

SEO slovník

DiagnoSEO - jasné, ověřené definice SEO pojmů.

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 - Tradiční, jednoduchý seznam deseti organických výsledků z doby před vznikem bohatších funkcí SERP.

10x Content - Obsah vytvořený tak, aby byl výrazně lepší než cokoli, co se aktuálně umísťuje pro dané téma.

200 OK - Stavový kód HTTP, který značí, že požadavek byl úspěšný.

2xx Status Codes - Rodina stavových kódů HTTP, které signalizují úspěšný požadavek.

301 Redirect - Trvalé přesměrování, které přenáší většinu signálů pozice na novou URL.

302 Redirect - Dočasné přesměrování, které značí, že přesun na novou URL není trvalý.

304 Not Modified - Stav, který prohlížeči sděluje, že uložená kopie zdroje je stále aktuální.

307 Redirect - Dočasné přesměrování, které zachovává metodu původního požadavku.

403 Forbidden - Stav, který znamená, že server požadavku rozuměl, ale odmítá jej povolit.

404 Error - Stav vrácený, když požadovaná stránka na serveru není nalezena.

404 Not Found - Stavový kód HTTP, který znamená, že požadovaný zdroj neexistuje.

410 Gone - Stav, který znamená, že zdroj byl záměrně a trvale odstraněn.

4xx Status Codes - Rodina stavových kódů HTTP, které signalizují chyby na straně klienta.

500 Internal Server Error - Obecný stav, který znamená, že server narazil na neočekávanou chybu.

502 Bad Gateway - Stav, který znamená, že server obdržel neplatnou odpověď od jiného serveru.

503 Service Unavailable - Stav, který znamená, že server dočasně nemůže požadavek zpracovat.

5xx Status Codes - Rodina stavových kódů HTTP, které signalizují chyby na straně serveru.

A

A/B Testing - Porovnání dvou verzí stránky nebo prvku, aby se zjistilo, která si vede lépe. Také známé jako Split Testing.

Above the Fold - Část webové stránky viditelná bez nutnosti rolovat.

Absolute URL - Úplná webová adresa, která obsahuje protokol a doménu, například <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - Hlavička HTTP, která uvádí jazykové preference uživatele a pomáhá doručovat lokalizovaný obsah.

Access Log - Souborový záznam serveru, který zaznamenává každý požadavek a slouží k analýze skutečného chování botů a uživatelů.

Accessibility - Návrh webů tak, aby je mohly používat osoby s postižením a asistenční technologie.

Ad Impressions - Počet, kolikrát se reklama zobrazí uživatelům.

Ad Keyword - Klíčové slovo, na které inzerent dělá nabídku, aby spustil svou placenou reklamu.

Ad Rank - V Google Ads hodnota, která určuje pozici reklamy podle nabídky, kvality a kontextu.

ADA Website Compliance - Soulad s požadavky na přístupnost webů podle americké normy ADA.

Adobe Analytics - Podniková platforma pro webovou analytiku od Adobe.

Advanced Search Operators - Speciální příkazy jako site: nebo intitle:, které zpřesňují a filtrují vyhledávací dotazy.

AEO (Answer Engine Optimization) - Optimalizace obsahu tak, aby jej odpovídací stroje a asistenti s AI zobrazili jako přímou odpověď.

Affiliate - Partner, který získává provizi z prodejů nebo potenciálních zákazníků doporučených přes sledované odkazy.

Ahrefs - Komerční sada nástrojů SEO často používaná k analýze odkazů, výzkumu klíčových slov a sledování pozic.

AI Citation Eligibility - Zda je obsah dostatečně strukturovaný a důvěryhodný na to, aby jej odpovídací systém s AI citoval jako zdroj.

AI Overview - Souhrn od Googlu generovaný AI nad některými výsledky, který vznikl ze Search Generative Experience.

AI Snapshot - Souhrn generovaný AI zobrazený nad výsledky v generativních vyhledávacích prostředích.

AIO (AI Optimization) - Optimalizace obsahu a entit tak, aby systémy s AI značce porozuměly, zobrazily ji a citovaly.

Algorithmic Penalty - Ztráta pozice uplatněná automaticky vyhledávacím algoritmem, nikoli lidským posuzovatelem.

Algorithmic Suppression - Algoritmické potlačení, které udržuje pozici stránky nebo webu nízkou bez ručního zásahu.

Alt Text - Popisný text obrázku, který podporuje přístupnost a pomáhá vyhledávačům obrázku porozumět. Také známé jako Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - V Search Console stav duplicitní stránky, která správně odkazuje na svou zvolenou kanonickou verzi.

Ambiguous Intent - Dotaz, jehož cíl je nejasný a který může rozumně odpovídat několika různým záměrům.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Open source framework pro tvorbu zjednodušených, rychle se načítajících mobilních verzí webových stránek.

Anchor Text - Viditelný, klikatelný text hypertextového odkazu, který dává vyhledávačům kontext o odkazované stránce.

Anchor Text Ratio - Rozložení typů kotevního textu napříč celým odkazovým profilem webu.

Answer Box - Funkce SERP, která poskytuje přímou odpověď na dotaz, často převzatou z vybraného úryvku.

Answer Sourcing - Způsob, jakým AI nebo odpovídací stroj vybírá a cituje zdroje za vygenerovanou odpověď.

API (Application Programming Interface) - Definovaná sada pravidel, která umožňuje softwaru vyměňovat si data a funkce.

Article Spinning - Přepisování existujícího článku synonymy za účelem hromadné výroby zdánlivě jedinečných kopií - black hat taktika.

Article Syndication - Opětovné zveřejnění článku na jiných webech za účelem oslovení širšího publika.

ASO (App Store Optimization) - Optimalizace záznamu mobilní aplikace v obchodě tak, aby se lépe umísťovala a konvertovala.

Assisted Conversions - Konverze, u kterých kanál sehrál podpůrnou roli dříve na cestě, nikoli při posledním kliknutí.

Async - Atribut skriptu, který načítá soubor bez blokování parsování HTML.

Attribution Modeling - Pravidla, která rozdělují zásluhu za konverzi mezi kontaktní body na cestě uživatele.

Author Authority - Vnímaná odbornost a důvěryhodnost autora obsahu, spojená s E-E-A-T.

Author Entity - Autor prezentovaný jako uznávaná entita, kterou vyhledávače spojují s tématy a díly.

Authority - Celková důvěra a síla pozice, kterou si stránka nebo web vysloužily v očích vyhledávačů. Také známé jako Website Authority.

Authority Dilution - Oslabení hodnoty odkazů, když se rozdělí mezi příliš mnoho odkazů nebo stránek.

Authority Score - Vlastní metrika Semrush, která hodnotí celkovou kvalitu a autoritu domény.

Authority Site - Vysoce důvěryhodný a zavedený web, který se dobře umísťuje a na který ostatní často odkazují.

Auto-Generated Content - Obsah vytvořený automaticky softwarem, který porušuje směrnice, pokud je spamový nebo neúčinný.

Average Position - Průměrná pozice stránky nebo klíčového slova ve výsledcích vyhledávání.

B

B2B - Business-to-business - marketing nebo prodej produktů a služeb jiným firmám.

B2C - Business-to-consumer - marketing nebo prodej produktů a služeb přímo jednotlivcům.

Backlink - Odkaz z jiného webu, který směřuje na vaši stránku a který vyhledávače berou jako hlas důvěry. Také známé jako Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Celkové množství, rozmanitost a kvalita odkazů směřujících na web.

Baidu - Přední webový vyhledávač v Číně.

Bait and Switch - Umístit stránku s jedním obsahem a poté jej nahradit jiným - klamavá taktika.

Banner Blindness - Sklon uživatelů ignorovat prvky stránky, které vypadají jako bannery nebo reklamy.

BERT - Jazykový model Googlu z roku 2019, který lépe interpretuje kontext slov v dotazu.

BigCommerce - Hostovaná platforma pro elektronický obchod k vytváření a správě internetových obchodů.

Bing - Webový vyhledávač od Microsoftu.

Bing Webmaster Tools - Bezplatná platforma Microsoftu pro sledování a zlepšování přítomnosti webu v Bing.

Black Hat SEO - Taktiky, které záměrně porušují směrnice vyhledávačů s cílem manipulovat pozicí.

Blocked by Noindex - V Search Console stav, který znamená, že stránka je vyloučena z indexu kvůli direktivě noindex.

Blog Commenting - Zanechávání komentářů na blozích, někdy kvůli odkazům, které jsou obvykle nofollow a malé hodnoty.

Body Content - Hlavní obsah stránky, odlišný od navigace, záhlaví a zápatí.

Bounce Rate - Procento návštěv, které končí po jediné stránce bez další interakce.

Brand Authority - Důvěra a rozpoznatelnost značky, které mohou ovlivnit pozici a chování při klikání.

Brand Mention - Jakákoli zmínka o značce online, s odkazem nebo bez něj.

Brand Mention Link Building - Přeměna neodkazovaných zmínek o značce na zpětné odkazy oslovením toho, kdo je zveřejnil.

Branded Anchor Text - Kotevní text, který používá název značky jako text odkazu.

Branded Content - Obsah, který zdůrazňuje konkrétní značku nebo je kolem ní vystavěn.

Branded Keyword - Vyhledávací dotaz, který obsahuje název značky nebo produktu.

Branded SEO - Optimalizace pro vyhledávací dotazy, které obsahují název vaší značky.

Breadcrumb Navigation - Druhotná navigační cesta, která ukazuje umístění stránky v hierarchii webu.

Broad Match Keyword - V Google Ads typ shody, který spouští reklamy pro související vyhledávání, nikoli jen pro přesný výraz.

Broken Link Building - Hledání nefunkčních odkazů na jiných webech a nabídnutí vaší relevantní stránky jako náhrady.

Brotli - Moderní kompresní algoritmus, který zmenšuje textové soubory, aby se stránky doručovaly rychleji.

Browser - Software, který načítá, vykresluje a zobrazuje webové stránky, jako Chrome nebo Safari.

Bundling - Spojení několika souborů JavaScriptu nebo CSS do menšího počtu, aby se snížil počet požadavků.

Byline Trust - Signály důvěry plynoucí z jasně uvedeného, věrohodného autorského podpisu.

C

Cache - Dočasně uložené kopie souborů, díky nimž se stránky při opakovaných návštěvách načítají rychleji.

Cache-Control - Hlavička HTTP, která prohlížečům a CDN sděluje, jak dlouho mají zdroje uchovávat v mezipaměti.

Caching - Ukládání kopií zdrojů, aby je bylo možné doručovat rychleji a snížit zátěž serveru.

Call to Action (CTA) - Výzva, která vede uživatele ke konkrétní akci, jako „Koupit nyní“ nebo „Přihlásit se“.

Canonical URL - Zvolená verze stránky, kterou by vyhledávače měly indexovat, když existují duplicitní nebo podobné stránky. Také známé jako Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Proces výběru a označení upřednostňované URL mezi duplicitními nebo téměř duplicitními stránkami.

