

واژه نامه بازاریابی دیجیتال





امروزه، دسترسی به اینترنت کاملاً فراگیر شده است. در سال‌های اخیر، تعداد کاربران جهانی اینترنت، رشد قابل توجهی داشته است. این موضوع درباره ایران نیز صدق می‌کند. بر اساس آخرین آمار و ارقام منتشر شده، حدود 70 درصد از جمعیت 80 میلیونی ایران، به اینترنت دسترسی دارند و بخش قابل توجهی از زمان خود را در فضای آنلاین سپری می‌کنند. حضور فعال کاربران ایرانی در این بستر، فرصت بسیار خوبی را برای کسب‌وکارهای ایرانی فراهم کرده تا با حضور و تبلیغ در دنیای دیجیتال، با مخاطبان بسیاری ارتباط برقرار کنند و برند خود را در مرکز توجه مشتریان قرار دهند، اما استفاده بهینه از بازاریابی دیجیتال، نیازمند آگاهی کامل از روش‌ها، ابزارها و ترندهای دیجیتال مارکتینگ است.

امروزه، «**بازاریابی دیجیتال**» یا «**دیجیتال مارکتینگ**» به عنوان یک تخصص مستقل مورد مطالعه قرار گرفته است. **دیجیتال مارکتینگ**، مجموعه‌ای از تلاش‌ها در زمینه بازاریابی است که با استفاده از **اینترنت** انجام می‌شود. بازاریابی دیجیتال، روش‌های مختلفی را شامل می‌شود. بهینه‌سازی موتورهای جستجو (سئو)، بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، موبایل مارکتینگ، ایمیل مارکتینگ، بازاریابی محتوا و بلاگ نویسی و ... رایج‌ترین و محبوب‌ترین روش‌های بازاریابی دیجیتال است. لازمه درک درست از این روش‌ها، اطلاع از تمامی مفاهیم و اصطلاحات آن است.

واژه‌نامه دیجیتال مارکتینگ

آگاهی از اصطلاحات و مفاهیم رایج در دنیای دیجیتال مارکتینگ، یکی از مهم‌ترین اصول یادگیری است. به همین دلیل، کالج تپسل در راستای یادگیری بهتر علاقه‌مندان این حوزه، واژه‌نامه کاملی را منتشر کرده است. این کتاب الکترونیکی، شامل فهرست کاملی از تمامی کلمات و اصطلاحات دنیای دیجیتال است. در کتاب پیش رو، معانی **بیش از 300 کلمه و اصطلاح** مرتبط با صنعت بازاریابی دیجیتال، سئو، آنالیتیکس، تبلیغات آنلاین، تقلب‌های موبایلی و ... ارائه شده است. تمامی این کلمات به ترتیب حروف الفبای انگلیسی (A تا Z) آورده شده است. مطمئناً اگر حین مطالعه متون بازاریابی دیجیتال، به واژه‌ای برخورد کردید که معنی آن را نمی‌دانستید، با مراجعه به واژه‌نامه دیجیتال مارکتینگ کالج تپسل، می‌توانید آن را پیدا خواهید کرد. به همین دلیل، بسیاری از کارشناسان، واژه‌نامه کالج تپسل را به عنوان دیکشنری کامل دیجیتال مارکتینگ معرفی کرده‌اند.



فهرست | Content

A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

O

P

Q

R

S

T

U

V

W

#



[A/B Testing](#)

[Acquisition](#)

[Ad Extensions](#)

[Ad Impression](#)

[Ad Manager Account](#)

[Ad Network](#)

[AdSense \(Google AdSense\)](#)

[Ad Server](#)

[Ad Stack](#)

[Advertiser](#)

[AdWords \(Google AdWords\)](#)

[Affiliate](#)

[Aggregator](#)

[Akismet](#)

[Algorithm](#)

[Algorithm Update](#)

[Alt Text \(or Alternative Text\)](#)

[Alexa Rank](#)

[AI \(Artificial Intelligence\)](#)

[Analytics \(Google Analytics\)](#)

[API \(Application Programming Interface\)](#)

[ASO\(App Store Optimization\)](#)

[Assisted Install](#)

[Attribution](#)

[Attribution Modeling](#)

[Attribution Window](#)

[Audience](#)

[Authority](#)

[Automation](#)

[Average position](#)

[Average time on site](#)

تست A/B یا آ/ب، یک تکنیک بسیار مفید است که با استفاده از آن می‌توانید شکل‌های مختلف یک المان مشخص را در یک نمونه ثابت با هم مقایسه کنید. به عنوان مثال، شما می‌توانید دو صفحه فرودی که فقط در تیترو با هم تفاوت دارند را A/B تست کرده و دریابید که کدام تیترو عملکرد بهتری ایجاد می‌کند و نرخ تبدیل بهتری برای شما به ارمغان می‌آورد. تیترو که بیش از 50% مخاطبان را به خود جذب کند به نمونه موفق تبدیل می‌گردد. فراموش نکنید که در تست A/B، فقط باید روی یک المان مشخص تغییر صورت بگیرد. مثلاً فقط روی تیترو یا فقط روی دکمه CTA.

Acquisition

این اصطلاح به فرایند جذب کاربر باکیفیت یا لید اشاره دارد. به عنوان مثال، کاربران اپلیکیشن یا بازدیدکنندگان وبسایت شما از طریق چه کانالی جذب شده‌اند. منابع رایج جذب کاربر، ارگانیک، دایرکت، رفرال، تبلیغات جستجویی، ایمیل، رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات نمایشی و ... است.

Ad Extensions

اطلاعات اضافی که می‌توان برای تبلیغات به گوگل ادوردز اضافه کرد تا تبلیغ‌دهنده در نمایش تبلیغ از آنها استفاده کند. این اطلاعات شامل خلاصه‌ای از کسب وکار (review)، آدرس، قیمت، دانلود اپلیکیشن، لینک سایت، شماره تماس برای لینک click to call و ... است. وارد کردن این اطلاعات و استفاده از آن توسط گوگل ادوردز نرخ کلیک (CTR) را بالا می‌برد.

Ad Impression

به هر مرتبه‌ای که یک بنر تبلیغاتی توسط یک بازدیدکننده‌ای از منبعش دیده می‌شود، ثبت یک Ad Impression صورت می‌گیرد که مشخصاً قابل شمارش است. البته هر باری که تبلیغ توسط منبع به نمایش گذاشته شود، یک Ad Impression محاسبه می‌گردد.



حساب کاربری تبلیغات در فیسبوک است که با استفاده از آن می‌توان کمپین‌های تبلیغاتی در شبکه تبلیغاتی فیسبوک راه اندازی کرد.

Ad Network

به گروه یا شبکه‌هایی گفته می‌شود که ارتباط بین تبلیغ‌دهندگان و ناشران را فراهم می‌کنند. می‌توان گفت که **شبکه‌های تبلیغاتی** نقطه تماس تبلیغ‌دهندگان و ناشرین هستند که به مذاکره آن‌ها در مورد عرضه و تقاضای جایگاه‌های تبلیغات کمک می‌کنند.

AdSense (Google AdSense)

پلتفرم گوگل که با وبسایت‌هایی که قصد نمایش **تبلیغات کلیک‌ی** دارند همکاری می‌کند و وبسایت‌ها از طریق نمایش تبلیغات و هدایت ترافیک به وبسایت تبلیغ‌دهندگان می‌توانند کسب درآمد کنند. صاحبان وبسایت می‌توانند تصمیم بگیرند که چه تبلیغی را نمایش دهند و AdSense به ازای هر کلیک روی تبلیغ، به ناشر پول پرداخت می‌کند.

Ad Server

سرور تبلیغات، کار مدیریت و توزیع تبلیغات در سرتاسر وبسایت‌ها را بر عهده دارد. ناشرین، شبکه‌های تبلیغاتی، آژانس‌ها و برخی تبلیغ‌دهندگان از این سرورها استفاده می‌کنند.

Ad Stack

نوعی تقابل در **صنعت تبلیغات دیجیتال** است و به خصوص تبلیغات نمایشی است که چندین تبلیغ را زیر یک آگهی تبلیغاتی پنهان می‌کنند و با کلیک کاربر روی آگهی، چندین impression برای چندین برند ثبت می‌شود. در این صورت، تنها یک impression واقعی اتفاق افتاده اما تبلیغ‌دهندگان زیادی بدون بدست آوردن هیچ impression ای هزینه پرداخت می‌کنند.



شخص، موسسه یا شرکتی که با هدف آگاه نمودن مردم از یک برند خاص یا افزایش محبوبیت آن، محصولات، خدمات یا رخدادهای آن برند را تبلیغ می‌کند.

(Google AdWords) AdWords

یکی از برنامه‌های تحت مالکیت گوگل است که توسط تبلیغ‌دهندگان مورد استفاده قرار می‌گیرد تا تبلیغشان در صفحات جستجوی گوگل، یوتیوب و سایر شبکه‌های تبلیغاتی گوگل نمایش داده شود. ادوردز، پلتفرم اولیه تبلیغات PPC می‌باشد.

Affiliate

به افراد یا شرکت‌هایی گفته می‌شود که محصولات یا خدماتی را تبلیغ می‌کنند که متعلق به آن‌ها نیست و در ازای این کار، درصدی از مقدار فروش یا lead حاصل از تبلیغات خود را دریافت می‌کنند.

Aggregator

یک ابزار یا اپلیکیشن مبتنی بر اینترنت است که محتواها را از وبسایت‌های مختلف جمع‌آوری می‌کند و در یک مرکز نمایش می‌دهد. Google reader، نمونه محبوبی از این aggregator است.

Akismet

یک اپلیکیشن کاربردی که به صورت گسترده برای پلتفرم‌های بلاگ‌نویسی، مانند WordPress استفاده می‌شود. این ابزار به عنوان فیلتر برای کشف لینک‌های اسپم، کامنت‌های اسپم و سایر محتواهای ناخوشایند ایجاد شده توسط کاربر مورد استفاده قرار می‌گیرد.



مجموعه‌ای از قوانین و فرآیندها که سیستم‌های کامپیوتری برای انجام وظایف مختلف، در پیش می‌گیرند. الگوریتم در دیجیتال مارکتینگ، معمولاً به مجموعه فرآیندهای گوگل برای رتبه‌بندی سایت‌ها گفته می‌شود. مانند الگوریتم پنگوئن که کیفیت لینک‌سازی در سایت‌ها را تحلیل می‌کند و یا الگوریتم پاندا که کیفیت محتوای قرار گرفته در سایت‌ها را بررسی می‌کند. گوگل همواره نام الگوریتم‌های مختلف رتبه‌بندی سایت‌ها و توضیح کوتاهی درباره آنها منتشر می‌کند.

Algorithm Update

تغییراتی که گوگل در الگوریتم‌ها ایجاد می‌کند. این تغییرات بر رتبه‌بندی سایت‌ها نیز تأثیر می‌گذارد. به منظور قرار گرفتن در جایگاه بالاتر صفحات جستجو، همواره باید از این آپدیت‌ها آگاه بود.

Alt Text (or Alternative Text)

عبارتی که برای توصیف تصاویر آپلودشده در سایت‌ها برای توصیف آن تصاویر به کار برده می‌شود. این عبارت در ادامه کد html مربوط به تصویر می‌آید. در صورتی که کاربر توانایی لود کامل تصاویر در صفحه وب‌سایت را نداشته باشد، این عبارت متنی در محل آن تصویر نمایش داده می‌شود. بهتر است همه تصاویر در صفحات وب‌سایت alt text یا متن جایگزین داشته باشند. استفاده از کلیدواژه‌ها در این عبارت، در بهبود رتبه صفحات جستجو موثر است.

Alexa Rank

معیاری از ترافیک و رتبه برتری وب‌سایت است. [شاخص الکسا](#) هرچه کمتر باشد، نشان‌دهنده ترافیک بهتر وب‌سایت است. این شاخص بر اساس ترافیک سه ماهه اخیر هر سایت با استفاده از دیتای جمع‌آوری‌شده از کاربران Alexa Toolbar تعیین می‌شود.



هوش مصنوعی، بخشی از علوم کامپیوتر است که بر ایجاد ماشین‌های هوشمند تمرکز دارد؛ ماشین‌هایی که مانند انسان کار می‌کنند و عکس‌العمل نشان می‌دهند. هوش مصنوعی به طرز چشمگیری به دیجیتالی مارکتینگ کمک می‌کند تا عملکرد بهتری داشته باشند.

Analytics (Google Analytics)

جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های بازاریابی را آنالیتیکس می‌نامند. اغلب کسب‌وکارها برای به دست آوردن داده‌های مورد نیاز خود مانند ترافیک وبسایت، صفحات بازدید شده و ... از ابزار Google Analytics یا اختصاراً GA استفاده می‌کنند. در مورد اپلیکیشن‌ها، به دنبال کردن کاربر و تجزیه و تحلیل رفتار کاربر درون اپلیکیشن، آنالیتیکس می‌گویند.

Anchor Text

کلماتی که به وسیله هایپرلینک به لینک قابل کلیک تبدیل شده‌اند. در سئو، anchor text یک علامت برای رتبه‌بندی گوگل محسوب می‌شوند. در واقع، این کلمات، گوگل را از موضوع محتوایی که در آن آدرس قرار دارد مطلع می‌کند و گوگل به آن آدرس برای آن کلمات کلیدی مشابه رتبه می‌دهد.

API (Application Programming Interface)

مجموعه‌ای از قوانین برنامه‌نویسی هستند که به اپلیکیشن‌ها اجازه استخراج اطلاعات از سرویس موردنظر را می‌دهند و از آن اطلاعات برای اپلیکیشن خود یا آنالیز داده‌ها استفاده می‌کند.

ASO (App Store Optimization)

به فرآیند [بهینه‌سازی اپلیکیشن](#) با هدف بیشتر، راحت‌تر و سریع‌تر دیده شدن اپلیکیشن در جست‌وجوهای یک اپ‌استور، ASO می‌گویند. این فرآیند شامل رتبه‌بندی اپلیکیشن‌ها از طریق جست‌وجوی کلیدواژه در مارکت‌های مختلف اپلیکیشن‌های موبایل است.



کاربران در فرایند سفر مشتری در موبایل و قبل از نصب یا دانلود یک اپلیکیشن، ممکن است چندین تبلیغ را دیده باشند و یا با آن تعامل داشته باشند، اما آخرین کلیک قبل از دانلود اپلیکیشن، مشخص‌کننده رسانه‌ای است که منجر به نصب شده است. با این وجود، برخی از پلتفرم‌های اتریبیوشن می‌تواند سایر رسانه‌ها که در طول فرایند سفر مشتری به افزایش آگاهی از برند کمک کرده‌اند و کاربر را به نصب اپلیکیشن هدایت کرده‌اند را شناسایی کنند. به چنین کمپین‌ها یا نصب‌هایی، assisted install گفته می‌شود.

Attribution

ابزاری است که به بازاریابان کمک می‌کند تا سفر کاربر (User Journey) از ابتدا تا رسیدن به فعالیت‌های کاربر در وب‌سایت یا اپلیکیشن پس از اتمام سفر را تحت نظر بگیرند. این کار به بازاریابان کمک می‌کند تا بتوانند میزان موفقیت کمپین‌های تبلیغاتی خود را اندازه‌گیری کنند و تغییرات لازم در جهت بهینه‌سازی وب‌سایت یا اپلیکیشن و کمپین‌ها را انجام دهند. با کمک Attribution می‌توان فهمید که هر فعالیت کاربر از کدام کمپین تبلیغاتی یا کدام منبع بدست آمده و میزان تاثیرگذاری کدام کانال بیشتر بوده است.

Attribution Modeling

روش‌هایی است که تبلیغ‌دهندگان برای مشخص کردن ارزش رسانه‌ها و کانال‌های نمایش‌دهنده تبلیغات در کمپین‌های بازاریابی خود استفاده می‌کنند. این روش‌ها به تبلیغ‌دهندگان کمک می‌کند تا بهترین و سودآورترین کانال‌های تبلیغاتی و بهترین ناشران را پیدا کنند.



مدت زمانی است که یک ناشر می‌توان ادعا کند کلیک یا بازدید مشخص منجر به نصب اپلیکیشن شده است. Attribution Window، بازه زمانی است که بین تبلیغ‌دهنده و توسعه‌دهنده مورد توافق قرار گرفته است. در صورتی که کاربر پس از مشاهده یا کلیک بر روی تبلیغ، در آن بازه زمانی اپلیکیشن را نصب کند، پرداخت به ازای هر نصب به توسعه‌دهنده انجام می‌شود. به عنوان مثال، در صورتی که بازه زمانی مورد توافق بین تبلیغ‌دهنده و توسعه‌دهنده، ۷ روز باشد و کاربر حداکثر تا ۷ روز پس از مشاهده تبلیغ و یا کلیک بر روی آن، اپلیکیشن را نصب کند، این نصب در attribution window قرار می‌گیرد و شمرده می‌شود و توسعه‌دهنده می‌تواند سهم خود را دریافت کند. این بازه در attribution های مختلف، متفاوت است.

Audience

گروهی از مردم که به احتمال زیاد در معرض آگهی‌ها و تبلیغات قرار می‌گیرند. هر کسب‌وکاری باید پس از مشخص کردن هدف خود، مخاطبان خود را شناسایی کند و تبلیغات را در مقابل چشم آنها قرار دهد تا تبلیغات بهینه‌تری داشته باشد.

