

SEO-ordbog

DiagnoSEO - klare, verificerede definitioner af SEO-termer.

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 - Den traditionelle, enkle liste med ti organiske resultater, fra før de mere righoldige SERP-funktioner opstod.

10x Content - Indhold skabt for at være markant bedre end alt, hvad der i øjeblikket placerer sig for et emne.

200 OK - HTTP-statuskode, der angiver, at anmodningen lykkedes.

2xx Status Codes - Familien af HTTP-statuskoder, der signalerer en vellykket anmodning.

301 Redirect - Permanent omdirigering, der overfører de fleste placeringssignaler til en ny URL.

302 Redirect - Midlertidig omdirigering, der angiver, at flytningen til den nye URL ikke er permanent.

304 Not Modified - Status, der fortæller browseren, at en gemt kopi af en ressource stadig er aktuel.

307 Redirect - Midlertidig omdirigering, der bevarer den oprindelige anmodnings metode.

403 Forbidden - Status, der betyder, at serveren forstod anmodningen, men nægter at tillade den.

404 Error - Status, der returneres, når den ønskede side ikke findes på serveren.

404 Not Found - HTTP-statuskode, der betyder, at den ønskede ressource ikke findes.

410 Gone - Status, der betyder, at en ressource er fjernet med vilje og permanent.

4xx Status Codes - Familien af HTTP-statuskoder, der signalerer fejl på klientsiden.

500 Internal Server Error - Generisk status, der betyder, at serveren stødte på en uventet fejl.

502 Bad Gateway - Status, der betyder, at serveren fik et ugyldigt svar fra en anden server.

503 Service Unavailable - Status, der betyder, at serveren midlertidigt ikke kan behandle anmodningen.

5xx Status Codes - Familien af HTTP-statuskoder, der signalerer fejl på serversiden.

A

A/B Testing - Sammenligning af to versioner af en side eller et element for at afgøre, hvilken der præsterer bedst. Også kendt som Split Testing.

Above the Fold - Den del af en webside, der er synlig uden at scrolle.

Absolute URL - Fuldstændig webadresse, der inkluderer protokol og domæne, for eksempel <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - HTTP-header, der angiver brugerens sprogpræferencer og hjælper med at levere lokaliseret indhold.

Access Log - Serverfil, der registrerer hver anmodning og bruges til at analysere bot- og brugeradfærd i praksis.

Accessibility - Design af websteder, så de kan bruges af personer med handicap og af hjælpeteknologier.

Ad Impressions - Antallet af gange, en annonce vises for brugere.

Ad Keyword - Et søgeord, som en annoncør byder på for at udløse sin betalte annonce.

Ad Rank - I Google Ads en værdi, der bestemmer en annonces placering ud fra bud, kvalitet og kontekst.

ADA Website Compliance - Overholdelse af den amerikanske ADA-lovs krav til tilgængelighed for websteder.

Adobe Analytics - Adobes webanalyseplatform til virksomheder.

Advanced Search Operators - Særlige kommandoer som site: eller intitle:, der forfiner og filtrerer søgeforespørgsler.

AEO (Answer Engine Optimization) - Optimering af indhold, så svarmaskiner og AI-assistenter viser det som et direkte svar.

Affiliate - Partner, der tjener en provision på henviste salg eller leads via sporede links.

Ahrefs - Kommercielt SEO-værktøjssæt, der ofte bruges til linkanalyse, søgeordsanalyse og placeringssporing.

AI Citation Eligibility - Om et indhold er struktureret og troværdigt nok til, at et AI-svarsystem citerer det som kilde.

AI Overview - Googles AI-genererede resumé over nogle resultater, opstået ud af Search Generative Experience.

AI Snapshot - AI-genereret resumé, der vises over resultaterne i generative søgeoplevelser.

AIO (AI Optimization) - Optimering af indhold og entiteter, så AI-systemer forstår, viser og citerer et brand.

Algorithmic Penalty - Tab af placering, der anvendes automatisk af en søgealgoritme, ikke af en menneskelig anmelder.

Algorithmic Suppression - Algoritmisk undertrykkelse, der holder en sides eller et websteds placering lav uden manuel indgriben.

Alt Text - Beskrivende tekst til et billede, der understøtter tilgængelighed og hjælper søgemaskiner med at forstå billedet. Også kendt som Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - I Search Console en status for en duplikatside, der korrekt peger på sin valgte kanoniske version.

Ambiguous Intent - Forespørgsel, hvis mål er uklart, og som med rimelighed kan svare til flere forskellige hensigter.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Open source-ramme til at oprette forenklede, hurtigt indlæsende mobilversioner af websider.

Anchor Text - Den synlige, klikbare tekst i et hyperlink, der giver søgemaskiner kontekst om den linkede side.

Anchor Text Ratio - Fordelingen af ankertekst-typer på tværs af et websteds samlede linkprofil.

Answer Box - SERP-funktion, der giver et direkte svar på en forespørgsel, ofte hentet fra et fremhævet uddrag.

Answer Sourcing - Den måde, hvorpå en AI eller svarmaskine udvælger og citerer kilderne bag et genereret svar.

API (Application Programming Interface) - Et defineret sæt regler, der lader software udveksle data og funktioner.

Article Spinning - Omskrivning af en eksisterende artikel med synonymer for masseproduktion af tilsyneladende unikke kopier - en black hat-taktik.

Article Syndication - Genudgivelse af en artikel på andre websteder for at nå et bredere publikum.

ASO (App Store Optimization) - Optimering af en mobilapps fortegnelse i en butik, så den placerer sig og konverterer bedre.

Assisted Conversions - Konverteringer, hvor en kanal spillede en støttende rolle tidligere i rejsen, ikke ved sidste klik.

Async - Script-attribut, der indlæser en fil uden at blokere parsing af HTML.

Attribution Modeling - Regler, der fordeler æren for en konvertering mellem kontaktpunkterne i brugerens rejse.

Author Authority - Den opfattede ekspertise og troværdighed hos forfatteren af et indhold, knyttet til E-E-A-T.

Author Entity - Forfatter præsenteret som en anerkendt entitet, som søgemaskiner forbinder med emner og værker.

Authority - Den samlede tillid og placeringsstyrke, en side eller et websted har optjent i søgemaskinernes øjne. Også kendt som Website Authority.

Authority Dilution - Svækkelsen af linkværdi, når den fordeles på for mange links eller sider.

Authority Score - Semrushs egen metrik, der vurderer et domænes samlede kvalitet og autoritet.

Authority Site - Meget troværdigt og etableret websted, der placerer sig godt, og som andre ofte henviser til.

Auto-Generated Content - Indhold produceret automatisk af software, som overtræder retningslinjerne, hvis det er spam eller ubrugeligt.

Average Position - Den gennemsnitlige placering af en side eller et søgeord i søgeresultaterne.

B

B2B - Business-to-business - markedsføring eller salg af produkter og tjenester til andre virksomheder.

B2C - Business-to-consumer - markedsføring eller salg af produkter og tjenester direkte til privatpersoner.

Backlink - Link fra et andet websted, der peger på din side, og som søgemaskiner behandler som en tillidsstemme. Også kendt som Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Den samlede mængde, mangfoldighed og kvalitet af de links, der peger på et websted.

Baidu - Den førende websøgemaskine i Kina.

Bait and Switch - At placere en side med ét indhold og derefter erstatte det med et andet - en vildledende taktik.

Banner Blindness - Brugerens tendens til at ignorere elementer på en side, der ligner bannere eller annoncer.

BERT - Googles sprogmodel fra 2019, der bedre fortolker ordenes kontekst i en forespørgsel.

BigCommerce - Hostet e-handelsplatform til at bygge og administrere onlinebutikker.

Bing - Microsofts websøgemaskine.

Bing Webmaster Tools - Microsofts gratis platform til at overvåge og forbedre et websteds tilstedeværelse i Bing.

Black Hat SEO - Taktikker, der bevidst overtræder søgemaskinernes retningslinjer for at manipulere placeringen.

Blocked by Noindex - I Search Console en status, der betyder, at en side er udelukket fra indekset på grund af et noindex-direktiv.

Blog Commenting - At efterlade kommentarer på blogs, nogle gange for linkenes skyld, som regel nofollow og af lav værdi.

Body Content - Hovedindholdet på en side, adskilt fra navigation, sidehoved og sidefod.

Bounce Rate - Procentdelen af sessioner, der slutter efter en enkelt side uden yderligere interaktion.

Brand Authority - Et brands tillid og genkendelighed, som kan påvirke placering og klikadfærd.

Brand Mention - Enhver omtale af et brand online, med eller uden link.

Brand Mention Link Building - At omdanne et brands ulinkede omtaler til backlinks ved at kontakte udgiveren.

Branded Anchor Text - Ankertekst, der bruger et brands navn som linkets tekst.

Branded Content - Indhold, der fremhæver et bestemt brand eller er bygget op omkring det.

Branded Keyword - Søgforespørgsel, der indeholder navnet på et brand eller produkt.

Branded SEO - Optimering for søgforespørgsler, der indeholder dit brands navn.

Breadcrumb Navigation - Sekundær navigationssti, der viser en sides placering i webstedets hierarki.

Broad Match Keyword - I Google Ads en matchtype, der udløser annoncer for relaterede søgninger, ikke kun den nøjagtige term.

Broken Link Building - At finde brudte links på andre websteder og tilbyde din relevante side som erstatning.

Brotli - Moderne komprimeringsalgoritme, der reducerer tekstfiler, så sider leveres hurtigere.

Browser - Software, der henter, gengiver og viser websider, som Chrome eller Safari.

Bundling - Kombination af flere JavaScript- eller CSS-filer til færre for at reducere antallet af anmodninger.

Byline Trust - Tillidssignaler, der stammer fra en tydeligt angivet, troværdig forfatterangivelse.

C

Cache - Midlertidigt gemte filkopier, der gør, at sider indlæses hurtigere ved gentagne besøg.

Cache-Control - HTTP-header, der fortæller browsere og CDN'er, hvor længe ressourcer skal gemmes i cache.

Caching - At gemme kopier af ressourcer, så de kan leveres hurtigere og reducere serverens belastning.

Call to Action (CTA) - En opfordring, der leder brugere mod en bestemt handling, som «Køb nu» eller «Tilmeld dig».

Canonical URL - Den valgte version af en side, som søgemaskiner bør indekser, når der findes duplikat- eller lignende sider. Også kendt som Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Processen med at vælge og angive den foretrukne URL blandt duplikat- eller næsten-duplikatsider.

