

SEO pojmovnik

DiagnoSEO - jasne, provjerene definicije SEO pojmova.

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 - Tradicionalni, jednostavni popis od deset organskih rezultata prije pojave bogatijih SERP značajki.

10x Content - Sadržaj stvoren da bude bitno bolji od svega što trenutačno rangira za određenu temu.

200 OK - HTTP statusni kod koji označava da je zahtjev bio uspješan.

2xx Status Codes - Obitelj HTTP statusnih kodova koji označavaju uspješan zahtjev.

301 Redirect - Trajno preusmjeravanje koje prenosi većinu signala rangiranja na novi URL.

302 Redirect - Privremeno preusmjeravanje koje označava da premještanje na novi URL nije trajno.

304 Not Modified - Status koji govori pregledniku da je pohranjena kopija resursa još uvijek aktualna.

307 Redirect - Privremeno preusmjeravanje koje čuva metodu izvornog zahtjeva.

403 Forbidden - Status koji znači da je poslužitelj razumio zahtjev, ali odbija odobriti pristup.

404 Error - Status koji se vraća kada se tražena stranica ne može pronaći na poslužitelju.

404 Not Found - HTTP statusni kod koji znači da traženi resurs ne postoji.

410 Gone - Status koji znači da je resurs namjerno i trajno uklonjen.

4xx Status Codes - Obitelj HTTP statusnih kodova koji označavaju pogreške na strani klijenta.

500 Internal Server Error - Općeniti status koji znači da je poslužitelj naišao na neočekivanu pogrešku.

502 Bad Gateway - Status koji znači da je poslužitelj primio nevažeći odgovor od drugog poslužitelja.

503 Service Unavailable - Status koji znači da poslužitelj privremeno ne može obraditi zahtjev.

5xx Status Codes - Obitelj HTTP statusnih kodova koji označavaju pogreške na strani poslužitelja.

A

A/B Testing - Usporedba dviju verzija stranice ili elementa kako bi se utvrdilo koja bolje radi. Poznato i kao Split Testing.

Above the Fold - Dio web-stranice koji je vidljiv bez pomicanja.

Absolute URL - Potpuna web-adresa koja uključuje protokol i domenu, primjerice <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - HTTP zaglavlje koje signalizira jezične postavke korisnika i pomaže u posluživanju lokaliziranog sadržaja.

Access Log - Datoteka poslužitelja koja bilježi svaki zahtjev i koristi se za analizu stvarnog ponašanja botova i korisnika.

Accessibility - Dizajniranje web-mjesta tako da ih mogu koristiti osobe s invaliditetom i pomoćne tehnologije.

Ad Impressions - Broj puta koliko se oglas prikazao korisnicima.

Ad Keyword - Ključna riječ na koju oglašivač licitira kako bi pokrenuo svoj plaćeni oglas.

Ad Rank - U Google Ads-u vrijednost koja određuje položaj oglasa na temelju licitacije, kvalitete i konteksta.

ADA Website Compliance - Usklađenost s američkim zakonom ADA o pristupačnosti za web-mjesta.

Adobe Analytics - Adobeova platforma za web-analiku na razini poduzeća.

Advanced Search Operators - Posebne naredbe poput site: ili intitle: koje preciziraju i filtriraju upite pretraživanja.

AEO (Answer Engine Optimization) - Optimizacija sadržaja tako da ga tražilice za odgovore i AI asistenti prikažu kao izravan odgovor.

Affiliate - Partner koji zarađuje proviziju za preporučene prodaje ili potencijalne kupce putem praćenih poveznica.

Ahrefs - Komercijalni SEO komplet alata koji se često koristi za analizu poveznica, istraživanje ključnih riječi i praćenje rangiranja.

AI Citation Eligibility - Je li sadržaj dovoljno strukturiran i pouzdan da bi ga AI sustav za odgovore citirao kao izvor.

AI Overview - Googleov sažetak generiran AI-jem iznad nekih rezultata, razvijen iz Search Generative Experiencea.

AI Snapshot - Sažetak generiran AI-jem koji se pojavljuje iznad rezultata u generativnim iskustvima pretraživanja.

AIO (AI Optimization) - Optimizacija sadržaja i entiteta tako da ih AI sustavi razumiju, prikažu i citiraju marku.

Algorithmic Penalty - Gubitak rangiranja koji algoritam pretraživanja primjenjuje automatski, a ne ljudski recenzent.

Algorithmic Suppression - Algoritamsko potiskivanje koje održava rangiranje stranice ili web-mjesta niskim bez ručne intervencije.

Alt Text - Opisni tekst za sliku koji podupire pristupačnost i pomaže tražilicama razumjeti sliku. Poznato i kao Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - U Search Consoleu status za dupliciranu stranicu koja ispravno upućuje na svoju odabranu kanonsku verziju.

Ambiguous Intent - Upit čiji cilj nije jasan i koji razumno može odgovarati na više različitih namjera.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Okvir otvorenog koda za stvaranje pojednostavljenih, brzo učitavajućih mobilnih verzija web-stranica.

Anchor Text - Vidljivi tekst hiperveze na koji se može kliknuti, koji daje tražilicama kontekst o povezanoj stranici.

Anchor Text Ratio - Raspodjela vrsta sidrenog teksta u cjelokupnom profilu poveznica web-mjesta.

Answer Box - SERP značajka koja daje izravan odgovor na upit, često preuzet iz istaknutog isječka.

Answer Sourcing - Način na koji AI ili tražilica za odgovore odabire i citira izvore iza generiranog odgovora.

API (Application Programming Interface) - Definiran skup pravila koji softveru omogućuje razmjenu podataka i funkcija.

Article Spinning - Prepisivanje postojećeg članka sinonimima kako bi se masovno proizvele naizgled jedinstvene kopije - black hat taktika.

Article Syndication - Ponovno objavljivanje članka na drugim web-mjestima radi dosezanja šire publike.

ASO (App Store Optimization) - Optimizacija unosa mobilne aplikacije u trgovini kako bi bolje rangirao i bolje konvertirao.

Assisted Conversions - Konverzije u kojima je kanal imao pomoćnu ulogu ranije u putu, a ne pri posljednjem kliku.

Async - Atribut skripte koji učitava datoteku bez blokiranja parsiranja HTML-a.

Attribution Modeling - Pravila koja raspodjeljuju zaslugu za konverziju na dodirne točke korisnikova puta.

Author Authority - Percipirana stručnost i pouzdanost autora sadržaja, povezana s E-E-A-T-om.

Author Entity - Autor predstavljen kao prepoznati entitet koji tražilice povezuju s temama i djelima.

Authority - Cjelokupno povjerenje i snaga rangiranja koju je stranica ili web-mjesto steklo u očima tražilica. Poznato i kao Website Authority.

Authority Dilution - Slabljenje vrijednosti poveznica kada se raspodjeljuje na previše poveznica ili stranica.

Authority Score - Semrushova vlastita metrika koja procjenjuje cjelokupnu kvalitetu i autoritet domene.

Authority Site - Vrlo pouzdano i etablirano web-mjesto koje dobro rangira i na koje se drugi često pozivaju.

Auto-Generated Content - Sadržaj koji softver proizvodi automatski, a krši smjernice ako je spam ili beskoristan.

Average Position - Prosječni položaj rangiranja stranice ili ključne riječi u rezultatima pretraživanja.

B

B2B - Business-to-business - marketing ili prodaja proizvoda i usluga drugim tvrtkama.

B2C - Business-to-consumer - marketing ili prodaja proizvoda i usluga izravno pojedincima.

Backlink - Poveznica s drugog web-mjesta koja upućuje na vašu stranicu i koju tražilice tretiraju kao glas povjerenja. Poznato i kao Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Cjelokupna zbirka, raznolikost i kvaliteta poveznica koje upućuju na web-mjesto.

Baidu - Vodeća web-tražilica u Kini.

Bait and Switch - Rangiranje stranice jednim sadržajem, a zatim njegova zamjena drugim - obmanjujuća taktika.

Banner Blindness - Sklonost korisnika da zanemaruju elemente stranice koji izgledaju kao baneri ili oglasi.

BERT - Googleov jezični model iz 2019. koji bolje tumači kontekst riječi u upitu.

BigCommerce - E-commerce platforma s posluženim hostingom za izgradnju i upravljanje internetskim trgovinama.

Bing - Microsoftova web-tražilica.

Bing Webmaster Tools - Microsoftova besplatna platforma za praćenje i poboljšanje prisutnosti web-mjesta u Bing.

Black Hat SEO - Taktike koje namjerno krše smjernice tražilica radi manipuliranja rangiranjem.

Blocked by Noindex - U Search Consoleu status koji znači da je stranica isključena iz indeksa zbog direktive noindex.

Blog Commenting - Ostavljanje komentara na blogovima, ponekad zbog poveznica, koje su obično nofollow i male vrijednosti.

Body Content - Glavni sadržaj stranice, odvojen od navigacije, zaglavlja i podnožja.

Bounce Rate - Postotak sesija koje završavaju nakon jedne stranice bez daljnje interakcije.

Brand Authority - Povjerenje i prepoznatljivost marke koji mogu utjecati na rangiranje i ponašanje pri kliku.

Brand Mention - Bilo koje spominjanje marke na internetu, s poveznicom ili bez nje.

Brand Mention Link Building - Pretvaranje nepovezanih spominjanja marke u backlinkove kontaktiranjem izdavača.

Branded Anchor Text - Sidreni tekst koji koristi ime marke kao tekst poveznice.

Branded Content - Sadržaj koji ističe određenu marku ili je izgrađen oko nje.

Branded Keyword - Upit pretraživanja koji uključuje ime marke ili proizvoda.

Branded SEO - Optimizacija za upite pretraživanja koji uključuju ime vaše marke.

Breadcrumb Navigation - Sekundarni navigacijski trag koji prikazuje položaj stranice unutar hijerarhije web-mjesta.

Broad Match Keyword - U Google Ads-u vrsta podudaranja koja pokreće oglase i za srodna pretraživanja, a ne samo za točan izraz.

Broken Link Building - Pronalaženje neispravnih poveznica na drugim web-mjestima i nuđenje svoje relevantne stranice kao zamjene.

Brotli - Suvremeni algoritam kompresije koji smanjuje tekstualne datoteke radi bržeg posluživanja stranica.

Browser - Softver koji dohvaća, prikazuje i predstavlja web-stranice, poput Chromea ili Safarija.

Bundling - Spajanje više JavaScript ili CSS datoteka u manje njih radi smanjenja broja zahtjeva.

Byline Trust - Signali povjerenja koji proizlaze iz jasno navedenog, vjerodostojnog potpisa autora.

C

Cache - Privremeno pohranjene kopije datoteka koje omogućuju brže učitavanje stranica pri ponovljenim posjetima.

Cache-Control - HTTP zaglavlje koje preglednicima i CDN-ovima govori koliko dugo zadržati resurse u predmemoriji.

Caching - Pohranjivanje kopija resursa kako bi se mogli brže posluživati i smanjiti opterećenje poslužitelja.

Call to Action (CTA) - Poticaj koji usmjerava korisnike na određenu radnju, poput «Kupi sada» ili «Pretplati se».

Canonical URL - Odabrana verzija stranice koju bi tražilice trebale indeksirati kada postoje duplicirane ili slične stranice. Poznato i kao Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Postupak odabira i označavanja odabranog URL-a među dupliciranim ili gotovo dupliciranim stranicama.

Carousel - SERP značajka s vodoravnim pomicanjem koja prikazuje više rezultata, slika ili kartica.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Dvoslovna vršna domena vezana uz državu, poput .hr ili .de, koja često služi kao signal geografskog ciljanja.