Authority

میزان اعتبار یک وب‌سایت به عوامل مختلفی مانند محبوبیت، میزان ترافیک، لینک‌ها، بک لینک‌های وب‌سایت و اشتراک‌گذاری مطالب وب‌سایت در شبکه‌های اجتماعی بستگی دارد. هرچه وب‌سایت نزد کاربران محبوب‌تر باشد، از اعتبار بالاتری برخوردار خواهد بود.

Automation

استفاده از برنامه‌های کامپیوتری به منظور انجام وظایف تکراری که انسان‌ها مسئولیت آن را بر عهده داشتند را اتوماسیون می‌گویند. به عنوان مثال در بازاریابی، فرآیندهای تکراری در ارتباط با کاربران مانند ارسال ایمیل تأیید ثبت‌نام با کمک اتوماسیون سریع‌تر و مطمئن‌تر انجام می‌شوند.



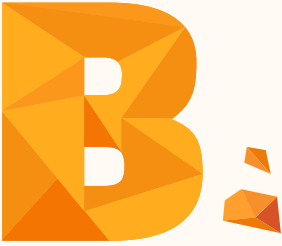
Average position

شاخصی در گوگل ادوردز که نشان می‌دهد تبلیغات سفارش داده‌شده در کجای صفحه نتایج گوگل نمایش داده می‌شود. اگر این شاخص بین 1 تا 4 باشد تبلیغات در بالای صفحه نتایج (به ترتیب در لینک‌های یک و دو ...) نمایش داده می‌شود که بهترین نتیجه است. اعداد بیشتر از پنج نشان‌دهنده این است که تبلیغ در پایین صفحه نتایج گوگل نمایش داده خواهد شد.

Average time on site

یکی از بهترین معیارهای اندازه‌گیری عملکرد وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها، متوسط زمان حضور مخاطب در آن‌ها است. پایین بودن این زمان نشان‌دهنده محتوای خسته‌کننده یا وجود مشکل در بارگذاری وبسایت است.





[Backlink](#)

[Banner Ad](#)

[Behavioral Anomalies](#)

[Biased Attribution](#)

[Bid](#)

[Bing](#)

[Blacklist](#)

[Black Hat](#)

[Blogging](#)

[Bot Signature](#)

[Bottom of the Funnel](#)

[Bounce Rate](#)

[Bot](#)

[Brand Awareness](#)

[Bread Crumbs](#)

[Broken Links](#)

[B2B \(Business to Business\)](#)

[B2C \(Business to Consumer\)](#)

زمانی که یک وبسایت با استفاده از کد `html href` به سایر وبسایتها لینک می‌دهد، بک لینک نامیده می‌شود. بک لینکها توسط گوگل برای رتبه‌دهی سئوی سایتها مورد توجه قرار می‌گیرد. زیرا در صورتی که وبسایت‌های قوی به وبسایت A لینک دهند، نشان‌دهنده اعتبار وبسایت A است و می‌تواند اعتماد گوگل را جلب کند.

Banner Ad

اولین و یکی از محبوب‌ترین انواع تبلیغات دیجیتال در قالب تصویر و کد HTML که می‌تواند در وبسایت‌های مختلف قرار گیرد **تبلیغات بنری** است. بنرها در سایزهای مختلف وجود دارند که بهتر است از اندازه‌های استاندارد آن استفاده کنید.

Behavioral Anomalies

رفتارهای غیرعادی در تبلیغات موبایلی است که برای شناسایی و مقابله با تقلب مورد استفاده قرار می‌گیرد. این الگوهای رفتاری از جمع‌آوری و آنالیز میلیون‌ها داده بدست می‌آید. سرویس اتریبیشن می‌تواند با مشاهده چنین الگوهای در تبلیغات موبایلی، به وجود ربات پی ببرد و نصب‌ها را به عنوان نصب‌های تقلبی اعلام کند. برای شناسایی این الگوها به صورت آنی (real time) به الگوریتم‌های پیچیده یادگیری ماشین نیاز است.

Biased Attribution

اتریبوشن‌های یا پلتفرم‌های اندازه‌گیری تبلیغات موبایلی که در موفق بودن یک آژانس تبلیغاتی منافع مالی دارند. اتریبوشن‌ها باید عملکرد کاملاً بی‌طرفی داشته باشند تا بتوانند اعتماد مشتریان و تبلیغ‌دهندگان را جلب کنند؛ در غیر این صورت، باعث ضرر رساندن به شبکه‌های تبلیغاتی می‌شود.

میزان هزینه رقابتی است که تبلیغ‌دهندگان مایل هستند به ازای هر اقدام (Action) مانند کلیک، نصب، بازدید، ثبت نام و ... توسط هر کاربر به شبکه تبلیغاتی بپردازند. برخی از پلتفرم‌ها قیمت خودکار پیشنهاد می‌کنند. علاوه بر این استراتژی، امکان وارد کردن bid به صورت دستی (manually) نیز وجود دارد. اگر این کار به صورت آنلاین انجام شود به آن اصطلاحاً RTB (real-time bidding) گفته می‌شود.

Bing

یک موتور جستجو تحت مالکیت مایکروسافت است. در حال حاضر، این موتور جستجو، حدود 20 درصد از سهم سرچ‌ها را به خود اختصاص داده است.

Blacklist

لیست سیاه تبلیغات موبایلی، به منابع و کانال‌هایی اشاره دارد که مشکوک به نشانه‌های واضحی از تقلب‌های موبایلی هستند. هر فعالیت مشکوکی که با لیست سیاه منطبق باشد، به عنوان تقلب گزارش داده می‌شود. بسیاری از سیستم‌های آنتی فراد، لیست سیاهی از آدرس ID دستگاه‌ها یا آدرس IP ربات‌ها را خریداری یا ایجاد می‌کنند تا بتوانند در صورت بروز تقلب توسط این آدرس‌ها، آن را شناسایی و به صورت خودکار مسدود کنند. بنابراین، هنگام انتخاب اتریبیوشن یا سرویس آنتی فراد، به حجم لیست سیاه و دیتابیس آنها توجه داشته باشید.

Black Hat

اصطلاحی که برای یک دیجیتال مارکتر یا سئوکار غیراخلاقی به کار می‌رود. این فرد از تکنیک‌های اسپمی مانند لینک‌های ساختگی، متن‌های پنهان، سئوی منفی و ... برای رتبه‌بندی سایت‌ها استفاده می‌کند.

بلاگ (وبلاگ) در واقع وبسایتی است که به طور مرتب با محتوا و نوشته‌های جدید به روزرسانی می‌شود. بلاگ به دلیل دارا بودن محتوای جدید، جذب بازدیدکنندگان جدید، درگیر کردن کاربران فعلی و اشتراک‌گذاری نظرات مردم نقش بسیار مهمی در دیجیتال مارکتینگ دارد.

Bot Signature

نشانه‌هایی است که به یک فعالیت مشکوک صورت گرفته توسط ربات اشاره دارد. نشانه‌های واضحی از وجود تقلب‌های رباتی وجود دارند که شناسایی آنها را ساده می‌کنند، اما اغلب سرویس‌های مقابله با تقلب یا اتریبیوشن‌ها، لیست سیاه ربات مخصوص به خود را دارند.

Bottom of the Funnel

قسمت پایین قیف بازاریابی به مرحله پایانی سفر مشتری اشاره دارد. در این مرحله مشتریان در فرآیند خرید قرار دارند. [قیف بازاریابی چیست؟](#)

Bounce Rate

درصدی از بازدیدکنندگان یک وبسایت است که بلافاصله پس از بازدید از صفحه بدون هیچ کلیک یا تعاملی با قسمت‌های دیگر وبسایت، صفحه را ترک می‌کنند. وبسایت‌ها در تلاش‌اند کمترین **میزان نرخ پرش** را داشته باشند. میزان بالای این نرخ نشان‌دهنده وجود مشکل در بارگذاری وبسایت یا جذاب نبودن صفحه وبسایت است. همچنین، نرخ پرش در [ایمیل مارکتینگ](#)، درصدی از ایمیل‌های ارسالی است که به دلیل مشکلاتی نظیر آدرس ایمیل نامعتبر، بروز نبودن لیست و ... به مخاطبان مورد نظر تحویل داده نمی‌شوند.

برنامه‌های خودکار کامپیوتری هستند که می‌توانند به جای انسان با اینترنت ارتباط برقرار کنند، وظایف را خودکارسازی کنند و گاهی هم باعث تحریر در داده‌ها شوند. این ربات‌ها معمولاً قادر به اجرای کارهای ساده و تکراری هستند.

Brand Awareness

میزان یا سطح آشنایی مشتریان بالقوه با محصولات و خدمات برندها را [آگاهی از برند](#) می‌نامند. افزایش آگاهی از برند یکی از اهداف مهم کمپین‌های تبلیغات دیجیتال است. بسیاری از کمپین‌های تبلیغاتی با هدف افزایش آگاهی از برند انجام می‌شوند تا از این طریق بتوانند اعتماد مخاطبان را جلب کنند و در نهایت، آنها را به مشتری تبدیل کنند.

Bread Crumbs

لینک‌های جهت‌دهی در بالای صفحه وبسایت‌ها که به کاربر کمک می‌کند تا بهتر متوجه شوند کجای وبسایت قرار دارند. این لینک‌ها در نزدیکی عنوان صفحه قرار دارند و مشابه این لینک هستند:

Home > Services > Specific Service

Broken Links

لینک به صفحاتی که دیگر وجود ندارند یا به URL دیگری تغییر پیدا کرده‌اند. این لینک‌ها معمولاً با خطای 404 شناخته می‌شوند. به علاوه، اکثر موتورهای جستجو راه‌هایی را فراهم کرده‌اند تا بازدیدکنندگان در صورت مشاهده چنین لینک‌هایی، گزارش خرابی لینک را بدهند.

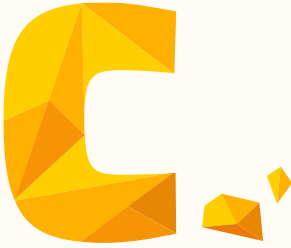
(Business to Business) B2B

نوعی از شرکت‌ها یا معاملات که واسطه بین دو شرکت تجاری هستند و مشتریان آنها به جای اشخاص، سازمان‌ها هستند. به عنوان مثال، معامله بین یک شرکت تولیدکننده و عمده‌فروش یا معامله بین عمده‌فروش و خرده‌فروش از نوع B2B است. مثالی از شرکت B2B شبکه‌های تبلیغاتی هستند که واسطه بین تبلیغ‌دهنده‌ها و ناشرین تبلیغات (دو سازمان یا شخص حقوقی) هستند.

(Business to Consumer) B2C

شرکت‌ها یا معاملاتی هستند که واسطه بین کسب‌وکارها و مصرف‌کنندگان (استفاده‌کنندگان نهایی محصولات یا خدمات) هستند.





[Callback](#)

[Cohort](#)

[CPL](#)

[Campaign](#)

[Comments](#)

[CPM](#)

[Canonical](#)

[Contact Form](#)

[CR](#)

[Categories](#)

[Content](#)

[Crawler](#)

[CAC](#)

[Contextual Marketing](#)

[Creative Set](#)

[Captcha](#)

[Conversion](#)

[CRM](#)

[Citation](#)

[Conversion Rate](#)

[CRO](#)

[Clean Device](#)

[Cookies](#)

[CSS](#)

[Click Farms](#)

[Copywriting](#)

[CTA](#)

[Click Flooding](#)

[COS](#)

[Customer Behavior](#)

[Click Fraud](#)

[Cost Models](#)

[Customer Events/Attribute](#)

[Click Hijacking](#)

[CPA](#)

[Customer Permissions](#)

[Click Injection](#)

[CPC](#)

[Customer Journey](#)

[CMS](#)

[CPCV](#)

[Customer Retention](#)

[Code](#)

[CPI](#)

اصطلاحی که تحت عنوان postback نیز شناخته می‌شود، نشانه‌ای بین یک سرور و سرور دیگر است. این علامت زمانی ایجاد می‌شود که اقدام یا رخداد خاصی درون اپلیکیشن اتفاق بیفتد. این کار به صورت دستی یا خودکار انجام می‌شود.

Campaign

مجموعه‌ای از کارهای مرتبط و با هدف مشخص است. مثلاً کمپین‌های تبلیغاتی با هدف معرفی محصول جدید و کمپین‌های مسئولیت اجتماعی با هدف بهبود یک بحران اجتماعی اجرا می‌شوند. در دنیای مارکتینگ، کمپین‌ها پیام‌های تبلیغاتی هستند که یک موضوع را به اشتراک می‌گذارند و محصولات یا خدماتی را در بازار تبلیغ می‌کنند. در زمینه دیجیتال مارکتینگ، کمپین‌ها از طریق پلتفرم‌های تبلیغاتی، شبکه‌های تبلیغاتی (Ad network)، شبکه‌های اجتماعی، ایمیل یا سایر پلتفرم‌های آنلاین اجرا می‌شوند.

Canonical

یک قطعه کد است که به HTML صفحه وب اضافه می‌شود تا به گوگل نشان دهد که آیا محتوا اصلی است یا از جایی کپی شده است. محتواهای کپی باید به URL جایی که از آن کپی شده، اشاره کند. canonical برای جلوگیری از کپی شدن محتواها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

Categories

راهی برای طبقه‌بندی محتواها در سایت و به خصوص، در بلاگ‌ها است. یک راه رایج برای طبقه‌بندی و حفظ پست‌های بلاگ کنونی و قدیمی، به صورت الفبایی است.

(Customer Acquisition Cost) CAC

کل هزینه‌های فروش و بازاریابی که برای جذب یک مشتری جدید صورت گرفته است. برای محاسبه این عدد، کل هزینه‌های بازاریابی در یک مدت مشخص مثلاً یک ماه را جمع و بر تعداد مشتریان به‌دست‌آمده از این تلاش‌های بازاریابی تقسیم کنید. به عنوان مثال، اگر ۵۰۰ هزار تومان در یک ماه برای بازاریابی هزینه کرده‌اید و ۵۰ نفر به مشتریان شما بر اساس تلاش‌های شما اضافه شده باشد، CAC در آن ماه، ۱۰ هزار تومان خواهد بود.

Captcha

یک تست چالشی برای کاهش میزان اسپم و کشف بات در دنیای آنلاین است. در این تست‌ها، از کاربران درخواست می‌شود یک مسئله ساده (تایپ حروف و اعداد موجود در تصویر، انتخاب تصاویر مورد نظر و ...) را حل کنند.

Citation

نام بردن از یک برند یا کسب‌وکار یا اشاره به آدرس یک وب‌سایت را ارجاع دادن می‌گویند. این کار می‌تواند با یا بدون لینک باشد.

Clean Device

دستگاه‌هایی که تعاملات قابل توجهی با تبلیغ دارند و هیچ نشانه‌ای از کلیک، نصب و یا تعاملات تقلبی برای آن دستگاه‌ها ثبت نشده است. DeviceRank می‌تواند با استفاده از آنالیزهای صورت گرفته توسط الگوریتم‌های یادگیری ماشین، این دستگاه‌ها را شناسایی کنند. هر دستگاهی با رتبه A، AA و AAA به عنوان دستگاه تمیز محسوب می‌شود.



به یک محل واقعی پر از دستگاه موبایل اشاره دارد که برای شبیه‌سازی کلیک‌های تقلبی استفاده می‌شود. با تکرار کلیک روی تبلیغات توسط این دستگاه‌های موبایل، click farm اتفاق می‌افتد و نتیجه کمپین‌های تبلیغاتی را تغییر می‌دهد. این کار باعث می‌شود تبلیغ‌دهنده بابت کلیک کاربرهای غیرواقعی، هزینه بپردازد. این نوع تقلب اغلب در مناطقی اتفاق می‌افتد که افراد کم‌بضاعت و فاقد شغل وجود دارند. کشورهایی مانند هند، چین و بنگلادش بالاترین میزان چنین تقلب‌هایی را دارند. البته بسیاری از افراد آدرس IP خود را از طریق فیلتر شکن تغییر می‌دهند که گویی در منطقه دیگری نصب اتفاق افتاده؛ بنابراین، شناسایی تقلب‌ها دشوار می‌شود.

Click Flooding

این نوع تقلب تحت عنوان Click Spamming نیز شناخته می‌شود. این نوع تقلب، مربوط به زمانی است که فرد متخلف (ناشر یا شبکه تبلیغاتی)، کلیک کاربرانی که باعث ایجاد آن‌ها نشده را به خود نسبت می‌دهد. این نوع تقلب، در ۲ حالت mobile-web و in-app اتفاق می‌افتد. این فرایند، زمانی شروع می‌شود که یک کاربر وارد یک صفحه موبایل-وب یا اپلیکیشنی شود که ناشر متخلف نیز در آن فعالیت می‌کند.

Click Fraud

نوعی از تقلب‌های موبایلی است که به کلیک‌های تقلبی صورت گرفته با روش‌های مختلف اشاره دارد. اغلب این تقلب‌ها در کمپین‌های کلیکی و نصبی اتفاق می‌افتد.

