعاملی را در یک وب‌سایت فراهم کنید. قابلیت‌هایی که با HTML و CSS عملاً غیرممکن هستند. زبان Javascript هیچگونه ارتباطی با زبان Java ندارد.

JAVA

یک زبان برنامه‌نویسی است که برای طراحی نرم‌افزار استفاده می‌شود. اپلیکیشن‌های اندرویدی معمولاً با این زبان طراحی می‌شوند. این زبان هیچگونه ارتباطی با زبان JavaScript ندارد و این دو کاملاً با هم فرق دارند.



کاری از استودیو گروسیان

KEYWORD RESEARCH

تحقیق کلمات کلیدی به معنی پیدا کردن کلمات کلیدی جستجو شده در گوگل به همراه تعداد جستجوی هر یک است.

با تحقیق کلمات کلیدی اصولی، شما نه تنها خواهید فهمید کدام عبارات و کلمات کلیدی وضعیت سئوی شما را بهبود می‌دهند، بلکه جامعه مشتریان خود را نیز بهتر خواهید شناخت. با شرکت در دوره تحقیق کلمات کلیدی نوین، صفر تا صد کار را یاد بگیرید و ستون‌های کسب‌وکار آنلاین‌تان را محکم بنا کنید.



دوره جامع تحقیق کلمات کلیدی

KEYWORD STUFFING

به استفاده زائد و بیش از اندازه کلمات کلیدی در محتوا با هدف فریب موتورهای جستجو، Keyword Stuffing می‌گویند.

KPI

شاخص کلیدی عملکرد (Key performance Indicator) یک معیار قابل اندازه‌گیری برای بررسی عملکرد یک کمپین، فرد یا شرکت است. برای مثال KPI یک کمپین اینستاگرامی می‌تواند تعداد فالوها باشد.

KEY PHRASE

عبارت کلیدی یک عبارت (ترکیبی از چند کلمه) در زمینه کاری شماست که کاربران زیاد آن را جستجو می‌کنند.

KEYWORD

کلمات کلیدی آن کلماتی هستند که کاربران برای پیدا کردن شما آنها را جستجو می‌کنند. این کلمات معمولاً جستجویی بالایی دارند و اگر بتوانید رتبه‌های اول نتایج آنها را بدست آورید، شانس رشد بالایی خواهید داشت.

وقتی یک جستجو از بیش از یک کلمه تشکیل شده باشد، بهتر است از اصطلاح عبارت کلیدی استفاده کنید.

KEYWORD DENSITY

چگالی کلمات کلیدی، درصد استفاده از یک کلمه کلیدی یا عبارت کلیدی به نسبت تعداد کل کلمات محتوای یک صفحه است.

این اصطلاح در مبحث سئو کاربرد دارد. معمولاً می‌گویند برای اینکه گوگل متوجه موضوع صفحه بشود، لازم است چگالی کلمه کلیدی اصلی شما بین ۱ تا ۳٪ باشد. اما با پیشرفت گوگل، نقش چگالی کلمات کلیدی کم‌رنگ‌تر از گذشته شده است. ([+ مطالعه بیشتر](#))

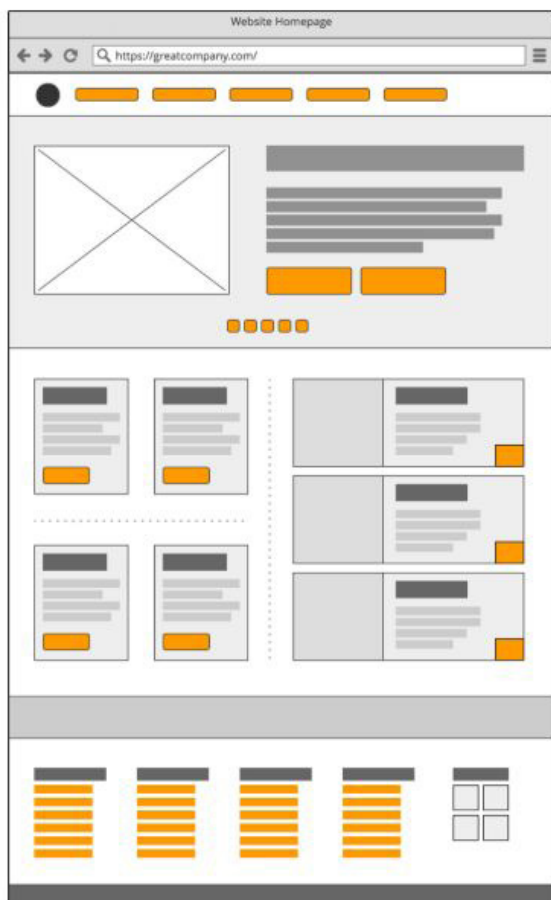


LANDING PAGE

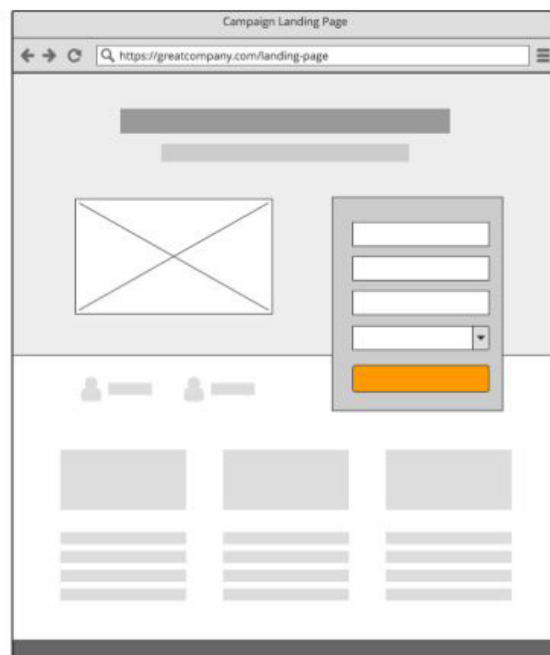
اصطلاح صفحه فرود یا Landing Page می‌تواند در دو معنای مختلف استفاده شود:

۱. اولین صفحه‌ای که کاربر شما آن را مشاهده می‌کند (و به اصطلاح بر روی آن فرود آمده است) را صفحه فرود می‌نامند. احتمالاً در ابزارهای تحلیل‌گر با این اصطلاح روبرو خواهید شد.

۲. لندینگ پیج می‌تواند یک صفحه مجزا از وبسایت باشد که بر روی یک محصول یا خدمت خاص شما تمرکز دارد. مثلاً فرض کنید دیجی‌کالا بخواهد روی فروش ساعت‌های خود تمرکز کند. یک راه عالی برای این کار، طراحی یک صفحه فرود مخصوص برای این دسته محصول و تبلیغ کردن بر روی آن است. معمولاً این صفحه‌ها یک درخواست مشخص از کاربر دارند: مثلاً پر کردن یک فرم، انجام یک خرید، دانلود فایل و... (برای آشنایی با راز و رمزهای صفحه‌های فرود مقاله «[صفحه فرود یا Landing Page چیست؟](#)» را مطالعه کنید.)



صفحه اصلی یک وبسایت



صفحه فرود یک وبسایت



LEAD NURTURING

به فرآیند آماده کردن مخاطب برای خرید، پرورش سرنخ (Lead Nurturing) گفته می‌شود.

راه‌های مختلفی برای پرورش سرنخ و ترغیب آن‌ها به خرید وجود دارد؛ از جمله: تولید محتوای هدفمند، برگزاری وبینار، آموزش رایگان، ایمیل مارکتینگ و ...

LINK

Link (یا پیوند) مانند یک زنجیر است که مطالب و صفحات مختلف را به هم وصل کرده و کاربر با کلیک کردن روی آن می‌تواند این زنجیر را دنبال کند.

اگر لینکی، شما را به صفحه دیگری داخل همان وبسایت هدایت کند، لینک داخلی و اگر به یک وبسایت دیگر هدایت کند، لینک خارجی محسوب می‌شود.

LINK BAIT

لینک‌بیت به صفحه‌ای با محتوای جذاب و منحصر بفرد گفته می‌شود که هدفش این است که کاربران را مشتاق کند آن را از طریق ایمیل یا شبکه‌های اجتماعی با دوستان خود به اشتراک بگذارند، یا حتی در وبسایت خودشان به آن لینک بدهند.

LEAD

در بازاریابی دیجیتال به کسانی که به نحوی با شما ارتباط برقرار می‌کنند و حاضرند در ازای دانلود یک ایبوک، تماشای ویدیو، دریافت مشاوره، خواندن آموزش و... یک راه تماس مانند ایمیل یا شماره تلفن در اختیار شما بگذارند، سرنخ یا Lead هستند.

در واقع این اطلاعات تماس همانند یک سرنخ است که با دنبال کردن آن، شما شانس فروختن محصول خود به مشتری را خواهید داشت.



LEAD MAGNET

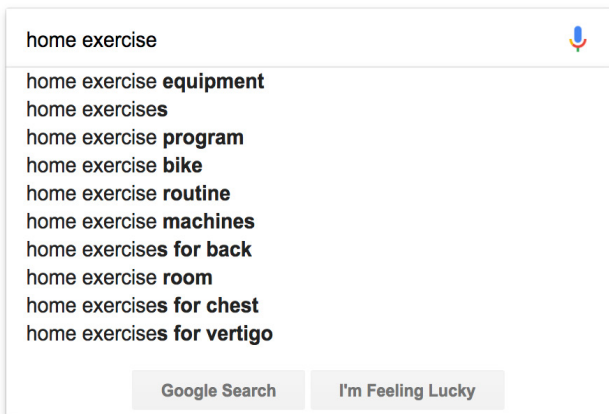
به ارزشی که به عنوان انگیزه در اختیار مخاطب قرار می‌دهید و در ازای آن اطلاعات تماس او را دریافت می‌کنید، آهنربای سرنخ یا LEAD MAGNET گفته می‌شود.

