

اصطلاحات سئو چیست؟

اصطلاحات سئو همیشه جزو دغدغه های فعالان و تازه واردان این مهارت بوده است، زیرا عدم آشنایی با اصطلاحات سئو باعث میشود در دنیای پر پیچ و خم سئو سرگردان باشید. هنگامی که فرد تازه کار در مورد اصطلاحی مثل Feature Snippet میشود، تصور میکند هرچه تا امروز در زمینه آموزش سئو زمان گذاشته هنوز چیزی بلد نیست. به همین دلیل معرفی اصطلاحات سئو جزو مهم ترین بخش های یادگیری این مهارت است زیرا میتواند دیدگاه شما را نسبت به این علم عوض کند و استفاده از این اصطلاحات شمارا حرفه ای تر نشان دهد. در ابتدا به معرفی برخی اصطلاحات پایه سئو خواهیم پرداخت.

اصطلاحات پایه سئو

اصطلاحاتی که به طور معمول باید هر سئو کاری بلد باشد و با معنی و مفهوم این اصطلاحات کاملاً آشنا باشد به صورت زیر می باشد:

SEO (سئو)

SEO از عبارت انگلیسی Search Engine Optimization که به معنای بهینه سازی برای موتور جستجو گرفته شده است.

White Hat SEO (سئو کلاه سفید)

منظور از سئو سفید در واژه نامه تخصصی سئو، انجام تمام فعالیتها و روش های سئو بر اساس قوانین تعیین شده توسط موتورهای جستجو است.

Black Hat SEO (سئو کلاه سیاه)

سئو کلاه سیاه دقیقاً برعکس اصطلاح سئو کلاه سفید است؛ بنابراین باید بگوییم که سئو کلاه سیاه فعالیتها و تکنیک های سئو را برخلاف قوانین موتورهای جستجو انجام می دهد و به این ترتیب وب مستران موتورهای جستجو را فریب می دهد و به صفحات اول می رسد.

Gray Hat SEO (سئو کلاه خاکستری)

سئو کلاه خاکستری در میان دو طیف کلاه سفید و کلاه سیاه قرار می گیرد؛ بسیاری از سئوکاران برای بهینه سازی وبسایت خود در کنار فعالیت های قانونی، تعدادی تکنیک غیرقانونی را نیز به صورت ملایم و امن اجرا می کند تا بتوانند صفحه مورد نظر را با سرعت بیش تری به نتایج اولیه موتورهای جستجو بیاورند.

Off Page SEO (سئو خارجی)

منظور از آف پیج سئو یا سئو خارجی، فعالیت هایی است که در خارج از سایت برای سئو انجام می شود، این فعالیتها را می توان در سه دسته کلی جای داد:



- لینک‌سازی
- برندسازی
- سوشیال سیگنال (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی)

On Page SEO (سئو داخلی)

اصطلاح سئو داخلی به تمامی فعالیت‌هایی اشاره دارد که به فعالیت‌های داخل سایت مربوط هستند. به‌طور کلی باید گفت که حدود 70 درصد از فعالیت‌های سئو به سئو داخلی مربوط می‌شود؛ یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های سئو داخلی، تولید محتوای سئو شده است.

Technical SEO (سئو تکنیکال)

سئو تکنیکال آن دسته از فعالیت‌های سئو را شامل می‌شود که تخصصی هستند و نیاز به دانش فنی دارند.

سئو محلی

در واژه‌نامه تخصصی سئو، سئو محلی به‌نوعی از سئو سایت گفته می‌شود که با کمک الگوریتم کبوتر گوگل انجام شود. در این الگوریتم در جواب نتایج جستجو کاربر، سایت‌هایی به او نشان داده می‌شوند که در شهر و استان کاربر فعالیت داشته باشند.

سئو منفی

در میان اصطلاحات سئو سایت می‌توانیم عبارت سئو منفی را زیرمجموعه سئو کلاه‌سیاه بدانیم؛ وب‌مستران در سئو منفی به‌جای تلاش برای بهینه‌سازی سایت از طریق روش‌های قانونی و جوانمردانه، سایت رقیب را به‌عنوان یک سایت متقلب به موتورهای جستجو معرفی می‌کنند تا منجر به کاهش رتبه رقیبان شوند.

تگ H

وردپرس تمام سر تیترهای متنی را با تگ H نمایش می‌دهد؛ بهتر است بدانید که 6 تگ H وجود دارد که از تگ H1 تا تگ H6 نام‌گذاری شده‌اند. باتوجه‌به این‌که تگ‌های H اثر زیادی در سئو صفحه دارد، لازم است که به‌طور صحیح مورداستفاده قرار بگیرند.