Click Hijacking

نوعی تقلب‌های موبایلی است که گزارشی مبنی بر کلیک تقلبی را بلافاصله پس از یک کلیک واقعی ارسال می‌کند و از این طریق، کلیک‌های واقعی شبکه تبلیغاتی رقیب را می‌دزدد. برای شناسایی این دزدی، باید گزارش داده‌های خام را مشاهده کنید.



تقلب click injection، روش جدیدتر و پیشرفته‌تر روش click spam است. این نوع تقلب، اغلب در اپلیکیشن‌های اندرویدی که به سادگی و با استفاده از install broadcast ایجاد شده، اجرا می‌شود. هر app broadcast در اپلیکیشن‌های اندروید، وضعیت تمامی تغییرات اپلیکیشنش را به موبایل و سایر اپلیکیشن‌های موجود در موبایل منتقل می‌کند. این نوع تقلب، مشابه click hijack، دزدی نصب‌های اپلیکیشن محسوب می‌شود.

CMS (Content Management System)

یک ابزار که برای ایجاد، ویرایش و مدیریت طیف وسیعی از محتواهای مختلف نظیر تصویر، متن، فیلم و ... به کاربرانی که دانش فنی برنامه‌نویسی صفحات وب را ندارند کمک می‌کند. این برنامه به ایجاد محتوای قابل جستجو، فهرست‌بندی، بررسی مخاطبان محتوا و ... کمک می‌کند.

Code

زبان برنامه‌نویسی که برای ساخت وب‌سایت مورد استفاده قرار می‌گیرد. رایج‌ترین زبان مورد استفاده در طراحی وب‌سایت‌ها، HTML، CSS، JS و PHP است.

Cohort

گروهی از کاربران است که رفتار یا ویژگی مشترکی در مقابل تبلیغات دارند و بر اساس این مشخصات و رفتارها و به منظور بهینه‌سازی تبلیغات طبقه‌بندی می‌شوند. کاربران می‌توانند بر اساس موارد مختلفی مانند موقعیت جغرافیایی، اقدامات درون-اپ و یا هر جزئیات دیگری با کمک اتریبوشن‌ها طبقه‌بندی شوند.

Comments

کامنت یا نظر، محتوایی است که توسط کاربران و به منظور بیان نظر درباره پست بلاگ، پست شبکه‌های اجتماعی و ... ایجاد می‌شود.



بخشی از وبسایت است که دارای فیلدهای قابل پر کردن برای بازدیدکنندگان است تا بازدیدکنندگان بتوانند با صاحبان وبسایت ارتباط برقرار کنند. این بخش معمولاً شامل نام، شماره تلفن و آدرس ایمیل مشتریان است.

Content

محتوا بخشی از اطلاعات است که با هدف افزایش آگاهی، جذب مشتریان و افزایش تعاملات مشتریان در قالبهای مختلف نظیر وبلاگ، ویدئو، پستهای شبکههای اجتماعی، عکس، اسلاید، GIF و ... تولید می شود. محتوا نقش بسیار مهمی در افزایش ترافیک و موفقیت استراتژی بازاریابی ایفا می کند.

Contextual Marketing

نوعی از بازاریابی است که بر رساندن پیام درست به مخاطب درست در مناسبترین زمان و بر اساس اولویتهای احتمالی مخاطب تاکید دارد. این کار بر اساس شناسایی و تحلیل رفتار کاربر انجام می شود. هدف اصلی از این گونه تبلیغات، معرفی محصولات و خدماتی است که کاربران از قبل به آنها علاقه مند هستند.

Conversion

زمانی که افراد هدف مورد انتظار شما مانند کلیک بر روی لینک، دانلود کتاب، ثبت نام در خبرنامه، خرید و ... را انجام می دهند، اصطلاحاً Conversion یا همگرایی اتفاق می افتد.

Conversion Rate

نسبت کاربرانی که هدف تعیین شده برای کمپین را انجام می دهند به کل کاربران را نرخ تبدیل می گویند. به عنوان مثال، در صورتی که هدف یک کمپین، پر کردن فرم تماس باشد و 10 نفر از کل 100 بازدیدکننده وبسایت فرم را پر کرده باشند، نرخ تبدیل 10% خواهد بود.



یک فایل متنی که توسط مرورگرها و وبسایتها مورد استفاده قرار می‌گیرد تا داده‌های کاربران در وبسایت (سشن، فعالیت‌های کاربر، خریدها و ...) رکورد و ذخیره شوند.

Copywriting

استفاده از کلمات برای ایجاد یک متن قانع‌کننده به گونه‌ای که مردم به ادراک یک حس، فکر کردن به یک موضوع و درنهایت پاسخ دادن و انجام دادن فعالیت از قبل تعریف‌شده‌ای ترغیب شوند. کپی رایتر کسی است که با توجه به نکات روانشناسی مخاطب، بر فرآیند تصمیم‌گیری فرد در خرید کالا تاثیر می‌گذارد و تنها ابزار او در این راه، انتخاب هوشمندانه کلمات است.

(Content Optimization System) COS

این سیستم، نوعی سیستم مدیریت محتوا (CMS) است، اما برای ارائه محتواهای شخصی به مشتریان، بهینه‌سازی شده است.

Cost Models

مدل‌ها و تعرفه‌های قیمت‌گذاری است که تبلیغ‌دهندگان باید بابت کمپین‌های تبلیغاتی به شبکه‌های تبلیغاتی بپردازند و به صورت cost per گفته می‌شود. هزینه‌ای که تبلیغ‌دهندگان می‌پردازند، به ازای کلیک، مصب یا اقدام هر کاربر است. CPC ، CPI ، CPM و CPA از جمله رایج‌ترین مدل‌های پرداخت در دیجیتال مارکتینگ است.

(Cost Per Action) CPA

یک مدل قیمت‌گذاری است که تبلیغ‌دهنده زمانی حاضر به پرداخت پول به شبکه‌های تبلیغاتی می‌شود که اقدام مورد نظر او (کلیک، بازدید کامل ویدئو، پر کردن فرم، عضویت و ...) انجام شود. این اصطلاح همچنین به معنی مقدار پرداخت تبلیغ‌دهنده به ازای اجرای هر اقدام توسط کاربر مذکور است.



(Cost Per Click) CPC

یک مدل قیمت‌گذاری کمپین‌های دیجیتال است که تبلیغ‌دهنده به ازای هر کلیک به شبکه تبلیغاتی مبلغی را می‌پردازد.

(Cost Per Complete View) CPCV

یکی از مدل‌های قیمت‌گذاری **کمپین‌های دیجیتال مارکتینگ** است که تبلیغ‌دهنده به ازای هر تماشای کامل ویدئو مبلغ مشخصی را به شبکه تبلیغاتی پرداخت می‌کند. این نوع از کمپین برای آگاه‌سازی مردم از برند مناسب است، اما در انتهای ویدئو نیز می‌تواند دارای یک بنر با CTA باشد که بیننده را به کلیک بر روی آن تشویق می‌کند.

(Cost Per Install) CPI

مقدار متوسط هزینه‌ای است که تبلیغ‌دهنده باید به ازای هر نصب به شبکه تبلیغاتی بپردازد. استفاده از این نوع مدل قیمت‌گذاری برای افزایش تعداد کاربران یک اپلیکیشن مورد استفاده قرار می‌گیرد.

(Cost Per Lead) CPL

مقدار متوسط هزینه‌ای است که تبلیغ‌دهنده به ازای هر کلیک بر روی تبلیغ که منجر به lead شده است می‌پردازد. این مقدار از تقسیم مقدار کل هزینه صرف شده در کمپین‌ها بر تعداد lead های ایجاد شده به دست می‌آید.

(Cost Per Thousand) CPM

حرف M، یک شماره رومی برای 1000 است. CPM یک مدل قیمت‌گذاری است که تبلیغ‌دهنده باید به ازای هر ۱۰۰۰ بار نمایش (impression) تبلیغ خود پول پرداخت کند. این نوع از کمپین‌ها برای کسب‌وکارهایی مناسب است که هدفشان تنها آگاهی از برند (Brand Awareness) است؛ زیرا در موفقیت کمپین هیچ تضمینی برای اجرای عملی از سمت کاربر وجود ندارد.



(Conversion Rate) CR

درصدی از مردم که به سمت هدف شما همگرا می‌شوند و اقدام مورد نظر شما را انجام می‌دهند. به عنوان مثال، اگر هدف مورد نظر شما فروش محصول باشد و تبلیغ محصول به ۱۰ نفر نمایش داده شود (impression) و ۶ نفر بر روی آن کلیک و ۴ نفر محصول را خریداری کنند، نرخ همگرایی ۴ از ۱۰ نفر یعنی ۴۰ درصد خواهد بود.

Crawler

یک عملکرد خودکار موتورهای جستجو که یک صفحه را فهرست‌بندی می‌کنند و سپس، سایر صفحات که صفحه اولیه به آن لینک شده را بازدید می‌کند. هرچه این چرخه به مرور زمان پیش می‌رود، crawler موتورهای جستجو می‌توانند تعداد زیادی صفحه را خیلی سریع فهرست‌بندی کنند.

Creative Set

مجموعه‌ای از ویدئوهای تبلیغاتی، بنرهای طراحی‌شده در انتهای ویدئو و لینک شمارش تعداد نصب و یا تعداد کلیک که در یکی از Third Party ها ساخته شده است. این مجموعه ساخت کمپین در نوبت‌های متعدد را آسان می‌کند.

(Customer Relationship Management) CRM

شیوه‌ها، استراتژی‌ها و فناوری‌هایی است که شرکت‌ها برای مدیریت و آنالیز تعاملات و داده‌های مشتریان با هدف بهینه‌سازی روابط شرکت با مشتریان، حفظ آن‌ها و افزایش فروش انجام می‌دهند. سیستم‌های CRM برای جمع‌آوری اطلاعات مشتریان در کانال‌های مختلف طراحی شده‌اند.



(Conversion Rate Optimization) CRO

شاخه‌ای از دیجیتال مارکتینگ است که هدف آن بهبود نرخ همگرایی (conversion rate) است. CRO در واقع تلفیقی از روانشناسی، بازاریابی و طراحی وبسایت است. در این شاخه، ابتدا رفتار بازدیدکنندگان وبسایت را شناسایی و در انتها آن را بهینه‌سازی می‌کنند. برای این منظور از تکنیک‌هایی نظیر تست A/B استفاده می‌شود CRO. به معنای بهینه سازی نرخ تبدیل می باشد.

(Cascading Style Sheets)CSS

CSS یک کد است که به HTML یک وبسایت می‌گوید چگونه در صفحه مانیتور نمایش داده شود. CSS باعث صرفه‌جویی زمان طراحان وبسایت می‌شود؛ زیرا آنها می‌توانند به جای طراحی خط به خط کدها به صورت جداگانه، بخش‌های متشکل از کدهای HTML را به صورت گروهی بسازند.

(Call to Action) CTA

یک لینک متنی، تصویری، دکمه یا لینک وبسایت است که مخاطب را به کلیک بر روی آن تشویق می‌کند. CTA نقش بسیار مهمی در بازاریابی ایفا می‌کند، زیرا تبدیل مخاطبان به lead را تسهیل می‌کند. بنابراین، CTAها باید به اندازه کافی قانع‌کننده، تشویق‌کننده و دارای پیشنهاد ارزشمند باشند.

Customer Behavior

به فعالیت‌های یک کاربر در فضای وبسایت‌ها، اپلیکیشن‌ها و شبکه‌های اجتماعی مانند دانلود فایل‌ها، تماشای ویدئو، لایک کردن یا خریداری محصولات گفته می‌شود که به منظور بهینه‌سازی مارکتینگ قابل دنبال کردن، اندازه‌گیری، ارزیابی و آنالیز هستند.



داده‌هایی است که در مورد رفتار و اطلاعات کاربران توسط سیستم CRM جمع‌آوری شده و برای شخصی‌سازی استفاده می‌شود.

Customer Permissions

درخواست‌هایی است که برندها و کسب‌وکارها از مشتریان و مخاطبان خود برای دریافت اطلاعات شخصی، دسترسی به دستگاه و داده‌های دیگر آن‌ها دارند. این داده‌ها می‌تواند شامل موقعیت جغرافیایی مخاطبان، اجازه دسترسی به برخی عناصر تلفن همراه و اجازه برای ارسال ایمیل باشد.

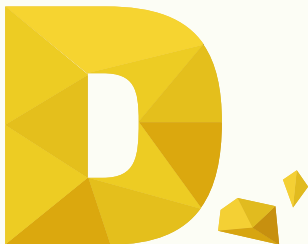
Customer Journey

سفر مشتری، اصطلاحی است که به‌منظور توصیف رابطه مداوم بین مصرف‌کننده و محصول یا برند استفاده می‌شود. سفر مشتری هم در دنیای کسب‌وکارهای B2B و هم B2C استفاده می‌شود. این اصطلاح به معنای هدایت مشتری، تعامل مداوم با او و به‌نوعی همراهی با او در طول آشنایی و استفاده از محصولات و خدمات است.

Customer Retention

معیاری است که به تعداد مشتریانی اشاره دارد که تعاملات خود با برند را ادامه می‌دهند. این معیار معمولاً در یک دوره زمانی معین اندازه‌گیری می‌شود. به‌عنوان مثال، چه تعداد از مشتریان جدید در دو ماه اخیر به تعاملات خود با برند ادامه داده‌اند.





[Dashboard](#)

[Deep Link](#)

[Deterministic](#)

[Device-Based Protection](#)

[Digital Marketing](#)

[Directory](#)

[Disavow](#)

[Display Ads](#)

[Display Fraud](#)

[Display Network](#)

[DMP](#)

[DSP](#)

[DNS](#)

[Dofollow](#)

[Domain Name](#)

[Downsell](#)

[Duplicate Content](#)

[Dynamic Content](#)

داشبورد یک از ابزارهای مدیریت اطلاعات است که به منظور دنبال کردن KPI ها، معیارها و سایر نقاط کلیدی مرتبط با کسب و کار، داده‌های پرتالی بر روی کامپیوتر ارائه می‌دهد. داشبورد از طریق تصویرسازی داده‌ها، مجموعه داده‌های پیچیده را به‌گونه‌ای قابل فهم، ساده می‌کند تا کاربران با نگاهی گذرا بتوانند از عملکرد کسب و کار خود اطمینان حاصل کنند.

Deep Link

Deep link، در واقع لینکی است یک کاربر اپلیکیشن موبایل را به طور مستقیم به محتوای مورد نظر درون اپلیکیشن هدایت می‌کند و در صورتی که کاربر اپلیکیشن را نداشته باشد، کاربر را به طور خودکار به صفحه اپ استور اپلیکیشن هدایت می‌کند تا کاربر بتواند اپلیکیشن را دانلود کند. deep linking برای اپلیکیشن، مانند هایپرلینک در وبسایت‌ها عمل می‌کند یک deep link می‌تواند کاربر را به طور مستقیم به محتوای مورد نظر در صفحه اپلیکیشن برساند، بدون اینکه نیازی به دانلود و باز کردن اپلیکیشن به طور مجزا داشته باشد. این ویژگی، منجر به تعامل بهتر کاربران با اپلیکیشن می‌شود.

Deterministic

داده‌هایی که به صورت قطعی مشخص می‌کند کاربر کیست. به عنوان مثال، کارت اعتباری، شماره تلفن و آدرس ایمیل و آدرس خانه، از جمله داده‌های قطعی به حساب می‌آید.

Device-based Protection

از جمله روش‌های مبارزه با تقلب‌های موبایلی است که دستگاه‌های متخلف را شناسایی و مسدود می‌کند. این روش، نسبتاً جدید است و سرویس‌های کمی از این روش استفاده می‌کنند. بهترین و جامع‌ترین سرویس موجود در بازار، پلتفرم DeviceRank است.



دیجیتال مارکتینگ مجموعه ای از تلاش ها در زمینه بازاریابی است که در فضای دیجیتال انجام می شود. بازاریابی دیجیتال شامل روش های مختلف از جمله بهینه سازی موتورهای جستجو (سئو)، بازاریابی شبکه های اجتماعی، ایمیل مارکتینگ، بازاریابی محتوا و بلاگ نویسی و ... می شود.

Directory

یک وبسایت شامل لیستی از صفحات با موضوعات مشابه است. برخی از دایرکتوری ها دارای لیستی از مشاغل موجود در هر منطقه جغرافیایی هستند که به آن ها فهرست محلی نیز می گویند. این لیست ها یکی از راه های حضور در دنیای دیجیتال است. کسب و کارها با ثبت نام و اطلاعات تماس خود در این فهرست ها، راحت تر در نتایج جستجوی کاربران پدیدار می شوند.

Disavow

با استفاده از ابزار Disavow google می توانید به گوگل اعلام کنید که کدام بک لینک نباید برای محاسبه رتبه بندی وبسایت در صفحه جستجو مورد استفاده قرار گیرد.

Display Ads

تبلیغات موجود در شبکه های نمایشی که می تواند در فرمت های مختلف مانند تصویر، فلش و ویدئو باشد. معمول ترین نوع آن ها، تبلیغات بنری است که در سراسر وبسایت ها، وبلاگ ها، شبکه های اجتماعی و درون اپلیکیشن دیده می شود.