آهنربا ممکن است یک کد تخفیف، ایبوک، مشاوره رایگان یا هر چیز دیگری باشد که به نحوی برای مخاطب ارزشمند است.

LSI

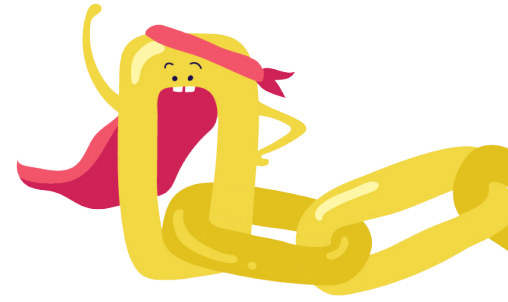
کلمه‌ها و عبارت‌هایی که ارتباط معنایی با کلمه کلیدی اصلی شما دارند.

گوگل از این کلمات نزدیک استفاده می‌کند تا هدف جستجوی شما را درک کند. برای مثال دو عبارت «شیر وحشی» و «شیر پاستوریزه» را در نظر بگیرید. گوگل با استفاده از کلمات مرتبط (وحشی و پاستوریزه) بین آنها تمایز قائل می‌شود. آن عبارت‌هایی که هنگام جستجوی شما توسط گوگل پیشنهاد داده می‌شوند، همگی LSI هستند.



LTV

به مقدار سود شما در طول مدت عمر یک مشتری، اصطلاحاً Lifetime Value گفته می‌شود. برای اطلاعات بیشتر به واژه CLV مراجعه کنید.



LINK BUILDING

لینک سازی به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که با هدف گرفتن لینک‌های معتبر از وبسایت‌های دیگر انجام می‌دهیم.

این فعالیت‌ها شامل ساخت وبلاگ و ایجاد محتوای ارزشمند، معرفی محتوا در شبکه‌های اجتماعی، درخواست لینک از سایت‌های دیگر و تکنیک‌های بسیار زیاد دیگری باشد.

LONG-TAIL KEYWORD

کلمات کلیدی دم دراز به عبارت‌هایی گفته می‌شود که از ۴ کلمه یا بیشتر تشکیل شده باشند.

برای مثال «خرید بلیت ارزان»، «هوایمای تهران-مشهد»، «دانلود اپلیکیشن اسنپ برای اندروید» و «کفش ورزشی نایک مردانه قرمز» همگی از جمله عبارت‌های کلیدی دم دراز (Long Tail) هستند.

هدف کاربر از جستجوی این نوع عبارت‌ها معمولاً کاملاً مشخص است.

MENTION

Mention به معنی اشاره است. منظور از Mention در دیجیتال مارکتینگ، اشاره مستقیم به نام یک کاربر در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است. مانند زمانی که در اینستاگرام قبل از اسم کسی علامت @ می‌گذاریم و به این ترتیب، او از اشاره ما با خبر می‌شود.

META DESCRIPTION

توضیحات متا یک تگ HTML است که درباره صفحات وبسایت ما به موتورهای جستجو و سایر رسانه‌ها توضیح می‌دهد. توضیحاتی که در جستجوهای گوگل برای هر نتیجه نوشته می‌شود، توضیحات متا هستند. این توضیحات هنگام اشتراک‌گذاری یک صفحه در شبکه‌های اجتماعی نیز به نمایش در می‌آیند. توضیحات متا می‌توانند طولانی یا کوتاه باشند. اما ایده‌آل‌ترین حالت این است که طول آنها حدوداً ۱۶۰ کاراکتر باشد. زیرا موتورهای جستجو در صفحه نمایش نتایج، حدوداً این تعداد کاراکتر را نمایش می‌دهند.

MARKETING AUTOMATION

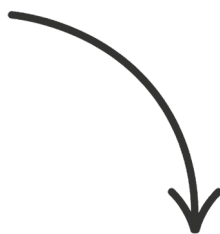
اتوماسیون بازاریابی به فرایند خودکارسازی وظایف بازاریابی مانند ارسال ایمیل، انتشار پست‌های شبکه اجتماعی و سایر فعالیت‌های وبسایت اشاره دارد.

ابزارهای اتوماسیون بازاریابی یک راه آسان و کارآمد برای سازماندهی، مدیریت و اجرای بخش‌های مختلف کمپین‌های بازاریابی هستند و می‌توانند نیاز به نیروی انسانی را در بخش‌هایی از کار از بین ببرند.

MARKET SEGMENTATION

به دسته‌بندی مشتری‌های برند در گروه‌های مختلف، اصطلاحاً تقسیم‌بندی بازار یا Market segmentation گفته می‌شود.

صاحبان کسب‌وکارها با در نظر گرفتن این بخش‌های مختلف بازار، اقدام به تولید و عرضه محصولات خود می‌کنند.



سئو چیست؟ | راهنمای کامل اصول، ابزارها و تکنیک‌های SEO | نوین

<https://www.nov.in.com/blog/what-is-seo/> Translate this page

در مقاله امروز نوین از این‌که سئو چیست و چرا اهمیت دارد شروع می‌کنیم، سپس به بررسی تکنیک‌های مختلف سئو - Jul 29, 2018 (یعنی کلاه سفید، کلاه سیاه و کلاه ...)

MRR

MRR یا Monthly Recurring Revenue به میزان درآمد مداوم ماهیانه‌ای می‌گویند که یک کسب و کار از مشتری‌های خود دارد. MRR یک معیار مهم برای کسب و کارهایی است که محصولات اشتراکی دارند. چرا که درآمد آنها از مشتری‌ها به صورت ماهیانه یا سالیانه تکرار می‌شود.

اگر ۵۰ مشتری شما به طور متوسط ۱۰۰ هزار تومان در ماه به کسب و کار شما پرداخت کنند، درآمد مداوم شما ۵ میلیون تومان در هر ماه خواهد بود.

META TAG

اگر به زبان ساده بگوییم، متا تگ‌ها، متن‌هایی هستند که محتوای یک صفحه از سایت شما را توصیف می‌کنند. توجه داشته باشید که متا تگ‌ها در کدهای HTML صفحه وجود دارند و در ظاهر صفحه نشانی از آنها نمی‌بینید.

هدف متا تگ‌ها این است که به موتورهای جستجو و سایر رسانه‌ها، اطلاعاتی مفید درباره صفحه شما بدهند.

از جمله متا تگ‌های مهم هر صفحه می‌توان به تگ عنوان و متا دیسکریپشن اشاره کرد.

[\(+مطالعه بیشتر\)](#)

MEME

Meme یک عکس خنده‌دار به همراه یک کپشن بامزه است. امروزه این نوع محتواها، به تعداد بسیار زیاد در انواع شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

META ROBOTS

با استفاده از این تگ، شما به موتور جستجو توضیح می‌دهید که با یک صفحه از سایت شما چگونه رفتار کند.

با استفاده از این تگ‌ها در index/noindex: با استفاده از این تگ‌ها در Meta Robots می‌توانید به موتور جستجو بفهمانید که آیا باید صفحه مذکور را در نتایج جستجو نشان دهد یا خیر.

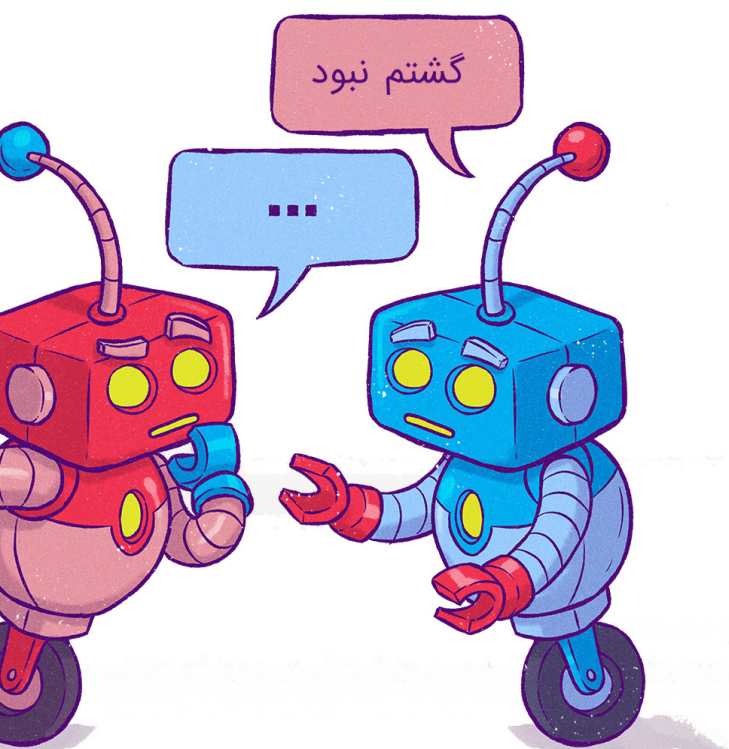
با استفاده از این تگ‌ها در follow/nofollow: موتورهای جستجو می‌گویند که لینک‌های موجود در صفحه باید دنبال شوند یا خیر.



NOINDEX

NoIndex یک تگ HTML است که به موتورهای جستجو اعلام می‌کند صفحه مورد نظر را ایندکس نکنند (یعنی آن را در نتایج جستجوهای خود نمایش ندهند).

پس اگر صفحه‌ای در سایت خود دارید که نمی‌خواهید در نتایج جستجو نمایش داده شود، لازم است این تگ را در کدهای صفحه خود قرار دهید. به این ترتیب وقتی گوگل و سایر موتورهای جستجو به این صفحه می‌رسند، متوجه می‌شوند که نباید آن را بخوانند.



