

SEO sõnastik

DiagnoSEO - selged, kontrollitud määratlused SEO terminitele.

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 - Traditsiooniline, lihtne kümne orgaanilise tulemuse loend, mis eelnes rikkalikumate SERP-funktsioonide tekkele.

10x Content - Sisu, mis on loodud olema märgatavalt parem kui miski, mis antud teemal praegu reastub.

200 OK - HTTP olekukood, mis näitab, et päring õnnestus.

2xx Status Codes - HTTP olekukoodide perekond, mis tähistab edukat päringut.

301 Redirect - Püsiv ümbersuunamine, mis annab enamiku reastussignaalist edasi uuele URL-ile.

302 Redirect - Ajutine ümbersuunamine, mis näitab, et liikumine uuele URL-ile ei ole püsiv.

304 Not Modified - Olek, mis ütleb brauserile, et ressursi salvestatud koopia on endiselt ajakohane.

307 Redirect - Ajutine ümbersuunamine, mis säilitab algse päringu meetodi.

403 Forbidden - Olek, mis tähendab, et server mõistis päringut, kuid keeldub seda lubamast.

404 Error - Olek, mis tagastatakse, kui soovitud lehte serverist ei leita.

404 Not Found - HTTP olekukood, mis tähendab, et soovitud ressursi ei eksisteeri.

410 Gone - Olek, mis tähendab, et ressurss on tahtlikult ja jäädavalt eemaldatud.

4xx Status Codes - HTTP olekukoodide perekond, mis tähistab kliendipoolseid vigu.

500 Internal Server Error - Üldine olek, mis tähendab, et server kohtas ootamatut viga.

502 Bad Gateway - Olek, mis tähendab, et server sai teiselt serverilt vigase vastuse.

503 Service Unavailable - Olek, mis tähendab, et server ei suuda päringut ajutiselt töödelda.

5xx Status Codes - HTTP olekukoodide perekond, mis tähistab serveripoolseid vigu.

A

A/B Testing - Lehe või elemendi kahe versiooni võrdlemine, et selgitada välja, kumb toimib paremini. Tuntud ka kui Split Testing.

Above the Fold - Veebilehe osa, mis on nähtav ilma kerimata.

Absolute URL - Täielik veebiaadress, mis sisaldab protokollit ja domeeni, näiteks <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - HTTP päis, mis annab teada kasutaja keele-eelistused ja aitab pakkuda lokaliseeritud sisu.

Access Log - Serverifail, mis salvestab iga päringu ja mida kasutatakse robotite ja kasutajate tegeliku käitumise analüüsimiseks.

Accessibility - Veebisaitide kujundamine nii, et puuetega inimesed ja abitehnoloogiad saaksid neid kasutada.

Ad Impressions - Mitu korda reklaami kasutajatele kuvatakse.

Ad Keyword - Märksõna, millele reklaamija teeb pakkumise, et käivitada oma tasuline reklaam.

Ad Rank - Google Adsis väärtus, mis määrab reklaami asukoha pakkumise, kvaliteedi ja konteksti põhjal.

ADA Website Compliance - USA ADA seaduse veebisaitide ligipääsetavuse nõuete järgimine.

Adobe Analytics - Adobe ettevõtetasemel veebianalüütika platvorm.

Advanced Search Operators - Erikäsud nagu site: või intitle:, mis täpsustavad ja filtreerivad otsingupäringuid.

AEO (Answer Engine Optimization) - Sisu optimeerimine nii, et vastusemootorid ja tehisintellekti assistendid kuvaksid selle otsese vastusena.

Affiliate - Partner, kes teenib vahendustasu soovitatud müügilt või müügivihjetelt jälgitavate linkide kaudu.

Ahrefs - Kommertslik SEO tööriistakomplekt, mida kasutatakse sageli linkide analüüsiks, märksõnauuringuks ja reastuse jälgimiseks.

AI Citation Eligibility - See, kas sisu on piisavalt struktureeritud ja usaldusväärne, et tehisintellekti vastusesüsteem viitaks sellele allikana.

AI Overview - Google tehisintellekti loodud kokkuvõte mõne tulemuse kohal, mis arenes välja Search Generative Experience'ist.

AI Snapshot - Tehisintellekti loodud kokkuvõte, mis ilmub tulemuste kohal generatiivsetes otsingukogemustes.

AIO (AI Optimization) - Sisu ja olemite optimeerimine nii, et tehisintellekti süsteemid mõistaksid, kuvaksid ja viitaksid brändile.

Algorithmic Penalty - Reastuse kaotus, mille otsingualgoritm rakendab automaatselt, mitte inimülevaataja.

Algorithmic Suppression - Algoritmiline allasurumine, mis hoiab lehe või saidi reastuse madalal ilma käsitsi sekkumiseta.

Alt Text - Pildi kirjeldav tekst, mis toetab ligipääsetavust ja aitab otsingumootoritel pilti mõista. Tuntud ka kui Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Search Console'is olek dubleerivale lehele, mis osutab õigesti oma valitud kanoonilisele versioonile.

Ambiguous Intent - Päring, mille eesmärk on ebaselge ja mis võib mõistlikult vastata mitmele erinevale kavatsusele.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Avatud lähtekoodiga raamistik veebilehtede lihtsustatud, kiiresti laadivate mobiiliversioonide loomiseks.

Anchor Text - Hüperlingi nähtav, klikitav tekst, mis annab otsingumootoritele konteksti lingitud lehe kohta.

Anchor Text Ratio - Ankrutekstitüüpide jaotus saidi kogu linkiprofiilis.

Answer Box - SERP-funktsioon, mis annab päringule otsese vastuse, sageli võetuna esiletõstetud katkendist.

Answer Sourcing - Viis, kuidas tehisintellekt või vastusemootor valib ja viitab allikatele loodud vastuse taga.

API (Application Programming Interface) - Määratletud reeglistik, mis võimaldab tarkvaral andmeid ja funktsioone vahetada.

Article Spinning - Olemasoleva artikli ümberkirjutamine sünonüümidega, et toota masstoodanguna näiliselt ainulaadseid koopiaid - black hat taktika.

Article Syndication - Artikli taasavaldamine teistel saitidel laiema publiku tabamiseks.

ASO (App Store Optimization) - Mobiilirakenduse kirje optimeerimine poes, et see reastuks paremini ja konverteeriks paremini.

Assisted Conversions - Konversioonid, kus kanal mängis toetavat rolli teekonna varasemas etapis, mitte viimase klikiga.

Async - Skripti atribuut, mis laadib faili ilma HTML-i sõelumist blokeerimata.

Attribution Modeling - Reeglid, mis jaotavad konversiooni teene kasutaja teekonna kokkupuutepunktide vahel.

Author Authority - Sisu autori tajutav asjatundlikkus ja usaldusväärsus, mis on seotud E-E-A-T-iga.

Author Entity - Autor, kes esitatakse tunnustatud olemina, mille otsingumootorid seostavad teemade ja teostega.

Authority - Üldine usaldus ja reastusjõud, mille leht või sait on otsingumootorite silmis välja teeninud. Tuntud ka kui Website Authority.

Authority Dilution - Linkiväärtuse nõrgenemine, kui see jaotub liiga paljude linkide või lehtede vahel.

Authority Score - Semrush'i omanduslik mõõdik, mis hindab domeeni üldist kvaliteeti ja autoriteeti.

Authority Site - Väga usaldusväärne ja väljakujunenud sait, mis reastub hästi ja millele teised sageli viitavad.

Auto-Generated Content - Tarkvara poolt automaatselt loodud sisu, mis rikub juhiseid, kui see on rämps või kasutu.

Average Position - Lehe või märksõna keskmine reastuskoht otsingutulemustes.

B

B2B - Business-to-business - toodete ja teenuste turundamine või müümine teistele ettevõtetele.

B2C - Business-to-consumer - toodete ja teenuste turundamine või müümine otse eraisikutele.

Backlink - Teiselt saidilt pärinev link, mis osutab teie lehele ja mida otsingumootorid käsitlevad usaldushäälena. Tuntud ka kui Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Saidile osutavate linkide üldine kogum, mitmekesisus ja kvaliteet.

Baidu - Juhtiv veebiotsingumootor Hiinas.

Bait and Switch - Lehe reastamine ühe sisuga ja selle asendamine seejärel teisega - eksitav taktika.

Banner Blindness - Kasutajate kalduvus ignoreerida lehe elemente, mis näevad välja nagu bännerid või reklaamid.

BERT - Google 2019. aasta keelemudel, mis tõlgendab paremini sõnade konteksti päringus.

BigCommerce - Majutatud e-kaubanduse platvorm veebipoodide loomiseks ja haldamiseks.

Bing - Microsofti veebiotsingumootor.

Bing Webmaster Tools - Microsofti tasuta platvorm saidi Bingi nähtavuse jälgimiseks ja parandamiseks.

Black Hat SEO - Taktikad, mis rikuvad tahtlikult otsingumootorite juhiseid reastuse manipuleerimiseks.

Blocked by Noindex - Search Console'is olek, mis tähendab, et leht on indeksist välja jäetud noindex-direktiivi tõttu.

Blog Commenting - Kommentaaride jätmine blogidesse, mõnikord linkide pärast, mis on tavaliselt nofollow ja vähese väärtusega.

Body Content - Lehe põhisisu, mis on eraldi navigeerimisest, päisest ja jalusest.

Bounce Rate - Nende seansside protsent, mis lõpevad pärast ühte lehte ilma täiendava interaktsioonita.

Brand Authority - Brändi usaldus ja tuntus, mis võivad mõjutada reastust ja klikikäitumist.

Brand Mention - Igasugune brändi mainimine veebis, lingiga või ilma.

Brand Mention Link Building - Brändi linkimata mainimiste muutmine tagasilinkideks, võttes ühendust avaldajaga.

Branded Anchor Text - Ankrutekst, mis kasutab brändi nime lingi tekstina.

Branded Content - Sisu, mis tõstab esile konkreetset brändi või on selle ümber üles ehitatud.

Branded Keyword - Otsingupäring, mis sisaldab brändi või toote nime.

Branded SEO - Optimeerimine otsingupäringutele, mis sisaldavad teie brändi nime.

Breadcrumb Navigation - Teisene navigeerimisrada, mis näitab lehe asukohta saidi hierarhias.

Broad Match Keyword - Google Adsis vastetüüp, mis käivitab reklaame seotud otsingute jaoks, mitte ainult täpse termini jaoks.

Broken Link Building - Katkiste linkide leidmine teistel saitidel ja oma asjakohase lehe pakkumine asendajana.

Brotli - Kaasaegne tihendusalgoritm, mis vähendab tekstifailide lehtede kiiremaks edastamiseks.

Browser - Tarkvara, mis hangib, renderdab ja esitab veebilehti, nagu Chrome või Safari.

Bundling - Mitme JavaScripti või CSS-faili kombineerimine vähemateks, et vähendada päringute arvu.

Byline Trust - Usaldussignaalid, mis tulenevad selgelt esitatud, usaldusväärsest autori nimest.

C

Cache - Ajutiselt salvestatud failikoopiad, mis võimaldavad lehtedel korduvkülastustel kiiremini laadida.

Cache-Control - HTTP päis, mis ütleb brauseritele ja CDN-idele, kui kaua ressursse vahemälus hoida.

Caching - Ressursside koopiade salvestamine, et neid saaks kiiremini edastada ja vähendada serveri koormust.

Call to Action (CTA) - Üleskutse, mis suunab kasutajad konkreetsele tegevusele, näiteks «Osta kohe» või «Telli».

Canonical URL - Lehe valitud versioon, mille otsingumootorid peaksid indekseerima, kui eksisteerivad dubleerivad või sarnased lehed. Tuntud ka kui Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Protsess, mille käigus valitakse ja märgitakse valitud URL dubleerivate või peaaegu dubleerivate lehtede seast.