Carousel - Vodorovně posuvná funkce SERP, která zobrazuje několik výsledků, obrázků nebo karet.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Doména nejvyšší úrovně o dvou písmenech vázaná na zemi, jako .cz nebo .de, která často slouží jako signál geografického cílení.

CDN (Content Delivery Network) - Distribuovaná síť serverů, která doručuje obsah z místa blízkého uživateli.

Channel - Seskupení návštěvnosti podle zdroje, jako organický, placený, odkazující nebo přímý.

Churn and Burn SEO - Agresivní black hat taktiky, které usilují o rychlé umístění webu před nevyhnutelným postihem.

Citation - Zmínka o firmě nebo zdroji online, zejména o jejím názvu, adrese a telefonním čísle.

Citation Building - Aktivní vytváření jednotných firemních záznamů v katalogích a na platformách.

Citation Flow - Metrika od Majestic, která předpovídá vliv URL podle počtu odkazů, jež na ni směřují.

Citation Grounding - Ukotvení odpovědi generované AI v ověřitelných zdrojích za účelem omezení halucinací.

Click Potential - Metrika od Semrush, která odhaduje, jak pravděpodobně SERP klíčového slova vygeneruje organická kliknutí.

Click Share - Podíl všech dostupných kliknutí pro sadu klíčových slov, který získá doména.

Clickbait - Senzacechtivé titulky vytvořené k nalákání na kliknutí, které často slibují víc, než obsah nabídne.

Clickstream Data - Anonymizovaná data o skutečných cestách procházení a klikání uživatelů, používaná k odhadu vyhledávacích metrik.

Client-Side Rendering (CSR) - Vykreslování obsahu stránky v prohlížeči pomocí JavaScriptu namísto na serveru.

Cloaking - Zobrazování odlišného obsahu vyhledávačům a uživatelům - black hat porušení směrnic. Také známé jako Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Software pro tvorbu, správu a publikování obsahu webu bez ručního kódování, jako WordPress.

Cold Outreach - Oslovení osob bez předchozího vztahu, například s návrhem odkazu nebo spolupráce.

Cold Start - Obtíž, které čelí zcela nový web nebo stránka při umísťování, než nasbírá signály nebo historii.

Commercial Investigation Query - Vyhledávání, při kterém uživatel zkoumá a porovnává produkty před možným nákupem.

Common Keywords - Klíčová slova, pro která se umísťují dvě nebo více konkurujících si domén současně.

Competitive Density - Metrika od Semrush od 0 do 1, která udává, jak intenzivně inzerenti soupeří o klíčové slovo.

Competitor Analysis - Studium strategií, klíčových slov a odkazů konkurentů s cílem řídit vlastní SEO rozhodnutí.

Competitor Backlink Analysis - Studium zpětných odkazů konkurentů s cílem najít odkazové příležitosti, které můžete získat také.

Competitors in Google Ads - Domény, které dělají nabídky na stejná placená klíčová slova jako vy.

Competitors in Organic Search - Domény, které soupeří o stejná organická klíčová slova jako vy.

Computer-Generated Content - Obsah vytvořený softwarem nebo AI namísto napsaný člověkem.

Content - Text, obrázky, videa a další materiál na stránce, který přináší uživatelům hodnotu.

Content Curation - Vybírání, organizování a sdílení nejlepšího existujícího obsahu o tématu.

Content Decay - Postupná ztráta návštěvnosti a pozice, jak obsah stárne nebo se stává méně konkurenceschopným.

Content Federation - Distribuce stejného obsahu napříč více platformami nebo partnerskými weby.

Content Fingerprints - Jedinečné signatury, které vyhledávače počítají z obsahu k odhalení duplicit a téměř duplicit.

Content Gap - Téma nebo dotaz, který váš web ještě nepokrývá, ale který konkurenti nebo uživatelé poptávají.

Content Gap Analysis - Porovnání vašeho obsahu s obsahem konkurentů za účelem nalezení chybějících témat a příležitostí klíčových slov.

Content Hub - Centrální stránka, která odkazuje na skupinu souvisejícího obsahu o tématu.

Content Marketing - Tvorba a distribuce hodnotného obsahu za účelem přilákání, zapojení a udržení publika.

Content Negotiation - Mechanismus na straně serveru, který doručuje různé verze zdroje podle hlaviček požadavku, jako je jazyk.

Content Pruning - Odstranění nebo sloučení stránek malé hodnoty za účelem zvýšení celkové kvality webu. Také známé jako Pruning.

Content Relevance - Jak dobře obsah stránky odpovídá dotazu a základnímu záměru uživatele.

Content Silo - Seskupení souvisejícího obsahu do těsně tematických sekcí.

Content Spinning - Automatické přeformulování obsahu za účelem vytvoření nesčetných téměř duplicitních verzí, což vyhledávače nedoporučují.

Content Syndication - Distribuce obsahu na weby třetích stran, ideálně s kanonickým odkazem na originál.

Content Velocity - Tempo, jakým je nový obsah publikován za dané období.

Content-Based Classifier - Systém strojového učení, který klasifikuje stránky analýzou jejich obsahu.

Contextual Link - Odkaz umístěný v hlavním textu stránky, obklopený tematicky souvisejícím textem.

Conversion - Dokončená požadovaná akce, jako nákup, registrace nebo odeslání formuláře.

Conversion (Goal) - Konkrétní akce, která se v analytickém nástroji sleduje jako konverze.

Conversion Rate - Procento návštěvníků, kteří dokončí požadovanou akci.

Copied Content - Obsah zduplikovaný z jiného zdroje bez znatelné původní hodnoty.

Core Web Vitals (CWV) - Sada metrik uživatelské zkušenosti od Googlu (LCP, INP a CLS), které měří načítání, interaktivitu a vizuální stabilitu.

Cornerstone Content - Vaše nejdůležitější a nejucelenější stránky, pro které se nejvíce chcete umísťovat u hlavních témat.

Cost % - Metrika, která vyjadřuje cenu reklamy nebo procento placené návštěvnosti klíčového slova.

CPA (Cost Per Acquisition) - Průměrná cena za získání konverze nebo zákazníka prostřednictvím inzerce.

CPC (Cost Per Click) - Částka, kterou inzerent platí pokaždé, když uživatel klikne na jeho reklamu.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Cena za tisíc zobrazení reklamy, kde M pochází z latinského mille.

Crawl Anomaly - V Search Console štítek pro neurčenou chybu procházení, často neočekávanou odpověď 4xx nebo 5xx.

Crawl Budget - Počet stránek, které vyhledávač na webu prochází za dané období.

Crawl Delay - Direktiva, která žádá boty, aby mezi požadavky vyčkali; některé vyhledávače jako Bing ji respektují, Google ji ignoruje.

Crawl Demand - Jak moc chce vyhledávač web procházet, což závisí na jeho popularitě a aktuálnosti.

Crawl Depth - Na kolik kliknutí je stránka vzdálená od domovské stránky, což ovlivňuje, jak snadno se prochází.

Crawl Efficiency - Jak dobře se rozpočet procházení webu vynakládá na užitečné, indexovatelné URL namísto plýtvání.

Crawl Error - Problém, který vyhledávači brání ve správném přístupu k URL.

Crawl Rate Limit - Maximální rychlost procházení, kterou vyhledávač používá, aby nepřetížil server.

Crawl Trap - Struktura webu, jako nekonečné parametry URL, která chytá boty na stránkách malé hodnoty a plýtvá rozpočtem procházení. Také známé jako Spider Trap.

Crawlability - Jak snadno mohou boti vyhledávačů přistupovat ke stránkám webu a procházet je.

Crawled but Not Indexed - V Search Console stav, kdy byla stránka procházena, ale záměrně vyloučena z indexu.

Crawler - Automatizovaný program, který objevuje, načítá a předává stránky k indexaci, jak prochází web. Také známé jako Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Pokyny v robots.txt, meta tagu robots nebo hlavičkách HTTP, které botům sdělují, jak procházet nebo indexovat.

Crawling - Proces, při kterém boti vyhledávačů objevují a načítají webové stránky.

Critical Rendering Path - Sekvence kroků, kterou prohlížeč prochází k převodu HTML, CSS a JavaScriptu na vykreslené pixely.

CRM - Software pro řízení vztahů se zákazníky, používaný ke sledování potenciálních zákazníků, zákazníků a prodejních interakcí.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Systematické zlepšování webu za účelem zvýšení podílu návštěvníků, kteří konvertují.

Cross-Linking - Vzájemné odkazování souvisejících stránek za účelem šíření relevance a usnadnění navigace.

CSS (Cascading Style Sheets) - Jazyk, který řídí vizuální vzhled a rozvržení webových stránek.

CTR (Click-Through Rate) - Podíl zobrazení, která skončí kliknutím.

CTR Manipulation - Umělé navyšování míry prokliku ve snaze ovlivnit pozici - manipulativní taktika.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Metrika Core Web Vital, která měří, jak neočekávaně se prvky stránky během načítání posouvají.

Curated Content - Obsah třetích stran shromážděný a prezentovaný s dodatečným kontextem nebo komentářem.

Customer Journey - Celá cesta, kterou zákazník prochází, od prvního povědomí po nákup a dále.

D

<!DOCTYPE html> - Deklarace na začátku HTML dokumentu, která prohlížeči sděluje, aby použil standardní režim.

Data - Surová fakta a čísla shromážděná k analýze.

Data Sampling - Analýza reprezentativního vzorku dat namísto celé datové sady, což může snížit přesnost přehledů.

Dead-End Page - Stránka bez odchozích odkazů, která uživatelům ani botům nenabízí další krok.

Declined Keywords - Klíčová slova, jejichž pozice pro web za dané období klesly.

Deep Link - Odkaz, který směřuje na konkrétní vnitřní stránku namísto na domovskou stránku webu.

Deindexing - Odstranění stránek z indexu vyhledávače.

Demographics - Statistické charakteristiky publika, jako věk, pohlaví a poloha.

Destination Site - Web, na který odkaz nebo kampaň uživatele směřuje.

Digital PR - Získávání zmínek o značce a odkazů z médií a publikací prostřednictvím příběhů s mediální hodnotou.

Direct Traffic - Návštěvy uživatelů, kteří na web přicházejí bez odkazujícího zdroje, například zadáním URL.

Directory Links - Zpětné odkazy z online firemních katalogů nebo webových katalogů.

Disallow - Direktiva robots.txt, která botům sděluje, aby nepřistupovali k zadaným cestám.

Disavow - Požádání Googlu, aby při hodnocení vašeho webu určité zpětné odkazy ignoroval.

Disavow File - Textový soubor, který vypisuje domény nebo URL, jež má Google ignorovat.

Disavow Tool - Nástroj v Google Search Console k odeslání seznamu zpětných odkazů, které by měl Google ignorovat.

Discovered but Not Indexed - Stav v Search Console, kdy Google URL našel, ale ještě ji neprošel ani nezaindexoval.

Display Ads - Vizuální, bannerové reklamy zobrazované na webech prostřednictvím reklamních sítí.

Distance - V lokálním SEO vzdálenost firmy od toho, kdo vyhledává, klíčový faktor lokální pozice. Také známé jako Proximity.