نوعی تقلب‌های موبایلی است که در تبلیغات نمایشی اتفاق می‌افتد. رایج‌ترین تقلب‌های نمایشی، Ad stacking و pop-under است.

Display Network

شبکه‌ای از وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌ها است که تبلیغات نمایشی را در صفحات وبسایت خود نشان می‌دهند. کسب‌وکارها می‌توانند در این شبکه‌ها مصرف‌کنندگان خود را بر اساس موضوعات و کلمات کلیدی مورد جستجو، قرارگیری در صفحات خاص و هدف‌گیری مجدد ((Remarketing، مورد هدف قرار دهند.

(Data-Management Platform) DMP

سیستمی که برندها برای یافتن هرگونه اطلاعات درباره کاربران و بازار مورد استفاده قرار می‌دهند. برندها ابتدایی‌ترین داده‌ها (ایمیل کاربران، نمودار فروش و ...) را در سیستم DMP آپلود می‌کنند و با داده‌های دیگر ادغام می‌کنند تا بتوانند تصمیم‌های بهتری برای بازاریابی خود بگیرند.

(Demand-Side Platform) DSP

یکی از سه تکنولوژی مورد استفاده در اکوسیستم خرید و فروش تبلیغات و جایگاه‌های تبلیغاتی است. این سیستم به بازاریابان و تبلیغ‌دهندگان امکان خرید خودکار جایگاه‌ها و ظرفیت‌های تبلیغاتی را می‌دهد. بدون وجود سیستم DSP، بازاریابان باید با هر یک از ناشران و نمایش‌دهندگان تبلیغات تماس برقرار کنند و جایگاه‌های تبلیغاتی را به صورت دستی خریداری کنند. یک DSP، معمولاً با پلتفرم مدیریت داده (DMP) ادغام می‌شوند تا به مخاطبان هدف دسترسی بیشتری داشته باشند. DSP جایی است که تبلیغ‌دهندگان می‌توانند کمپین‌های تبلیغاتی خود را مدیریت کنند، میزان bid، نوع impression تبلیغات و محتواهای تبلیغ خود را تنظیم کنند. سمت DSP تصمیم می‌گیرد که کدام تبلیغ را بر حسب اطلاعات وارد شده از سمت تبلیغ‌دهنده (حداکثر قیمت پیشنهادی، هدف و محتوای تبلیغاتی) انتخاب کند.



(Domain Name System) DNS

پروتکلی که URL وبسایت که متشکل از حروف است را به آدرس IP که متشکل از اعداد است ترجمه می‌کند. URL برای کاربران اینترنت به یادماندنی است، اما آدرس IP برای استفاده در فضای وبسایت‌ها مناسب است.

Dofollow

این اصطلاح، نشان‌دهنده یک هایپرلینک بدون تگ nofollow است. فرض اولیه در هایپرلینک، وجود لینک dofollow است تا اینکه یک کد nofollow به آن اضافه شود. لینک‌های dofollow از لحاظ سئو، برای URL مقصد ارزش و اعتبار ایجاد می‌کند.

Domain Name

یک نام منحصر به فرد و متشکل از حروف، اعداد، خط تیره و نقطه برای نام‌گذاری یک وبسایت است. مثلاً tapsell.ir نام دامنه سایت تپسل است. نام دامنه به جای آدرس IP سایت (که رشته‌ای از اعداد است) مورد استفاده قرار می‌گیرد.

Downsell

قسمتی از قیف فروش است؛ جایی که کاربر یک کالا را به دلیل گران بودن نمی‌خرد و شما در این مرحله، کالاهایی با قیمت مناسب‌تر را به کاربر پیشنهاد می‌دهید.

Duplicate Content

این اصطلاح به محتوای تکراری یا کپی اشاره می‌کند که در 2 وبسایت مختلف یا 2 بخش از یک وبسایت پیدا می‌شوند. زمانی که یک محتوای یکسان در چندین صفحه از وبسایت یا در چندین وبسایت مختلف ظاهر شود، در رتبه‌بندی صفحه جستجو مشکل ایجاد می‌شود. زیرا گوگل یک محتوای کاملاً یکسان از چندین وبسایت یا صفحه مختلف را به عنوان چندین نتیجه جداگانه در صفحه نتایج جستجو نمایش نمی‌دهد. این اتفاق زمانی رخ می‌دهد که سرقت ادبی، کپی خودکار محتوا و یا طراحی ضعیف وبسایت صورت گرفته باشد. اگر محتوای تکراری در چندین صفحه از وبسایت وجود داشته باشد، گوگل نمی‌تواند تشخیص دهد کدام صفحه را به عنوان نتیجه جستجو نمایش دهد.

اطلاعاتی است که برای شخصی کردن پیامها و تعاملات مشتریان استفاده می‌شود و دائماً به روز می‌شود. در واقع، به‌جای استفاده از ویژگی‌های آماری مشتریان مانند نام، شهر، جنسیت و ... از APIها و سیستم‌های اختصاصی خود برای ایجاد محتوای مرتبط و پویا استفاده می‌کنند و این محتوا می‌تواند شامل هر چیزی از آبوهوا گرفته تا برنامه زمان‌بندی فیلم‌ها یا تیتراژها باشد.





[EBook](#)

[Ecommerce](#)

[eCPM](#)

[Editorial Calendar](#)

[Email Automation](#)

[Email List](#)

[Email Marketing](#)

[Engagement Rate](#)

[Event](#)

[Evergreen Content](#)

[External Link](#)

[نسخه‌های دیجیتال از کتاب](#) است که در فرمت‌هایی نظیر pdf منتشر می‌شود و معمولاً بازاریابان این کتاب‌ها را برای تولید lead استفاده می‌کنند. محتوای این EBook ها معمولاً طولانی‌تر از پست‌های وبلاگ است و به‌صورت جزئی‌تر به موضوعات می‌پردازد.

Ecommerce

کسب‌وکارهایی که به‌صورت آنلاین تجارت می‌کنند. رایج‌ترین نوع تجارت آنلاین، خرده‌فروشان آنلاین هستند که محصولات را به‌طور مستقیم به مصرف‌کنندگان می‌فروشند.

eCPM

[درآمد مؤثر حاصل از هر هزار نمایش کامل تبلیغ به کاربران](#) را eCPM می‌گویند. این پارامتر یکی از اصلی‌ترین معیارهای ناشران و توسعه‌دهندگان برای انتخاب شبکه تبلیغاتی و کسب درآمد از آن است.

Editorial Calendar

چیزی شبیه به نقشه برای [تولید محتوا](#) است که به شما در تولید [بهترین محتوا](#)، یافتن بهترین موضوعات، یافتن مخاطبان هدف و فرکانس انتشار محتواها کمک می‌کند. استفاده از این تقویم محتوا باعث نظم بیشتر و برطرف کردن مشکلات محتوایی می‌شود.

Email Automation

ارسال خودکار ایمیل‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای مربوط به ایمیل مارکتینگ را [اتوماسیون ایمیل](#) می‌نامند. ایمیل‌های خوش‌آمد گویی، تأیید خرید و ... از جمله ایمیل‌هایی هستند که با استفاده از سیستم‌های اتوماسیون ارسال می‌شوند.



Email List

مجموعه‌ای از آدرس‌های ایمیل است که برای ارسال کمپین‌های هدفمند ایمیلی کاربرد دارد. روش‌های مختلفی برای جمع‌آوری ایمیل‌های این لیست وجود دارد. لیست ایمیل‌ها معمولاً بر اساس میزان تعاملات و ویژگی‌های فردی مشترکین تقسیم‌بندی می‌شود.

Email Marketing

استفاده از ایمیل در بازاریابی و با هدف جذب مشتری، افزایش فروش، حفظ ارتباط مشتری با برند و ... را [ایمیل مارکتینگ](#) می‌گویند.

Engagement Rate

معیاری است که میزان تعاملات مشتریان (تعداد لایک، کامنت، اشتراک‌گذاری و ...) با یک بخش از محتوا را توصیف می‌کند.

Event

اقدامات و فعالیت‌هایی که توسط کاربران درون اپلیکیشن یا وبسایت انجام می‌شود. این رخداد می‌تواند هر چیزی باشد؛ تکمیل خرید، تکمیل یک مرحله از بازی، کلیک روی دکمه خاص، ثبت نام در یک فرم مخصوص و ... فعالیت‌هایی هستند که به عنوان یک event شناخته می‌شوند.

Evergreen Content

محتوای ارزشمند، باکیفیت، استاندارد و صریحی هستند که حتی پس از گذشت مدت زمان طولانی از انتشار آن نیز مورد توجه قرار می‌گیرد و همچنان برای خوانندگان ارزشمند هستند. این‌گونه پست‌ها به دلیل ایجاد سئو خوب برای بازاریابان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.



لینک موجود در یک صفحه از وبسایت که به صفحه‌ای خارج از وبسایت مذکور اشاره دارد.





[Flash](#)

[Flickr](#)

[Fill Rate](#)

[Fingerprinting](#)

[Forced Click](#)

[Forum](#)

[Fraud Distribution Modeling](#)

[Fraudulent Device](#)

[Frequency](#)

[Frequency Capping](#)

[Friction](#)

[Funnel](#)

نوعی نرم‌افزار ویدئویی که توسط شرکت Adobe Macromedia طراحی شده است. این نرم‌افزار انیمیشن‌های گرافیکی (vector-based) با حجم پایین تولید می‌کند.

رسانه یا شبکه‌ای است که کاربران می‌توانند عکس آپلود کنند و به اشتراک بگذارند. فلیکر، بزرگ‌ترین سایت اشتراک‌گذاری عکس در جهان است.

درصد وجود تبلیغ بیانگر نسبت تعداد نمایش‌های موفق تبلیغ به تعداد کل درخواست‌های ارسالی از یک رسانه به شبکه تبلیغاتی است. برای مثال، اگر یک اپلیکیشن در یک ساعت هزار درخواست نمایش تبلیغ به کاربرانش را به شبکه تبلیغاتی ارسال کند اما شبکه تبلیغاتی فقط بتواند ۵۰۰ تبلیغ را برای نمایش به اپلیکیشن بفرستد، درصد وجود تبلیغ ۵۰ درصد خواهد بود. در [این ویدئو بیشتر با مفهوم Fill Rate آشنا شوید](#).

اثر انگشت دستگاه یا اثر انگشت مرورگر، روشی است که در آن، داده‌های پایه کاربران موبایل، با هدف شناسایی آن‌ها از مرحله کلیک تا نصب جمع‌آوری می‌شوند. با استفاده از این روش، اطلاعاتی اساسی، نظیر آدرس IP دستگاه‌های موبایل بدست می‌آید. از این اطلاعات، برای تشخیص ارتباط بین فعالیت‌های مختلف کاربر استفاده می‌شود. به عنوان مثال، در صورتی که کاربر پس از کلیک روی تبلیغ، بلافاصله اپلیکیشن را دانلود کند، این روش می‌تواند داده‌های مربوط به رفتار کاربر را جمع‌آوری کند. در صورتی که دو رویداد با یک اثر انگشت ثبت شود، نشان‌دهنده این است که هر دو رویداد توسط یک دستگاه انجام شده است. به عنوان مثال، در صورتی که کاربر از یک دستگاه مشخص بر روی تبلیغ کلیک کند و ۶۰ ثانیه بعد، یک پروفایل مشابه، اپلیکیشن را نصب کند، احتمال اینکه هر دو رویداد از یک دستگاه باشد، بسیار زیاد است.



نوعی از تقلب‌های کلیک هستند که کاربر را مجبور به کلیک روی تبلیغ می‌کند. به عنوان مثال، آگهی‌های تمام صفحه بدون دکمه X برای بستن آگهی که هیچ چاره‌ای برای کاربر به جز کلیک روی تبلیغ باقی نمی‌گذارد.

فضایی از وبسایت است که به مکالمات و پیام‌های کاربر اختصاص داده شده است و معمولاً به بخش پشتیبانی مربوط است.

نوعی تجزیه و تحلیل است که از مدل‌های توزیع آماری برای شناسایی رفتارهای مشکوک و غیرعادی استفاده می‌شود. رایج‌ترین معیار مورد استفاده برای ترسیم مدل توزیع، فاصله زمانی بین کلیک تا نصب است. در صورتی که فاصله زمانی بین کلیک روی تبلیغ و نصب اپلیکیشن بیش از حد کوتاه باشد و غیرعادی به نظر برسد، می‌توان با ترسیم نمودار توزیع آن، به تقلب بودن نصب‌ها پی برد.

دستگاه‌های موبایل که ترافیک تقلبی بسیار زیادی ایجاد می‌کنند. سرویس‌هایی نظیر DeviceRank می‌توانند چنین دستگاه‌هایی را شناسایی و به صورت خودکار مسدود کنند.

تعداد دفعات انجام کاری در واحد زمان را فرکانس می‌گویند. در بازاریابی دیجیتال اصطلاحاتی مانند فرکانس نمایش تبلیغ و فرکانس ارسال ایمیل بیانگر تعداد نمایش تبلیغات به یک کاربر یا ارسال ایمیل در طول یک مدت مشخص است.



تنظیم یک محدودیت برای فرکانس نمایش تبلیغات به یک کاربر در طول مدت زمان معین است. به عنوان مثال، تپسل می‌تواند فرکانس نمایش تبلیغات به کاربر را به گونه‌ای تنظیم کند که هر کاربر یک تبلیغ را بیش از سه بار مشاهده نکند.

Friction

هر عنصر موجود در وبسایت که باعث گیج کردن، منحرف کردن و یا استرس برای بازدیدکنندگان شود را Friction می‌گویند که باعث می‌شود آن‌ها وبسایت را سریع ترک کنند. استفاده از رنگ‌های ناسازگار، متن‌های طولانی و صفحات فرود با گزینه‌های زیاد و گیج‌کننده نمونه‌هایی از friction هستند.

Funnel

زمانی که کاربران خود را از طریق یک قیف از پیش تعریف‌شده که شامل چندین CTA است، در طی مراحل مختلف به سمت هدف مورد نظر خود هدایت می‌کنید، در حال استفاده از [قیف بازاریابی](#) هستید. قیف بازاریابی در واقع روشی برای تبدیل مشتریان بالقوه به مشتریان ثابت در طول دوره سفر مشتری است.





[Google Analytics](#)

[Google AdWords](#)

[Google Algorithm](#)

[Google Bowling](#)

[Google Dance](#)

[Google My Business](#)

[Google Reviews](#)

[Gravity Forms](#)

[Guest Post](#)

یکی از ابزارهای کاربردی و رایگان تجزیه و تحلیل وبسایت که توسط Google ایجاد شده است. ترافیک وبسایت، نرخ همگرایی، معیارهای کاربری، مقایسه داده‌ها و میزان تأثیر هر کانال بازاریابی بر کسب‌وکار از جمله اطلاعاتی است که توسط این ابزار اندازه‌گیری و گزارش می‌شود.

Google AdWords

[سرویس تبلیغات آنلاین شرکت گوگل](#) است. این سیستم به تبلیغ‌دهندگان اجازه می‌دهد به منظور دستیابی به مشتریان، تبلیغات خود را از طریق شبکه‌های جستجو نمایش دهند. این سیستم به صورت مزایده‌ای عمل می‌کند. این سیستم مدل‌های قیمت‌گذاری مختلفی را پیشنهاد می‌دهد که به قیمت پیشنهادی (bid) کسب‌وکارها برای کلمات کلیدی مورد نظرشان بستگی دارد.

Google Algorithm

سیستم برنامه ریاضی گوگل که تعیین می‌کند کدام وبسایت‌ها در کدام بخش از صفحات نتایج جستجو نمایش داده شوند. این الگوریتم تحت عنوان Core Algorithm نیز شناخته می‌شود. الگوریتم گوگل همواره در حال تغییر و به روزرسانی (500 – 600 مرتبه در سال) است که باعث می‌شود اثرات قابل توجهی بر کسب‌وکارها در سراسر جهان دارد. این الگوریتم‌ها به منظور جلوگیری از دخالت وب‌مسترها در سیستم رتبه‌بندی وبسایت، کاملاً مخفی نگه داشته می‌شود. با این حال، گوگل همواره پیشنهاداتی را به صورت عمومی تحت عنوان best practice برای قرار گرفتن در جایگاه بالاتر گوگل منتشر می‌کند.

Google Bowling

تلاش‌های تخریبی برای پایین آوردن جایگاه سایت‌های رقیب در صفحه جستجوی گوگل است. این اصطلاح تحت عنوان سئوی منفی نیز شناخته می‌شود.



Google Dance

این اصطلاح زمانی به کار می‌رود که جایگاه یک وبسایت در صفحه جستجوی گوگل به صورت مداوم در حال تغییر باشد. این حالت معمولاً در ماه‌های ابتدایی وبسایت یا بعد از ساختن لینک‌ها رخ می‌دهد.

Google My Business

پلتفرمی است که کسب‌وکارها می‌توانند به منظور حضور در صفحه نتایج جستجو اطلاعاتی نظیر نام، آدرس وبسایت، آدرس، نقشه، شماره تلفن، ساعات کاری را در آن وارد کنند. به دلیل جستجوی این پلتفرم بر اساس منطقه جغرافیایی، حضور در آن برای کسب‌وکارهای محلی مفید و ضروری است.