لینک

یکی از اصطلاحات سئو که به شکلی عمومی و گسترده در حوزه سئو و دیجیتال مارکتینگ مورداستفاده قرار می‌گیرد، عبارت "لینک" است؛ منظور از لینک همان متن آبی‌رنگ است که با کلیک کردن بر روی آن به صفحه دیگری در همان سایت یا سایت‌های دیگر منتقل می‌شوید. هر لینک از یک تگ HTMA ساخته شده است و با حرف A نشان داده می‌شود، در این تگ مقادیری مانند href وجود دارد که آدرس صفحه مقصد که به آن لینک داده شده است درون آن قرار داده می‌شود.



Serp (نتایج گوگل)

Serp مخفف عبارت Search Engine Result Page به معنای صفحات نتایج جستجو است؛ این مفهوم به صفحاتی اشاره دارد که بعد از جستجوی یک کلمه در لیست نتایج مشاهده می‌کنید.

Google Algorithms (الگوریتم‌های گوگل)

موتور جستجوی گوگل از یک سری الگوریتم تشکیل شده است از قبیل الگوریتم هسته، الگوریتم پاندا، الگوریتم کبوتر و ... فعالیت اصلی گوگل با استفاده از الگوریتم هسته است، الگوریتم‌های دیگر نیز برای بهبود عملکرد گوگل طراحی شده‌اند، برای آشنایی کامل با الگوریتم‌های حتماً الگوریتم‌های گوگل را مطالعه کنید.

- تغییر الگوریتم
تأثیر تغییرات الگوریتمی بزرگ اغلب مورد توجه قرار نمی‌گیرند، اگرچه مشاهده این تغییرات گاهی اوقات چند هفته طول می‌کشد اما تأثیر این تغییرات به سرعت قابل مشاهده است. تغییرات الگوریتمی معمولاً به سه شکل انجام می‌شود:
- به روز رسانی الگوریتم‌ها
در این شکل موتور جستجو سیگنال‌های خاصی از یک الگوریتم موجود را تغییر می‌دهد.
- Refresh الگوریتم
موتور جستجو یک الگوریتم موجود را با استفاده از سیگنال‌های مشابه دفعه قبل دوباره اجرا می‌کند.

پنالتی گوگل

اصطلاح **پنالتی گوگل** در مورد مجازاتی به کار می‌رود که گوگل برای وبسایت‌های خطاکار در نظر گرفته است. بنابراین اگر ربات‌ها و هوش مصنوعی گوگل متوجه شوند که یک سایت در حال استفاده از تکنیک‌های سئو کلاه‌سیاه است، پنالتی گوگل را در مورد آن به اجرا می‌گذارد. این مجازات می‌تواند با حذف تمام سایت، یا یک صفحه آن و یا یک کلمه کلیدی از نتایج جستجوی گوگل باشد، گاهی نیز کاهش رتبه شدیدی در رابطه با سایت خطاکار اعمال می‌شود.

لینک فالو و نوفالو

همان‌طور که قبلاً اشاره کردیم هر لینک از یک تگ HTML به نام تگ A ساخته می‌شود که دارای مقادیر مختلفی مانند Rel, href, Title و ... است؛ مقدار Rel دربرگیرنده دو عبارت فالو و نوفالو است.

در حالتی که سایتی به شما لینک دهد و در بخش Rel لینک خود، مقدار فالو (Follow) را قرار دهد، به این معنا است که سایت مذکور به موتورهای جستجو اعلام می‌کند که این سایت از نظر من تأیید شده است و شما حق دارید آن را دنبال کنید. اما در حالتی که مقدار داخل Rel نوفالو (nofollow) باشد، به این مفهوم خواهد بود که این سایت از نظر من اعتباری ندارد و آن را دنبال نکنید.

نکته: وجود تعادل میان لینک‌های فالو نوفالوی داده شده به یک سایت، از نکات مهم و تأثیرگذار در سئو است.

Crawler (خزنده)

یکی از اصطلاحات سئو، عبارت خزنده یا کراول است و منظور از آن، ربات‌های موتور جستجو است که برای بررسی صفحات سایت به شما سر می‌زنند و تغییرات ایجاد شده را ایندکس می‌کنند.

INDEX (ایندکس)

اگر شما صفحه‌ای را در سایت خود منتشر کنید، تا زمانی که موتورهای جستجو آن صفحه را بررسی نکنند، وارد نتایج جستجو نمی‌شود؛ هنگامی که صفحه مذکور توسط موتورهای جستجو بررسی شود و در نتایج جستجو وارد شود، در اصطلاح گفته می‌شود که آن صفحه ایندکس شده است. با ایندکس شدن هر صفحه، صفحه و اطلاعات آن به نام شما در دیتابیس عظیم موتورهای جستجو از قبیل گوگل قرار می‌گیرد و فهرست‌بندی می‌شود.

