

SEO речник

DiagnoSEO - ясни, проверени дефиниции на SEO термини.

0-9 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0-9

10 Blue Links - Традиционният обикновен списък от десет органични резултата преди появата на разширените SERP елементи.

10x Content - Съдържание, създадено да бъде значително по-добро от всичко, което в момента се класира по дадена тема.

200 OK - HTTP кодът на състояние, който показва, че заявката е изпълнена успешно.

2xx Status Codes - Семейството HTTP кодове на състояние, които означават успешна заявка.

301 Redirect - Постоянно пренасочване, което прехвърля повечето сигнали за класиране към новия URL адрес.

302 Redirect - Временно пренасочване, което сигнализира, че преместването към нов URL адрес не е постоянно.

304 Not Modified - Състояние, което казва на браузъра, че кешираното му копие на ресурса все още е актуално.

307 Redirect - Временно пренасочване, което запазва оригиналния метод на заявката.

403 Forbidden - Състояние, което означава, че сървърът е разбрал заявката, но отказва да я разреши.

404 Error - Състоянието, връщано, когато заявена страница не може да бъде намерена на сървъра.

404 Not Found - HTTP кодът на състояние, който означава, че заявеният ресурс не съществува.

410 Gone - Състояние, което означава, че ресурс е премахнат умишлено и завинаги.

4xx Status Codes - Семейството HTTP кодове на състояние, които означават грешки от страна на клиента.

500 Internal Server Error - Общо състояние, което означава, че сървърът е срещнал неочаквана грешка.

502 Bad Gateway - Състояние, което означава, че един сървър е получил невалиден отговор от друг сървър.

503 Service Unavailable - Състояние, което означава, че сървърът временно не може да обработи заявката.

5xx Status Codes - Семейството HTTP кодове на състояние, които означават грешки от страна на сървъра.

A

A/B Testing - Сравняване на две версии на страница или елемент, за да се види коя се представя по-добре. Известно също като Split Testing.

Above the Fold - Частта от уеб страница, която е видима без никакво превъртане.

Absolute URL - Пълен уеб адрес, който включва протокола и домейна, например <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - HTTP заглавка, която сигнализира предпочитаните езици на потребителя и помага за поднасяне на локализирано съдържание.

Access Log - Сървърен файл, който записва всяка заявка и се използва за анализ на реалното поведение на роботите и потребителите.

Accessibility - Проектиране на уебсайтове така, че да могат да се използват от хора с увреждания и от помощни технологии.

Ad Impressions - Броят пъти, в които една реклама е показана на потребителите.

Ad Keyword - Ключова дума, за която рекламодател наддава, за да се задейства платената му реклама.

Ad Rank - Стойност в Google Ads, която определя позицията на рекламата въз основа на офертата, качеството и контекста.

ADA Website Compliance - Съответствие с изискванията за достъпност на американския закон ADA за уебсайтове.

Adobe Analytics - Корпоративната платформа за уеб анализ на Adobe.

Advanced Search Operators - Специални команди като site: или intitle:, които прецизират и филтрират търсачните заявки.

AEO (Answer Engine Optimization) - Оптимизиране на съдържание така, че да се поднася като директен отговор от answer engines и AI асистенти.

Affiliate - Партньор, който печели комисиона за продажби или потенциални клиенти чрез проследявани връзки.

Ahrefs - Комерсиален набор от SEO инструменти, широко използван за анализ на обратни връзки, проучване на ключови думи и проследяване на класиране.

AI Citation Eligibility - Дали съдържанието е достатъчно структурирано и надеждно, за да бъде цитирано като източник от AI система за отговори.

AI Overview - Генериран от изкуствения интелект на Google преглед над някои резултати, произлязъл от Search Generative Experience.

AI Snapshot - Генериран от AI преглед, който се появява над резултатите в генеративните търсачни изживявания.

AIO (AI Optimization) - Оптимизиране на съдържание и обекти така, че AI системите да разбират, показват и цитират дадена марка.

Algorithmic Penalty - Спад в класирането, наложен автоматично от търсачен алгоритъм, а не от човек рецензент.

Algorithmic Suppression - Алгоритмично потискане, което задържа страница или сайт в класирането без ръчно действие.

Alt Text - Описателен текст за изображение, който подпомага достъпността и разбирането от търсачките. Известно също като Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Състояние в Search Console за дублирана страница, която правилно сочи към предпочитаната си канонична версия.

Ambiguous Intent - Заявка, чиято цел е неясна и би могла основателно да съответства на няколко различни намерения.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Отворена рамка за създаване на опростени, бързо зареждащи се версии на мобилни уеб страници.

Anchor Text - Видимият, кликаем текст на хипервръзка, който дава на търсачките контекст за свързаната страница.

Anchor Text Ratio - Разпределението на типовете анкорен текст в целия профил от обратни връзки на сайта.

Answer Box - SERP елемент, който дава директен отговор на заявка, често извлечен от featured snippet.

Answer Sourcing - Как AI или answer engine избира и посочва източниците зад генериран отговор.

API (Application Programming Interface) - Дефиниран набор от правила, който позволява на софтуерни приложения да обменят данни и функции.

Article Spinning - Пренаписване на съществуваща статия със синоними за масово произвеждане на привидно уникални копия - black-hat тактика.

Article Syndication - Повторно публикуване на статия в други уебсайтове, за да достигне по-широка аудитория.

ASO (App Store Optimization) - Оптимизиране на обявата на мобилно приложение в магазина, за да се класира по-високо и да конвертира по-добре.

Assisted Conversions - Конверсии, в които даден канал е изиграл поддържаща роля по-рано по пътя, а не при финалния клик.

Async - Атрибут на скрипт, който зарежда файл, без да блокира анализирането на HTML.

Attribution Modeling - Правила, които разпределят заслугата за конверсия между точките на допир по пътя на потребителя.

Author Authority - Възприеманата експертиза и доверие към автора на съдържание, свързано с E-E-A-T.

Author Entity - Автор, представен като разпознат обект, който търсачките свързват с теми и творби.

Authority - Цялостното доверие и силата за класиране, които страница или сайт са спечелили в очите на търсачките. Известно също като Website Authority.

Authority Dilution - Отслабването на стойността на връзките, когато тя се разпределя между твърде много връзки или страници.

Authority Score - Собствената метрика на Semrush, която оценява цялостното качество и авторитета на домейн.

Authority Site - Силно надежден, утвърден уебсайт, който се класира добре и към който често препращат други.

Auto-Generated Content - Съдържание, създадено автоматично от софтуер, което нарушава указанията, когато е спам или безполезно.

Average Position - Средната позиция в класирането на страница или ключова дума в резултатите от търсенето.

B

B2B - Business-to-business - маркетинг или продажба на продукти и услуги към други компании.

B2C - Business-to-consumer - маркетинг или продажба на продукти и услуги директно на частни лица.

Backlink - Връзка от друг уебсайт, която сочи към вашата страница и която търсачките третират като глас на доверие. Известно също като Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Цялостната съвкупност, разнообразие и качество на връзките, които сочат към сайт.

Baidu - Водещата уеб търсачка на Китай.

Bait and Switch - Класиране на страница с едно съдържание и след това подмяната му с друго - заблуждаваща тактика.

Banner Blindness - Склонността на потребителите да пренебрегват елементи на страницата, които приличат на банери или реклами.

BERT - Езиковият модел на Google от 2019 г., който тълкува по-добре контекста на думите в дадена заявка.

BigCommerce - Хоствана платформа за електронна търговия за изграждане и управление на онлайн магазини.

Bing - Уеб търсачката на Microsoft.

Bing Webmaster Tools - Безплатната платформа на Microsoft за наблюдение и подобряване на това как сайт се появява в Bing.

Black Hat SEO - Тактики, които умишлено нарушават указанията на търсачките, за да манипулират класирането.

Blocked by Noindex - Състояние в Search Console, което означава, че страница се държи извън индекса заради директива noindex.

Blog Commenting - Публикуване на коментари в блогове, понякога заради връзки, които обикновено са nofollow и с малка стойност.

Body Content - Основното съдържание на страница, за разлика от навигацията, заглавната част и долния колонтитул.

Bounce Rate - Делът на сесиите, които завършват след една-единствена страница без по-нататъшно взаимодействие.

Brand Authority - Доверието и разпознаемостта на марка, които могат да повлияят на класирането и поведението при клик.

Brand Mention - Всяко споменаване на марка онлайн - със или без връзка.

Brand Mention Link Building - Превръщане на споменавания на марка без връзка в обратни връзки чрез контакт с издателя.

Branded Anchor Text - Анкорен текст, който използва името на марката като текст на връзката.

Branded Content - Съдържание, което представя определена марка или е създадено около нея.

Branded Keyword - Търсачна заявка, която съдържа името на марка или продукт.

Branded SEO - Оптимизиране за търсачни заявки, които включват името на вашата марка.

Breadcrumb Navigation - Второстепенна навигационна следа, която показва позицията на страница в йерархията на сайта.

Broad Match Keyword - Тип на съответствие в Google Ads, който задейства реклами за свързани търсения, не само за точния термин.

Broken Link Building - Намиране на неработещи връзки в други сайтове и предлагане на вашата подходяща страница като замяна.

Brotli - Модерен алгоритъм за компресия, който смлява текстови файлове за по-бързо доставяне на страницата.

Browser - Софтуер, който заявява, изобразява и показва уеб страници, като Chrome или Safari.

Bundling - Комбиниране на множество JavaScript или CSS файлове в по-малко файлове, за да се намали броят на заявките.

Byline Trust - Сигнали за доверие, произтичащи от ясно посочен и достоверен авторски подпис.

C

Cache - Временно съхранени копия на файлове, които позволяват на страниците да се зареждат по-бързо при повторни посещения.

Cache-Control - HTTP заглавка, която казва на браузърите и CDN колко дълго да съхраняват кешираните ресурси.

Caching - Съхраняване на копия на ресурси, за да се доставят по-бързо и с по-малко натоварване на сървъра.

Call to Action (CTA) - Подкана, която приканва потребителите към конкретно действие, като «Купи сега» или «Регистрирай се».

Canonical URL - Предпочитаната версия на страница, която търсачките трябва да индексират, когато има дублирани или сходни страници. Известно също като Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Процесът на избор и обозначаване на един предпочитан URL адрес сред дублирани или почти дублирани страници.