Google Reviews

نظرات و مرورهایی که در پلتفرم google my business گذاشته می‌شود. این نظرات در مقیاس 1 تا 5 ستاره و شامل یک پیام کوتاه است که توسط بازدیدکننده قرار داده می‌شود. این نظرات در نتایج جستجوی سایت نیز نمایش داده می‌شود و در سئو نیز تاثیرگذار است.

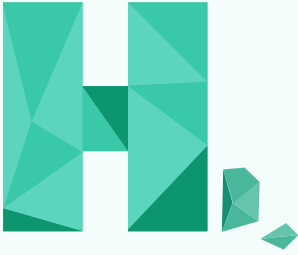
Gravity Forms

یک پلاگین از وردپرس که فرم تماس شخصی‌سازی شده را به وبسایت اضافه می‌کند.

Guest Post

نوشتن و انتشار یک محتوا توسط یک شخص در وبسایت یا بلاگ شخص دیگری به دعوت صاحب وبسایت یا بلاگ، پست مهمان نامیده می‌شود. این کار معمولاً برای ایجاد بک‌لینک برای وبسایت، افزایش ترافیک یا افزایش آگاهی از برند انجام می‌شود.





[Hacker](#)

[Hashing](#)

[Hashtag](#)

[Header](#)

[Header Tag](#)

[Heatmap](#)

[Hit](#)

[HTML](#)

[HTTP](#)

[Hreflang Tag](#)

[Hyperlink](#)

یک برنامه‌نویس با مهارت بسیار بالا که به صورت غیرقانونی و غیراخلاقی قادر به ایجاد تغییراتی در برنامه‌های کامپیوتری است.

Hashing

راهی برای پنهان کردن اطلاعات شخصی کاربران هنگامی که بین شرکای تبلیغاتی به اشتراک گذاشته می‌شود. به عنوان مثال، اگر برندی از ناشر بخواهد تبلیغ را به کاربرانی نمایش دهد که لیست ایمیلشان را دارد، آدرس ایمیل آنها به ناشر نمایش داده نمی‌شوند و به نوعی، به زبانی ترجمه می‌شود که تنها کامپیوتر درک می‌کند.

Hashtag

عبارتهایی است که بدون فاصله با نماد # نوشته می‌شود و برای برچسب‌گذاری محتوا به منظور راحت‌تر دیده و پیدا شدن توسط کاربران استفاده می‌شود. هشتگ‌ها اغلب در پست‌های شبکه‌های اجتماعی و بلاگ‌ها استفاده می‌شوند.

Header

به قسمت بالای صفحات وب‌سایت که معمولاً شامل لوگو و منوی وب‌سایت است گفته می‌شود.

Header Tag

تگ هدر در HTML ها برای طبقه‌بندی محتوای صفحه مورد استفاده قرار می‌گیرند و شامل H1، H2، H3 و ... می‌باشد. این‌ها در واقع، عناوین صفحه هستند که به کاربران کمک می‌کند تا محتوای مورد نظرشان را راحت‌تر پیدا کنند و همچنین به فهمیدن موضوع محتوای صفحه توسط موتور جستجو نیز کمک می‌کند. هر صفحه باید تنها یک H1 داشته باشد که مهم‌ترین عنوان صفحه محسوب می‌شود. زیرمجموعه H1، عناوین H2 و به همین ترتیب زیرمجموعه عناوین H2، هدر H3 است.



یک نمایش گرافیکی است نشان‌دهنده چگونگی تعامل کاربران با وبسایت است. نرم‌افزارهایی که برای این کار وجود دارد، محل کلیک کاربران در وبسایت، چگونگی اسکرول کردن کاربر و حوه حرکت آن‌ها در سایت را دنبال می‌کنند. Heatmap ها به پی بردن به رفتار کاربر در سایت و بهینه‌سازی طراحی سایت کمک شایانی می‌کند.

مجموع زمان بازدیدهای صورت گرفته از وبسایت توسط کاربران را hit می‌نامند.

این واژه مخفف عبارت Hypertext Markup Language است و در واقع، مجموعه‌ای از کدها به زبان برنامه‌نویسی است که برای چگونگی نمایش یک صفحه وبسایت در مرورگر استفاده می‌شود و در واقع، ساختار اصلی وبسایت را تشکیل می‌دهد.

این واژه مخفف عبارت Hypertext Transfer Protocol است. HTTP، پروتکلی است که توسط وب جهانی برای تعیین نحوه فرمت کردن و انتقال داده‌ها و آنچه مرورگرها و سرورهای وب باید برای پاسخ دادن به یک فرمان انجام دهند. زمانی که شما آدرس وبسایتی را در مرورگر خود وارد می‌کنید و دکمه Enter را فشار می‌دهید، یک فرمان HTTP به سرور وب ارسال می‌شود تا داده‌های آن وبسایت به مرورگر شما ارسال شود.



یک کد در HTML وبسایت است که به موتورهای جستجو مانند گوگل اعلام می‌کند صفحه وبسایت از چه زبانی استفاده می‌کند. این تگ‌ها برای وبسایت‌هایی که چندین نسخه در زبان‌های مختلف دارند، بسیار مفید است. این تگ‌ها به گوگل کمک می‌کند تا محتوای مرتبط را به مخاطبین درست نمایش دهد.

Hyperlink

یک کد HTML است که ارتباط بین دو صفحه وبسایت را فراهم می‌کند و اغلب به صورت برجسته و با رنگ متفاوت مشخص می‌شود. این لینک‌ها می‌توانند تصویر یا نوشته باشند. از طریق کلیک بر روی این لینک‌های برجسته، می‌توان مستقیماً به صفحه تعیین‌شده رفت.





[IM \(Internet Marketing\)](#)

[Instant Messaging](#)

[Impressions](#)

[Interstitial Ads](#)

[Impression Share](#)

[Inventory](#)

[In-App Ad](#)

[IR \(Installation Rate\)](#)

[In-App Message](#)

[IP Address](#)

[In-App Purchase](#)

[Inbound Link](#)

[Inbound Marketing](#)

[Incentive Traffic](#)

[Index](#)

[Infographic](#)

[Influencer Marketing](#)

[Install Attribution](#)

استفاده از اینترنت توسط صاحبان کسب و کار و توسعه دهندگان برای بازاریابی محصولات و خدمات را اینترنت مارکتینگ می گویند که روش های مختلفی دارد.

Impressions

تعداد دفعاتی که آگهی تبلیغاتی یک شرکت به مخاطبان نمایش داده می شود را impression می گویند. همچنین، به تعداد دفعاتی که صفحه وب سایت بازدید می شود نیز impression می گویند. به عنوان مثال، اگر دو بازدیدکننده ۵ صفحه وب سایت را ببینند، تعداد impression، ۱۰ خواهد بود.

Impression Share

یکی از شاخص هایی است که در تبلیغات کلیک استفاده می شود. این شاخص، نسبت تعداد دفعات بازدید یک تبلیغ توسط کاربران به تعداد کل دفعاتی که تبلیغ احتمال دیده شدن داشت. به عنوان مثال، اگر impression share یک تبلیغ 70% باشد، به معنای این است که از 10 مرتبه بازدید احتمالی تبلیغ، 7 مرتبه بازدید شده است.

In-App Ads

یکی از روش های دیجیتال مارکتینگ است که تبلیغ دهندگان، آگهی های خود را در قالب های مختلف نظیر بنر تبلیغاتی، ویدئو و ... توسط شبکه های تبلیغاتی در اپلیکیشن هایی که ناشرین آنها مایل به انجام این کار هستند، نمایش می دهند.

In-App Message

پیام های درون برنامه ای، پیام های دیجیتالی هستند که مردم تنها زمانی قادر به دریافت آنها هستند که در حال استفاده از اپلیکیشن باشند.

In-App Purchase

خرید محصولات یا خدمات از طریق اپلیکیشن‌های موجود روی موبایل‌ها و تبلت‌ها را خرید درون اپلیکیشن می‌گویند. این اصطلاح همچنین به خریدهای ریالی اقلام مختلف درون بازی‌ها مثل خرید سکه، الماس و ... هم گفته می‌شود.

Inbound Link

لینک‌هایی که از صفحات وب سایت‌ها به سایت شما ارجاع داده می‌شود. تفاوت آن با بک لینک این است که Inbound link ها از درون متن لینک داده می‌شود.

Inbound Marketing

بازاریابی درون‌گرا یک بازاریابی غیرمستقیم محسوب می‌شود و تمرکز آن بر افزایش مشتریان از راه‌هایی غیر از تبلیغات تهاجمی است. این نوع از بازاریابی از طریق قیف بازاریابی با مشتریان ارتباط برقرار می‌کند و به جای فروش مستقیم، از طریق جلب اعتماد مخاطب در طول یک مسیر، او را به مشتری تبدیل می‌کند.

Incentive Traffic

ترافیکی است که توسط مردم به ازای دریافت پول، پاداش یا جایزه‌های بازی برای انجام کاری نظیر تماشای کامل ویدئوی تبلیغاتی، نصب اپلیکیشن، پر کردن نظرسنجی انجام می‌شود.

Index

داده‌هایی که توسط موتورهای جستجو جمع‌آوری و ذخیره می‌شود که تحت عنوان search index نیز نامیده می‌شود.



تصویری که با هدف انتقال اطلاعات و داده ها طراحی شده است. از اینفوگرافیک برای نمایش ساده و تصویری مفاهیم پیچیده استفاده می شود که در بین بازاریابان دیجیتال از محبوبیت زیادی برخوردار است.

Influencer Marketing

بازاریابی تأثیرگذار نوعی بازاریابی است که از افراد تأثیرگذار بر جامعه به منظور رساندن پیام های تبلیغاتی در قالبی الهام بخش استفاده می کند. این افراد تأثیرگذار با دریافت مقداری پول از تبلیغ دهندگان این کار را به صورت غیرمستقیم و به گونه ای که برای مخاطبان جذاب باشد، انجام می دهند.

Install Attribution

اطلاعاتی که بیان کننده محلی است که کاربر را به نصب هدایت کرده است. این اطلاعات برای بازاریابان بسیار مهم است؛ زیرا می تواند جهت دهنده تلاش های آینده بازاریابی هر کسب و کاری باشد و میزان سرمایه گذاری در هر کمپین را مشخص می کند.

Instant Messaging

سرویزی که در آن افراد می توانند از طریق یک رابط کاربری مبتنی بر متن به صورت آنلاین با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. اشتراک گذاری فایل های کوچک در این پلتفرم ها رایج است. شرکت های زیادی مانند فیسبوک، اسکایپ و جیمیل این پلتفرم را ایجاد کرده اند.



آگهی‌هایی هستند که بین دو صفحه محتوایی زمانی که بازدیدکننده وبسایت از یک صفحه به صفحه دیگر وبسایت هدایت می‌شود، ظاهر می‌شوند. در اپلیکیشن‌های موبایل هم از این مدل تبلیغاتی استفاده می‌شود ولی باید آن را فقط در جایگاه‌های مخصوصی قرار داد تا باعث تخریب تجربه کاربری نشود.

Inventory

تعداد یا حجم ظرفیت‌های تبلیغاتی که یک ناشر می‌تواند برای فروش به تبلیغ‌دهندگان ارائه دهد. این ظرفیت‌ها به حجم جایگاه‌های تبلیغاتی در وبسایت‌ها یا اپلیکیشن‌های ناشر اشاره دارد.

(Installation Rate) IR

نسبت تعداد کل نصب‌ها به تعداد کل کلیک‌های صورت گرفته در انتهای تبلیغات را IR می‌نامند.

IP Address

یک شماره منحصر به فرد برای هر دستگاه استفاده‌کننده از اینترنت است. از این آدرس برای تشخیص محل دستگاه و تشخیص آن از سایر دستگاه‌های در حال استفاده از اینترنت استفاده می‌شود. شما نیز می‌توانید آدرس IP عمومی خود را از طریق جستجو عبارت "What is my IP Address?" پیدا کنید.





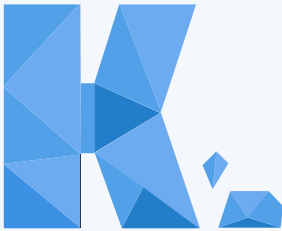
Java

Java Script

جاوا، یکی از قوی‌ترین زبان‌های برنامه‌نویسی است که مستقل از پلتفرم‌ها است؛ یعنی این زبان قابل پیاده‌سازی و اجرا در سیستم‌عامل‌ها و کامپیوترهای مختلف است.

جاوااسکریپت، زبان برنامه‌نویسی ساده‌ای است که با HTML نیز ترکیب می‌شود و در وب‌سایت‌های زیادی استفاده می‌شود. جاوا اسکریپت زبان به نسبت ساده‌تری است، اما به اندازه جاوا قوی نیست.





[Keyword](#)

[Keyword Density](#)

[Keyword Proximity](#)

[Keyword Research](#)

[Keyword Spam](#)

[Keyword Steaming](#)

[\(Key Performance Indicator\) KPI](#)

Keyword

کلمه یا عبارتی است که نشان‌دهنده موضوع اصلی یک محتوا است. به کلمه یا عباراتی که برای پیدا کردن چیزی در موتورهای جستجو تایپ می‌کنید، کلیدواژه می‌گویند و موتورهای جستجو نتایج را بر اساس آن کلمات نشان می‌دهند. یکی از اهداف SEO نمایش وبسایت در صفحه نخست و در جایگاه بالاتر بر اساس این کلمات کلیدی است.

Keyword Density

درصد تکرار کلمه کلیدی نسبت به کل کلمات یک صفحه از وبسایت را تراکم کلیدواژه‌ها می‌نامند. علی‌رغم تصور اولیه، اگر تراکم کلیدواژه‌ها از حد مشخصی بیشتر باشد، در نتایج جستجو و SEO نتایج عکس دارد و مفید نیست.

Keyword Proximity

یکی از معیارهای مهم در موتور جستجوی گوگل است که به میزان نزدیک بودن دو کلیدواژه به یکدیگر اشاره دارد. هرچه کلیدواژه‌ها نزدیک‌تر به هم قرار گیرند، تاثیر بیشتری بر گوگل می‌گذارند.

Keyword Research

تحقیق درباره کلیدواژه‌های مورد نظر، شامل میزان جستجوی کلمات، میزان رقابت سایرین بر این کلمات کلیدی در موتورهای جستجو و ارزش تجاری آن‌ها می‌باشد.

Keyword Spam

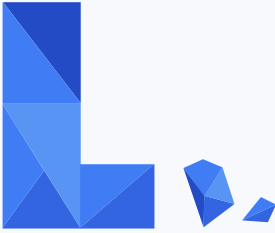
زمانی که یک کلمه کلیدی در یک صفحه بیش از حد و با هدف دخالت در نحوه رتبه‌بندی موتورهای جستجو تکرار شود، اسپم کلیدواژه اتفاق می‌افتد.



موتورهای جستجو برای رتبه‌بندی صفحات، تنها به کلیدواژه‌ها توجه ندارند، بلکه جمع کلمات، هم‌خانواده‌ها و هم‌معنی کلیدواژه‌ها نیز موثر هستند. موتورهای جستجو چنین کلماتی را هم‌وزن همان کلیدواژه‌ها در نظر می‌گیرند.

KPI (Key Performance Indicator)

معیارهایی است که برای ارزیابی میزان موفقیت فعالیت‌ها استفاده می‌کنند. بازاریابان با توجه به این شاخص‌های عملکردی، فرایند مارکتینگ خود را دنبال می‌کنند. میزان ترافیک، نرخ کلیک، نرخ همگرایی و ... نمونه‌هایی از KPI های مهم در مارکتینگ هستند.



[LAD \(Limit Ad Tracking\)](#)

[Landing Page](#)

[Lead](#)

[Lead Nurturing](#)

[Link Bait](#)

[Link Farm](#)

[Link Pyramid](#)

[Link Velocity](#)

[LSI \(Latent Semantic Indexing\)](#)

[LTV \(Life Time Value\)](#)

یک ویژگی است که به کاربران اجازه می‌دهد تا ID آنها در اختیار تبلیغ‌دهندگان قرار داده نشود. زمانی که این تنظیمات فعال می‌شود، ID کاربر هنگام ردیابی ظاهر نمی‌شود؛ یعنی این دسته از کاربران تبلیغات هدفمند و خاص را مشاهده نخواهند کرد.

Landing Page

یکی از مهم‌ترین اجزای درونی در استراتژی بازاریابی، صفحه فرود یا لندینگ پیج است. صفحه فرود یک صفحه از وبسایت است که با استراتژی‌های بازاریابی و به صورت خاص برای تبدیل بازدیدکنندگان به مشتری طراحی می‌شود. این صفحه محلی است که کاربر بعد از مشاهده و کلیک بر روی دکمه CTA تبلیغات شما به آن وارد می‌شود. زمانی که بازدیدکنندگان با استفاده از لینک‌های خارجی به وبسایت هدایت می‌شوند، صفحه فرود را مشاهده می‌کنند. بنابراین، [طراحی صفحه فرود باید به اندازه کافی جذاب باشد](#) که بتواند توجه بازدیدکنندگان را جلب کند.