CDN (Content Delivery Network) - Distribuirana mreža poslužitelja koja poslužuje sadržaj s lokacije blizu korisnika.

Channel - Grupiranje prometa prema izvoru, poput organskog, plaćenog, preporuke ili izravnog.

Churn and Burn SEO - Agresivne black hat taktike usmjerene na brzo rangiranje web-mjesta prije neizbježne kazne.

Citation - Spominjanje tvrtke ili izvora na internetu, osobito njezina imena, adrese i telefonskog broja.

Citation Building - Aktivno stvaranje dosljednih unosa tvrtke u imenicima i na platformama.

Citation Flow - Majesticova metrika koja predviđa utjecaj URL-a na temelju broja poveznica koje na njega upućuju.

Citation Grounding - Usidravanje odgovora generiranog AI-jem u provjerljive izvore radi smanjenja halucinacija.

Click Potential - Semrushova metrika koja procjenjuje koliko je vjerojatno da će SERP ključne riječi generirati organske klikove.

Click Share - Udio svih dostupnih klikova za skup ključnih riječi koji domena osvaja.

Clickbait - Senzacionalistički naslovi stvoreni da namame klikove, koji često obećavaju više nego što sadržaj pruža.

Clickstream Data - Anonimizirani podaci o stvarnim putanjama pregledavanja i klikanja korisnika, koji se koriste za procjenu metrika pretraživanja.

Client-Side Rendering (CSR) - Prikazivanje sadržaja stranice u pregledniku pomoću JavaScripta, umjesto na poslužitelju.

Cloaking - Prikazivanje različitog sadržaja tražilicama u odnosu na korisnike - black hat kršenje smjernica. Poznato i kao Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Softver za stvaranje, upravljanje i objavljivanje sadržaja web-mjesta bez ručnog kodiranja, poput WordPressa.

Cold Outreach - Kontaktiranje ljudi bez prethodnog odnosa, primjerice radi nuđenja poveznice ili suradnje.

Cold Start - Poteškoća s kojom se posve novo web-mjesto ili stranica suočava pri rangiranju prije nego što prikupi signale ili povijest.

Commercial Investigation Query - Pretraživanje u kojem korisnik istražuje i uspoređuje proizvode prije moguće kupnje.

Common Keywords - Ključne riječi za koje dvije ili više konkurentskih domena zajedno rangiraju.

Competitive Density - Semrushova metrika od 0 do 1 koja pokazuje koliko se intenzivno oglašivači natječu za ključnu riječ.

Competitor Analysis - Proučavanje strategija, ključnih riječi i poveznica konkurenata radi usmjerenja vlastitih SEO odluka.

Competitor Backlink Analysis - Proučavanje backlinkova konkurenata radi pronalaska prilika za poveznice koje i vi možete steći.

Competitors in Google Ads - Domene koje licitiraju za iste plaćene ključne riječi kao i vi.

Competitors in Organic Search - Domene koje se natječu za iste organske ključne riječi kao i vi.

Computer-Generated Content - Sadržaj koji proizvodi softver ili AI, a ne osoba.

Content - Tekst, slike, videozapisi i drugi materijal stranice koji pruža vrijednost korisnicima.

Content Curation - Odabir, organiziranje i dijeljenje najboljeg postojećeg sadržaja o nekoj temi.

Content Decay - Postupni gubitak prometa i rangiranja kako sadržaj stari ili postaje manje konkurentan.

Content Federation - Distribucija istog sadržaja na više platformi ili partnerskih web-mjesta.

Content Fingerprints - Jedinostveni potpisi koje tražilice izračunavaju iz sadržaja za otkrivanje duplikata i gotovo duplikata.

Content Gap - Tema ili upit koji vaše web-mjesto još ne pokriva, ali ih konkurenti ili korisnici traže.

Content Gap Analysis - Usporedba vašeg sadržaja s konkurentskim radi pronalaska tema koje nedostaju i prilika za ključne riječi.

Content Hub - Središnja stranica koja se povezuje sa skupinom srodnog sadržaja o nekoj temi.

Content Marketing - Stvaranje i distribucija vrijednog sadržaja radi privlačenja, angažiranja i zadržavanja publike.

Content Negotiation - Mehanizam na strani poslužitelja koji poslužuje različite verzije resursa na temelju zaglavlja zahtjeva, poput jezika.

Content Pruning - Uklanjanje ili spajanje stranica male vrijednosti radi podizanja cjelokupne kvalitete web-mjesta. Poznato i kao Pruning.

Content Relevance - Koliko sadržaj stranice odgovara upitu i temeljnoj namjeri korisnika.

Content Silo - Grupiranje srodnog sadržaja u usko tematske odjeljke.

Content Spinning - Automatsko preoblikovanje sadržaja radi stvaranja bezbroj gotovo dupliciranih verzija, što tražilice ne preporučuju.

Content Syndication - Distribucija sadržaja na web-mjestima trećih strana, idealno s kanonskom poveznicom na izvornik.

Content Velocity - Tempo kojim se objavljuje novi sadržaj tijekom određenog razdoblja.

Content-Based Classifier - Sustav strojnog učenja koji klasificira stranice analizom njihova sadržaja.

Contextual Link - Poveznica smještena unutar glavnog teksta stranice, okružena tematski srodnim tekstom.

Conversion - Dovršena željena radnja, poput kupnje, registracije ili slanja obrasca.

Conversion (Goal) - Određena radnja koja se prati kao konverzija u analitičkom alatu.

Conversion Rate - Postotak posjetitelja koji izvrše željenu radnju.

Copied Content - Sadržaj dupliciran iz drugog izvora bez bitne izvorne vrijednosti.

Core Web Vitals (CWV) - Skup Googleovih metrika korisničkog iskustva (LCP, INP i CLS) koje mjere učitavanje, interaktivnost i vizualnu stabilnost.

Cornerstone Content - Vaše najvažnije i najsveobuhvatnije stranice za koje najviše želite rangirati za glavne teme.

Cost % - Metrika koja izražava trošak oglasa ili postotak plaćenog prometa za ključnu riječ.

CPA (Cost Per Acquisition) - Prosječni trošak stjecanja jedne konverzije ili kupca putem oglasa.

CPC (Cost Per Click) - Iznos koji oglašivač plaća svaki put kad korisnik klikne na njegov oglas.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Trošak tisuću prikaza oglasa, gdje M dolazi od latinske riječi mille.

Crawl Anomaly - U Search Consoleu oznaka za neodređenu pogrešku indeksiranja, često neočekivani odgovor 4xx ili 5xx.

Crawl Budget - Broj stranica koje tražilica indeksira na web-mjestu tijekom određenog razdoblja.

Crawl Delay - Direktiva koja traži od botova da pričekaju između zahtjeva; neke tražilice poput Binga je poštuju, Google je zanemaruje.

Crawl Demand - Koliko tražilica želi indeksirati web-mjesto, što ovisi o njegovoj popularnosti i svježini.

Crawl Depth - Koliko je klikova stranica udaljena od početne stranice, što utječe na to koliko se lako indeksira.

Crawl Efficiency - Koliko se dobro proračun indeksiranja web-mjesta troši na vrijedne URL-ove koji se mogu indeksirati, umjesto da se rasipa.

Crawl Error - Problem koji sprječava tražilicu da ispravno pristupi URL-u.

Crawl Rate Limit - Maksimalna brzina indeksiranja koju tražilica koristi kako ne bi preopteretila poslužitelj.

Crawl Trap - Struktura web-mjesta, poput beskonačnih URL parametara, koja zarobljava botove na stranicama male vrijednosti i troši proračun indeksiranja. Poznato i kao Spider Trap.

Crawlability - Koliko lako botovi tražilica mogu pristupiti stranicama web-mjesta i indeksirati ih.

Crawled but Not Indexed - U Search Consoleu status u kojem je stranica indeksirana, ali namjerno isključena iz indeksa.

Crawler - Automatizirani program koji otkriva, dohvaća i prosljeđuje stranice za indeksiranje dok pregledava web. Poznato i kao Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Upute u datoteci robots.txt, meta robots oznaci ili HTTP zaglavljima koje botovima govore kako indeksirati ili uvrstiti u indeks.

Crawling - Postupak u kojem botovi tražilica otkrivaju i dohvaćaju web-stranice.

Critical Rendering Path - Niz koraka koje preglednik poduzima da pretvori HTML, CSS i JavaScript u prikazane piksele.

CRM - Softver za upravljanje odnosima s kupcima, koji se koristi za praćenje potencijalnih kupaca, klijenata i prodajnih interakcija.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Sustavno poboljšavanje web-mjesta radi povećanja udjela posjetitelja koji konvertiraju.

Cross-Linking - Međusobno povezivanje srodnih stranica radi širenja relevantnosti i pomaganja navigaciji.

CSS (Cascading Style Sheets) - Jezik koji upravlja vizualnim izgledom i rasporedom web-stranica.

CTR (Click-Through Rate) - Udio prikaza koji dovode do klika.

CTR Manipulation - Umjetno napuhavanje stope klikova u pokušaju utjecaja na rangiranje - manipulativna taktika.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Core Web Vital metrika koja mjeri koliko se neočekivano elementi stranice pomiču tijekom učitavanja.

Curated Content - Sadržaj treće strane koji se prikuplja i predstavlja s dodatnim kontekstom ili komentarom.

Customer Journey - Cjelokupni put koji kupac prolazi od prve svijesti, kroz kupnju i dalje.

D

<!DOCTYPE html> - Deklaracija na početku HTML dokumenta koja pregledniku govori da koristi standardni način rada.

Data - Sirove činjenice i brojke prikupljene radi analize.

Data Sampling - Analiza reprezentativnog uzorka podataka umjesto cijelog skupa, što može smanjiti točnost izvješća.

Dead-End Page - Stranica bez odlaznih poveznica koja korisnicima i botovima ne nudi sljedeći korak.

Declined Keywords - Ključne riječi čiji su se položaji rangiranja smanjili za web-mjesto tijekom određenog razdoblja.

Deep Link - Poveznica koja upućuje na određenu unutarnju stranicu, a ne na početnu stranicu web-mjesta.

Deindexing - Uklanjanje stranica iz indeksa tražilice.

Demographics - Statistička obilježja publike, poput dobi, spola i lokacije.

Destination Site - Web-mjesto na koje poveznica ili kampanja usmjerava korisnike.

Digital PR - Stjecanje spominjanja marke i poveznica od medija i publikacija putem priča vrijednih objave.

Direct Traffic - Posjeti korisnika koji dolaze na web-mjesto bez izvora preporuke, primjerice upisivanjem URL-a.

Directory Links - Backlinkovi iz internetskih imenika tvrtki ili web-imenika.

Disallow - Direktiva u datoteci robots.txt koja botovima govori da ne pristupaju navedenim putanjama.

Disavow - Traženje od Googlea da zanemari određene backlinkove pri procjeni vašeg web-mjesta.

Disavow File - Tekstualna datoteka koja navodi domene ili URL-ove koje želite da Google zanemari.

Disavow Tool - Alat u Google Search Consoleu kojim šaljete popis backlinkova koje bi Google trebao zanemariti.

Discovered but Not Indexed - Status u Search Consoleu u kojem je Google pronašao URL, ali ga još nije indeksirao i uvrstio.

Display Ads - Vizualni oglasi nalik banerima koji se prikazuju na web-mjestima putem oglasnih mreža.

Distance - U lokalnom SEO-u, koliko je tvrtka udaljena od onoga tko pretražuje, ključni lokalni čimbenik rangiranja. Poznato i kao Proximity.

DNS (Domain Name System) - Sustav koji prevodi čitljiva imena domena u IP adrese koje poslužitelji koriste.