NAVIGATION

به حرکت و جابجایی در قسمت های مختلف یک وب سایت یا برنامه، Navigation گفته می‌شود. Navigation شامل لینک‌ها و سایر المان‌های طراحی شده در یک سایت می‌شود که شما را از بخشی به بخش دیگر هدایت می‌کنند.

NOFOLLOW LINK

لینک‌ها از نظر موتورهای جستجو به منزله پیشنهاد دیده می‌شوند. این یعنی وقتی شما به یک سایت دیگر لینک می‌دهید، عملاً دارید آن را تأیید می‌کنید و به آن اعتبار می‌دهید. به این ترتیب کمی از اعتبار صفحه شما به صفحه وب‌سایت مقصد داده می‌شود که باعث افزایش رتبه آن در موتورهای جستجو می‌گردد.

لینک‌های نوفالو به آن لینک‌هایی گفته می‌شود که هیچ اعتباری را از سایت مبدا به سایت مقصد منتقل نمی‌کنند. پس اگر نمی‌خواهید لینک شما اعتباری به سایت مبدا بدهد (و از اعتبار شما کم کند) لازم است آن را نوفالو کنید. نوفالو بودن لینک یک ویژگی است که در کد HTML مشخص می‌شود. لینک‌های نوفالو در مقابل لینک‌های فالو یا دوفالو (همان لینک‌های معمول اینترنتی) قرار می‌گیرند.

OPT-IN FORM

یک نوع فرم آنلاین است که از طریق آن بازدیدکنندگان سایت می‌توانند برای دریافت خدمات یا دریافت مزایا ثبت نام کرده و مشترک خبرنامه ایمیلی یا پیامکی شما شوند.

برای مثال یک Pop-Up در سایت باز می‌شود و به کاربر پیشنهاد یک کتاب رایگان را در ازای دریافت ایمیل می‌دهد. این Pop-Up یک فرم اشتراکی است.



OPT-IN RATE

به نسبت تعداد کاربران عضو شده در خبرنامه ایمیلی (یا پیامکی) بر تعداد کل بازدیدکنندگان، Opt-In Rate یا نرخ اشتراک گفته می‌شود. برای مثال اگر از هر ۱۰۰ بازدیدکننده، ۵ نفر در لیست ایمیل شما ثبت نام کنند، نرخ اشتراک خبرنامه شما ۵٪ است.

OFF-PAGE OPTIMIZATION

Off-page SEO منظور از سئوی خارجی یا همان اقداماتی است که در بیرون از سایت خودمان (در سایت‌های دیگر و شبکه‌های اجتماعی) انجام می‌دهیم تا جایگاهمان را در نتایج گوگل بهتر کنیم و رتبه‌های بهتری بگیریم.

برای مثال لینک سازی از طریق پست مهمان یکی از روش‌های سئوی خارجی است. در این روش محتوایی برای یک سایت دیگر - که موضوعی مرتبط با سایت خودتان دارد - می‌نویسید و از مدیر سایت مورد نظر درخواست می‌کنید تا لینکی به صفحه اصلی یا صفحه دیگری از سایت شما با یک انکرتکست خاص بدهد.

ON-PAGE OPTIMIZATION

منظور از On-Page Optimization همان سئوی داخلی یا On-page SEO است. بهینه‌سازی صفحات داخلی سایت برای موتورهای جستجو، با هدف رسیدن به جایگاه بالا در گوگل و افزایش ترافیک سایت را سئوی داخلی می‌گوییم.

با سئوی داخلی خوب، موتورهای جستجو به راحتی سایت شما را پیدا کرده، می‌خوانند، موضوع آن را درک می‌کنند و اگر استانداردهای لازم را داشته باشد، آن را به عنوان یک سایت مفید برای کاربران می‌شناسند.



ONLINE VALUE PROPOSITION

این عبارت که به اختصار به آن OVP هم می‌گویند به معنی ارزش یا ارزش‌هایی است که برای مشتریان خود ایجاد می‌کنیم تا ما را انتخاب کنند.

برای مثال شرکتی مانند آمازون وقتی در سال ۱۹۹۵ به طور جدی شروع به کار کرد، ارزش‌های مشخصی داشت؛ ارزش‌هایی مانند تنوع محصولات، قیمت پایین، تحویل سریع و مرجوعی راحت کالا چیزهایی بودند که باعث می‌شد مشتری از بین تمام فروشگاه‌ها آمازون را برای خرید کردن انتخاب کند.

ORGANIC LINK

به بکلینکی که وبسایت‌های دیگر، به میل خودشان و به صورت خودجوش به سایت شما می‌دهند، لینک طبیعی یا ارگانیک گفته می‌شود.

لینک طبیعی اگر از وبسایت‌های معتبر و مورد اعتماد گوگل داده شود بسیار ارزشمند است؛ چراکه گوگل به این سایت‌ها اعتماد دارد و در نتیجه اعتبار زیادی هم به لینک شما می‌دهد.

لینک‌های طبیعی معمولاً به دلیل تولید ارزش‌های منحصر بفردی مانند محتوای با کیفیت، دست اول و ارزشمند دریافت می‌شوند.

ONLINE SURVEY

یکی از قابلیت‌های اینترنتی که به درد بسیاری از افراد (از محققین و پژوهشگران گرفته تا بازاریابان و کارآفرینان) می‌خورد، «نظرسنجی آنلاین» است. امروزه وبسایت‌های مختلفی (از جمله گوگل) وجود دارند که ابزار نظرسنجی آنلاین در اختیار کاربران قرار می‌دهند.

شما با استفاده از این ابزار می‌توانید سوالاتی را که طراحی کرده‌اید، در اینترنت با دیگران به اشتراک بگذارید و از آنها بخواهید تا به سوالات شما پاسخ بدهند. پاسخ این سوالات در طراحی پرسونا و تحقیقات بازار کمک زیادی به شما می‌کند.

البته همیشه تعداد کمی از مخاطبان به شرکت در نظرسنجی‌ها تمایل نشان می‌دهند. برای آنکه کاربران بیشتری را به شرکت در نظرسنجی ترغیب کنید می‌توانید از مزایایی مثل کد تخفیف یا آموزش‌های رایگان استفاده کنید.

The image shows a screenshot of a survey form titled "Customer Satisfaction Survey". The form includes a "Form description" section, an "Email address" field with a validation message, and a question: "Do you like our new product?". Below the question are radio buttons for "Yes", "No", and "Add option or ADD 'OTHER'". A dropdown menu is open, showing various question types: Short answer, Paragraph, Multiple choice (selected), Checkboxes, Dropdown, File upload, Linear scale, Multiple choice grid, Date, and Time.



ORGANIC TRAFFIC

منظور از ترافیک طبیعی یا ارگانیک، بازدیدکنندگانی هستند که از طریق نتایج طبیعی موتورهای جستجو به وبسایت شما آمده‌اند.

در واقع نتایج طبیعی در موتورهای جستجو، نتایجی هستند که بدون پرداخت هزینه (یعنی بدون تبلیغات در موتورهای جستجو) به دست آمده باشند.

فعالیت‌های بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO) به طور معمول به منظور بالا بردن ترافیک طبیعی در یک وبسایت انجام می‌شود.



OUTBOUND LINK

به لینک‌های خارجی که از سایت ما به سایت‌های دیگر داده می‌شود، Outbound Link می‌گوییم. این لینک‌ها بخش کوچکی از اعتبار سایت شما را به سایت مقصد منتقل می‌کنند. بنابراین باید دقت کنید که به سایت‌هایی لینک بدهید که واقعاً برای آنها اعتبار قائلید و در غیر این صورت، لینک‌های خود را نوفالو کنید تا اعتباری جابجا نکنند.

PLUGIN

پلاگین را می‌توانید یک بازوی اضافه در نظر بگیرید که روی یک نرم افزار اضافه می‌کنید تا عملکرد آن نرم افزار بهتر شود یا قابلیت‌های جدیدی به آن اضافه شود. گاهی به جای واژه پلاگین از افزونه (Extension) یا Add-on هم استفاده می‌شود. اما اگر بخواهیم دقیق صحبت کنیم، تفاوت‌هایی بین این واژه‌ها وجود دارد:

پلاگین امکان اجرای یک نرم‌افزار را در یک نرم‌افزار دیگر می‌دهد. مثلاً شما می‌توانید برای مرورگر خود پلاگین Flash Player را روی کروم نصب کنید تا امکان پخش این نوع فایل‌ها را داشته باشید. ولی اکتشن امکانات یک نرم‌افزار را توسعه می‌دهد و قابلیت‌های جدید به آن اضافه می‌کند. برای مثال در کروم شما می‌توانید یک افزونه نصب کنید که امکان مشاهده وضعیت سئو یک وبسایت را به شما بدهد.

در سیستم‌های مدیریت محتوا نیز برای انجام کارهای خاص، پلاگین (یا شاید باید گفت افزونه) طراحی شده است. برای مثال، شما می‌توانید با ریختن [یک پلاگین برای مدیریت پیامک‌ها](#) در وردپرس، امکان ارسال و دریافت پیامک‌ها را به سایت خود اضافه کنید.

در مجموع، پلاگین‌ها می‌توانند برای توسعه یک سیستم بسیار مفید باشند.

PAGEVIEW

PageView برای نشان دادن تعداد دفعات بازدید از یک صفحه استفاده می‌شود. برای مثال اگر Pageview یک صفحه ۵۰۰ باشد، یعنی ۵۰۰ بار از این صفحه بازدید شده است.