DE-INDEX

اگر بعد از این که صفحه‌ای در گوگل یا هر موتور جستجو دیگر ایندکس شد، آن را از نتایج حذف کنید، در اصل آن را دی ایندکس کرده‌اید.

NO-INDEX (نویندکس)

شما می‌توانید با استفاده از کدهای برنامه‌نویسی یا افزونه‌های وردپرسی مخصوص، صفحه‌ای از سایت خود را از دید ربات‌های موتورهای جستجو پنهان کنید تا ایندکس نشود و در لیست جستجو نشان داده نشود، در اصطلاح به این کار نو ایندکس می‌گویند.

Google Sandbox

گوگل سند باکس یا جعبه شنی یکی دیگر از اصطلاحات سئو است و این معنا است که اگر وب‌سایتی راه‌اندازی شود، در ابتدا گوگل آن را به داخل جعبه سند باکس می‌فرستد و تا چند ماه بدون دادن امتیازی به آن، صرفاً آن را زیر نظر می‌گیرد تا مطمئن شود سایت مذکور سایت مفید و باکیفیتی است. سپس بعد از مدتی سایت را از سند باکس خارج می‌کند و باتوجه‌به عملکرد سئوی آن، رتبه دهی متناسب را برای آن در نظر می‌گیرد.

اصطلاحات سئو داخلی

اصطلاحاتی که معمولاً در سئو داخلی به کار برده می‌شوند به صورت زیر خواهد بود:

Alt Text (متن جایگزین)

Alt Text به متنی گفته می‌شود که توسط نویسنده محتوا درون عکس قرار داده می‌شود و در صورتی که تصویر مذکور در سایت نمایش داده نشود، آن متن به مخاطب نشان داده می‌شود؛ همچنین گوگل از متن جایگزین به منظور دسته‌بندی تصاویر در نتایج جستجو استفاده می‌کند.



Meta Description

متا دسکرپشن یکی دیگر از اصطلاحات سئو سایت است که بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرد. Meta Description به تگی گفته می‌شود که توضیحات متای هر صفحه در آن نوشته می‌شود. این توضیحات در صفحات Serp که در واقع بخش پایین نتیجه سایت شما است نمایش داده می‌شود.

Keyword Density (چگالی کلمه کلیدی)

یکی از پرکاربردترین اصطلاحات سئو، "چگالی کلمه کلیدی" است که عبارت است از نسبت تعداد دفعات تکرار کلمه کلیدی به تعداد کل کلمات متن؛ گوگل در گذشته برای این که مطمئن شود محتوای منتشر شده توسط سایت شما یک محتوای باکیفیت و سئو شده است، درصد مشخصی برای چگالی کلمه کلیدی تعیین می‌کرد؛ البته باید بگوییم که در حال حاضر باتوجه به اهمیتی که رفتار کاربران پیدا کرده است و کاربرد کلمات LSI و ... نباید برای یک متن چگالی کلمه کلیدی معینی در نظر گرفت و حساسیت زیادی نسبت به آن نشان داد.

Long Tail Keyword (کلمات کلیدی بلند)

لانگ تیل، به کلمات کلیدی چند عبارتی یا بلند گفته می‌شود، به عنوان مثال اصطلاحات سئو یک کلمه کلیدی معمولی است درحالی که واژه‌نامه تخصصی سئو سایت، کلمه کلیدی لانگ تیل به حساب می‌آید.

Lsi Keyword

Lsi Keyword به کلماتی اشاره دارد که با کلمه کلیدی ارتباط معنایی دارند.

Keyword Struffing

یک روش سئو کلاه سیاه منقضی شده است که در آن برای فریب‌دادن موتورهای جستجو، کلمه کلیدی را بیش از حد و با چگالی‌های بسیار بالا به کار می‌برند؛ بهتر است بدانیم که در حال حاضر استفاده از این تکنیک نه تنها اثر مثبتی ندارد بلکه منجر به کاهش جایگاه سایت خواهد شد.

Branded Keyword

در میان اصطلاحات سئو، منظور از عبارت برند کیورد، کلمه کلیدی است که به صورت مستقیم یا ترکیبی به نام برند وبسایت اشاره داشته باشد. جستجو کلمه کلیدی همراه با نام برند توسط کاربران، اثر مناسبی در بهبود نتایج سایت شما در گوگل می‌گذارد.

Duplicate Content (محتوای تکراری)

این عبارت در میان اصطلاحات سئو سایت به معنای محتوای تکراری است، در صورتی که گوگل تشخیص دهد محتوای منتشر شده در سایت یک محتوای تکراری است، با کاهش اعتبار سایت شما را جریمه می‌کند.



Landing Page (صفحه فرود)

در میان اصطلاحات سئو، برای عبارت صفحه فرود، تعاریف متفاوتی ارائه شده است؛ بر اساس یکی از این تعاریف صفحه فرود عبارت است از صفحاتی که کاربر از طریق نتایج جستجو به آن وارد شده است، اما به صورت اصولی باید گفت که صفحه فرود صفحه‌ای است که برای دستیابی به یک هدف خاص همراه با جزئیات متفاوتی ساخته شده است.