Carousel - Horisontaalselt keritav SERP-funktsioon, mis kuvab mitut tulemust, pilti või kaarti.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Riigiga seotud kahetäheline tippdomeen, nagu .ee või .de, mis toimib sageli geograafilise sihtimise signaalina.

CDN (Content Delivery Network) - Hajutatud serverivõrk, mis edastab sisu kasutajale lähedalasuvast asukohast.

Channel - Liikluse rühmitamine allika järgi, nagu orgaaniline, tasuline, viide või otsene.

Churn and Burn SEO - Agressiivsed black hat taktikad, mille eesmärk on saidi kiire reastamine enne vältimatut karistust.

Citation - Ettevõtte või allika mainimine veebis, eriti selle nime, aadressi ja telefoninumbri.

Citation Building - Ühtsete ettevõttekirjete aktiivne loomine kataloogides ja platvormidel.

Citation Flow - Majesticu mõõdik, mis ennustab URL-i mõjuvõimu sellele osutavate linkide arvu põhjal.

Citation Grounding - Tehisintellekti loodud vastuse ankurdamine kontrollitavatesse allikatesse hallutsinatsioonide vähendamiseks.

Click Potential - Semrush'i mõõdik, mis hindab, kui tõenäoliselt märksõna SERP genereerib orgaanilisi klikke.

Click Share - See osa kõigist märksõnakomplekti saadaolevatest klikkidest, mille domeen võib.

Clickbait - Sensatsioonilised pealkirjad, mis on loodud klikke meelitama ja mis sageli lubavad rohkem, kui sisu pakub.

Clickstream Data - Anonümiseeritud andmed kasutajate tegelike sirvimis- ja klikiteekondade kohta, mida kasutatakse otsingumõõdikute hindamiseks.

Client-Side Rendering (CSR) - Lehe sisu renderdamine brauseris JavaScripti abil, mitte serveris.

Cloaking - Otsingumootoritele ja kasutajatele erineva sisu näitamine - black hat juhiste rikkumine. Tuntud ka kui Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Tarkvara saidi sisu loomiseks, haldamiseks ja avaldamiseks ilma käsitsi kodeerimiseta, nagu WordPress.

Cold Outreach - Ühenduse võtmine inimestega ilma eelneva suhteta, näiteks lingi või koostöö pakkumiseks.

Cold Start - Raskus, millega täiesti uus sait või leht reastumisel silmitsi seisab, enne kui see kogub signaale või ajalugu.

Commercial Investigation Query - Otsing, kus kasutaja uurib ja võrdleb tooteid enne võimalikku ostu.

Common Keywords - Märksõnad, millele kaks või enam konkureerivat domeeni koos reastuvad.

Competitive Density - Semrush'i mõõdik 0-st 1-ni, mis näitab, kui tugevalt reklaamijad märksõna pärast konkureerivad.

Competitor Analysis - Konkurentide strateegiate, märksõnade ja linkide uurimine oma SEO-otsuste suunamiseks.

Competitor Backlink Analysis - Konkurentide tagasilinkide uurimine selliste linkivõimaluste leidmiseks, mida saate samuti hankida.

Competitors in Google Ads - Domeenid, mis teevad pakkumisi samadele tasulistele märksõnadele kui teie.

Competitors in Organic Search - Domeenid, mis konkureerivad samade orgaaniliste märksõnade pärast kui teie.

Computer-Generated Content - Tarkvara või tehisintellekti loodud sisu, mitte inimese kirjutatud.

Content - Lehe tekst, pildid, videod ja muu materjal, mis pakub kasutajatele väärtust.

Content Curation - Teema parima olemasoleva sisu valimine, korraldamine ja jagamine.

Content Decay - Liikluse ja reastuse järkjärguline kaotus, kui sisu vananeb või muutub vähem konkurentsivõimeliseks.

Content Federation - Sama sisu levitamine mitmel platvormil või partnersaidil.

Content Fingerprints - Ainulaadsed allkirjad, mille otsingumootorid sisust arvutavad, et tuvastada duplikaate ja peaaegu duplikaate.

Content Gap - Teema või päring, mida teie sait veel ei kata, kuid mida konkurendid või kasutajad nõuavad.

Content Gap Analysis - Teie sisu võrdlemine konkurentide omaga, et leida puuduvaid teemasid ja märksõnavõimalusi.

Content Hub - Keskne leht, mis lingib seotud sisu rühmaga teemal.

Content Marketing - Väärtusliku sisu loomine ja levitamine publiku meelitamiseks, kaasamiseks ja hoidmiseks.

Content Negotiation - Serveripoolne mehhanism, mis edastab ressursi erinevaid versioone päringu päiste, näiteks keele, põhjal.

Content Pruning - Vähesese väärtusega lehtede eemaldamine või liitmine saidi üldise kvaliteedi tõstmiseks. Tuntud ka kui Pruning.

Content Relevance - Kui hästi lehe sisu vastab päringule ja kasutaja aluseks olevale kavatsusele.

Content Silo - Seotud sisu rühmitamine tihedalt temaatilistesse sektsioonidesse.

Content Spinning - Sisutöö automaatne ümbervormimine lugematute peaaegu dubleerivate versioonide loomiseks, mida otsingumootorid ei soovi.

Content Syndication - Sisutöö levitamine kolmandate osapoolte saitidel, ideaalis kanoonilise lingiga originaalile.

Content Velocity - Tempo, millega uut sisu antud perioodi jooksul avaldatakse.

Content-Based Classifier - Masinõppesüsteem, mis liigitab lehti nende sisu analüüsides.

Contextual Link - Lehe põhiteksti paigutatud link, mida ümbritseb temaatiliselt seotud tekst.

Conversion - Sooritatud soovitud tegevus, näiteks ost, registreerumine või vormi esitamine.

Conversion (Goal) - Konkreetne tegevus, mida jälgitakse konversioonina analüütikatööriistas.

Conversion Rate - Nende külastajate protsent, kes sooritavad soovitud tegevuse.

Copied Content - Teisest allikast dubleeritud sisu ilma märkimisväärse originaalse väärtuseta.

Core Web Vitals (CWV) - Google kasutajakogemuse mõõdikute komplekt (LCP, INP ja CLS), mis mõõdavad laadimist, interaktiivsust ja visuaalset stabiilsust.

Cornerstone Content - Teie kõige olulisemad ja põhjalikumad lehed, millele soovite põhiteemadel kõige rohkem reastuda.

Cost % - Mõõdik, mis väljendab reklaami maksumust või tasulise liikluse protsenti märksõna jaoks.

CPA (Cost Per Acquisition) - Keskmine kulu ühe konversiooni või kliendi hankimiseks reklaami kaudu.

CPC (Cost Per Click) - Summa, mille reklaamija maksab iga kord, kui kasutaja tema reklaamil klikib.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Tuhande reklaaminäitamise maksumus, kus M tuleneb ladina sõnast mille.

Crawl Anomaly - Search Console'is silt määratlemata indekseerimisveale, sageli ootamatu 4xx või 5xx vastus.

Crawl Budget - Lehtede arv, mida otsingumootor saidil antud perioodi jooksul indekseerib.

Crawl Delay - Direktiiv, mis palub robotitel päringute vahel oodata; mõned mootorid nagu Bing järgivad seda, Google ignoreerib.

Crawl Demand - Kui väga otsingumootor soovib saiti indekseerida, mis sõltub selle populaarsusest ja värskusest.

Crawl Depth - Mitme kliki kaugusel leht avalehest asub, mis mõjutab, kui kergesti seda indekseeritakse.

Crawl Efficiency - Kui hästi kulutatakse saidi indekseerimiseelarvet väärtuslikele, indekseeritavatele URL-idele, mitte raisatakse.

Crawl Error - Probleem, mis takistab otsingumootorit URL-ile õigesti ligi pääseda.

Crawl Rate Limit - Maksimaalne indekseerimiskiirus, mida otsingumootor kasutab, et serverit mitte üle koormata.

Crawl Trap - Saiidi struktuur, nagu lõputud URL-parameetrid, mis püüab robotid vähese väärtusega lehtedele lõksu ja raiskab indekseerimiseelarvet. Tuntud ka kui Spider Trap.

Crawlability - Kui kergesti otsingumootorite robotid saidi lehtedele ligi pääsevad ja neid indekseerida saavad.

Crawled but Not Indexed - Search Console'is olek, kus leht on indekseeritud, kuid tahtlikult indeksist välja jäetud.

Crawler - Automatiseeritud programm, mis avastab, hangib ja edastab lehti indekseerimiseks, samal ajal veebi läbides. Tuntud ka kui Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Juhised robots.txt-failis, meta robots-sildis või HTTP päistes, mis ütlevad robotitele, kuidas indekseerida või loendisse kanda.

Crawling - Protsess, mille käigus otsingumootorite robotid avastavad ja hangivad veebilehti.

Critical Rendering Path - Sammude jada, mille brauser läbib, et muuta HTML, CSS ja JavaScript renderdatud piksliteks.

CRM - Kliendisuhete halduse tarkvara, mida kasutatakse müügivihjete, klientide ja müügiinteraktsioonide jälgimiseks.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Saiidi süstemaatiline parandamine, et suurendada konverteerivate külastajate osakaalu.

Cross-Linking - Seotud lehtede omavaheline linkimine asjakohasuse levitamiseks ja navigeerimise hõlbustamiseks.

CSS (Cascading Style Sheets) - Keel, mis kontrollib veebilehtede visuaalset välimust ja paigutust.

CTR (Click-Through Rate) - Nende näitamiste osakaal, mis viivad klikini.

CTR Manipulation - Klikimäära kunstlik suurendamine reastuse mõjutamise katsel - manipuleeriv taktika.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Core Web Vital mõõdik, mis mõõdab, kui ootamatult lehe elemendid laadimise ajal nihkuvad.

Curated Content - Kolmanda osapoole sisu, mis on kogutud ja esitatud lisakonteksti või kommentaariga.

Customer Journey - Kogu teekond, mille klient läbib esimesest teadlikkusest ostu ja sealt edasi.

D

<!DOCTYPE html> - Deklaratsioon HTML-dokumendi alguses, mis ütleb brauserile kasutada standardrežiimi.

Data - Toorandmed ja arvud, mis on kogutud analüüsiks.

Data Sampling - Andmete esindusliku valimi analüüsimine kogu kogumi asemel, mis võib vähendada aruannete täpsust.

Dead-End Page - Leht ilma väljuvate linkideta, mis ei paku kasutajatele ja robotitele järgmist sammu.

Declined Keywords - Märksõnad, mille reastuskohad on saidil antud perioodi jooksul langenud.

Deep Link - Link, mis osutab konkreetsele sisemisele lehele, mitte saidi avalehele.

Deindexing - Lehtede eemaldamine otsingumootori indeksist.

Demographics - Publiku statistilised omadused, nagu vanus, sugu ja asukoht.

Destination Site - Sait, kuhu link või kampaania kasutajad suunab.

Digital PR - Brändimainingute ja linkide hankimine meedialt ja väljaannetelt uudisväärtuslike lugude abil.

Direct Traffic - Külastused kasutajatelt, kes saavad saidile ilma viiteallikata, näiteks URL-i sisestades.

Directory Links - Tagasilingid veebikataloogidest või ettevõttekataloogidest.

Disallow - Robots.txt direktiiv, mis käsib robotitel mitte ligi pääseda määratud teedele.

Disavow - Google'i palumine ignoreerida teatud tagasilinke teie saidi hindamisel.

Disavow File - Tekstifail, mis loetleb domeenid või URL-id, mida soovite, et Google ignoreeriks.

Disavow Tool - Google Search Console'i tööriist tagasilinkide loendi esitamiseks, mida Google peaks ignoreerima.

Discovered but Not Indexed - Olek Search Console'is, kus Google on URL-i leidnud, kuid pole seda veel indekseerinud.

Display Ads - Visuaalsed, bannerilaadsed reklaamid, mida kuvatakse saitidel reklaamivõrkude kaudu.