Carousel - Vandret rulbar SERP-funktion, der viser flere resultater, billeder eller kort.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Topdomæne på to bogstaver knyttet til et land, som .dk eller .de, der ofte fungerer som et signal om geografisk målretning.

CDN (Content Delivery Network) - Distribueret servernetværk, der leverer indhold fra en placering tæt på brugeren.

Channel - Gruppering af trafik efter kilde, som organisk, betalt, henvisning eller direkte.

Churn and Burn SEO - Aggressive black hat-taktikker, der sigter mod at placere et websted hurtigt, før en uundgåelig straf.

Citation - Omtale af en virksomhed eller kilde online, især af dens navn, adresse og telefonnummer.

Citation Building - Aktivt at oprette ensartede virksomhedsfortegnelser i kataloger og på platforme.

Citation Flow - Metrik fra Majestic, der forudsiger en URL's indflydelse ud fra antallet af links, der peger på den.

Citation Grounding - At forankre et AI-genereret svar i verificerbare kilder for at reducere hallucinationer.

Click Potential - Metrik fra Semrush, der vurderer, hvor sandsynligt det er, at et søgeords SERP genererer organiske klik.

Click Share - Den andel af alle tilgængelige klik for et sæt søgeord, som et domæne vinder.

Clickbait - Sensationelle overskrifter skabt for at lokke til klik, som ofte lover mere, end indholdet leverer.

Clickstream Data - Anonymiserede data om brugeres faktiske browse- og klikrejser, brugt til at estimere søgemetrikker.

Client-Side Rendering (CSR) - Gengivelse af en sides indhold i browseren ved hjælp af JavaScript i stedet for på serveren.

Cloaking - At vise forskelligt indhold til søgemaskiner og brugere - en black hat-overtrædelse af retningslinjerne. Også kendt som Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Software til at oprette, administrere og udgive et websteds indhold uden manuel kodning, som WordPress.

Cold Outreach - At kontakte personer uden forudgående relation, for eksempel for at foreslå et link eller et samarbejde.

Cold Start - Den vanskelighed, et helt nyt websted eller en helt ny side møder med at placere sig, før det opbygger signaler eller historik.

Commercial Investigation Query - Søgning, hvor brugeren undersøger og sammenligner produkter før et muligt køb.

Common Keywords - Søgeord, som to eller flere konkurrerende domæner placerer sig for sammen.

Competitive Density - Metrik fra Semrush fra 0 til 1, der angiver, hvor intenst annoncører konkurrerer om et søgeord.

Competitor Analysis - Undersøgelse af konkurrenters strategier, søgeord og links for at styre dine egne SEO-beslutninger.

Competitor Backlink Analysis - Undersøgelse af konkurrenters backlinks for at finde linkmuligheder, du også kan opnå.

Competitors in Google Ads - Domæner, der byder på de samme betalte søgeord som dig.

Competitors in Organic Search - Domæner, der konkurrerer om de samme organiske søgeord som dig.

Computer-Generated Content - Indhold produceret af software eller AI i stedet for skrevet af en person.

Content - Teksten, billederne, videoerne og andet materiale på en side, der giver værdi for brugerne.

Content Curation - At udvælge, organisere og dele det bedste eksisterende indhold om et emne.

Content Decay - Det gradvise tab af trafik og placering, efterhånden som et indhold ældes eller bliver mindre konkurrencedygtigt.

Content Federation - Distribution af samme indhold på tværs af flere platforme eller partnersites.

Content Fingerprints - Unikke signaturer, som søgemaskiner beregner ud fra indhold for at opdage dubletter og næsten-dubletter.

Content Gap - Et emne eller en forespørgsel, som dit websted endnu ikke dækker, men som konkurrenter eller brugere efterspørger.

Content Gap Analysis - Sammenligning af dit indhold med konkurrenternes for at finde manglende emner og søgeordsmuligheder.

Content Hub - Central side, der linker til en gruppe relateret indhold om et emne.

Content Marketing - At skabe og distribuere værdifuldt indhold for at tiltrække, engagere og fastholde et publikum.

Content Negotiation - Mekanisme på serversiden, der leverer forskellige versioner af en ressource ud fra anmodningens headere, som sprog.

Content Pruning - At fjerne eller flette sider med lav værdi for at hæve webstedets samlede kvalitet. Også kendt som Pruning.

Content Relevance - Hvor godt en sides indhold passer til en forespørgsel og brugerens underliggende hensigt.

Content Silo - Gruppering af relateret indhold i tæt tematiske sektioner.

Content Spinning - Automatisk omformulering af indhold for at skabe utallige næsten-duplikatversioner, hvilket søgemaskiner fraråder.

Content Syndication - Distribution af indhold på tredjepartssites, ideelt med et kanonisk link til originalen.

Content Velocity - Det tempo, hvormed nyt indhold udgives over en given periode.

Content-Based Classifier - Maskinlæringsystem, der klassificerer sider ved at analysere deres indhold.

Contextual Link - Link placeret i en sides brødtekst, omgivet af tematisk relateret tekst.

Conversion - En ønsket handling, der er gennemført, som et køb, en tilmelding eller en formularindsendelse.

Conversion (Goal) - En bestemt handling, der spores som en konvertering i et analyseværktøj.

Conversion Rate - Procentdelen af besøgende, der gennemfører en ønsket handling.

Copied Content - Indhold dubleret fra en anden kilde uden nævneværdig original værdi.

Core Web Vitals (CWV) - Googles sæt af brugeroplevelsesmetrikker (LCP, INP og CLS), der måler indlæsning, interaktivitet og visuel stabilitet.

Cornerstone Content - Dine vigtigste og mest omfattende sider, som du mest af alt vil placere dig for på hovedemnerne.

Cost % - Metrik, der udtrykker en annonces omkostning eller procentdelen af betalt trafik for et søgeord.

CPA (Cost Per Acquisition) - Den gennemsnitlige omkostning ved at opnå en konvertering eller en kunde gennem annoncering.

CPC (Cost Per Click) - Det beløb, en annoncør betaler, hver gang en bruger klikker på dens annonce.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Omkostningen for tusind annoncevisninger, hvor M kommer fra det latinske mille.

Crawl Anomaly - I Search Console en etiket for en uafklaret crawlfejl, ofte et uventet 4xx- eller 5xx-svar.

Crawl Budget - Antallet af sider, en søgemaskine crawler på et websted i en given periode.

Crawl Delay - Direktiv, der beder bots vente mellem anmodninger; nogle maskiner som Bing respekterer det, Google ignorerer det.

Crawl Demand - Hvor meget en søgemaskine ønsker at crawle et websted, hvilket afhænger af dets popularitet og friskhed.

Crawl Depth - Hvor mange klik en side er fra forsiden, hvilket påvirker, hvor let den crawles.

Crawl Efficiency - Hvor godt et websteds crawlbudget bruges på nyttige, indekserbare URL'er i stedet for at spildes.

Crawl Error - Problem, der forhindrer en søgemaskine i at få korrekt adgang til en URL.

Crawl Rate Limit - Den maksimale crawlhastighed, en søgemaskine bruger for ikke at overbelaste serveren.

Crawl Trap - Webstedsstruktur, som uendelige URL-parametre, der fanger bots på sider med lav værdi og spilder crawlbudget. Også kendt som Spider Trap.

Crawlability - Hvor let søgemaskinernes bots kan få adgang til et websteds sider og crawle dem.

Crawled but Not Indexed - I Search Console en status, hvor en side er blevet crawlet, men bevidst udelukket fra indekset.

Crawler - Automatiseret program, der opdager, henter og videresender sider til indeksering, mens det gennemgår nettet. Også kendt som Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Instruktioner i robots.txt, meta robots-tagget eller HTTP-headere, der fortæller bots, hvordan de skal crawle eller indekser.

Crawling - Den proces, hvor søgemaskinernes bots opdager og henter websider.

Critical Rendering Path - Den sekvens af trin, browseren gennemgår for at omdanne HTML, CSS og JavaScript til gengivne pixels.

CRM - Software til styring af kunderelationer, brugt til at spore leads, kunder og salgssinteraktioner.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Systematisk forbedring af et websted for at øge andelen af besøgende, der konverterer.

Cross-Linking - At linke relaterede sider indbyrdes for at sprede relevans og lette navigationen.

CSS (Cascading Style Sheets) - Det sprog, der styrer websiders visuelle udseende og layout.

CTR (Click-Through Rate) - Den andel af visninger, der ender i et klik.

CTR Manipulation - Kunstigt at oppuste klikraten i et forsøg på at påvirke placeringen - en manipulerende taktik.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Core Web Vital-metrik, der måler, hvor uventet elementer på en side flytter sig under indlæsningen.

Curated Content - Tredjepartsindhold samlet og præsenteret med ekstra kontekst eller kommentar.

Customer Journey - Hele den rejse, en kunde gennemgår, fra den første bevidsthed til købet og videre.

D

<!DOCTYPE html> - Erklæring i begyndelsen af et HTML-dokument, der fortæller browseren at bruge standardtilstand.

Data - Rå fakta og tal indsamlet til analyse.

Data Sampling - Analyse af en repræsentativ stikprøve af data i stedet for hele datasættet, hvilket kan reducere rapporters nøjagtighed.

Dead-End Page - Side uden udgående links, der ikke giver brugere og bots et næste skridt.

Declined Keywords - Søgeord, hvis placeringer er faldet for et websted over en given periode.

Deep Link - Link, der peger på en bestemt intern side i stedet for et websteds forside.

Deindexing - Fjernelse af sider fra en søgemaskines indeks.

Demographics - Statistiske kendetegn ved et publikum, som alder, køn og placering.

Destination Site - Det websted, et link eller en kampagne leder brugere hen til.

Digital PR - At opnå brandomtaler og links fra medier og publikationer gennem historier med nyhedsværdi.

Direct Traffic - Besøg fra brugere, der ankommer til et websted uden en henvisningskilde, for eksempel ved at indtaste URL'en.

Directory Links - Backlinks fra online virksomhedskataloger eller webkataloger.

Disallow - Robots.txt-direktiv, der fortæller bots ikke at få adgang til de angivne stier.

Disavow - At bede Google ignorere bestemte backlinks ved vurderingen af dit websted.

Disavow File - Tekstfil, der opregner de domæner eller URL'er, du ønsker, at Google skal ignorere.

Disavow Tool - Værktøj i Google Search Console til at indsende en liste over backlinks, som Google bør ignorere.

Discovered but Not Indexed - Status i Search Console, hvor Google har fundet en URL, men endnu ikke har crawlet eller indekseret den.

