

SEO vārdnīca

DiagnoSEO - skaidras, faktiski pārbaudītas SEO terminu definīcijas.

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 - Tradicionālais, vienkāršais desmit organisko rezultātu saraksts, pirms parādījās uzlabotās SERP funkcijas.

10x Content - Saturs, kas radīts, lai būtu manāmi labāks par visu, kas pašlaik ierindojas par kādu tēmu.

200 OK - HTTP statusa kods, kas norāda, ka pieprasījums bija veiksmīgs.

2xx Status Codes - HTTP statusa kodu saime, kas norāda veiksmīgu pieprasījumu.

301 Redirect - Pastāvīga novirzīšana, kas pārsūta lielāko daļu ranžēšanas signālu uz jaunu URL.

302 Redirect - Pagaidu novirzīšana, kas norāda, ka pāreja uz jaunu URL nav pastāvīga.

304 Not Modified - Statuss, kas paziņo pārlūkam, ka tā saglabātā resursa kopija joprojām ir aktuāla.

307 Redirect - Pagaidu novirzīšana, kas saglabā sākotnējā pieprasījuma metodi.

403 Forbidden - Statuss, kas nozīmē, ka serveris saprata pieprasījumu, bet atsakās to atļaut.

404 Error - Statuss, kas tiek atgriezts, kad pieprasīto lapu serverī nevar atrast.

404 Not Found - HTTP statusa kods, kas nozīmē, ka pieprasītais resurss neeksistē.

410 Gone - Statuss, kas nozīmē, ka resurss ir apzināti un pastāvīgi noņemts.

4xx Status Codes - HTTP statusa kodu saime, kas norāda klienta puses kļūdas.

500 Internal Server Error - Vispārīgs statuss, kas nozīmē, ka serveris saskārās ar negaidītu kļūdu.

502 Bad Gateway - Statuss, kas nozīmē, ka serveris saņēma nederīgu atbildi no cita servera.

503 Service Unavailable - Statuss, kas nozīmē, ka serveris uz laiku nevar apstrādāt pieprasījumu.

5xx Status Codes - HTTP statusa kodu saime, kas norāda servera puses kļūdas.

A

A/B Testing - Divu lapas vai elementa versiju salīdzināšana, lai noskaidrotu, kura darbojas labāk. Pazīstams arī kā Split Testing.

Above the Fold - Tīmekļa lapas daļa, kas redzama, neritinot.

Absolute URL - Pilna tīmekļa adrese, kurā ietverts protokols un domēns, piemēram, <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - HTTP galvene, kas norāda lietotāja vēlamās valodas un palīdz piegādāt lokalizētu saturu.

Access Log - Servera fails, kas reģistrē katru pieprasījumu un tiek izmantots, lai analizētu robotu un lietotāju patieso uzvedību.

Accessibility - Tīmekļa vietņu veidošana tā, lai tās varētu izmantot cilvēki ar invaliditāti un palīgtechnoloģijas.

Ad Impressions - Reižu skaits, cik reklāma tiek parādīta lietotājiem.

Ad Keyword - Atslēgvārds, par kuru reklāmdevējs licitē, lai aktivizētu savu maksas reklāmu.

Ad Rank - Vērtība Google Ads, kas nosaka reklāmas pozīciju, pamatojoties uz solījumu, kvalitāti un kontekstu.

ADA Website Compliance - Atbilstība ASV ADA likuma piekļūstamības prasībām tīmekļa vietnēm.

Adobe Analytics - Adobe uzņēmuma līmeņa tīmekļa analītikas platforma.

Advanced Search Operators - Īpašas komandas, piemēram, site: vai intitle:, kas precizē un filtrē meklēšanas vaicājumus.

AEO (Answer Engine Optimization) - Saturs optimizēšana tā, lai atbilžu dzinēji un MI asistenti to pasniegtu kā tiešu atbildi.

Affiliate - Partneris, kurš nopelna komisiju par pārdošanu vai potenciālajiem klientiem, kas novirzīti caur izsekotām saitēm.

Ahrefs - Komerčiāls SEO rīku komplekts, ko bieži izmanto saišu analīzei, atslēgvārdu izpētei un ranžējuma uzraudzībai.