انکرتکست (متن لنگر)

کلمه یا کلمات قابل کلیک یک پیوند. این متن برای ارائه اطلاعات متنی به افراد و موتورهای جستجو در مورد اینکه صفحه وب یا وب سائیتی که به آن پیوند داده شده است، ارائه می‌شود. برای مثال، اگر پیوندی برای ارسال بازدیدکنندگان خود به مجله موتور جستجو ایجاد می‌کردید، «ژورنال موتور جستجو» متن اصلی است.

Title Tag (تگ تایتل)

تگ تایتل یا تگ عنوان یکی از متاتگ‌های سئو است. صفحات جستجو آن قسمت از متن را که با این تگ نوشته شده باشد به‌جای عنوان نمایش می‌دهند. لازم به ذکر است که متن متا تایتل (تایتل تگ)، با متن H1 صفحه فرق دارد، هرچند سیستم مدیریت محتوای وردپرس این دو را به یک شکل تعیین می‌کند اما خود شما می‌توانید با کمک افزونه‌هایی از قبیل یوآست سئو، متن این دو تگ را به صورت متفاوت از هم بنویسید.

Header (هدر)

هر صفحه از وبسایت دارای بخش‌های مختلفی است، اولین بخش یعنی همان بخش بالایی صفحه با نام Header شناخته می‌شود؛ در اکثر مواقع مواردی از قبیل لوگو، منو، آیکون سبد خرید و ... در قسمت هدر سایت قرار دارند.

Footer (فوتر)

پایین‌ترین بخش در هر صفحه از وبسایت با نام فوتر شناخته می‌شود؛ در بخش فوتر مواردی مانند تصویر نمادهای اعتماد، توضیح خلاصه‌ای از صفحه درباره ما، لینک به صفحات مختلف، آیکون‌های شبکه‌های اجتماعی و ... قرار می‌گیرند.

Sidebar (ساید بار)

هرچند در حال حاضر برخی از سایت‌ها بخش سایدبار ندارند، اما بهتر است بدانیم که بخش کناری یا سایدبار در برگزیده مواردی از جمله لینک‌های صفحات، محصولات مرتبط، مقالات مرتبط و ... است.



اصطلاحات سئو خارجی

دو اصطلاحی که معمولاً در سئو خارجی به کار برده می شود به شرح زیر می باشند:

Outbound Link (لینک خروجی)

منظور از لینک خروجی، لینکی است که از وبسایت شما به یک سایت دیگر داده می شود. لازم به یادآوری است که برای دادن لینک به خارج از سایت باید اصول خاصی رعایت شود، در غیر این صورت ممکن است برای سایت شما جریمه‌ای را به همراه داشته باشد.

Backlink (بکلینک)

یکی دیگر از اصطلاحات سئو که در واژه‌نامه تخصصی سئو لازم است با آن آشنایی داشته باشید، بکلینک است. بکلینک یا لینک دریافتی زمانی به کار برده می شود که یک سایت در سطح وب به سایت شما یا یکی از صفحات آن لینک بدهد. لینک‌سازی یا ساخت بکلینک یکی از مهم‌ترین تکنیک‌ها در سئو است که نقش مهمی را در تعیین جایگاه سایت شما ایفا می کند، بنابراین باید وقت کافی بر روی آن بگذارید.

اصطلاحات سئو تکنیکال

اصطلاحاتی که در سئو تکنیکال به کار برده می شود به صورت زیر است:

Amp

اصطلاح Amp راهکاری برای بهینه‌سازی سایت در نمایش موبایل است که با کمک افزونه‌ها در وردپرس قابل انجام است؛ با استفاده از amp کردن صفحات سایت، این صفحات در دیتابیس گوگل ذخیره می شوند و کاربرانی که از موبایل استفاده می کنند با مشاهده و کلیک کردن بر روی آن در نتایج، می توانند در کسری از ثانیه وارد صفحه موردنظر شوند و محتوای آن را از طریق گوشی موبایل خود مشاهده کنند.

CSS

یکی دیگر از اصطلاحات سئو که ممکن است زیاد به گوشتان بخورد، زبان CSS است؛ CSS یک زبان نشانه‌گذاری و مکمل زبان HTML است؛ بهتر است بدانید که تمام صفحات ساخته شده توسط HTML در مرحله بعدی با کمک زبان CSS رنگ و لعاب می گیرند. باتوجه به این که یک سئوکار بهتر است آشنایی نسبی با این زبان‌ها داشته باشد، با کمی وقت گذاشتن می توانید این دو زبان را یاد بگیرید.