Display Ads - Visuelle, bannerlignende annoncer, der vises på websteder via annoncenetværk.

Distance - I lokal SEO hvor langt en virksomhed er fra den, der søger, en central faktor for lokal placering. Også kendt som Proximity.

DNS (Domain Name System) - Det system, der oversætter læselige domænenavne til de IP-adresser, servere bruger.

Dofollow Link - Normalt link, der videregiver placeringssignaler - standardtilstanden, når ingen rel-attribut begrænser det.

DOM (Document Object Model) - Struktureret repræsentation i hukommelsen af en side, som browseren opbygger, og som scripts kan læse og ændre.

DOM Size - Antallet af noder i en sides DOM, der i for stort omfang kan gøre gengivelsen langsommere.

Domain - Et websteds læselige adresse, som example.com.

Domain Age - Hvor længe et domæne har været registreret, undertiden nævnt som et sekundært tillidssignal.

Domain Authority (DA) - Mozs egen metrik fra 0 til 100, der forudsiger, hvor godt et domæne kunne placere sig.

Domain Name - Det registrerede navn, der identificerer et websted, som example.com.

Domain Name Registrar - Virksomhed, der er akkrediteret til at registrere og administrere domænenavne.

Domain Rating (DR) - Metrik fra Ahrefs fra 0 til 100, der måler styrken af et domænes backlinkprofil.

Domain Structure - Den måde, et websteds domæne, underdomæner og mapper er organiseret på.

Doorway Page - Side med lav værdi skabt udelukkende for at placere sig i søgninger og omdirigere brugere et andet sted hen, hvilket strider mod retningslinjerne. Også kendt som Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Websøgemaskine med fokus på privatliv.

Duplicate Content - Identisk eller meget lignende indhold, der optræder på mere end én URL.

Dwell Time - Hvor længe en bruger bliver på en side efter at have klikket på et resultat, før vedkommende vender tilbage til SERP'en.

Dynamic URL - URL, hvis indhold afhænger af forespørgselsparametre, og som ofte indeholder tegn som ? og &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Googles kvalitetsramme fra retningslinjerne for bedømmere, der tilføjede Erfaring til det tidligere E-A-T.

Ecommerce - Køb og salg af varer eller tjenester over internettet.

Ecommerce SEO - Optimering af onlinebutikker samt deres kategori- og produktsider til organisk søgning.

Edge Caching - Caching af indhold på servere i netværkets kant, tæt på brugerne, for hurtigere levering.

Edge SEO - Implementering af SEO-ændringer på CDN- eller netværkskantniveau uden at ændre webstedets kodebase.

Edge SEO Testing - Gennemførelse af SEO-eksperimenter via netværkets kant eller CDN-laget.

Editorial Link - Backlink opnået naturligt på grundlag af fortjeneste, uden anmodning eller betaling.

Ego Bait - Indhold, der smigrer indflydelsesrige personer for at opnå deres links eller delinger.

Email Outreach - At kontakte personer via personlige e-mails for at foreslå et indhold, et link eller et samarbejde.

Engagement - Det omfang, hvori brugere interagerer med dit indhold.

Engagement Metrics - Metrikker for brugerinteraktion, som tid på siden, scrolldybde eller klik.

Engagement Rate - I GA4 procentdelen af sessioner, der var engagerede sessioner.

Enterprise SEO - SEO i stor skala for websteder med tusindvis af sider og komplekse organisationer.

Entities - Tydelige, klart definerede ting - personer, steder, brands, begreber - som søgemaskiner genkender og forbinder.

Entity Grounding - At forankre et indhold eller et AI-svar til en kendt entitet, så betydningen er entydig.

Entity-Based SEO - Optimering omkring klart definerede entiteter og forholdene mellem dem, ikke kun søgeord.

Entry Page - Den første side, en besøgende ankommer til i løbet af en session.

Estimated Accuracy - Indikator fra Semrush for, hvor pålideligt et givet trafik- eller søgeordsestimat er.

Estimated Traffic - Et SEO-værktøjs grove estimat af, hvor meget organisk trafik et websted eller en side får.

ETag - HTTP-header, der identificerer en bestemt version af en ressource, så den kan caches effektivt.

Event Rich Results - Berigede søgeresultater, der viser detaljer om en begivenhed, som dato og sted, ud fra strukturerede data.

Evergreen Content - Indhold, der forbliver relevant og nyttigt længe efter udgivelsen.

Exact Match Anchor Text - Ankertekst, der nøjagtigt matcher målsøgeordet for den side, den peger på.

Exact Match Keyword - Søgeord, der målrettes i dets nøjagtige form; i Google Ads en matchtype, der kun udløser annoncer for den term eller nære varianter.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - En tidligere version af Googles ramme for indholdskvalitet, før Erfaring blev tilføjet.

External Link / Outbound Link - Et link på din side, der peger på et andet websted.

F

Faceted Navigation - Filterbaseret navigation på store eller e-handelswebsteder, der kan skabe utallige crawlbare URL-kombinationer.

FAQ Rich Result - Beriget resultat, der viser foldbare spørgsmål og svar ud fra strukturerede FAQ-data.

FAQ Schema - Strukturerede data, der markerer spørgsmål-svar-par; Google viser nu kun berigede FAQ-resultater for autoritative websteder.

Favicon - Lille ikon, der repræsenterer et websted i browserfaner og ved siden af nogle søgeresultater.

Featured Image - Det primære repræsentative billede tildelt et indlæg eller en side, brugt til miniaturer og deling.

Featured Snippet - Fremhævet svar vist øverst i nogle søgeresultater, hentet fra en placeret side.

Fetch and Render - At kontrollere, hvordan Googlebot henter og gengiver en side visuelt for at afsløre crawl- eller gengivelsesproblemer.

Fetch and Render Tool - Forældet værktøj i Search Console, der viste, hvordan Googlebot hentede og gengav en URL.

File Compression - At reducere en fils størrelse for at spare båndbredde og fremskynde sideindlæsning.

First Contentful Paint (FCP) - Ydeevnemetrik, der markerer det tidspunkt, hvor den første tekst eller det første billede tegnes på skærmen.

First Link Priority - Idéen om, at Google måske kun tæller det første link til en given URL på en side og ignorerer senere dubletter.

Focus Keyword - Det ene primære søgeord, en side er optimeret til at placere sig for.

Follow-Up - Påmindelsesbesked sendt, efter at en første e-mail er forblevet ubesvaret.

Footer Link - Link placeret i et websteds sidefod, der ofte optræder på hver side.

Freshness - Hvor for nylig et indhold er udgivet eller opdateret - en placeringsfaktor for tidsfølsomme forespørgsler.

FTP (File Transfer Protocol) - Standardprotokol til overførsel af filer mellem en klient og en server.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Den aktuelle, hændelsesbaserede version af Google Analytics, der erstattede Universal Analytics i 2023.

Gated Content - Indhold, som en besøgende kun kan få adgang til efter at have oplyst sine kontaktoplysninger.

Gateway Timeout (504) - HTTP 504-status, der returneres, når en gateway-server ikke i tide modtager et svar fra en opstrømsserver.

GBP Optimization - At forbedre en Google Business-profil, så den placerer sig og konverterer bedre i lokale resultater.

GDPR - EU's databeskyttelsesforordning, der regulerer behandlingen af personoplysninger.

GEO (Generative Engine Optimization) - Optimering af indhold, så AI-drevne generative søgemaskiner viser og citerer det.

GEO (Geolocation Optimization) - Optimering af et websted til placeringsbaserede signaler og målretning i lokal søgning.

Geo-Targeting - At vise indhold eller annoncer til brugere ud fra deres geografiske placering.

Geographic Modifiers - Placeringsord tilføjet et søgeord, som «blikkenslager København», for at målrette en lokal hensigt.

Google - Verdens mest brugte websøgemaskine og den virksomhed, der driver den.

Google Ads - Googles annonceringsplatform med betaling pr. klik, tidligere AdWords.

Google Ads Keyword - Søgeord målrettet i en Google Ads-kampagne for at udløse betalte annoncer.

Google AdSense - Googles program, der lader udgivere tjene penge ved at vise annoncer på deres websteder.

Google Alerts - Googles gratis tjeneste, der sender e-mailnotifikationer, når nyt indhold matcher en valgt forespørgsel.

Google Algorithm - Det sæt af placeringssystemer, Google bruger til at ordne søgeresultater. Også kendt som Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - En ændring i Googles placeringssystemer, der kan ændre, hvordan websteder placerer sig. Også kendt som Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Googles gratis platform til at måle et websteds trafik og brugeradfærd.

Google Analytics Goals - Konverteringer konfigureret i Universal Analytics; GA4 erstattede dem med konverteringer og nøglehændelser.

Google Autocomplete - Søgeforslag, som Google tilbyder, mens en bruger indtaster en forespørgsel.

Google Bowling - Black hat-forsøg på at straffe en konkurrent ved at lede links af lav kvalitet til dennes websted.

Google Business Profile (GBP) - Googles gratis fortegnelse, der styrer, hvordan en virksomhed optræder i Søgning og på Maps. Også kendt som Google My Business.

Google Caffeine - Opdateringen af indekseringsinfrastrukturen fra 2010, der gjorde det muligt for Google at indekser indhold hurtigere og friskere.

Google Dance - Slangudtryk for den placeringsustabilitet, et nyt websted eller en ny side gennemgår, mens Google fastlægger dens plads.

Google Fred - Googles opdatering fra 2017, der generelt forbindes med nedrykning af indhold med lav værdi, tyndt og overfyldt med annoncer.

Google Keyword Planner - Værktøj i Google Ads, der giver søgeordsidéer og estimater for søgevolumen.

Google Looker Studio - Googles gratis værktøj til at oprette interaktive rapporter og dashboards ud fra dine data, tidligere Data Studio.

Google Maps - Googles korttjeneste, central for lokal opdagelse og lokal SEO.

Google Mobile-Friendly Test - Googles værktøj til at kontrollere, hvor let en side er at bruge på mobile enheder.

Google PageSpeed Insights - Googles gratis værktøj, der rapporterer om en sides ydeevne og Core Web Vitals med forbedringsråd.

Google Penalty - Nedrykning eller fjernelse, som Google anvender ved overtrædelser af retningslinjerne, især gennem manuelle handlinger.

Google Pigeon - Googles opdatering fra 2014, der forbedrede relevansen og nøjagtigheden af lokale søgeresultater.

Google Pirate - Googles opdatering fra 2012, der rykker websteder med mange gyldige klager over ophavsretskrænkelser (DMCA) ned.