Carousel - Хоризонтално превъртащ се SERP елемент, който показва множество резултати, изображения или карти.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Двубуквен домейн от най-високо ниво, свързан с дадена държава, като .pl или .de, който често служи като сигнал за геотаргетиране.

CDN (Content Delivery Network) - Разпределена мрежа от сървъри, която доставя съдържание от местоположение близо до всеки потребител.

Channel - Групиране на трафика по източник, като органичен, платен, реферален или директен.

Churn and Burn SEO - Агресивни black-hat тактики, целящи бързо класиране на сайт, преди неизбежно да бъде наказан.

Citation - Онлайн споменаване на бизнес или източник, особено на името, адреса и телефона му.

Citation Building - Активното създаване на последователни бизнес обяви в указатели и платформи.

Citation Flow - Метрика на Majestic, която предсказва влиянието на URL адрес въз основа на броя връзки, които сочат към него.

Citation Grounding - Закотвяне на генериран от AI отговор в проверими източници, за да се намалят халюцинациите.

Click Potential - Метрика на Semrush, която оценява колко вероятно е SERP на ключова дума да донесе органични кликове.

Click Share - Делът от всички налични кликове за набор ключови думи, който един домейн улавя.

Clickbait - Сензационни заглавия, създадени да привличат кликове, които често обещават повече, отколкото предлага съдържанието.

Clickstream Data - Анонимизирани данни за реалните пътища на сърфиране и кликове на потребителите, използвани за оценка на търсачни метрики.

Client-Side Rendering (CSR) - Изобразяване на съдържанието на страницата в браузъра чрез JavaScript вместо на сървъра.

Cloaking - Показване на различно съдържание на търсачките спрямо потребителите - нарушение на указанията от типа black-hat. Известно също като Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Софтуер за създаване, управление и публикуване на съдържание на сайт без ръчно кодиране, като WordPress.

Cold Outreach - Свързване с потенциални контакти без предишна връзка, например за да предложите връзка или партньорство.

Cold Start - Трудността, с която се сблъсква съвсем нов сайт или страница в класирането, преди да натрупа сигнали или история.

Commercial Investigation Query - Търсене, при което потребителят проучва и сравнява продукти преди евентуална покупка.

Common Keywords - Ключови думи, по които се класират два или повече конкурентни домейна.

Competitive Density - Метрика на Semrush от 0 до 1, която показва колко интензивно рекламодателите се конкурират за ключова дума.

Competitor Analysis - Проучване на стратегиите, ключовите думи и връзките на конкурентите, за да насочи собствените ви SEO решения.

Competitor Backlink Analysis - Изучаване на обратните връзки на конкурентите за откриване на възможности за връзки, които и вие можете да използвате.

Competitors in Google Ads - Домейни, които наддават за същите платени ключови думи като вас.

Competitors in Organic Search - Домейни, които се конкурират с вас за същите органични ключови думи.

Computer-Generated Content - Съдържание, създадено от софтуер или AI, вместо написано от човек.

Content - Текстът, изображенията, видеото и останалият материал на страница, които носят стойност на потребителите.

Content Curation - Подбор, организиране и споделяне на най-доброто съществуващо съдържание по дадена тема.

Content Decay - Постепенната загуба на трафик и класиране, когато съдържанието остарява или става по-малко конкурентно.

Content Federation - Разпространение на едно и също съдържание в множество платформи или партньорски сайтове.

Content Fingerprints - Уникални подписи, които търсачките изчисляват от съдържанието за откриване на дубликати и почти дубликати.

Content Gap - Тема или заявка, която сайтът ви все още не покрива, но която конкурентите или потребителите искат.

Content Gap Analysis - Сравняване на съдържанието ви с конкурентите за откриване на липсващи теми и възможности за ключови думи.

Content Hub - Централна страница, която препраща към клъстер от свързано съдържание по дадена тема.

Content Marketing - Създаване и разпространение на ценно съдържание за привличане, ангажиране и задържане на аудитория.

Content Negotiation - Сървърен механизъм, който поднася различни версии на ресурс въз основа на заглавките на заявката, като езика.

Content Pruning - Премахване или обединяване на страници с малка стойност за повишаване на цялостното качество на сайта. Известно също като Pruning.

Content Relevance - Колко добре съдържанието на страница съответства на заявката и на основното намерение на потребителя.

Content Silo - Групиране на свързано съдържание в тясно взаимосвързани тематични раздели.

Content Spinning - Автоматично преформулиране на съдържание за създаване на много почти дублирани версии, което търсачките не одобряват.

Content Syndication - Разпространение на съдържание в сайтове на трети страни, в идеалния случай с канонично посочване на оригинала.

Content Velocity - Темпото, с което се публикува ново съдържание за определен период от време.

Content-Based Classifier - Система за машинно обучение, която класифицира страници, като анализира съдържанието им.

Contextual Link - Връзка, поставена в основния текст на страница и заобиколена от тематично свързан текст.

Conversion - Завършено желано действие, като покупка, регистрация или изпращане на формуляр.

Conversion (Goal) - Конкретно действие, настроено да се проследява като конверсия в инструмент за анализ.

Conversion Rate - Процентът на посетителите, които извършват желано действие.

Copied Content - Съдържание, копирано от друг източник без съществена оригинална стойност.

Core Web Vitals (CWV) - Наборът от метрики на Google за потребителско изживяване (LCP, INP и CLS), които измерват зареждане, интерактивност и визуална стабилност.

Cornerstone Content - Вашите най-важни, най-изчерпателни страници, които най-много искате да се класират по основните теми.

Cost % - Метрика, която изразява рекламната цена или дела на платения трафик в проценти за ключова дума.

CPA (Cost Per Acquisition) - Средната цена за придобиване на една конверсия или клиент чрез реклама.

CPC (Cost Per Click) - Сумата, която рекламодател плаща всеки път, когато потребител кликне върху рекламата му.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Цената за хиляда рекламни импресии, където М означава латинското mille (хиляда).

Crawl Anomaly - Етикет в Search Console за неуточнена грешка при обхождане, често неочакван отговор 4xx или 5xx.

Crawl Budget - Броят страници, които една търсачка ще обходи в сайт в рамките на определен период.

Crawl Delay - Директива, която моли роботите да изчакват между заявките; някои търсачки като Bing я зачитат, Google я игнорира.

Crawl Demand - Колко силно една търсачка иска да обходи сайт, в зависимост от популярността и свежестта му.

Crawl Depth - На колко клика от началната страница се намира дадена страница, което влияе колко лесно се обхожда.

Crawl Efficiency - Колко добре бюджетът за обхождане на сайт се изразходва за ценни, индексирани URL адреси, вместо да се пилее.

Crawl Error - Проблем, който пречи на търсачка да получи успешно достъп до URL адрес.

Crawl Rate Limit - Максималната скорост на обхождане, която търсачка използва, за да не претовари сървър.

Crawl Trap - Структура на сайт, като безкрайни URL параметри, която улавя роботите в страници с малка стойност и пилее бюджета за обхождане. Известно също като Spider Trap.

Crawlability - Колко лесно роботите на търсачките могат да получат достъп и да обходят страниците на сайт.

Crawled but Not Indexed - Състояние в Search Console, при което страница е обходена, но е оставена умишлено извън индекса.

Crawler - Автоматизирана програма, която обхожда мрежата, за да открива, извлича и подава страници за индексирание. Известно също като Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Инструкции в robots.txt, meta robots или HTTP заглавки, които казват на роботите как да обхождат или индексират.

Crawling - Процесът, при който роботите на търсачките откриват и извличат уеб страници.

Critical Rendering Path - Последователността от стъпки, които браузърът изпълнява, за да превърне HTML, CSS и JavaScript в изобразени пиксели.

CRM - Софтуер за управление на взаимоотношенията с клиенти, използван за проследяване на потенциални клиенти, клиенти и продажбени взаимодействия.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Систематичното подобряване на сайт за увеличаване на дела на посетителите, които конвертират.

Cross-Linking - Взаимно свързване на свързани страници за разпространение на релевантност и улесняване на навигацията.

CSS (Cascading Style Sheets) - Езикът, който контролира визуалното представяне и оформление на уеб страниците.

CTR (Click-Through Rate) - Процентът на импресиите, които водят до клик.

CTR Manipulation - Изкуствено раздуване на честотата на кликовете в опит да се повлияе на класирането - манипулативна тактика.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Метрика Core Web Vital, която измерва колко неочаквано се разместват елементите на страницата при зареждане.

Curated Content - Съдържание от трети страни, събрано и представено заедно с допълнителен контекст или коментар.

Customer Journey - Пълният път, който клиент изминава от първото осъзнаване през покупката и след нея.

D

<!DOCTYPE html> - Декларацията в началото на HTML документ, която казва на браузъра да използва стандартен режим.

Data - Необработени факти и числа, събрани за анализ.

Data Sampling - Анализ на представителна подмножина от данни вместо на пълния набор, което може да намали точността на отчетите.

Dead-End Page - Страница без изходящи връзки, която не оставя на потребителите и роботите накъде да продължат.

Declined Keywords - Ключови думи, за които позициите в класирането на сайт са спаднали за даден период.

Deep Link - Връзка, която води към конкретна вътрешна страница, а не към началната страница на сайт.

Deindexing - Премахване на страници от индекса на търсачка.

Demographics - Статистически характеристики на аудитория, като възраст, пол и местоположение.

Destination Site - Уебсайтът, към който връзка или кампания насочва потребителите.

Digital PR - Спечелване на споменавания на марка и връзки от медии и издания чрез интересни за новините истории.

Direct Traffic - Посещения от потребители, които достигат сайта без източник на препращане, например като въведат URL адреса.

Directory Links - Обратни връзки от онлайн бизнес указатели или веб каталози.

Disallow - Директива в robots.txt, която казва на роботите да не получават достъп до определени пътища.

Disavow - Указване на Google да игнорира определени обратни връзки при оценяването на сайта ви.

Disavow File - Текстов файл, който изброява домейните или URL адресите, които искате Google да игнорира.

Disavow Tool - Инструментът на Google Search Console за подаване на списък с обратни връзки, които Google да игнорира.