Dofollow Link - Uobičajena poveznica koja prenosi signale rangiranja - zadano stanje kad nijedan rel atribut to ne ograničava.

DOM (Document Object Model) - Strukturirani prikaz stranice u memoriji koji preglednik gradi i koji skripte mogu čitati i mijenjati.

DOM Size - Broj čvorova u DOM-u stranice, koji u prevelikoj količini može usporiti prikazivanje.

Domain - Čitljiva adresa web-mjesta, poput example.com.

Domain Age - Koliko je dugo domena registrirana, što se ponekad spominje kao sporedni signal povjerenja.

Domain Authority (DA) - Mozova vlastita metrika od 0 do 100 koja predviđa koliko bi dobro domena mogla rangirati.

Domain Name - Registrirano ime koje identificira web-mjesto, poput example.com.

Domain Name Registrar - Tvrtka ovlaštena za registraciju i upravljanje imenima domena.

Domain Rating (DR) - Ahrefsova metrika od 0 do 100 koja mjeri snagu profila backlinkova domene.

Domain Structure - Način na koji su organizirani domena, poddomene i direktoriji web-mjesta.

Doorway Page - Stranica male vrijednosti stvorena isključivo da rangira u pretraživanjima i preusmjeri korisnike drugamo, što je protivno smjernicama. Poznato i kao Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Web-tražilica usmjerena na privatnost.

Duplicate Content - Identičan ili vrlo sličan sadržaj koji se pojavljuje na više od jednog URL-a.

Dwell Time - Koliko dugo korisnik ostaje na stranici nakon klika na rezultat pretraživanja prije povratka na SERP.

Dynamic URL - URL čiji sadržaj ovisi o parametrima upita i koji često sadrži znakove poput ? i &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Googleov okvir kvalitete iz smjernica za ocjenjivače, koji je prethodnom E-A-T-u dodao Iskustvo.

Ecommerce - Kupnja i prodaja robe ili usluga putem interneta.

Ecommerce SEO - Optimizacija internetskih trgovina te njihovih stranica kategorija i proizvoda za organsko pretraživanje.

Edge Caching - Predmemoriranje sadržaja na poslužiteljima na rubu mreže, blizu korisnika, radi bržeg posluživanja.

Edge SEO - Provedba SEO promjena na razini CDN-a ili ruba mreže, bez mijenjanja baze koda web-mjesta.

Edge SEO Testing - Pokretanje SEO eksperimenata putem ruba mreže ili sloja CDN-a.

Editorial Link - Backlink stečen prirodno, na temelju zasluga, bez traženja ili plaćanja.

Ego Bait - Sadržaj koji laska utjecajnim ljudima kako bi se stekle njihove poveznice ili dijeljenja.

Email Outreach - Kontaktiranje ljudi osobnim e-porukama radi nuđenja sadržaja, poveznice ili suradnje.

Engagement - Mjera u kojoj korisnici stupaju u interakciju s vašim sadržajem.

Engagement Metrics - Metrike korisničke interakcije, poput vremena na stranici, dubine pomicanja ili klikova.

Engagement Rate - U GA4-u, postotak sesija koje su bile angažirane sesije.

Enterprise SEO - SEO koji se provodi u velikom opsegu za web-mjesta s tisućama stranica i složenim organizacijama.

Entities - Jasno definirane, zasebne stvari - ljudi, mjesta, marke, pojmovi - koje tražilice prepoznaju i povezuju.

Entity Grounding - Usidravanje sadržaja ili AI odgovora uz poznati entitet kako bi značenje bilo jednoznačno.

Entity-Based SEO - Optimizacija oko jasno definiranih entiteta i odnosa među njima, a ne samo oko ključnih riječi.

Entry Page - Prva stranica na koju posjetitelj dođe tijekom sesije.

Estimated Accuracy - Semrushov pokazatelj koliko je pouzdana određena procjena prometa ili ključne riječi.

Estimated Traffic - Gruba procjena SEO alata o tome koliko organskog prometa web-mjesto ili stranica prima.

ETag - HTTP zaglavlje koje identificira određenu verziju resursa kako bi se mogao učinkovito predmemorirati.

Event Rich Results - Obogaćeni rezultati pretraživanja koji prikazuju pojedinosti događaja, poput datuma i lokacije, iz strukturiranih podataka.

Evergreen Content - Sadržaj koji ostaje relevantan i koristan još dugo nakon objave.

Exact Match Anchor Text - Sidreni tekst koji se točno podudara s ciljnom ključnom riječju stranice na koju upućuje.

Exact Match Keyword - Ključna riječ ciljana u svom točnom obliku; u Google Adsu vrsta podudaranja koja pokreće oglase samo za taj izraz ili bliske varijacije.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Ranija verzija Googleova okvira kvalitete sadržaja, prije dodavanja Iskustva.

External Link / Outbound Link - Poveznica na vašoj stranici koja upućuje na drugo web-mjesto.

F

Faceted Navigation - Navigacija temeljena na filtrima na velikim ili e-commerce web-mjestima, koja može stvoriti bezbroj kombinacija URL-ova koje se mogu indeksirati.

FAQ Rich Result - Obogaćeni rezultat koji prikazuje proširiva pitanja i odgovore iz strukturiranih FAQ podataka.

FAQ Schema - Strukturirani podaci koji označavaju parove pitanja i odgovora; Google sada prikazuje obogaćene FAQ rezultate samo za mjerodavna web-mjesta.

Favicon - Mala ikona koja predstavlja web-mjesto u karticama preglednika i pokraj nekih rezultata pretraživanja.

Featured Image - Glavna reprezentativna slika dodijeljena objavi ili stranici, koja se koristi za minijature i dijeljenje.

Featured Snippet - Istaknuti odgovor prikazan na vrhu nekih rezultata pretraživanja, preuzet s rangirane stranice.

Fetch and Render - Provjera kako Googlebot dohvaća i vizualno prikazuje stranicu radi otkrivanja problema s indeksiranjem ili prikazivanjem.

Fetch and Render Tool - Zastarjeli alat u Search Consoleu koji je pokazivao kako je Googlebot dohvatio i prikazao URL.

File Compression - Smanjenje veličine datoteke radi uštede propusnosti i ubrzanja učitavanja stranice.

First Contentful Paint (FCP) - Metrika performansi koja označava vrijeme do prvog teksta ili slike iscrtane na zaslonu.

First Link Priority - Ideja da Google možda broji samo prvu poveznicu na određeni URL na stranici, zanemarujući kasnije duplikate.

Focus Keyword - Jedna glavna ključna riječ za koju je stranica optimizirana da rangira.

Follow-Up - Poruka podsjetnika poslana nakon što je početna e-poruka ostala bez odgovora.

Footer Link - Poveznica smještena u podnožju web-mjesta, koja se često pojavljuje na svakoj stranici.

Freshness - Koliko je nedavno sadržaj objavljen ili ažuriran - čimbenik rangiranja za vremenski osjetljive upite.

FTP (File Transfer Protocol) - Standardni protokol za prijenos datoteka između klijenta i poslužitelja.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Trenutačna verzija Google Analyticsa, temeljena na događajima, koja je 2023. zamijenila Universal Analytics.

Gated Content - Sadržaj kojem posjetitelj može pristupiti tek nakon što navede svoje podatke za kontakt.

Gateway Timeout (504) - HTTP status 504 koji se vraća kad pristupni poslužitelj ne primi pravovremeni odgovor od uzvodnog poslužitelja.

GBP Optimization - Poboljšavanje Google Business profila kako bi bolje rangirao i više konvertirao u lokalnim rezultatima.

GDPR - Opća uredba EU-a o zaštiti podataka, koja uređuje obradu osobnih podataka.

GEO (Generative Engine Optimization) - Optimizacija sadržaja kako bi ga generativne tražilice pokretane AI-jem prikazale i citirale.

GEO (Geolocation Optimization) - Optimizacija web-mjesta za signale temeljene na lokaciji i ciljanje u lokalnom pretraživanju.

Geo-Targeting - Prikazivanje sadržaja ili oglasa korisnicima na temelju njihove geografske lokacije.

Geographic Modifiers - Riječi lokacije dodane ključnoj riječi, poput «vodoinstalater Zagreb», za ciljanje lokalne namjere.

Google - Najraširenija web-tražilica na svijetu i tvrtka koja njome upravlja.

Google Ads - Googleova platforma za oglašavanje s plaćanjem po kliku, prije poznata kao AdWords.

Google Ads Keyword - Ključna riječ ciljana u kampanji Google Ads za pokretanje plaćenih oglasa.

Google AdSense - Googleov program koji izdavačima omogućuje zaradu prikazivanjem oglasa na njihovim web-mjestima.

Google Alerts - Googleova besplatna usluga koja šalje obavijesti e-poštom kad novi sadržaj odgovara odabranom upitu.

Google Algorithm - Skup sustava rangiranja koje Google koristi za poredak rezultata pretraživanja. Poznato i kao Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Promjena Googleovih sustava rangiranja koja može promijeniti kako web-mjesta rangiraju. Poznato i kao Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Googleova besplatna platforma za mjerenje prometa web-mjesta i ponašanja korisnika.

Google Analytics Goals - Konverzije postavljene u Universal Analyticsu; GA4 ih je zamijenio konverzijama i ključnim događajima.

Google Autocomplete - Prijedlozi pretraživanja koje Google nudi dok korisnik upisuje upit.

Google Bowling - Black hat pokušaj kažnjavanja konkurenta usmjerenjem nekvalitetnih poveznica na njegovo web-mjesto.

Google Business Profile (GBP) - Googleov besplatni unos koji upravlja time kako se tvrtka pojavljuje u Pretraživanju i na Kartama. Poznato i kao Google My Business.

Google Caffeine - Nadogradnja infrastrukture indeksiranja iz 2010. koja je Googleu omogućila brže i svježije indeksiranje sadržaja.

Google Dance - Žargonski izraz za nestabilnost rangiranja kroz koju novo web-mjesto ili stranica prolazi dok Google određuje njihov položaj.

Google Fred - Googleova nadogradnja iz 2017. koja se obično povezuje s podcjenjivanjem sadržaja male vrijednosti, tankog i pretrpanog oglasima.

Google Keyword Planner - Alat u Google Ads-u koji pruža ideje za ključne riječi i procjene opsega pretraživanja.

Google Looker Studio - Googleov besplatni alat za izradu interaktivnih izvješća i nadzornih ploča iz vaših podataka, prije Data Studio.

Google Maps - Googleova usluga karata, središnja za lokalno otkrivanje i lokalni SEO.

Google Mobile-Friendly Test - Googleov alat za provjeru koliko je stranicu lako koristiti na mobilnim uređajima.

Google PageSpeed Insights - Googleov besplatni alat koji izvješćuje o performansama stranice i Core Web Vitalsima, uz savjete za poboljšanje.

Google Penalty - Podcjenjivanje ili uklanjanje koje Google primjenjuje za kršenje smjernica, osobito putem ručnih radnji.

Google Pigeon - Googleova nadogradnja iz 2014. koja je poboljšala relevantnost i točnost lokalnih rezultata pretraživanja.

Google Pirate - Googleova nadogradnja iz 2012. koja podcjenjuje web-mjesta s mnogo valjanih pritužbi o autorskim pravima (DMCA).

Google Possum - Googleova nadogradnja iz 2016. koja je diverzificirala lokalne rezultate na temelju lokacije onoga tko pretražuje i filtriranja.

Google Quality Guidelines - Googleova pravila koja definiraju prihvatljive prakse, danas izražena kroz smjernice protiv neželjenog sadržaja i Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Googleova besplatna platforma za praćenje indeksiranja, izvedbe pretraživanja i tehničkih problema web-mjesta. Poznato i kao Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Posebne naredbe poput site: ili intitle: koje preciziraju i filtriraju Google pretraživanja.