Google Possum - Googles opdatering fra 2016, der gjorde lokale resultater mere mangfoldige ud fra den søgendes placering og filtrering.

Google Quality Guidelines - Googles regler, der definerer acceptabel praksis, i dag udtrykt gennem spamreglerne og Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Googles gratis platform til at overvåge et websteds indeksering, søgeydelse og tekniske problemer. Også kendt som Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Særlige kommandoer som site: eller intitle:, der forfiner og filtrerer Google-søgninger.

Google Search Text Ads - Betalte tekstbaserede annoncer, der optræder blandt Googles søgeresultater.

Google Tag Manager - Googles gratis værktøj til at implementere og administrere markedsførings- og analysetags uden at ændre koden.

Google Top Heavy Update - Googles opdatering fra 2012, der rykker sider med for mange annoncer over folden ned.

Google Trends - Googles gratis værktøj, der viser søgningers relative popularitet over tid.

Google Webmaster Guidelines - Det tidligere navn på Googles retningslinjer for websteder, i dag Google Search Essentials.

Googlebot - Googles webrobot, der opdager og henter sider til søgeindekset.

Gray Hat SEO - Taktikker mellem white hat- og black hat-metoder, der indebærer mere risiko end fuldstændig ærlig SEO.

Guest Blogging - At skrive og udgive et indlæg på et andet websted, ofte for at opbygge autoritet og opnå links.

Guest Posting - At udgive indhold på en andens websted, typisk som en taktik for at opnå backlinks.

Guestographic - Infografik, du skaber, og som et andet websted udgiver, typisk med et link tilbage til dig.

Gzip - Bredt anvendt komprimeringsmetode, der reducerer filer for hurtigere levering.

H

H1 Tag - HTML-overskriftstag på øverste niveau, typisk brugt til en sides hovedtitel.

H2 / H3 Tags - Underoverskriftstags, der organiserer indholdssektioner under H1'en.

Hallucination Suppression - Metoder, der reducerer en AI-models tilbøjelighed til at generere falske eller ubegrundede påstande.

Head Term - Kort, bredt søgeord med stort volumen, det modsatte af et long tail-søgeord.

Header Tags - HTML-overskriftstags fra H1 til H6, der strukturerer indhold efter vigtighed. Også kendt som Heading Tags.

Helpful Content Update - Googles initiativ lanceret i 2022 og siden integreret i den primære placering, der belønner nyttigt, menneskecentreret indhold.

Hidden Text - Tekst skjult for brugere, men synlig for bots - en manipulerende black hat-taktik.

Hilltop Algorithm - Algoritme fra begyndelsen af 2000'erne, der finder autoritative sider gennem links fra eksperter om et emne.

Historical Data - Data om tidligere ydeevne brugt til at opdage tendenser og ændringer over tid.

Hit - Hver enkelt anmodning til en server om en fil, som en side, et billede eller et script. Også kendt som Website Hit.

Holistic SEO - At forbedre alle aspekter af et websted - indhold, teknik og brugeroplevelse - i stedet for isolerede taktikker.

Home Page - Et websteds primære indgangsside, typisk på rod-URL'en.

Homepage Link - Backlink, der peger på et websteds forside i stedet for en intern side.

Host Status - Sektion i Search Console, der rapporterer, hvis Google havde problemer med at crawle din host, som robots.txt-, DNS- eller serverproblemer.

Hostload - Hvor meget crawl en server kan tåle, før den risikerer overbelastning.

HowTo Rich Result - Beriget resultat, der viser trinvisse instruktioner ud fra strukturerede HowTo-data, som Google siden har udfaset.

Hreflang - Attribut, der informerer Google om en sides sprog- og regionsversioner.

Hreflang Attribute - Den specifikke rel-alternate hreflang-markering, der angiver en sides sprog og region.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Svarheader, der tvinger browsere til kun at oprette forbindelse til et websted via HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Det markeringssprog, der strukturerer websiders indhold.

HTML Sitemap - Læselig side, der opregner et websteds sider for at hjælpe brugere og bots med at navigere.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Den protokol, browsere og servere bruger til at udveksle webdata.

HTTP/2 - Større revision af HTTP, der fremskynder indlæsning ved at multiplekse mange anmodninger over én forbindelse.

HTTP/3 - Den nyeste version af HTTP, der kører over QUIC for lavere latens og mere pålidelige forbindelser.

HTTPS - Den krypterede, sikre version af HTTP, der beskytter data under overførsel ved hjælp af TLS.

Hub - Central side, der organiserer og linker relateret indhold om et emne.

Hub and Spoke Model - Indholdsstruktur med en central hub-side, der linker til relaterede, mere specifikke undersider.

Hummingbird - Googles algoritmeomlægning fra 2013, der flyttede vægten til en forespørgsels betydning og hensigt. Også kendt som Google Hummingbird.

Hydration - Den proces, hvor JavaScript på klientsiden tilføjer interaktivitet til HTML gengivet på serveren.



Image Carousel - SERP-funktion, der viser en række billeder med vandret rulning.

Image Compression - At reducere billedfilers størrelse for at fremskynde sideindlæsning uden at skade kvaliteten.

Image Filename - Det beskrivende navn på en billedfil, et sekundært signal for billed-SEO.

Image Pack - SERP-funktion, der viser en samlet blok af billeder blandt søgeresultaterne.

Image SEO - Optimering af billeder, herunder filnavn, alt-tekst og størrelse, til søgning og ydeevne.

Image Sitemap - Sitemap, eller dets udvidelse, der opregner billeder for at hjælpe søgemaskiner med at opdage dem.

Image Title - Et billedes title-attribut, vist som værktøjstip, med sekundær relevans for SEO.

Impression - En enkelt gang, hvor din fortegnelse eller annonce optræder i søgeresultaterne.

Impression Share - I Google Ads den andel af visninger, du opnåede ud af dem, du var berettiget til.

Improved Keywords - Søgeord, hvis placeringer er forbedret for et websted over en given periode.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Next.js-teknik, der genopbygger enkelte statiske sider efter behov, efter at webstedet er udgivet.

Index - Databasen over sider, som en søgemaskine har gemt og kan returnere i resultaterne.

Index Bloat - Når for mange sider med lav værdi indekseres, hvilket udvander et websteds samlede kvalitetssignaler.

Index Coverage Report - Rapport i Search Console, der viser, hvilke sider der er indekseret, og hvorfor andre ikke er. Også kendt som Page Indexing Report.

Indexability - Om en side er tilladt og i stand til at blive tilføjet en søgemaskines indeks.

Indexation Rate - Den procentdel af et websteds sider, som en søgemaskine faktisk indekserer.

Indexing - Processen med at analysere en side og tilføje den til en søgemaskines indeks.

IndexNow - Protokol, der lader websteder øjeblikkeligt underrette deltagende maskiner, som Bing og Yandex, om ændrede URL'er.

Infographic - Visuel fremstilling af information eller data, ofte skabt for at tiltrække links.

Information Gain - Mængden af ny, unik information, en side tilføjer ud over, hvad de allerede placerede sider dækker.

Informational Query - Søgning, hvor brugeren ønsker at lære eller finde information, ikke at købe.

Intent Cluster - Gruppe af søgeord eller forespørgsler, der deler samme underliggende søgehensigt.

Interaction to Next Paint (INP) - Core Web Vital-metrik, der måler, hvor hurtigt en side reagerer på brugerinteraktioner; erstattede FID i 2024.

Internal Link - Link fra en side til en anden side på samme websted.

Internal Linking - At linke sider inden for samme websted for at lette navigation og fordele autoritet.

International SEO - Optimering af et websted til at målrette brugere i flere lande og sprog.

IP Address - Numerisk etiket, der identificerer en enhed eller server på et netværk.

J

JavaScript (JS) - Det programmeringssprog, der tilføjer interaktivitet og dynamisk adfærd til websider.

JavaScript SEO - Den praksis at gøre JavaScript-tunge websteder crawlbare og indekserbare for søgemaskiner.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Det format, Google anbefaler til at tilføje strukturerede data til en side via en script-blok.

K

Kanban - Visuel tavle, der styrer opgaver og arbejdsgang som kort, der flyttes mellem kolonner.

Keyword - Ord eller frase, folk indtaster i søgemaskiner, og som du optimerer for at målrette.

Keyword (Google Ads) - Term, en annoncør byder på for at kunne udløse betalte annoncer.

Keyword (Not Provided) - Søgeordsdata, som Google skjuler for analyse, mærket som not provided.

Keyword (Organic) - Term, du sigter mod at placere dig for i organiske, ikke betalte søgeresultater.

Keyword (Related) - Term, der er semantisk relateret til dit primære søgeord og understøtter samme emne.

Keyword Analysis - Vurdering af søgeord ud fra relevans, volumen, sværhedsgrad og søgehensigt.

Keyword Cannibalization - Når flere sider på et websted konkurrerer om samme søgeord og svækker hinandens placering.

Keyword Categorization - At gruppere søgeord i emner eller kategorier for at organisere strategi og indhold.

Keyword Clustering - At gruppere tæt relaterede søgeord, som en enkelt side kan målrette på én gang.

Keyword Competition - Konkurrenceniveauet for at placere sig organisk for et søgeord eller for at byde på det i annoncer.

Keyword Density - Hvor ofte et søgeord optræder i forhold til det samlede antal ord på en side.

Keyword Difficulty - Et værktøjs metrik, der estimerer, hvor svært det ville være at placere sig for et givet søgeord.

Keyword Explorer - Funktion i et SEO-værktøj til at opdage søgeordsidéer og analysere deres metrikker.

Keyword Frequency - Det rå antal forekomster af et søgeord i et indhold.

Keyword Funnel - At organisere søgeord efter den fase i købsrejsen, de afspejler.

Keyword Overview - Et værktøjs rapport, der opsummerer et søgeords vigtigste metrikker, som volumen, sværhedsgrad og hensigt.

Keyword Prominence - Hvor synligt og tidligt et søgeord optræder på en side, for eksempel i titlen eller første afsnit.

Keyword Proximity - Hvor tæt målsøgeordene optræder på hinanden i teksten.

Keyword Ranking - En sides placering i søgeresultaterne for et givet søgeord. Også kendt som Keyword Rank.

Keyword Research - At finde og analysere de termer, dit publikum søger efter, for at styre indhold og SEO.

Keyword Stemming - At reducere et ord til dets rod, så varianter som run og running behandles som relaterede.

Keyword Stuffing - At overfylde en side med søgeord i et forsøg på at manipulere placeringen. Også kendt som Keyword Spam.