Discovered but Not Indexed - Състояние в Search Console, при което Google е намерил URL адрес, но още не го е обходил и индексирал.

Display Ads - Визуални банерни реклами, показвани в уебсайтове чрез рекламни мрежи.

Distance - В локалното SEO - колко далеч е бизнесът от търсещия, ключов локален фактор за класиране. Известно също като Proximity.

DNS (Domain Name System) - Системата, която превежда разбираемите за хора имена на домейни в IP адресите, използвани от сървърите.

Dofollow Link - Обикновена връзка, която предава сигнали за класиране - стандартното състояние, когато никакъв rel атрибут не я ограничава.

DOM (Document Object Model) - Структурираното, съхранявано в паметта представяне на страница от брауъра, което скриптовете могат да четат и променят.

DOM Size - Броят на възлите в DOM на страница, който при прекомерност може да забави изобразяването.

Domain - Разбираемият за хора адрес на уебсайт, като example.com.

Domain Age - Колко дълго е регистриран домейн, което понякога се споменава като второстепенен сигнал за доверие.

Domain Authority (DA) - Собствената метрика на Moz от 0 до 100, която предсказва колко добре е вероятно да се класира домейн.

Domain Name - Регистрираното име, което идентифицира уебсайт, като example.com.

Domain Name Registrar - Компания, акредитирана да регистрира и управлява имена на домейни.

Domain Rating (DR) - Метриката на Ahrefs от 0 до 100, която измерва силата на профила от обратни връзки на домейн.

Domain Structure - Как са организирани домейнът, поддомейните и директориите на сайт.

Doorway Page - Страница с малка стойност, създадена само за да се класира по заявки и да насочва потребителите другаде, в разрез с указанията. Известно също като Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Уеб търсачка с акцент върху поверителността.

Duplicate Content - Идентично или много сходно съдържание, което се появява на повече от един URL адрес.

Dwell Time - Колко дълго потребител остава на страница след клик върху резултат от търсене, преди да се върне към SERP.

Dynamic URL - URL адрес, чието съдържание зависи от параметри на заявката и който често съдържа символи като ? и &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Рамката за качество на Google от указанията за оценители, която добави Experience (опит) към предишното E-A-T.

Ecommerce - Купуването и продаването на стоки или услуги онлайн.

Ecommerce SEO - Оптимизиране на онлайн магазини и техните страници с категории и продукти за органично търсене.

Edge Caching - Съхраняване на кеширано съдържание на сървъри в края на мрежата, близо до потребителите, за по-бързо доставяне.

Edge SEO - Прилагане на SEO промени на ниво CDN или край на мрежата, без промяна на кодовата база на сайта.

Edge SEO Testing - Провеждане на SEO експерименти през слоя на края на мрежата или CDN.

Editorial Link - Обратна връзка, спечелена естествено по заслуги, без да е поискана или платена.

Ego Bait - Съдържание, което ласкае влиятелни хора, за да спечели техните връзки или споделяния.

Email Outreach - Свързване с хора чрез персонализирани имейли, за да предложите съдържание, връзка или партньорство.

Engagement - Степента, в която потребителите взаимодействат с вашето съдържание.

Engagement Metrics - Измервания на взаимодействието на потребителите, като време на страницата, дълбочина на превъртане или кликове.

Engagement Rate - В GA4 - процентът на сесиите, които са били ангажирани сесии.

Enterprise SEO - SEO, извършвано в голям мащаб за сайтове с хиляди страници и сложни организации.

Entities - Отделни, ясно определени неща - хора, места, марки, понятия - които търсачките разпознават и свързват.

Entity Grounding - Закотвяне на съдържание или AI отговор към познат обект, така че значението му да е еднозначно.

Entity-Based SEO - Оптимизиране около ясно определени обекти и връзките между тях, а не само ключови думи.

Entry Page - Първата страница, на която посетител попада по време на сесия.

Estimated Accuracy - Показател на Semrush за това колко надеждна е дадена оценка на трафик или ключова дума.

Estimated Traffic - Приблизителна оценка от SEO инструмент за това колко органичен трафик получава сайт или страница.

ETag - HTTP заглавка, която идентифицира конкретна версия на ресурс, така че да може да се кешира ефективно.

Event Rich Results - Разширени резултати от търсене, които показват детайли за събитие, като дата и място, от структурирани данни.

Evergreen Content - Съдържание, което остава актуално и полезно дълго след публикуването му.

Exact Match Anchor Text - Анкорен текст, който точно съвпада с целевата ключова дума на страницата, към която сочи.

Exact Match Keyword - Ключова дума, насочвана в точната ѝ форма; в Google Ads - тип на съответствие, който задейства реклами само за този термин или близки варианти.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Ранна версия на рамката за качество на съдържанието на Google, преди добавянето на Experience.

External Link / Outbound Link - Връзка от вашата страница, която води към друг уебсайт.

F

Faceted Navigation - Навигация, базирана на филтри, в големи или търговски сайтове, която може да създаде много обходими комбинации от URL адреси.

FAQ Rich Result - Разширен резултат, който показва разгъваеми въпроси и отговори от структурирани данни FAQ.

FAQ Schema - Структурирани данни, които маркират двойки въпрос-отговор; вече Google показва разширени FAQ резултати само за авторитетни сайтове.

Favicon - Малка икона, която представя сайт в разделите на брауъра и до някои резултати от търсене.

Featured Image - Основното представително изображение, зададено на публикация или страница, използвано за миниатюри и споделяне.

Featured Snippet - Открит отговор, показан в горната част на някои резултати от търсене, извлечен от класираща се страница.

Fetch and Render - Проверка как Googlebot извлича и визуално изобразява страница, за да се открият проблеми с обхождането или изобразяването.

Fetch and Render Tool - Остарял инструмент в Search Console, който показваше как Googlebot извлича и изобразява URL адрес.

File Compression - Намалване на размера на файловете за пестене на трафик и по-бързо зареждане на страницата.

First Contentful Paint (FCP) - Метрика за производителност, която отбелязва времето до изобразяването на първия текст или изображение на екрана.

First Link Priority - Идеята, че Google може да отчита само първата връзка към даден URL адрес на страница, игнорирайки следващите дубликати.

Focus Keyword - Единствената основна ключова дума, за която е оптимизирана страница за класиране.

Follow-Up - Последващо съобщение, изпратено след като първоначалният имейл е останал без отговор.

Footer Link - Връзка, поставена в долния колонтитул на сайт, която често се появява на всички страници.

Freshness - Колко наскоро е публикувано или обновено съдържание - фактор за класиране при чувствителни към времето заявки.

FTP (File Transfer Protocol) - Стандартен протокол за прехвърляне на файлове между клиент и сървър.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Текущата версия на Google Analytics, базирана на събития, която замени Universal Analytics през 2023 г.

Gated Content - Съдържание, до което посетител получава достъп само след предоставяне на данните си за контакт.

Gateway Timeout (504) - Състояние HTTP 504, връщано, когато сървър шлюз не получи навременен отговор от сървър нагоре по веригата.

GBP Optimization - Подобряване на профил в Google Business, за да се класира по-добре и да конвертира повече в локалните резултати.

GDPR - Общият регламент за защита на данните на Европейския съюз, който урежда обработката на лични данни.

GEO (Generative Engine Optimization) - Оптимизиране на съдържание така, че да се показва и цитира от генеративните търсачки, базирани на AI.

GEO (Geolocation Optimization) - Оптимизиране на сайт за базирани на местоположение сигнали и таргетиране в локалното търсене.

Geo-Targeting - Показване на съдържание или реклами на потребители въз основа на географското им местоположение.

Geographic Modifiers - Думи за местоположение, добавени към ключова дума, като «водопроводчик Берлин», за насочване към локално намерение.

Google - Най-използваната уеб търсачка в света и компанията, която я управлява.

Google Ads - Платформата на Google за реклама с плащане на клик, по-рано известна като AdWords.

Google Ads Keyword - Ключова дума, насочвана в кампания в Google Ads за задействане на платени реклами.

Google AdSense - Програма на Google, която позволява на издателите да печелят, като показват реклами в сайтовете си.

Google Alerts - Безплатна услуга на Google, която изпраща известия по имейл, когато ново съдържание съответства на избрана заявка.

Google Algorithm - Наборът от системи за класиране, които Google използва, за да подреди резултатите по търсачна заявка. Известно също като Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Промяна в системите за класиране на Google, която може да промени как се класират сайтовете. Известно също като Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Безплатната платформа на Google за измерване на трафика на уебсайт и поведението на потребителите.

Google Analytics Goals - Конверсии, настроени в Universal Analytics; GA4 ги замени с конверсии и ключови събития.

Google Autocomplete - Прогнозите за търсене, които Google предлага, докато потребителят въвежда заявка.

Google Bowling - Опит от типа black-hat да се предизвика наказание за конкурент чрез насочване на нискокачествени връзки към сайта му.

Google Business Profile (GBP) - Безплатен запис на Google, който управлява как бизнес се появява в Търсене и Карти. Известно също като Google My Business.

Google Caffeine - Обновление на инфраструктурата за индексирание от 2010 г., което позволи на Google да индексира съдържание по-бързо и по-свежо.

Google Dance - Жаргонен термин за нестабилността на позициите, през която преминава нов сайт или страница, докато Google определя мястото ѝ.

Google Fred - Обновление на Google от 2017 г., широко свързвано с понижаването на тънко, претрупано с реклами съдържание с малка стойност.

Google Keyword Planner - Инструмент в Google Ads, който предоставя идеи за ключови думи и оценки на обема на търсене.

Google Looker Studio - Безплатен инструмент на Google за изграждане на интерактивни отчети и табла от вашите данни, по-рано Data Studio.

Google Maps - Картографската услуга на Google, централна за локалното откриване и локалното SEO.

Google Mobile-Friendly Test - Инструмент на Google за проверка колко лесно може да се използва страница на мобилни устройства.

Google PageSpeed Insights - Безплатен инструмент на Google, който отчита производителността на страницата и Core Web Vitals със съвети за подобрение.

Google Penalty - Понижаване или премахване, което Google прилага за нарушение на указанията си, особено чрез ръчни действия.

Google Pigeon - Обновление на Google от 2014 г., което подобри релевантността и точността на локалните резултати от търсене.