DNS (Domain Name System) - Systém, který překládá čitelné názvy domén na IP adresy, jež servery používají.

Dofollow Link - Běžný odkaz, který předává signály pozice - výchozí stav, když jej žádný atribut rel neomezuje.

DOM (Document Object Model) - Strukturovaná reprezentace stránky v paměti, kterou prohlížeč sestavuje a kterou skripty mohou číst a měnit.

DOM Size - Počet uzlů v DOM stránky, který v nadměrném množství může zpomalit vykreslování.

Domain - Čitelná adresa webu, jako example.com.

Domain Age - Jak dlouho je doména registrovaná, někdy uváděno jako druhotný signál důvěry.

Domain Authority (DA) - Vlastní metrika Moz od 0 do 100, která předpovídá, jak dobře by se doména mohla umístit.

Domain Name - Registrovaný název, který identifikuje web, jako example.com.

Domain Name Registrar - Firma akreditovaná k registraci a správě názvů domén.

Domain Rating (DR) - Metrika od Ahrefs od 0 do 100, která měří sílu odkazového profilu domény.

Domain Structure - Způsob, jakým jsou doména, subdomény a adresáře webu uspořádány.

Doorway Page - Stránka malé hodnoty vytvořená pouze k umístění ve vyhledávání a přesměrování uživatelů jinam, což odporuje směrnicím. Také známé jako Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Webový vyhledávač zaměřený na soukromí.

Duplicate Content - Totožný nebo velmi podobný obsah, který se objevuje na více než jedné URL.

Dwell Time - Jak dlouho uživatel zůstane na stránce po kliknutí na výsledek, než se vrátí do SERP.

Dynamic URL - URL, jejíž obsah závisí na parametrech dotazu a která často obsahuje znaky jako ? a &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Rámec kvality Googlu ze směrnic pro hodnotitele, který k dřívějšímu E-A-T přidal Zkušenost.

Ecommerce - Nákup a prodej zboží nebo služeb přes internet.

Ecommerce SEO - Optimalizace internetových obchodů a jejich kategoriálních a produktových stránek pro organické vyhledávání.

Edge Caching - Ukládání obsahu do mezipaměti na serverech na okraji sítě, blízko uživatelů, pro rychlejší doručení.

Edge SEO - Zavádění SEO změn na úrovni CDN nebo okraje sítě bez úpravy zdrojového kódu webu.

Edge SEO Testing - Provádění SEO experimentů přes okraj sítě nebo vrstvu CDN.

Editorial Link - Zpětný odkaz získaný přirozeně na základě zásluhy, bez žádosti nebo platby.

Ego Bait - Obsah, který lichotí vlivným osobám, aby získal jejich odkazy nebo sdílení.

Email Outreach - Oslovení osob prostřednictvím osobních e-mailů s návrhem obsahu, odkazu nebo spolupráce.

Engagement - Míra, do jaké uživatelé interagují s vaším obsahem.

Engagement Metrics - Metriky interakce uživatelů, jako čas na stránce, hloubka rolování nebo kliknutí.

Engagement Rate - V GA4 procento návštěv, které byly návštěvami se zapojením.

Enterprise SEO - SEO ve velkém měřítku pro weby s tisíci stránkami a složitými organizacemi.

Entities - Odlišné, jasně definované věci - osoby, místa, značky, pojmy - které vyhledávače rozpoznávají a propojují.

Entity Grounding - Ukotvení obsahu nebo odpovědi AI ke známé entitě, aby byl význam jednoznačný.

Entity-Based SEO - Optimalizace kolem jasně definovaných entit a vztahů mezi nimi, nikoli pouze klíčových slov.

Entry Page - První stránka, na kterou návštěvník během návštěvy přijde.

Estimated Accuracy - Ukazatel od Semrush o tom, jak spolehlivý je daný odhad návštěvnosti nebo klíčového slova.

Estimated Traffic - Hrubý odhad SEO nástroje o tom, kolik organické návštěvnosti web nebo stránka získává.

ETag - Hlavička HTTP, která identifikuje konkrétní verzi zdroje, aby jej bylo možné efektivně ukládat do mezipaměti.

Event Rich Results - Obohacené výsledky vyhledávání, které zobrazují podrobnosti o události, jako datum a místo, ze strukturovaných dat.

Evergreen Content - Obsah, který zůstává relevantní a užitečný dlouho po zveřejnění.

Exact Match Anchor Text - Kotevní text, který přesně odpovídá cílovému klíčovému slovu stránky, na kterou směřuje.

Exact Match Keyword - Klíčové slovo cílené v přesné podobě; v Google Ads typ shody, který spouští reklamy pouze pro daný výraz nebo blízké varianty.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Dřívější verze rámce kvality obsahu Googlu, než byla přidána Zkušenost.

External Link / Outbound Link - Odkaz na vaší stránce, který směřuje na jiný web.

F

Faceted Navigation - Filtrovací navigace na velkých nebo e-commerce webech, která může vytvořit nesčetné procházejitelné kombinace URL.

FAQ Rich Result - Obohacený výsledek, který zobrazuje rozbalovací otázky a odpovědi ze strukturovaných dat FAQ.

FAQ Schema - Strukturovaná data, která označují páry otázka-odpověď; Google nyní zobrazuje obohacené výsledky FAQ pouze pro autoritativní weby.

Favicon - Malá ikona, která reprezentuje web na kartách prohlížeče a vedle některých výsledků vyhledávání.

Featured Image - Hlavní reprezentativní obrázek přiřazený příspěvku nebo stránce, používaný pro náhledy a sdílení.

Featured Snippet - Vybraná odpověď zobrazená v horní části některých výsledků vyhledávání, převzatá z umístěné stránky.

Fetch and Render - Ověření, jak Googlebot načítá a vizuálně vykresluje stránku, aby se odhalily problémy s procházením nebo vykreslováním.

Fetch and Render Tool - Zastaralý nástroj v Search Console, který ukazoval, jak Googlebot načte a vykreslí URL.

File Compression - Zmenšení velikosti souboru za účelem úspory šířky pásma a urychlení načítání stránky.

First Contentful Paint (FCP) - Metrika výkonu, která označuje okamžik, kdy se na obrazovce vykreslí první text nebo obrázek.

First Link Priority - Myšlenka, že Google může počítat pouze první odkaz na danou URL na stránce a pozdější duplicitu ignorovat.

Focus Keyword - Jediné hlavní klíčové slovo, pro které je stránka optimalizována, aby se umístila.

Follow-Up - Připomínková zpráva odeslaná poté, co první e-mail zůstal bez odpovědi.

Footer Link - Odkaz umístěný v zápatí webu, který se často objevuje na každé stránce.

Freshness - Jak nedávno byl obsah zveřejněn nebo aktualizován - faktor pozice u časově citlivých dotazů.

FTP (File Transfer Protocol) - Standardní protokol pro přenos souborů mezi klientem a serverem.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Aktuální verze Google Analytics založená na událostech, která v roce 2023 nahradila Universal Analytics.

Gated Content - Obsah, ke kterému návštěvník získá přístup teprve po poskytnutí svých kontaktních údajů.

Gateway Timeout (504) - Stav HTTP 504 vrácený, když brána neobdrží včas odpověď od nadřazeného serveru.

GBP Optimization - Vylepšení profilu Google Business, aby se lépe umísťoval a konvertoval v lokálních výsledcích.

GDPR - Obecné nařízení EU o ochraně osobních údajů, které upravuje zpracování osobních údajů.

GEO (Generative Engine Optimization) - Optimalizace obsahu tak, aby jej generativní vyhledávače poháněné AI zobrazily a citovaly.

GEO (Geolocation Optimization) - Optimalizace webu pro signály a cílení založené na poloze v lokálním vyhledávání.

Geo-Targeting - Zobrazování obsahu nebo reklam uživatelům podle jejich zeměpisné polohy.

Geographic Modifiers - Slova polohy přidaná ke klíčovému slovu, jako „instalatér Praha“, k cílení lokálního záměru.

Google - Nejpoužívanější webový vyhledávač na světě a firma, která jej provozuje.

Google Ads - Reklamní platforma Googlu s platbou za proklik, dříve AdWords.

Google Ads Keyword - Klíčové slovo cílené v kampani Google Ads ke spuštění placených reklam.

Google AdSense - Program Googlu, který vydavatelům umožňuje vydělávat zobrazováním reklam na jejich webech.

Google Alerts - Bezplatná služba Googlu, která posílá e-mailová upozornění, když nový obsah odpovídá zvolenému dotazu.

Google Algorithm - Sada systémů pozic, které Google používá k řazení výsledků vyhledávání. Také známé jako Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Změna v systémech pozic Googlu, která může změnit, jak se weby umísťují. Také známé jako Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Bezplatná platforma Googlu k měření návštěvnosti webu a chování uživatelů.

Google Analytics Goals - Konverze nakonfigurované v Universal Analytics; GA4 je nahradilo konverzemi a klíčovými událostmi.

Google Autocomplete - Návrhy vyhledávání, které Google nabízí, zatímco uživatel zadává dotaz.

Google Bowling - Black hat pokus potrestat konkurenta směřováním odkazů nízké kvality na jeho web.

Google Business Profile (GBP) - Bezplatný záznam Googlu, který spravuje, jak se firma objevuje ve Vyhledávání a na Mapách. Také známé jako Google My Business.

Google Caffeine - Aktualizace indexovací infrastruktury z roku 2010, která Googlu umožnila indexovat obsah rychleji a aktuálněji.

Google Dance - Slangový výraz pro nestabilitu pozic, kterou nový web nebo stránka prochází, zatímco Google určuje jejich místo.

Google Fred - Aktualizace Googlu z roku 2017 obecně spojovaná s degradací obsahu malé hodnoty, tenkého a přeplněného reklamami.

Google Keyword Planner - Nástroj v Google Ads, který poskytuje nápady na klíčová slova a odhady objemu vyhledávání.

Google Looker Studio - Bezplatný nástroj Googlu k tvorbě interaktivních přehledů a dashboardů z vašich dat, dříve Data Studio.

Google Maps - Mapová služba Googlu, klíčová pro lokální objevování a lokální SEO.

Google Mobile-Friendly Test - Nástroj Googlu k ověření, jak snadno se stránka používá na mobilních zařízeních.

Google PageSpeed Insights - Bezplatný nástroj Googlu, který informuje o výkonu stránky a Core Web Vitals s radami na zlepšení.

Google Penalty - Degradace nebo odstranění, které Google uplatňuje za porušení směrnic, zejména prostřednictvím ručních zásahů.

Google Pigeon - Aktualizace Googlu z roku 2014, která zlepšila relevanci a přesnost lokálních výsledků vyhledávání.

Google Pirate - Aktualizace Googlu z roku 2012, která degraduje weby s mnoha platnými stížnostmi na porušení autorských práv (DMCA).

Google Possum - Aktualizace Googlu z roku 2016, která zpestřila lokální výsledky podle polohy vyhledávajícího a filtrování.