Distance - Kohalikus SEO-s see, kui kaugel ettevõtte otsijast asub, peamine kohaliku reastuse tegur. Tuntud ka kui Proximity.

DNS (Domain Name System) - Süsteem, mis tõlgib loetavad domeeninimed serverite kasutatavateks IP-aadressideks.

Dofollow Link - Tavaline link, mis annab edasi reastussignaale - vaikeolek, kui ükski rel-atribuut seda ei piira.

DOM (Document Object Model) - Lehe struktureeritud, mälus olev esitus, mille brauser ehitab ja mida skriptid saavad lugeda ja muuta.

DOM Size - Lehe DOM-i sõlmede arv, mis liigsel hulgal võib renderdamist aeglustada.

Domain - Saidi loetav aadress, nagu example.com.

Domain Age - Kui kaua domeen on registreeritud olnud, mida mainitakse mõnikord teisese usaldussignaalina.

Domain Authority (DA) - Mozi omanduslik mõõdik 0-st 100-ni, mis ennustab, kui hästi domeen võiks reastuda.

Domain Name - Registreeritud nimi, mis identifitseerib saiti, nagu example.com.

Domain Name Registrar - Ettevõtte, kellel on volitused domeeninimede registreerimiseks ja haldamiseks.

Domain Rating (DR) - Ahrefsi mõõdik 0-st 100-ni, mis mõõdab domeeni tagasilinkide profiili tugevust.

Domain Structure - Viis, kuidas saidi domeen, alamdomeenid ja kataloogid on korraldatud.

Doorway Page - Vähesese väärtusega leht, mis on loodud ainult otsingutes reastumiseks ja kasutajate mujale suunamiseks, mis on juhiste vastane. Tuntud ka kui Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Privaatsusele keskenduv veebiotsingumootor.

Duplicate Content - Identne või väga sarnane sisu, mis ilmub rohkem kui ühel URL-il.

Dwell Time - Kui kaua kasutaja jääb lehele pärast tulemusel klikkimist, enne kui naaseb SERP-i.

Dynamic URL - URL, mille sisu sõltub päringuparameetritest ja mis sisaldab sageli märke nagu ? ja &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Google kvaliteediraamistik hindajate juhistest, mis lisas Kogemuse varasemale E-A-T-ile.

Ecommerce - Kaupade või teenuste ostmine ja müümine internetis.

Ecommerce SEO - Veebipoodide ning nende kategooria- ja tootelehtede optimeerimine orgaaniliseks otsinguks.

Edge Caching - Sisu vahemällu salvestamine võrgu serva serverites, kasutajate lähedal, kiiremaks edastamiseks.

Edge SEO - SEO-muudatuste rakendamine CDN-i või võrgu serva tasemel ilma saidi koodibaasi muutmata.

Edge SEO Testing - SEO-katsete läbiviimine võrgu serva või CDN-kihi kaudu.

Editorial Link - Tagasilink, mis on saadud loomulikult teenete põhjal, ilma taotluse või tasuta.

Ego Bait - Sisu, mis meelitab mõjukaid inimesi nende linkide või jagamiste saamiseks.

Email Outreach - Ühenduse võtmine inimestega isiklike e-kirjade kaudu sisu, lingi või koostöö pakkumiseks.

Engagement - See määr, mil kasutajad teie sisuga suhtlevad.

Engagement Metrics - Kasutajate interaktsiooni mõõdikud, nagu lehel veedetud aeg, kerimissügavus või klikid.

Engagement Rate - GA4-s nende seansside protsent, mis olid kaasatud seansid.

Enterprise SEO - Suuremahuline SEO saitidele, millel on tuhandeid lehti ja keerukad organisatsioonid.

Entities - Selgelt määratletud, eraldiseisvad asjad - inimesed, kohad, brändid, mõisted - mida otsingumootorid tunnevad ära ja seovad.

Entity Grounding - Sisu või tehisintellekti vastuse ankurdamine tuntud olemi külge, et tähendus oleks ühemõtteline.

Entity-Based SEO - Optimeerimine selgelt määratletud olemite ja nendevaheliste suhete ümber, mitte ainult märksõnade.

Entry Page - Esimene leht, kuhu külastaja seansi jooksul saabub.

Estimated Accuracy - Semrush'i näitaja sellest, kui usaldusväärne antud liiklus- või märksõnahinnang on.

Estimated Traffic - SEO-tööriista ligikaudne hinnang sellele, kui palju orgaanilist liiklust sait või leht saab.

ETag - HTTP päis, mis identifitseerib ressursi konkreetse versiooni, et seda saaks tõhusalt vahemällu salvestada.

Event Rich Results - Rikastatud otsingutulemused, mis kuvavad sündmuse üksikasju, nagu kuupäev ja asukoht, struktureeritud andmetest.

Evergreen Content - Sisu, mis jääb asjakohaseks ja kasulikuks kaua pärast avaldamist.

Exact Match Anchor Text - Ankrutekst, mis vastab täpselt selle lehe sihtmärksõnale, kuhu see osutab.

Exact Match Keyword - Märksõna, mis sihitakse selle täpses vormis; Google Adsis vastetüüp, mis käivitab reklaame ainult selle termini või lähedaste variantide jaoks.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Google sisukvaliteedi raamistiku varasem versioon, enne Kogemuse lisamist.

External Link / Outbound Link - Link teie lehel, mis osutab teisele saidile.

F

Faceted Navigation - Filtripõhine navigeerimine suurtel või e-kaubanduse saitidel, mis võib luua lugematuid indekseeritavaid URL-kombinatsioone.

FAQ Rich Result - Rikastatud tulemus, mis kuvab laiendatavaid küsimusi ja vastuseid struktureeritud KKK-andmetest.

FAQ Schema - Struktureeritud andmed, mis märgistavad küsimus-vastus paare; Google kuvab nüüd rikastatud KKK-tulemusi ainult autoriteetsetele saitidele.

Favicon - Väike ikoon, mis esindab saiti brauseri vahekaartidel ja mõne otsingutulemuse kõrval.

Featured Image - Postitusele või lehele määratud peamine esinduspilt, mida kasutatakse pispiltide ja jagamise jaoks.

Featured Snippet - Esiletõstetud vastus, mis kuvatakse mõne otsingutulemuse ülaosas, võetuna reastunud lehelt.

Fetch and Render - Kontrollimine, kuidas Googlebot lehe hangib ja visuaalselt renderdab, et paljastada indekseerimis- või renderdamisprobleeme.

Fetch and Render Tool - Aegunud Search Console'i tööriist, mis näitas, kuidas Googlebot URL-i hangib ja renderdab.

File Compression - Faili suuruse vähendamine ribalaiuse säästmiseks ja lehe laadimise kiirendamiseks.

First Contentful Paint (FCP) - Jõudlusmõõdik, mis märgib aja, mil esimene tekst või pilt ekraanile joonistatakse.

First Link Priority - Idee, et Google võib lugeda ainult esimest linki antud URL-ile lehel, ignoreerides hilisemaid duplikaate.

Focus Keyword - See üksik peamine märksõna, millele leht on reastumiseks optimeeritud.

Follow-Up - Meeldetuletussõnum, mis saadetakse pärast seda, kui esialgne e-kiri on vastuseta jäänud.

Footer Link - Saiidi jalusesse paigutatud link, mis ilmub sageli igal lehel.

Freshness - Kui hiljuti sisu on avaldatud või uuendatud - reastustegur ajatundlike päringute jaoks.

FTP (File Transfer Protocol) - Standardprotokoll failide ülekandmiseks kliendi ja serveri vahel.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Google Analyticsi praegune, sündmustepõhine versioon, mis asendas Universal Analyticsi 2023. aastal.

Gated Content - Sisu, millele külastaja pääseb ligi alles pärast oma kontaktandmete esitamist.

Gateway Timeout (504) - HTTP 504 olek, mis tagastatakse, kui lüüsiserver ei saa õigeaegselt vastust ülesvoolu serverilt.

GBP Optimization - Google Business profiili parandamine, et see reastuks paremini ja konverteeriks rohkem kohalikes tulemustes.

GDPR - ELi isikuandmete kaitse üldmäärus, mis reguleerib isikuandmete töötlemist.

GEO (Generative Engine Optimization) - Sisu optimeerimine nii, et tehisintellektipõhised generatiivsed otsingumootorid kuvaksid ja viitaksid sellele.

GEO (Geolocation Optimization) - Saiidi optimeerimine asukohapõhiste signaalide ja sihtimise jaoks kohalikus otsingus.

Geo-Targeting - Sisu või reklaamide kuvamine kasutajatele nende geograafilise asukoha põhjal.

Geographic Modifiers - Märksõnale lisatud asukohasõnad, nagu «torumees Tallinn», kohaliku kavatsuse sihtimiseks.

Google - Maailma kõige laialdasemalt kasutatav veebiotsingumootor ja seda haldav ettevõtte.

Google Ads - Google klikipõhine reklaamiplatvorm, varem AdWords.

Google Ads Keyword - Google Ads kampaanias sihitud märksõna tasuliste reklaamide käivitamiseks.

Google AdSense - Google programm, mis võimaldab avaldajatel teenida raha reklaamide kuvamisega oma saitidel.

Google Alerts - Google tasuta teenus, mis saadab e-posti teateid, kui uus sisu vastab valitud päringule.

Google Algorithm - Reastussüsteemide kogum, mida Google kasutab otsingutulemuste järjestamiseks. Tuntud ka kui Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Muudatus Google reastussüsteemides, mis võib muuta seda, kuidas saidid reastuvad. Tuntud ka kui Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Google tasuta platvorm saidi liikluse ja kasutajate käitumise mõõtmiseks.

Google Analytics Goals - Universal Analyticsis seadistatud konversioonid; GA4 asendas need konversioonide ja võtmesündmustega.

Google Autocomplete - Otsingusoovitused, mida Google pakub, kui kasutaja päringut sisestab.

Google Bowling - Black hat katse karistada konkurenti, suunates madala kvaliteediga linke nende saidile.

Google Business Profile (GBP) - Google tasuta kirje, mis haldab seda, kuidas ettevõtte ilmub Otsingus ja Mapsis. Tuntud ka kui Google My Business.

Google Caffeine - 2010. aasta indekseerimisinfrastruktuuri uuendus, mis võimaldas Google'il indekseerida sisu kiiremini ja värskemalt.

Google Dance - Slängitermin reastuse ebastabiilsusele, mille uus sait või leht läbib, kui Google selle koha määrab.

Google Fred - Google 2017. aasta uuendus, mida üldiselt seostatakse vähese väärtusega, õhukese ja reklaamidega ülekoormatud sisu alandamisega.

Google Keyword Planner - Google Ads tööriist, mis pakub märksõnaideid ja otsingumahu hinnanguid.

Google Looker Studio - Google tasuta tööriist interaktiivsete aruannete ja töölaudade loomiseks teie andmetest, varem Data Studio.

Google Maps - Google kaarditeenus, keskne kohaliku avastamise ja kohaliku SEO jaoks.

Google Mobile-Friendly Test - Google tööriist kontrollimaks, kui lihtne on lehte mobiilseadmetes kasutada.

Google PageSpeed Insights - Google tasuta tööriist, mis annab aru lehe jõudlusest ja Core Web Vitalsist koos parandusnõuannetega.

Google Penalty - Alandamine või eemaldamine, mille Google rakendab juhiste rikkumiste eest, eriti käsitsi toimingute kaudu.

Google Pigeon - Google 2014. aasta uuendus, mis parandas kohalike otsingutulemuste asjakohasust ja täpsust.

Google Pirate - Google 2012. aasta uuendus, mis alandab saite, millel on palju kehtivaid autoriõiguse kaebusi (DMCA).

Google Possum - Google 2016. aasta uuendus, mis mitmekesistas kohalikke tulemusi otsija asukoha ja filtreerimise põhjal.

Google Quality Guidelines - Google reeglid, mis määratlevad vastuvõetavad tavad, tänapäeval väljendatud rämpspostivastaste reeglite ja Search Essentialsi kaudu.