زمانی که کاربر وارد صفحه شما می‌شود یک بازدید برای این صفحه حساب می‌شود. دقت داشته باشید که اگر کاربر از آن صفحه به صفحه دیگری رفته و با دکمه back باز هم به آن صفحه بازگردد، یک بازدید دیگر به آن صفحه اضافه می‌شود. حتی اگر کاربر این صفحه را refresh بکند نیز یک بازدید دیگر به حساب می‌آید.

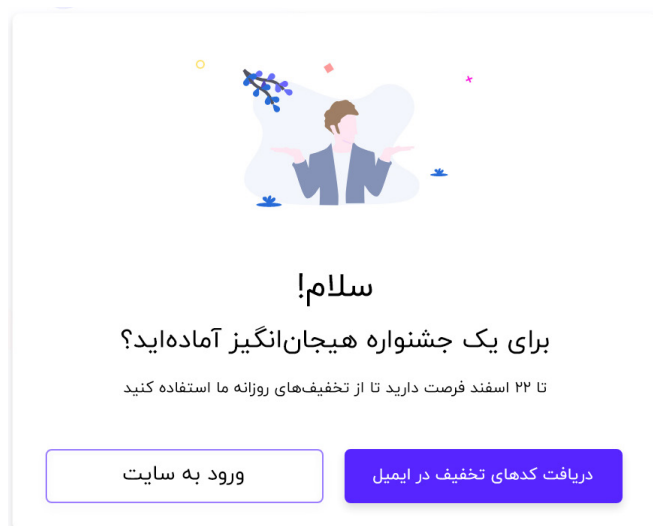
PERMALINK

پرمالینک آدرس اینترنتی (URL) یک محتوا، صفحه، تصویر یا ... است که ثابت بوده و تغییر نخواهد کرد. این اصطلاح مخفف Permanent Link یا همان لینک دائمی است.

معمولاً سیستم‌های مدیریت محتوای برای سایت شما یک ساختار مشخص لینکی را در نظر می‌گیرند که تمام صفحات و مقالات از آن تبعیت می‌کنند. از آنجایی که تغییر این آدرس‌ها باعث می‌شود گوگل صفحات شما را پیدا نکند، همان ابتدای کار با یک سیستم باید ساختار این پرمالینک‌ها را مشخص کنید.

POP-UP

پاپ آپ (که به آن lightbox یا pop-over هم گفته می‌شود) پنجره کوچکی است که معمولاً بعد از ورود به یک سایت نمایان می‌شود. محتوای Pop-Up ها معمولاً حاوی پیشنهادی مانند کد تخفیف در ازای



دریافت ایمیل مشتری است. البته نوع دیگری هم پاپ‌آپ داریم که کیفیت پایینی دارند و به شکل پی‌درپی و آزاردهنده برای نمایش تبلیغات به کار گرفته می‌شوند. این نوع از Pop-Up ها کیفیت سایت را پایین می‌آورند و چون کاربران در واکنش به آن‌ها صفحه را سریعاً ترک می‌کنند تأثیری بسیار منفی روی سئوی سایت خواهند داشت.

PPA

پرداخت در قبال عمل (Pay per Action) یک مدل قیمت‌گذاری است که در آن تبلیغ‌کنندگان فقط به ازای یک عمل انجام شده (مثل انجام خرید یا ثبت نام در خبرنامه) هزینه پرداخت می‌کنند.

فرض کنید شما در یک وبسایت تبلیغ انجام داده‌اید. اگر از این مدل پرداخت استفاده کنید، در ابتدای کار هیچ هزینه‌ای پرداخت نخواهید کرد؛ بلکه به توافق می‌رسید که مثلاً به ازای هر مشتری که از طریق این تبلیغ از شما خریده کند یا مشترک خبرنامه ایمیلی شما شود، مبلغی پرداخت نمایید؛ مبلغی که طبیعتاً باید برای مجری تبلیغ شما قابل توجه باشد.

PPC

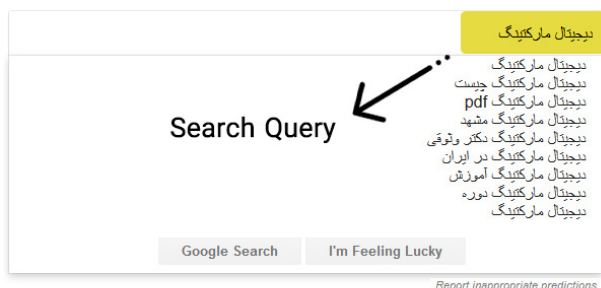
پرداخت به ازای کلیک (Pay Per Click) مدل دیگری از قیمت‌گذاری است که در آن تبلیغ‌کنندگان، نرخ برای هر کلیک تعریف می‌کنند و به ازای هر کلیک، آن مبلغ را دریافت می‌کنند. اکثر سرویس‌های تبلیغات اینترنتی معمولاً از این مدل قیمت‌گذاری استفاده می‌کنند. بدون شک مطرح‌ترین سرویس تبلیغات کلیکی در تمام دنیا، سرویس تبلیغات گوگل است.



QUERY

کوئری، همان کلمه یا عبارتی است که کاربر وارد موتور جستجویی مثل گوگل یا یاهو می‌کند. برای مثال اگر به دنبال یک هتل در تهران هستید و عبارت «هتل‌های تهران» را جست‌وجو کردید، این عبارت کوئری شماست.

به عنوان یک مثال دیگر، وقتی در موزیک پلیمر موبایل‌تان در حال جستجوی آهنگ هستید، دارید یک Search Query مثل «آهنگ غمگین» را برای پیدا کردن نتیجه‌های مناسب به این موزیک پلیمر می‌دهید.



QUALIFIED LEAD

Qualified Lead آن سرخ‌هایی هستند (سرخ یعنی کسانی که اطلاعات تماسشان خود را در اختیارتان قرار داده‌اند) که کیفیت آنها تأیید شده و شانس تبدیل شدن آنها به مشتری زیاد است. در واقع این افراد علاقه خود را به محصولات شما نشان داده‌اند.

برای تبدیل سرخ‌های تأیید شده به مشتری باید تعاملتان را ادامه دهید و با پیشنهاداتی مثل اعتبار رایگان، آفر ویژه و سایر امتیازات آن‌ها را ترغیب به خرید کردن کنید.

QUALITY SCORE

از این اصطلاح بیشتر در گوگل ادز استفاده می‌شود. به این معنی که گوگل کیفیت صفحات فرود، کلمات کلیدی و تبلیغات موجود در سایت شما را ارزیابی می‌کند و به آن امتیاز می‌دهد. اگر گوگل امتیاز خوبی برای کیفیت سایت شما در نظر بگیرد، با قیمت پایین‌تر و در جایگاه بهتری تبلیغات ادوردز شما را نمایش می‌دهد.



REDIRECT

به انتقال کاربر از یک صفحه به صفحه دیگر ریدایرکت گفته می‌شود.

REFERRAL

اصطلاح referral (که می‌توان بصورت ارجاع ترجمه‌اش کرد) زمانی استفاده می‌شود که شخصی مشتری شماست و بعد از مدتی، مشتری‌های جدیدی با خودش می‌آورد. در این صورت این شخص برای شما referral حساب می‌شود. کسب و کارهایی که از بازاریابی ارجاعی (referral marketing) استفاده می‌کنند معمولاً برای افرادی که نقش Referral را ایفا می‌کنند جوایز و پیشنهادهای ویژه‌ای در نظر می‌گیرند.

REFERRAL TRAFFIC

ترافیک ارجاعی به بازدیدکننده‌هایی گفته می‌شود که لینک شما را از طریق وبسایت‌های دیگر دیده و از آن راه وارد وبسایت شما شده‌اند.

REGISTRATION

به فرایند ثبت نام در یک سایت، شبکه اجتماعی یا فرم آنلاین Registration یا Sign Up گفته می‌شود.



RANKING

به ترتیب قرار گرفتن سایت‌ها در لیست نتایج موتور جستجو رتبه‌بندی یا Ranking گفته می‌شود. (البته گاهی منظور از Ranking می‌تواند رتبه‌بندی سایت‌ها در الکسا هم باشد).

RANKBRAIN

رنک‌برین یکی از الگوریتم‌های گوگل است که در سال ۲۰۱۵ معرفی شد. این الگوریتم بر مبنای یادگیری ماشین کار می‌کند؛ به این صورت که داده‌های کاربران را جمع‌آوری و ذخیره می‌کند و با استفاده از آن‌ها سعی می‌کند نتایج مرتبط‌تری را برای جستجوهای بعدی کاربران پیدا کند. به همین دلیل هم هست که گاهی نتیجه جستجوهای شما با نتیجه جستجوی یک نفر دیگر تفاوت دارد.

REACH

این اصطلاح را می‌توانیم به صورت «دست‌یافتن» ترجمه کنیم. فرض کنید شما تبلیغی انجام داده‌اید و این تبلیغ توسط ۵۰۰ نفر دیده شده است. در این صورت می‌توانیم بگوییم که Reach این تبلیغ ۵۰۰ بوده است. به عبارت دیگر به تعداد اکانت‌هایی که از کانال‌های مختلف به تبلیغ یا پست شما در شبکه اجتماعی رسیده و آن را مشاهده کرده‌اند، Reach می‌گوییم.



RETARGETING

گاهی اوقات ممکن است که کاربرانی با تبلیغات شما درگیر نشوند یا اقدام خاصی در برابر آنها انجام ندهند؛ در چنین شرایطی می‌توان از ریتارگتینگ یا هدف‌گیری مجدد استفاده کرد.