Google Quality Guidelines - Pravidla Googlu, která definují přijatelné postupy, dnes vyjádřená prostřednictvím antispamových zásad a Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Bezplatná platforma Googlu ke sledování indexace, výkonu ve vyhledávání a technických problémů webu. Také známé jako Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Speciální příkazy jako site: nebo intitle:, které zpřesňují a filtrují vyhledávání na Googlu.

Google Search Text Ads - Placené textové reklamy, které se objevují mezi výsledky vyhledávání Googlu.

Google Tag Manager - Bezplatný nástroj Googlu k zavádění a správě marketingových a analytických značek bez úpravy kódu.

Google Top Heavy Update - Aktualizace Googlu z roku 2012, která degraduje stránky s příliš mnoha reklamami nad ohybem.

Google Trends - Bezplatný nástroj Googlu, který ukazuje relativní popularitu vyhledávání v čase.

Google Webmaster Guidelines - Dřívější název směrnic Googlu pro weby, dnes Google Search Essentials.

Googlebot - Webový robot Googlu, který objevuje a načítá stránky do vyhledávacího indexu.

Gray Hat SEO - Taktiky mezi white hat a black hat metodami, které nesou větší riziko než zcela poctivé SEO.

Guest Blogging - Psaní a publikování příspěvku na jiném webu, často k budování autority a získání odkazů.

Guest Posting - Publikování obsahu na webu někoho jiného, obvykle jako taktika k získání zpětných odkazů.

Guestographic - Infografika, kterou vytvoříte a kterou zveřejní jiný web, obvykle s odkazem zpět na vás.

Gzip - Široce používaná kompresní metoda, která zmenšuje soubory pro rychlejší doručení.

H

H1 Tag - HTML nadpisová značka nejvyšší úrovně, obvykle používaná pro hlavní nadpis stránky.

H2 / H3 Tags - Podnadpisové značky, které organizují obsahové sekce pod H1.

Hallucination Suppression - Metody, které snižují sklon modelu AI generovat nepravdivá nebo nepodložená tvrzení.

Head Term - Krátké, široké klíčové slovo s velkým objemem, opak klíčového slova z dlouhého času.

Header Tags - HTML nadpisové značky od H1 po H6, které strukturují obsah podle důležitosti. Také známé jako Heading Tags.

Helpful Content Update - Iniciativa Googlu spuštěná v roce 2022 a později začleněná do hlavní pozice, která odměňuje užitečný obsah zaměřený na lidi.

Hidden Text - Text skrytý před uživateli, ale viditelný pro boty - manipulativní black hat taktika.

Hilltop Algorithm - Algoritmus z počátku 2000s, který nachází autoritativní stránky prostřednictvím odkazů z expertních stránek o tématu.

Historical Data - Data o minulém výkonu používaná k odhalení trendů a změn v čase.

Hit - Každý jednotlivý požadavek na server o soubor, jako stránka, obrázek nebo skript. Také známé jako Website Hit.

Holistic SEO - Zlepšování každého aspektu webu - obsahu, techniky a uživatelské zkušenosti - namísto izolovaných taktik.

Home Page - Hlavní vstupní stránka webu, obvykle na kořenové URL.

Homepage Link - Zpětný odkaz, který směřuje na domovskou stránku webu namísto na vnitřní stránku.

Host Status - Sekce v Search Console, která informuje, pokud měl Google potíže s procházením vašeho hostitele, jako problémy s robots.txt, DNS nebo serverem.

Hostload - Kolik procházení server snese, než hrozí přetížení.

HowTo Rich Result - Obohacený výsledek, který zobrazuje pokyny krok za krokem ze strukturovaných dat HowTo, jež Google od té doby vyřadil.

Hreflang - Atribut, který Google informuje o jazykových a regionálních verzích stránky.

Hreflang Attribute - Konkrétní značení rel-alternate hreflang, které uvádí jazyk a region stránky.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Hlavička odpovědi, která nutí prohlížeče připojovat se k webu pouze přes HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Značkovací jazyk, který strukturuje obsah webových stránek.

HTML Sitemap - Čitelná stránka, která vypisuje stránky webu, aby pomohla uživatelům a botům s navigací.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Protokol, který prohlížeče a servery používají k výměně webových dat.

HTTP/2 - Velká revize HTTP, která urychluje načítání multiplexováním mnoha požadavků přes jediné spojení.

HTTP/3 - Nejnovější verze HTTP, která běží přes QUIC pro nižší latenci a spolehlivější spojení.

HTTPS - Šifrovaná, zabezpečená verze HTTP, která chrání data při přenosu pomocí TLS.

Hub - Centrální stránka, která organizuje a odkazuje související obsah o tématu.

Hub and Spoke Model - Struktura obsahu s centrální hub stránkou, která odkazuje na související, konkrétnější podstránky.

Hummingbird - Přeprogramování algoritmu Googlu z roku 2013, které přesunulo důraz na význam a záměr dotazu. Také známé jako Google Hummingbird.

Hydration - Proces, při kterém JavaScript na straně klienta přidává interaktivitu k HTML vykreslenému na serveru.

I

Image Carousel - Funkce SERP, která zobrazuje řadu obrázků s vodorovným posouváním.

Image Compression - Zmenšení velikosti obrazových souborů za účelem urychlení načítání stránky bez újmy na kvalitě.

Image Filename - Popisný název obrazového souboru, druhotný signál pro SEO obrázků.

Image Pack - Funkce SERP, která zobrazuje seskupený blok obrázků mezi výsledky vyhledávání.

Image SEO - Optimalizace obrázků, včetně názvu souboru, alt textu a velikosti, pro vyhledávání a výkon.

Image Sitemap - Sitemapa, nebo její rozšíření, která vypisuje obrázky, aby pomohla vyhledávačům je objevit.

Image Title - Atribut title obrázku, zobrazený jako popis, s druhotnou relevancí pro SEO.

Impression - Jeden případ, kdy se váš záznam nebo reklama objeví ve výsledcích vyhledávání.

Impression Share - V Google Ads podíl zobrazení, který jste získali z těch, na něž jste měli nárok.

Improved Keywords - Klíčová slova, jejichž pozice pro web za dané období vzrostly.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Technika Next.js, která na vyžádání po zveřejnění webu znovu sestavuje jednotlivé statické stránky.

Index - Databáze stránek, které vyhledávač uložil a může vrátit ve výsledcích.

Index Bloat - Když je zaindexováno příliš mnoho stránek malé hodnoty, což ředí celkové signály kvality webu.

Index Coverage Report - Přehled v Search Console, který ukazuje, které stránky jsou zaindexované a proč ostatní nikoli. Také známé jako Page Indexing Report.

Indexability - Zda je stránka povolena a schopna být přidána do indexu vyhledávače.

Indexation Rate - Procento stránek webu, které vyhledávač skutečně zaindexuje.

Indexing - Proces analýzy stránky a jejího přidání do indexu vyhledávače.

IndexNow - Protokol, který webům umožňuje okamžitě upozornit zúčastněné vyhledávače, jako Bing a Yandex, na změněné URL.

Infographic - Vizuální znázornění informací nebo dat, často vytvořené k přilákání odkazů.

Information Gain - Množství nových, jedinečných informací, které stránka přidává nad rámec toho, co pokrývají již umístěné stránky.

Informational Query - Vyhledávání, při kterém uživatel chce učit se nebo najít informace, nikoli nakupovat.

Intent Cluster - Skupina klíčových slov nebo dotazů, které sdílejí stejný základní vyhledávací záměr.

Interaction to Next Paint (INP) - Metrika Core Web Vital, která měří, jak rychle stránka reaguje na interakce uživatele; v roce 2024 nahradila FID.

Internal Link - Odkaz z jedné stránky na jinou stránku téhož webu.

Internal Linking - Odkazování stránek v rámci téhož webu za účelem usnadnění navigace a rozdělení autority.

International SEO - Optimalizace webu pro cílení na uživatele ve více zemích a jazycích.

IP Address - Číselný štítek, který identifikuje zařízení nebo server v síti.

J

JavaScript (JS) - Programovací jazyk, který přidává interaktivitu a dynamické chování webovým stránkám.

JavaScript SEO - Praxe, jak učinit weby náročné na JavaScript procházitelnými a indexovatelnými pro vyhledávače.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Formát, který Google doporučuje k přidání strukturovaných dat na stránku prostřednictvím skriptového bloku.

K

Kanban - Vizuální tabule, která spravuje úkoly a pracovní postup jako karty přesouvané mezi sloupci.

Keyword - Slovo nebo fráze, kterou lidé zadávají do vyhledávačů a pro kterou optimalizujete za účelem cílení.

Keyword (Google Ads) - Výraz, na který inzerent dělá nabídku, aby mohl spustit placené reklamy.

Keyword (Not Provided) - Data klíčových slov, která Google skrývá před analytikou, označená jako not provided.

Keyword (Organic) - Výraz, pro který se snažíte umístit v organických, neplacených výsledcích vyhledávání.

Keyword (Related) - Výraz sémanticky související s vaším hlavním klíčovým slovem, který podporuje totéž téma.

Keyword Analysis - Hodnocení klíčových slov podle relevance, objemu, obtížnosti a vyhledávacího záměru.

Keyword Cannibalization - Když na webu soupeří o totéž klíčové slovo více stránek a vzájemně si oslabují pozici.

Keyword Categorization - Seskupování klíčových slov do témat nebo kategorií za účelem organizace strategie a obsahu.

Keyword Clustering - Seskupování úzce souvisejících klíčových slov, na která může jediná stránka cílit najednou.

Keyword Competition - Úroveň konkurence při organickém umístování pro klíčové slovo nebo při nabídce na něj v reklamách.

Keyword Density - Jak často se klíčové slovo objevuje vzhledem k celkovému počtu slov na stránce.

Keyword Difficulty - Metrika nástroje, která odhaduje, jak obtížné by bylo umístit se pro dané klíčové slovo.

Keyword Explorer - Funkce SEO nástroje k objevování nápadů na klíčová slova a analýze jejich metrik.

Keyword Frequency - Surový počet výskytů klíčového slova v obsahu.

Keyword Funnel - Organizace klíčových slov podle fáze nákupní cesty, kterou odrážejí.

Keyword Overview - Přehled nástroje, který shrnuje hlavní metriky klíčového slova, jako objem, obtížnost a záměr.

Keyword Prominence - Jak nápadně a brzy se klíčové slovo na stránce objevuje, například v titulku nebo prvním odstavci.

Keyword Proximity - Jak blízko se cílová klíčová slova v textu objevují u sebe.

Keyword Ranking - Pozice stránky ve výsledcích vyhledávání pro dané klíčové slovo. Také známé jako Keyword Rank.

Keyword Research - Hledání a analýza výrazů, které vaše publikum vyhledává, za účelem řízení obsahu a SEO.

Keyword Stemming - Redukce slova na jeho kořen, aby se varianty jako run a running braly jako související.

Keyword Stuffing - Přeplnění stránky klíčovými slovy ve snaze manipulovat pozicí. Také známé jako Keyword Spam.