Google Search Text Ads - Plaćeni tekstualni oglasi koji se pojavljuju među Googleovim rezultatima pretraživanja.

Google Tag Manager - Googleov besplatni alat za provedbu i upravljanje marketinškim i analitičkim oznakama bez mijenjanja koda.

Google Top Heavy Update - Googleova nadogradnja iz 2012. koja podcjenjuje stranice s previše oglasa iznad pregiba.

Google Trends - Googleov besplatni alat koji prikazuje relativnu popularnost pretraživanja tijekom vremena.

Google Webmaster Guidelines - Prijašnji naziv Googleovih smjernica za web-mjesta, danas Google Search Essentials.

Googlebot - Googleov web-bot koji otkriva i dohvaća stranice za indeks pretraživanja.

Gray Hat SEO - Taktike između white hat i black hat metoda, koje nose veći rizik od posve poštenog SEO-a.

Guest Blogging - Pisanje i objavljivanje objave na drugom web-mjestu, često radi izgradnje autoriteta i stjecanja poveznica.

Guest Posting - Objavljivanje sadržaja na tuđem web-mjestu, obično kao taktika za stjecanje backlinkova.

Guestographic - Infografika koju vi izradite, a drugo web-mjesto objavi, obično s poveznicom natrag na vas.

Gzip - Široko korištena metoda kompresije koja smanjuje datoteke radi bržeg posluživanja.

H

H1 Tag - HTML zaglavlje najviše razine, koje se obično koristi za glavni naslov stranice.

H2 / H3 Tags - Oznake podnaslova koje organiziraju odjeljke sadržaja ispod H1.

Hallucination Suppression - Metode koje smanjuju sklonost AI modela generiranju lažnih ili neutemeljenih tvrdnji.

Head Term - Kratka, široka ključna riječ velikog opsega, suprotnost ključnoj riječi dugog repa.

Header Tags - HTML oznake zaglavlja od H1 do H6 koje strukturiraju sadržaj prema važnosti. Poznato i kao Heading Tags.

Helpful Content Update - Googleova inicijativa pokrenuta 2022., a zatim integrirana u glavno rangiranje, koja nagrađuje koristan sadržaj usmjeren na ljude.

Hidden Text - Tekst skriven od korisnika, ali vidljiv botovima - manipulativna black hat taktika.

Hilltop Algorithm - Algoritam s početka 2000-ih koji pronalazi mjerodavne stranice putem poveznica sa stručnih stranica o nekoj temi.

Historical Data - Podaci o prošloj izvedbi koji se koriste za otkrivanje trendova i promjena tijekom vremena.

Hit - Svaki pojedinačni zahtjev poslužitelju za datotekom, poput stranice, slike ili skripte. Poznato i kao Website Hit.

Holistic SEO - Poboljšavanje svakog aspekta web-mjesta - sadržaja, tehnike i korisničkog iskustva - umjesto izoliranih taktika.

Home Page - Glavna ulazna stranica web-mjesta, obično na korijenskom URL-u.

Homepage Link - Backlink koji upućuje na početnu stranicu web-mjesta, a ne na unutarnju stranicu.

Host Status - Odjeljak u Search Consoleu koji izvješćuje ako je Google imao problema s indeksiranjem vašeg hosta, poput problema s robots.txt-om, DNS-om ili poslužiteljem.

Hostload - Koliko indeksiranja poslužitelj može podnijeti prije nego što riskira preopterećenje.

HowTo Rich Result - Obogaćeni rezultat koji prikazuje upute korak po korak iz strukturiranih HowTo podataka, koje je Google otad ukinuo.

Hreflang - Atribut koji obavještava Google o jezičnim i regionalnim verzijama stranice.

Hreflang Attribute - Specifična oznaka rel-alternate hreflang koja označava jezik i regiju stranice.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Zaglavlje odgovora koje prisiljava preglednike da se povežu s web-mjestom samo putem HTTPS-a.

HTML (HyperText Markup Language) - Jezik za označavanje koji strukturira sadržaj web-stranica.

HTML Sitemap - Čitljiva stranica koja navodi stranice web-mjesta kako bi pomogla korisnicima i botovima u navigaciji.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Protokol koji preglednici i poslužitelji koriste za razmjenu web-podataka.

HTTP/2 - Veća revizija HTTP-a koja ubrzava učitavanje multipleksiranjem mnogih zahtjeva preko jedne veze.

HTTP/3 - Najnovija verzija HTTP-a, koja radi na QUIC-u radi manjeg kašnjenja i pouzdanijih veza.

HTTPS - Šifrirana, sigurna verzija HTTP-a koja štiti podatke u prijenosu pomoću TLS-a.

Hub - Središnja stranica koja organizira i povezuje srodan sadržaj o nekoj temi.

Hub and Spoke Model - Struktura sadržaja sa središnjom hub stranicom koja se povezuje sa srodnim, specifičnijim podstranicama.

Hummingbird - Googleova revizija algoritma iz 2013. koja je pomak usmjerila prema značenju i namjeri upita. Poznato i kao Google Hummingbird.

Hydration - Postupak u kojem JavaScript na strani klijenta dodaje interaktivnost HTML-u prikazanom na poslužitelju.



Image Carousel - SERP značajka koja prikazuje red slika s vodoravnim pomicanjem.

Image Compression - Smanjenje veličine datoteke slika radi ubrzanja učitavanja stranice, bez narušavanja kvalitete.

Image Filename - Opisno ime datoteke slike, sporedan signal za SEO slika.

Image Pack - SERP značajka koja prikazuje grupirani blok slika među rezultatima pretraživanja.

Image SEO - Optimizacija slika, uključujući naziv datoteke, alt tekst i veličinu, za pretraživanje i performanse.

Image Sitemap - Mapa web-mjesta, ili njezino proširenje, koja navodi slike kako bi pomogla tražilicama da ih otkriju.

Image Title - Atribut title slike, koji se prikazuje kao opis pri prelasku mišem, sa sporednom važnošću za SEO.

Impression - Jedan put kad se vaš unos ili oglas prikaže u rezultatima pretraživanja.

Impression Share - U Google Ads-u, udio prikaza koje ste dobili od onih za koje ste bili podobni.

Improved Keywords - Ključne riječi čiji su se položaji rangiranja poboljšali za web-mjesto tijekom određenog razdoblja.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Tehnika u Next.js-u koja ponovno gradi pojedinačne statičke stranice na zahtjev nakon postavljanja web-mjesta.

Index - Baza podataka stranica koje je tražilica pohranila i može ih vratiti u rezultatima.

Index Bloat - Kad se indeksira previše stranica male vrijednosti, čime se razrjeđuju cjelokupni signali kvalitete web-mjesta.

Index Coverage Report - Izvješće u Search Consoleu koje pokazuje koje su stranice indeksirane i zašto druge nisu. Poznato i kao Page Indexing Report.

Indexability - Je li stranici dopušteno i može li se dodati u indeks tražilice.

Indexation Rate - Postotak stranica web-mjesta koje tražilica zapravo indeksira.

Indexing - Postupak analize stranice i njezina dodavanja u indeks tražilice.

IndexNow - Protokol koji web-mjestima omogućuje da odmah obavijeste tražilice sudionice, poput Binga i Yandexa, o promijenjenim URL-ovima.

Infographic - Vizualni prikaz informacija ili podataka, često stvoren radi privlačenja poveznica.

Information Gain - Koliko novih, jedinstvenih informacija stranica dodaje izvan onoga što već rangirane stranice pokrivaju.

Informational Query - Pretraživanje u kojem korisnik želi naučiti ili pronaći informaciju, a ne kupiti.

Intent Cluster - Skupina ključnih riječi ili upita koje dijele istu temeljnu namjeru pretraživanja.

Interaction to Next Paint (INP) - Core Web Vital metrika koja mjeri koliko brzo stranica reagira na korisničke interakcije; 2024. zamijenila je FID.

Internal Link - Poveznica s jedne stranice na drugu stranicu na istom web-mjestu.

Internal Linking - Povezivanje stranica na istom web-mjestu radi pomaganja navigaciji i raspodjele autoriteta.

International SEO - Optimizacija web-mjesta za ciljanje korisnika u više država i na više jezika.

IP Address - Brojčana oznaka koja identificira uređaj ili poslužitelj na mreži.

J

JavaScript (JS) - Programski jezik koji web-stranicama dodaje interaktivnost i dinamičko ponašanje.

JavaScript SEO - Praksa činjenja web-mjesta bogatih JavaScriptom dostupnima za indeksiranje i uvrštavanje od strane tražilica.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Format koji Google preporučuje za dodavanje strukturiranih podataka stranici putem bloka skripte.

K

Kanban - Vizualna ploča koja zadatke i tijek rada vodi kao kartice koje se kreću kroz stupce.

Keyword - Riječ ili izraz koji ljudi upisuju u tražilice i za koji optimizirate radi ciljanja.

Keyword (Google Ads) - Izraz na koji oglašivač licitira kako bi se mogli pokrenuti plaćeni oglasi.

Keyword (Not Provided) - Podaci o ključnim riječima koje Google skriva od analitike, označeni kao not provided.

Keyword (Organic) - Izraz za koji ciljate rangiranje u organskim, neplaćenim rezultatima pretraživanja.

Keyword (Related) - Izraz semantički povezan s vašom glavnom ključnom riječju koji podupire istu temu.

Keyword Analysis - Procjena ključnih riječi na temelju relevantnosti, opsega, težine i namjere pretraživanja.

Keyword Cannibalization - Kad se više stranica web-mjesta natječe za istu ključnu riječ i slabe međusobno rangiranje.

Keyword Categorization - Grupiranje ključnih riječi u teme ili kategorije radi organiziranja strategije i sadržaja.

Keyword Clustering - Grupiranje usko povezanih ključnih riječi koje jedna stranica može zajedno ciljati.

Keyword Competition - Razina natjecanja za organsko rangiranje za ključnu riječ ili licitiranje za nju u oglasima.

Keyword Density - Koliko se često ključna riječ pojavljuje u odnosu na ukupan broj riječi stranice.

Keyword Difficulty - Metrika alata koja procjenjuje koliko bi teško bilo rangirati za određenu ključnu riječ.

Keyword Explorer - Značajka SEO alata za otkrivanje ideja za ključne riječi i analizu njihovih metrika.

Keyword Frequency - Sirovi broj pojavljivanja ključne riječi u dijelu sadržaja.

Keyword Funnel - Organiziranje ključnih riječi prema tome koju fazu kupovnog puta odražavaju.

Keyword Overview - Izvešće alata koje sažima glavne metrike ključne riječi, poput opsega, težine i namjere.

Keyword Prominence - Koliko se istaknuto i rano ključna riječ pojavljuje na stranici, primjerice u naslovu ili prvom odlomku.

Keyword Proximity - Koliko se blizu jedna drugoj ciljane ključne riječi pojavljuju u tekstu.

Keyword Ranking - Položaj stranice u rezultatima pretraživanja za određenu ključnu riječ. Poznato i kao Keyword Rank.

Keyword Research - Pronalaženje i analiza izraza koje vaša publika pretražuje radi usmjeravanja sadržaja i SEO-a.

Keyword Stemming - Svođenje riječi na njezin korijen kako bi se varijacije poput run i running tretirale kao povezane.

Keyword Stuffing - Pretrpavanje stranice ključnim riječima u pokušaju manipuliranja rangiranjem. Poznato i kao Keyword Spam.