Google Search Console (GSC) - Google tasuta platvorm saidi indekseerimise, otsingujõudluse ja tehniliste probleemide jälgimiseks. Tuntud ka kui Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Erikäsud nagu site: või intitle:, mis täpsustavad ja filtreerivad Google'i otsinguid.

Google Search Text Ads - Tasulised tekstipõhised reklaamid, mis ilmuvad Google'i otsingutulemuste seas.

Google Tag Manager - Google tasuta tööriist turundus- ja analüütikasiltide rakendamiseks ja haldamiseks ilma koodi muutmata.

Google Top Heavy Update - Google 2012. aasta uuendus, mis alandab lehti, millel on liiga palju reklaame voldijoone kohal.

Google Trends - Google tasuta tööriist, mis näitab otsingute suhtelist populaarsust aja jooksul.

Google Webmaster Guidelines - Google saidijuhiste varasem nimi, tänapäeval Google Search Essentials.

Googlebot - Google veebirobot, mis avastab ja hangib lehti otsinguindeksi jaoks.

Gray Hat SEO - Taktikad white hat ja black hat meetodite vahel, mis sisaldavad rohkem riski kui täiesti aus SEO.

Guest Blogging - Postituse kirjutamine ja avaldamine teisel saidil, sageli autoriteedi ehitamiseks ja linkide saamiseks.

Guest Posting - Sisu avaldamine kellegi teise saidil, tavaliselt taktikana tagasilinkide saamiseks.

Guestographic - Infograafika, mille teie loote ja mille teine sait avaldab, tavaliselt lingiga teie juurde tagasi.

Gzip - Laialdaselt kasutatav tihendusmeetod, mis vähendab faile kiiremaks edastamiseks.

H

H1 Tag - Kõrgeima taseme HTML päisesilt, mida kasutatakse tavaliselt lehe peapealkirja jaoks.

H2 / H3 Tags - Alapealkirjasildid, mis korraldavad sisusektsioone H1 alla.

Hallucination Suppression - Meetodid, mis vähendavad tehisintellekti mudeli kalduvust genereerida valesid või põhjendamata väiteid.

Head Term - Lühike, lai, suure mahuga märksõna, pika saba märksõna vastand.

Header Tags - HTML päisesildid H1-st H6-ni, mis struktureerivad sisu tähtsuse järgi. Tuntud ka kui Heading Tags.

Helpful Content Update - Google algatus, mis käivitati 2022. aastal ja integreeriti seejärel põhireastusse, mis premeerib kasulikku, inimkeskset sisu.

Hidden Text - Kasutajate eest peidetud, kuid robotitele nähtav tekst - manipuleeriv black hat taktika.

Hilltop Algorithm - 2000. aastate alguse algoritm, mis leiab autoriteetseid lehti teemaeksperti lehtedelt pärinevate linkide kaudu.

Historical Data - Varasemat jõudlust käsitlevad andmed, mida kasutatakse trendide ja muutuste märkamiseks aja jooksul.

Hit - Iga üksik päring serverile faili kohta, nagu leht, pilt või skript. Tuntud ka kui Website Hit.

Holistic SEO - Saiidi iga aspekti - sisu, tehnika ja kasutajakogemuse - parandamine üksikute taktikate asemel.

Home Page - Saiidi peamine sisenemisleht, tavaliselt juur-URL-il.

Homepage Link - Tagasilink, mis osutab saidi avalehele, mitte sisemisele lehele.

Host Status - Search Console'i sektsioon, mis annab aru, kui Google'il oli raskusi teie hosti indekseerimisega, nagu robots.txt-, DNS- või serveriprobleemid.

Hostload - Kui palju indekseerimist server talub, enne kui see riskib ülekoormusega.

HowTo Rich Result - Rikastatud tulemus, mis kuvab samm-sammult juhiseid struktureeritud HowTo-andmetest, mille Google on sellest ajast lõpetanud.

Hreflang - Atribuut, mis teavitab Google'it lehe keele- ja piirkonnaversioonidest.

Hreflang Attribute - Konkreetne rel-alternate hreflang märgistus, mis näitab lehe keelt ja piirkonda.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Vastusepäis, mis sunnib brausereid saidiga ühenduma ainult HTTPS-i kaudu.

HTML (HyperText Markup Language) - Märgistuskeel, mis struktureerib veebilehtede sisu.

HTML Sitemap - Loetav leht, mis loetleb saidi lehed, et aidata kasutajaid ja roboteid navigeerimisel.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Protokoll, mida brauserid ja serverid kasutavad veebiandmete vahetamiseks.

HTTP/2 - HTTP oluline läbivaatus, mis kiirendab laadimist, multipleksides palju päringuid ühe ühenduse kaudu.

HTTP/3 - HTTP uusim versioon, mis töötab QUIC-i peal madalama latentsuse ja usaldusväärsemate ühenduste saavutamiseks.

HTTPS - HTTP krüpteeritud, turvaline versioon, mis kaitseb edastatavaid andmeid TLS-i abil.

Hub - Keskne leht, mis korraldab ja lingib seotud sisu teemal.

Hub and Spoke Model - Sisustruktuur keskse hub-lehega, mis lingib seotud, konkreetsemate alamlehtedega.

Hummingbird - Google 2013. aasta algoritmi ümberkujundus, mis nihutas rõhu päringu tähendusele ja kavatsusele. Tuntud ka kui Google Hummingbird.

Hydration - Protsess, mille käigus kliendipoolne JavaScript lisab interaktiivsust serveris renderdatud HTML-ile.



Image Carousel - SERP-funktsioon, mis kuvab rea pilte horisontaalse kerimisega.

Image Compression - Pildifailide suuruse vähendamine lehe laadimise kiirendamiseks, ilma kvaliteeti kahjustamata.

Image Filename - Pildifaili kirjeldav nimi, teisene signaal piltide SEO jaoks.

Image Pack - SERP-funktsioon, mis kuvab rühmitatud pildiploki otsingutulemuste seas.

Image SEO - Piltide optimeerimine, sealhulgas failinimi, alt-tekst ja suurus, otsingu ja jõudluse jaoks.

Image Sitemap - Saidikaart või selle laiendus, mis loetleb pildid, et aidata otsingumootritel neid leida.

Image Title - Pildi title-attribuut, mis kuvatakse tööriistavihjena, teise tähtsusega SEO jaoks.

Impression - Üks kord, mil teie kirje või reklaam ilmub otsingutulemustes.

Impression Share - Google Adsis see osa näitamistest, mille saite nendest, milleks olite kõlblik.

Improved Keywords - Märksõnad, mille reastuskohad paranesid saidil antud perioodi jooksul.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Next.js tehnika, mis ehitab üksikuid staatilisi lehti uuesti nõudmisel pärast saidi avaldamist.

Index - Lehtede andmebaas, mille otsingumootor on salvestanud ja saab tulemustes tagastada.

Index Bloat - Kui liiga palju vähese väärtusega lehti indekseeritakse, mis lahjendab saidi üldisi kvaliteedisignaale.

Index Coverage Report - Search Console'i aruanne, mis näitab, millised lehed on indekseeritud ja miks teised mitte. Tuntud ka kui Page Indexing Report.

Indexability - See, kas leht on lubatud ja seda saab otsingumootori indeksisse lisada.

Indexation Rate - Nende saidi lehtede protsent, mida otsingumootor tegelikult indekseerib.

Indexing - Lehe analüüsimise ja selle otsingumootori indeksisse lisamise protsess.

IndexNow - Protokoll, mis võimaldab saitidel kohe teavitada osalevaid mootoreid, nagu Bing ja Yandex, muudetud URL-idest.

Infographic - Teabe või andmete visuaalne esitus, mis luuakse sageli linkide meelitamiseks.

Information Gain - Kui palju uut, ainulaadset teavet leht lisab lisaks sellele, mida juba reastunud lehed katavad.

Informational Query - Otsing, kus kasutaja soovib õppida või leida teavet, mitte osta.

Intent Cluster - Märksõnade või päringute rühm, mis jagavad sama aluseks olevat otsingukavatsust.

Interaction to Next Paint (INP) - Core Web Vital mõõdik, mis mõõdab, kui kiiresti leht kasutaja interaktsioonidele reageerib; see asendas FID-i 2024. aastal.

Internal Link - Link ühelt lehelt teisele lehele samal saidil.

Internal Linking - Lehtede linkimine sama saidi sees navigeerimise hõlbustamiseks ja autoriteedi jaotamiseks.

International SEO - Saidi optimeerimine kasutajate sihtimiseks mitmes riigis ja keeles.

IP Address - Numbriline silt, mis identifitseerib seadme või serveri võrgus.

J

JavaScript (JS) - Programmeerimiskeel, mis lisab veebilehtedele interaktiivsust ja dünaamilist käitumist.

JavaScript SEO - Praktika muuta JavaScripti-rikkad saidid otsingumootorite jaoks indekseeritavaks ja loendisse kantavaks.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Vorming, mida Google soovib struktureeritud andmete lisamiseks lehele skriptiploki kaudu.

K

Kanban - Visuaalne tahvel, mis haldab ülesandeid ja töövoogu veergude vahel liikuvate kaartidena.

Keyword - Sõna või fraas, mille inimesed otsingumootoritesse sisestavad ja millele optimeerite sihtimiseks.

Keyword (Google Ads) - Termin, millele reklaamija teeb pakkumise, et tasulisi reklaame saaks käivitada.

Keyword (Not Provided) - Märksõnaandmed, mille Google analüütika eest peidab, märgistatud kui not provided.

Keyword (Organic) - Termin, millele soovite reastust orgaanilistes, tasuta otsingutulemustes.

Keyword (Related) - Termin, mis on semantiliselt seotud teie põhimärksõnaga ja toetab sama teemat.

Keyword Analysis - Märksõnade hindamine asjakohasuse, mahu, raskuse ja otsingukavatsuse põhjal.

Keyword Cannibalization - Kui saidi mitu lehte konkureerivad sama märksõna pärast ja nõrgestavad üksteise reastust.

Keyword Categorization - Märksõnade rühmitamine teemadesse või kategooriatesse strateegia ja sisu korraldamiseks.

Keyword Clustering - Tihedalt seotud märksõnade rühmitamine, mida üks leht saab koos sihtida.

Keyword Competition - Konkurentsi tase märksõnale orgaaniliselt reastumiseks või sellele reklaamides pakkumiseks.

Keyword Density - Kui sageli märksõna esineb võrreldes lehe sõnade koguarvuga.

Keyword Difficulty - Tööriista mõõdik, mis hindab, kui raske oleks antud märksõnale reastuda.

Keyword Explorer - SEO-tööriista funktsioon märksõnaideede leidmiseks ja nende mõõdikute analüüsimiseks.

Keyword Frequency - Märksõna esinemiste toorarv sisus.

Keyword Funnel - Märksõnade korraldamine selle järgi, millist ostuteekonna etappi need peegeldavad.

Keyword Overview - Tööriista aruanne, mis võtab kokku märksõna peamised mõõdikud, nagu maht, raskus ja kavatsus.

Keyword Prominence - Kui nähtavalt ja varakult märksõna lehel esineb, näiteks pealkirjas või esimeses lõigus.

Keyword Proximity - Kui lähedal sihtmärksõnad tekstis üksteisele esinevad.

Keyword Ranking - Lehe asukoht otsingutulemustes antud märksõna jaoks. Tuntud ka kui Keyword Rank.

Keyword Research - Teie publiku otsitavate terminite leidmine ja analüüsimine sisu ja SEO suunamiseks.

Keyword Stemming - Sõna taandamine selle juureks, et variandid nagu run ja running käsitletakse seotuna.

Keyword Stuffing - Lehe ülekoormamine märksõnadega reastuse manipuleerimise katsel. Tuntud ka kui Keyword Spam.