جاوا اسکریپت و XML

XML یک پایگاه بسیار مهم است که خدمات وب بر روی آن کار می کند. XML را می توان در ارتباط با بسیاری از زبان های سمت سرویس گیرنده و سمت سرور استفاده کرد تا آن را به خوبی جلوه دهد. جاوا اسکریپت و XML نوعی برنامه نویسی



هستند که به یک صفحه وب اجازه می دهد تا اطلاعاتی را از سرور ارسال و دریافت کند تا آن صفحه را به صورت پویا بدون بارگیری مجدد تغییر دهد.

تگ HTML

HTML یک زبان نشانه گذاری است که پایه و زیربنای همه صفحات وب به حساب می آید. این زبان از زبان های بسیار راحت برای آموزش است که حتی در آموزش های برنامه نویسی کودکان نیز مورد استفاده قرار می گیرد. زبان برنامه نویسی HTML از تگ های مختلفی ساخته شده است و هر تگ نیز توسط یک یا چند حرف انگلیسی نشان داده می شود. چند نمونه از انواع تگ های HTML عبارت اند از :

- تگ HTML: دربرگیرنده تمام تگ های یک صفحه وب.
- تگ H: تگ های هدینگ که برای نوشتن سر تیتراها مورد استفاده قرار می گیرند.
- تگ B: متن هایی که پررنگ تر (BOLD) از متن های دیگر نوشته می شوند.

Spam Score (اسپم اسکور)

اسپم اسکور یکی دیگر از اصطلاحات سئو است که به امتیازی که گوگل در رابطه با فعالیت های نامناسب و مشکوک سایت شما در نظر گرفته است اشاره می کند؛ هراندازه امتیاز اسپم اسکور دامنه یک سایت بالاتر باشد به معنای کم تر بودن اعتبار آن دامنه نزد گوگل است.

نکته: هرچند هیچ ابزاری نمی تواند به صورت دقیق امتیاز دامنه سایت، صفحه و اسپم اسکور را به شما نشان دهد، اما وبسایت Moz می تواند به صورت نسبی این اطلاعات را در اختیار شما بگذارد.

breadcrumb (بردکرامب)

برد کرامب در میان اصطلاحات سئو به لینک هایی گفته می شود که در بخش بالایی صفحه، مکان کنونی کاربر را به او نشان می دهند؛ این لینک ها منجر به ایجاد تجربه کاربری خوشایندی شده و در بهبود سئو سایت کمک کننده است.

Disavow

اگر نمایه پیوند شما شامل تعداد زیادی لینک ورودی هرزنامه، مصنوعی یا با کیفیت پایین است که ممکن است به رتبه بندی شما آسیب برساند و توانایی حذف آنها را به دلایل قانونی ندارید، می توانید از ابزار Disavow استفاده کنید تا به گوگل بگویید آن پیوندها را نادیده بگیرد.

تگ کنونیکال

یکی دیگر از اصطلاحات سئو، اصطلاح تگ کنونیکال است که یک تگ HTML محسوب می شود. کاربرد تگ کنونیکال در صفحات مشابه یک سایت است، با استفاده از آن می توانید به گوگل نشان دهید که محتوای صفحات مذکور تکراری نیستند و گوگل باید یکی از آنها به عنوان صفحه اصلی در نظر گرفته و ایندکس نماید.



ریدایرکت (Redirect)

واژه ریدایرکت یکی دیگر از اصطلاحات سئو سایت است و به راهکاری اشاره دارد که بر اساس آن کاربر و ربات‌های موتور جستجو در کسری از ثانیه و به صورت خودکار، از یک صفحه وب به صفحه دیگر منتقل می‌شوند.

سیستم مدیریت محتوا (CMS)

سیستم‌های مدیریت محتوا با این که خود با استفاده از زبان‌های برنامه‌نویسی نوشته شده‌اند اما هدف آن‌ها کمک به ساخت، راه‌اندازی و مدیریت وبسایت‌ها بدون نیاز به دانش‌های برنامه‌نویسی پیچیده است. در واقع با کمک CMS (سیستم مدیریت محتوا)، خواهید توانست بدون نیاز به کدنویسی، فعالیت‌هایی از جمله ویرایش صفحات سایت، افزودن متن و محتوا به صفحات و ... را انجام دهید. در حال حاضر معروف‌ترین سیستم مدیریت محتوا در دنیا، سیستم وردپرس است.

sitemap (نقشه راه)

یکی از اصطلاحاتی سئو تکنیکال نقشه راه می باشد که برای مطالعه بیشتر در مورد sitemap به مقاله [سایت مپ](#) مراجعه فرمایید.