Knowledge Graph - Googleova baza podataka entiteta i odnosa među njima, koja se koristi za obogaćivanje rezultata. Poznato i kao Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - SERP okvir koji prikazuje ključne činjenice o entitetu, preuzete iz Knowledge Grapha. Poznato i kao Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Mjerljiva vrijednost koja prati napredak prema određenom cilju.



Landing Page - Stranica na koju posjetitelj dođe iz kampanje, osmišljena da potakne jednu radnju.

Largest Contentful Paint (LCP) - Core Web Vital metrika koja mjeri vrijeme prikazivanja najvećeg vidljivog elementa stranice.

Last Crawl - Posljednji datum kad je tražilica indeksirala određenu stranicu.

Last-Modified - HTTP zaglavlje koje klijentima govori kad je resurs posljednji put promijenjen.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Tehnika obrade prirodnog jezika koja analizira odnose između dokumenata i izraza u njima.

Lazy Loading - Odgađanje učitavanja slika ili resursa izvan zaslona dok ne zatrebaju, radi ubrzavanja početnog učitavanja.

Lead - Potencijalni kupac koji je pokazao zanimanje, primjerice navođenjem svojih podataka.

Lead Magnet - Besplatan poticaj, poput e-knjige, ponuđen u zamjenu za podatke za kontakt posjetitelja.

Link Accessibility - Mogu li poveznice botovi otkriti i slijediti, umjesto da budu skrivene iza skripti.

Link Attribution - Označavanje prirode poveznice rel atributima poput nofollow, sponsored ili ugc.

Link Authority - Snaga i povjerenje koje stranica koja se povezuje može prenijeti.

Link Bait - Sadržaj stvoren izričito radi privlačenja velikog broja backlinkova. Poznato i kao Linkbait.

Link Building - Postupak stjecanja backlinkova s drugih web-mjesta radi poboljšanja autoriteta i rangiranja.

Link Burst - Iznenaadni skok nedavno stečenih backlinkova u kratkom razdoblju.

Link Churn - Prirodno gubljenje i stjecanje backlinkova web-mjesta tijekom vremena.

Link Condom - Stari žargon za metode poput nofollow koje sprječavaju poveznicu da prenese vrijednost rangiranja.

Link Distance - Broj skokova poveznicama između pouzdanog izvornog web-mjesta i određene stranice.

Link Diversity - Raznolikost izvora, vrsta i sidrenog teksta backlinkova web-mjesta.

Link Equity - Vrijednost rangiranja koja se prenosi s jedne stranice na drugu putem poveznice.

Link Exchange - Recipročni dogovor u kojem se dva web-mjesta slože da se međusobno povezuju.

Link Farm - Skupina web-mjesta stvorena isključivo radi međusobnog povezivanja i manipuliranja rangiranjem.

Link Gap - Backlinkovi koje konkurenti imaju, a vaše web-mjesto nema.

Link Hoarding - Nevoljkost povezivanja s drugim web-mjestima u pokušaju zadržavanja sve vrijednosti poveznica unutar.

Link Insert (Niche Edit) - Dodavanje backlinka u postojeći, već objavljeni članak na drugom web-mjestu.

Link Intersect - Analiza koja pronalazi web-mjesta koja se povezuju s više vaših konkurenata, ali ne i s vama.

Link Juice - Neformalan izraz za vrijednost rangiranja koju poveznica prenosi na svoje odredište.

Link Neighborhood - Skup web-mjesta s kojima se povezujete i koja se povezuju s vama, što signalizira vaše veze.

Link Placement Quality - Koliko su vrijedni smještaj poveznice i okolni kontekst na stranici.

Link Popularity - Broj i kvaliteta backlinkova koji upućuju na web-mjesto.

Link Profile - Cjelokupni sastav svih backlinkova koji upućuju na web-mjesto.

Link Prospect - Web-mjesto ili stranica identificirana kao mogući izvor backlinka.

Link Reclamation - Vraćanje izgubljenih backlinkova ili pretvaranje nepovezanih spominjanja marke u poveznice.

Link Relevancy - Koliko je tematski povezana stranica koja se povezuje sa stranicom na koju upućuje.

Link Rot - Prirodna sklonost poveznica da s vremenom postanu neispravne kako se stranice premještaju ili nestaju.

Link Scheme - Bilo koja praksa povezivanja usmjerena na manipuliranje rangiranjem koja krši Googleove smjernice.

Link Spam - Irelevantne ili manipulativne poveznice postavljene u pokušaju utjecaja na rangiranje.

Link Suppression - Kad tražilica podcijeni ili zanemari poveznicu kako ne bi prenijela vrijednost rangiranja.

Link Toxicity - Mjera u kojoj profil backlinkova sadrži štetne ili spam poveznice.

Link Velocity - Tempo kojim web-mjesto stječe ili gubi backlinkove tijekom vremena.

Link Volume - Ukupan broj backlinkova koji upućuju na web-mjesto ili stranicu.

Linkable Asset - Sadržaj velike vrijednosti stvoren izričito radi privlačenja backlinkova.

Linked Unstructured Citations - Spominjanja tvrtke u sadržaju koji uključuje poveznicu, ali ne i strukturirani unos u imeniku.

Listicle Placement - Uvrštavanje vaše marke u članak u obliku popisa na drugom web-mjestu.

Listing Management - Održavanje točnih i dosljednih unosa tvrtke na više platformi.

LLM Visibility - Koliko se često i istaknuto marka pojavljuje u odgovorima velikih jezičnih modela.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Optimizacija sadržaja i entiteta tako da veliki jezični modeli prikažu i citiraju marku u svojim odgovorima.

Local Ads - Plaćeni oglasi koji ciljaju lokalnu publiku, poput Google Local Services Ads.

Local Business Schema - Strukturirani podaci koji tražilicama opisuju lokalnu tvrtku, poput imena, adrese i radnog vremena.

Local Citation - Bilo koje spominjanje imena, adrese i telefonskog broja lokalne tvrtke na internetu. Poznato i kao Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Održavanje imena, adrese i telefonskog broja tvrtke jednakima u svim unosima.

Local Filtering - Kad Google filtrira slične lokalne tvrtke koje dijele lokaciju ili telefonski broj radi diverzifikacije rezultata.

Local Finder - Prošireni popis lokalnih rezultata koji se pojavljuje nakon što korisnik klikne dalje iz lokalnog paketa.

Local Keyword Research - Pronalaženje izraza pretraživanja lokalne namjere za područje tvrtke.

Local Listings - Profili tvrtke u imenicima, na kartama i platformama za recenzije.

Local Pack - SERP značajka koja prikazuje kartu i kratak popis lokalnih tvrtki za lokalno pretraživanje.

Local Query - Pretraživanje lokalne namjere koje obično traži tvrtke, proizvode ili usluge u blizini.

Local Ranking Factors - Signali - uglavnom relevantnost, udaljenost i istaknutost - koji određuju lokalno rangiranje.

Local Search - Traženje tvrtki, proizvoda ili usluga u blizini određene lokacije.

Local Search Grid - Prikaz alata koji pokazuje kako tvrtka rangira preko geografske mreže točaka.

Local Search Marketing - Praksa poboljšavanja vidljivosti lokalne tvrtke u lokalnim pretraživanjima.

Local Search Marketing Services - Agencijske usluge koje poboljšavaju prisutnost tvrtke u lokalnim rezultatima pretraživanja.

Local SEO - Optimizacija web-mjesta i unosa za rangiranje u pretraživanjima temeljenima na lokaciji i rezultatima na kartama.

Local Teaser - Kompaktna lokalna SERP jedinica koja prikazuje tvrtke u blizini za pretraživanje temeljeno na lokaciji.

Log File Analysis - Proučavanje zapisnika poslužitelja kako bi se vidjelo kako botovi tražilica i korisnici zapravo pristupaju web-mjestu.

Long-Tail Keyword - Dulje, specifičnije pretraživanje, s manjim opsegom, ali jasnijom namjerom.

Lost Link - Backlink koji je prije postojao, ali više nije prisutan.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Čest pogrešan naziv za semantički povezane izraze; pravo latent semantic indexing nije način na koji Google rangira.

M

<meta name="viewport"> - Meta oznaka koja upravlja time kako se stranica skalira i raspoređuje na mobilnim uređajima.

Main Thread Blocking - Kad dugi JavaScript zadaci zauzimaju glavnu nit preglednika i narušavaju odzivnost.

Manual Action - Podcjenjivanje ili uklanjanje koje ljudski recenzent primjenjuje za kršenje Googleovih smjernica. Poznato i kao Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Alat koji prati lokalno rangiranje tvrtke na različitim lokacijama na karti.

Map Spam - Manipuliranje lokalnim rezultatima na kartama lažnim ili ključnim riječima pretrpanim unosima tvrtki.

Market Consolidation - Mjera u kojoj šačica domena zauzima velik dio prometa pretraživanja na nekom tržištu.

Market-Level Indexing - Organiziranje indeksnih podataka ili podataka o vidljivosti na razini cijelog tržišta ili države.

Match Score - Metrika alata koja procjenjuje koliko se usko rezultat podudara s upitom ili skupom ključnih riječi.

Merchant Listings - Obogaćeni rezultati koji prikazuju pojednosti proizvoda, poput cijene i dostupnosti, iz strukturiranih podataka.

Meta Description - HTML sažetak stranice koji se često pojavljuje ispod njezina naslova u rezultatima pretraživanja.

Meta Keywords - Zastarjela meta oznaka za navođenje ključnih riječi koju Google zanemaruje pri rangiranju.

Meta Refresh - Kod koji nakon određenog kašnjenja preusmjerava preglednik na drugi URL. Poznato i kao Meta Redirect.

Meta Robots Tag - HTML oznaka koja upućuje tražilice kako indeksirati i uvrstiti stranicu.

Meta Tags - Isječci u HTML zaglavlju koji tražilicama pružaju informacije o stranici.

Metric - Mjerljiv pokazatelj koji se koristi za praćenje i procjenu performansi.

Microdata - Ugrađena HTML metoda za dodavanje strukturiranih podataka putem atributa na elementima.

Minification - Uklanjanje nepotrebnih znakova iz koda radi smanjenja veličine datoteke i ubrzavanja učitavanja.

Mobile Optimization - Prilagodba web-mjesta da dobro radi i izgleda na mobilnim uređajima.

Mobile Usability - Koliko lako posjetitelji mogu koristiti stranicu i stupati u interakciju s njom na mobilnim uređajima.

Mobile-First Indexing - Googleova praksa korištenja mobilne verzije web-mjesta za indeksiranje i rangiranje.

Mobile-Friendly Website - Web-mjesto koje dobro izgleda i radi na mobilnim uređajima.

Model Confidence - Koliko je AI model siguran u određeno predviđanje ili generirani odgovor.

Money Page - Stranica koja izravno donosi prihod, poput stranice proizvoda ili prodaje.

Morningscore - SEO alat koji praćenje rangiranja, poveznica i zadataka optimizacije pretvara u igru.

MozBar - Mozovo besplatno proširenje preglednika koje prikazuje SEO metrike, poput domain i page authority.

Multi-Domain Strategy - Korištenje više domena, primjerice po regiji ili marki, kao dijela SEO pristupa.

MUM (Multitask Unified Model) - Googleov AI model koji razumije i generira jezik u više formata i jezika.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Osnovni podaci za kontakt tvrtke koji se dosljedno koriste u spominjanjima za lokalni SEO.

NAP Consistency - Održavanje imena, adrese i telefonskog broja tvrtke jednakima u svim unosima.

Natural Language Understanding (NLU) - Grana NLP-a usmjerena na shvaćanje značenja, namjere i nijanse iza jezika.

Natural Link - Poveznica dana uredničkom prosudbom, na temelju zasluga, bez traženja ili plaćanja.