Knowledge Graph - Google andmebaas olemistest ja nendevahelistest suhetest, mida kasutatakse tulemuste rikastamiseks. Tuntud ka kui Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - SERP-kast, mis kuvab olemi kohta peamisi fakte, võetuna Knowledge Graphist. Tuntud ka kui Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Mõõdetav väärtus, mis jälgib edenemist konkreetse eesmärgi suunas.

L

Landing Page - Leht, kuhu külastaja kampaaniast saabub, kavandatud käivitama ühte tegevust.

Largest Contentful Paint (LCP) - Core Web Vital mõõdik, mis mõõdab lehe suurima nähtava elemendi renderdamisaega.

Last Crawl - Viimane kuupäev, mil otsingumootor antud lehe indekseeris.

Last-Modified - HTTP päis, mis ütleb klientidele, millal ressursi viimati muudeti.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Loomuliku keele töötlemise tehnika, mis analüüsib dokumentide ja nende sisaldatavate terminite vahelisi suhteid.

Lazy Loading - Ekraaniväliste piltide või ressursside laadimise edasilükkamine, kuni neid vajatakse, esialgse laadimise kiirendamiseks.

Lead - Potentsiaalne klient, kes on huvi näidanud, näiteks oma andmeid esitades.

Lead Magnet - Tasuta stiimul, nagu e-raamat, mida pakutakse vastutasuks külastaja kontaktandmete eest.

Link Accessibility - See, kas robotid saavad linke avastada ja jälgida, mitte need on peidetud skriptide taha.

Link Attribution - Lingi olemuse näitamine rel-atribuutidega, nagu nofollow, sponsored või ugc.

Link Authority - Tugevus ja usaldus, mille linkiv leht saab edasi anda.

Link Bait - Sisu, mis on loodud spetsiaalselt suure hulga tagasilinkide meelitamiseks. Tuntud ka kui Linkbait.

Link Building - Tagasilinkide hankimise protsess teistelt saitidelt autoriteedi ja reastuse parandamiseks.

Link Burst - Hiljuti hangitud tagasilinkide äkiline tõus lühikese aja jooksul.

Link Churn - Saiidi tagasilinkide loomulik kaotamine ja juurdesaamine aja jooksul.

Link Condom - Vana släng meetoditele, nagu nofollow, mis takistavad lingil reastusväärtuse edasiandmist.

Link Distance - Linkihüpete arv usaldusväärse allikasaidi ja antud lehe vahel.

Link Diversity - Saiidi tagasilinkide allikate, tüüpide ja ankrutekstide mitmekesisus.

Link Equity - Reastusväärtus, mis antakse ühelt lehelt teisele lingi kaudu.

Link Exchange - Vastastikune kokkulepe, milles kaks saiti nõustuvad teineteisele linkima.

Link Farm - Saitide rühm, mis on loodud ainult teineteisele linkimiseks ja reastuse manipuleerimiseks.

Link Gap - Tagasilingid, mis konkurentidel on, kuid teie saidil mitte.

Link Hoarding - Vastumeelsus teistele saitidele linkida, püüdes hoida kogu linkiväärtust sees.

Link Insert (Niche Edit) - Tagasilingi lisamine olemasolevasse, juba avaldatud artiklisse teisel saidil.

Link Intersect - Analüüs, mis leiab saite, mis linkivad mitmele teie konkurendile, kuid mitte teile.

Link Juice - Mitteametlik termin reastusväärtusele, mille link oma sihtkohale edasi annab.

Link Neighborhood - Nende saitide kogum, kellele te linkite ja kes teile linkivad, mis annab signaali teie seostest.

Link Placement Quality - Kui väärtuslik on lingi paigutus ja seda ümbritsev kontekst lehel.

Link Popularity - Saidile osutavate tagasilinkide arv ja kvaliteet.

Link Profile - Kõigi saidile osutavate tagasilinkide üldine koosseis.

Link Prospect - Sait või leht, mis on tuvastatud potentsiaalse tagasilingi allikana.

Link Reclamation - Kaotatud tagasilinkide tagasisaamine või brändi linkimata mainimiste muutmine linkideks.

Link Relevancy - Kui temaatiliselt on linkiv leht seotud lehega, kuhu see osutab.

Link Rot - Linkide loomulik kalduvus muutuda katkiseks aja jooksul, kui lehed liiguvad või kaovad.

Link Scheme - Iga linkimispraktika, mille eesmärk on reastust manipuleerida ja mis rikub Google juhiseid.

Link Spam - Asjakohatud või manipuleerivad lingid, mis on paigutatud reastuse mõjutamise katsel.

Link Suppression - Kui otsingumootor alandab või ignoreerib linki, et see ei annaks edasi reastusväärtust.

Link Toxicity - See määr, mil tagasilinkide profiil sisaldab kahjulikke või rämpslinki.

Link Velocity - Tempo, millega sait aja jooksul tagasilinke hangib või kaotab.

Link Volume - Saidile või lehele osutavate tagasilinkide koguarv.

Linkable Asset - Kõrge väärtusega sisu, mis on loodud spetsiaalselt tagasilinkide meelitamiseks.

Linked Unstructured Citations - Ettevõtte mainimised sisus, mis sisaldab linki, kuid mitte struktureeritud kataloogikirjet.

Listicle Placement - Teie brändi kaasamine loendivormingus artiklisse teisel saidil.

Listing Management - Täpsete ja ühtsete ettevõttekirjete säilitamine mitmel platvormil.

LLM Visibility - Kui sageli ja nähtavalt bränd ilmub suurte keelemudelite vastustes.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Sisu ja olemite optimeerimine nii, et suured keelemudelid kuvaksid ja viitaksid brändile oma vastustes.

Local Ads - Tasulised reklaamid, mis sihivad kohalikku publikut, nagu Google Local Services Ads.

Local Business Schema - Struktureeritud andmed, mis kirjeldavad kohalikku ettevõtet, nagu selle nimi, aadress ja lahtiolekuajad, otsingumootoritele.

Local Citation - Igasugune kohaliku ettevõtte nimi, aadressi ja telefoninumbri mainimine veebis. Tuntud ka kui Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Ettevõtte nime, aadressi ja telefoninumbri hoidmine kõigis kirjetes identsena.

Local Filtering - Kui Google filtreerib sarnaseid kohalikke ettevõtteid, mis jagavad asukohta või telefoninumbrit, tulemuste mitmekesistamiseks.

Local Finder - Laiendatud kohalike tulemuste loend, mis ilmub pärast seda, kui kasutaja klikib jätkamiseks kohalikust paketist.

Local Keyword Research - Kohaliku kavatsusega otsinguterminite leidmine ettevõtte piirkonna jaoks.

Local Listings - Ettevõtte profiilid kataloogides, kaartidel ja arvustusplatvormidel.

Local Pack - SERP-funktsioon, mis kuvab kaardi ja lühikese kohalike ettevõtete loendi kohaliku otsingu jaoks.

Local Query - Kohaliku kavatsusega otsing, mis tavaliselt otsib lähedalasuvaid ettevõtteid, tooteid või teenuseid.

Local Ranking Factors - Signaalid - peamiselt asjakohasus, kaugus ja tuntus - mis määravad kohaliku reastuse.

Local Search - Ettevõtete, toodete või teenuste otsimine konkreetse asukoha lähedalt.

Local Search Grid - Tööriistavaade, mis näitab, kuidas ettevõtte reastub punktide geograafilisel ruudustikul.

Local Search Marketing - Praktika kohaliku ettevõtte nähtavuse parandamiseks kohalikes otsingutes.

Local Search Marketing Services - Agentuuriteenused, mis parandavad ettevõtte kohalolekut kohalikes otsingutulemustes.

Local SEO - Saidi ja kirjade optimeerimine reastumiseks asukohapõhistes otsingutes ja kaarditulemustes.

Local Teaser - Kompaktne kohalik SERP-üksus, mis vilksatab lähedalasuvaid ettevõtteid asukohapõhise otsingu jaoks.

Log File Analysis - Serverilogide uurimine, et näha, kuidas otsingumootorite robotid ja kasutajad saiti tegelikult kasutavad.

Long-Tail Keyword - Pikem, konkreetsem otsing, väiksema mahuga, kuid selgema kavatsusega.

Lost Link - Tagasilink, mis varem eksisteeris, kuid ei ole enam kohal.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Levinud ekslik nimetus semantiliselt seotud terminitele; tegelik latent semantic indexing ei ole see, kuidas Google reastab.

M

<meta name="viewport"> - Meta-silt, mis kontrollib, kuidas lehte mobiilseadmetes skaleeritakse ja paigutatakse.

Main Thread Blocking - Kui pikad JavaScripti ülesanded hõivavad brauseri põhilõime ja kahjustavad reageerimisvõimet.

Manual Action - Alandamine või eemaldamine, mille inimülevaataja rakendab Google juhiste rikkumise eest. Tuntud ka kui Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Tööriist, mis jälgib ettevõtte kohalikku reastust erinevates asukohtades kaardil.

Map Spam - Kohalike kaarditulemuste manipuleerimine võltsitud või märksõnadega ülekoormatud ettevõttekirjetega.

Market Consolidation - See määr, mil käputäis domeene haarab suure osa turu otsinguliiklusest.

Market-Level Indexing - Indeksi- või nähtavusandmete korraldamine terve turu või riigi tasemel.

Match Score - Tööriista mõõdik, mis hindab, kui täpselt tulemus vastab päringule või märksõnakomplektile.

Merchant Listings - Rikastatud tulemused, mis kuvavad toote üksikasju, nagu hind ja saadavus, struktureeritud andmetest.

Meta Description - Lehe HTML-kokkuvõte, mis ilmub sageli selle pealkirja all otsingutulemustes.

Meta Keywords - Aegunud meta-silt märksõnade loetlemiseks, mida Google reastuses ignoreerib.

Meta Refresh - Kood, mis suunab brauseri teisele URL-ile ümber pärast määratud viivitust. Tuntud ka kui Meta Redirect.

Meta Robots Tag - HTML-silt, mis juhendab otsingumootoreid, kuidas lehte indekseerida ja loendisse kanda.

Meta Tags - Katkendid HTML päises, mis annavad otsingumootoritele teavet lehe kohta.

Metric - Mõõdetav näitaja, mida kasutatakse jõudluse jälgimiseks ja hindamiseks.

Microdata - Sissehitatud HTML-meetod struktureeritud andmete lisamiseks elementide atribuutide kaudu.

Minification - Tarbetute märkide eemaldamine koodist failisuuruse vähendamiseks ja laadimise kiirendamiseks.

Mobile Optimization - Saidi kohandamine nii, et see toimiks ja näeks hea välja mobiilseadmetes.

Mobile Usability - Kui kergesti saavad külastajad lehte mobiilseadmetes kasutada ja sellega suhelda.

Mobile-First Indexing - Google praktika kasutada saidi mobiiliversiooni indekseerimiseks ja reastamiseks.

Mobile-Friendly Website - Sait, mis kuvatakse ja toimib hästi mobiilseadmetes.

Model Confidence - Kui kindel on tehisintellekti mudel ennustuses või loodud vastuses.

Money Page - Leht, mis teenib otse tulu, nagu toote- või müügileht.

Morningscore - SEO-tööriist, mis muudab reastuse, linkide ja optimeerimisülesannete jälgimise mänguks.

MozBar - Mozi tasuta brauserilaiendus, mis kuvab SEO-mõõdikuid, nagu domain ja page authority.

Multi-Domain Strategy - Mitme domeeni kasutamine, näiteks piirkonna või brändi järgi, SEO-lähenemise osana.

MUM (Multitask Unified Model) - Google tehisintellekti mudel, mis mõistab ja genereerib keelt mitmes vormingus ja keeles.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Ettevõtte olulised kontaktandmed, mida kasutatakse järjekindlalt kohaliku SEO mainimistes.

NAP Consistency - Ettevõtte nime, aadressi ja telefoninumbri hoidmine kõigis kirjetes identsena.