Lead

لید یا سرخ، کسی است که به محصول و یا سرویس شما از هر طریقی علاقه نشان داده است. یک مشتری بالقوه در قیف فروش است که تا حدودی با کسب‌وکار ارتباط برقرار کرده است مثلاً فرم پر کرده، در خبرنامه عضو شده یا اطلاعات خود را در ازای تخفیف در وبسایت ثبت کرده است و در نهایت ممکن است قصد خرید از طریق ایمیل، تماس تلفنی یا خرید آنلاین داشته باشد. صفحات فرود، فرم‌ها، پیشنهادها و CTA ها ابزارهایی برای ایجاد لید هستند.



Lead Nurturing

راه‌هایی برای توسعه و پیشرفت مجموعه‌ای از ارتباطات (ایمیل، شبکه‌های اجتماعی و ...) برای حفظ تعاملات با lead و هدایت او به سمت انتهای قیف بازاریابی است. پرورش lead از طریق ایجاد محتوای مرتبط به lead ها به تکمیل فرآیند خرید کمک می‌کنند.

Link Bait

محتوایی که با هدف جذب بک‌لینک از سایر وب‌سایت‌ها ایجاد می‌شود.

Link Farm

یک وب‌سایت که به صورت انحصاری برای فهرست کردن تعداد زیادی لینک بدون دسته‌بندی یا ساختار خاصی در نظر گرفته شده است. چنین وب‌سایت‌هایی از نظر موتورهای جستجو نامعتبر هستند و در صورت تعامل وب‌سایت شما با این سایت‌ها، رتبه‌بندی سایت شما تحت تاثیر منفی قرار می‌گیرد.

Link Pyramid

یک نوع از استراتژی بک لینک سازی که به لینک سازی چندمرحله ای معروف است اینطور که در مرحله 3 به صفحات وب مرحله 2 و در مرحله 2 به صفحات وب مرحله 1 و در مرحله 1 به سایت و صفحات شما لینک داده می شود

Link Velocity

سرعت لینکدهی به یک سایت را مورد بررسی قرار میدهد. برای مثال سایت های خبری بدلیل حجم لینک هایی که به صفحات شان میشود جزو دسته high Link Velocity قرار میگیرند.



LSI (Latent Semantic Indexing)

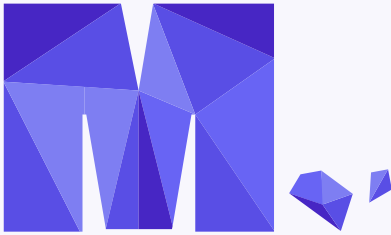
روش فهرست‌بندی که مشخص می‌کند کدام کلمات به کدام کلمات مرتبط است. به عنوان مثال، گوگل می‌داند که کلمه سئو با کلماتی مانند ساخت لینک، کلیدواژه و بک لینک مرتبط است.

LTV (Life Time Value)

به میزان کل درآمد حاصل از یک کاربر در چرخه کامل استفاده او از محصول LTV گفته می‌شود. مقایسه LTV با CAC می‌تواند مشخص کند که یک مشتری به اندازه‌ای که برای جذب او خرج شده درآمدزا بوده یا خیر و به این ترتیب میزان بهینگی کمپین‌های تبلیغاتی و تعامل‌های مشتری مشخص می‌شود. [نحوه](#)

[محاسبه LTV](#)





[Map Pack](#)

[Mobile Marketing](#)

[Medium](#)

[Mobile Monetization](#)

[Meta Description](#)

[Meta Keyword](#)

[Meta Robots](#)

[Meta Tag](#)

[Meta Title](#)

[Microblog](#)

[Middle of the Funnel](#)

[Mirror Site](#)

[Mobile Fraud Detection](#)

[Mobile Optimization](#)

Map Pack

بخشی از صفحه نتایج گوگل است که سه کسب‌وکاری که در نقشه محلی ثبت شده را نمایش می‌دهد. این بخش معمولاً در نتیجه جستجوی یک کسب‌وکار خاص، محل خاص و یا واژه "نزدیک من" نمایش داده می‌شود.

Medium

رسانه‌های مورد استفاده برای افزایش ترافیک وب‌سایت که می‌تواند توسط Google Analytics هم تجزیه و تحلیل شود را medium می‌گویند. برخی از نمونه‌های رایج آن organic، referral، CPC، social و email هستند.

Meta Description

توضیحات هر صفحه به طور خلاصه شده که در نتایج جستجو هم نمایش داده می‌شود در این تگ نوشته می‌شود که در گذشته محدودیت کاراکتر 150 تا 170 کاراکتر بوده اما در حال حاضر تا 320 کاراکتر رسیده است.

Meta Keyword

در چند سال اخیر، این نوع تگ‌ها این امکان را برای نویسندگان فراهم می‌کرد تا تعداد زیادی کلیدواژه مرتبط (یا بعضاً غیرمرتبط که اشتباه بود) را وارد کنند. امروزه، این کار تاثیر چندانی در سئو و رتبه‌بندی در موتورهای جستجو ندارد و توسط بسیاری از موتورهای جستجو از جمله نادیده گرفته می‌شود.

Meta Robots

این تگ متا به موتورهای جستجو اجازه جستجو و دنبال یک صفحه را میدهد لازم به ذکر است که ربات های موتورجستجو به طور خودکار صفحات را ایندکس میکنند اما در صورتی که نخواهید اجازه دسترسی دهید استفاده از این تگ الزامی است.



Meta Tag

برچسب محتوا بخشی از محتوای صفحه در head سایت می باشد که از جانب بازدیدکنندگان قابل رویت نیست ولی ربات های موتور جستجو متا تگ هارا میخوانند که انواع مختلفی دارند.

Meta Title

عنوان اصلی هر صفحه از وبسایت که از مهم ترین متا تگ ها می باشد که حداکثر باید بین 50 تا 60 کاراکتر باشد و این نوع متا در صفحه نتیجه موتورهای جستجو در مرورگرها هم نمایش داده می شود.

Microblog

میکرو بلاگ ها، کاربردی نظیر شبکه های اجتماعی دارند که کاربران می توانند محتواهای کوتاه با محدودیت کاراکتر را به اشتراک بگذارند. معروف ترین نمونه میکرو بلاگ، توئیتر است که تلفیقی از شبکه های اجتماعی و بلاگ را برای کاربران فراهم کرده است.

Middle of the Funnel

قسمت میانی قیف بازاریابی است. در این مرحله، لید پس از روبرو شدن با یک مشکل (مثلاً، نیاز به یک میز جدید)، به دنبال یافتن راه حل برای مشکل، تحقیق درباره آن و مقایسه راه حل ها است. کسب و کار شما می تواند یکی از راه حل های موجود برای مشکل لید باشد.

Mirror Site

کپی کامل از وبسایتی که وجود داشته است که به منظور پاسخ گویی برای حجم بالای ترافیک ساخته می شود.



Mobile Fraud Detection

مقابله با تقلب‌های موبایلی، تمامی روش‌های و تکنولوژی‌های مورد استفاده در تبلیغات دیجیتال است که به بازاریابان موبایلی کمک می‌کند تا تقلب‌های موبایلی را شناسایی کنند.

Mobile Optimization

بهینه‌سازی موبایلی، طراحی و قالب‌بندی کاربرپسند وبسایت‌ها برای نمایش مناسب در تلفن‌های همراه است؛ به‌گونه‌ای که خواندن محتوای موجود در وبسایت و بارگذاری صفحات وبسایت در صفحات تلفن همراه دشوار نباشد. در صورتی که وبسایت شما برای نمایش در موبایل مناسب نباشد، بخش بزرگی از مخاطبان و در نهایت، ترافیک بسیار زیادی را از دست خواهید داد.

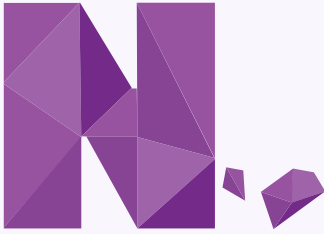
Mobile Marketing

یکی از روش‌های بازاریابی آنلاین است که بر دستیابی به مخاطبان تلفن‌های هوشمند، تبلت یا دستگاه‌های مشابه دیگر از طریق وبسایت، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی، SMS، MMS و اپلیکیشن‌های موبایل تأکید دارد. بازاریابی موبایلی می‌تواند بر اساس اطلاعات زمانی، مکانی و اطلاعات شخصی مخاطبان و حتی رفتار کاربران به راحتی بهینه‌سازی شود.

Monetization

اصطلاحی است که به صاحبان وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌های موبایل امکان کسب درآمد را می‌دهد. درآمدزایی از روش‌های مختلفی مانند نمایش ویدئوها و بنرهای تبلیغاتی و همکاری در فروش (affiliate marketing) امکان‌پذیر است.





[NAP](#)

[Native Advertising](#)

[Negative SEO](#)

[Niche](#)

[No-Follow](#)

[No-Index](#)

[Non-Incent Traffic](#)

(Name-Address-Phone Number) NAP

کلمه‌ای است که به عنوان مخفف استنادات محلی به کار می‌رود و عامل مهمی برای کمپین جستجوهای محلی است. به منظور حضور در لیست‌های محلی، این موارد حتماً باید در فهرست‌های محلی (local directories) وارد شوند.

Native Advertising

تبلیغات همسان نوعی از بازاریابی و تبلیغات آنلاین است که در تلاش است به مخاطب کمتر حس تبلیغاتی القا کند. این نوع تبلیغات بر اساس تجربه مشتری، متناسب با محیط تبلیغ و بدون ایجاد مزاحمت برای مخاطب اجرا می‌شود. تبلیغات همگن در فرمت‌های بسیاری انجام می‌شوند. گفتگوی گویندگان رادیو حین اجرای برنامه رادیویی در مورد محصولات شرکتی که اسپانسر برنامه است یا نمایش یک مقاله در مورد محصولات در منبع خبری، نمونه‌هایی از این نوع از تبلیغات هستند.

Negative SEO

تلاش‌های غیراخلاقی و غیرقانونی برای آسیب رساندن به جایگاه رقبا در گوگل است که تحت عنوان Google Bowling نیز شناخته می‌شود.

Niche

موضوع یا مارکت خاصی که به عنوان هدف در نظر گرفته می‌شود. به عنوان مثال، niche تیپسل، بازاریابی دیجیتال است.

No-Follow

تگی که به یک لینک اضافه می‌شود تا لینک مورد نظر به موتورهای جستجو اعلام کند تا هنگام رتبه‌بندی سایت، وزنی به این لینک‌ها داده نشود.

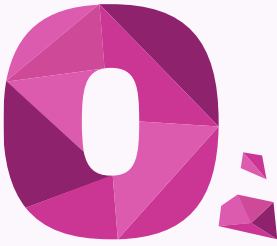


تگی که به موتورهای جستجو اعلام می‌کند که صفحه وب‌سایت را فهرست‌بندی یا index نکند. مهم‌ترین کاربردش این است که تمامی بخش‌های وب‌سایت با فایل robots.txt یا no-index کند.

Non-Incent Traffic

درست برخلاف incentive traffic ، این نوع از ترافیک بدون هیچ‌گونه پیشنهاد و جایزه‌ای به دست می‌آید. کاربران به صورت خودجوش و بر اساس علاقه‌مندی خود تصمیم به ایجاد تعامل با تبلیغات می‌گیرند.





[Offsite SEO](#)

[Online Marketing](#)

[Onsite SEO](#)

[Open-Source-Software](#)

[Opt-In](#)

[Opt-Out](#)

[Organic Link](#)

[Organic Traffic](#)

[Outbound Link](#)

تکنیک‌های بهینه‌سازی موتورهای جستجو که بدون نیاز به ایجاد تغییرات در وبسایت انجام می‌شود؛ مانند بررسی لینک‌های ورودی یا عوامل دیگری نظیر سیگنال‌های حاصل از شبکه‌های اجتماعی. نکته منفی درباره این نوع از بهینه‌سازی این است که این عوامل معمولاً خارج از کنترل بازاریابان است. به همین دلیل، محتوای تولیدشده باید به حدی مفید و قابل‌توجه باشد که مردم را تشویق به اشتراک‌گذاری آن‌ها با دیگران کند.

Online Marketing

استفاده از تمامی رسانه‌هایی که با اینترنت کار می‌کنند به منظور بازاریابی و فروش محصولات و خدمات را [بازاریابی آنلاین](#) می‌نامند.

Onsite SEO

تکنیک‌های بهینه‌سازی موتورهای جستجو از طریق ایجاد تغییرات در داخل وبسایت است. از جمله این تکنیک‌ها، اطمینان از برچسب‌گذاری قسمت‌های مختلف وبسایت نظیر محتوا، تگ عنوان، تگ تصاویر و ... بر اساس کلیدواژه‌ها است که این کار به رتبه‌بندی بهتر وبسایت کمک می‌کند.

Open-Source-Software

نرم‌افزارهای کامپیوتری که به کاربران اجازه می‌دهد تا کد نرم‌افزار را اصلاح کنند و بهبود ببخشند. معروف‌ترین نمونه نرم‌افزارها، ویکی‌پدیا است.



Opt-In

زمانی که کاربر در فهرست ایمیل‌های شما ثبت‌نام می‌کند یا به‌منظور برقراری ارتباط با شما، عضو یک سرویس ارتباطی می‌شود یا اجازه ارسال نوتیفیکیشن را به اپلیکیشن شما می‌دهد Opt-in در واقع نوعی تایید مجوز از سوی کاربر است.

Opt-Out

زمانی که کاربران خواهان توقف ارسال پیام‌های تبلیغاتی شوند. به‌عنوان مثال، زمانی که کاربران از لیست ایمیل‌های شما خارج شوند و اصطلاحاً unsubscribe کنند. همچنین، آن‌ها ممکن است ایمیل‌های شما را Block یا اسپم کنند Opt-out. نوعی لغو عضویت و عدم علاقه کاربر به ادامه دریافت پیام است.

Organic Link

بک لینکی که به صورت خودجوش توسط وب‌سایت دیگری ایجاد می‌شود.

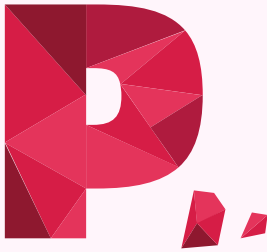
Organic Traffic

ترافیکی که بدون نیاز به صرف هزینه و تنها از طریق کلیک بر روی نتایج موتورهای جستجو به‌صورت رایگان ایجاد می‌شود. این نوع ترافیک بهترین نوع ترافیک ایجاد شده است که به آن ترافیک رایگان (Free Traffic) نیز می‌گویند. ترافیک ارگانیک بهترین معیار برای اندازه‌گیری SEO است.

Outbound Link

هر نوع لینک خارجی که از سایت ما به دیگر سایت‌ها داده شود.





[Page Rank](#)

[Paid Traffic](#)

[Panda](#)

[Penguin](#)

[Personalization](#)

[PHP](#)

[Pigeon](#)

[Pixel Tag](#)

[Plugin](#)

[Podcast](#)

[Popunder](#)

[Popup](#)

[\(Pay Per Action\) PPA](#)

[\(Pay Per Click\) PPC](#)

[Predictive Analytics](#)

[Private Marketplace](#)

[Probabilistic](#)

[Programmatic Direct](#)

[ppc \(Pay Per Click\)](#)

[Proxies](#)

[Push Notification](#)

یک معیار مبتنی بر گوگل است که میزان اعتبار یک وبسایت یا صفحه وبسایت را بر اساس بک لینک‌هایی که به سایت داده می‌شود، مشخص می‌کند. این امتیازدهی از 0 تا 10 می‌باشد.

Paid Traffic

ایجاد ترافیک از طریق پرداخت پول است. اغلب به اشتباه تصور می‌کنند این تبلیغات همان تبلیغات کلیک است، در صورتی که هر ترافیکی که به واسطه پول ایجاد شده را paid traffic می‌گویند. البته، رایج‌ترین منبع ترافیک غیررایگان، همان تبلیغات PPC است.

Panda

یکی از الگوریتم‌های شرکت گوگل که در سال 2011 برای رتبه‌بندی صفحات معرفی شده و وبسایت‌های با کیفیت پایین و محتواهای کپی را شناسایی می‌کند و با آن‌ها مبارزه می‌کند.

Penguin

یکی از الگوریتم‌های شرکت گوگل که در سال 2012 برای شناسایی بک لینک‌های ساختگی معرفی شده است و با وبسایت‌هایی مبارزه می‌کند که با استفاده از black hat، اقدام به افزایش لینک‌های خود می‌کنند.

Personalization

یکی از مهم‌ترین ترفندها در بازاریابی، استفاده از اطلاعات کاربران برای شخصی‌سازی پیام‌های تبلیغاتی و به‌خصوص ایمیل‌های ارسالی است. این کار باعث جذب بیشتر و تعامل بهتر مخاطب با تبلیغات می‌شود و بسیاری از شرکت‌ها برای به دست آوردن رضایت مشتریان از این ترفند استفاده می‌کنند.



یک زبان برنامه‌نویسی که معمولاً برای اجرای محتوای پویا و تعامل با پایگاه داده‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

Pigeon

یکی از الگوریتم‌های گوگل که روی پیدا کردن نتایج مرتبط با کاربری که در گوگل سرچ می‌کند، تمرکز دارد. به عنوان مثال، این الگوریتم کمک می‌کند تا نتایج جستجوی هر کاربر بر اساس موقعیت جغرافیایی کاربر به او نمایش داده شود. این الگوریتم برای کسب‌وکارهای محلی که دارای وب‌سایت با آدرس مشخص در گوگل مپ هستند، بسیار مفید واقع خواهد شد.