Google Pirate - Обновление на Google от 2012 г., което понижава сайтове с много валидни жалби за премахване по авторско право (DMCA).

Google Possum - Обновление на Google от 2016 г., което разнообрази локалните резултати въз основа на местоположението на търсещия и филтрирането.

Google Quality Guidelines - Правилата на Google, които определят приемливите практики, вече изразени чрез политиките му за спам и Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Безплатната платформа на Google за наблюдение на индексирането на сайт, ефективността в търсенето и техническите проблеми. Известно също като Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Специални команди като site: или intitle:, които прецизират и филтрират търсенето в Google.

Google Search Text Ads - Текстови платени реклами, които се появяват сред резултатите от търсене в Google.

Google Tag Manager - Безплатен инструмент на Google за внедряване и управление на маркетингови и аналитични тагове без редактиране на код.

Google Top Heavy Update - Обновление на Google от 2012 г., което понижава страници с твърде много реклами над прегъвката.

Google Trends - Безплатен инструмент на Google, който показва относителната популярност на търсачните заявки във времето.

Google Webmaster Guidelines - Предишното име на указанията на Google за уебсайтове, вече Google Search Essentials.

Googlebot - Уеб роботът на Google, който открива и извлича страници за търсачния индекс.

Gray Hat SEO - Тактики между методите white-hat и black-hat, които носят по-голям риск от напълно съответстващото SEO.

Guest Blogging - Писане и публикуване на публикация в друг уебсайт, често за изграждане на авторитет и спечелване на връзки.

Guest Posting - Публикуване на съдържание в чужд сайт, обикновено като тактика за получаване на обратни връзки.

Guestographic - Инфографика, която вие създавате, а друг сайт публикува, обикновено с връзка към вас.

Gzip - Широко използван метод за компресия, който намалява файловете за по-бързото им доставяне.

H

H1 Tag - HTML заглавие от най-високо ниво, обикновено използвано за основното заглавие на страница.

H2 / H3 Tags - Тагове за подзаглавия, които организират разделите на съдържанието под H1.

Hallucination Suppression - Методи, които намаляват склонността на AI модел да генерира неверни или неподкрепени твърдения.

Head Term - Кратка, широка ключова дума с голям обем, противоположност на ключова дума с дълга опашка.

Header Tags - HTML тагове за заглавия от H1 до H6, които структурират съдържанието по важност. Известно също като Heading Tags.

Helpful Content Update - Усилие на Google, стартирано през 2022 г. и по-късно влято в основното класиране, което възнаграждава полезно, ориентирано към хората съдържание.

Hidden Text - Текст, скрит от потребителите, но видим за роботите - манипулативна тактика от типа black-hat.

Hilltop Algorithm - Алгоритъм от началото на 2000-те, който намира авторитетни страници чрез връзки от страници на тематични експерти.

Historical Data - Данни за минала ефективност, използвани за откриване на тенденции и промени във времето.

Hit - Всяка отделна заявка към сървър за файл, като страница, изображение или скрипт. Известно също като Website Hit.

Holistic SEO - Подобряване на всеки аспект на сайт - съдържание, техническа част и UX - вместо изолирани тактики.

Home Page - Основната входна страница на уебсайт, обикновено на кореновия му URL адрес.

Homepage Link - Обратна връзка, която води към началната страница на уебсайт, а не към вътрешна страница.

Host Status - Раздел в Search Console, който отчита дали Google е имал проблеми с обхождането на вашия хост, като robots.txt, DNS или сървърни проблеми.

Hostload - Колко обхождане може да понесе сървър, преди да рискува да се претовари.

HowTo Rich Result - Разширен резултат, който показва инструкции стъпка по стъпка от структурирани данни HowTo, оттогава отменен от Google.

Hreflang - Атрибут, който информира Google за езиковите и регионалните варианти на страница.

Hreflang Attribute - Конкретната маркировка rel-alternate hreflang, която декларира езика и региона на страница.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Заглавка на отговора, която принуждава браузърите да се свързват със сайт само през HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Езикът за маркиране, който структурира съдържанието на уеб страниците.

HTML Sitemap - Разбираема за хора страница, която изброява страниците на сайт, за да помогне на потребителите и роботите в навигацията.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Протоколът, който браузърите и сървърите използват за обмен на уеб данни.

HTTP/2 - Голяма ревизия на HTTP, която ускорява зареждането чрез мултиплексиране на много заявки през една връзка.

HTTP/3 - Най-новата версия на HTTP, работеща върху QUIC за по-ниска латентност и по-надеждни връзки.

HTTPS - Криптираната, защитена версия на HTTP, която защитава данните при пренос чрез TLS.

Hub - Централна страница, която организира и препраща към свързано съдържание по дадена тема.

Hub and Spoke Model - Структура на съдържание с централна страница хъб, която препраща към свързани, по-конкретни страници спици.

Hummingbird - Капиталното обновление на алгоритъма на Google от 2013 г., което измести фокуса към значението и намерението зад заявката. Известно също като Google Hummingbird.

Hydration - Процесът, при който клиентски JavaScript добавя интерактивност към изобразен на сървъра HTML.

I

Image Carousel - SERP елемент, който показва хоризонтално превъртащ се ред от изображения.

Image Compression - Намалване на размера на файловете на изображения за по-бързо зареждане на страницата без разваляне на качеството.

Image Filename - Описателното име на файл на изображение - второстепенен сигнал за SEO на изображения.

Image Pack - SERP елемент, който показва групиран блок от изображения сред резултатите от търсене.

Image SEO - Оптимизиране на изображения, включително име на файла, alt текст и размер, за търсене и производителност.

Image Sitemap - Карта на сайта или нейно разширение, която изброява изображения, за да помогне на търсачките да ги открият.

Image Title - Атрибутът title на изображение, показван като подсказка и с второстепенно значение за SEO.

Impression - Отделен случай на показване на вашата обява или реклама в резултатите от търсене.

Impression Share - В Google Ads - процентът на импресиите, които сте получили, от тези, за които сте отговаряли на условията.

Improved Keywords - Ключови думи, за които позициите в класирането на сайт са се повишили за даден период.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Техника на Next.js, която изгражда наново отделни статични страници при поискване след внедряването на сайта.

Index - Базата данни от страници, които търсачка е съхранила и може да върне в резултатите.

Index Bloat - Когато се индексират твърде много страници с малка стойност, разреждайки общите сигнали за качество на сайта.

Index Coverage Report - Отчетът в Search Console, който показва кои страници са индексирани и защо други не са. Известно също като Page Indexing Report.

Indexability - Дали на страница е позволено и дали тя може да бъде добавена към индекса на търсачка.

Indexation Rate - Делът на страниците на сайт, които действително са индексирани от търсачка.

Indexing - Процесът на анализиране на страница и добавянето ѝ към индекса на търсачка.

IndexNow - Протокол, който позволява на сайтове незабавно да уведомяват участващите търсачки, като Bing и Yandex, за променени URL адреси.

Infographic - Визуално представяне на информация или данни, често създавано за привличане на връзки.

Information Gain - Колко нова, уникална информация добавя страница над това, което вече покриват класиращите се страници.

Informational Query - Търсене, при което потребителят иска да научи или намери информация, а не да купи.

Intent Cluster - Група ключови думи или заявки, които споделят едно и също основно търсачно намерение.

Interaction to Next Paint (INP) - Метрика Core Web Vital, която измерва колко бързо страница реагира на взаимодействия на потребителя; замени FID през 2024 г.

Internal Link - Връзка от една страница към друга страница в същия уебсайт.

Internal Linking - Свързване между страници в същия сайт за подпомагане на навигацията и разпределяне на авторитета.

International SEO - Оптимизиране на сайт за насочване към потребители в множество държави и езици.

IP Address - Числов етикет, който идентифицира устройство или сървър в мрежа.

J

JavaScript (JS) - Езикът за програмиране, който добавя интерактивност и динамично поведение на уеб страниците.

JavaScript SEO - Практиката да се правят сайтове с много JavaScript обходими и индексирани от търсачките.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Препоръчаният от Google формат за добавяне на структурирани данни към страница чрез блок script.

K

Kanban - Визуална дъска, която управлява задачи и работен поток като карти, движещи се през колони.

Keyword - Дума или фраза, която хората въвеждат в търсачките и за която оптимизирате, за да я насочвате.

Keyword (Google Ads) - Термин, за който рекламодател наддава, за да могат да се задействат платени реклами.

Keyword (Not Provided) - Данни за ключови думи, които Google скрива от анализа, обозначени като not provided.

Keyword (Organic) - Термин, за който се стремите да се класирате в неплатени, органични резултати от търсене.

Keyword (Related) - Термин, семантично свързан с основната ви ключова дума, който подкрепя същата тема.

Keyword Analysis - Оценяване на ключови думи по релевантност, обем, трудност и търсачно намерение.

Keyword Cannibalization - Когато множество страници на сайт се конкурират за една и съща ключова дума, отслабвайки позициите си.

Keyword Categorization - Групиране на ключови думи по теми за организиране на стратегията и съдържанието.

Keyword Clustering - Групиране на тясно свързани ключови думи, които една страница може да насочва заедно.

Keyword Competition - Нивото на конкуренция за органично класиране или наддаване в реклами за ключова дума.

Keyword Density - Колко често се появява ключова дума спрямо общия брой думи на страница.

Keyword Difficulty - Метрика на инструмент, която оценява колко трудно би било да се класирате за дадена ключова дума.

Keyword Explorer - Функция на SEO инструмент за откриване на идеи за ключови думи и анализ на метриците им.

Keyword Frequency - Необработеният брой пъти, в които ключова дума се появява в дадено съдържание.

Keyword Funnel - Организиране на ключови думи според етапа от пътя на купувача, който отразяват.

Keyword Overview - Отчет на инструмент, който обобщава ключовите метрики на дума, като обем, трудност и намерение.

Keyword Prominence - Колко видимо и рано се появява ключова дума на страница, например в заглавието или първия абзац.

Keyword Proximity - Колко близо една до друга се появяват целевите ключови думи в текста.

Keyword Ranking - Позицията на страница в резултатите от търсене за конкретна ключова дума. Известно също като Keyword Rank.

Keyword Research - Намиране и анализиране на термините, които аудиторията ви търси, за да насочват съдържанието и SEO.