به‌عنوان مثال، کاربرانی ایمیل ارسالی شما را که حاوی پیشنهاد ویژه بوده باز نکرده‌اند یا اصلاً ندیده‌اند؛ شما برای اینکه آنها را مجدداً مورد هدف قرار دهید و شانس این را داشته باشید که به مشتری تبدیلشان کنید، می‌توانید پیام تبلیغاتی‌تان را از طریق دیگری به اطلاعشان برسانید.

سرویس‌هایی مثل گوگل (و برخی سرویس‌های فارسی) با قرار دادن یک کد در سایت شما، اطلاعات این کاربران را می‌گیرند و تبلیغ شما را در سایت‌های دیگر اینترنتی به آنها نمایش می‌دهند.

REPORTAGE ADS

رپورتاژ آگهی تلاشی سازمان یافته است که برای تقویت مزایای استفاده از یک محصول یا خدمات در ذهن مخاطب (و البته گاهی رتبه‌گوگل سایت شما) صورت می‌گیرد. روند تهیه رپورتاژ آگهی به این شکل است که گزارشی کاملاً بی‌طرف و ژورنالیستی برای انتقال پیام برند یا معرفی محصولات از سوی یک شرکت تهیه و به یک رسانه ارائه می‌شود و آن رسانه (که می‌تواند یک مجله، برنامه تلویزیونی یا یک وبسایت باشد) در ازای انتشار این گزارش مبلغی را دریافت می‌کند. [\(مطالعه بیشتر\)](#)

تا ۲۰٪
تخفیف

رپورتاژتان را به ما بسپارید

RESPONSIVE WEB DESIGN

ریسپانسیو بودن سایت به این معنی است که وقتی صفحه را کوچک و بزرگ می‌کنید، یا در دستگاه‌های دیگری مثل موبایل و تبلت آن را باز می‌کنید، ساختار ظاهری آن بهم ریخته نشود.

یکی از فاکتورهای مهم رتبه‌بندی سایت در گوگل، ریسپانسیو یا واکنش‌گرا بودن آن است. برای مطالعه بیشتر به سراغ [«طراحی سایت واکنش‌گرا چیست و چرا ضرورت دارد؟»](#) بروید.

RICH SNIPPET

ریچ اسنیپت عبارتی است که برای توصیف اطلاعات و داده های نشانه گذاری شده وب سایتها استفاده می شود. این نشانه ها که به کد HTML سایت شما اضافه می شوند، به موتورهای جستجو کمک می کنند موضوع صفحه و اطلاعات آن را بهتر درک کنند. مثلاً شما می توانید برای آنها مشخص کنید که کدام بخش از محتوای شما نشان دهنده نویسنده یک مقاله، کارگردان یک فیلم، موجود بودن یک محصول یا ... است. موتورهای جستجوی بزرگ، این اطلاعات را هنگام جستجو به شما نمایش می دهند تا بهتر بتوانید یک نتیجه را انتخاب کنید.

Apple iPod / Nano 4G Car Charger in White - CableWholesale.com
www.cablewholesale.com > Apple Products > iPhone/iPad Accessories ▾
 ★★★★★ Rating: 4.5 - 1 vote - \$2.56
 4 days ago - Save time with this iPhone car charger. Perfect for charging on the go. Simply plug it into a cigarette lighter in your car to recharge your iPod.

iPod Nano 4th Generation Charger | eBay
www.ebay.com/bhp/ipod-nano-4th-generation-charger ▾
 \$1.99 - In stock
 25+ items - Find great deals on eBay for iPod Nano 4th Generation Charger ...
 2 USB Charger Data Cable for Apple iPod Nano 3G 4G 5G 6G 2nd 3rd ... \$3.47.
 3FT USB Home Wall + Car Charger + Data Noodle Cable for iPhone ... \$4.25.

EZOPower Car Charger for Apple iPod Nano 6G 5G 4G 3G 2G 1G ...
www.amazon.com/EZOPower-Charger-Generation.../dp/B004VBJSHA ▾
 EZOPower Car Charger for Apple iPod Nano 6G 5G 4G 3G 2G 1G / 6th 5th 4th 3rd ...
 Save \$2.00 on EZOPower 3.1A Dual-Outlet USB Car Charger - White when ...

Rich Snippet

ROI

ROI به معنی نرخ پول به دست آمده نسبت به پول سرمایه گذاری شده است. برای محاسبه ROI باید سود خالص را از هزینه تبلیغات کم کرده و سپس آن را بر هزینه تبلیغات تقسیم کنید.

برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه به مقاله «[بازگشت سرمایه \(ROI\) در بازاریابی چیست؟](#)» سر بزنید و آن را بخوانید.

SEM

این عبارت مخفف Search Engine Marketing و به معنی بازاریابی برای موتورهای جستجو است. این کار عموماً به دو روش انجام می‌شود: گوگل ادز و سئو.

گوگل ادز همان تبلیغات گوگل است. این روش به این صورت است که شما به ازای کلمه یا کلمات کلیدی مشخص (مثلاً خرید موبایل) به گوگل هزینه پرداخت می‌کنید و گوگل تا زمانی که بودجه دارید وبسایت شما را در نتایج اولیه جستجو نشان می‌دهد.

SEO

SEO مخفف عبارت «Search Engine Optimization» و به معنی بهینه سازی برای موتورهای جستجو است. انجام سئو منجر به بهبود طبیعی جایگاه سایت در موتورهای جستجو، افزایش بازدید سایت و هدایت ترافیک بیشتر می‌شود.

برای آشنایی با مفاهیم سئو و تکنیک‌های آن از مقاله «[سئو چیست؟](#)» در وبلاگ نوین شروع کنید و بعد به «[سری جامع سئو و بهینه‌سازی سایت](#)» مراجعه نمایید.

SAAS

مخفف عبارت Software as a Service یا همان «نرم‌افزار به عنوان سرویس» است.

نرم‌افزارهای SAAS را به عنوان سرویس اشتراکی نیز می‌شناسیم؛ به این معنی که معمولاً دسترسی شما مبتنی بر اشتراک است (یعنی یک هزینه ماهیانه یا سالیانه پرداخت خواهید کرد) و به جای آنکه نرم‌افزار روی کامپیوتر شما نصب و اجرا شود، همواره در هر کجا و با هر دستگاهی از طریق اینترنت قابل دسترسی است.

به لطف سیستم اشتراکی، عموماً نرم‌افزارهای SAAS دارای هزینه مقرون به صرفه‌تر و پشتیبانی بهتری هستند.

[سایت‌ساز پرتال](#) یک نمونه از سیستم‌های SAAS است.

SEARCH ENGINE

موتور جستجو یا Search Engine سرویسی است که به کاربران اجازه جستجو در دنیای اینترنت را می‌دهد و متناسب با جستجوی آنها، محتوای مناسب را برایشان پیدا می‌کند.

از معروف‌ترین و متداول‌ترین موتورهای جستجو می‌توان به گوگل محبوب دل‌ها، یاهو و بینگ اشاره کرد.

SHADOWBAN

اگر مطالب و عکس‌های شما دیگر مثل سابق لایک نمی‌خورد و فالورهایتان دیگر افزایش نمی‌یابد بلکه کاهش هم پیدا می‌کند، به احتمال زیاد اکانت شما شادوبن شده است. شادوبن زمانی رخ می‌دهد که از ربات‌های اینستاگرامی استفاده کنید و اینستاگرام به دلیل فالو و آنفالوهای پرسرعت متوجه این قضیه شود.

SHOP BUILDER

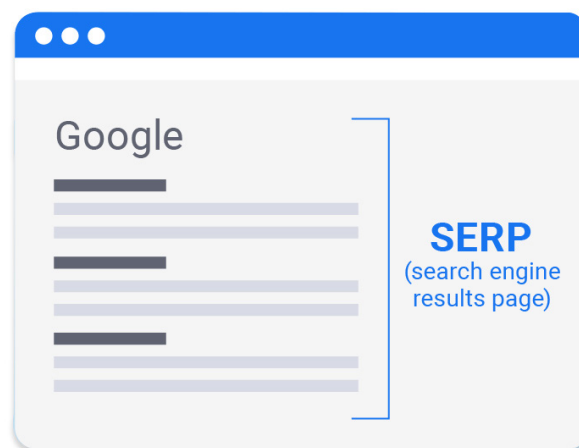
Shopbuilder یا فروشگاه‌ساز یک سرویس اشتراکی آنلاین برای راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی است. با فروشگاه‌ساز می‌توانید در کمترین زمان ممکن فروشگاه اینترنتی خود را راه‌اندازی کرده و محصولاتتان را بفروشید.

[فروشگاه‌ساز پرتال](#) یک نمونه از این سرویس‌هاست که با قابلیت‌های بسیار متنوع و پشتیبانی دائمی، خدمات راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی را در اختیاران قرار می‌دهد.



SERP

این کلمه مخفف Search Engine Result Page است. هنگامی که یک عبارت را سرچ می‌کنید، گوگل (یا هر موتور جستجوی دیگری) یک مجموعه از نتایج را به شما نمایش می‌دهد. به صفحه‌ای که نتایج جستجوی خود را در آن می‌بینید، SERP می‌گویند.



SESSION

دوره یا session به مدت زمانی اطلاق می‌شود که کاربر به صورت فعال با وبسایت، برنامه گوشی یا سایر رسانه‌های شما در ارتباط است. تمام اطلاعات در مورد تعاملات کاربر (تعداد صفحاتی بازدید، رویدادها، میزان خرید و ...) در طی یک دوره حساب می‌شوند. دوره‌ها معمولاً بعد از ۳۰ دقیقه عدم تعامل کاربر با وبسایت یا برنامه شما بسته می‌شوند و در صورت بازگشت کاربر، یک دوره جدید باز خواهد شد.