Natural Language Understanding (NLU) - NLP haru, mis keskendub keele taga oleva tähenduse, kavatsuse ja nüansi tabamisele.

Natural Link - Link, mis on antud toimetuskult teenete põhjal, ilma taotluse või tasuta.

Navigation - Menüüde ja linkide süsteem, mis aitab kasutajatel saidil liikuda. Tuntud ka kui Website Navigation.

Navigational Query - Otsing, kus kasutaja püüab jõuda konkreetsele saidile või lehele.

Negative Keywords - Terminid, mille tasulistes kampaaniates välistate, et vältida reklaamide kuvamist asjakohatutele otsingutele.

Negative SEO - Kahjulikud taktikad, mille eesmärk on halvendada konkurendi reastust otsingus.

News Box - SERP-funktsioon, mis tõstab esile värskeid, asjakohaseid uudisartikleid, sageli märgistatud Top Stories.

Niche - Laiema turu või teema konkreetne, keskendunud segment.

NLP (Natural Language Processing) - Valdkond, mis võimaldab arvutitel inimkeelt töödelda, analüüsida ja mõista.

Nofollow Link - Link, mis palub otsingumootoritel mitte anda edasi reastussignaale selle sihtkohale. Tuntud ka kui rel="nofollow".

Noindex - Direktiiv, mis ütleb otsingumootoritele, et nad ei lisaks lehte oma indeksisse.

Noopener and Noreferrer - Rel-atribuudid, mis lisatakse uuel vahekaardil avanevatele linkidele turvalisuse ja privaatsuse põhjustel. Tuntud ka kui rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Lehtede arv, mille otsingumootor teatab antud päringule vastavaks.

O

Off-Page SEO - Tegevus väljaspool teie saiti, peamiselt linkide ehitamine, mis ehitab autoriteeti ja usaldust.

On-Page SEO - Lehe sisu ja HTML-i optimeerimine, et see reastuks otsingutes kõrgemale.

Online Directories - Saidid, mis loetlevad ettevõtteid ja toimivad sageli kohalike mainimiste allikana.

Online Review Management - Kliendarvustuste jälgimine, neile vastamine ja nende julgustamine erinevatel platvormidel. Tuntud ka kui Review Management.

Online Reviews - Klientide hinnangud ja tagasiside ettevõtte kohta, avaldatud veebis. Tuntud ka kui Reviews.

Online Visibility - Kui kergesti bränd otsingumootoritest ja veebist üldiselt leitakse.

Open Graph - Meta-sildid, mis kontrollivad, kuidas URL ilmub, kui seda jagatakse sotsiaalplatvormidel. Tuntud ka kui Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Kasutaja selgesõnaline nõusolek suhtluse vastuvõtmiseks või jälgimiseks.

Opt-Out - Kasutaja otsus keelduda suhtlusest või jälgimisest, mida ta muidu saaks.

Organic Search Results - Tasuta tulemused, mis on reastatud asjakohasuse, mitte reklaami põhjal.

Organic Traffic - Külastajad, kes saavad saidile tasuta otsingutulemustest.

Origin Server - Server, mis salvestab saidi algse sisu, paigutatud võimaliku CDN-i taha.

ORM (Online Reputation Management) - Selle haldamine ja parandamine, kuidas brändi otsingutulemustes ja veebis tajutakse. Tuntud ka kui Reputation Management.

Orphan Page - Leht, millele ei osuta ükski sisemine link ülejäänud saidilt.

Out of Stock Handling - Viis, kuidas e-kaubanduse sait haldab ajutiselt läbimüüdud toodete lehti.

Outreach - Ühenduse võtmine inimeste või saitidega suhete loomiseks ja linkide või mainimiste saamiseks.

Over-Optimization - SEO-taktikate nii agressiivne rakendamine, et see pöördub vastu ja kahjustab reastust.

P

Page Authority (PA) - Mozi skoor 0-st 100-ni, mis ennustab, kui tugevalt üksik leht võib reastuda.

Page Experience - Google signaalide kogum, mis peegeldavad seda, kuidas kasutajad lehe kogemust tajuvad, sealhulgas Core Web Vitals.

Page Speed - Kui kiiresti veebileht laadib ja muutub küllastajatele kasutatavaks.

Page Title - Lehe title-element, mis kuvatakse klikitava pealkirjana otsingutulemustes.

Page View - Üks kord, mil leht laaditakse ja kuvatakse. Tuntud ka kui Pageview.

PageRank (PR) - Google aluseks olev algoritm, mis hindab lehe tähtsust sellele osutavate linkide arvu ja kvaliteedi põhjal.

Pages per Session - Nende lehtede keskmine arv, mida küllastaja ühe seansi jooksul vaatab.

Pagination - Sisu jagamine nummerdatud lehtedeks ja nende omavaheline linkimine navigeerimiseks.

Paid Link - Tagasilink, mis on hangitud tasu eest.

Paid Search Engine Result - Reklaamikirje, mis ilmub otsingutulemustes, sest reklaamija maksis paigutuse eest.

Paid Traffic - Külastajad, kes saavad saidile tasulise reklaami kaudu.

Panda - Google uuendus, mis sihib õhukest, madala kvaliteediga sisu, tänapäeval põhialgoritmi osa. Tuntud ka kui Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Ankrutekst, mis sisaldab osa sihtmärksõnast koos teiste sõnadega.

Partial Match Penalty - Käsitsi toiming või alandamine, mis mõjutab ainult teatud lehti või märksõnu, mitte kogu saiti.

Passage Indexing - Google võime reastada lehe üksikut asjakohast sektsiooni, mitte ainult lehte tervikuna.

Passage Retrieval - Kõige asjakohasema sektsiooni hankimine dokumentidest päringule vastamiseks.

Passage Weighting - Erinevate tähtsuse tasemete määramine üksikutele sektsioonidele lehe reastamisel.

PBN (Private Blog Network) - Saitide võrk, mis on ehitatud ainult linkide suunamiseks sihtsaidile - juhiste rikkumine.

Penguin - Google uuendus, mis sihib manipuleerivaid linke ja rämpsus, tänapäeval põhialgoritmi osa. Tuntud ka kui Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - SERP-funktsioon, mis kuvab laiendatavaid küsimusi, mis on seotud kasutaja otsinguga.

People Also Ask Boxes - Üksikud laiendatavad küsimus-vastus kastid People Also Ask funktsioonis.

Persona - Väljamõeldud profiil, mis esindab teie sihtpubliku ühte segmenti.

Personalization - Sisu või otsingutulemuste kohandamine üksiku kasutaja konteksti ja ajaloo järgi.

Pillar Page - Lai, põhjalik leht, mis ankurdab teemaklastri ja lingib seotud alamlehtedega.

Pitch - Sõnum, millega pakute oma sisu, linki või ideed potentsiaalsele partnerile.

Pogo-Sticking - Kui kasutaja klikib tulemusel ja naaseb seejärel kiiresti SERP-i, et valida teine.

Poison Words - Sõnad, mille kohta arvati kunagi, et need käivitavad rämpsostifiltreid või takistavad lehe reastumist.

Position - Konkreetne koht, mille tulemus otsingutulemuste lehel hõivab.

PPA (Pay Per Action) - Reklaamimudel, milles maksate ainult siis, kui toimub konkreetne tegevus, nagu registreerumine.

PPC (Pay Per Click) - Reklaamimudel, milles maksate iga kord, kui keegi teie reklaamil klikib.

Precision - Teabeotsingus see osa tagastatud tulemustest, mis on tegelikult asjakohased.

Price Competitiveness - Kuidas toote hind võrdleb konkurentidega - asjakohane ostu- ja tootetulemuste jaoks.

Primary Category - Ettevõtteprofiilile või tootele määratud peamine kategooria, mis kujundab asjakohasust.

Primary Keyword - See üksik peamine märksõna, mille ümber leht on üles ehitatud ja reastumiseks optimeeritud.

Product Grid SEO - E-kaubanduse toote- ja kategooriaruudustiku lehtede optimeerimine nähtavuse jaoks orgaanilistes otsingutes.

Product Schema - Struktureeritud andmed, mis kirjeldavad toodet, nagu selle hind, saadavus ja arvustused.

Programmatic SEO - Lugematute lehtede genereerimine suures mahus andmetest ja mallidest, et sihtida suuri sarnaste otsingute komplekte.

Programming Language - Formaalne keel, mida kasutatakse juhiste kirjutamiseks, mida tarkvara täidab.

Progressive Web Apps (PWA) - Veebirakendused, mis käituvad nagu natiivrakendused, funktsioonidega nagu võrguühenduseta kasutus ja installitavus.

Prominence - Kohalikus SEO-s see, kui tuntud ja väljakujunenud ettevõtte on, kohaliku reastuse tegur.

Prompt Bank - Salvestatud kogum korduvkasutatavaid viipasid tehisintellekti tööriistadele.

Prospecting - Potentsiaalsete sihtmärkide tuvastamine linkide, partnerluste või klientide jaoks ühenduse võtmiseks.

Protocol - Reeglistik, mis reguleerib andmevahetust, nagu HTTP või HTTPS.

Public Relations - Selle haldamine, kuidas avalikkus ja meedia organisatsiooni tajuvad.

Pull Channel - Turunduskanal, kus kliendid tulevad teie juurde, nagu orgaaniline otsing.

Pull Marketing - Klientide meelitamine, muutudes leitavaks, kui nad aktiivselt lahendusi otsivad.

Purchase Conversion - Konversioon, kus küllastaja sooritab ostu.

Purchased Link - Link, mis on ostetud reastuse mõjutamiseks, mis rikub juhiseid, kui see pole märgistatud ega ole nofollow.

Push Channel - Kanal, mille kaudu saadate sõnumeid publikule, nagu display-reklaamid või e-post.

Push Marketing - Sõnumite proaktiivne edastamine publikule, kes neid aktiivselt ei otsinud.

Q

Qualified Lead - Potentsiaalne klient, kes vastab tegelikku müügipotentsiaali näitavatele kriteeriumidele.

Qualified Traffic - Külastajad, kes vastavad teie sihtpublikule ja konverteerivad tõenäolisemalt.

Quality Content - Sisu, mis on kasulik, täpne ja rahuldab tõeliselt kasutaja kavatsuse.

Quality Score - Google Adsi kvaliteedihinnang märksõnadele, reklaamidele ja sihtlehtedele, mis mõjutab reklaami kulu ja asukohta.

Query Deserves Diversity (QDD) - Mõiste, mis eelistab mitmekesist tulemuste segu ebamääraste, mitmetähenduslike päringute jaoks.

Query Deserves Freshness (QDF) - Google mõiste, mis eelistab värskeimat sisu päringutele, mis näitavad huvi kasvu.

QUIC - Kaasaegne transpordiprotokoll, mida HTTP/3 kasutab ja mis vähendab latentsust, töötades UDP peal.

R

Rank Distribution - Viis, kuidas saidi märksõnad jaotuvad reastuskohtade ulatuses.

Rank Tracking - Selle jälgimine, kuidas saidi märksõnakohad aja jooksul muutuvad.

RankBrain - Google masinõppesüsteem, mis aitab tõlgendada uusi ja ebamääraseid päringuid. Tuntud ka kui Google RankBrain.

Ranking - Koht, mille leht otsingutulemustes päringu jaoks hõivab.

Ranking Factor - Signaal, mida otsingumootor kasutab oma tulemuste järjekorra määramiseks.

Readability Score - Mõõdik, mis hindab, kui kergesti teksti lugeda saab.

Reciprocal Link - Kokkulepe, milles kaks saiti teineteisele linkivad.

Reconsideration Request - Taotlus, mis palub Google'il sait uuesti hinnata pärast seda, kui käsitsi toiming on lahendatud.

Redirect - Viis kasutajate ja robotite automaatseks suunamiseks ühelt URL-ilt teisele.

Redirect Chain - Mitme ümbersuunamise jada, mille päring läbib enne lõplikku URL-i.