Pixel Tag

کدی است که قبل از قرارگیری در جایگاه‌های تبلیغاتی آنلاین در آگهی قرار می‌گیرد تا بتوان عملکرد و میزان بازدید آگهی توسط کاربران را رصد کرد. این پیکسل‌ها به برندها کمک می‌کند تا متوجه شوند کدام کاربر تبلیغ را مشاهده کرده و کدام کاربر از وب‌سایت بازدید کرده است. این کار به اجرای ریتارگتینگ نیز کمک می‌کند. البته این پیکسل‌ها باعث کاهش سرعت بارگذاری وب‌سایت و اختلال در قوانین حریم شخصی می‌شود.

Plugin

یک فایل یا قطعه‌ای کد است که به راحتی نصب می‌شود تا قابلیت‌های جدیدی را به وب‌سایت یا سیستم مدیریت محتوا اضافه کند.

Podcast

پادکست، فایل صوتی است که در سال‌های اخیر به عنوان یکی از شیوه‌های تولید محتوای جذاب در استراتژی بازاریاب محتوا مورد توجه قرار گرفته است. کاربران می‌توانند پادکست‌ها را دانلود کنند و از طریق دستگاه‌های مختلف مانند کامپیوتر، موبایل و تبلت گوش دهند.



آگهی، بنر تبلیغاتی یا یک صفحه از وبسایت است که به صورت خودکار در زیر صفحه مرورگر فعلی باز می‌شود. این نوع تبلیغات جزء شیوه‌های تبلیغات غیرشفاف محسوب می‌شود. این نوع آگهی‌ها نسبت به پاپ‌آپ‌ها کمتر آزاردهنده هستند.

Popup

آگهی، بنر، فرم و یا صفحه وبسایت است که به صورت خودکار در مرورگر در حال استفاده کاربر باز می‌شود. این صفحات معمولاً باعث ناراحتی و مزاحمت کاربر می‌شوند.

(Pay Per Action) PPA

یک مدل تبلیغاتی است که تبلیغ‌دهندگان به ازای انجام کامل یک اقدام مانند خرید محصول یا عضویت در خبرنامه حاضر به پرداخت پول می‌شوند.

(Pay Per Click) PPC

یک مدل تبلیغاتی آنلاین است که تبلیغ‌دهندگان باید به ازای هر کلیک بر روی لینک تبلیغاتی مقداری پول بپردازند. این مدل اغلب در موتورهای جستجو، بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی درون اپلیکیشن به کار می‌رود. دو راه برای تبلیغات PPC وجود دارد: Flat rate و Bid-based. در مدل اول، تبلیغ‌دهنده و ناشر بر سر یک قیمت مشخص توافق می‌کنند، اما در مدل دوم، تبلیغ‌دهنده باید با سایر تبلیغ‌دهندگان در قالب مزایده رقابت کند.

Predictive Analytics

کارهایی مانند بهینه‌سازی زمان ارسال، انجام آزمون A/B و ارسال کمپین بهینه‌تر به سایر مخاطبان، امکان استفاده از اطلاعات کاربری موجود برای ایجاد شخصی‌سازی بهتر و کمپین‌های موفق در آینده را می‌دهد. این‌گونه آنالیزها باعث افزایش تجربه و عملکرد بهتر در آینده می‌شود.



یک نوع مزایده خاص است که به صورت دعوتی انجام می‌شود. ناشر، ظرفیت‌های تبلیغاتی خود را تنها برای برندهای خاص باز می‌گذارند تا آنها از طریق سیستم RTB، جایگاه‌های تبلیغاتی را بخرند. این خرید و فروش با مدل programmatic Direct متفاوت است، زیرا همچنان بر اساس سیستم مزایده‌ای عمل می‌کند.

Probabilistic

داده‌های احتمالی که برای شناسایی کاربران، شناسایی موقعیت جغرافیایی آنها، نوع دستگاه مورد استفاده آنها و ... مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما اطمینان 100 درصدی وجود ندارد. مسلماً دقت این داده‌ها کمتر از داده‌های قطعی است. بر اساس نظر کارشناسان، ترکیب دو داده احتمالاتی، منجر به کسب نتیجه نسبتاً دقیق‌تری می‌شود.

Programmatic Direct

زمانی که یک ناشر، ظرفیت‌های تبلیغاتی خود را به صورت مستقیم و به یک قیمت مشخص به تبلیغ‌دهنده می‌فروشد و به صورت مزایده‌ای نیست. به این معامله‌ها، Programmatic guaranteed نیز گفته می‌شود. این مدل خرید و فروش تبلیغات، به تبلیغ‌دهنده این اطمینان را می‌دهد که تبلیغاتش در چه کانال‌هایی نمایش داده می‌شود و قیمت ثابت است.

پروکسی‌ها این امکان را در اختیار کاربران قرار می‌دهد تا آدرس IP خود را پنهان کنند و طوری به نظر برسد که کاربر در حال استفاده از کامپیوتر دیگری در موقعیت جغرافیایی دیگری است.

Push Notification

یک پیام مختصر و قابل توجه است که مستقیماً بر روی صفحه نمایشگر دستگاه مورد استفاده نظیر موبایل، تبلت، کامپیوتر و ... ارسال می‌شود، حتی اگر کاربران در حال استفاده از دستگاه نباشند و اپلیکیشن و وبسایت در صفحه نمایشگر باز نباشد.





[Qualified Lead](#)

[Query](#)

مخاطبی است که وارد قیف بازاریابی شده، با شرکت ارتباط برقرار کرده، از محصولات یا خدمات موجود آگاهی پیدا کرده و علاقه‌مند به یادگیری بیشتر در این رابطه است که به عنوان یک لید باکیفیت شناخته می‌شود.

Query

اصطلاحی است برای توضیح آنچه کاربر برای یافتن مطلب مورد نظرش در موتورهای جستجو نظیر گوگل تایپ می‌کند.





[Rankings](#)

[Responsive Web Design](#)

[Redirect](#)

[Registration](#)

[Re-targeting](#)

[Retweet](#)

[ROAS](#)

[ROI](#)

[RSS](#)

[RTB](#)

یک اصطلاح کلی برای رتبه‌بندی وبسایت در موتورهای جستجو است. رتبه‌بندی یک وبسایت بسته به محتوا، شرایط و درخواست‌های جستجو ممکن است افزایش یا کاهش یابد. رتبه‌بندی یک وبسایت به ازای هر کلیدواژه‌ای متفاوت است. برای آشنایی با مواردی که تأثیری در رتبه‌بندی گوگل ندارند [اینجا](#) را بخوانید.

Responsive Web Design

وبسایتی است که محتوای خود را با توجه به اندازه صفحه نمایشگر یا نوع دستگاه به صورت صحیح و با کیفیت مناسب نمایش می‌دهد. در صورت طراحی یک وبسایت کاربرپسند و مناسب برای هر دستگاهی نیازی به راه‌اندازی دو یا چند وبسایت جداگانه نیست.

Redirect

زمانی که کاربر از یک صفحه وبسایت به صفحه‌ای دیگر هدایت می‌شود. توضیحات 301 redirect را بخوانید.

Registration

فرایند ثبت نام در یک فرم آنلاین است. این ثبت نام معمولاً با اشتراک‌گذاری مشخصات (نام و نام خانوادگی و ..) و آدرس ایمیل همراه است و در نهایت، یک نام کاربری و رمز عبور صادر می‌شود.



Re-targeting

تبلیغات ریتارگتینگ، روش تبلیغاتی موثری است که به کسب و کارها کمک می‌کند تا کسانی که بیشترین احتمال خرید را دارند، مورد هدف قرار گیرند. در این نوع تبلیغات، کسانی مجدداً مورد هدف قرار می‌گیرند که قبلاً از وبسایت یا اپلیکیشن شما بازدید کرده‌اند، با محصولات و خدمات موجود درگیر شده‌اند یا آن را در سبد خرید قرار داده، اما به دلایل مختلف، خرید خود را تکمیل نکرده‌اند. به عنوان مثال، می‌توانید کاربرانی که ایمیل ارسالی از طرف شما را باز نکرده‌اند، از طریق پیام‌های نوטיפیکیشن، مجدداً تارگت کنید یا کسانی که محصولی را بازدید کرده‌اند اما خریداری نکردند با یک پیام تخفیف‌دار همان محصول مجدداً مورد هدف قرار دهید.

Retweet

انتشار مجدد یک پست در توئیتر توسط سایر کاربران را ریتوئیت کردن می‌گویند که به جز وجود نماد ریتوئیت، کاملاً مشابه توییت‌های معمولی است.

ROAS

مخفف عبارت Return On Ad Spend و یکی از شاخص‌های تبلیغات PPC است. این شاخص، نسبت سود حاصل از تبلیغ به میزان بودجه سرمایه‌گذاری شده روی تبلیغ است.

(Return On Investment) ROI

معیاری است که برای ارزیابی میزان کارآمدی و سودآوری کسب و کار استفاده می‌شود. درصد سود نسبت به سرمایه‌گذاری اولیه را ROI می‌گویند. به عنوان مثال، اگر شما ۱۰۰ هزار تومان سرمایه‌گذاری کرده باشید و درآمد حاصل از این سرمایه‌گذاری ۱۴۰ هزار تومان شود، نرخ بازگشت سرمایه شما ۴۰٪ خواهد بود. اطلاع از این شاخص در دیجیتال مارکتینگ از اهمیت بالایی برخوردار است.



(Really Simple Syndication) RSS

فناوری است که به کاربران اجازه می‌دهد به یک فرمت استاندارد و خوانا از محتوای به‌روز شده از وبسایت دسترسی داشته باشند. یک RSS Feed جایی است که کاربرها می‌توانند تمام آپدیت‌ها را به‌طور هم‌زمان و با فرمتی ساده دنبال کنند.

(Real Time Bidding) RTB

خرید و فروش جایگاه‌های نمایش تبلیغات به صورت برخط و مزایده‌ای را RTB می‌گویند. در فرآیند خرید و فروش تبلیغات هر دو گروه تبلیغ‌دهندگان و ناشران تبلیغ‌ها حضور دارند و RTB در واقع یک فرآیند خودکار برای خرید و فروش جایگاه‌های تبلیغاتی با حفظ منافع هر دو گروه است. خرید و فروش جایگاه‌های تبلیغات از طریق سامانه‌های تبادل تبلیغات (Ad exchange) صورت می‌گیرد. تبلیغ‌دهندگان از طریق پلتفرم سمت تبلیغ‌دهنده Demand Side Platform (DSP) و ناشران از طریق پلتفرم سمت ناشران Supply Side Platform (SSP) به این سامانه متصل می‌شوند.





[SaaS](#)

[Sale Funnel](#)

[SDK](#)

[SDK Spoofing](#)

[Search Engine](#)

[Segmentation](#)

[SEM](#)

[SEO](#)

[SERP](#)

[Session](#)

[SLA](#)

[SMB](#)

[SMM](#)

[Social Media](#)

[Social Networking](#)

[Social Share](#)

[Social Signals](#)

[Spam](#)

[Split Testing](#)

[SSP](#)

[Subscriber](#)

(Software-as-a-Service) SaaS

هر نرم‌افزاری که میزبان (hosting) یک شرکت دیگر باشد و اطلاعات شرکت مشتری را ذخیره کند مانند HubSpot ، Salesforce و برنامه‌های مدیریت پروژه.

Sale Funnel

قیف فروش یا قیف بازاریابی، فرایند فروش محصولات و خدمات است که کسب‌وکارها با استفاده از آن می‌توانند کاربران را به سمت هدف نهایی هدایت کنند و در نهایت، آن‌ها را به مشتریان وفادار تبدیل کنند. تعدادی از کاربران در هر یک از مراحل قیف فروش کاسته می‌شوند و به همین دلیل، این فرایند را به یک قیف تشبیه کرده‌اند.

SDK (Software Development Kit)

کیت توسعه نرم‌افزار، ابزاری است که توسط یک کمپانی در اختیار توسعه‌دهنده قرار می‌گیرد تا بتواند با استفاده از آن، برنامه خود را مطابق با پلتفرم آن شرکت هماهنگ کند.

SDK Spoofing

SDK Spoofing یا replay attacks یکی از روش‌های تقلب در تبلیغات اینترنتی است. در این روش، افراد متقلب با ایجاد نشانه‌هایی از نصب‌های ظاهراً استاندارد بدون این که نصبی اتفاق افتاده باشد، بودجه‌های تبلیغاتی تبلیغ کنندگان را برای خود به دست می‌آورند. کشف این نوع از تقلب بسیار سخت‌تر از روش‌های دیگر نصب تقلبی مانند emulation یا install farms است. زیرا در این حالت دستگاه‌هایی که استفاده می‌شوند واقعی و در دست کاربران حقیقی هستند.



برنامه‌ای است که فهرستی از اطلاعات و وبسایت‌ها را بر اساس کلیدواژه‌هایی که کاربر جستجو می‌کند به نمایش می‌گذارد. Google ، Bing و Yahoo نمونه‌هایی از موتورهای جستجو هستند.

Segmentation

استراتژی تقسیم‌بندی برای تقسیم کاربران به گروه‌های مختلف به منظور ارائه مرتبط‌ترین محتوا به هر بخش است. این کار بر اساس داده‌های موجود درباره کاربران انجام می‌شود و نتیجه قابل‌توجهی بر نرخ همگرایی کمپین‌های مختلف می‌گذارد.

(Search Engine Marketing) SEM

یکی از روش‌های بازاریابی اینترنتی [بازاریابی موتور جستجو](#) است که می‌توان با پرداخت هزینه، باعث بیشتر دیده شدن وبسایت در صفحه نتایج موتورهای جستجو (SERP) شد. اغلب بازاریابان SEM را همان تبلیغات کلیک‌ی یا PPC می‌دانند.

(Search Engine Optimization) SEO

به مجموعه اقداماتی که برای بهینه‌سازی عملکرد و موقعیت صفحات وبسایت در رتبه‌بندی موتورهای جستجو انجام می‌شود، سئو می‌گویند. هرچه صفحه وبسایت در رتبه بالاتری قرار گیرد، منجر به ترافیک بیشتری خواهد شد؛ به همین دلیل بهبود SEO برای هر کسب‌وکار دارای وبسایت مهم است.

(Search Engine Results Page) SERP

لیستی از نتایج ارائه‌شده توسط یک موتور جستجو مانند گوگل است. این صفحه، جایگاه وبسایت و رتبه‌بندی آن را مشخص می‌کند.



یکی از شاخص‌های گوگل آنالیتیکس است. این شاخص، تعداد دفعات تعامل کاربر با سایت در یک بازه زمانی مشخص (معمولاً 30 دقیقه) را اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص به تعداد صفحاتی که توسط کاربر مشاهده می‌شود وابسته نیست؛ بنابراین، اگر یک کاربر در مدت 20 دقیقه، صفحات مختلفی از وب‌سایت را بازدید کند، یک سشن محسوب می‌شود.

(Service Level Agreement) SLA

یک توافق بین تیم‌های فروش و بازاریابی است که انتظارات بازاریابان برای فروش بر اساس کمیت و کیفیت lead ها و انتظارات تیم فروش برای بازاریابی بر اساس میزان پیگیری هر lead را تعریف می‌کند. ایجاد SLA به جهت‌دهی و هماهنگ‌سازی تیم‌های فروش و بازاریابی کمک می‌کند.

(Small-to-Medium Business) SMB

شرکت‌ها و کسب‌وکارهای کوچکی که دارای ۱۰ الی ۵۰۰ کارمند هستند.

(Social Media Marketing) SMM

استفاده از شبکه‌های اجتماعی نظیر Facebook و Twitter برای بازاریابی محصولات یا خدمات به مخاطبان هدف را [بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی](#) می‌نامند.

Social Media

وب‌سایت یا اپلیکیشن‌هایی که برای اهداف اجتماعی مورد استفاده مردم قرار می‌گیرد و می‌توان گفت، دسترسی به آن‌ها برای همه مردم به راحتی امکان‌پذیر است؛ مانند Facebook، Twitter، LinkedIn و... رسانه‌های اجتماعی نقش اصلی را در [بازاریابی عملکردی](#)، inbound marketing ایفا می‌کند.



Social Networking

استفاده از سیستم‌عامل‌های مبتنی بر وب یا موبایل برای ایجاد ارتباط با مردم در شبکه‌های آنلاین که مردم در آنجا به فعالیت و اشتراک‌گذاری مطالب می‌پردازند. محبوب‌ترین این شبکه‌های اجتماعی، Facebook، LinkedIn، Twitter و Instagram هستند.

Social Share

زمانی که یک کاربر وب‌سایت شما را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارد. به‌عنوان مثال، توئیٹ کردن در مورد آن یا گذاشتن پست آن در Google+.

Social Signals

معیاری از تأثیر SEO خارج از وب‌سایت است که میزان محبوبیت یک صفحه از وب‌سایت را بر اساس تعداد دفعاتی که به اشتراک گذاشته شده یا در شبکه اجتماعی مطرح شده، بیان می‌کند.