Navigation - Sustav izbornika i poveznica koji pomaže korisnicima u kretanju po web-mjestu. Poznato i kao Website Navigation.

Navigational Query - Pretraživanje u kojem korisnik pokušava doći do određenog web-mjesta ili stranice.

Negative Keywords - Izrazi koje isključujete u plaćenim kampanjama kako biste izbjegli prikazivanje oglasa za irelevantna pretraživanja.

Negative SEO - Štetne taktike usmjerene na narušavanje rangiranja konkurenta u pretraživanju.

News Box - SERP značajka koja ističe svježije, relevantne novinske članke, često označena kao Top Stories.

Niche - Specifičan, fokusiran segment šireg tržišta ili teme.

NLP (Natural Language Processing) - Područje koje računalima omogućuje obradu, analizu i razumijevanje ljudskog jezika.

Nofollow Link - Poveznica koja traži od tražilica da ne prenesu signale rangiranja na njezino odredište. Poznato i kao rel="nofollow".

Noindex - Direktiva koja tražilicama govori da ne uvrste stranicu u svoj indeks.

Noopener and Noreferrer - Rel atributi dodani poveznicama koje se otvaraju u novoj kartici iz sigurnosnih razloga i razloga privatnosti. Poznato i kao rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Broj stranica koje tražilica prijavljuje kao podudarne s određenim upitom.

O

Off-Page SEO - Aktivnost izvan vašeg web-mjesta, uglavnom izgradnja poveznica, koja gradi autoritet i povjerenje.

On-Page SEO - Optimizacija sadržaja i HTML-a stranice kako bi rangirala više u pretraživanjima.

Online Directories - Web-mjesta koja navode tvrtke i često služe kao izvor lokalnih spominjanja.

Online Review Management - Praćenje, odgovaranje na recenzije kupaca i njihovo poticanje na različitim platformama. Poznato i kao Review Management.

Online Reviews - Ocjene i povratne informacije kupaca o tvrtki, objavljene na internetu. Poznato i kao Reviews.

Online Visibility - Koliko se lako marka može pronaći u tražilicama i na webu općenito.

Open Graph - Meta oznake koje upravljaju time kako se URL pojavljuje kad se dijeli na društvenim platformama. Poznato i kao Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Izričiti pristanak korisnika na primanje komunikacije ili na praćenje.

Opt-Out - Odluka korisnika da odbije komunikaciju ili praćenje koje bi inače primao.

Organic Search Results - Neplaćeni rezultati rangirani na temelju relevantnosti, a ne oglašavanja.

Organic Traffic - Posjetitelji koji dolaze na web-mjesto iz neplaćenih rezultata pretraživanja.

Origin Server - Poslužitelj koji pohranjuje izvorni sadržaj web-mjesta, smješten iza eventualnog CDN-a.

ORM (Online Reputation Management) - Upravljanje i poboljšavanje toga kako se marka percipira u rezultatima pretraživanja i na webu. Poznato i kao Reputation Management.

Orphan Page - Stranica na koju ne upućuje nijedna unutarnja poveznica s ostatka web-mjesta.

Out of Stock Handling - Način na koji e-commerce web-mjesto upravlja stranicama proizvoda koji su privremeno nedostupni.

Outreach - Kontaktiranje ljudi ili web-mjesta radi izgradnje odnosa i stjecanja poveznica ili spominjanja.

Over-Optimization - Tako agresivna primjena SEO taktika da se obje o glavu i naškodi rangiranju.

P

Page Authority (PA) - Mozov rezultat od 0 do 100 koji predviđa koliko snažno pojedinačna stranica može rangirati.

Page Experience - Skup Googleovih signala koji odražavaju kako korisnici doživljavaju iskustvo stranice, uključujući Core Web Vitals.

Page Speed - Koliko se brzo web-stranica učitava i postaje upotrebljiva za posjetitelje.

Page Title - Title element stranice, koji se prikazuje kao naslov na koji se može kliknuti u rezultatima pretraživanja.

Page View - Jedan put kad se stranica učita i prikaže. Poznato i kao Pageview.

PageRank (PR) - Googleov temeljni algoritam koji procjenjuje važnost stranice na temelju broja i kvalitete poveznica koje na nju upućuju.

Pages per Session - Prosječni broj stranica koje posjetitelj pregleda u jednoj sesiji.

Pagination - Podjela sadržaja na numerirane stranice i njihovo međusobno povezivanje radi navigacije.

Paid Link - Backlink stečen u zamjenu za plaćanje.

Paid Search Engine Result - Oglasni unos koji se pojavljuje u rezultatima pretraživanja jer je oglašivač platio za smještaj.

Paid Traffic - Posjetitelji koji dolaze na web-mjesto putem plaćenog oglasa.

Panda - Googleova nadogradnja koja cilja tanak, nekvalitetan sadržaj, danas dio glavnog algoritma. Poznato i kao Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Sidreni tekst koji uključuje dio ciljane ključne riječi zajedno s drugim riječima.

Partial Match Penalty - Ručna radnja ili podcjenjivanje koje pogađa samo određene stranice ili ključne riječi, a ne cijelo web-mjesto.

Passage Indexing - Googleova sposobnost rangiranja pojedinačnog relevantnog odjeljka stranice, a ne samo stranice kao cjeline.

Passage Retrieval - Dohvaćanje najrelevantnijeg odjeljka iz dokumenata radi odgovaranja na upit.

Passage Weighting - Pridavanje različite razine važnosti pojedinačnim odjeljcima pri rangiranju stranice.

PBN (Private Blog Network) - Mreža web-mjesta izgrađena isključivo radi usmjeravanja poveznica na ciljano web-mjesto - kršenje smjernica.

Penguin - Googleova nadogradnja koja cilja manipulativne poveznice i neželjeni sadržaj, danas dio glavnog algoritma. Poznato i kao Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - SERP značajka koja prikazuje proširiva pitanja povezana s pretraživanjem korisnika.

People Also Ask Boxes - Pojedinačni proširivi okviri pitanja i odgovora unutar značajke People Also Ask.

Persona - Izmišljeni profil koji predstavlja jedan segment vaše ciljane publike.

Personalization - Prilagodba sadržaja ili rezultata pretraživanja kontekstu i povijesti pojedinog korisnika.

Pillar Page - Široka, sveobuhvatna stranica koja sidri tematski klaster i povezuje se sa srodnim podstranicama.

Pitch - Poruka kojom nudite svoj sadržaj, poveznicu ili ideju mogućem partneru.

Pogo-Sticking - Kad korisnik klikne na rezultat, a zatim se brzo vrati na SERP da odabere drugi.

Poison Words - Riječi za koje se nekoć vjerovalo da pokreću filtre neželjenog sadržaja ili otežavaju rangiranje stranice.

Position - Određeno mjesto koje rezultat zauzima na stranici rezultata pretraživanja.

PPA (Pay Per Action) - Model oglašavanja u kojem plaćate samo kad se dogodi određena radnja, poput registracije.

PPC (Pay Per Click) - Model oglašavanja u kojem plaćate svaki put kad netko klikne na vaš oglas.

Precision - U dohvaćanju informacija, udio vraćenih rezultata koji su zapravo relevantni.

Price Competitiveness - Kako se cijena proizvoda uspoređuje s konkurentskima - relevantno za kupovne i proizvodne rezultate.

Primary Category - Glavna kategorija dodijeljena profilu tvrtke ili proizvodu, koja oblikuje relevantnost.

Primary Keyword - Jedna glavna ključna riječ oko koje je stranica izgrađena i optimizirana za rangiranje.

Product Grid SEO - Optimizacija stranica s mrežama proizvoda i kategorija u e-commerceu za vidljivost u organskim pretraživanjima.

Product Schema - Strukturirani podaci koji opisuju proizvod, poput njegove cijene, dostupnosti i recenzija.

Programmatic SEO - Generiranje bezbroj stranica u velikom opsegu iz podataka i predložaka radi ciljanja velikih skupova sličnih pretraživanja.

Programming Language - Formalni jezik koji se koristi za pisanje uputa koje softver izvršava.

Progressive Web Apps (PWA) - Web-aplikacije koje se ponašaju kao izvorne aplikacije, sa značajkama poput offline upotrebe i mogućnosti instalacije.

Prominence - U lokalnom SEO-u, koliko je tvrtka poznata i etablirana, lokalni čimbenik rangiranja.

Prompt Bank - Spremljena zbirka višekratnih upita za AI alate.

Prospecting - Identificiranje mogućih meta za poveznice, partnerstva ili kupce radi kontaktiranja.

Protocol - Skup pravila koji uređuje razmjenu podataka, poput HTTP-a ili HTTPS-a.

Public Relations - Upravljanje time kako organizaciju percipiraju javnost i mediji.

Pull Channel - Marketinški kanal u kojem kupci dolaze k vama, poput organskog pretraživanja.

Pull Marketing - Privlačenje kupaca tako da postanete pronalazivi dok aktivno traže rješenja.

Purchase Conversion - Konverzija u kojoj posjetitelj dovrši kupnju.

Purchased Link - Poveznica kupljena radi utjecaja na rangiranje, što krši smjernice ako nije označena i nije nofollow.

Push Channel - Kanal putem kojeg šaljete poruke publici, poput display oglasa ili e-pošte.

Push Marketing - Proaktivno dostavljanje poruka publici koja ih nije aktivno tražila.

Q

Qualified Lead - Potencijalni kupac koji ispunjava kriterije koji ukazuju na stvaran prodajni potencijal.

Qualified Traffic - Posjetitelji koji odgovaraju vašoj ciljnoj publici i vjerojatnije će konvertirati.

Quality Content - Sadržaj koji je koristan, točan i istinski zadovoljava namjeru korisnika.

Quality Score - Googleova procjena kvalitete u Ads-u za ključne riječi, oglase i određene stranice, koja utječe na trošak i položaj oglasa.

Query Deserves Diversity (QDD) - Koncept koji daje prednost raznolikoj mješavini rezultata za višeznačne, dvosmislene upite.

Query Deserves Freshness (QDF) - Googleov koncept koji daje prednost svježijem sadržaju za upite koji pokazuju rast zanimanja.

QUIC - Suvremeni transportni protokol koji koristi HTTP/3 i smanjuje kašnjenje radom preko UDP-a.

R

Rank Distribution - Način na koji su ključne riječi web-mjesta raspoređene po rasponu položaja rangiranja.

Rank Tracking - Praćenje kako se položaji ključnih riječi web-mjesta mijenjaju tijekom vremena.

RankBrain - Googleov sustav strojnog učenja koji pomaže u tumačenju novih i dvosmislenih upita. Poznato i kao Google RankBrain.

Ranking - Položaj koji stranica zauzima u rezultatima pretraživanja za neki upit.

Ranking Factor - Signal koji tražilica koristi za određivanje redoslijeda svojih rezultata.

Readability Score - Metrika koja procjenjuje koliko je tekst lako čitati.

Reciprocal Link - Dogovor u kojem se dva web-mjesta međusobno povezuju.

Reconsideration Request - Zahtjev kojim tražite od Googlea da ponovno procijeni web-mjesto nakon što je ručna radnja riješena.

Redirect - Način automatskog usmjeravanja korisnika i botova s jednog URL-a na drugi.

Redirect Chain - Niz od više preusmjeravanja kroz koja zahtjev prolazi prije konačnog URL-a.

Redirected Link - Poveznica koja prolazi kroz jedno ili više preusmjerenja prije nego što dosegne konačni URL.

Referral Traffic - Posjetitelji koji dolaze na vaše web-mjesto putem poveznica na drugim web-mjestima.

Referring Domain - Jedinствena domena koja se barem jednom povezuje s vašim web-mjestom.