Keyword Stemming - Свеждане на дума до корена ѝ, така че варианти като run и running да се третират като свързани.

Keyword Stuffing - Претоварване на страница с ключови думи в опит да се манипулира класирането ѝ. Известно също като Keyword Spam.

Knowledge Graph - Базата данни на Google от обекти и връзките между тях, използвана за обогатяване на резултатите. Известно също като Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - SERP блок, който показва ключови факти за обект, извлечени от Knowledge Graph. Известно също като Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Измерима стойност, която проследява напредъка към конкретна цел.

L

Landing Page - Страница, на която посетител попада от кампания, проектирана да насочва към едно действие.

Largest Contentful Paint (LCP) - Метрика Core Web Vital, която измерва времето до изобразяването на най-големия видим елемент на страница.

Last Crawl - Най-скорошната дата, на която търсачка е обходила дадена страница.

Last-Modified - HTTP заглавка, която казва на клиентите кога ресурс е бил последно променен.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Техника за обработка на естествен език, която анализира връзките между документи и термините, които съдържат.

Lazy Loading - Отлагане на зареждането на изображения или ресурси извън екрана, докато не са необходими, за ускоряване на началното зареждане.

Lead - Потенциален клиент, който е проявил интерес, например като е изпратил данните си.

Lead Magnet - Безплатен стимул, като електронна книга, предлаган в замяна на данните за контакт на посетител.

Link Accessibility - Дали връзките могат да бъдат открити и проследени от роботите, а не скрити зад скриптове.

Link Attribution - Сигнализиране на естеството на връзка чрез rel атрибути като nofollow, sponsored или ugc.

Link Authority - Силата и доверието, които страница, която препраща, е способна да предаде.

Link Bait - Съдържание, създадено специално за привличане на голям брой обратни връзки. Известно също като Linkbait.

Link Building - Процесът на придобиване на обратни връзки от други уебсайтове за подобряване на авторитета и класирането.

Link Burst - Внезапен скок в новопридобити обратни връзки за кратък период.

Link Churn - Естественото придобиване и загуба на обратни връзки на сайт във времето.

Link Condom - Стар жаргон за методи, като nofollow, които спират връзка да предава стойност за класиране.

Link Distance - Броят на прескачанията по връзки между надежден изходен сайт и дадена страница.

Link Diversity - Разнообразие в източниците, типовете и анкорите на обратните връзки на сайт.

Link Equity - Стойността за класиране, предавана от една страница към друга чрез връзка.

Link Exchange - Реципрочно споразумение, при което два уебсайта се съгласяват да си препращат един към друг.

Link Farm - Група сайтове, създадени единствено за да се свързват помежду си и да манипулират класирането.

Link Gap - Обратни връзки, които конкурентите имат, а вашият сайт няма.

Link Hoarding - Нежелание да се препраща към други сайтове в опит цялата стойност на връзките да се запази вътрешно.

Link Insert (Niche Edit) - Добавяне на обратна връзка в съществуваща, вече публикувана статия на друг сайт.

Link Intersect - Анализ, който намира сайтове, препращащи към няколко от конкурентите ви, но не и към вас.

Link Juice - Неформален термин за стойността за класиране, която връзка предава на целта си.

Link Neighborhood - Наборът от сайтове, към които препращате и които препращат към вас, което сигнализира за връзките ви.

Link Placement Quality - Колко ценни са позицията на връзка и заобикалящият я контекст на страница.

Link Popularity - Броят и качеството на обратните връзки, които сочат към уебсайт.

Link Profile - Цялостният състав на всички обратни връзки, които сочат към сайт.

Link Prospect - Уебсайт или страница, определени като потенциален източник на обратна връзка.

Link Reclamation - Възстановяване на загубени обратни връзки или превръщане на споменавания на марка без връзка във връзки.

Link Relevancy - Колко тематично свързана е препращащата страница със страницата, към която препраща.

Link Rot - Естествената склонност на връзките да се развалят с времето, когато страниците се местят или изчезват.

Link Scheme - Всяка практика с връзки, целяща манипулиране на класирането, която нарушава указанията на Google.

Link Spam - Нерелевантни или манипулативни връзки, поставени в опит да се повлияе на класирането.

Link Suppression - Когато търсачка обезценява или игнорира връзка, така че тя не предава стойност за класиране.

Link Toxicity - Степента, в която профил от обратни връзки съдържа вредни или спам връзки.

Link Velocity - Темпото, с което сайт придобива или губи обратни връзки във времето.

Link Volume - Общият брой обратни връзки, които сочат към сайт или страница.

Linkable Asset - Високостойностно съдържание, създадено специално за привличане на обратни връзки.

Linked Unstructured Citations - Споменавания на бизнес в съдържание, които включват връзка, но не структуриран запис в указател.

Listicle Placement - Включване на вашата марка в статия във формат на списък на друг уебсайт.

Listing Management - Поддържане на точни, последователни бизнес обяви в множество платформи.

LLM Visibility - Колко често и колко видимо се появява дадена марка в отговорите на големи езикови модели.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Оптимизиране на съдържание и обекти така, че големите езикови модели да показват и цитират марка в отговорите си.

Local Ads - Платени реклами, насочени към локална аудитория, като Local Services Ads на Google.

Local Business Schema - Структурирани данни, които описват локален бизнес, като името, адреса и работното му време, за търсачките.

Local Citation - Всяко онлайн споменаване на името, адреса и телефона на локален бизнес. Известно също като Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Поддържане на името, адреса и телефона на бизнес идентични във всички обяви.

Local Filtering - Когато Google филтрира сходни локални бизнеси, споделящи местоположение или телефон, за да разнообрази резултатите.

Local Finder - Разширеният списък с локални резултати, показван след като потребител премине от Local Pack.

Local Keyword Research - Намиране на търсачни термини, които носят локално намерение за района на бизнес.

Local Listings - Профилите на бизнес в указатели, карти и платформи за отзиви.

Local Pack - SERP елемент, който показва карта и кратък списък с локални бизнеси за локална заявка.

Local Query - Търсене с локално намерение, което обикновено търси близки бизнеси, продукти или услуги.

Local Ranking Factors - Сигналите - главно релевантност, разстояние и известност, - които определят локалните класирания.

Local Search - Търсения за бизнеси, продукти или услуги близо до конкретно местоположение.

Local Search Grid - Изглед на инструмент, който показва как бизнес се класира в географска мрежа от точки.

Local Search Marketing - Практиката на подобряване на видимостта на локален бизнес в локалното търсене.

Local Search Marketing Services - Агентски услуги, които подобряват присъствието на бизнес в локалните резултати от търсене.

Local SEO - Оптимизиране на сайт и обяви за класиране по базирани на местоположение търсения и резултати от карти.

Local Teaser - Компактен локален SERP блок, който показва преглед на близки бизнеси за базирана на местоположение заявка.

Log File Analysis - Преглеждане на сървърни логове, за да се види как роботите на търсачките и потребителите действително достигат сайт.

Long-Tail Keyword - По-дълга, по-конкретна търсачна заявка с по-малък обем, но по-ясно намерение.

Lost Link - Обратна връзка, която е съществувала преди, но вече не присъства.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Често погрешно название за семантично свързани термини; истинското латентно семантично индексирание не е начинът, по който Google класира.

M

<meta name="viewport"> - Meta таг, който контролира как страница се мащабира и подрежда на мобилни устройства.

Main Thread Blocking - Когато дълги JavaScript задачи заемат главната нишка на браузъра и вредят на отзивчивостта.

Manual Action - Понижаване или премахване, приложено от човек рецензент за нарушение на указанията на Google. Известно също като Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Инструмент, който проследява локалните класирания на бизнес на различни места по картата.

Map Spam - Манипулиране на локалните резултати от карти с фалшиви или претъпкани с ключови думи бизнес обяви.

Market Consolidation - Степента, в която малък брой домейни улавят по-голямата част от търсачния трафик на пазар.

Market-Level Indexing - Организиране на данни за индекс или видимост на нивото на цял пазар или държава.

Match Score - Метрика на инструмент, която оценява колко точно резултат съответства на заявка или набор ключови думи.

Merchant Listings - Разширени резултати, които показват детайли за продукт, като цена и наличност, от структурирани данни.

Meta Description - HTML резюмето на страница, което често се появява под заглавието ѝ в резултатите от търсене.

Meta Keywords - Остарял meta таг за изброяване на ключови думи, който Google игнорира за класиране.

Meta Refresh - Код, който пренасочва браузъра към друг URL адрес след зададено забавяне. Известно също като Meta Redirect.

Meta Robots Tag - HTML таг, който инструктира търсачките как да обхождат и индексират страница.

Meta Tags - Фрагменти в HTML заглавната част, които дават на търсачките информация за страница.

Metric - Количествено измерим показател, използван за проследяване и оценяване на ефективността.

Microdata - Вграден HTML метод за добавяне на структурирани данни чрез атрибути на елементи.

Minification - Премахване на ненужни символи от кода за смалване на размера на файла и ускоряване на зареждането.

Mobile Optimization - Адаптиране на уебсайт така, че да работи и да се показва добре на мобилни устройства.

Mobile Usability - Колко лесно посетителите могат да използват страница и да взаимодействат с нея на мобилни устройства.

Mobile-First Indexing - Практиката на Google да използва мобилната версия на сайт за индексирание и класиране.

Mobile-Friendly Website - Сайт, който се показва и функционира добре на мобилни устройства.

Model Confidence - Колко сигурен е AI модел относно конкретно предсказание или генериран отговор.

Money Page - Страница, която директно генерира приходи, като страница на продукт или продажба.

Morningscore - SEO инструмент, който геймифицира проследяването на класирания, връзки и задачи по оптимизация.

MozBar - Безплатното разширение за браузър на Moz, което показва SEO метрики като domain и page authority.

Multi-Domain Strategy - Използване на няколко домейна, например по регион или марка, като част от SEO подход.

MUM (Multitask Unified Model) - AI модел на Google, който разбира и генерира език в различни формати и на много езици.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Основните данни за контакт на бизнес, използвани последователно в локалните SEO цитирания.

NAP Consistency - Поддържане на името, адреса и телефона на бизнес идентични във всяка обява.