SMB

SMB مخفف Small-to-Medium Business است و به شرکت‌هایی گفته می‌شود که ۱۰ الی ۵۰۰ کارمند دارند.

SMM

این کلمه مخفف Social Media Marketing است. SMM به [بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی](#) مانند فیس بوک، توئیتر، اینستاگرام، لینکدین و ... اشاره دارد.

SMS MARKETING

برخلاف فکر عموم، بازاریابی پیامکی فقط ارسال پیامک‌های تبلیغاتی نیست؛ بازاریابی پیامکی یکی از روش‌های کم‌هزینه، زودبازده و موثر بازاریابی است که کمکتان می‌کند هم مشتری جدید جذب کنید و هم از طریق تعامل با مشتری‌ها آنها را تا مدت‌ها حفظ کنید.



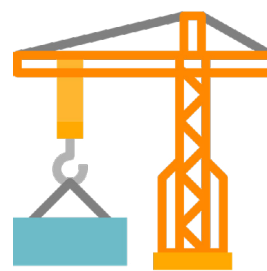
پیشنهاد می‌کنیم برای آشنایی کامل با تمام پتانسیل‌های بازاریابی پیامکی و استفاده

درست از آن، سری به آکادمی نوین بزنید و [آموزش کامل بازاریابی پیامکی](#) را رایگان دانلود کنید.

SITE BUILDER

به سرویس اشتراکی آنلاینی که با آن می‌توانید به راحتی برای خودتان سایت بسازید و آن را مدیریت کنید، سایت‌ساز یا Site Builder گفته می‌شود. ایجاد سایت با سایت‌ساز مانند چیدن یک پازل ساده است و نیازی به دانش برنامه‌نویسی ندارد.

[پرتال](#) یک نمونه از سایت‌سازهای ایرانی و Wix یک نمونه خارجی است.



SITEMAP

سایت‌مپ یا نقشه فایل به دو نوع XML Sitemap و HTML Sitemap تقسیم می‌شود. XML Sitemap فایلی است که لیستی از مهم‌ترین محتواهای موجود در سایت را در بر دارد تا کراولرهای موتورهای جستجو بتوانند به راحتی سایت را ایندکس کنند.

HTML Sitemap صفحه‌ای حاوی لینک به قسمت‌های مختلف سایت است. کاربران با مراجعه به این صفحه می‌توانند به راحتی محتواهای موجود در سایت را ببینند و با یک کلیک به بخش مورد نظرشان بروند. ([+ مطالعه](#))

[بیشتر](#)



SOCIAL PROOF

به عنوان یک انسان، نظرات و دیدگاه‌های دیگران درباره یک مسأله خاص برای ما مهم است و تاثیر زیادی در تصمیم‌گیری‌های ما دارد؛ به استفاده از تایید و نظر مثبت مشتریان قبلی به منظور تاثیر گذاشتن در خرید دیگران تایید اجتماعی، مدرک اجتماعی یا Social Proof گفته می‌شود.

برای مثال شما تعداد مشتریان راضی یا نظرات آن‌ها را در صفحه اول سایتتان قرار می‌دهید و از این طریق می‌خواهید نشان دهید که دیگران ما را تایید کرده‌اند، پس شما هم می‌توانید به ما اعتماد کنید.

SOCIAL TRAFFIC

Social Traffic آن بخش از ترافیک وبسایت شماست که از طریق شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین، گوگل پلاس، فیس بوک، توئیتر و ... حاصل می‌شود. مثلاً وقتی کسی روی لینکی که شما در فیسبوک به اشتراک می‌گذارید کلیک کند یا پروفایل توئیتر شما را چک کند و تصمیم بگیرد از طریق لینک سایت وارد آن شود، جزو ترافیک سوشیال سایت شما حساب خواهد شد.



SMS PANEL

[پنل SMS](#) یک نرم‌افزار آنلاین است که به کمک آن می‌توانید به طور انبوه یا گزینش شده، برای مخاطبان خود پیام کوتاه ارسال کنید.

۲۰٪ تخفیف
DMG-SMS

بازاریابی پیامکی را شروع کنید

SOCIAL MEDIA

به سایت و اپلیکیشن‌هایی که به کاربران اجازه می‌دهند محتوای خود را از طریق آن با افراد دیگر به اشتراک بگذارند، Social Media یا شبکه اجتماعی گفته می‌شود. اینستاگرام، توئیتر و پینترست همگی شبکه‌های اجتماعی هستند.

SOCIAL MEDIA MARKETING

بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (SMM) یکی از شاخه‌های بازاریابی اینترنتی است. در این روش شما با هدف برندینگ یا جذب مشتری، به تولید و توزیع محتوا در شبکه‌های اجتماعی می‌پردازید. یکی از بهترین راه‌ها برای جمع‌آوری سرنخ و پرورش آن‌ها استفاده از شبکه‌های اجتماعی است.

سوشال مدیای خود را به ما بسپارید

SSL این اطمینان را می‌دهد که این اطلاعات در امنیت کامل هستند و کسی نمی‌تواند آنها را هک کند یا به آنها دسترسی داشته باشد. برای اینکه ببینید آیا یک سایت به SSL مجهز هست یا نه، به آدرس اینترنتی آن توجه کنید؛ اگر با Https به جای Http شروع شده باشد، (مثل <https://www.novin.com>) مجهز به SSL است.

SWOT

واژه SWOT از کنار هم قرار دادن حروف اول چهار کلمه Strengths (نقاط قوت)، Weaknesses (نقاط ضعف)، Opportunities (فرصت‌ها) و Threats (تهدیدها) ساخته شده است.

در واقع سوات یا همان SWOT یک ماتریس دو در دو است که با تکمیل و بررسی آن می‌توانید محیط درونی و بیرونی سازمان را بهتر بشناسید. آنالیز سوات کمک می‌کند تا نقاط قوت و ضعف سازمان را بدانیم، فرصت‌های پیش رو را بشناسیم، و تهدیدهای احتمالی را به شیوه مؤثری مدیریت کنیم.

شما می‌توانید برای مطالعه بیشتر به مقاله [سوات چیست](#) مراجعه نمایید یا [فایل پرسش‌نامه سوات](#) را به همراه یک نمونه تکمیل شده، از آکادمی نوین (رایگان) دانلود کرده و استفاده کنید.

SPIDER

اسپایدر در واقع همان [خزنده](#) یا [بات](#) است.

SPONSORED LINK

SPONSORED نیز دیگر ویژگی جدیدی است که گوگل اخیراً برای لینک‌ها اعلام کرده است. لینک اسپانسی به لینک‌هایی گفته می‌شود که در ازای قرار دادن آن‌ها در سایت پول دریافت می‌شود. ([+مطالعه بیشتر](#))

SSL

این اصطلاح مخفف Secure Socket Layer است. SSL نوعی تکنولوژی رمزگذاری است که یک ارتباط امن میان وب سرور (جایی که تمام فایل‌های یک سایت ذخیره می‌شود) و بازدید کننده‌های مرورگر ایجاد می‌کند. به لطف SSL اطلاعات خصوصی در امنیت کامل و بدون هیچگونه نگرانی می‌تواند منتقل شود.

SSL یک استاندارد صنعتی است. یکی از کاربردهای SSL وقتی است که یک وبسایت می‌خواهد اطلاعات شخصی و حساس کاربران (مانند شماره کارت بانکی و رمز) را از آنها دریافت کند.



TIMESTAMP

این اصطلاح به تاریخ و زمان مربوط به یک رویداد خاص اشاره دارد؛ مثلاً زمان انتشار یک مقاله در سایت یا ویرایش یک پست در اینستاگرام با تایم‌استمپ مشخص می‌شود.

TITLE TAG

تایتل تگ یا تگ عنوان یکی از تگ‌های HTML است. تگ عنوان همان نوشته‌ای است که شما روی تب مرورگر خود مشاهده می‌کنید. از نظر موتورهای جستجو، این نوشته عنوان صفحه سایت شما است و در نتایج جستجو نشان داده می‌شود. این تگ، هم کاربران و هم گوگل را متوجه موضوع صفحه شما می‌کند.

TARGET AUDIENCE

به مخاطبان یک محصول، محتوا یا تبلیغ تلویزیونی که بخشی از بازار هدف ما هستند، مخاطبان هدف گفته می‌شود.

TARGET MARKET

بازار هدف شما همان کسانی هستند که مشتری‌های بالقوه محصولات یا خدمات شما به حساب می‌آیند. محصولاتی که ما می‌سازیم یا خدماتی که ارائه می‌کنیم بر اساس نیازهای بازار هدف شکل می‌گیرد.

TARGET MARKETING

در این روش بازاریابی، شما بازار هدف خود را به چند بخش مختلف تقسیم می‌کنید و فقط بر روی یک یا چند بخش کلیدی (Segment) تمرکز می‌کنید. «بازاریابی هدفمند» به کاهش هزینه‌ها کمک می‌کند و باعث می‌شود با شناخت هرچه بهتر مخاطبان تاثیر بهتری روی آن‌ها بگذاریم.

TRAFFIC

در بازاریابی اینترنتی، ترافیک به تعداد بازدیدکننده‌ها و بازدیدهایی که از یک سایت صورت گرفته اشاره دارد.

TESTIMONIAL

Testimonial یا توصیه‌نامه، یکی از تکنیک‌های بازاریابی است و به توصیه افراد جامعه در مورد استفاده از یک محصول اشاره دارد. این توصیه می‌تواند در قالب نظر کاربران در سایت یا نظر یک فرد تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی باشد.