Knowledge Graph - Googles database over entiteter og forholdene mellem dem, brugt til at berige resultaterne. Også kendt som Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - SERP-boks, der viser nøglefakta om en entitet, hentet fra Knowledge Graph. Også kendt som Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Målbart værdi, der sporer fremskridt mod et bestemt mål.

L

Landing Page - Side, en besøgende ankommer til fra en kampagne, designet til at fremme en enkelt handling.

Largest Contentful Paint (LCP) - Core Web Vital-metrik, der måler gengivelsestiden for det største synlige element på en side.

Last Crawl - Den seneste dato, hvor en søgemaskine crawled en given side.

Last-Modified - HTTP-header, der fortæller klienter, hvornår en ressource sidst blev ændret.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Teknik til naturlig sprogbehandling, der analyserer forholdene mellem dokumenter og de termer, de indeholder.

Lazy Loading - At udskyde indlæsning af billeder eller ressourcer uden for skærmen, indtil de er nødvendige, for hurtigere første indlæsning.

Lead - Potentiel kunde, der har vist interesse, for eksempel ved at oplyse sine oplysninger.

Lead Magnet - Gratis incitament, som en e-bog, der tilbydes i bytte for en besøgendes kontaktoplysninger.

Link Accessibility - Om links kan opdages og følges af bots i stedet for at være skjult bag scripts.

Link Attribution - At signalere et links natur med rel-attributter som nofollow, sponsored eller ugc.

Link Authority - Den styrke og tillid, en linkende side kan videregive.

Link Bait - Indhold skabt specifikt for at tiltrække et stort antal backlinks. Også kendt som Linkbait.

Link Building - Processen med at opnå backlinks fra andre websteder for at forbedre autoritet og placering.

Link Burst - En pludselig stigning i nyligt opnåede backlinks over en kort periode.

Link Churn - Det naturlige tab og den naturlige tilgang af backlinks for et websted over tid.

Link Condom - Gammelt slang for metoder som nofollow, der forhindrer et link i at videregive placeringsværdi.

Link Distance - Antallet af linkspring mellem et betroet kildewebsted og en given side.

Link Diversity - Variationen i kilder, typer og ankertekster blandt et websteds backlinks.

Link Equity - Den placeringsværdi, der videregives fra en side til en anden via et link.

Link Exchange - Gensidig aftale, hvor to websteder aftaler at linke til hinanden.

Link Farm - Gruppe af websteder skabt udelukkende for at linke til hinanden og manipulere placeringen.

Link Gap - Backlinks, som konkurrenter har, men dit websted ikke har.

Link Hoarding - Modviljen mod at linke til andre websteder i et forsøg på at fastholde al linkværdi internt.

Link Insert (Niche Edit) - At tilføje et backlink til en eksisterende artikel, der allerede er udgivet på et andet websted.

Link Intersect - Analyse, der finder websteder, der linker til flere af dine konkurrenter, men ikke til dig.

Link Juice - Uformelt udtryk for den placeringsværdi, et link videregiver til sin destination.

Link Neighborhood - Den samling af websteder, du linker til, og som linker til dig, hvilket signalerer dine forbindelser.

Link Placement Quality - Hvor værdifuld placeringen af et link er, og den kontekst, der omgiver det på en side.

Link Popularity - Antallet og kvaliteten af de backlinks, der peger på et websted.

Link Profile - Den samlede sammensætning af alle de backlinks, der peger på et websted.

Link Prospect - Websted eller side identificeret som en mulig kilde til et backlink.

Link Reclamation - At genvinde tabte backlinks eller omdanne et brands ulinkede omtaler til links.

Link Relevancy - Hvor tematisk relateret den linkende side er til den side, den peger på.

Link Rot - Links naturlige tendens til at gå i stykker over tid, efterhånden som sider flyttes eller forsvinder.

Link Scheme - Enhver linkpraksis, der har til formål at manipulere placeringen, og som overtræder Googles retningslinjer.

Link Spam - Irrelevante eller manipulerende links placeret i et forsøg på at påvirke placeringen.

Link Suppression - Når en søgemaskine nedrykker eller ignorerer et link, så det ikke videregiver placeringsværdi.

Link Toxicity - Det omfang, hvori en backlinkprofil indeholder skadelige eller spam-links.

Link Velocity - Det tempo, hvormed et websted opnår eller mister backlinks over tid.

Link Volume - Det samlede antal backlinks, der peger på et websted eller en side.

Linkable Asset - Indhold af høj værdi skabt specifikt for at tiltrække backlinks.

Linked Unstructured Citations - Omtaler af en virksomhed i et indhold, der inkluderer et link, men ikke en struktureret katalogfortegnelse.

Listicle Placement - At få dit brand med i en artikel i listeformat på et andet websted.

Listing Management - At vedligeholde nøjagtige og ensartede virksomhedsfortegnelser på tværs af flere platforme.

LLM Visibility - Hvor ofte og synligt et brand optræder i svar fra store sprogmodeller.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Optimering af indhold og entiteter, så store sprogmodeller viser og citerer et brand i deres svar.

Local Ads - Betalte annoncer, der målretter et lokalt publikum, som Googles Local Services Ads.

Local Business Schema - Strukturerede data, der beskriver en lokal virksomhed, som dens navn, adresse og åbningstider, for søgemaskiner.

Local Citation - Enhver online omtale af en lokal virksomheds navn, adresse og telefonnummer. Også kendt som Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - At holde en virksomheds navn, adresse og telefonnummer identiske på tværs af alle fortegnelser.

Local Filtering - Når Google filtrerer lignende lokale virksomheder, der deler placering eller telefonnummer, for at gøre resultaterne mere mangfoldige.

Local Finder - Den udvidede liste over lokale resultater, der vises, når en bruger klikker for at fortsætte fra Local Pack.

Local Keyword Research - At finde søgetermer med lokal hensigt for en virksomheds område.

Local Listings - En virksomheds profiler i kataloger, på kort og på anmeldelsesplatforme.

Local Pack - SERP-funktion, der viser et kort og en kort liste over lokale virksomheder for en lokal søgning.

Local Query - Søgning med lokal hensigt, der typisk søger virksomheder, produkter eller tjenester i nærheden.

Local Ranking Factors - De signaler - primært relevans, afstand og fremtræden - der bestemmer lokal placering.

Local Search - At søge efter virksomheder, produkter eller tjenester nær en bestemt placering.

Local Search Grid - Et værktøjs visning, der viser, hvordan en virksomhed placerer sig på tværs af et geografisk gitter af punkter.

Local Search Marketing - Den praksis at forbedre en lokal virksomheds synlighed i lokale søgninger.

Local Search Marketing Services - Bureautjenester, der forbedrer en virksomheds tilstedeværelse i lokale søgeresultater.

Local SEO - Optimering af et websted og dets fortegnelser til at placere sig i placeringsbaserede søgninger og kortresultater.

Local Teaser - Kompakt lokal SERP-enhed, der kort viser virksomheder i nærheden for en placeringsbaseret søgning.

Log File Analysis - Undersøgelse af serverlogfiler for at se, hvordan søgemaskinernes bots og brugere faktisk får adgang til et websted.

Long-Tail Keyword - Længere, mere specifik søgning med lavere volumen, men klarere hensigt.

Lost Link - Backlink, der tidligere fandtes, men ikke længere er til stede.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Almindelig fejlbetegnelse for semantisk relaterede termer; ægte latent semantic indexing er ikke den måde, Google placerer på.

M

<meta name="viewport"> - Meta-tag, der styrer, hvordan en side skaleres og lægges ud på mobile enheder.

Main Thread Blocking - Når lange JavaScript-opgaver lægger beslag på browserens hovedtråd og skader reaktionsevnen.

Manual Action - Nedrykning eller fjernelse anvendt af en menneskelig anmelder for en overtrædelse af Googles retningslinjer. Også kendt som Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Værktøj, der sporer en virksomheds lokale placering på tværs af forskellige punkter på kortet.

Map Spam - At manipulere lokale kortresultater med falske eller søgeordsoverfyldte virksomhedsfortegnelser.

Market Consolidation - Det omfang, hvori en håndfuld domæner lægger beslag på en stor del af et markeds søgetrafik.

Market-Level Indexing - At organisere indeks- eller synlighedsdata på niveau med et helt marked eller land.

Match Score - Et værktøjs metrik, der vurderer, hvor godt et resultat matcher en forespørgsel eller et sæt søgeord.

Merchant Listings - Berigede resultater, der viser produktdetaljer, som pris og tilgængelighed, ud fra strukturerede data.

Meta Description - En sides HTML-resumé, der ofte optræder under dens titel i søgeresultaterne.

Meta Keywords - Forældet meta-tag til at opregne søgeord, som Google ignorerer ved placering.

Meta Refresh - Kode, der omdirigerer browseren til en anden URL efter en angivet forsinkelse. Også kendt som Meta Redirect.

Meta Robots Tag - HTML-tag, der instruerer søgemaskiner i, hvordan de skal crawle og indeksere en side.

Meta Tags - Uddrag i HTML-headeren, der giver søgemaskiner information om en side.

Metric - Målelig indikator brugt til at spore og vurdere ydeevne.

Microdata - Indlejret HTML-metode til at tilføje strukturerede data via attributter på elementer.

Minification - At fjerne unødvendige tegn fra kode for at reducere filstørrelse og fremskynde indlæsning.

Mobile Optimization - At tilpasse et websted, så det fungerer og ser godt ud på mobile enheder.

Mobile Usability - Hvor let det er for besøgende at bruge en side og interagere med den på mobile enheder.

Mobile-First Indexing - Googles praksis med at bruge et websteds mobilversion til indeksering og placering.

Mobile-Friendly Website - Websted, der vises og fungerer godt på mobile enheder.

Model Confidence - Hvor sikker en AI-model er på en forudsigelse eller et genereret svar.

Money Page - Side, der genererer indtægter direkte, som en produkt- eller salgsside.

Morningscore - SEO-værktøj, der gør sporing af placeringer, links og optimeringsopgaver til et spil.

MozBar - Mozs gratis browserudvidelse, der viser SEO-metrikker, som domain og page authority.

Multi-Domain Strategy - At bruge flere domæner, for eksempel efter region eller brand, som en del af en SEO-tilgang.

MUM (Multitask Unified Model) - Googles AI-model, der forstår og genererer sprog på tværs af flere formater og sprog.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - En virksomheds væsentlige kontaktoplysninger, brugt konsekvent i lokale SEO-omtaler.

NAP Consistency - At holde en virksomheds navn, adresse og telefonnummer identiske på tværs af alle fortegnelser.