Natural Language Understanding (NLU) - Клон на NLP, фокусиран върху схващането на значението, намерението и нюанса зад езика.

Natural Link - Връзка, дадена редакторски по заслуги, без да е поискана или платена.

Navigation - Системата от менюта и връзки, която помага на потребителите да се движат из уебсайт. Известно също като Website Navigation.

Navigational Query - Търсене, при което потребителят се опитва да достигне конкретен уебсайт или страница.

Negative Keywords - Термини, които изключват в платени кампании, за да избегнете показване на реклами за нерелевантни търсения.

Negative SEO - Злонамерени тактики, целящи да навредят на търсачните класирания на конкурент.

News Box - SERP елемент, който извежда скорошни, релевантни новинарски статии, често обозначен Топ новини.

Niche - Конкретен, фокусиран сегмент от по-широк пазар или тема.

NLP (Natural Language Processing) - Областта, която позволява на компютрите да обработват, анализират и разбират човешкия език.

Nofollow Link - Връзка, която моли търсачките да не предават сигнали за класиране на целта ѝ. Известно също като rel="nofollow".

Noindex - Директива, която казва на търсачките да не включват страница в индекса си.

Noopener and Noreferrer - Rel атрибути, добавяни към връзки, които се отварят в нов раздел, за сигурност и поверителност. Известно също като rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Броят на страниците, които търсачка отчита като съответстващи на дадена заявка.

O

Off-Page SEO - Дейности извън вашия сайт, главно изграждане на връзки, които градят авторитет и доверие.

On-Page SEO - Оптимизиране на собственото съдържание и HTML на страница, така че да се класира по-високо в търсенето.

Online Directories - Уебсайтове, които изброяват бизнеси, често служещи като източник на локални цитирания.

Online Review Management - Наблюдение, отговаряне и насърчаване на отзиви на клиенти в различни платформи. Известно също като Review Management.

Online Reviews - Оценки и обратна връзка от клиенти за бизнес, публикувани онлайн. Известно също като Reviews.

Online Visibility - Колко лесно дадена марка може да бъде намерена в търсачките и в по-широката мрежа.

Open Graph - Meta тагове, които контролират как URL адрес се показва, когато се споделя в социални платформи. Известно също като Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Изричното съгласие на потребител да получава съобщения или да бъде проследяван.

Opt-Out - Изборът на потребител да откаже съобщения или проследяване, които иначе би получавал.

Organic Search Results - Неплатени резултати, класирани по релевантност, а не по реклама.

Organic Traffic - Посетители, които достигат сайт от неплатени резултати от търсене.

Origin Server - Сървърът, който държи оригиналното съдържание на сайт, разположен зад евентуален CDN.

ORM (Online Reputation Management) - Управление и подобряване на това как дадена марка се възприема в резултатите от търсене и в мрежата. Известно също като Reputation Management.

Orphan Page - Страница, към която не сочат вътрешни връзки от останалата част на сайта.

Out of Stock Handling - Как сайт за електронна търговия третира страниците на продукти, които в момента не са налични.

Outreach - Свързване с хора или сайтове за изграждане на взаимоотношения и спечелване на връзки или отразяване.

Over-Optimization - Прилагане на SEO тактики толкова агресивно, че това дава обратен ефект и вреди на класирането.

P

Page Authority (PA) - Оценката на Moz от 0 до 100, която предсказва колко силно може да се класира отделна страница.

Page Experience - Наборът сигнали на Google, които отразяват как потребителите възприемат изживяването на страница, включително Core Web Vitals.

Page Speed - Колко бързо уеб страница се зарежда и става използвана за посетителите.

Page Title - Елементът title на страница, показван като кликаемото заглавие в резултатите от търсене.

Page View - Отделен случай на зареждане и преглед на страница. Известно също като Pageview.

PageRank (PR) - Основополагащият алгоритъм на Google, който оценява важността на страница по количеството и качеството на връзките към нея.

Pages per Session - Средният брой страници, които посетител преглежда по време на една сесия.

Pagination - Разделяне на съдържание на номерирани страници и свързването им за навигация.

Paid Link - Обратна връзка, която се придобива чрез плащане.

Paid Search Engine Result - Рекламна обява, показана в резултатите от търсене, защото рекламодател е платил за позиционирането.

Paid Traffic - Посетители, които достигат сайт чрез платена реклама.

Panda - Обновление на Google, което се насочва към тънко, нискокачествено съдържание, вече част от основния алгоритъм. Известно също като Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Анкорен текст, който съдържа част от целевата ключова дума заедно с други думи.

Partial Match Penalty - Ръчно действие или понижаване, което засяга само някои страници или ключови думи, а не целия сайт.

Passage Indexing - Способността на Google да класира отделен релевантен пасаж в рамките на страница, не само страницата като цяло.

Passage Retrieval - Извличане на най-релевантния пасаж от документи за отговор на заявка.

Passage Weighting - Придаване на различна важност на отделни пасажии при класиране на страница.

PBN (Private Blog Network) - Мрежа от сайтове, изградени единствено за насочване на връзки към целеви сайт - нарушение на указанията.

Penguin - Обновление на Google, което се насочва към манипулативни връзки и спам, вече част от основния алгоритъм. Известно също като Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - SERP елемент, който показва разгъваеми въпроси, свързани със заявката на потребителя.

People Also Ask Boxes - Отделните разгъваеми блокове с въпрос и отговор в рамките на елемента People Also Ask.

Persona - Измислен профил, който представя сегмент от целевата ви аудитория.

Personalization - Приспособяване на съдържание или резултати от търсене към контекста и историята на отделен потребител.

Pillar Page - Широка, изчерпателна страница, която закотвя тематичен клъстер и препраща към свързани подстраници.

Pitch - Съобщението, в което предлагате своето съдържание, връзка или идея на потенциален партньор.

Pogo-Sticking - Когато потребител кликне върху резултат и след това бързо се връща към SERP, за да избере друг.

Poison Words - Думи, за които някога се е смятало, че задействат спам филтри или задържат класирането на страница.

Position - Конкретното място, което резултат заема на страницата с резултати от търсене.

PPA (Pay Per Action) - Рекламен модел, при който плащате само когато настъпи определено действие, като регистрация.

PPC (Pay Per Click) - Рекламен модел, при който плащате всеки път, когато някой кликне върху рекламната ви.

Precision - При извличането на информация - делът на върнатите резултати, които действително са релевантни.

Price Competitiveness - Как цената на продукт се сравнява с тази на конкурентите - важно в резултатите за пазаруване и продукти.

Primary Category - Основната категория, присвоена на бизнес профил или продукт, която оформя релевантността.

Primary Keyword - Единствената основна ключова дума, за която е изградена и оптимизирана страница за класиране.

Product Grid SEO - Оптимизиране на страниците с решетка от продукти и категории в електронната търговия за видимост в органичното търсене.

Product Schema - Структурирани данни, които описват продукт, като цената, наличността и оценките му.

Programmatic SEO - Генериране на много страници в мащаб от данни и шаблони за насочване към големи набори от сходни заявки.

Programming Language - Формален език, използван за писане на инструкции, които софтуерът изпълнява.

Progressive Web Apps (PWA) - Уеб приложения, които се държат като нативни приложения, с функции като офлайн използване и възможност за инсталиране.

Prominence - В локалното SEO - колко известен и утвърден е бизнес, локален фактор за класиране.

Prompt Bank - Запазена колекция от многократно използвани промптове за AI инструменти.

Prospecting - Идентифициране на потенциални цели за връзки, партньорства или клиенти, към които да се обърнете.

Protocol - Набор от правила, който управлява как се обменят данни, като HTTP или HTTPS.

Public Relations - Управление на това как организация се възприема от обществото и медиите.

Pull Channel - Маркетингов канал, при който клиентите идват при вас, като органичното търсене.

Pull Marketing - Привличане на клиенти чрез това да бъдете намерени, когато те активно търсят решения.

Purchase Conversion - Конверсия, при която посетителят завършва покупка.

Purchased Link - Връзка, купена за повлияване на класирането, което нарушава указанията, освен ако не е оповестена и nofollow.

Push Channel - Канал, при който изтласквате съобщения към аудитория, като display реклами или имейл.

Push Marketing - Проактивно доставяне на съобщения до аудитория, която не ги е търсила активно.

Q

Qualified Lead - Потенциален клиент, който отговаря на критерии, показващи реален потенциал за продажба.

Qualified Traffic - Посетители, които съответстват на целевата ви аудитория и е по-вероятно да конвертират.

Quality Content - Съдържание, което е полезно, точно и наистина задоволява намерението на потребителя.

Quality Score - Оценката на Google Ads за качеството на ключова дума, реклама и целева страница, която влияе на цената и позицията на рекламата.

Query Deserves Diversity (QDD) - Концепция, която предпочита разнообразна смесица от резултати за нееднозначни заявки с множество значения.

Query Deserves Freshness (QDF) - Концепция на Google, която предпочита по-свежо съдържание за заявки, показващи скок в интереса.

QUIC - Модерен транспортен протокол, използван от HTTP/3, който намалява латентността чрез работа върху UDP.

R

Rank Distribution - Как ключовите думи на сайт са разпределени в диапазона от позиции в класирането.

Rank Tracking - Наблюдение как позициите на ключовите думи на сайт се променят във времето.

RankBrain - Системата за машинно обучение на Google, която помага за тълкуване на нови и нееднозначни търсачни заявки. Известно също като Google RankBrain.

Ranking - Позицията, която страница заема в резултатите от търсене за заявка.

Ranking Factor - Сигнал, който търсачка използва, за да реши реда на резултатите си.

Readability Score - Метрика, която оценява колко лесен за четене е даден текст.

Reciprocal Link - Споразумение, при което два уебсайта си препращат един към друг.

Reconsideration Request - Заявка, която моли Google да прегледа сайт, след като ръчно действие е било отстранено.

Redirect - Начин за автоматично изпращане на потребители и роботи от един URL адрес към друг.

Redirect Chain - Последователност от множество пренасочвания, през които заявка преминава преди крайния URL адрес.

Redirected Link - Връзка, която преминава през едно или повече пренасочвания, преди да достигне крайния си URL адрес.

Referral Traffic - Посетители, които достигат сайта ви чрез връзки от други уебсайтове.