زبان برنامه‌نویسی BACK END

در ابتدا باید بگوییم که HTML و CSS که به نام زبان‌های FRONT END شناخته می‌شوند، در ساخت ظاهر وبسایت مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ اما اموری که در پشت‌صحنه سایت در حال اتفاق افتادن است (از قبیل ثبت‌نام، تغییر رمز، دریافت نام و آدرس کاربر و ...) با استفاده از زبان‌هایی نوشته می‌شود که به آن‌ها زبان‌های BACK END گفته می‌شود؛ زبان PHP یکی از زبان‌های BACK END است.

برعکس زبان‌های برنامه‌نویسی HTML و CSS، آموختن زبان برنامه‌نویسی بک‌اند، به حوصله و زمان بیشتری نیاز دارد؛ در ضمن یادگیری این زبان برای سئوکار چندان واجب نیست.

robots.txt

از دیگر اصطلاحات سئو تکنیکال بوده و جهت کسب اطلاعات بیشتر به مقاله [robots.txt](#) مراجعه نمایید.

اصطلاحات تکمیلی سئو

علاوه بر اصطلاحات گفته شده اصطلاحات دیگری نیز وجود دارد که به صورت زیر خواهد بود:

Domain Authority (اعتبار دامنه)

منظور از دامین اتوریتی یا اعتبار دامنه در اصطلاحات سئو، امتیازی است که گوگل برای رتبه دادن به کل وبسایت شما داده است؛ این امتیاز به سابقه فعالیت، کیفیت محتواها و ... بستگی دارد.



Page Authority (اعتبار صفحه)

پیج اتوریته یا اعتبار پیج امتیازی است که گوگل برای هر صفحه از وبسایت شما در نظر گرفته است.

جعبه سیاه

یک برنامه کامپیوتری پیچیده که به خوبی درک نشده است. ورودیها و خروجیها قابل مشاهده است، اما به دلیل ماهیت محرمانه بودن آن، دسترسی به خود فرآیند وجود ندارد. به عنوان مثال، الگوریتم گوگل یک جعبه سیاه است.

Feature Snippet

گوگل گاهی به جای نمایش سایت در نتایج جستجو، در لینک اول اطلاعاتی را درون یک کادر نمایش می‌دهد که می‌تواند پاسخی خلاصه برای جستجوی کاربر باشد؛ منبع اطلاعات Feature Snippet سایت‌های صفحه اول لیست جستجو هستند.

Crawl Budget (بودجه خزش)

بودجه خزش به تعداد دفعاتی گفته می‌شود که در یک بازه زمانی معین (مثلاً در یک ماه)، کراولرها به سایت شما سر زده‌اند. بودجه خزش یک سایت به کیفیت محتوا، تعداد محتوا، اعتبار و قدرت سایت بستگی دارد، هراندازه این فاکتورها قوی‌تر باشند، بودجه خزش سایت نیز بالاتر خواهد بود.

B2B

مخفف بازاریابی تجارت به تجارت بوده و رسالت آن معرفی محصولات و خدمات به سایر سازمانها و کسب و کارهاست. در سئو B2B، چرخه خرید طولانی‌تر است، محصولات و خدمات گرانتر هستند و مخاطبان تصمیم‌گیرندگان حرفه‌ای می‌باشند.

B2C

مخفف عبارت تجارت به مصرف‌کننده. فروش مستقیم محصولات به فروشنده است. در اصطلاحات سئو B2C، چرخه خرید معمولاً کوتاه‌تر است (اگرچه هنوز بسته به نوع صنعت متفاوت است)، محصولات و خدمات معمولاً ارزان‌تر بوده و مصرف‌کنندگان مخاطب هستند.

سرچ کنسول

سرچ کنسول نام ابزاری است که گوگل به صورت رایگان در اختیار سئوکاران قرار می‌دهد؛ با فعال‌سازی ابزار سرچ کنسول بر روی سایت موردنظر می‌توانید اطلاعات مفیدی از قبیل تعداد ورودی به سایت، سرعت صفحات، ارورها، لینک‌های داخلی و خارجی و ... را به دست آورید. اصطلاحاتی که در سرچ کنسول بسیار رایج است به صورت زیر می‌باشد:

• Impression

منظور از عبارت Impression برای یک سایت، تعداد دفعاتی است که سایت موردنظر در نتایج گوگل مشاهده می‌شود. به‌عنوان مثال هنگامی که واژه اصطلاحات سئو در گوگل جستجو شود و کاربر وارد صفحه اول شود، یک ایمپرن برای تمام سایت‌هایی که در صفحه اول هستند ثبت می‌شود.



• Core Web Vitals

گزارش Core Web Vitals نحوه عملکرد صفحات شما را بر اساس داده‌های استفاده در دنیای واقعی (که گاهی اوقات داده‌های میدانی نامیده می‌شود) نشان می‌دهد.