Knowledge Graph - Databáze Googlu o entitách a vztazích mezi nimi, používaná k obohacení výsledků. Také známé jako Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - Box SERP, který zobrazuje klíčová fakta o entitě, převzatá z Knowledge Graph. Také známé jako Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Měřitelná hodnota, která sleduje postup k určitému cíli.

L

Landing Page - Stránka, na kterou návštěvník přijde z kampaně, navržená k podpoře jediné akce.

Largest Contentful Paint (LCP) - Metrika Core Web Vital, která měří dobu vykreslení největšího viditelného prvku stránky.

Last Crawl - Nejnovější datum, kdy vyhledávač prošel danou stránku.

Last-Modified - Hlavička HTTP, která klientům sděluje, kdy byl zdroj naposledy změněn.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Technika zpracování přirozeného jazyka, která analyzuje vztahy mezi dokumenty a výrazy, jež obsahují.

Lazy Loading - Odložení načítání obrázků nebo zdrojů mimo obrazovku, dokud nejsou potřeba, pro rychlejší první načtení.

Lead - Potenciální zákazník, který projevil zájem, například poskytnutím svých údajů.

Lead Magnet - Bezplatná pobídka, jako e-kniha, nabízená výměnou za kontaktní údaje návštěvníka.

Link Accessibility - Zda lze odkazy objevit a sledovat boty, namísto aby byly skryté za skripty.

Link Attribution - Signalizace povahy odkazu atributy rel, jako nofollow, sponsored nebo ugc.

Link Authority - Síla a důvěra, kterou odkazující stránka může předat.

Link Bait - Obsah vytvořený speciálně k přilákání velkého počtu zpětných odkazů. Také známé jako Linkbait.

Link Building - Proces získávání zpětných odkazů z jiných webů za účelem zlepšení autority a pozice.

Link Burst - Náhlý nárůst nově získaných zpětných odkazů za krátké období.

Link Churn - Přirozená ztráta a přírůstek zpětných odkazů webu v čase.

Link Condom - Starý slang pro metody jako nofollow, které brání odkazu předat hodnotu pozice.

Link Distance - Počet skoků odkazů mezi důvěryhodným zdrojovým webem a danou stránkou.

Link Diversity - Rozmanitost zdrojů, typů a kotevních textů mezi zpětnými odkazy webu.

Link Equity - Hodnota pozice předávaná z jedné stránky na druhou prostřednictvím odkazu.

Link Exchange - Vzájemná dohoda, kdy se dva weby dohodnou, že na sebe budou odkazovat.

Link Farm - Skupina webů vytvořená pouze k vzájemnému odkazování a manipulaci pozicí.

Link Gap - Zpětné odkazy, které mají konkurenti, ale váš web ne.

Link Hoarding - Neochota odkazovat na jiné weby ve snaze udržet veškerou hodnotu odkazů uvnitř.

Link Insert (Niche Edit) - Přidání zpětného odkazu do existujícího článku již zveřejněného na jiném webu.

Link Intersect - Analýza, která nachází weby odkazující na několik vašich konkurentů, ale nikoli na vás.

Link Juice - Neformální výraz pro hodnotu pozice, kterou odkaz předává svému cíli.

Link Neighborhood - Soubor webů, na které odkazujete a které odkazují na vás, což signalizuje vaše vazby.

Link Placement Quality - Jak hodnotné je umístění odkazu a kontext, který jej na stránce obklopuje.

Link Popularity - Počet a kvalita zpětných odkazů, které směřují na web.

Link Profile - Celkové složení všech zpětných odkazů, které směřují na web.

Link Prospect - Web nebo stránka označená jako možný zdroj zpětného odkazu.

Link Reclamation - Získání zpět ztracených zpětných odkazů nebo přeměna neodkazovaných zmínek o značce na odkazy.

Link Relevancy - Jak tematicky souvisí odkazující stránka se stránkou, na kterou směřuje.

Link Rot - Přirozený sklon odkazů časem přestat fungovat, jak se stránky přesouvají nebo mizí.

Link Scheme - Jakákoli odkazová praxe, jejímž cílem je manipulovat pozicí a která porušuje směrnice Googlu.

Link Spam - Irelevantní nebo manipulativní odkazy umístěné ve snaze ovlivnit pozici.

Link Suppression - Když vyhledávač odkaz degraduje nebo ignoruje, aby nepředával hodnotu pozice.

Link Toxicity - Míra, do jaké odkazový profil obsahuje škodlivé nebo spamové odkazy.

Link Velocity - Tempo, jakým web v čase získává nebo ztrácí zpětné odkazy.

Link Volume - Celkový počet zpětných odkazů směřujících na web nebo stránku.

Linkable Asset - Obsah vysoké hodnoty vytvořený speciálně k přilákání zpětných odkazů.

Linked Unstructured Citations - Zmínky o firmě v obsahu, který obsahuje odkaz, ale nikoli strukturovaný katalogový záznam.

Listicle Placement - Zařazení vaší značky do článku ve formě seznamu na jiném webu.

Listing Management - Udržování přesných a jednotných firemních záznamů napříč více platformami.

LLM Visibility - Jak často a nápadně se značka objevuje v odpovědích velkých jazykových modelů.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Optimalizace obsahu a entit tak, aby velké jazykové modely značku ve svých odpovědích zobrazily a citovaly.

Local Ads - Placené reklamy, které cílí na lokální publikum, jako Google Local Services Ads.

Local Business Schema - Strukturovaná data, která vyhledávačům popisují lokální firmu, jako její název, adresu a otevírací dobu.

Local Citation - Jakákoli online zmínka o názvu, adrese a telefonním čísle lokální firmy. Také známé jako Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Udržování názvu, adresy a telefonního čísla firmy totožných napříč všemi záznamy.

Local Filtering - Když Google filtruje podobné lokální firmy, které sdílejí polohu nebo telefon, aby zpestřil výsledky.

Local Finder - Rozšířený seznam lokálních výsledků, který se zobrazí, když uživatel klikne na pokračování z Local Pack.

Local Keyword Research - Hledání vyhledávacích výrazů s lokálním záměrem pro oblast firmy.

Local Listings - Profily firmy v katalogích, na mapách a na recenzních platformách.

Local Pack - Funkce SERP, která pro lokální vyhledávání zobrazuje mapu a krátký seznam lokálních firem.

Local Query - Vyhledávání s lokálním záměrem, které obvykle hledá firmy, produkty nebo služby poblíž.

Local Ranking Factors - Signály - především relevance, vzdálenost a význačnost - které určují lokální pozici.

Local Search - Hledání firem, produktů nebo služeb poblíž konkrétní polohy.

Local Search Grid - Zobrazení nástroje, které ukazuje, jak se firma umísťuje napříč zeměpisnou mřížkou bodů.

Local Search Marketing - Praxe zlepšování viditelnosti lokální firmy v lokálních vyhledáváních.

Local Search Marketing Services - Agenturní služby, které zlepšují přítomnost firmy v lokálních výsledcích vyhledávání.

Local SEO - Optimalizace webu a jeho záznamů pro umístění ve vyhledáváních založených na poloze a v mapových výsledcích.

Local Teaser - Kompaktní lokální jednotka SERP, která pro vyhledávání založené na poloze krátce zobrazuje firmy poblíž.

Log File Analysis - Studium serverových logů ke zjištění, jak boti vyhledávačů a uživatelé k webu skutečně přistupují.

Long-Tail Keyword - Delší, konkrétnější vyhledávání s nižším objemem, ale jasnějším záměrem.

Lost Link - Zpětný odkaz, který dříve existoval, ale již není přítomen.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Běžné chybné označení pro sémanticky související výrazy; skutečné latent semantic indexing není způsob, jakým Google umísťuje.



<meta name="viewport"> - Meta značka, která řídí, jak se stránka škáluje a rozvrhuje na mobilních zařízeních.

Main Thread Blocking - Když dlouhé úlohy JavaScriptu zabírají hlavní vlákno prohlížeče a poškozují odezvu.

Manual Action - Degradace nebo odstranění uplatněné lidským posuzovatelem za porušení směrnic Googlu. Také známé jako Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Nástroj, který sleduje lokální pozici firmy napříč různými body na mapě.

Map Spam - Manipulace lokálních mapových výsledků falešnými nebo klíčovými slovy přeplněnými firemními záznamy.

Market Consolidation - Míra, do jaké hrstka domén zabírá velkou část vyhledávací návštěvnosti trhu.

Market-Level Indexing - Organizace indexových nebo viditelnostních dat na úrovni celého trhu nebo země.

Match Score - Metrika nástroje, která hodnotí, jak dobře výsledek odpovídá dotazu nebo sadě klíčových slov.

Merchant Listings - Obohacené výsledky, které zobrazují podrobnosti o produktu, jako cenu a dostupnost, ze strukturovaných dat.

Meta Description - HTML souhrn stránky, který se často objevuje pod jejím titulkem ve výsledcích vyhledávání.

Meta Keywords - Zastaralá meta značka k výpisu klíčových slov, kterou Google při umísťování ignoruje.

Meta Refresh - Kód, který po zadaném zpoždění přeměruje prohlížeč na jinou URL. Také známé jako Meta Redirect.

Meta Robots Tag - HTML značka, která vyhledávačům udává, jak mají stránku procházet a indexovat.

Meta Tags - Úryvky v hlavičce HTML, které vyhledávačům poskytují informace o stránce.

Metric - Měřitelný ukazatel používaný ke sledování a hodnocení výkonu.

Microdata - Vestavěná HTML metoda k přidání strukturovaných dat prostřednictvím atributů na prvcích.

Minification - Odstranění zbytečných znaků z kódu za účelem zmenšení velikosti souboru a urychlení načítání.

Mobile Optimization - Přizpůsobení webu tak, aby fungoval a dobře vypadal na mobilních zařízeních.

Mobile Usability - Jak snadno mohou návštěvníci stránku používat a interagovat s ní na mobilních zařízeních.

Mobile-First Indexing - Praxe Googlu používat mobilní verzi webu k indexaci a umísťování.

Mobile-Friendly Website - Web, který se na mobilních zařízeních zobrazuje a funguje dobře.

Model Confidence - Jak jistý si model AI je předpovědí nebo vygenerovanou odpovědí.

Money Page - Stránka, která generuje příjmy přímo, jako produktová nebo prodejní stránka.

Morningscore - SEO nástroj, který sledování pozic, odkazů a optimalizačních úkolů proměňuje ve hru.

MozBar - Bezplatné rozšíření prohlížeče od Moz, které zobrazuje SEO metriky, jako domain a page authority.

Multi-Domain Strategy - Použití více domén, například podle regionu nebo značky, jako součást SEO přístupu.

MUM (Multitask Unified Model) - Model AI od Googlu, který rozumí jazyku a generuje jej napříč více formáty a jazyky.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Zásadní kontaktní údaje firmy, používané jednotně v lokálních SEO zmínkách.

NAP Consistency - Udržování názvu, adresy a telefonního čísla firmy totožných napříč všemi záznamy.

Natural Language Understanding (NLU) - Větev NLP zaměřená na zachycení významu, záměru a nuance za jazykem.

