

СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

Поисковая система – программно-аппаратный комплекс с web-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации.

Целевая аудитория – термин, используемый в рекламной сфере или маркетинге при обозначении группы людей с какими-либо сходными параметрами, которые с наибольшей вероятностью воспользуются продвигаемыми услугами или приобретут рекламируемый товар.

Целевая аудитория может определяться по образу жизни, возрасту, образованию, социальному положению, привычкам, предпочтениям и другим факторам, зависимым от специфики позиционируемого продукта. Качественное выделение целевой аудитории позволяет использовать именно те разновидности рекламы, которые смогут воздействовать на выбранную группу потребителей с максимальным эффектом.

Баннер (англ. Banner – плакат, флаг, заголовок, символ) является одним из ключевых маркетинговых элементов web-технологии и представляет собой миниатюрную картинку, за которой находится ссылка на тот или иной ресурс Internet.

Клик (или переход) – это когда пользователь щелкает мышкой на баннере и переходит на сайт рекламодателя, то в статистику баннера засчитывается клик, т.е. за определенную сумму рекламодателю обеспечат определенное количество переходов с баннера на страницы рекламодателя.

CTR или ClickRatio – основная оценочная характеристика эффективности размещенного баннера. Позволяет соотносить показы и клики.

Рекламные агентства в Internet – коммерческие организации, предлагающие только платные услуги по изготовлению баннеров, разработке сайтов, программ размещения баннеров и т.д.

Мерчендайзинг – это комплекс мероприятий или видов деятельности, направленных на акцентирование внимания покупателя на определенных марках или видах товара в торговом зале (в том месте, где у продавца есть последний шанс) с целью увеличения продаж.

Системы обмена баннерами – это организации, основной целью которых является бесплатный обмен баннерами среди участников. Системы также занимаются изготовлением, продажей и размещением рекламы на ресурсах Internet.

Аудит сайта – это анализ всех показателей сайта и оценка удобства его пользования, соответствия запросам целевой аудитории, технической работоспособности.

Белое продвижение – продвижение сайта по установленным правилам поисковых систем. Работы ведутся с контентом сайта, его структурой, описанием страниц, покупкой ссылок с других сайтов. Первые результаты появляются в начале-конце второго месяца продвижения сайта.

Забанивание сайта от англ. toban – запретить. Запрет сайта для индексирования и ранжирования модератором поисковой системы. Как правило, бан сайта приводит к полному исключению сайта из индекса поисковой системы и запрету его для дальнейшей индексации. Для снятия запрета требуется переписка с модератором поисковой системы. Но вероятность возврата сайта. Во избежание забанивания сайта достаточно не использовать «черные методы» продвижения.

Индексация страниц – распознавание и анализ, текстового контента сайта поисковым роботом для оценки web-ресурса и присвоения ему позиции в результатах выдачи. Графические элементы (фотографии, flash-анимации, картинки) при этом не индексируются.

Ключевой (целевой) запрос или поисковая фраза – слово или словосочетание, по которому сайт должен искажаться через поисковую систему. При этом оно должно максимально соответствовать тематике деятельности компании и присутствовать в контенте сайта. Совокупность ключевых слов называют семантическим ядром.

Копирайтинг – профессиональное написание текстов с целью не только предоставить информацию, но и заинтересовать ею. Для продвижения пишутся тексты, как правило, насыщенные ключевыми словами.

Контент сайта – информация, размещенная на страницах сайта.

Линкбейтинг – следующий за копирайтингом уровень или наиболее качественное написание статей для контента сайта. Если текст очень интересен и грамотно написан, его скопируют и разместят на сторонних сайтах со ссылкой на источник, что будет способствовать популярности ресурса и увеличению трафика.

Таргетинг – (временной, географический и на тематических площадках) – механизм нацеливания на нужную аудиторию в интернете.

Поисковая система – Поиск информации в интернете с помощью слов/фраз из интересующей тематики. Дополнительный поиск по картинкам, товарам, новостям и др. Наиболее востребованной поисковой системой в России является Яндекс.

Поисковый робот – программа поисковой системы, производящая индексацию страниц сайта, проверку их на релевантность и ранжирование в результатах выдачи.

Оптимизация сайта – это улучшение видимости сайта в поисковых системах: написание правильных мета-тэгов, внутренняя перелинковка, создание карты сайта, включение в контент сайта ключевых слов. Все эти действия делают страницы ресурса более привлекательными для поисковых роботов, позволяют повысить позиции.