Regex (Regular Expressions) - Tekstualni uzorci koji se koriste za podudaranje nizova, korisni u filtrima, revizijama i Search Consoleu.

Regional Keywords - Ključne riječi povezane s određenom regijom ili lokacijom.

Reinclusion - Vraćanje web-mjesta ili njegovih stranica natrag u indeks nakon uklanjanja ili kazne.

Related Searches - Prijedlozi pretraživanja povezani s vašim upitom koji se pojavljuju pri dnu stranice rezultata.

Relative URL - URL napisan u odnosu na trenutačnu stranicu, izostavljajući protokol i domenu.

Relevance - Koliko dobro stranica ili tvrtka odgovara upitu onoga tko pretražuje - ključni čimbenik rangiranja.

Render-Blocking Scripts - Skripte koje se moraju učitati i izvršiti prije nego što preglednik može prikazati vidljivi sadržaj.

Rendering - Postupak pretvaranja koda stranice u vizualni izgled koji korisnik vidi.

Rendering Delay - Kašnjenje između zahtjeva i trenutka kad je sadržaj stranice u potpunosti prikazan.

Resource Hints - HTML savjeti, poput preload, preconnect i dns-prefetch, koji ubrzavaju učitavanje resursa.

Resource Pages - Kurirane stranice koje prikupljaju i povezuju se s korisnim resursima o nekoj temi.

Responsive Design - Pristup dizajnu u kojem se raspored stranice neprimjetno prilagođava bilo kojoj veličini zaslona.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - AI pristup koji dohvaća relevantne dokumente i koristi ih za usidranje generiranog odgovora.

Review Sentiment - Cjelokupni pozitivan ili negativan ton izražen u recenzijama tvrtke.

Review Velocity - Tempo kojim tvrtka prikuplja nove recenzije tijekom vremena.

Rich Snippet - Rezultat pretraživanja obogaćen dodatnim informacijama preuzetima iz strukturiranih podataka stranice.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Robots direktive koje upravljaju time kako se stranica može pojaviti u rezultatima, uključujući duljinu isječka, preglede slika i predmemoriranje.

Robots.txt - Datoteka koja botovima govori kojim dijelovima web-mjesta smiju ili ne smiju pristupiti.

ROI (Return on Investment) - Metrika stečene dobiti u odnosu na trošak ulaganja.

Root Domain - Registrirana vršna domena, bez ikakvog prefiksa poddomene.

S

SaaS (Software as a Service) - Softver koji se isporučuje putem interneta na pretplatničkoj osnovi, umjesto da se instalira lokalno.

SAM (Serviceable Available Market) - Dio cjelokupnog tržišta koji tvrtka realno može poslužiti.

sameAs - Schema svojstvo koje povezuje entitet s njegovim službenim profilima i URL-ovima.

Schema Markup - Rječnik strukturiranih podataka dodan stranicama radi omogućavanja obogaćenih rezultata.

Schema.org - Suradnički rječnik koji standardizira strukturirane podatke među tražilicama.

Scraped Content - Sadržaj kopiran s drugih web-mjesta bez dopuštenja ili dodane vrijednosti.

Scraping (Web Scraping) - Automatsko izvlačenje podataka ili sadržaja s web-mjesta pomoću softvera.

Screaming Frog - Široko korišten desktop crawler za tehničke SEO revizije.

Scroll Depth - Koliko duboko posjetitelji pomiču stranicu prije nego što odu.

Scrum Board - Vizualna ploča koja prati zadatke i napredak u Scrum tijeku rada.

Search Demand Curve - Raspodjela potražnje za pretraživanjem, od izraza velikog opsega na vrhu do dugog repa.

Search Engine - Softver koji pronalazi, indeksira i rangira web-stranice kao odgovor na korisničke upite.

Search Engine Advertising - Plaćanje za prikazivanje oglasa među rezultatima tražilice.

Search Engine Poisoning - Manipuliranje rezultatima tako da se štetne ili obmanjujuće stranice pojave u pretraživanjima.

Search Engine Rank - Položaj koji stranica zauzima među rezultatima tražilice.

Search Engine Results Page (SERP) - Stranica rezultata koju tražilica vraća za određeni upit.

Search Generative Experience Visibility - Koliko se često i istaknuto marka pojavljuje u odgovorima pretraživanja generiranima AI-jem.

Search Intent - Temeljni cilj s kojim korisnik upisuje upit.

Search Quality Rater Guidelines - Googleov javni vodič koji pomaže ljudskim ocjenjivačima da prosude kvalitetu rezultata i E-E-A-T.

Search Query - Riječi koje korisnik upisuje u tražilicu kako bi nešto pronašao. Poznato i kao Query, Search Term.

Search Result Snippet - Naslov, URL i opis prikazani za pojedinačni rezultat na SERP-u.

Search Results - Unosi koje tražilica vraća kao odgovor na upit. Poznato i kao Results.

Search Traffic - Posjetitelji koji dolaze na web-mjesto putem tražilica.

Search Visibility - Metrika koja procjenjuje koliko je web-mjesto vidljivo na temelju ključnih riječi za koje rangira.

Search Volume - Koliko se puta ključna riječ pretražuje tijekom određenog razdoblja. Poznato i kao Volume.

Seasonal Trends - Predvidljivi vrhunci i padovi potražnje za pretraživanjem tijekom godine.

Secondary Keywords - Pomoćne ključne riječi koje stranica cilja uz svoju glavnu ključnu riječ.

Seed Keywords - Prvi osnovni izrazi koji se koriste za pokretanje istraživanja ključnih riječi.

SEM (Search Engine Marketing) - Marketing koji povećava vidljivost u tražilicama, često putem plaćenih oglasa.

Semantic Completeness - Koliko temeljito stranica pokriva pojmove i pod teme povezane s njezinom temom.

Semantic Core - Cjelokupan skup ključnih riječi koji definira tematsku pokrivenost web-mjesta.

Semantic Search - Pretraživanje koje tumači značenje i namjeru iza upita, a ne samo ključne riječi.

Semantic Similarity - Koliko su blizu po značenju dva dijela teksta ili dva izraza.

Semrush - Popularan sveobuhvatan softverski paket za SEO i digitalni marketing.

Semrush Rank - Semrushovo rangiranje domena na temelju njihova procijenjenog organskog prometa pretraživanja.

Sentiment - Emocionalni ton, pozitivan ili negativan, izražen o marki ili temi.

Sentiment Analysis - Korištenje obrade prirodnog jezika za određivanje emocije izražene u tekstu.

SEO (Search Engine Optimization) - Praksa poboljšavanja web-mjesta kako bi rangiralo više u organskim rezultatima pretraživanja.

SEO Audit - Temeljita procjena SEO stanja, problema i prilika web-mjesta.

SEO Benchmarking - Mjerenje SEO performansi u odnosu na konkurente ili prošle rezultate.

SEO Briefing - Dokument koji usmjerava pisce u optimizaciji dijela sadržaja.

SEO Checklist - Popis zadataka koji se koristi kako bi se osiguralo da je stranica ili web-mjesto ispravno optimizirano.

SEO Consultant - Stručnjak koji savjetuje tvrtke o poboljšanju njihove izvedbe u pretraživanju.

SEO Emojis - Korištenje emojija u naslovima ili meta oznakama radi privlačenja pozornosti, iako ih Google često uklanja iz isječaka.

SEO Podcast - Audioemisija posvećena temama optimizacije za tražilice.

SEO Service - Profesionalna usluga koja se pruža radi poboljšanja SEO rezultata klijenta.

SEO Silo - Grupiranje srodnog sadržaja u usko tematske odjeljke radi izgradnje tematske relevantnosti.

SEO Tips - Praktične preporuke za poboljšanje izvedbe web-mjesta u pretraživanju.

SEO URL - Čist, opisan, URL prilagođen ključnim riječima, osmišljen da podupire pretraživanja i korisnike.

SEO vs. SEM - Usporedba organske optimizacije (SEO) i plaćenog marketinga u pretraživanju (SEM).

SEOnaut - Šaljiv nadimak za SEO stručnjaka.

SERP Feature - bilo koji nestandardni rezultat na SERP-u, poput isječaka, paketa slika ili lokalnog paketa.

SERP Real Estate - Količina vizualnog prostora koju vaši unosi zauzimaju na stranici rezultata.

SERP Shaker - Izraz za veliku, raširenu promjenu u rangiranjima tražilica.

SERP Source - Web-mjesto iz kojeg potječe određeni rezultat pretraživanja.

SERP Volatility - Mjera u kojoj rangiranja u rezultatima pretraživanja osciliraju tijekom vremena.

Server-Side Rendering (SSR) - Generiranje HTML-a stranice na poslužitelju prije nego što se pošalje pregledniku.

Service Area Business (SAB) - Tvrtka koja poslužuje kupce na njihovoj lokaciji, a ne iz trgovine.

SGE (Search Generative Experience) - Googleov eksperiment koji je prikazivao odgovore generirane AI-jem iznad rezultata, a razvio se u AI Overviews.

Shopify - Široko korištena e-commerce platforma s posluženim hostingom za izgradnju internetskih trgovina.

Shopping Grid - Mreža unosa proizvoda koja se pojavljuje u rezultatima kupovnog pretraživanja.

Short-Tail Keywords - Kratke, široke ključne riječi velikog opsega s dvosmislenom namjerom.

Site Architecture - Način na koji su stranice web-mjesta strukturirane, organizirane i međusobno povezane.

Site Audit - Automatizirano skeniranje koje identificira tehničke i on-page SEO probleme.

Site Speed - Koliko se brzo stranice web-mjesta općenito učitavaju za njegove posjetitelje.

Sitelinks - Dodatne poveznice na podstranice prikazane ispod glavnog rezultata radi pomaganja navigaciji. Poznato i kao Google Sitelinks.

Sitemap - Datoteka koja navodi URL-ove web-mjesta kako bi pomogla tražilicama da ih otkriju i indeksiraju.

Sitemap Index - Datoteka koja upućuje na više mapa web-mjesta, koja se koristi za vrlo velika web-mjesta.

Sitewide Backlink - Backlink koji se pojavljuje na svakoj stranici web-mjesta koje se povezuje.

Sitewide Link - Poveznica koja se ponavlja na svakoj stranici web-mjesta, često smještena u zaglavlju ili podnožju.

Skyscraper Technique - Pronalaženje popularnog sadržaja, stvaranje nečeg boljeg i stjecanje poveznica koje on privlači.

SMM (Social Media Marketing) - Marketing marke i njezina sadržaja putem platformi društvenih medija.

SMO (Social Media Optimization) - Optimizacija sadržaja i profila radi povećanja doseg a i angažmana na društvenim platformama.

Social Signals - Angažman na društvenim medijima, poput lajkova i dijeljenja, koji se ponekad povezuje s vidljivošću.

Social Syndication - Ponovno objavljivanje sadržaja na društvenim kanalima radi proširenja njegova doseg a.

Social Traffic - Posjetitelji koji dolaze na web-mjesto s platformi društvenih medija.

Soft 404 - Stranica koja vraća uspješan statusni kod, ali korisnicima prikazuje poruku da nije pronađena.

Source Attribution - Identificiranje i pripisivanje izvornog izvora dijela sadržaja, podataka ili posjeta.

SOV (Share of Voice) - Udio vaše marke u cjelokupnoj vidljivosti pretraživanja za skup ključnih riječi u odnosu na konkurente.

Spam - Irelevantan, manipulativan ili nekvalitetan sadržaj stvoren radi obmanjivanja tražilica.

Spam Classifier - Sustav koji automatski otkriva i označava spam sadržaj ili poveznice.