• CTR (نرخ کلیک)

نرخ کلیک عبارت است از تعداد افرادی که در نتایج گوگل روی سایت شما کلیک می‌کنند، و این مفهوم در مقابل عبارت ایمپرشن قرار می‌گیرد که در آن صرفاً افرادی که سایت را در لیست جستجو مشاهده کرده‌اند مدنظر است.

گوگل آنالیتکس

گوگل آنالیتکس یکی دیگر از ابزارهای گوگل است که به صورت نیمه رایگان در اختیار وبمستران و صاحبان سایت قرار می‌گیرد. گوگل آنالیتکس اطلاعات تخصصی‌تری را در رابطه با سایت در اختیار سئوکار می‌گذارد، اطلاعاتی مانند این که کاربران چه مدتی در سایت بوده‌اند و از چه مرورگرهایی استفاده کرده‌اند، کدام صفحات سایت از بازدید بیش‌تری برخوردار بوده است و ...

ADS Google (تبلیغات گوگل)

تبلیغات گوگل به این صورت عمل می‌کند که وبمستر با هماهنگی گوگل، تعدادی از صفحات سایت مورد نظر خود را روی کلمه کلیدی خاصی که مدنظر است به صفحه اول گوگل می‌برد، در ازای این کار نیز بابت هر کلیک که بر روی نتیجه سایت انجام شود، مبلغی را به گوگل پرداخت می‌کند؛ مبلغ پرداخت شده با توجه به سخت یا آسان بودن کلمات کلیدی تعیین می‌شود.

PBN

در میان اصطلاحات سئو سایت، PBN به یک روش کلاه سیاه لینک‌سازی خطرناک اشاره دارد، هرچند در صورتی که به طرز صحیحی اجرا شود بازخورد مناسبی خواهد داشت. در این روش یک مجموعه از سایت‌ها، وبلاگ‌ها و ... که توسط لینک‌سازی به هم متصل شده‌اند به سایت شما لینک می‌دهند.

مزرعه محتوا

اصطلاح مزرعه محتوا در میان واژه‌نامه تخصصی سئو اشاره به سایت‌هایی دارد که مملو از محتوایی بی کیفیت، کپی شده، کوتاه و ... است. در گذشته یکی از تکنیک‌های کلاه سیاه سئو برای این که به عنوان یک سایت معتبر دیده شوند و در لیست نتایج در صفحات اول قرار بگیرند، کپی محتوای دیگر سایت‌ها و انتشار آن در سایت خود بود؛ اما گوگل در حال حاضر می‌تواند چنین روش‌هایی را شناسایی کند و جریمه‌هایی را برای سایت مختلف در نظر گرفته است.

Conversion Rate (نرخ تبدیل)

تبدیل زمانی است که کاربر یک اقدام دلخواه را در یک وب سایت انجام می‌دهد. نمونه‌هایی از تبدیل‌ها عبارتند از:

- تکمیل یک خرید
- افزودن اقلام به سبد خرید



- تکمیل یک فرم
- اشتراک در خبرنامه ایمیل
- بازدیدهای ویدیویی

نرخ (بیان شده در درصد) که در آن کاربران وب سایت یک اقدام مورد نظر را انجام می دهند. این با تقسیم تعداد کل تبدیل ها بر ترافیک و سپس ضرب در 100 محاسبه می شود.

نرخ تبدیل بیش تر از این که یکی از اصطلاحات سئو باشد، یکی از اصطلاحات حوزه بازاریابی است و منظور از آن افرادی است که بعد از بازدید از کسب و کار شما به خریدار تبدیل می شوند. به عنوان مثال اگر سایت شما هزار بازدید داشته باشد و در میان آن ها 10 نفر محصول سایت شما را بخرند، می توان گفت که نرخ تبدیل سایت شما در آن روز برابر با یک درصد خواهد بود.

Bounce Rate (نرخ پرش)

نرخ پرش یا بانس ریت، یک اصطلاح در واژه نامه تخصصی سئو است؛ هرچند در مورد نحوه دقیق بررسی نرخ پرش توسط گوگل عقیده های مختلفی وجود دارد، اما به طور کل می توان آن را تعداد افرادی دانست که بعد از این که وارد سایت می شوند بدون این که بر روی یک صفحه جدید کلیک کنند و بدون گذراندن زمان زیادی از سایت خارج می شوند.

تله کلیک

محتوایی که برای ترغیب افراد به کلیک کردن طراحی شده است، و هدف آنها اغلب اغوا کردن و فریب دادن کاربران برای پیوند به یک وبسایت خاص است.