Natural Language Understanding (NLU) - Gren af NLP med fokus på at indfange betydning, hensigt og nuance bag sprog.

Natural Link - Link, der gives redaktionelt på grundlag af fortjeneste, uden anmodning eller betaling.

Navigation - Systemet af menuer og links, der hjælper brugere med at bevæge sig rundt på et websted. Også kendt som Website Navigation.

Navigational Query - Søgning, hvor brugeren forsøger at nå et bestemt websted eller en bestemt side.

Negative Keywords - Termer, du udelukker i betalte kampagner for at undgå at vise annoncer for irrelevante søgninger.

Negative SEO - Skadelige taktikker, der har til formål at forringe en konkurrents placering i søgning.

News Box - SERP-funktion, der fremhæver friske, relevante nyhedsartikler, ofte mærket Top Stories.

Niche - Et bestemt, fokuseret segment af et bredere marked eller emne.

NLP (Natural Language Processing) - Feltet, der gør det muligt for computere at behandle, analysere og forstå menneskeligt sprog.

Nofollow Link - Link, der beder søgemaskiner ikke videregive placeringssignaler til dets destination. Også kendt som rel="nofollow".

Noindex - Direktiv, der fortæller søgemaskiner ikke at medtage en side i deres indeks.

Noopener and Noreferrer - Rel-attributter tilføjet links, der åbner i en ny fane, af sikkerheds- og privatlivshensyn. Også kendt som rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Antallet af sider, en søgemaskine rapporterer som matchende en given forespørgsel.

O

Off-Page SEO - Aktivitet uden for dit websted, primært linkbuilding, der opbygger autoritet og tillid.

On-Page SEO - Optimering af en sides indhold og HTML, så den placerer sig højere i søgninger.

Online Directories - Websteder, der opregner virksomheder og ofte fungerer som en kilde til lokale omtaler.

Online Review Management - At overvåge, besvare og opfordre til kundefeedback på tværs af forskellige platforme. Også kendt som Review Management.

Online Reviews - Kundebedømmelser og feedback om en virksomhed, offentliggjort online. Også kendt som Reviews.

Online Visibility - Hvor let et brand kan findes i søgemaskiner og på nettet generelt.

Open Graph - Meta-tags, der styrer, hvordan en URL optræder, når den deles på sociale platforme. Også kendt som Open Graph Meta Tags.

Opt-In - En brugers udtrykkelige samtykke til at modtage kommunikation eller blive sporet.

Opt-Out - En brugers beslutning om at afvise kommunikation eller spring, vedkommende ellers ville modtage.

Organic Search Results - Ikke betalte resultater placeret ud fra relevans i stedet for annoncering.

Organic Traffic - Besøgende, der ankommer til et websted fra ikke betalte søgeresultater.

Origin Server - Den server, der gemmer et websteds originale indhold, placeret bag et eventuelt CDN.

ORM (Online Reputation Management) - At styre og forbedre, hvordan et brand opfattes i søgeresultater og på nettet. Også kendt som Reputation Management.

Orphan Page - Side, som intet internt link fra resten af webstedet peger på.

Out of Stock Handling - Den måde, et e-handelswebsted håndterer sider for midlertidigt udsolgte produkter.

Outreach - At kontakte personer eller websteder for at opbygge relationer og opnå links eller omtaler.

Over-Optimization - At anvende SEO-taktikker så aggressivt, at det slår tilbage og skader placeringen.

P

Page Authority (PA) - Mozs score fra 0 til 100, der forudsiger, hvor godt en enkelt side kan placere sig.

Page Experience - Googles sæt af signaler, der afspejler, hvordan brugere oplever en side, herunder Core Web Vitals.

Page Speed - Hvor hurtigt en webside indlæses og bliver brugbar for besøgende.

Page Title - En sides title-element, vist som den klikbare overskrift i søgeresultaterne.

Page View - En enkelt gang, hvor en side indlæses og vises. Også kendt som Pageview.

PageRank (PR) - Googles grundlæggende algoritme, der vurderer en sides vigtighed ud fra antallet og kvaliteten af de links, der peger på den.

Pages per Session - Det gennemsnitlige antal sider, en besøgende ser i løbet af en enkelt session.

Pagination - At opdele indhold i nummererede sider og linke dem indbyrdes til navigation.

Paid Link - Backlink opnået mod betaling.

Paid Search Engine Result - Annoncefortegnelse, der optræder i søgeresultaterne, fordi en annoncør betalte for placeringen.

Paid Traffic - Besøgende, der ankommer til et websted via en betalt annonce.

Panda - Googles opdatering, der retter sig mod tyndt indhold af lav kvalitet, i dag en del af den primære algoritme. Også kendt som Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Ankertekst, der indeholder en del af målsøgeordet sammen med andre ord.

Partial Match Penalty - Manuel handling eller nedrykning, der kun påvirker bestemte sider eller søgeord, ikke hele webstedet.

Passage Indexing - Googles evne til at placere en isoleret relevant sektion af en side, ikke kun siden som helhed.

Passage Retrieval - At hente den mest relevante sektion fra dokumenter for at besvare en forespørgsel.

Passage Weighting - At tildele forskellige niveauer af vigtighed til enkelte sektioner ved placering af en side.

PBN (Private Blog Network) - Netværk af websteder bygget udelukkende for at lede links til et målwebsted - en overtrædelse af retningslinjerne.

Penguin - Googles opdatering, der retter sig mod manipulerende links og spam, i dag en del af den primære algoritme. Også kendt som Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - SERP-funktion, der viser foldbare spørgsmål relateret til brugerens søgning.

People Also Ask Boxes - De enkelte foldbare spørgsmål-svar-bokse i People Also Ask-funktionen.

Persona - Fiktiv profil, der repræsenterer et segment af dit målpublikum.

Personalization - At tilpasse indhold eller søgeresultater til en enkelt brugers kontekst og historik.

Pillar Page - Bred, omfattende side, der forankrer en emneklynge og linker til relaterede undersider.

Pitch - Den besked, hvormed du tilbyder dit indhold, dit link eller din idé til en mulig partner.

Pogo-Sticking - Når en bruger klikker på et resultat og derefter hurtigt vender tilbage til SERP'en for at vælge et andet.

Poison Words - Ord, som man engang troede udløste spamfiltre eller hindrede en side i at placere sig.

Position - Den bestemte plads, et resultat optager på søgeresultatsiden.

PPA (Pay Per Action) - Annonceringsmodel, hvor du kun betaler, når en bestemt handling finder sted, som en tilmelding.

PPC (Pay Per Click) - Annonceringsmodel, hvor du betaler, hver gang nogen klikker på din annonce.

Precision - I informationssøgning den andel af de returnerede resultater, der faktisk er relevante.

Price Competitiveness - Hvordan et produkts pris sammenlignes med konkurrenternes - relevant for shopping- og produktresultater.

Primary Category - Den primære kategori tildelt en virksomhedsprofil eller et produkt, der former relevansen.

Primary Keyword - Det ene primære søgeord, en side er bygget op omkring og optimeret til at placere sig for.

Product Grid SEO - At optimere e-handelsproduktgitter- og kategorisider for synlighed i organiske søgninger.

Product Schema - Strukturerede data, der beskriver et produkt, som dets pris, tilgængelighed og anmeldelser.

Programmatic SEO - At generere utallige sider i stor skala ud fra data og skabeloner for at målrette store sæt af lignende søgninger.

Programming Language - Formelt sprog brugt til at skrive instruktioner, som software udfører.

Progressive Web Apps (PWA) - Webapplikationer, der opfører sig som native apps, med funktioner som offline brug og mulighed for installation.

Prominence - I lokal SEO hvor kendt og etableret en virksomhed er, en faktor for lokal placering.

Prompt Bank - Gemt samling af genanvendelige prompts til AI-værktøjer.

Prospecting - At identificere mulige mål for links, partnerskaber eller kunder at kontakte.

Protocol - Regelsæt, der styrer dataudveksling, som HTTP eller HTTPS.

Public Relations - At styre, hvordan offentligheden og medierne opfatter en organisation.

Pull Channel - Markedsføringskanal, hvor kunder kommer til dig, som organisk søgning.

Pull Marketing - At tiltrække kunder ved at gøre dig let at finde, når de aktivt søger løsninger.

Purchase Conversion - Konvertering, hvor en besøgende foretager et køb.

Purchased Link - Link købt for at påvirke placeringen, hvilket overtræder retningslinjerne, hvis det ikke er markeret eller nofollow.

Push Channel - Kanal, hvorigennem du sender beskeder til et publikum, som display-annoncer eller e-mail.

Push Marketing - At levere beskeder proaktivt til et publikum, der ikke aktivt søgte dem.

Q

Qualified Lead - Potentiel kunde, der opfylder de kriterier, der angiver et reelt salgspotentiale.

Qualified Traffic - Besøgende, der matcher dit målpublikum og er mere tilbøjelige til at konvertere.

Quality Content - Indhold, der er nyttigt, nøjagtigt og reelt opfylder brugerens hensigt.

Quality Score - Google Ads' kvalitetsbedømmelse af søgeord, annoncer og landingssider, der påvirker annonceomkostning og placering.

Query Deserves Diversity (QDD) - Et begreb, der favoriserer en varieret blanding af resultater for tvetydige forespørgsler med flere betydninger.

Query Deserves Freshness (QDF) - Et Google-begreb, der favoriserer nyere indhold for forespørgsler, der viser en stigning i interesse.

QUIC - Moderne transportprotokol brugt af HTTP/3, der reducerer latens ved at køre over UDP.

R

Rank Distribution - Den måde, et websteds søgeord fordeler sig over rækken af placeringspositioner.

Rank Tracking - At overvåge, hvordan et websteds søgeordsplaceringer ændrer sig over tid.

RankBrain - Googles maskinlæringsystem, der hjælper med at fortolke nye og tvetydige forespørgsler. Også kendt som Google RankBrain.

Ranking - Den position, en side optager i søgeresultaterne for en forespørgsel.

Ranking Factor - Et signal, en søgemaskine bruger til at bestemme rækkefølgen af sine resultater.

Readability Score - Metrik, der vurderer, hvor let en tekst er at læse.

Reciprocal Link - Aftale, hvor to websteder linker til hinanden.

Reconsideration Request - Anmodning, der beder Google revurdere et websted, efter at en manuel handling er løst.

Redirect - En måde at lede brugere og bots automatisk fra en URL til en anden.

Redirect Chain - En sekvens af flere omdirigeringer, en anmodning gennemgår før den endelige URL.