Referring Domain - Уникален домейн, който препраща към сайта ви поне веднъж.

Regex (Regular Expressions) - Текстови шаблони, използвани за съпоставяне на низове, полезни във филтри, одити и Search Console.

Regional Keywords - Ключови думи, обвързани с конкретен регион или локал.

Reinclusion - Връщане на сайт или страниците му в индекса след премахване или наказание.

Related Searches - Предложения за заявки, свързани с вашето търсене, показани в долната част на страницата с резултати.

Relative URL - URL адрес, написан спрямо текущата страница, който пропуска протокола и домейна.

Relevance - Колко добре страница или бизнес съответства на заявката на търсеция - основен фактор за класиране.

Render-Blocking Scripts - Скриптове, които трябва да се заредят и изпълнят, преди браузърът да може да изобрази видимото съдържание.

Rendering - Процесът на превръщане на кода на страница във визуалното оформление, което потребителят вижда.

Rendering Delay - Закъснението между заявка и момента, в който съдържанието на страница е напълно изобразено.

Resource Hints - HTML подсказки като preload, preconnect и dns-prefetch, които ускоряват зареждането на ресурси.

Resource Pages - Подбрани страници, които събират и препращат към полезни ресурси по дадена тема.

Responsive Design - Подход към дизайна, при който оформлението на страница се адаптира плавно към всеки размер екран.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - AI подход, който извлича релевантни документи и ги използва, за да обоснове генериран отговор.

Review Sentiment - Цялостният положителен или отрицателен тон, изразен в отзивите за бизнес.

Review Velocity - Темпото, с което бизнес придобива нови отзиви във времето.

Rich Snippet - Резултат от търсене, обогатен с допълнителна информация, извлечена от структурираните данни на страница.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Robots директиви, които контролират как страница може да се появи в резултатите, включително дължина на откъса, визуализации на изображения и кеширане.

Robots.txt - Файл, който казва на роботите до кои части на сайт могат или не могат да получат достъп.

ROI (Return on Investment) - Мярка за печалбата, реализирана спрямо разходите за инвестиция.

Root Domain - Регистрираният домейн от най-високо ниво без никакъв префикс на поддомейн.

S

SaaS (Software as a Service) - Софтуер, доставян през интернет на абонаментна основа, вместо да се инсталира локално.

SAM (Serviceable Available Market) - Частта от целия пазар, която бизнес може реалистично да обслужва.

sameAs - Свойство на schema, което свързва обект с официалните му профили и URL адреси.

Schema Markup - Речник от структурирани данни, добавян към страници за активиране на разширени резултати.

Schema.org - Съвместният речник, който стандартизира структурираните данни в търсачките.

Scraped Content - Съдържание, копирано от други уебсайтове без разрешение или добавена стойност.

Scraping (Web Scraping) - Автоматично извличане на данни или съдържание от уебсайтове чрез софтуер.

Screaming Frog - Десктоп робот, широко използван за технически SEO одити.

Scroll Depth - Колко надолу по страница превъртат посетителите, преди да си тръгнат.

Scrum Board - Визуална дъска, която проследява задачи и напредък в рамките на работен поток Scrum.

Search Demand Curve - Разпределението на търсачното търсене от термини с голям обем до дългата опашка.

Search Engine - Софтуер, който намира, индексира и класира уеб страници в отговор на заявки на потребители.

Search Engine Advertising - Плащане за показване на реклами в рамките на резултатите на търсачка.

Search Engine Poisoning - Манипулиране на резултатите така, че за заявки да изплуват злонамерени или подвеждащи страници.

Search Engine Rank - Позицията, която страница заема в рамките на резултатите на търсачка.

Search Engine Results Page (SERP) - Страницата с резултати, която търсачка връща за дадена заявка.

Search Generative Experience Visibility - Колко често и колко видимо марка се появява в рамките на генерирани от AI търсачни отговори.

Search Intent - Основната цел, която потребител има, когато въвежда търсачна заявка.

Search Quality Rater Guidelines - Публичното ръководство на Google, което насочва човешките оценители при оценяване на качеството на резултатите и E-E-A-T.

Search Query - Думите, които потребител въвежда в търсачка, за да намери нещо. Известно също като Query, Search Term.

Search Result Snippet - Заглавието, URL адресът и описанието, показани за отделен резултат в SERP.

Search Results - Обявите, които търсачка връща в отговор на заявка. Известно също като Results.

Search Traffic - Посетители, които достигат сайт чрез търсачки.

Search Visibility - Метрика, която оценява колко видим е сайт за ключовите думи, по които се класира.

Search Volume - Колко пъти ключова дума се търси в рамките на даден период. Известно също като Volume.

Seasonal Trends - Предсказуеми покачвания и спадове в търсачното търсене през годината.

Secondary Keywords - Поддържащи ключови думи, които страница насочва заедно с основната си ключова дума.

Seed Keywords - Първоначалните основни термини, използвани за започване на проучване на ключови думи.

SEM (Search Engine Marketing) - Маркетинг, който увеличава видимостта в търсачките, често чрез платени реклами.

Semantic Completeness - Колко пълно страница покрива понятията и подтемите, свързани с предмета ѝ.

Semantic Core - Пълният набор от ключови думи, който определя тематичния обхват на сайт.

Semantic Search - Търсене, което тълкува значението и намерението зад заявка, а не само ключовите думи.

Semantic Similarity - Колко близки по значение са две части от текст или термини.

Semrush - Популярен всеобхватен софтуерен пакет за SEO и дигитален маркетинг.

Semrush Rank - Класирането на домейни от Semrush по оценените им органичен търсачен трафик.

Sentiment - Емоционалният тон, положителен или отрицателен, изразен за марка или тема.

Sentiment Analysis - Използване на обработка на естествен език за определяне на настроението, изразено в текст.

SEO (Search Engine Optimization) - Практиката на подобряване на уебсайт, така че да се класира по-високо в органичните резултати от търсене.

SEO Audit - Цялостен преглед на здравето, проблемите и възможностите на SEO на сайт.

SEO Benchmarking - Измерване на SEO ефективността спрямо конкуренти или спрямо минали резултати.

SEO Briefing - Документ, който насочва авторите как да оптимизират дадено съдържание.

SEO Checklist - Списък със задачи, използван, за да се гарантира, че страница или сайт са правилно оптимизирани.

SEO Consultant - Експерт, който съветва бизнеси за подобряване на търсачната им ефективност.

SEO Emojis - Използване на емоджита в заглавия или meta тагове за привличане на внимание, макар Google често да ги премахва от откъсите.

SEO Podcast - Аудио предаване, посветено на теми за оптимизация за търсачки.

SEO Service - Професионална услуга, насочена към подобряване на SEO резултатите на клиент.

SEO Silo - Групиране на свързано съдържание в тясно тематични раздели за изграждане на тематична релевантност.

SEO Tips - Практически препоръки за подобряване на търсачната ефективност на сайт.

SEO URL - Чист, описателен, удобен за ключови думи URL адрес, проектиран да подпомага търсенето и потребителите.

SEO vs. SEM - Сравнението между органичната оптимизация (SEO) и платения търсачен маркетинг (SEM).

SEOnaut - Закачлив прякор за специалист по SEO.

SERP Feature - Всеки нестандартен резултат в SERP, като snippet, image pack или local pack.

SERP Real Estate - Количеството визуално пространство, което обявите ви заемат на страница с резултати.

SERP Shaker - Термин за значителна, широкообхватна промяна в класиранията на търсачките.

SERP Source - Уебсайтът, от който произхожда определен резултат от търсене.

SERP Volatility - Степента на колебание в класиранията в резултатите от търсене във времето.

Server-Side Rendering (SSR) - Генериране на HTML на страница на сървъра, преди да бъде изпратен на брауъра.

Service Area Business (SAB) - Бизнес, който обслужва клиенти на техните места, а не от физически магазин.

SGE (Search Generative Experience) - Експериментът на Google, който показваше генерирани от AI отговори над резултатите и се разви в AI Overviews.

Shopify - Широко използвана хоствана платформа за електронна търговия за изграждане на онлайн магазини.

Shopping Grid - Решетка от обяви на продукти, показвана в рамките на резултатите от търсене за пазаруване.

Short-Tail Keywords - Кратки, широки ключови думи с голям обем, които носят неясно намерение.

Site Architecture - Как страниците на уебсайт са структурирани, организирани и взаимно свързани.

Site Audit - Автоматизирано обхождане, което идентифицира технически и on-page SEO проблеми.

Site Speed - Колко бързо страниците на уебсайт се зареждат като цяло за посетителите му.

Sitelinks - Допълнителни връзки към подстраници, показвани под основен резултат за подпомагане на навигацията. Известно също като Google Sitelinks.

Sitemap - Файл, който изброява URL адресите на сайт, за да помогне на търсачките да ги открият и обхождат.

Sitemap Index - Файл, който препраща към множество карти на сайта, използван за много големи уебсайтове.

Sitewide Backlink - Обратна връзка, която се появява на всяка страница на препращащия уебсайт.

Sitewide Link - Връзка, повтаряна на всички страници на сайт, често поставена в заглавна част или долен колонтитул.

Skyscraper Technique - Намиране на популярно съдържание, създаване на нещо по-добро и спечелване на връзките, които то е привлякло.

SMM (Social Media Marketing) - Маркетинг на марка и нейното съдържание чрез платформи на социалните медии.

SMO (Social Media Optimization) - Оптимизиране на съдържание и профили за разрастване на обхвата и ангажираността в социалните платформи.

Social Signals - Ангажираност в социалните медии, като харесвания и споделяния, понякога свързвана с видимостта.

Social Syndication - Повторно публикуване на съдържание в социалните канали за разширяване на обхвата му.

Social Traffic - Посетители, които достигат сайт от платформи на социалните медии.

Soft 404 - Страница, която връща код на състояние за успех, но показва на потребителите съобщение за ненамерено.

Source Attribution - Идентифициране и признаване на оригиналния източник на съдържание, данни или посещение.

SOV (Share of Voice) - Делът на вашата марка от общата търсачна видимост за набор ключови думи в сравнение с конкурентите.

Spam - Нерелевантно, манипулативно или нискокачествено съдържание, създадено за измама на търсачните системи.