Natural Link - Odkaz udělený redakčně na základě zásluhy, bez žádosti nebo platby.

Navigation - Systém nabídek a odkazů, který uživatelům pomáhá pohybovat se po webu. Také známé jako Website Navigation.

Navigational Query - Vyhledávání, při kterém se uživatel snaží dostat na konkrétní web nebo stránku.

Negative Keywords - Výrazy, které v placených kampaních vylučujete, abyste zabránili zobrazování reklam u irelevantních vyhledáváníí.

Negative SEO - Škodlivé taktiky, jejichž cílem je zhoršit pozici konkurenta ve vyhledáváníí.

News Box - Funkce SERP, která zvýrazňuje čerstvé, relevantní zpravodajské články, často označená Top Stories.

Niche - Konkrétní, zaměřený segment širšího trhu nebo tématu.

NLP (Natural Language Processing) - Obor, který počítačům umožňuje zpracovávat, analyzovat a rozumět lidskému jazyku.

Nofollow Link - Odkaz, který vyhledávače žádá, aby jeho cíli nepředávaly signály pozice. Také známé jako rel="nofollow".

Noindex - Direktiva, která vyhledávačům sděluje, aby stránku nezahrnovaly do svého indexu.

Noopener and Noreferrer - Atributy rel přidané k odkazům, které se otevírají na nové kartě, z bezpečnostních a soukromých důvodů. Také známé jako rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Počet stránek, které vyhledávač hlásí jako odpovídající danému dotazu.

O

Off-Page SEO - Činnost mimo váš web, především budování odkazů, která buduje autoritu a důvěru.

On-Page SEO - Optimalizace obsahu a HTML stránky tak, aby se ve vyhledávání umístila výše.

Online Directories - Weby, které vypisují firmy a často slouží jako zdroj lokálních zmínek.

Online Review Management - Sledování, reagování a podpora zákaznických recenzí napříč různými platformami. Také známé jako Review Management.

Online Reviews - Hodnocení a zpětná vazba zákazníků o firmě, zveřejněné online. Také známé jako Reviews.

Online Visibility - Jak snadno lze značku najít ve vyhledávačích a na webu obecně.

Open Graph - Meta značky, které řídí, jak se URL objeví, když se sdílí na sociálních platformách. Také známé jako Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Výslovný souhlas uživatele s přijímáním komunikace nebo se sledováním.

Opt-Out - Rozhodnutí uživatele odmítnout komunikaci nebo sledování, které by jinak dostával.

Organic Search Results - Neplacené výsledky umístěné podle relevance namísto inzerce.

Organic Traffic - Návštěvníci, kteří na web přicházejí z neplacených výsledků vyhledávání.

Origin Server - Server, který uchovává původní obsah webu, umístěný za případnou CDN.

ORM (Online Reputation Management) - Řízení a zlepšování toho, jak je značka vnímána ve výsledcích vyhledávání a na webu. Také známé jako Reputation Management.

Orphan Page - Stránka, na kterou nesměřuje žádný interní odkaz ze zbytku webu.

Out of Stock Handling - Způsob, jakým e-commerce web spravuje stránky dočasně vyprodaných produktů.

Outreach - Oslovení osob nebo webů za účelem budování vztahů a získání odkazů nebo zmínek.

Over-Optimization - Uplatňování SEO taktik tak agresivně, že se to obrátí a poškodí pozici.

P

Page Authority (PA) - Skóre od Moz od 0 do 100, které předpovídá, jak silně se může jednotlivá stránka umístit.

Page Experience - Sada signálů Googlu, které odrážejí, jak uživatelé vnímají zkušenost ze stránky, včetně Core Web Vitals.

Page Speed - Jak rychle se webová stránka načte a stane se použitelnou pro návštěvníky.

Page Title - Prvek title stránky, zobrazený jako klikatelný nadpis ve výsledcích vyhledávání.

Page View - Jeden případ, kdy se stránka načte a zobrazí. Také známé jako Pageview.

PageRank (PR) - Základní algoritmus Googlu, který hodnotí důležitost stránky podle počtu a kvality odkazů, jež na ni směřují.

Pages per Session - Průměrný počet stránek, které návštěvník zobrazí během jedné návštěvy.

Pagination - Rozdělení obsahu na číslované stránky a jejich vzájemné odkazování pro navigaci.

Paid Link - Zpětný odkaz získaný výměnou za platbu.

Paid Search Engine Result - Reklamní záznam, který se objevuje ve výsledcích vyhledávání, protože inzerent zaplatil za umístění.

Paid Traffic - Návštěvníci, kteří na web přicházejí prostřednictvím placené reklamy.

Panda - Aktualizace Googlu, která cílí na tenký obsah nízké kvality, dnes součást hlavního algoritmu. Také známé jako Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Kotevní text, který obsahuje část cílového klíčového slova spolu s dalšími slovy.

Partial Match Penalty - Ruční zásah nebo degradace, která postihuje pouze určité stránky nebo klíčová slova, nikoli celý web.

Passage Indexing - Schopnost Googlu umístit izolovanou relevantní sekci stránky, nikoli pouze stránku jako celek.

Passage Retrieval - Získání nejrelevantnější sekce z dokumentů za účelem zodpovězení dotazu.

Passage Weighting - Přiřazení různých úrovní důležitosti jednotlivým sekcím při umísťování stránky.

PBN (Private Blog Network) - Síť webů vytvořená pouze ke směřování odkazů na cílový web - porušení směrnic.

Penguin - Aktualizace Googlu, která cílí na manipulativní odkazy a spam, dnes součást hlavního algoritmu. Také známé jako Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - Funkce SERP, která zobrazuje rozbalovací otázky související s vyhledáváním uživatele.

People Also Ask Boxes - Jednotlivé rozbalovací boxy otázka-odpověď v rámci funkce People Also Ask.

Persona - Fiktivní profil, který představuje segment vašeho cílového publika.

Personalization - Přizpůsobení obsahu nebo výsledků vyhledávání kontextu a historii jednotlivého uživatele.

Pillar Page - Široká, ucelená stránka, která ukotvuje tematický klastr a odkazuje na související podstránky.

Pitch - Zpráva, kterou nabízíte svůj obsah, odkaz nebo nápad možnému partnerovi.

Pogo-Sticking - Když uživatel klikne na výsledek a poté se rychle vrátí do SERP, aby vybral jiný.

Poison Words - Slova, o nichž se kdysi věřilo, že spouštějí spamové filtry nebo brání stránce v umístění.

Position - Konkrétní místo, které výsledek zaujímá na stránce výsledků vyhledávání.

PPA (Pay Per Action) - Reklamní model, ve kterém platíte pouze tehdy, když dojde ke konkrétní akci, jako registraci.

PPC (Pay Per Click) - Reklamní model, ve kterém platíte pokaždé, když někdo klikne na vaši reklamu.

Precision - Ve vyhledávání informací podíl vrácených výsledků, které jsou skutečně relevantní.

Price Competitiveness - Jak cena produktu ob stojí ve srovnání s konkurencí - relevantní pro nákupní a produktové výsledky.

Primary Category - Hlavní kategorie přiřazená firemnímu profilu nebo produktu, která formuje relevanci.

Primary Keyword - Jediné hlavní klíčové slovo, kolem kterého je stránka vystavěna a optimalizována, aby se umístila.

Product Grid SEO - Optimalizace e-commerce stránek s mřížkou produktů a kategorií pro viditelnost v organickém vyhledávání.

Product Schema - Strukturovaná data, která popisují produkt, jako jeho cenu, dostupnost a recenze.

Programmatic SEO - Generování nesčetných stránek ve velkém měřítku z dat a šablon za účelem cílení velkých sad podobných vyhledávání.

Programming Language - Formální jazyk používaný k psaní pokynů, které software vykonává.

Progressive Web Apps (PWA) - Webové aplikace, které se chovají jako nativní aplikace, s funkcemi jako offline použití a možnost instalace.

Prominence - V lokálním SEO to, jak známá a zavedená firma je, faktor lokální pozice.

Prompt Bank - Uložená sbírka znovupoužitelných promptů pro nástroje AI.

Prospecting - Identifikace možných cílů pro odkazy, partnerství nebo zákazníky k oslovení.

Protocol - Sada pravidel, která řídí výměnu dat, jako HTTP nebo HTTPS.

Public Relations - Řízení toho, jak veřejnost a média vnímají organizaci.

Pull Channel - Marketingový kanál, kde zákazníci přicházejí k vám, jako organické vyhledávání.

Pull Marketing - Přilákání zákazníků tím, že se stanete dohledatelnými, když aktivně hledají řešení.

Purchase Conversion - Konverze, při které návštěvník provede nákup.

Purchased Link - Odkaz koupený za účelem ovlivnění pozice, což porušuje směrnice, pokud není označen ani nofollow.

Push Channel - Kanál, jehož prostřednictvím posíláte zprávy publiku, jako display reklamy nebo e-mail.

Push Marketing - Proaktivní doručování zpráv publiku, které je aktivně nehledalo.

Q

Qualified Lead - Potenciální zákazník, který splňuje kritéria naznačující skutečný prodejní potenciál.

Qualified Traffic - Návštěvníci, kteří odpovídají vašemu cílovému publiku a pravděpodobněji konvertují.

Quality Content - Obsah, který je užitečný, přesný a skutečně uspokojuje záměr uživatele.

Quality Score - Hodnocení kvality Google Ads pro klíčová slova, reklamy a vstupní stránky, které ovlivňuje cenu a pozici reklamy.

Query Deserves Diversity (QDD) - Koncept, který upřednostňuje rozmanitou směs výsledků u nejednoznačných dotazů s více významy.

Query Deserves Freshness (QDF) - Koncept Googlu, který upřednostňuje novější obsah u dotazů vykazujících nárůst zájmu.

QUIC - Moderní transportní protokol používaný HTTP/3, který snižuje latenci tím, že běží přes UDP.

R

Rank Distribution - Způsob, jakým se klíčová slova webu rozkládají napříč rozsahem pozic.

Rank Tracking - Sledování toho, jak se pozice klíčových slov webu v čase mění.

RankBrain - Systém strojového učení Googlu, který pomáhá interpretovat nové a nejednoznačné dotazy. Také známé jako Google RankBrain.

Ranking - Pozice, kterou stránka zaujímá ve výsledcích vyhledávání pro dotaz.

Ranking Factor - Signál, který vyhledávač používá k určení pořadí svých výsledků.

Readability Score - Metrika, která hodnotí, jak snadno se text čte.

Reciprocal Link - Dohoda, kdy na sebe dva weby odkazují.

Reconsideration Request - Žádost, která Google žádá o opětovné posouzení webu poté, co byl ruční zásah vyřešen.

Redirect - Způsob, jak automaticky směrovat uživatele a boty z jedné URL na jinou.

Redirect Chain - Sekvence několika přesměrování, kterou požadavek prochází před konečnou URL.

Redirected Link - Odkaz, který prochází jedním nebo více přesměrováními, než dosáhne konečné URL.