Redirected Link - Link, mis läbib ühe või mitu ümbersuunamist, enne kui jõuab lõpliku URL-ini.

Referral Traffic - Külastajad, kes saavad teie saidile teistel saitidel olevate linkide kaudu.

Referring Domain - Ainulaadne domeen, mis linkib teie saidile vähemalt korra.

Regex (Regular Expressions) - Tekstimustrid, mida kasutatakse stringide sobitamiseks, kasulikud filtrites, audites ja Search Console'is.

Regional Keywords - Märksõnad, mis on seotud konkreetse piirkonna või asukohaga.

Reinclusion - Saidi või selle lehtede tagasitoomine indeksisse pärast eemaldamist või karistust.

Related Searches - Otsingusoovitused, mis on seotud teie päringuga ja ilmuvad tulemuste lehe allosas.

Relative URL - URL, mis on kirjutatud praeguse lehe suhtes, jättes välja protokollid ja domeeni.

Relevance - Kui hästi leht või ettevõtte vastab otsija päringule - peamine reastustegur.

Render-Blocking Scripts - Skriptid, mis tuleb laadida ja täita, enne kui brauser saab nähtava sisu renderdada.

Rendering - Protsess, mille käigus lehe kood muudetakse visuaalseks välimuseks, mida kasutaja näeb.

Rendering Delay - Viivitus päringu ja hetke vahel, mil lehe sisu on täielikult renderdatud.

Resource Hints - HTML-vihjed, nagu preload, preconnect ja dns-prefetch, mis kiirendavad ressursside laadimist.

Resource Pages - Korrastatud lehed, mis koguvad ja lingivad kasulike ressurssidega teemal.

Responsive Design - Kujundusviis, milles lehe paigutus kohandub sujuvalt iga ekraani suurusega.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - Tehisintellekti lähenemine, mis hangib asjakohaseid dokumente ja kasutab neid loodud vastuse ankurdamiseks.

Review Sentiment - Üldine positiivne või negatiivne toon, mis väljendub ettevõtte arvustustes.

Review Velocity - Tempo, millega ettevõtte aja jooksul uusi arvustusi kogub.

Rich Snippet - Otsingutulemus, mis on rikastatud lehe struktureeritud andmetest võetud lisateabega.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Robots-direktiivid, mis kontrollivad, kuidas leht võib tulemustes ilmuda, sealhulgas katkendi pikkus, pildieelvaated ja vahemällu salvestamine.

Robots.txt - Fail, mis ütleb robotitele, millistele saidi osadele nad võivad või ei või ligi pääseda.

ROI (Return on Investment) - Mõõdik saavutatud kasumi kohta võrreldes investeeringu kuluga.

Root Domain - Registreeritud tippdomeen, ilma ühegi alamdomeeni eesliiteta.

S

SaaS (Software as a Service) - Tarkvara, mida pakutakse veebis tellimuspõhiselt, mitte ei installita kohapeal.

SAM (Serviceable Available Market) - See osa kogu turust, mida ettevõtte saab realistlikult teenindada.

sameAs - Schema-omadus, mis seob olemi selle ametlike profiilide ja URL-idega.

Schema Markup - Struktureeritud andmete sõnavara, mis lisatakse lehtedele rikastatud tulemuste võimaldamiseks.

Schema.org - Koostöös loodud sõnavara, mis standardiseerib struktureeritud andmed otsingumootorite vahel.

Scraped Content - Sisu, mis on kopeeritud teistelt saitidelt ilma loata või lisaväärtuseta.

Scraping (Web Scraping) - Andmete või sisu automaatne väljatõmbamine saitidelt tarkvara abil.

Screaming Frog - Laialdaselt kasutatav töölaua-crawler tehniliste SEO-auditite jaoks.

Scroll Depth - Kui sügavale külastajad lehte keritavad, enne kui lahkuvad.

Scrum Board - Visuaalne tahvel, mis jälgib ülesandeid ja edenemist Scrum-töövoos.

Search Demand Curve - Otsingunõudluse jaotus, suure mahuga terminitest tipus pika sabani.

Search Engine - Tarkvara, mis leiab, indekseerib ja reastab veebilehti vastuseks kasutajate päringutele.

Search Engine Advertising - Reklaamide kuvamise eest maksmine otsingumootori tulemuste seas.

Search Engine Poisoning - Tulemuste manipuleerimine nii, et kahjulikud või eksitavad lehed otsingutes ilmuksid.

Search Engine Rank - Koht, mille leht otsingumootori tulemuste seas hõivab.

Search Engine Results Page (SERP) - Tulemuste leht, mille otsingumootor antud päringu jaoks tagastab.

Search Generative Experience Visibility - Kui sageli ja nähtavalt bränd ilmub tehisintellekti loodud otsinguvastustes.

Search Intent - Aluseks olev eesmärk, millega kasutaja päringu sisestab.

Search Quality Rater Guidelines - Google avalik juhend, mis aitab inimhindajatel tulemuste kvaliteeti ja E-E-A-T-i hinnata.

Search Query - Sõnad, mille kasutaja otsingumootorisse sisestab, et midagi leida. Tuntud ka kui Query, Search Term.

Search Result Snippet - Pealkiri, URL ja kirjeldus, mis kuvatakse üksiku tulemuse jaoks SERP-is.

Search Results - Kirjed, mille otsingumootor vastuseks päringule tagastab. Tuntud ka kui Results.

Search Traffic - Külastajad, kes saabuvad saidile otsingumootorite kaudu.

Search Visibility - Mõõdik, mis hindab, kui nähtav sait on nende märksõnade põhjal, millele see reastub.

Search Volume - Mitu korda märksõna antud perioodi jooksul otsitakse. Tuntud ka kui Volume.

Seasonal Trends - Otsingunõudluse prognoositavad tipud ja mõõnad aasta jooksul.

Secondary Keywords - Toetavad märksõnad, mida leht sihib lisaks oma põhimärksõnale.

Seed Keywords - Esimesed põhiterminid, mida kasutatakse märksõnauuringu käivitamiseks.

SEM (Search Engine Marketing) - Turundus, mis suurendab nähtavust otsingumootorites, sageli tasuliste reklaamide kaudu.

Semantic Completeness - Kui põhjalikult leht katab oma teemaga seotud mõisteid ja alateemasid.

Semantic Core - Märksõnade täielik kogum, mis määratleb saidi temaatilise katvuse.

Semantic Search - Otsing, mis tõlgendab päringu taga olevat tähendust ja kavatsust, mitte ainult märksõnu.

Semantic Similarity - Kui lähedal on kaks tekstilõiku või terminit üksteisele tähenduse poolest.

Semrush - Populaarne kõikehõlmav tarkvarapakett SEO ja digiturunduse jaoks.

Semrush Rank - Semrushi domeenide reastus nende hinnangulise orgaanilise otsinguliikluse põhjal.

Sentiment - Emotsionaalne toon, positiivne või negatiivne, mis väljendatakse brändi või teema kohta.

Sentiment Analysis - Loomuliku keele töötlemise kasutamine tekstis väljendatud emotsiooni määramiseks.

SEO (Search Engine Optimization) - Praktika saidi parandamiseks, et see reastuks kõrgemale orgaanilistes otsingutulemustes.

SEO Audit - Põhjalik hinnang saidi SEO-seisukorrale, probleemidele ja võimalustele.

SEO Benchmarking - SEO-jõudluse mõõtmine konkurentide või varasemate tulemustega võrreldes.

SEO Briefing - Dokument, mis juhendab kirjutajaid sisu optimeerimisel.

SEO Checklist - Ülesannete loend, mida kasutatakse, et veenduda, et leht või sait on õigesti optimeeritud.

SEO Consultant - Ekspert, kes nõustab ettevõtteid nende otsingujõudluse parandamisel.

SEO Emojis - Emojide kasutamine pealkirjades või meta-siltides tähelepanu äratamiseks, kuigi Google eemaldab need sageli katkenditest.

SEO Podcast - Audiosaade, mis on pühendatud otsingumootorite optimeerimise teemadele.

SEO Service - Professionaalne teenus, mida osutatakse kliendi SEO-tulemuste parandamiseks.

SEO Silo - Seotud sisu rühmitamine tihedalt temaatilistesse sektsioonidesse temaatilise asjakohasuse ehitamiseks.

SEO Tips - Praktilised soovitused saidi otsingujõudluse parandamiseks.

SEO URL - Puhas, kirjeldav, märksõnasõbralik URL, mis on kavandatud otsinguid ja kasutajaid toetama.

SEO vs. SEM - Võrdlus orgaanilise optimeerimise (SEO) ja tasulise otsiturduse (SEM) vahel.

SEOnaut - Mänguline hüüdnimi SEO-professionaalile.

SERP Feature - Iga mittestandardne tulemus SERP-is, nagu katkend, pildipakk või kohalik pakk.

SERP Real Estate - See hulk visuaalset ruumi, mille teie kirjed tulemuste lehel hõivavad.

SERP Shaker - Termin suure, laialt levinud muutuse jaoks otsingumootorite reastustes.

SERP Source - Sait, kust antud otsingutulemus pärineb.

SERP Volatility - See määr, mil reastused otsingutulemustes aja jooksul kõiguvad.

Server-Side Rendering (SSR) - Lehe HTML-i genereerimine serveris enne selle brauserisse saatmist.

Service Area Business (SAB) - Ettevõtte, mis teenindab kliente nende asukohas, mitte poest.

SGE (Search Generative Experience) - Google kogemus, mis kuvas tehisintellekti loodud vastuseid tulemuste kohal ja mis arenes AI Overviewsiks.

Shopify - Laialdaselt kasutatav majutatud e-kaubanduse platvorm veebipoodide loomiseks.

Shopping Grid - Tootekirjete ruudustik, mis ilmub ostuotsingu tulemustes.

Short-Tail Keywords - Lühikesed, laiad, suure mahuga märksõnad, millel on ebamäärane kavatsus.

Site Architecture - Viis, kuidas saidi lehed on struktureeritud, korraldatud ja omavahel lingitud.

Site Audit - Automatiseeritud analüüs, mis tuvastab tehnilisi ja lehesiseseid SEO-probleeme.

Site Speed - Kui kiiresti saidi lehed üldiselt selle külastajatele laadivad.

Sitelinks - Lisalingid alamlehtedele, mis kuvatakse põhitulemuse all navigeerimise hõlbustamiseks. Tuntud ka kui Google Sitelinks.

Sitemap - Fail, mis loetleb saidi URL-id, et aidata otsingumootoritel neid leida ja indekseerida.

Sitemap Index - Fail, mis osutab mitmele saidikaardile, kasutatakse väga suurte saitide jaoks.

Sitewide Backlink - Tagasilink, mis ilmub linkiva saidi igal lehel.

Sitewide Link - Link, mis kordub saidi igal lehel, sageli paigutatud päisesse või jalusesse.

Skyscraper Technique - Populaarse sisu leidmine, millegi parema loomine ja selle meelitatavate linkide saamine.

SMM (Social Media Marketing) - Brändi ja selle sisu turundamine sotsiaalmeedia platvormide kaudu.

SMO (Social Media Optimization) - Sisuga ja profiilide optimeerimine ulatuse ja kaasatuse suurendamiseks sotsiaalplatvormidel.

Social Signals - Kaasatus sotsiaalmeedias, nagu meeldimised ja jagamised, mõnikord seotud nähtavusega.

Social Syndication - Sisuga taasavaldamine sotsiaalkanalites selle ulatuse laiendamiseks.

Social Traffic - Külastajad, kes saavad saidile sotsiaalmeedia platvormidelt.

Soft 404 - Leht, mis tagastab edukuse olekukoodi, kuid kuvab kasutajatele ei-leitud sõnumi.

Source Attribution - Sisu, andmete või külastuse algse allika tuvastamine ja sellele omistamine.

SOV (Share of Voice) - Teie brändi osa kogu otsingunähtavusest märksõnakomplekti jaoks võrreldes konkurentidega.