Spam Classifier - Система, която автоматично открива и маркира спам съдържание или връзки.

Spam Score - Метриката на Moz, която оценява вероятността сайт да е спам или санкциониран.

Spam Signals - Характеристики на страница или сайт, които подсказват, че може да е спам.

Spamdexing - Манипулиране на индекса и класиранията на търсачка чрез спам техники. Известно също като Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Манипулативни SEO методи, които нарушават указанията на търсачките.

Splash Page - Уводна страница, показвана преди основния сайт, често промоционална.

Sponsored Link - Връзка, маркирана като платена или спонсорирана чрез rel атрибута, както изискват указанията. Известно също като rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Ясно маркиране на платени връзки и съдържание като спонсорирани, както изискват указанията.

Srcset - HTML атрибут на изображение, който предлага множество източници на изображение за responsive зареждане.

SSL Certificate - Цифров сертификат, който позволява криптирани HTTPS връзки, днес технически чрез TLS.

Static URL - URL адрес, който остава постоянен и не съдържа динамични параметри на заявката.

Status Code - HTTP кодът, който сървър връща, за да укаже резултата от заявка.

Stop Words - Чести думи като the, and или of, които търсачките често игнорират.

Structured Data - Стандартизирана маркировка, която описва съдържанието на страница, за да могат търсачките да го разберат.

Subdirectory - Папка, вложена в URL структурата на сайт, еквивалентна на подпапка.

Subdomain - Префикс на домейн, който образува отделна секция, като blog.example.com.

Subfolder - Директория в път на URL адрес, като example.com/blog.

Submission - Действието на подаване на сайт или URL адрес към търсачки или указатели.

SXO (Search Experience Optimization) - Комбиниране на SEO с потребителско изживяване, така че страница да задоволява потребителите, а не само класиранията.

T

TAM (Total Addressable Market) - Цялата възможност за приходи, налична за продукт или услуга.

Taxonomy - Системата от категории и тагове, използвана за организиране на съдържанието на сайт.

Taxonomy SEO - Оптимизиране на страници с категории, тагове и друга таксономия за търсене.

Technical SEO - Оптимизиране на обхождането, индексирането и основната инфраструктура на сайт.

The Fold - Линията на страница, под която съдържанието изисква превъртане, за да бъде видно.

Thin Content - Страници, които предлагат малко или никаква добавена стойност за потребителите.

Three-Way Link Exchange - Споразумение, при което сайт А препраща към В, В препраща към С, а С препраща обратно към А, за да се скрие реципрочността.

Thumbnails - Малки преглеждащи изображения, като тези, показвани за видеа в резултатите от търсене.

Tiered Link Building - Изграждане на връзки към съществуващите ви обратни връзки на нива, за да се усили силата им.

Time on Page - Средното време, което посетителите прекарват на отделна страница.

Time to First Byte (TTFB) - Времето от заявка до получаване на първия байт от отговора на сървъра.

Title Tag Optimization - Изработване на елемента title на страница за подобряване на релевантността и честотата на кликовете.

TLD (Top-Level Domain) - Разширението на домейн след последната точка, като .com, .org или .pl.

TLS (Transport Layer Security) - Протоколът, който криптира данни между клиент и сървър - наследникът на SSL.

Top Stories - Новинарски SERP елемент, който извежда навременни, релевантни статии за заявка.

Topic Cluster - Група свързани страници, организирани около централна страница стълб.

Topic Efficiency - Колко ефективно сайт улавя трафик за тема спрямо вложеното съдържание.

Topical Authority - Възприеманата експертиза и дълбочина на сайт в цяла предметна област.

Topical Coverage - Колко всеобхватно сайт разглежда всички аспекти на тема.

Topical Relevance - Колко тясно дадено съдържание е свързано с дадена тема.

Total Blocking Time (TBT) - Лабораторна метрика, която сумира времето, през което главната нишка е била блокирана, отразявайки интерактивността.

Toxic Backlinks - Вредни или спам връзки, които могат да навредят на класиранията на сайт.

Tracking Code - Фрагмент код, поставен на сайт за събиране на данни за анализ или конверсии.

Traffic - Общият брой посетители, които уебсайт получава.

Traffic % - Делът от общия трафик, който се пада на ключова дума, страница или канал.

Traffic Cost - Оценената цена за получаване на органичния ви трафик чрез платени реклами вместо това.

Traffic Potential - Общият органичен трафик, който тема или ключова дума би могла реалистично да донесе.

Transactional Query - Търсене, което сигнализира намерение за покупка или завършване на конкретно действие.

Trend - Общата посока, в която нещо, като търсачния интерес, се движи.

Trust Dampening - Обезценяване на стойността за класиране, предавана от връзки, идващи от източници с ниско доверие.

Trust Flow - Метриката на Majestic, която оценява качеството на връзките на сайт въз основа на това колко надеждни са източниците му.

TrustRank - Алгоритъм, който отделя полезните страници от спама, като започва от надеждни изходни сайтове.

Twitter Cards - Meta тагове, които контролират как URL адрес се показва, когато се споделя в Twitter, вече X.

U

UGC Link Attribute - Стойност на rel, която маркира връзки, появяващи се в съдържание, генерирано от потребители. Известно също като rel="ugc".

Unique Visit - Посещение, отчетено само веднъж на отделен посетител в рамките на даден период.

Universal Analytics (UA) - Предишната платформа за анализ на Google, заменена от GA4 през 2023 г.

Universal Search - Смесване на различни типове резултати, като изображения, новини и видео, в един SERP.

Unlinked Mention - Споменаване на вашата марка в съдържание, което не включва връзка.

Unnatural Link - Връзка, създадена за манипулиране на класиранията, а не спечелена редакторски.

URL (Uniform Resource Locator) - Уеб адресът, който сочи към конкретен ресурс онлайн.

URL Folder - Сегмент директория в пътя на URL адрес.

URL Parameter - Двойка ключ-стойност, добавена към URL адрес след въпросителен знак за предаване на данни.

URL Rating (UR) - Оценката на Ahrefs от 0 до 100 за силата на профила от обратни връзки на страница.

URL Slug - Четимата част от URL адрес, която идентифицира конкретна страница. Известно също като Slug.

URL Structure - Как URL адресите на сайт са организирани и форматирани в целия сайт.

Usability - Колко лесен и интуитивен е уебсайт за използване от посетителите.

User Engagement - Колко активно потребителите взаимодействат с уебсайт или съдържанието му.

User Experience (UX) - Цялостното качество на взаимодействието на човек с уебсайт или продукт.

User Intent - Целта, която потребител се опитва да постигне, когато извършва търсене.

User Interface (UI) - Визуалните елементи и контроли, чрез които потребител взаимодейства с продукт.

User-agent - Низ, който идентифицира браузъра или робота, който прави заявка към сървър.

User-Friendly - Проектиран да бъде лесен, ясен и приятен за използване от хората.

UTM Code - Таг, добавен към URL адрес за проследяване на ефективността на кампания в анализа.

UTM Parameters - Отделните тагове ключ-стойност в рамките на URL адрес на кампания, маркиран с UTM.

V

Variant Indexing - Как търсачките обработват индексирането на множество варианти на продукт или страница.

Vary Header - HTTP заглавка, която казва на кешовете как отговор се различава според заглавките на заявката.

Vector Search - Търсене, което съпоставя съдържание по семантично сходство чрез vector embeddings.

Vertical Search - Търсене, ограничено до конкретна категория съдържание, като изображения или обяви за работа.

Vertical Search Engine - Търсачка, фокусирана върху една тема или тип съдържание.

Video Carousel - SERP елемент, който показва хоризонтално превъртащ се ред от видеа.

Video Optimization - Оптимизиране на видео съдържание, така че да се представя добре в търсенето и да ангажира зрителите.

Viewport - Видимата област на уеб страница в рамките на екрана на устройство.

Viral Content - Съдържание, което се разпространява бързо и широко чрез споделяне.

Visibility - Колко видимо уебсайт се появява в резултатите от търсене.

Visibility Score - Метрика, която оценява цялостната видимост на сайт в търсенето.

Visit (Session) - Една сесия на разглеждане, която потребител има на уебсайт.

Voice Search - Търсене чрез изговаряне на заявка на глас към устройство или асистент.

Voice Search SEO - Оптимизиране на съдържание, така че да може да бъде изведено чрез заявки за гласово търсене.

Volatility - Степента на колебание в търсачните класирания във времето.

W

Warm Cache - Кеш, вече запълнен с данни, така че заявките се обслужват бързо.

Web Architecture - Структурният дизайн на това как уеб системи, сървъри и страници се свързват.

Web Stories - Докосваеми, цял екран визуални истории, които могат да се появят в рамките на търсенето в Google.

Webpage - Отделен документ в мрежата, достъпен на собствения си URL адрес.

Website - Колекция от свързани уеб страници, публикувани под един домейн.

Website Architecture - Как страниците и секциите на уебсайт са структурирани и свързани.

Website Quality - Цялостното ниво на съдържанието, потребителското изживяване и надеждността на сайт.

Website Structure - Организацията и йерархията на страниците в рамките на уебсайт.

White Hat SEO - Етични SEO практики, които следват указанията на търсачките.

WordPress - Най-широко използваната система за управление на съдържание за изграждане на уебсайтове.

WPO (Website Performance Optimization) - Подобряване на скоростта на зареждане и цялостната производителност на уебсайт.

X

X-Robots-Tag - HTTP заглавка, която контролира индексирането и обхождането за всеки тип файл.

XML (Extensible Markup Language) - Гъвкав език за маркиране, използван за съхраняване и пренасяне на структурирани данни.

XML Sitemap - Машинночетим файл, който изброява URL адресите на сайт за търсачките. Известно също като Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Дълголетен уеб портал и търсачка, чиито резултати се захранват от Bing.

Yandex - Водещата търсачка в Русия.

YMYL (Your Money or Your Life) - Страници, които могат да засегнат здравето, финансите или безопасността, държани от Google към по-високи стандарти за качество.

Yoast SEO - Популярна SEO добавка за WordPress.

Z

Zero-Click Search - Търсене, на което се отговаря директно на страницата с резултати, без клик към сайт.

Zombie Pages - Страници с малка стойност, които не носят трафик и могат да разреждат цялостното качество на сайт.