Redirected Link - Link, der går gennem en eller flere omdirigeringer, før det når den endelige URL.

Referral Traffic - Besøgende, der ankommer til dit websted via links placeret på andre websteder.

Referring Domain - Unikt domæne, der linker til dit websted mindst én gang.

Regex (Regular Expressions) - Tekstmønstre brugt til at matche strenge, nyttige i filtre, audits og Search Console.

Regional Keywords - Søgeord knyttet til en bestemt region eller placering.

Reinclusion - At bringe et websted eller dets sider tilbage i indekset efter en fjernelse eller straf.

Related Searches - Søgeforslag relateret til din forespørgsel, der vises nederst på resultatsiden.

Relative URL - URL skrevet i forhold til den aktuelle side, der udelader protokol og domæne.

Relevance - Hvor godt en side eller virksomhed passer til den søgendes forespørgsel - en central placeringsfaktor.

Render-Blocking Scripts - Scripts, der skal indlæses og udføres, før browseren kan gengive det synlige indhold.

Rendering - Processen med at omdanne en sides kode til det visuelle udseende, brugeren ser.

Rendering Delay - Forsinkelsen mellem en anmodning og det øjeblik, hvor en sides indhold er fuldt gengivet.

Resource Hints - HTML-hints, som preload, preconnect og dns-prefetch, der fremskynder indlæsning af ressourcer.

Resource Pages - Kuraterede sider, der samler og linker til nyttige ressourcer om et emne.

Responsive Design - Designtilgang, hvor en sides layout tilpasser sig gnidningsløst til enhver skærmstørrelse.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - AI-tilgang, der henter relevante dokumenter og bruger dem til at forankre et genereret svar.

Review Sentiment - Den samlede positive eller negative tone, der udtrykkes i en virksomheds anmeldelser.

Review Velocity - Det tempo, hvormed en virksomhed samler nye anmeldelser over tid.

Rich Snippet - Søgeresultat beriget med ekstra information hentet fra en sides strukturerede data.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Robots-direktiver, der styrer, hvordan en side må optræde i resultaterne, herunder uddragets længde, billedeksempler og caching.

Robots.txt - Fil, der fortæller bots, hvilke dele af et websted de må eller ikke må få adgang til.

ROI (Return on Investment) - Metrik for den opnåede gevinst i forhold til omkostningen ved en investering.

Root Domain - Det registrerede topdomæne uden noget underdomænepræfiks.

S

SaaS (Software as a Service) - Software, der leveres online på abonnementsbasis i stedet for at blive installeret lokalt.

SAM (Serviceable Available Market) - Den del af et samlet marked, en virksomhed realistisk kan betjene.

sameAs - Schema-egenskab, der forbinder en entitet med dens officielle profiler og URL'er.

Schema Markup - Vokabular til strukturerede data tilføjet sider for at muliggøre berigede resultater.

Schema.org - Det fælles vokabular, der standardiserer strukturerede data på tværs af søgemaskiner.

Scraped Content - Indhold kopieret fra andre websteder uden tilladelse eller tilført værdi.

Scraping (Web Scraping) - Automatisk udtræk af data eller indhold fra websteder ved hjælp af software.

Screaming Frog - Bredt anvendt desktop-crawler til tekniske SEO-audits.

Scroll Depth - Hvor langt ned besøgende ruller en side, før de forlader den.

Scrum Board - Visuel tavle, der sporer opgaver og fremskridt i en Scrum-arbejdsgang.

Search Demand Curve - Fordelingen af søgeefterspørgsel, fra termer med stort volumen i toppen til den lange hale.

Search Engine - Software, der finder, indekserer og placerer websider som svar på brugernes forespørgsler.

Search Engine Advertising - At betale for at vise annoncer blandt en søgemaskines resultater.

Search Engine Poisoning - At manipulere resultater, så skadelige eller vildledende sider optræder i søgninger.

Search Engine Rank - Den position, en side optager blandt en søgemaskines resultater.

Search Engine Results Page (SERP) - Resultatsiden, en søgemaskine returnerer for en given forespørgsel.

Search Generative Experience Visibility - Hvor ofte og synligt et brand optræder i AI-genererede søgesvar.

Search Intent - Det underliggende mål, hvormed en bruger indtaster en forespørgsel.

Search Quality Rater Guidelines - Googles offentlige vejledning, der hjælper menneskelige bedømmere med at vurdere resultatets kvalitet og E-E-A-T.

Search Query - De ord, en bruger indtaster i en søgemaskine for at finde noget. Også kendt som Query, Search Term.

Search Result Snippet - Den titel, URL og beskrivelse, der vises for et enkelt resultat i SERP'en.

Search Results - De fortegnelser, en søgemaskine returnerer som svar på en forespørgsel. Også kendt som Results.

Search Traffic - Besøgende, der ankommer til et websted via søgemaskiner.

Search Visibility - Metrik, der vurderer, hvor synligt et websted er ud fra de søgeord, det placerer sig for.

Search Volume - Antallet af gange, et søgeord søges over en given periode. Også kendt som Volume.

Seasonal Trends - De forudsigelige toppe og dale i søgeefterspørgsel i løbet af året.

Secondary Keywords - Understøttende søgeord, en side målretter ud over sit primære søgeord.

Seed Keywords - De første grundlæggende termer brugt til at sætte gang i søgeordsanalyse.

SEM (Search Engine Marketing) - Markedsføring, der øger synlighed i søgemaskiner, ofte gennem betalte annoncer.

Semantic Completeness - Hvor grundigt en side dækker de begreber og underemner, der er relateret til dens emne.

Semantic Core - Det fulde sæt af søgeord, der definerer et websteds tematiske dækning.

Semantic Search - Søgning, der fortolker betydningen og hensigten bag en forespørgsel, ikke kun søgeordene.

Semantic Similarity - Hvor tæt to tekststykker eller to termer er på hinanden i betydning.

Semrush - Populær alt-i-en softwarepakke til SEO og digital markedsføring.

Semrush Rank - Semrushs rangering af domæner ud fra deres estimerede organiske søgetrafik.

Sentiment - Den følelsesmæssige tone, positiv eller negativ, der udtrykkes om et brand eller emne.

Sentiment Analysis - At bruge naturlig sprogbehandling til at bestemme den følelse, der udtrykkes i en tekst.

SEO (Search Engine Optimization) - Den praksis at forbedre et websted, så det placerer sig højere i de organiske søgeresultater.

SEO Audit - Grundig vurdering af et websteds SEO-tilstand, problemer og muligheder.

SEO Benchmarking - At måle SEO-ydeevne i forhold til konkurrenter eller tidligere resultater.

SEO Briefing - Dokument, der vejleder skribenter i at optimere et indhold.

SEO Checklist - Opgaveliste brugt til at sikre, at en side eller et websted er korrekt optimeret.

SEO Consultant - Ekspert, der rådgiver virksomheder om at forbedre deres søgeydeevne.

SEO Emojis - At bruge emojis i titler eller meta-tags for at fange opmærksomhed, selvom Google ofte fjerner dem fra uddrag.

SEO Podcast - Lydprogram dedikeret til emner om søgemaskineoptimering.

SEO Service - Professionel tjeneste leveret for at forbedre en kundes SEO-resultater.

SEO Silo - At gruppere relateret indhold i tæt tematiske sektioner for at opbygge tematisk relevans.

SEO Tips - Praktiske anbefalinger til at forbedre et websteds søgeydeevne.

SEO URL - Ren, beskrivende, søgeordsvenlig URL, designet til at understøtte søgninger og brugere.

SEO vs. SEM - Sammenligning mellem organisk optimering (SEO) og betalt søgemarkedsføring (SEM).

SEOnaut - Et legende kælenavn for en SEO-professionel.

SERP Feature - Ethvert ikke-standardresultat i SERP'en, som et uddrag, en billedpakke eller en lokal pakke.

SERP Real Estate - Den mængde visuel plads, dine fortegnelser optager på resultatsiden.

SERP Shaker - Udtryk for en stor, udbredt ændring i søgemaskinernes placeringer.

SERP Source - Det websted, et givet søgeresultat stammer fra.

SERP Volatility - Det omfang, hvori placeringer i søgeresultaterne svinger over tid.

Server-Side Rendering (SSR) - At generere en sides HTML på serveren, før den sendes til browseren.

Service Area Business (SAB) - Virksomhed, der betjener kunder på deres placering i stedet for fra en butik.

SGE (Search Generative Experience) - Googles oplevelse, der viste AI-genererede svar over resultaterne, og som udviklede sig til AI Overviews.

Shopify - Bredt anvendt hostet e-handelsplatform til at oprette onlinebutikker.

Shopping Grid - Gitter af produktfortegnelser, der optræder i shopping-søgesultater.

Short-Tail Keywords - Korte, brede søgeord med stort volumen og tvetydig hensigt.

Site Architecture - Den måde, et websteds sider er struktureret, organiseret og linket indbyrdes.

Site Audit - Automatiseret analyse, der identificerer tekniske og on-page SEO-problemer.

Site Speed - Hvor hurtigt et websteds sider generelt indlæses for dets besøgende.

Sitelinks - Ekstra links til undersider vist under et hovedresultat for at lette navigationen. Også kendt som Google Sitelinks.

Sitemap - Fil, der opregner et websteds URL'er for at hjælpe søgemaskiner med at finde og crawle dem.

Sitemap Index - Fil, der peger på flere sitemaps, brugt til meget store websteder.

Sitewide Backlink - Backlink, der optræder på hver side af det linkende websted.

Sitewide Link - Link, der gentages på hver side af et websted, ofte placeret i sidehoved eller sidefod.

Skyscraper Technique - At finde populært indhold, skabe noget bedre og opnå de links, det tiltrækker.

SMM (Social Media Marketing) - Markedsføring af et brand og dets indhold via sociale medieplatforme.

SMO (Social Media Optimization) - At optimere indhold og profiler for at øge rækkevidde og engagement på sociale platforme.

Social Signals - Engagement på sociale medier, som likes og delinger, undertiden knyttet til synlighed.

Social Syndication - At genudgive indhold på sociale kanaler for at udvide dets rækkevidde.

Social Traffic - Besøgende, der ankommer til et websted fra sociale medieplatforme.

Soft 404 - Side, der returnerer en succes-statuskode, men viser brugere en ikke-fundet-besked.

Source Attribution - At identificere og tilskrive den oprindelige kilde til et indhold, nogle data eller et besøg.

SOV (Share of Voice) - Dit brands andel af den samlede søgesynlighed for et sæt søgeord i forhold til konkurrenterne.