Spam - Asjakohatu, manipuleeriv või madala kvaliteediga sisu, mis on loodud otsingumootorite petmiseks.

Spam Classifier - Süsteem, mis tuvastab ja märgistab automaatselt rämpsisisu või -linke.

Spam Score - Mozi mõõdik, mis hindab tõenäosust, et sait on rämps või karistatud.

Spam Signals - Lehe või saidi omadused, mis viitavad sellele, et need võivad olla rämps.

Spamdexing - Otsingumootori indeksi ja reastuse manipuleerimine rämpsmeetoditega. Tuntud ka kui Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Manipuleerivad SEO-meetodid, mis rikuvad otsingumootorite juhiseid.

Splash Page - Sissejuhatav leht, mis kuvatakse enne põhisaiti, sageli reklaamilise iseloomuga.

Sponsored Link - Link, mis on märgistatud tasuliseks või sponsoreerituks rel-atribuudiga, nagu juhised nõuavad. Tuntud ka kui rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Tasuliste linkide ja sisu selge märgistamine sponsoreerituks, nagu juhised nõuavad.

Srcset - HTML-pildi atribuut, mis pakub mitut pildiallikat reageeriva laadimise jaoks.

SSL Certificate - Digitaalne sertifikaat, mis võimaldab krüpteeritud HTTPS-ühendusi, tänapäeval tehniliselt TLS-i kaudu.

Static URL - URL, mis jääb muutumatuks ja millel pole dünaamilisi päringuparameetreid.

Status Code - HTTP-kood, mille server tagastab päringu tulemuse näitamiseks.

Stop Words - Levinud sõnad, nagu the, and või of, mida otsingumootorid sageli ignoreerivad.

Structured Data - Standardiseeritud märgistus, mis kirjeldab lehe sisu, et otsingumootorid seda mõistaksid.

Subdirectory - Saidi URL-struktuuri pesastatud kaust, alamkausta vaste.

Subdomain - Domeeni eesliide, mis moodustab eraldi sektsiooni, nagu blog.example.com.

Subfolder - Kataloog URL-i teel, nagu example.com/blog.

Submission - Saidi või URL-i esitamine otsingumootoritele või kataloogidesse.

SXO (Search Experience Optimization) - SEO kombineerimine kasutajakogemusega, et leht rahuldaks kasutajaid, mitte ainult reastusi.

T

TAM (Total Addressable Market) - Toote või teenuse jaoks saadaolev kogu tulu võimalus.

Taxonomy - Kategooriate ja siltide süsteem, mida kasutatakse saidi sisu korraldamiseks.

Taxonomy SEO - Kategooria-, sildi- ja muude taksonoomialehtede optimeerimine otsingute jaoks.

Technical SEO - Saidi indekseerimise, loendisse kandmise ja aluseks oleva infrastruktuuri optimeerimine.

The Fold - Joon lehel, mille all sisu nõuab nägemiseks kerimist.

Thin Content - Lehed, mis pakuvad kasutajatele vähe või üldse mitte lisaväärtust.

Three-Way Link Exchange - Kokkulepe, milles sait A lingib B-le, B C-le ja C tagasi A-le, vastastikkuse varjamiseks.

Thumbnails - Väikesed eelvaatepildid, nagu need, mida kuvatakse videote jaoks otsingutulemustes.

Tiered Link Building - Linkide ehitamine teie olemasolevatele tagasilinkidele, kihtidena, nende tugevuse võimendamiseks.

Time on Page - Keskmine aeg, mille külastajad ühel lehel veedavad.

Time to First Byte (TTFB) - Aeg päringu ja serveri vastuse esimese baidi vastuvõtmise vahel.

Title Tag Optimization - Lehe title-elementi kujundamine asjakohasuse ja klikimäära parandamiseks.

TLD (Top-Level Domain) - Domeeni järelliide pärast viimast punkti, nagu .com, .org või .ee.

TLS (Transport Layer Security) - Protokoll, mis krüpteerib andmed kliendi ja serveri vahel, SSL-i järglane.

Top Stories - Uudisfunktsioon SERP-is, mis tõstab esile värsked, päringule asjakohaseid artikleid.

Topic Cluster - Seotud lehtede rühm, mis on korraldatud keskse sambalehe ümber.

Topic Efficiency - Kui tõhusalt sait haarab liiklust teema jaoks võrreldes investeeritud sisuga.

Topical Authority - Saidi tajutav asjatundlikkus ja sügavus terve teemavaldkonna kohta.

Topical Coverage - Kui põhjalikult sait katab teema kõiki aspekte.

Topical Relevance - Kui tihedalt on sisu seotud antud teemaga.

Total Blocking Time (TBT) - Laboratoorne mõõdik, mis liidab aja, mil põhilõim oli blokeeritud, peegeldades interaktiivsust.

Toxic Backlinks - Kahjulikud või rämpslingid, mis võivad kahjustada saidi reastust.

Tracking Code - Koodilõik, mis paigutatakse saidile analüütika- või konversiooniandmete kogumiseks.

Traffic - Külastajate koguarv, mille sait saab.

Traffic % - See osa kogu liiklusest, mis omistatakse märksõnale, lehele või kanalile.

Traffic Cost - Hinnanguline kulu teie orgaanilise liikluse hankimiseks tasuliste reklaamide kaudu.

Traffic Potential - Orgaanilise liikluse koguhulk, mille teema või märksõna saab realistlikult tuua.

Transactional Query - Otsing, mis annab signaali kavatsusest osta või sooritada konkreetne tegevus.

Trend - Üldine suund, milles miski, nagu otsinguhuvi, areneb.

Trust Dampening - Madala usaldusega allikatest pärinevate linkide edasiantava reastusväärtuse alandamine.

Trust Flow - Majesticu mõõdik, mis hindab saidi linkide kvaliteeti selle allikate usaldusväärsuse põhjal.

TrustRank - Algoritm, mis eristab kasulikke lehti rämpsust, alustades usaldusväärsust allikasaitidest.

Twitter Cards - Meta-sildid, mis kontrollivad, kuidas URL ilmub, kui seda jagatakse Twitteris, tänapäeval X.

U

UGC Link Attribute - Rel-väärtus, mis märgistab kasutajate loodud sisu esinevad lingid. Tuntud ka kui rel="ugc".

Unique Visit - Külastus, mis loetakse ainult korra ainulaadse külastaja kohta antud perioodi jooksul.

Universal Analytics (UA) - Google varasem analüütikaplatvorm, mis asendati GA4-ga 2023. aastal.

Universal Search - Erinevat tüüpi tulemuste, nagu pildid, uudised ja videod, segamine ühele SERP-ile.

Unlinked Mention - Teie brändi mainimine sisus, mis ei sisalda linki.

Unnatural Link - Link, mis on loodud reastuse manipuleerimiseks, mitte saadud toimetuskult.

URL (Uniform Resource Locator) - Veebiaadress, mis osutab konkreetsele ressursile internetis.

URL Folder - Kataloogisegment URL-i teel.

URL Parameter - Võti-väärtus paar, mis lisatakse URL-ile pärast küsimärki andmete saatmiseks.

URL Rating (UR) - Ahrefsi määrdik 0-st 100-ni lehe tagasilinkide profiili tugevuse jaoks.

URL Slug - URL-i loetav osa, mis identifitseerib konkreetset lehte. Tuntud ka kui Slug.

URL Structure - Viis, kuidas saidi URL-id on korraldatud ja vormindatud kogu saidil.

Usability - Kui kergesti ja intuiitselt saavad külastajad saiti kasutada.

User Engagement - Kui aktiivselt kasutajad saidi või selle sisuga suhtlevad.

User Experience (UX) - Inimese interaktsiooni üldine kvaliteet saidi või tootega.

User Intent - Eesmärk, mille kasutaja soovib otsinguga saavutada.

User Interface (UI) - Visuaalsed elemendid ja juhtelemendid, mille kaudu kasutaja tootega suhtleb.

User-agent - String, mis identifitseerib brauseri või boti, mis serverile päringu saadab.

User-Friendly - Kavandatud olema inimestele kerge, selge ja meeldiv kasutada.

UTM Code - Silt, mis lisatakse URL-ile kampaania jõudluse jälgimiseks analüütikatööriistades.

UTM Parameters - Üksikud võti-väärtus sildid UTM-märgistatud kampaania URL-is.

V

Variant Indexing - Viis, kuidas otsingumootorid haldavad toote või lehe mitme variandi indekseerimist.

Vary Header - HTTP päis, mis ütleb vahemäludele, kuidas vastus varieerub päringu päiste järgi.

Vector Search - Otsing, mis sobitab sisu semantilise sarnasuse põhjal vektorestituste abil.

Vertical Search - Otsing, mis on piiratud konkreetse sisukategooriaga, nagu pildid või tööpakkumised.

Vertical Search Engine - Otsingumootor, mis keskendub ühele teemale või sisutüübile.

Video Carousel - SERP-funktsioon, mis kuvab rea videoid horisontaalse kerimisega.

Video Optimization - Videosisu optimeerimine, et see toimiks hästi otsingutes ja kaasaks vaatajaid.

Viewport - Veebilehe nähtav ala seadme ekraanil.

Viral Content - Sisus, mis levib kiiresti ja laialt jagamise kaudu.

Visibility - Kui nähtavalt sait otsingutulemustes ilmub.

Visibility Score - Määrdik, mis hindab saidi üldist otsingunähtavust.

Visit (Session) - Üks sirvimisseanss, mille kasutaja saidil veedab.

Voice Search - Otsing päringu valjult hääldamise teel seadmele või assistendile.

Voice Search SEO - Sisus optimeerimine, et seda saaks häälotsingutes esile tõsta.

Volatility - See määr, mil otsingumootorite reastused aja jooksul kõiguvad.

W

Warm Cache - Vahemälu, mis on juba andmetega täidetud, et päringuid saaks kiiresti teenindada.

Web Architecture - Selle struktuuriline kujundus, kuidas veebisüsteemid, serverid ja lehed ühenduvad.

Web Stories - Puudutatavad, täisekraani visuaalsed lood, mis võivad ilmuda Google otsingus.

Webpage - Üksik dokument veebis, ligipääsetav oma URL-il.

Website - Kogum seotud veebilehti, mis on avaldatud ühe domeeni all.

Website Architecture - Viis, kuidas saidi lehed ja seksioonid on struktureeritud ja omavahel lingitud.

Website Quality - Saidi sisu, kasutajakogemuse ja usaldusväärsuse üldine tase.

Website Structure - Lehtede järjekord ja hierarhia saidi sees.

White Hat SEO - Eetilised SEO-praktikad, mis järgivad otsingumootorite juhiseid.

WordPress - Kõige laialdasemalt kasutatav sisuhaldussüsteem veebisaitide loomiseks.

WPO (Website Performance Optimization) - Saidi laadimiskiiruse ja üldise jõudluse parandamine.

X

X-Robots-Tag - HTTP päis, mis kontrollib mis tahes failitüübi indekseerimist ja loendisse kandmist.

XML (Extensible Markup Language) - Pindlik märgistuskeel, mida kasutatakse struktureeritud andmete salvestamiseks ja edastamiseks.

XML Sitemap - Masinloetav fail, mis loetleb saidi URL-id otsingumootoritele. Tuntud ka kui Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Pikaajaline veebiportaal ja otsingumootor, mille tulemusi pakub Bing.

Yandex - Juhtiv otsingumootor Venemaal.

YMYL (Your Money or Your Life) - Lehed, mis võivad mõjutada tervist, rahandust või turvalisust ja millele Google rakendab kõrgemaid kvaliteedistandardeid.

Yoast SEO - Populaarne SEO-laiendus WordPressile.

Z

Zero-Click Search - Otsing, millele vastatakse otse tulemuste lehel, ilma klikita saidile.

Zombie Pages - Vähese väärtusega lehed, mis ei too liiklust ja võivad lahjendada saidi üldist kvaliteeti.