Click Depth

برای افراد ناآشنا، همه صفحات یک سایت به یک اندازه مهم هستند و هر کسی که به صورت آنلاین جستجو می کند باید بتواند آنها را پیدا کند. با این حال، Click Depth در کمک به افراد یا جلوگیری از یافتن اطلاعات نقش دارد؛ بنابراین این یک فاکتور رتبه بندی گوگل است. Click Depth که از اصطلاحات سئو محسوب می شود، در واقع تعداد کلیک هایی است که از صفحه اصلی یا یک صفحه ورودی به یک صفحه مقصد در یک وب سایت میرسد. هر چه تعداد کلیک ها بیشتر باشد، احتمال اینکه گوگل صفحه را بخزد یا رتبه بندی کند کمتر می شود.

صفحاتی که نزدیک ترین صفحات به صفحه اصلی هستند، معتبرترین و بیشترین احتمال خزیدن و فهرست بندی توسط گوگل در نظر گرفته می شوند. Click Depth برای خزیدن موثر صفحات و برای جریان ارزش لینک مهم است؛ بنابراین به طور غیر مستقیم بر رتبه بندی تأثیر می گذارد.

Co-Citation

در این مورد از اصطلاحات سئو دو وب سایت توسط یک وب سایت شخص ثالث در کنار یکدیگر ذکر می شوند، حتی اگر آن دو مورد اول به یکدیگر پیوند (یا ارجاع) نداشته باشند. از این موتورهای جستجو می توانند شباهت موضوعی را ایجاد کنند.

نسبت کد به متن

مقدار متن نمایش داده شده در یک صفحه در مقایسه با مقدار کد استفاده شده برای ساخت صفحه، نسبت کد به متن نام دارد. نسبت متن به کد بالاتر برای ارائه تجربه کاربری بهتر در نظر گرفته می‌شود، با این حال یک عامل رتبه بندی مستقیم نیست.

صفحه 404

اگر صفحه‌ای از یک وبسایت حذف شود، لینک آن صفحه تبدیل به صفحه 404 می‌شود؛ به این ترتیب بعد از حذف صفحه مذکور اگر کاربری وارد لینک آن صفحه شود با یک صفحه خالی که ارور 404 را نشان می‌دهد روبرو می‌شود.

Broken Link (لینک شکسته)

لینک شکسته به لینک‌هایی گفته می‌شود که به صفحات 404 سایت خودتان یا سایت‌های دیگر داده شده است.

زمان توقف

این مورد از اصطلاحات سئو به مدت زمانی که کاربر روی یک نتیجه جستجو کلیک می‌کند و سپس از یک وبسایت به SERP باز می‌گردد، اطلاق می‌شود. زمان ماندگاری کوتاه (به عنوان مثال، کمتر از 5 ثانیه) می‌تواند نشانگر محتوای کم کیفیت برای موتورهای جستجو باشد.

مزرعه لینک سازی

در چند سال گذشته یکی از روش‌هایی که سایت‌ها برای افزایش بکلینک و افزایش اعتبار خود در گوگل مورد استفاده قرار می‌دادند، استفاده از مزرعه لینک بود؛ در این روش وبمستر لینک سایت خود را در سایت‌هایی که چند صد لینک دیگر نیز در آن‌ها ثبت شده بود قرار می‌داد، حتی گاهی وبمستر سایتی را صرفاً برای ایجاد مزرعه لینک راه‌اندازی می‌کرد تا اعتبار سایر سایت‌های خود را افزایش دهد.

مزرعه لینک در حال حاضر به عنوان یک روش کلاه‌سیاه سئو شناخته می‌شود.

Time On Site (زمان ماندگاری)

زمان ماندگاری سایت از نکات مؤثر بر روی سئو سایت است که در آن زمان ورود تا خروج کاربر از سایت بررسی می‌شود، هراندازه میانگین زمان ماندگاری کاربران در سایت بیشتر باشد، رتبه سایت هم افزایش پیدا می‌کند.

Dwell Time

این اصطلاح به مدت زمانی اشاره دارد که کاربر از نتایج جستجو وارد سایت شود تا زمانی که مجدداً به نتایج جستجو برگردد؛ با در نظر گرفتن این که در بیشتر موارد، بازگشت کاربر به صفحه نتایج نشان‌دهنده نارضایتی از محتوای سایت است، هر اندازه Dwell Time یک سایت بیشتر باشد، بهتر است.



سفر مشتری

نقشه سفر مشتری نموداری است از تمام مکان‌هایی که مشتریان با برند شما در تماس هستند، چه آنلاین و چه غیرحضوری. هر یک از این نقاط تماس بر مشتری تأثیر می‌گذارد و با تجزیه و تحلیل رفتار، احساسات و انگیزه‌های مشتری در اطراف هر نقطه تماس، می‌توانید با دادن آنچه به مشتریان در هر مرحله از سفرشان نیاز دارند، فرصت‌هایی را برای ایجاد روابط مثبت بیشتر شناسایی کنید.

حافظه پنهان

فناوری که به طور موقت محتوای وب مانند تصاویر را ذخیره می‌کند تا زمان بارگذاری صفحه در آینده را کاهش دهد.