Referral Traffic - Návštěvníci, kteří na váš web přicházejí prostřednictvím odkazů umístěných na jiných webech.

Referring Domain - Jedinečná doména, která na váš web odkazuje alespoň jednou.

Regex (Regular Expressions) - Textové vzory používané k porovnávání řetězců, užitečné ve filtrech, auditech a Search Console.

Regional Keywords - Klíčová slova vázaná na konkrétní region nebo polohu.

Reinclusion - Vrácení webu nebo jeho stránek do indexu po odstranění nebo postihu.

Related Searches - Návrhy vyhledávání související s vaším dotazem, které se objevují v dolní části stránky výsledků.

Relative URL - URL napsaná vzhledem k aktuální stránce, která vynechává protokol a doménu.

Relevance - Jak dobře stránka nebo firma odpovídá dotazu vyhledávajícího - klíčový faktor pozice.

Render-Blocking Scripts - Skripty, které je nutné načíst a vykonat, než prohlížeč může vykreslit viditelný obsah.

Rendering - Proces převodu kódu stránky na vizuální podobu, kterou uživatel vidí.

Rendering Delay - Zpoždění mezi požadavkem a okamžikem, kdy je obsah stránky plně vykreslen.

Resource Hints - HTML nápovědy, jako preload, preconnect a dns-prefetch, které urychlují načítání zdrojů.

Resource Pages - Kurátorované stránky, které shromažďují a odkazují užitečné zdroje o tématu.

Responsive Design - Přístup k návrhu, kdy se rozvržení stránky plynule přizpůsobuje libovolné velikosti obrazovky.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - Přístup AI, který získává relevantní dokumenty a používá je k ukotvení vygenerované odpovědi.

Review Sentiment - Celkový pozitivní nebo negativní tón vyjádřený v recenzích firmy.

Review Velocity - Tempo, jakým firma v čase shromažďuje nové recenze.

Rich Snippet - Výsledek vyhledávání obohacený o dodatečné informace převzaté ze strukturovaných dat stránky.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Direktivy robots, které řídí, jak se stránka může objevit ve výsledcích, včetně délky úryvku, náhledů obrázků a ukládání do mezipaměti.

Robots.txt - Soubor, který botům sděluje, ke kterým částem webu mohou nebo nemohou přistupovat.

ROI (Return on Investment) - Metrika dosaženého zisku ve srovnání s náklady na investici.

Root Domain - Registrovaná doména nejvyšší úrovně bez jakékoli předpony subdomény.

S

SaaS (Software as a Service) - Software dodávaný online na základě předplatného namísto instalace lokálně.

SAM (Serviceable Available Market) - Část celkového trhu, kterou firma může realisticky obsloužit.

sameAs - Vlastnost schema, která propojuje entitu s jejími oficiálními profily a URL.

Schema Markup - Slovník strukturovaných dat přidávaný na stránky k umožnění obohacených výsledků.

Schema.org - Společný slovník, který standardizuje strukturovaná data napříč vyhledávači.

Scraped Content - Obsah zkopírovaný z jiných webů bez povolení nebo přidané hodnoty.

Scraping (Web Scraping) - Automatické získávání dat nebo obsahu z webů pomocí softwaru.

Screaming Frog - Široce používaný desktopový crawler pro technické SEO audity.

Scroll Depth - Jak hluboko návštěvníci stránku rolují, než ji opustí.

Scrum Board - Vizuální tabule, která sleduje úkoly a postup v pracovním postupu Scrum.

Search Demand Curve - Rozložení vyhledávací poptávky, od výrazů s velkým objemem v horní části po dlouhý ocas.

Search Engine - Software, který nachází, indexuje a umísťuje webové stránky v odpovědi na dotazy uživatelů.

Search Engine Advertising - Placení za zobrazování reklam mezi výsledky vyhledávače.

Search Engine Poisoning - Manipulace výsledků tak, aby se ve vyhledávání objevily škodlivé nebo klamavé stránky.

Search Engine Rank - Pozice, kterou stránka zaujímá mezi výsledky vyhledávače.

Search Engine Results Page (SERP) - Stránka výsledků, kterou vyhledávač vrací pro daný dotaz.

Search Generative Experience Visibility - Jak často a nápadně se značka objevuje v odpovědích vyhledávání generovaných AI.

Search Intent - Základní cíl, se kterým uživatel zadává dotaz.

Search Quality Rater Guidelines - Veřejný návod Googlu, který lidským hodnotitelům pomáhá posuzovat kvalitu výsledků a E-E-A-T.

Search Query - Slova, která uživatel zadává do vyhledávače, aby něco našel. Také známé jako Query, Search Term.

Search Result Snippet - Titulek, URL a popis zobrazené pro jednotlivý výsledek v SERP.

Search Results - Záznamy, které vyhledávač vrací v odpovědi na dotaz. Také známé jako Results.

Search Traffic - Návštěvníci, kteří na web přicházejí prostřednictvím vyhledávačů.

Search Visibility - Metrika, která hodnotí, jak viditelný web je podle klíčových slov, pro která se umísťuje.

Search Volume - Počet, kolikrát se klíčové slovo za dané období vyhledá. Také známé jako Volume.

Seasonal Trends - Předvídatelné vrcholy a propady vyhledávací poptávky v průběhu roku.

Secondary Keywords - Podpůrná klíčová slova, na která stránka cílí kromě svého hlavního klíčového slova.

Seed Keywords - První základní výrazy používané k nastartování výzkumu klíčových slov.

SEM (Search Engine Marketing) - Marketing, který zvyšuje viditelnost ve vyhledávačích, často prostřednictvím placených reklam.

Semantic Completeness - Jak důkladně stránka pokrývá pojmy a podtémata související s jejím tématem.

Semantic Core - Úplná sada klíčových slov, která definuje tematické pokrytí webu.

Semantic Search - Vyhledávání, které interpretuje význam a záměr za dotazem, nikoli pouze klíčová slova.

Semantic Similarity - Jak blízko jsou si dva úseky textu nebo dva výrazy významem.

Semrush - Populární all-in-one softwarová sada pro SEO a digitální marketing.

Semrush Rank - Žebříček domén od Semrush podle jejich odhadované organické vyhledávací návštěvnosti.

Sentiment - Emoční tón, pozitivní nebo negativní, vyjádřený o značce nebo tématu.

Sentiment Analysis - Použití zpracování přirozeného jazyka k určení emoce vyjádřené v textu.

SEO (Search Engine Optimization) - Praxe zlepšování webu tak, aby se umístil výše v organických výsledcích vyhledávání.

SEO Audit - Důkladné posouzení SEO stavu, problémů a příležitostí webu.

SEO Benchmarking - Měření SEO výkonu ve srovnání s konkurenty nebo s předchozími výsledky.

SEO Briefing - Dokument, který autory vede při optimalizaci obsahu.

SEO Checklist - Seznam úkolů používaný k zajištění, že stránka nebo web je správně optimalizován.

SEO Consultant - Odborník, který firmám radí, jak zlepšit jejich výkon ve vyhledávání.

SEO Emojis - Použití emoji v titulcích nebo meta značkách k upoutání pozornosti, ačkoli Google je z úryvků často odstraňuje.

SEO Podcast - Audio pořad věnovaný tématům optimalizace pro vyhledávače.

SEO Service - Profesionální služba poskytovaná ke zlepšení SEO výsledků klienta.

SEO Silo - Seskupování souvisejícího obsahu do těsně tematických sekcí za účelem budování tematické relevance.

SEO Tips - Praktická doporučení ke zlepšení výkonu webu ve vyhledávání.

SEO URL - Čistá, popisná URL přívětivá ke klíčovým slovům, navržená k podpoře vyhledávání a uživatelů.

SEO vs. SEM - Srovnání organické optimalizace (SEO) a placeného vyhledávacího marketingu (SEM).

SEOnaut - Hravá přezdívka pro SEO profesionála.

SERP Feature - Jakýkoli nestandardní výsledek v SERP, jako úryvek, balíček obrázků nebo lokální balíček.

SERP Real Estate - Množství vizuálního prostoru, který vaše záznamy zabírají na stránce výsledků.

SERP Shaker - Výraz pro velkou, rozsáhlou změnu v pozicích vyhledávačů.

SERP Source - Web, z něhož daný výsledek vyhledávání pochází.

SERP Volatility - Míra, do jaké pozice ve výsledcích vyhledávání v čase kolísají.

Server-Side Rendering (SSR) - Generování HTML stránky na serveru předtím, než se odešle do prohlížeče.

Service Area Business (SAB) - Firma, která obsluhuje zákazníky na jejich místě namísto z provozovny.

SGE (Search Generative Experience) - Prostředí Googlu, které zobrazovalo odpovědi generované AI nad výsledky a vyvinulo se v AI Overviews.

Shopify - Široce používaná hostovaná e-commerce platforma k vytváření internetových obchodů.

Shopping Grid - Mřížka produktových záznamů, která se objevuje v nákupních výsledcích vyhledávání.

Short-Tail Keywords - Krátká, široká klíčová slova s velkým objemem a nejednoznačným záměrem.

Site Architecture - Způsob, jakým jsou stránky webu strukturovány, organizovány a vzájemně odkazovány.

Site Audit - Automatizovaná analýza, která identifikuje technické a on-page SEO problémy.

Site Speed - Jak rychle se stránky webu obecně načítají jeho návštěvníkům.

Sitelinks - Další odkazy na podstránky zobrazené pod hlavním výsledkem k usnadnění navigace. Také známé jako Google Sitelinks.

Sitemap - Soubor, který vypisuje URL webu, aby pomohl vyhledávačům je najít a procházet.

Sitemap Index - Soubor, který ukazuje na více sitemap, používaný pro velmi velké weby.

Sitewide Backlink - Zpětný odkaz, který se objevuje na každé stránce odkazujícího webu.

Sitewide Link - Odkaz, který se opakuje na každé stránce webu, často umístěný v záhlaví nebo zápatí.

Skyscraper Technique - Nalezení populárního obsahu, vytvoření něčeho lepšího a získání odkazů, které přitahuje.

SMM (Social Media Marketing) - Marketing značky a jejího obsahu prostřednictvím platform sociálních médií.

SMMO (Social Media Optimization) - Optimalizace obsahu a profilů ke zvýšení dosahu a zapojení na sociálních platformách.

Social Signals - Zapojení na sociálních médiích, jako lajky a sdílení, někdy spojované s viditelností.

Social Syndication - Opětovné zveřejnění obsahu na sociálních kanálech za účelem rozšíření jeho dosahu.

Social Traffic - Návštěvníci, kteří na web přicházejí z platforem sociálních médií.

Soft 404 - Stránka, která vrací stavový kód úspěchu, ale uživatelům zobrazuje zprávu o nenalezení.

Source Attribution - Identifikace a přiřazení původního zdroje obsahu, dat nebo návštěvy.

SOV (Share of Voice) - Podíl vaší značky na celkové viditelnosti ve vyhledávání pro sadu klíčových slov ve srovnání s konkurenty.