الگوریتم مرغ مگس خوار

Keyword difficulty: 38.81% (for google.com database) — View full report for this keyword

All Images Videos News More Settings Tools

About 142,000 results (0.23 seconds)

تایتل تگ الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل چیست؟ | تاثیر آن بر سئو وب ... 1

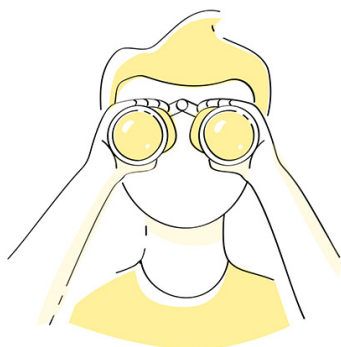
<https://www.novin.com> و بلاگ نوین Translate this page

Rating: 4.7 - 54 votes

Jun 27, 2018 همه چیز درباره الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل را در این مقاله می‌خوانید. از نحوه کار الگوریتم مرغ مگس - خوار گرفته تا تاثیری که روی سئو سایت دارد به ...

UNIQUE VISITOR

بازدیدکننده منحصر بفرد یا به اصطلاح UV یک معیار برای سنجش تعداد کسانی است که از وبسایت شما دیدن کرده‌اند. دقت کنید که این اصطلاح را با بازدید (Visit) اشتباه نگیرید. یک نفر می‌تواند چند بار از وبسایت شما بازدید کند و تمام این دفعات Visit او حساب شود، اما او فقط ۱ بار به عنوان Unique Visitor حساب می‌شود.



UNSUBSCRIBE

این کلمه در لغت به معنای لغو اشتراک است. بیشترین کاربرد این اصطلاح در سامانه‌های ایمیلی و پیامکی است. وقتی کاربری قبلاً در خبرنامه عضو شده باشد و حالا بخواهد انصراف دهد و از لیست ایمیلی یا پیامکی خارج شود، از اصطلاح Unsubscribe استفاده می‌کنیم.

UGC

این کلمه مخفف User Generated Content است و به معنی محتوای تولید شده توسط کاربر است. نظرات زیر مقاله‌ها یا حتی پست‌هایی که در اینستاگرام تولید می‌شوند، محتوای UGC هستند.

UGC LINK

گوگل اخیراً ویژگی‌های دیدی برای لینک‌ها تعریف کرده که یکی از آن‌ها UGC یا لینک ایجاد شده توسط کاربران است.



لینک‌های کاربران در بخش نظرات یا فروم‌ها، جزو این دسته است. [\(+مطالعه بیشتر\)](#)

UI

UI مخفف کلمه User Interface است و معادل فارسی آن می‌شود واسط کاربری یا رابط کاربری. واژه UI کاربرد گسترده‌ای در فضای وب دارد. رابط کاربری به مجموعه صفحات، تصاویر و المان‌های بصری (مثل دکمه‌ها و آیکون‌ها) گفته می‌شود که کاربر برای تعامل با یک دستگاه یا برنامه از آنها استفاده می‌کند.

URL

این کلمه مخفف Uniform Resource Locator است. URL همان آدرس سایت شما یا آدرس لینکی است که کاربران را به یک صفحه مشخص در فضای مجازی هدایت می‌کند.



USER

این کلمه به هر شخصی که از یک کامپیوتر، موبایل، سایت یا هر سرویس شبکه‌ای استفاده می‌کند اشاره دارد. اگر شما یک کامپیوتر، تبلت یا تلفن هوشمند دارید، کاربر آن وسیله محسوب می‌شوید یا اگر در سایتی هستید و از آن مطالب یا سرویس‌های آن استفاده می‌کنید، از کاربران آن سایت هستید.

USER GENERATED CONTENT

محتوای تولید شده توسط کاربران که به اختصار UGC نامیده می‌شود، به هر محتوایی می‌گویند که توسط کاربران، مشتری‌ها و دنبال‌کنندگان شما (نه خودتان) ایجاد شده باشد. UGC انواع مختلفی دارد؛ می‌تواند یک کامنت باشد که در سایت شما به اشتراک گذاشته می‌شود یا عکسی که کاربران از محصولات شما در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند.

UNSUBSCRIBE RATE

در بازاریابی ایمیلی، پیامکی یا هر نوع بازاریابی دیگری که مبتنی بر مشترک شدن کاربران باشد، نرخ لغو اشتراک درصدی است که نسبت کاربرانی که اشتراکشان را لغو کرده‌اند، به نسبت کل کاربران نشان می‌دهد. اگر این درصد زیاد باشد یا به اصطلاح نرخ لغو اشتراک بالا باشد، به این معناست که یا باید در محتوای پیام تجدید نظر کنید، یا اینکه میزان اسپم بودن ایمیل‌های ارسالی را بررسی کنید.

UPSELL

Upsell یا بیش‌فروش، یک استراتژی فروش است که در آن فروشنده شما را متقاعد می‌کند که کالایی با قیمت بالاتر بخرید.

مثلاً فرض کنید که یک کاربر می‌خواهد اشتراک یک ماهه از یک سرویس را خریداری کند. فروشنده با صحبت کردن از مزایای بیشتر، او را متقاعد می‌کند که به جای اینکار یک اشتراک سه ماهه یا سالانه از آن سرویس را خریداری کند. به این تکنیک بیش‌فروش می‌گویند.

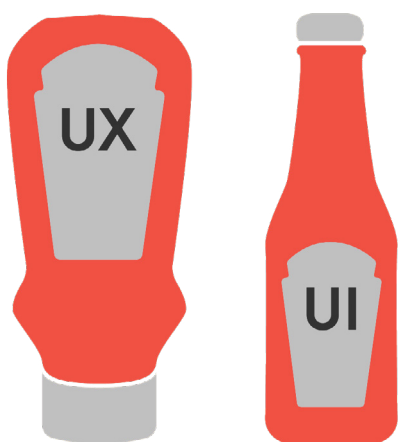


بعد

قبل

UX

این کلمه مخفف User Experience است که در فارسی با نام تجربه کاربری شناخته می‌شود. منظور از تجربه کاربری آن تجربه و حسی است که کاربر در هنگام تعامل با بخش‌های مختلف از محصولات و سرویس‌های یک شرکت دارد.



ما در سایت نوین دو مقاله داریم که با خواندن آنها می‌توانید با تفاوت UI و UX، کارایی هر کدام و ۱۰ راهکار UX برای مجاب کردن مشتری به خرید آشنا شوید.

[- ده راهکار UX برای مجاب کردن مشتری به خرید](#)

[- تفاوت تجربه کاربری و رابط کاربری](#)

طراحی UI و UX سایتان را به ما بسپارید

USP

Unique Selling Proposition یا Unique Selling Point به فاکتورهایی گفته می‌شود که باعث ایجاد تمایز بین برند شما با سایر رقبا می‌شود. مثلاً کیفیت عالی در محصولات برای یک برند نقطه فروش منحصری آن برند محسوب می‌شود، ولی قیمت پایین نه. در حالی که برای یک برند دیگر همین قیمت پایین نقطه منحصری فروش خواهد بود.

USER STORY

داستان کاربر، یک توضیح ساده درباره نحوه و هدف استفاده از یک محصول است که از زبان کاربر بیان می‌شود. از این اصلاح اولین بار در مدیریت چابک استفاده شد؛ اما الان در بخش‌های دیگر بازاریابی مانند طراحی UX هم از داستان مشتری استفاده می‌شود. فرمول کلی ساختن داستان مشتری به این شکل است:

به عنوان یک <نقش مشتری> می‌خواهم <ویژگی محصول> برای اینکه <دلیل>.

برای مثال:

به عنوان یک <ورزشکار> می‌خواهم <هدفونی که از گوش نیافتد> داشته باشم، برای اینکه <هنگام فعالیت ورزشی موسیقی گوش کنم>.

VOIP

ویپ مخفف Voice Over Internet Protocol است و به سیستم‌هایی اشاره دارد که اجازه برقراری تماس‌های صوتی (و ویدئویی) را از طریق کامپیوتر یا اینترنت گوشی ممکن می‌کنند. معروف‌ترین این سرویس‌ها، Skype است.

در ایران، به سیستم‌های ویپ، تلفن گویا نیز می‌گویند.

با راه‌اندازی سیستم ویپ، کارمندان شرکت شما از طریق کامپیوتر می‌توانند تلفن‌های مشتریان را دریافت کنند و هر کدام یک داخلی مشخص خواهند داشت.

یک مزیت بزرگ ویپ این است که به شما اجازه برنامه‌نویسی برای پیاده‌سازی سرویس‌های مختلف تلفنی را می‌دهد. برای اطلاعات بیشتر به سایت [نوین ویپ](#) مراجعه کنید.



VISIT

به هر عملی که کاربر پس از ورود به سایت تا هنگام خروج از آن انجام می‌دهد، ویزیت یا بازدید گفته می‌شود. این عمل می‌تواند دانلود فایل، کلیک روی لینک یا رفتن از صفحه‌ای به صفحه‌ی دیگر باشد.

VISITOR

به کسی که از سایت بازدید می‌کند، ویزیتور یا بازدیدکننده می‌گویند.

هر بازدیدکننده ممکن است چندین بار به سایت شما سر بزند.

VIRAL MARKETING

بازاریابی ویروسی یا همان وایرال مارکتینگ (Viral Marketing) نوعی از بازاریابی است مخاطبان را تشویق به انتقال پیام بازاریابی خود کند. برای مثال شما محتوایی جذاب تولید می‌کنید که آدم‌ها دوست داشته باشند آن را با دیگران به اشتراک بگذارند.

این روش، شباهت بسیاری با منتشر شدن ویروس در محیط اطراف دارد و دقیقاً به همین دلیل است که نام ویروسی یا وایرال بر روی آن گذاشته شده است.