Spam Score - Mozova metrika koja procjenjuje vjerojatnost da je web-mjesto spam ili kažnjeno.

Spam Signals - Obilježja stranice ili web-mjesta koja upućuju na to da bi mogli biti spam.

Spamdexing - Manipuliranje indeksom i rangiranjem tražilice spam metodama. Poznato i kao Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Manipulativne SEO metode koje krše smjernice tražilica.

Splash Page - Uvodna stranica prikazana prije glavnog web-mjesta, često promotivne naravi.

Sponsored Link - Poveznica označena kao plaćena ili sponzorirana rel atributom, kako smjernice zahtijevaju. Poznato i kao rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Jasno označavanje plaćenih poveznica i sadržaja kao sponzoriranih, kako smjernice zahtijevaju.

Srcset - HTML atribut slike koji nudi više izvora slike za responzivno učitavanje.

SSL Certificate - Digitalni certifikat koji omogućuje šifrirane HTTPS veze, danas tehnički putem TLS-a.

Static URL - URL koji ostaje nepromijenjen i nema dinamičke parametre upita.

Status Code - HTTP kod koji poslužitelj vraća kako bi označio ishod zahtjeva.

Stop Words - Uobičajene riječi, poput the, and ili of, koje tražilice često zanemaruju.

Structured Data - Standardizirano označavanje koje opisuje sadržaj stranice kako bi ga tražilice razumjele.

Subdirectory - Mapa ugniježdjena u URL strukturu web-mjesta, ekvivalent podmape.

Subdomain - Prefiks domene koji tvori zaseban odjeljak, poput blog.example.com.

Subfolder - Direktorij u putanji URL-a, poput example.com/blog.

Submission - Slanje web-mjesta ili URL-a tražilicama ili imenicima.

SXO (Search Experience Optimization) - Spajanje SEO-a s korisničkim iskustvom tako da stranica zadovolji korisnike, a ne samo rangiranja.

T

TAM (Total Addressable Market) - Cjelokupna prilika za prihod dostupna za proizvod ili uslugu.

Taxonomy - Sustav kategorija i oznaka koji se koristi za organiziranje sadržaja web-mjesta.

Taxonomy SEO - Optimizacija stranica kategorija, oznaka i drugih taksonomijskih stranica za pretraživanja.

Technical SEO - Optimizacija indeksiranja, uvrštavanja i temeljne infrastrukture web-mjesta.

The Fold - Linija na stranici ispod koje sadržaj zahtijeva pomicanje da bi se vidio.

Thin Content - Stranice koje korisnicima nude malo ili nimalo dodane vrijednosti.

Three-Way Link Exchange - Dogovor u kojem se web-mjesto A povezuje s B, B s C, a C natrag s A, radi prikriivanja recipročnosti.

Thumbnails - Male slike pregleda, poput onih prikazanih za videozapise u rezultatima pretraživanja.

Tiered Link Building - Izgradnja poveznica prema vašim postojećim backlinkovima, u slojevima, radi pojačavanja njihove snage.

Time on Page - Prosječno vrijeme koje posjetitelji provedu na jednoj stranici.

Time to First Byte (TTFB) - Vrijeme između zahtjeva i primitka prvog bajta odgovora poslužitelja.

Title Tag Optimization - Oblikovanje title elementa stranice radi poboljšanja relevantnosti i stope klikova.

TLD (Top-Level Domain) - Sufiks domene nakon zadnje točke, poput .com, .org ili .hr.

TLS (Transport Layer Security) - Protokol koji šifrira podatke između klijenta i poslužitelja, nasljednik SSL-a.

Top Stories - Novinska značajka na SERP-u koja ističe pravovremene, relevantne članke za upit.

Topic Cluster - Skupina srodnih stranica organiziranih oko središnje pillar stranice.

Topic Efficiency - Koliko učinkovito web-mjesto zauzima promet za neku temu u odnosu na uloženi sadržaj.

Topical Authority - Percipirana stručnost i dubina web-mjesta na cijelom tematskom području.

Topical Coverage - Koliko temeljito web-mjesto pokriva sve aspekte neke teme.

Topical Relevance - Koliko je dio sadržaja usko povezan s određenom temom.

Total Blocking Time (TBT) - Laboratorijska metrika koja zbraja vrijeme tijekom kojeg je glavna nit bila blokirana, odražavajući interaktivnost.

Toxic Backlinks - Štetne ili spam poveznice koje mogu naškoditi rangiranju web-mjesta.

Tracking Code - Isječak koda postavljen na web-mjesto za prikupljanje analitičkih ili konverzijskih podataka.

Traffic - Ukupan broj posjetitelja koji web-mjesto prima.

Traffic % - Udio cjelokupnog prometa koji se pripisuje ključnoj riječi, stranici ili kanalu.

Traffic Cost - Procijenjeni trošak stjecanja vašeg organskog prometa putem plaćenih oglasa.

Traffic Potential - Ukupan organski promet koji neka tema ili ključna riječ realno može donijeti.

Transactional Query - Pretraživanje koje signalizira namjeru kupnje ili dovršenja određene radnje.

Trend - Cjelokupni smjer u kojem se nešto, poput zanimanja za pretraživanje, kreće.

Trust Dampening - Podcjenjivanje vrijednosti rangiranja koju prenose poveznice iz izvora niskog povjerenja.

Trust Flow - Majesticova metrika koja procjenjuje kvalitetu poveznica web-mjesta na temelju toga koliko su pouzdani njegovi izvori.

TrustRank - Algoritam koji razlikuje korisne stranice od neželjenog sadržaja polazeći od pouzdanih izvornih web-mjesta.

Twitter Cards - Meta oznake koje upravljaju time kako se URL pojavljuje kad se dijeli na Twitteru, danas X.

U

UGC Link Attribute - Rel vrijednost koja označava poveznice koje se pojavljuju u sadržaju koji generiraju korisnici. Poznato i kao rel="ugc".

Unique Visit - Posjet koji se broji samo jednom za svakog jedinstvenog posjetitelja tijekom određenog razdoblja.

Universal Analytics (UA) - Googleova prijašnja analitička platforma, koju je 2023. zamijenio GA4.

Universal Search - Miješanje različitih vrsta rezultata, poput slika, vijesti i videozapisa, na jednom SERP-u.

Unlinked Mention - Spominjanje vaše marke u sadržaju koji ne uključuje poveznicu.

Unnatural Link - Poveznica stvorena radi manipuliranja rangiranjem, umjesto da je stečena uredničkom prosudbom.

URL (Uniform Resource Locator) - Web-adresa koja upućuje na određeni resurs na internetu.

URL Folder - Segment direktorija u putanji URL-a.

URL Parameter - Par ključ-vrijednost dodan URL-u nakon upitnika radi slanja podataka.

URL Rating (UR) - Ahrefsova metrika od 0 do 100 za snagu profila backlinkova stranice.

URL Slug - Čitljivi dio URL-a koji identificira određenu stranicu. Poznato i kao Slug.

URL Structure - Način na koji su URL-ovi web-mjesta organizirani i oblikovani na cijelom web-mjestu.

Usability - Koliko lako i intuitivno posjetitelji mogu koristiti web-mjesto.

User Engagement - Koliko aktivno korisnici stupaju u interakciju s web-mjestom ili njegovim sadržajem.

User Experience (UX) - Cjelokupna kvaliteta interakcije osobe s web-mjestom ili proizvodom.

User Intent - Cilj koji korisnik želi postići pretraživanjem.

User Interface (UI) - Vizualni elementi i kontrole putem kojih korisnik stupa u interakciju s proizvodom.

User-agent - Niz znakova koji identificira preglednik ili bot koji šalje zahtjev poslužitelju.

User-Friendly - Osmišljeno da bude lako, jasno i ugodno za korištenje ljudima.

UTM Code - Oznaka dodana URL-u radi praćenja izvedbe kampanje u analitici.

UTM Parameters - Pojedinačne oznake ključ-vrijednost u URL-u kampanje označenom UTM-om.

V

Variant Indexing - Način na koji tražilice rješavaju indeksiranje više varijanti proizvoda ili stranice.

Vary Header - HTTP zaglavlje koje predmemorijama govori kako se odgovor mijenja na temelju zaglavlja zahtjeva.

Vector Search - Pretraživanje koje podudara sadržaj na temelju semantičke sličnosti pomoću vektorskih ugradnji.

Vertical Search - Pretraživanje ograničeno na određenu kategoriju sadržaja, poput slika ili oglasa za posao.

Vertical Search Engine - Tražilica usmjerena na jednu temu ili vrstu sadržaja.

Video Carousel - SERP značajka koja prikazuje red videozapisa s vodoravnim pomicanjem.

Video Optimization - Optimizacija videosadržaja kako bi dobro radio u pretraživanjima i angažirao gledatelje.

Viewport - Vidljivo područje web-stranice na zaslonu uređaja.

Viral Content - Sadržaj koji se brzo i široko širi putem dijeljenja.

Visibility - Koliko se vidljivo web-mjesto pojavljuje u rezultatima pretraživanja.

Visibility Score - Metrika koja procjenjuje cjelokupnu vidljivost web-mjesta u pretraživanju.

Visit (Session) - Jedna sesija pregledavanja koju korisnik provede na web-mjestu.

Voice Search - Pretraživanje izgovaranjem upita naglas uređaju ili asistentu.

Voice Search SEO - Optimizacija sadržaja kako bi se mogao istaknuti u glasovnim pretraživanjima.

Volatility - Mjera u kojoj rangiranja tražilica osciliraju tijekom vremena.

W

Warm Cache - Predmemorija koja je već popunjena podacima kako bi se zahtjevi mogli brzo poslužiti.

Web Architecture - Strukturni dizajn toga kako se web-sustavi, poslužitelji i stranice međusobno povezuju.

Web Stories - Vizualne priče preko cijelog zaslona na koje se može tapnuti, a mogu se pojaviti u Google pretraživanju.

Webpage - Jedan dokument na webu, dostupan na vlastitom URL-u.

Website - Zbirka srodnih web-stranica objavljenih pod jednom domenom.

Website Architecture - Način na koji su stranice i odjeljci web-mjesta strukturirani i međusobno povezani.

Website Quality - Cjelokupna razina sadržaja, korisničkog iskustva i pouzdanosti web-mjesta.

Website Structure - Organizacija i hijerarhija stranica unutar web-mjesta.

White Hat SEO - Etičke SEO prakse koje poštuju smjernice tražilica.

WordPress - Najrašireniji sustav za upravljanje sadržajem za izgradnju web-mjesta.

WPO (Website Performance Optimization) - Poboljšavanje brzine učitavanja i cjelokupnih performansi web-mjesta.

X

X-Robots-Tag - HTTP zaglavlje koje upravlja indeksiranjem i uvrštavanjem bilo koje vrste datoteke.

XML (Extensible Markup Language) - Fleksibilan jezik za označavanje koji se koristi za pohranu i prijenos strukturiranih podataka.

XML Sitemap - Strojno čitljiva datoteka koja navodi URL-ove web-mjesta za tražilice. Poznato i kao Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Dugotrajni web-portal i tražilica čije rezultate poslužuje Bing.

Yandex - Vodeća tražilica u Rusiji.

YMYL (Your Money or Your Life) - Stranice koje mogu utjecati na zdravlje, financije ili sigurnost i na koje Google primjenjuje više standarde kvalitete.

Yoast SEO - Popularan SEO dodatak za WordPress.

Z

Zero-Click Search - Pretraživanje na koje se odgovara izravno na stranici rezultata, bez klika na web-mjesto.

Zombie Pages - Stranice male vrijednosti koje ne donose promet i mogu razrijediti cjelokupnu kvalitetu web-mjesta.