Spam - Irelevantní, manipulativní nebo nekvalitní obsah vytvořený k oklamání vyhledávačů.

Spam Classifier - Systém, který automaticky odhaluje a označuje spamový obsah nebo odkazy.

Spam Score - Metrika od Moz, která hodnotí pravděpodobnost, že web je spam nebo postižený.

Spam Signals - Charakteristiky stránky nebo webu, které naznačují, že mohou být spam.

Spamdexing - Manipulace indexu a pozice vyhledávače spamovými metodami. Také známé jako Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Manipulativní SEO metody, které porušují směrnice vyhledávačů.

Splash Page - Úvodní stránka zobrazená před hlavním webem, často propagační povahy.

Sponsored Link - Odkaz označený jako placený nebo sponzorovaný atributem rel, jak směrnice vyžadují. Také známé jako rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Jasně označení placených odkazů a obsahu jako sponzorovaných, jak směrnice vyžadují.

Srcset - HTML atribut obrázku, který nabízí více zdrojů obrázku pro responzivní načítání.

SSL Certificate - Digitální certifikát, který umožňuje šifrovaná HTTPS spojení, dnes technicky prostřednictvím TLS.

Static URL - URL, která zůstává nezměněná a nemá dynamické parametry dotazu.

Status Code - HTTP kód, který server vrací k signalizaci výsledku požadavku.

Stop Words - Běžná slova, jako the, and nebo of, která vyhledávače často ignorují.

Structured Data - Standardizované značení, které popisuje obsah stránky, aby mu vyhledávače rozuměly.

Subdirectory - Vnořená složka ve struktuře URL webu, obdoba podsložky.

Subdomain - Předpona domény, která tvoří samostatnou sekci, jako blog.example.com.

Subfolder - Adresář v cestě URL, jako example.com/blog.

Submission - Odeslání webu nebo URL vyhledávačům nebo do katalogů.

SXO (Search Experience Optimization) - Kombinace SEO s uživatelskou zkušeností tak, aby stránka uspokojila uživatele, nikoli pouze pozice.

T

TAM (Total Addressable Market) - Celková dostupná příjmová příležitost pro produkt nebo službu.

Taxonomy - Systém kategorií a štítků používaný k organizaci obsahu webu.

Taxonomy SEO - Optimalizace kategoriálních, štítkových a dalších taxonomických stránek pro vyhledávání.

Technical SEO - Optimalizace procházení, indexace a základní infrastruktury webu.

The Fold - Čára na stránce, pod kterou obsah vyžaduje k zobrazení rolování.

Thin Content - Stránky, které uživatelům poskytují malou nebo žádnou přidanou hodnotu.

Three-Way Link Exchange - Dohoda, kdy web A odkazuje na B, B na C a C zpět na A, k zamaskování vzájemnosti.

Thumbnails - Malé náhledové obrázky, jako ty zobrazované u videí ve výsledcích vyhledávání.

Tiered Link Building - Budování odkazů na vaše existující zpětné odkazy, ve vrstvách, k zesílení jejich síly.

Time on Page - Průměrný čas, který návštěvníci stráví na jediné stránce.

Time to First Byte (TTFB) - Čas mezi požadavkem a přijetím prvního bajtu odpovědi serveru.

Title Tag Optimization - Formování prvku title stránky ke zlepšení relevance a míry prokliku.

TLD (Top-Level Domain) - Přípona domény za poslední tečkou, jako .com, .org nebo .cz.

TLS (Transport Layer Security) - Protokol, který šifruje data mezi klientem a serverem, nástupce SSL.

Top Stories - Zpravodajská funkce v SERP, která zvýrazňuje čerstvé, relevantní články pro dotaz.

Topic Cluster - Skupina souvisejících stránek organizovaných kolem centrální pilířové stránky.

Topic Efficiency - Jak efektivně web zachytává návštěvnost pro téma ve srovnání s investovaným obsahem.

Topical Authority - Vnímaná odbornost a hloubka webu v celé tematické oblasti.

Topical Coverage - Jak důkladně web pokrývá všechny aspekty tématu.

Topical Relevance - Jak úzce obsah souvisí s daným tématem.

Total Blocking Time (TBT) - Laboratorní metrika, která sčítá čas, kdy bylo hlavní vlákno blokováno, a odráží interaktivitu.

Toxic Backlinks - Škodlivé nebo spamové odkazy, které mohou poškodit pozici webu.

Tracking Code - Úryvek kódu umístěný na webu ke sběru analytických nebo konverzních dat.

Traffic - Celkový počet návštěvníků, které web obdrží.

Traffic % - Část celkové návštěvnosti připisovaná klíčovému slovu, stránce nebo kanálu.

Traffic Cost - Odhadovaná cena získání vaší organické návštěvnosti prostřednictvím placených reklam.

Traffic Potential - Celková organická návštěvnost, kterou téma nebo klíčové slovo může realisticky přinést.

Transactional Query - Vyhledávání, které signalizuje záměr nakoupit nebo provést konkrétní akci.

Trend - Celkový směr, kterým se něco, jako vyhledávací zájem, vyvíjí.

Trust Dampening - Snížení hodnoty pozice předávané odkazy ze zdrojů s nízkou důvěrou.

Trust Flow - Metrika od Majestic, která hodnotí kvalitu odkazů webu podle důvěryhodnosti jejich zdrojů.

TrustRank - Algoritmus, který rozlišuje užitečné stránky od spamu počínaje důvěryhodnými zdrojovými weby.

Twitter Cards - Meta značky, které řídí, jak se URL objeví, když se sdílí na Twitteru, dnes X.

U

UGC Link Attribute - Hodnota rel, která označuje odkazy objevující se v obsahu vytvořeném uživateli. Také známé jako rel="ugc".

Unique Visit - Návštěva započítaná pouze jednou na jedinečného návštěvníka za dané období.

Universal Analytics (UA) - Dřívější analytická platforma Googlu, nahrazená GA4 v roce 2023.

Universal Search - Mísení různých typů výsledků, jako obrázky, zprávy a videa, do jediného SERP.

Unlinked Mention - Zmínka o vaší značce v obsahu, který neobsahuje odkaz.

Unnatural Link - Odkaz vytvořený k manipulaci pozice namísto získaný redakčně.

URL (Uniform Resource Locator) - Webová adresa, která ukazuje na konkrétní zdroj na internetu.

URL Folder - Adresářový segment v cestě URL.

URL Parameter - Pár klíč-hodnota přidáný k URL za otazníkem k odeslání dat.

URL Rating (UR) - Metrika od Ahrefs od 0 do 100 pro sílu odkazového profilu stránky.

URL Slug - Čitelná část URL, která identifikuje konkrétní stránku. Také známé jako Slug.

URL Structure - Způsob, jakým jsou URL webu organizovány a formátovány napříč webem.

Usability - Jak snadno a intuitivně mohou návštěvníci web používat.

User Engagement - Jak aktivně uživatelé interagují s webem nebo jeho obsahem.

User Experience (UX) - Celková kvalita interakce osoby s webem nebo produktem.

User Intent - Cíl, který chce uživatel dosáhnout vyhledáváním.

User Interface (UI) - Vizuální prvky a ovládací prvky, jejichž prostřednictvím uživatel interaguje s produktem.

User-agent - Řetězec, který identifikuje prohlížeč nebo bota, jenž posílá požadavek na server.

User-Friendly - Navržený tak, aby byl pro lidi snadný, jasný a příjemný k použití.

UTM Code - Štítek přidáný k URL ke sledování výkonu kampaně v analytických nástrojích.

UTM Parameters - Jednotlivé štítky klíč-hodnota v URL kampaně označené UTM.

V

Variant Indexing - Způsob, jakým vyhledávače zpracovávají indexaci více variant produktu nebo stránky.

Vary Header - HTTP hlavička, která mezipamětem sděluje, jak se odpověď liší podle hlaviček požadavku.

Vector Search - Vyhledávání, které porovnává obsah podle sémantické podobnosti pomocí vektorových vnoření.

Vertical Search - Vyhledávání omezené na konkrétní kategorii obsahu, jako obrázky nebo pracovní nabídky.

Vertical Search Engine - Vyhledávač zaměřený na jediné téma nebo typ obsahu.

Video Carousel - Funkce SERP, která zobrazuje řadu videí s vodorovným posouváním.

Video Optimization - Optimalizace videoobsahu tak, aby si dobře vedl ve vyhledávání a zaujal diváky.

Viewport - Viditelná oblast webové stránky na obrazovce zařízení.

Viral Content - Obsah, který se rychle a široce šíří sdílením.

Visibility - Jak nápadně se web objevuje ve výsledcích vyhledávání.

Visibility Score - Metrika, která hodnotí celkovou viditelnost webu ve vyhledávání.

Visit (Session) - Jedna relace procházení, kterou uživatel stráví na webu.

Voice Search - Vyhledávání vyslovením dotazu nahlas zařízení nebo asistentovi.

Voice Search SEO - Optimalizace obsahu tak, aby mohl být zvýrazněn v hlasových vyhledáváních.

Volatility - Míra, do jaké pozice vyhledávačů v čase kolísají.

W

Warm Cache - Mezipaměť již naplněná daty, aby požadavky mohly být obslouženy rychle.

Web Architecture - Strukturální návrh toho, jak se webové systémy, servery a stránky propojují.

Web Stories - Dotykové, celoobrazovkové vizuální příběhy, které se mohou objevit v Google Vyhledávání.

Webpage - Jediný dokument na webu, přístupný na vlastní URL.

Website - Soubor souvisejících webových stránek zveřejněných pod jednou doménou.

Website Architecture - Způsob, jakým jsou stránky a sekce webu strukturovány a vzájemně odkazovány.

Website Quality - Celková úroveň obsahu, uživatelské zkušenosti a důvěryhodnosti webu.

Website Structure - Pořadí a hierarchie stránek v rámci webu.

White Hat SEO - Etické SEO postupy, které dodržují směrnice vyhledávačů.

WordPress - Nejpoužívanější systém pro správu obsahu k vytváření webů.

WPO (Website Performance Optimization) - Zlepšování rychlosti načítání a celkového výkonu webu.

X

X-Robots-Tag - HTTP hlavička, která řídí indexaci a procházení jakéhokoli typu souboru.

XML (Extensible Markup Language) - Flexibilní značkovací jazyk používaný k ukládání a přenosu strukturovaných dat.

XML Sitemap - Strojově čitelný soubor, který vypisuje URL webu pro vyhledávače. Také známé jako Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Dlouholetý webový portál a vyhledávač, jehož výsledky poskytuje Bing.

Yandex - Přední vyhledávač v Rusku.

YMYL (Your Money or Your Life) - Stránky, které mohou ovlivnit zdraví, finance nebo bezpečnost a na které Google uplatňuje vyšší standardy kvality.

Yoast SEO - Populární SEO plugin pro WordPress.

Z

Zero-Click Search - Vyhledávání zodpovězené přímo na stránce výsledků, bez kliknutí na web.

Zombie Pages - Stránky malé hodnoty, které nepřinášejí návštěvnost a mohou ředit celkovou kvalitu webu.