WEBSITE

سایت یا وب سایت به یک یا چند صفحه مرتب با هم که حاوی محتواهای متنی، تصویری و ویدئویی هستند گفته می‌شود. این صفحات معمولاً روی یک هاست و با دامنه یکسان بارگذاری می‌شوند.

WHITE HAT SEO

منظور از سئوی کلاه سفید تکنیک‌هایی از سئو است که بر اساس قوانین تعیین شده توسط موتورهای جستجو هستند و باعث می‌شوند رتبه سایت به طور طبیعی در صفحه نتایج گوگل ترفیع پیدا کند.

WHOIS

اگر به آدرس Whois.net سر بزنید با صفحه‌ای نسبتاً ساده مواجه می‌شوید. اما همین صفحه ساده در کل دنیا شناخته شده است و خیلی‌ها از آن استفاده می‌کنند.

WHOIS یک سرویس اینترنتی است که به شما نشان می‌دهد یک دامنه خاص به اسم چه کسی ثبت شده است و چگونه می‌توان با این شخص وارد تماس شد. (Registrant کسی است که دامنه به نام او ثبت می‌شود و Registrar مجموعه‌ای است که دامنه را ثبت می‌کند).

WEB 2

دومین جهش دنیای اینترنت زمانی اتفاق افتاد که وبسایت‌های اینترنتی به صورت پویا و قابل تعامل درآمدند و شبکه‌های اجتماعی شکل گرفتند. برای ایجاد تمایز بین این دوره با زمانی که صفحات اینترنت استاتیک و غیر قابل تعامل بودند، از اصطلاح وب ۱ و ۲ استفاده می‌شود.

WEB HOSTING

وب هاستینگ به سرویس‌های میزبانی وب اشاره دارد که اطلاعات وبسایت‌ها را در خود نگهداری می‌کنند.

WEBINAR

وبینار (مخفف اصطلاح Web-based Seminar) به معنی یک ارائه، سخنرانی، کارگاه یا سمینار مبتنی بر وب است. وبینارها به صورت مجازی از طریق نرم‌افزارهای ویدیوکنفرانس اجرا می‌شوند و یکی از روش‌های فوق‌العاده جذاب و پویا برای انتقال اطلاعات به مخاطبانی هستند که از لحاظ جغرافیایی در مناطق مختلف پراکنده هستند.

WEBMASTER

به مدیر یا مسئول یک وبسایت، وبمستر می‌گویند. طراحی، توسعه، بازاریابی و نگهداری سایت می‌تواند از وظایف وبمستر باشد.

WOMM

مخفف Word Of Mouth Marketing یا بازاریابی دهان به دهان است و به معنی ایجاد انگیزه در مخاطبان برای صحبت درباره یک برند است. در این روش بازاریابی، مشتری‌ها با میل خودشان شما را به دیگران معرفی می‌کنند.



WORDPRESS

وردپرس یک سیستم مدیریت محتوای متن‌باز است. این سیستم مدیریت محتوا اولین بار با هدف وبلاگ‌نویسی ایجاد شد و به همین دلیل بیشتر مناسب سایت‌های شخصی، خبری و مجله است. با اینحال امکان ساخت وبسایت شرکتی و فروشگاه نیز کم‌کم به آن اضافه شد.

WOOCOMMERCE

یک افزونه برای وردپرس است که امکان ایجاد فروشگاه توسط این سیستم مدیریت محتوا را به شما می‌دهد.

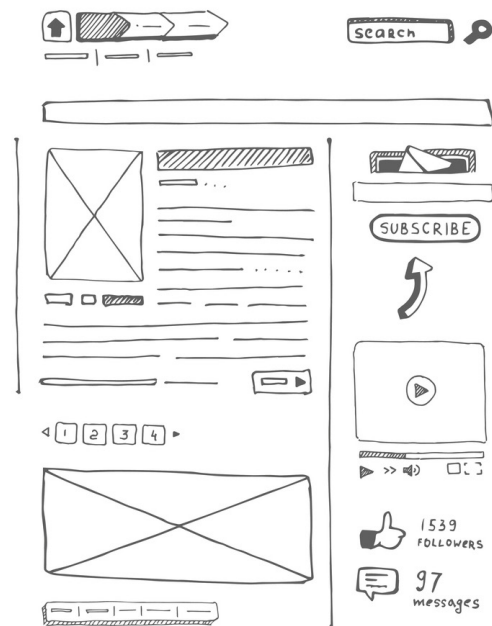
WIKI

هر صفحه یا مجموعه‌ای از صفحات اینترنت که توسط تمام کاربران (یا حداقل بخشی از کاربران ثبت نام شده) قابل ویرایش باشد.

بزرگترین نمونه‌های ویکی بدون شک Wikipedia و همینطور Wikihow هستند.

WIREFRAME

وایرفریم طرحی است که هدف آن مشخص کردن شمای کلی از یک صفحه وبسایت، اپلیکیشن، یک تبلیغ تصویری یا ... است. این وایرفریم مشخص می‌کند چیدمان کلی یک صفحه به چه شکل است و نقشی کلیدی در ایجاد یک تجربه کاربری عالی را دارد.





XML

XML مخفف Extensible Markup Language است که ترجمه آن به فارسی می‌شود «زبان نشانه‌گذاری گسترش‌پذیر». این زبان بی حد و مرز بر عکس HTML که برای نمایش داده طراحی شده، وظیفه توصیف داده‌ها را بر عهده دارد. XML امکان ساخت، ذخیره‌سازی و انتقال دیتاها را به شما می‌دهد.

XML SITEMAP

نقشه سایت XML یا همان XML Sitemap فایل‌ای است که به موتورهای جستجو کمک می‌کند تا ساختار و بخش‌های سایت شما را در کمترین زمان ممکن شناسایی کنند.

نقشه سایت علاوه بر اینکه شامل فهرستی از صفحات یک سایت اینترنتی است، داده‌های تکمیلی از این صفحات را نیز به موتور جستجو اعلام می‌کند. از اطلاعات جانبی که در این فایل قابل درج است می‌توان به آخرین زمان تغییر مطالب و همچنین زمانی که موتور جستجو باید دوباره هر صفحه را بررسی کند اشاره کرد.

در صورت علاقه به مطالعه بیشتر در مورد نحوه ایجاد نقشه سایت با XML می‌توانید به [مقاله مربوط به نقشه سایت در نوین](#) مراجعه کنید.



YOUTUBE

سرویس نمایش ویدئویی است که در سال ۲۰۰۵ راه‌اندازی و در سال ۲۰۰۶ توسط گوگل خریداری شد. یوتیوب در حال حاضر پرطرفدارترین سرویس نمایش ویدئوی جهان است و از نظر میزان ترافیک، دومین سایت جهان (بعد از خود موتور جستجوی گوگل) محسوب می‌شود.



سرویس یوتیوب در حال حاضر در ایران فیلتر است، بنابراین چندان کاربردی برای بازاریابی در ایران ندارد. اما قطعاً حضور و تبلیغات در سرویس‌های مشابه فارسی از جمله آپارات، نماشا، تماشا و جعبه می‌تواند یک روش خوب برای بازاریابی ویدئویی کسب و کار شما باشد.

YAHOO!

زمانی یاهو بزرگترین موتور جستجو و محبوب‌ترین سرویس چت آنلاین را ارائه می‌داد. اما امروز دیگر محبوبیت گذشته را ندارد. با اینحال همچنان درصدی از سهم بازار را در اختیار دارد.

یاهو همچنین سرویس Yahoo! Answers را نیز ارائه داده که یک شبکه اجتماعی نسبتاً پرطرفدار برای سوال و جواب است.

YELP

یک شبکه اجتماعی مخصوص معرفی و نظر دادن در رابطه با کسب و کارهای مختلف از جمله رستوران‌ها، پزشکان، کافی‌شاپ‌ها، آتلیه‌ها و... است. این شبکه اجتماعی به کاربران خود در پیدا کردن بهترین مکان‌های فروشگاه‌ها، تفریحی و خدماتی کمک می‌کند.

Yelp اطلاعات زیادی را در خود جای داده و محبوبیت زیادی در جهان دارد. اما به اندازه Foursquare در ایران طرفدار ندارد. بنابراین در صورتی که یک مکان فیزیکی دارید، پیشنهاد اول ما به شما حضور در Foursquare است. از سرویس‌های فارسی مشابه Yelp می‌توان به دانرو و کی‌کجاست اشاره کرد.

آموزش‌های ما

نوین.بلاگ

مقاله‌های روز بازاریابی دیجیتال

نوین.آکادمی

دوره‌ها و کتاب‌های بازاریابی دیجیتال

خدمات ما

کپی‌رایتینگ

طراحی سایت و فروشگاه

تدوین استراتژی

سئو و بهینه‌سازی

رپورتاژ خبری

تبلیغات گوگل

تولید محتوای سایت

پنل بازاریابی پیامکی

طراحی UI و UX

خدمات تلفن گویا

تبلیغات بنری

سوشال مارکتینگ

برای دریافت مشاوره رایگان با شماره ۰۲۱-۶۳۴۰۴ تماس بگیرید

اسپانسر



یکتانت بزرگترین پلتفرم تبلیغات آنلاین در ایران؛

شما را قادر می‌سازد تا با استفاده از تبلیغات کلیدواژه‌ای و موضوعی مستقیماً به جامعه هدف خود دست یابید و با حضور پررنگ در بزرگترین وبسایت‌های ایران، بهترین نتیجه را از تبلیغات آنلاین بگیرید.

شروع تبلیغات



گردآوری و صفحه‌آرایی: سمیرا سرباز

این کتاب حاصل کوشش افراد زیادی است؛ لطفاً قدر آن را بدانید (:

نظرات شما، ما را بهتر می‌کند

نظرتان را ثبت کنید



ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