Копирайтинг. Термин "копирайтинг" в последнее время употребляется весьма широко, хотя означает лишь подготовку рекламных текстов и слоганов. Специалистов, занимающихся этой работой, называют копирайтерами.

Ранжирование – порядок присвоения сайтам позиций в результатах выдачи поисковым роботом по наибольшему их соответствию конкретному запросу.

Регистрация в каталогах поисковых систем является инструментом по увеличению количества ссылок с других сайтов. Благодаря каталогам можно существенно увеличить позиции сайта по низкочастотным запросам. Наши специалисты составят описания для Вашего интернет - ресурса, зарегистрируют только в рабочих каталогах, повышая тем самым его ТИЦ и упрочивая его позиции в поисковых системах.

Регистрация в поисковых системах – информирование поискового робота о наличии Вашего сайта в Интернете, который может быть интересен и полезен посетителям поисковой системы. Для регистрации необходимо все страницы сайта подготовить и оптимизировать.

Релевантность – соответствие между желаемой и реально получаемой информацией при поиске в поисковой системе.

Семантическое ядро – подбор ключевых запросов, по которым будет продвигаться сайт. Эти слова наиболее точно отражают вид деятельности Вашей компании или товары/услуги, реализуемые Вами на рынке. Верно составленное семантическое ядро поможет привлечь только потенциальных клиентов, отсекая возможные «пустые» заходы. Этот этап стоит доверить профессионалам, которые составят список ключевых слов, работающий на 100%, исключая слова, по которым не будут приходить потенциальные покупатели.

Ссылочный бюджет – это определенная денежная сумма на покупку ссылок, которая нацелена на увеличение количества ссылающихся сайтов. Но за кажущейся простотой скрывается длительная и кропотливая работа, которая подразумевает выбор рабочих площадок для проставления ссылок, проверка ссылок на эффективность и др. При этом авторитетность раскрываемого сайта увеличивается в глазах поисковых роботов за счет ссылающихся на него сайтов. Что в свою очередь способствует повышению позиций.

ТИЦ – тематический индекс цитирования. Цифровой эквивалент авторитетности сайта в поисковой системе Яндекс. Определяется через учет количества и качества ссылок на web-ресурс с других сайтов и необходим для ранжирования сайтов в каталоге Яндекса. У нового сайта ТИЦ = 10, у крупных информационных порталов может достигать более 5000. Для корпоративного сайта хорошим показателем считается от 200 до 600.

PR – PageRang. Цифровой эквивалент авторитетности сайта в поисковой системе Google. Является одним из факторов, определяющих позицию сайта в результатах поиска. Значения могут быть от 0 до 10.

Черное продвижение – применение запрещенных методов оптимизации сайтов. Стоимость такого вида продвижения сайта гораздо ниже и результаты появляются в начале второй недели, но присутствует очень высокая возможность забанивания сайта.

Баннер – графическое изображение или текстовый блок рекламного характера, являющийся гиперссылкой на Web-страницу с расширенным описанием продукта или услуги. Баннеры размещают на Web-страницах, для привлечения посетителей (потенциальных клиентов) или для формирования имиджа.

Текстовый блок – сравним по популярности с баннером, так как быстро загружается, виден пользователям, у которых отключена графика; по психологическим параметрам не ассоциируется с рекламой и вызывает у пользователей больше доверия. Недостаток - из-за отсутствия графики и анимации текстовые блоки меньше привлекают к себе внимание, и зачастую остаются не замеченными.

Байрик – представляет собой мини web-страницу, отображаемую в небольшом окне поверх браузера. Этот удобный носитель, не получил распространения на российских сайтах, так как раздражает пользователей.

Таргетинг рекламы – (поведенческий, временный, демографический)

Геотаргетинг – правильное указание регионов, где будет демонстрироваться рекламное объявление.

Ситиар – КПД рекламного объявления. (Клики по объявлению/показы объявления) *100

Попандер – это рекламное окно, которое всплывает под запущенными приложениями, и пользователь замечает его только после закрытия всех приложений.

Кликандер – агрессивный вид рекламы, который срабатывает при клике на любую точку открытой страницы и перенаправляет пользователя на рекламируемый ресурс.

Ремаркетинг – функция, которая позволяет возвращать людей, которые ранее посетили сайт, и показать им, релевантные объявления. Можно показать индивидуальное сообщение или предложение, которое будет побудить вернуться на сайт и оформить заявку на покупку