Spam - Irrelevant, manipulerende eller indhold af lav kvalitet skabt for at narre søgemaskiner.

Spam Classifier - System, der automatisk opdager og markerer spam-indhold eller -links.

Spam Score - Mozs metrik, der vurderer sandsynligheden for, at et websted er spam eller straffet.

Spam Signals - Kendetegn ved en side eller et websted, der antyder, at de kan være spam.

Spamdexing - At manipulere en søgemaskines indeks og placering med spam-metoder. Også kendt som Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Manipulerende SEO-metoder, der overtræder søgemaskinernes retningslinjer.

Splash Page - Introduktionsside vist før hovedwebstedet, ofte af reklamemæssig karakter.

Sponsored Link - Link markeret som betalt eller sponsoreret med en rel-attribut, som retningslinjerne kræver. Også kendt som rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - At markere betalte links og indhold tydeligt som sponsoreret, som retningslinjerne kræver.

Srcset - HTML-billedattribut, der tilbyder flere billedkilder til responsiv indlæsning.

SSL Certificate - Digitalt certifikat, der muliggør krypterede HTTPS-forbindelser, i dag teknisk via TLS.

Static URL - URL, der forbliver uændret og ikke har dynamiske forespørgselsparametre.

Status Code - HTTP-kode, en server returnerer for at signalere resultatet af en anmodning.

Stop Words - Almindelige ord, som the, and eller of, som søgemaskiner ofte ignorerer.

Structured Data - Standardiseret markering, der beskriver en sides indhold, så søgemaskiner forstår det.

Subdirectory - Indlejret mappe i et websteds URL-struktur, modstykket til en undermappe.

Subdomain - Præfiks til et domæne, der danner en separat sektion, som blog.example.com.

Subfolder - En mappe i en URL's sti, som example.com/blog.

Submission - At indsende et websted eller en URL til søgemaskiner eller kataloger.

SXO (Search Experience Optimization) - At kombinere SEO med brugeroplevelse, så en side tilfredsstiller brugere, ikke kun placeringer.

T

TAM (Total Addressable Market) - Den samlede tilgængelige indtægtsmulighed for et produkt eller en tjeneste.

Taxonomy - Systemet af kategorier og tags brugt til at organisere et websteds indhold.

Taxonomy SEO - At optimere kategori-, tag- og andre taksonomier til søgninger.

Technical SEO - At optimere et websteds crawling, indeksering og underliggende infrastruktur.

The Fold - Linjen på en side, hvorunder indhold kræver scrolling for at blive set.

Thin Content - Sider, der giver lidt eller ingen tilført værdi til brugere.

Three-Way Link Exchange - Aftale, hvor websted A linker til B, B til C og C tilbage til A, for at skjule gensidigheden.

Thumbnails - Små eksempelbilleder, som dem der vises for videoer i søgeresultaterne.

Tiered Link Building - At bygge links til dine eksisterende backlinks, i lag, for at forstærke deres styrke.

Time on Page - Den gennemsnitlige tid, besøgende tilbringer på en enkelt side.

Time to First Byte (TTFB) - Tiden mellem en anmodning og modtagelsen af serverens svars første byte.

Title Tag Optimization - At forme en sides title-element for at forbedre relevans og klikrate.

TLD (Top-Level Domain) - Et domænes suffiks efter det sidste punktum, som .com, .org eller .dk.

TLS (Transport Layer Security) - Protokollen, der krypterer data mellem en klient og en server, efterfølgeren til SSL.

Top Stories - Nyhedsfunktion i SERP'en, der fremhæver friske, relevante artikler for en forespørgsel.

Topic Cluster - Gruppe af relaterede sider organiseret omkring en central pillar-side.

Topic Efficiency - Hvor effektivt et websted fanger trafik for et emne i forhold til det investerede indhold.

Topical Authority - Et websteds opfattede ekspertise og dybde inden for et helt emneområde.

Topical Coverage - Hvor grundigt et websted dækker alle aspekter af et emne.

Topical Relevance - Hvor tæt et indhold er relateret til et givet emne.

Total Blocking Time (TBT) - Laboratoriemetrik, der summerer den tid, hovedtråden var blokeret, og afspejler interaktivitet.

Toxic Backlinks - Skadelige eller spam-links, der kan skade et websteds placering.

Tracking Code - Kodestump placeret på et websted for at indsamle analyse- eller konverteringsdata.

Traffic - Det samlede antal besøgende, et websted modtager.

Traffic % - Den del af den samlede trafik, der tilskrives et søgeord, en side eller en kanal.

Traffic Cost - Den estimerede omkostning ved at opnå din organiske trafik gennem betalte annoncer.

Traffic Potential - Den samlede organiske trafik, et emne eller søgeord realistisk kan bringe.

Transactional Query - Søgning, der signalerer hensigt om at købe eller udføre en bestemt handling.

Trend - Den overordnede retning, hvori noget, som søgeinteresse, udvikler sig.

Trust Dampening - At reducere den placeringsværdi, der videregives af links fra kilder med lav tillid.

Trust Flow - Metrik fra Majestic, der vurderer kvaliteten af et websteds links ud fra deres kilders troværdighed.

TrustRank - Algoritme, der skelner nyttige sider fra spam med udgangspunkt i betroede kildewebssteder.

Twitter Cards - Meta-tags, der styrer, hvordan en URL optræder, når den deles på Twitter, i dag X.

U

UGC Link Attribute - Rel-værdi, der markerer links, der optræder i brugergenereret indhold. Også kendt som rel="ugc".

Unique Visit - Et besøg, der kun tælles én gang pr. unik besøgende over en given periode.

Universal Analytics (UA) - Googles tidligere analyseplatform, erstattet af GA4 i 2023.

Universal Search - At blande forskellige typer resultater, som billeder, nyheder og videoer, i én SERP.

Unlinked Mention - En omtale af dit brand i et indhold, der ikke indeholder et link.

Unnatural Link - Link skabt for at manipulere placeringen i stedet for opnået redaktionelt.

URL (Uniform Resource Locator) - En webadresse, der peger på en bestemt ressource på internettet.

URL Folder - Et mappesegment i en URL's sti.

URL Parameter - Et nøgle-værdi-par tilføjet en URL efter et spørgsmålstegn for at sende data.

URL Rating (UR) - Metrik fra Ahrefs fra 0 til 100 for styrken af en sides backlinkprofil.

URL Slug - Den læselige del af en URL, der identificerer en bestemt side. Også kendt som Slug.

URL Structure - Den måde, et websteds URL'er er organiseret og formateret på tværs af webstedet.

Usability - Hvor let og intuitivt det er for besøgende at bruge et websted.

User Engagement - Hvor aktivt brugere interagerer med et websted eller dets indhold.

User Experience (UX) - Den samlede kvalitet af en persons interaktion med et websted eller produkt.

User Intent - Det mål, en bruger ønsker at opnå med en søgning.

User Interface (UI) - De visuelle elementer og kontroller, hvorigennem en bruger interagerer med et produkt.

User-agent - En streng, der identificerer den browser eller bot, der sender en anmodning til en server.

User-Friendly - Designet til at være let, klart og behageligt for folk at bruge.

UTM Code - En etiket tilføjet en URL for at spore en kampagnes ydeevne i analyseværktøjer.

UTM Parameters - De enkelte nøgle-værdi-etiketter i en UTM-mærket kampagne-URL.

V

Variant Indexing - Den måde, søgemaskiner håndterer indeksering af flere varianter af et produkt eller en side.

Vary Header - HTTP-header, der fortæller caches, hvordan et svar varierer efter anmodningens headere.

Vector Search - Søgning, der matcher indhold ud fra semantisk lighed ved hjælp af vektorindlejring.

Vertical Search - Søgning begrænset til en bestemt indholdskategori, som billeder eller jobopslag.

Vertical Search Engine - Søgmaskine med fokus på et enkelt emne eller en enkelt indholdstype.

Video Carousel - SERP-funktion, der viser en række videoer med vandret rulning.

Video Optimization - At optimere videoindhold, så det fungerer godt i søgninger og engagerer seere.

Viewport - Det synlige område af en webside på en enheds skærm.

Viral Content - Indhold, der spreder sig hurtigt og bredt gennem deling.

Visibility - Hvor synligt et websted optræder i søgeresultaterne.

Visibility Score - Metrik, der vurderer et websteds samlede søgesynlighed.

Visit (Session) - En enkelt browsingsession, en bruger tilbringer på et websted.

Voice Search - Søgning ved at sige en forespørgsel højt til en enhed eller assistent.

Voice Search SEO - At optimere indhold, så det kan fremhæves i stemmesøgninger.

Volatility - Det omfang, hvori søgemaskinernes placeringer svinger over tid.

W

Warm Cache - Cache allerede fyldt med data, så anmodninger kan betjenes hurtigt.

Web Architecture - Det strukturelle design af, hvordan websystemer, servere og sider forbindes.

Web Stories - Berøringsvenlige, fuldskræms visuelle historier, der kan optræde i Google Søgning.

Webpage - Et enkelt dokument på nettet, tilgængeligt på sin egen URL.

Website - En samling relaterede websider udgivet under et enkelt domæne.

Website Architecture - Den måde, et websteds sider og sektioner er struktureret og linket indbyrdes.

Website Quality - Det samlede niveau af et websteds indhold, brugeroplevelse og troværdighed.

Website Structure - Rækkefølgen og hierarkiet af sider inden for et websted.

White Hat SEO - Ethiske SEO-praksisser, der følger søgemaskinernes retningslinjer.

WordPress - Det mest udbredte content management-system til at oprette websteder.

WPO (Website Performance Optimization) - At forbedre et websteds indlæsningshastighed og samlede ydeevne.

X

X-Robots-Tag - HTTP-header, der styrer indeksering og crawling af enhver filtype.

XML (Extensible Markup Language) - Fleksibelt markeringssprog brugt til at lagre og overføre strukturerede data.

XML Sitemap - Maskinlæsbar fil, der opregner et websteds URL'er for søgemaskiner. Også kendt som Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Mangeårig webportal og søgemaskine, hvis resultater leveres af Bing.

Yandex - Den førende søgemaskine i Rusland.

YMYL (Your Money or Your Life) - Sider, der kan påvirke sundhed, økonomi eller sikkerhed, og som Google anvender højere kvalitetsstandarder på.

Yoast SEO - Populær SEO-udvidelse til WordPress.

Z

Zero-Click Search - Søgning, der besvares direkte på resultatsiden, uden et klik til et websted.

Zombie Pages - Sider med lav værdi, der ikke bringer trafik og kan udvande et websteds samlede kvalitet.