Spam

اصطلاح گسترده‌ای است که بسیاری از فعالیت‌های نامطلوب در دیجیتال مارکتینگ را شامل می‌شود. به عنوان مثال، تمام اقدامات نادرستی که برای آسیب به رتبه‌بندی رقیب انجام می‌شود یا ارسال ایمیل با لینک‌های بی‌کیفیت جزو spam محسوب می‌شود.

Split Testing

زمانی که نسخه‌های مختلف یک صفحه را تست می‌کنید تا بفهمید کدام یک عملکرد بهتری دارند. ارزیابی این تست، از طریق اندازه‌گیری نرخ کلیک، نرخ تبدیل و ROI انجام می‌شود. این تست را می‌توانید برای انتخاب بهترین عنوان صفحه، بهترین تصاویر یا کل ساختار صفحه وب‌سایت اجرا کنید.

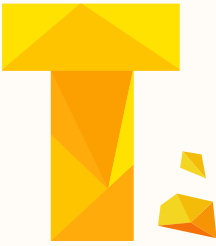


همانطور که تبلیغ‌دهندگان از سیستم DSP برای خرید تبلیغات دیجیتال استفاده می‌کنند، ناشران هم برای فروش آنها از سیستم SSP استفاده می‌کنند. ناشران از این سیستم برای پیشنهاد دادن ظرفیت‌های تبلیغاتی به سامانه تبادل تبلیغات دیجیتال، شبکه‌های تبلیغاتی یا هر جایی که تقاضا وجود دارد، استفاده می‌کنند. همچنین، ناشران از این سیستم برای تنظیم و مدیریت مزایده و ایجاد مزایده‌های خصوصی که تبلیغ‌دهندگان خاصی برای خرید ظرفیت دعوت می‌شوند، استفاده می‌کنند. پلتفرم SSP ناشران را قادر می‌سازد تا تبلیغ‌دهندگان و نوع تبلیغاتی که اجرا می‌شود را کنترل کنند. SSP نیز مانند سیستم DSP با پلتفرم‌های مدیریت داده نیز ادغام می‌شوند. بخش SSP بر اساس حداقل قیمت هر جایگاه تبلیغاتی، که ناشران آن‌ها تعیین می‌کنند، تصمیم می‌گیرد که تبلیغ انتخاب شده از سمت DSP به کدام جایگاه فروخته شود و تبلیغاتی که قیمت پیشنهادیشان از حداقل قیمتی که ناشر یک جایگاه تبلیغاتی برای آن تعیین کرده است، کمتر باشد؛ نمایش داده نمی‌شوند.

Subscriber

مشترکین اشخاصی هستند که به شرکت‌ها اجازه ارسال پیام از طریق ایمیل یا روش‌های دیگر را می‌دهند. این افراد به صورت دلخواه در فرم‌های خبرنامه ثبت‌نام می‌کنند تا از جدیدترین اخبار مربوطه مطلع شوند.





[Tag](#)

[Targeting](#)

[Target Audience](#)

[Top of the Funnel](#)

[Tracker](#)

[Tracking Code](#)

[Trading Desk](#)

[Traffic](#)

[Traffic Driving](#)

[Triggered Message](#)

کلیدواژه یا مجموعه‌ای از کلمات که به پست‌های بلاگ، توئیت‌ها و پست‌های شبکه‌های اجتماعی پیوست می‌شود. تگ‌ها به تقسیم‌بندی محتواها کمک می‌کند.

Targeting

انتخاب و مورد هدف قرار دادن مخاطبین و مشتریان بالقوه‌ای که مایل به دریافت اطلاعات در مورد یک کسب‌وکار خاص هستند را هدفمندسازی می‌گویند. تارگت کردن نقش بسیار مهمی در بازاریابی بهینه و موثر دارد.

Target Audience

گروهی از مردم که به محصولات یا خدمات شما علاقه‌مند هستند. کسب‌وکارها به‌منظور دست یافتن به موفقیت، باید تبلیغات خود را از طریقی در معرض دید مخاطبان هدف خود قرار دهند.

Top of the Funnel

اغلب با نام TOFU شناخته می‌شود و به مراحل اولیه [قیف بازاریابی](#) اشاره دارد. lead در این مرحله با یک مشکل مواجه و به دنبال راه حل آن است.



این سیستم‌ها که خدمات خود را تحت دو کلیدواژه اصلی Analytics و Attribution ارائه می‌دهند، Third Party هایی هستند که مورد وثوق تبلیغ‌دهنده و شبکه تبلیغاتی هستند. به عبارت دیگر، چون شمارش این سیستم‌ها بی‌طرف است و مثل تبلیغ‌دهنده یا شبکه‌ی تبلیغاتی، ذی‌نفع نیستند، می‌توان با استفاده از گزارش‌های آماری آن‌ها تعارض‌های آماری میان پنل شبکه تبلیغاتی موبایل با گزارش‌های تبلیغ‌دهنده را رفع کرد و بر یک مبنای مشترک بی‌طرف، هزینه‌ها و بودجه‌ی تبلیغاتی را مصرف کرد. به همین دلیل است که شبکه‌های تبلیغات دیجیتال معتبر، شرط شروع یک کمپین تبلیغاتی را استفاده از این شمارنده‌ها اعلام می‌کنند تا نتایج اصلی کمپین که براساس آن‌ها بودجه‌ی تبلیغ‌دهنده صرف می‌شود شفاف باشند. اما این تنها فایده استفاده از خدمات Tracker شمارنده‌ها نیست.

Tracking Code

یک کد یا متن که در هدر یا فوتر قرار می‌گیرد که اطلاعات سایت را به ابزارهایی مانند گوگل آنالیتیکس و گوگل ادوردز منتقل کند تا ابزارها بتوانند رفتار کاربران در سایت را جمع‌آوری و تحلیل کنند.

Trading Desk

هنگامی که آژانس‌های تبلیغاتی وارد یک مزایده می‌شوند تا در یک پلتفرم programmatic برای مشتریان خود جایگاه تبلیغات آنلاین خریداری کنند. آژانس‌ها در Trading desk از طریق پلتفرم DSP ظرفیت تبلیغاتی خریداری می‌کنند. آژانس‌ها معمولاً حجم زیادی از ظرفیت‌ها و رسانه‌های دیجیتال را خریداری می‌کنند و به تبلیغ‌دهندگان و برندها می‌فروشند. هرچه حجم بیشتری خریداری شود، قیمت آن مناسب آن مناسب‌تر خواهد شد.

Traffic

تعداد بازدیدهایی که از وبسایت یا اپلیکشن شما صورت می‌گیرد را ترافیک ورودی می‌نامند.



فعالیت‌های بازاریابی که به منظور افزایش ترافیک ورودی انجام می‌شود.

Triggered Message

ارتباطات خودکاری است که در پاسخ به یک رویداد کاربری داده می‌شود. به عنوان مثال، ایمیل‌های تأییدیه ثبت نام یا تأییدیه پس از خرید کالا که به صورت خودکار برای کاربر ارسال می‌شود یکی از این گونه پیام‌ها است. همچنین، ممکن است کمپین‌هایی برای تشویق به اقدام کاری ایجاد شود، سپس، در صورت انجام یا عدم انجام آن اقدام نیز کمپین‌هایی به صورت خودکار ارسال شود.





[UGC](#)

[UI](#)

[Unique Visitors/Users](#)

[Upsell](#)

[User Profile](#)

[URL](#)

[UX](#)

(User Generated Content) UGC

زمانی که کاربران از طریق نوشتن نظرات، اشتراک‌گذاری یک عکس یا یک تجربه، بارگذاری یک ویدئو و ... به تولید محتوا در وبسایت می‌پردازند. YouTube یکی از بهترین نمونه‌های یک وبسایت UGC است.

(User Interface) UI

هر محصولی که برای انسان طراحی می‌شود باید توسط انسان قاب استفاده باشد. رابط کاربری یا UI، فضایی است که تعاملات بین انسان و ماشین در آن فضا اتفاق می‌افتد. رابط کاربری باید برای همه افراد ساده و قابل درک باشد. این رابط کاربری می‌تواند شامل نوار ابزار، منو، دکمه، آیکون‌های مناسب و ... باشد که یک تجربه کاربری را به وجود می‌آورد.

Unique Visitors/Users

یکی از معیارهای مرتبط با آنالیتیکس وبسایت است که بیان‌کننده تعداد افرادی است که از وبسایت بازدید می‌کنند. هر فردی یک درس IP دارد که می‌توان unique visitor را از طریق آن دنبال کرد. به‌عنوان مثال، اگر فردی چند بار از یک وبسایت بازدید کند، تنها یک بار به‌عنوان کاربر منحصربه‌فرد شمرده می‌شود.

Upsell

به معنی متقاعد کردن مشتری برای خرید محصولات دیگر علاوه بر محصول خریداری شده است. در Upsell محصولی پیشنهاد می‌شود، که از محصول خریداری شده گرانتر است.

User Profile

یک مجموعه دیجیتالی از داده‌های رفتاری و جمعیت‌شناسی (demographic) افراد است که در فهمیدن علایق و درگیر کردن مخاطبان به بازاریابان کمک می‌کند. پروفایل کاربران می‌تواند شامل اطلاعات کاربردی دیگری نظیر فعالیت‌های درون وبسایت یا اپلیکیشن کاربر، تاریخچه خرید و موارد دیگر نیز باشد.



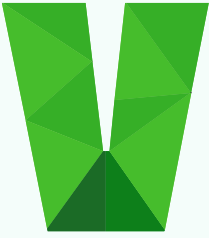
(Uniform Resource Locator) URL

آدرس یک وبسایت در مرورگر است.

(User Experience) UX

به نحوه ارتباط کاربر با یک وبسایت یا اپلیکیشن اشاره دارد. ایجاد یک تجربه کاربری خوب برای هر کسب‌وکار موفق ضروری است؛ زیرا UX مناسب، کاربران را به استفاده و تعامل مجدد با کسب‌وکار تشویق می‌کند. برای ارائه یک UX عالی باید همانند مشتری فکر کنید و همه‌چیز را از دیدگاه او ببینید. UX باید در تمامی مراحل سفر مشتری از آگاهی تا تعامل، خرید، استفاده و حتی وفاداری مشتری رعایت شود.





[Video Marketing](#)

[Viral Content](#)

[Visits](#)

[Visitor](#)

استفاده از محتوای ویدئویی برای بازاریابی محصولات/خدمات را ویدئو مارکتینگ می‌گویند. این روش از اثرگذاری بالایی برخوردار است و حجم زیادی از ترافیک اینترنتی را شامل می‌شود.

Viral Content

به محتوایی که به علت جذابیت برای مخاطبان، از طریق به اشتراک‌گذاری در سراسر شبکه مورد توجه بسیاری از مردم قرار گرفته است محتوای ویروسی گفته می‌شود.

Visits

یک واژه قدیمی در گوگل آنالیتیکس که اخیراً به session تغییر پیدا کرده است.

Visitor

شاخصی است که تعداد کاربران یک وبسایت یا اپلیکیشن در یک بازه زمانی مشخص را نشان می‌دهد. بازدیدکنندگان اغلب به "بازدیدکنندگان جدید (New Visitor)" که برای اولین بار از سایت بازدید کرده‌اند و "بازدیدکنندگان بازگشتی (Returning Visitors)" که قبلاً از سایت بازدید کرده‌اند، تقسیم می‌شود.





[Web Hosting](#)

[Webinar](#)

[Webmaster](#)

[Webmaster Tools](#)

[Web Messages](#)

[Website](#)

[White hat SEO](#)

[WordPress](#)

[WOM](#)

Web Hosting

سرویزی است که میزبانی وبسایت را به منظور دسترسی تمامی کاربران در سراسر جهان، بر عهده دارد.

Webinar

یک سمینار آنلاین است که به منظور آموزش و اطلاع رسانی در وبسایتها برگزار می شود و به مخاطبانی ارائه می شود که برای دیدن وبینار ثبت نام کرده اند.

Webmaster

به صاحب یک وبسایت، وبمستر می گویند.

Webmaster Tools

ابزار رایگان Google webmaster و Bing webmaster که اطلاعات اضافتری مانند موقعیت وبسایت در موتورهای جستجو برای سرچهای مختلف کاربران را در اختیار صاحبان وبسایت قرار می دهد. Google Search Console، ابزار وبمستر گوگل است که به صورت رایگان در اختیار صاحبان وبسایت قرار می گیرد و با آنالیتیکس تفاوت دارد. این ابزار، ترافیک وبسایت را اندازه گیری نمی کند، بلکه میزان دیده شدن وبسایت در موتورهای جستجو و فهرست گوگل را اندازه گیری می کند.

Web Messages

نوعی ارتباط با مشتری است که امکان دستیابی به افراد از طریق مرورگر اینترنتی را فراهم می کند، چه در دسکتاپ و چه در تلفن همراه.



یک وبسایت مجموعه‌ای از صفحات وب مرتبط به یکدیگر است که اطلاعاتی را ایجاد و ذخیره‌سازی می‌کند. وبسایت‌ها معمولاً دارای یک صفحه اصلی هستند و توسط یک فرد، گروه یا سازمان اداره می‌شوند. امروزه هر کسب‌وکار موفق باید یک وبسایت پویا برای جذب بازدیدکنندگان، [تولید lead](#) و در نهایت تبدیل آن‌ها به مشتری داشته باشد.

White hat SEO

استفاده از تکنیک‌های سئو قانونی به منظور افزایش اعتبار و بهبود رتبه وبسایت در موتورهای جستجو، سئوی کلاه سفید نام دارد.

WordPress

یکی از محبوب‌ترین سیستم‌های مدیریت محتوا است که بسیاری از وبسایت‌ها از آن برای انتشار و مدیریت محتوای خود استفاده می‌کنند.

(Word-of-Mouth) WOM

یکی از مدل‌های بازاریابی ویروسی است که در آن، مخاطبان یک محصول/خدمات آن را به دیگران معرفی می‌کنند. بازاریابی با استفاده از شیوه WOM در ظاهر رایگان است، اما نیازمند صرف زمان بسیار زیاد و خلق ارزش واقعی برای کاربران است.





[301 Redirect](#)

[302 Redirect](#)

[404 Error](#)

یکی از روش‌های هدایت بازدیدکننده از صفحه وبسایت به صفحه دیگری از وبسایت است. این نوع ری‌دایرکت برای هدایت دائمی مورد استفاده قرار می‌گیرد. به عنوان مثال شما صاحب وبسایت A و وبسایت B هستید، اما می‌خواهید یک وبسایت داشته باشید. از طریق 301 redirect می‌توانید کل ترافیک وبسایت B را به وبسایت A هدایت کنید تا تمامی بازدیدکنندگان به وبسایت A منتقل شوند.

Redirect

یکی از روش‌های هدایت بازدیدکننده از یک صفحه به صفحه دیگر وبسایت است که تنها برای موقعیت‌های موقت مورد استفاده قرار می‌گیرد.

404 Error

پیام خطایی است که در صورت وارد کردن آدرس صفحه‌ای که URL آن دیگر موجود نیست، نمایش داده می‌شود.





پازل مهارت‌های دیجیتال مارکتینگ خود را با کالج تپسل تکمیل کنید

کالج تپسل با هدف افزایش سطح دانش بازاریابی دیجیتال در ایران ایجاد شده است و محتواهای مرتبط با دیجیتال مارکتینگ را به صورت رایگان در اختیار علاقه‌مندان این حوزه قرار می‌دهد. «پازل مهارت‌های دیجیتال مارکتینگ خود را با کالج تپسل تکمیل کنید!» ، شعار کالج تپسل است و همانطور که از شعار آن مشخص است، هر کسی با هر سطح دانشی، می‌تواند از مطالب موجود در این بلاگ بهره‌مند شود. مطالب موجود در کالج تپسل، به دو دسته کلی **بلوک‌های یادگیری** و **پست‌های بلاگ** تقسیم می‌شوند.

در **بلوک‌های یادگیری**، مهم‌ترین مهارت‌های بازاریابی دیجیتال، در جلسات پی در پی و به صورت دقیق توضیح داده می‌شوند. هر بلوک آموزشی، دارای یک موضوع و یک طرح درس مشخص است. بلوک‌های یادگیری معمولاً برای افراد مبتدی بسیار مفید واقع خواهد شد، به گونه‌ای که کاربران می‌توانند با همراه شدن از جلسه اول تا آخر هر یک از بلوک‌ها، به یک تسلط نسبی از هر مهارت دست یابند و با مفاهیم مهم هر حوزه آشنا شوند.

کالج تپسل در بخش **پست‌های بلاگ**، به روزترین و مهم‌ترین محتواهای موجود در حوزه بازاریابی دیجیتال را در فرمت‌های مختلف محتوایی مانند مقالات، اینفوگرافیک، کتاب الکترونیکی، پادکست، ویدئوهای تبلیغاتی و داستان موفقیت تولید و منتشر می‌کند. این بخش از کالج تپسل، برای آن دسته از مخاطبینی که به اخبار و فناوری‌های جدید علاقه‌مند هستند، بسیار جذاب است. محتواهای موجود در این بخش در فرمت‌های مختلفی منتشر می‌شوند تا مخاطبین با سلیق متفاوت بتوانند از محتواها استفاده کنند.