AI Citation Eligibility - Vai saturs ir pietiekami strukturēts un uzticams, lai MI atbilžu sistēma to citētu kā avotu.

AI Overview - Google MI ģenerēts kopsavilkums virs dažiem rezultātiem, kas attīstījies no Search Generative Experience.

AI Snapshot - MI ģenerēts kopsavilkums, kas parādās virs rezultātiem ģeneratīvās meklēšanas pieredzē.

AIO (AI Optimization) - Saturs un entītijas optimizēšana tā, lai MI sistēmas saprastu, parādītu un citētu zīmolu.

Algorithmic Penalty - Ranžējuma zaudējums, ko automātiski piemēro meklēšanas algoritms, nevis cilvēks vērtētājs.

Algorithmic Suppression - Algoritmiska apspiešana, kas notur lapu vai vietni zemu ranžējumā bez manuālas darbības.

Alt Text - Aprakstošs teksts attēlam, kas atbalsta piekļūstamību un palīdz meklētājprogrammām saprast attēlu. Pazīstams arī kā Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Search Console statuss dublētai lapai, kas pareizi norāda uz savu vēlamu kanonisko versiju.

Ambiguous Intent - Vaicājums, kura mērķis ir neskaidrs un kas saprātīgi varētu atbilst vairākiem dažādiem nodomiem.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Atvērtā pirmkoda ietvars vienkāršotu, ātri ielādējamu mobilo tīmekļa lapu versiju veidošanai.

Anchor Text - Hipersaites redzamais, klikšķināmais teksts, kas meklētājprogrammām sniedz kontekstu par saistīto lapu.

Anchor Text Ratio - Ankura teksta veidu sadalījums visā vietnes saišu profilā.

Answer Box - SERP funkcija, kas sniedz tiešu atbildi uz vaicājumu, bieži ņemtu no izvēlēta fragmenta.

Answer Sourcing - Veids, kā MI vai atbilžu dzinējs atlasa un citē avotus aiz ģenerētas atbildes.

API (Application Programming Interface) - Definēts noteikumu kopums, kas ļauj programmatūrai apmainīties ar datiem un funkcijām.

Article Spinning - Esoša raksta pārrakstīšana ar sinonīmiem, lai masveidā radītu šķietami unikālas kopijas - black hat taktika.

Article Syndication - Raksta atkārtota publicēšana citās vietnēs, lai sasniegtu plašāku auditoriju.

ASO (App Store Optimization) - Mobilās lietotnes ieraksta optimizēšana veikalā tā, lai tas ierindotos augstāk un labāk konvertētu.

Assisted Conversions - Konversijas, kurās kanāls spēlēja atbalstošu lomu agrāk ceļā, nevis pēdējā klikšķī.

Async - Skripta atribūts, kas ielādē failu, nebloķējot HTML parsēšanu.

Attribution Modeling - Noteikumi, kas sadala nopelnu par konversiju starp lietotāja ceļa saskarsmes punktiem.

Author Authority - Satura autora uztvertā kompetence un uzticamība, kas saistīta ar E-E-A-T.

Author Entity - Autors, kas pasniegts kā atpazīta entīcija, ko meklētājprogrammas saista ar tēmām un darbiem.

Authority - Kopējā uzticība un ranžēšanas spēks, ko lapa vai vietne ieguvusi meklētājprogrammu acīs. Pazīstams arī kā Website Authority.

Authority Dilution - Saišu vērtības vājināšanās, kad tā tiek izklaidēta pa pārāk daudzām saitēm vai lapām.

Authority Score - Semrush patentētais rādītājs, kas novērtē domēna kvalitāti un kopējo autoritāti.

Authority Site - Ļoti uzticama, iedibināta vietne, kas labi ierindojas un uz kuru citi bieži saista.

Auto-Generated Content - Saturs, ko automātiski ražo programmatūra un kas pārkāpj vadlīnijas, ja tas ir mēstule vai nederīgs.

Average Position - Lapas vai atslēgvārda vidējā ranžējuma pozīcija meklēšanas rezultātos.

B

B2B - Business-to-business - produktu un pakalpojumu mārketingu vai pārdošana citiem uzņēmumiem.

B2C - Business-to-consumer - produktu un pakalpojumu mārketingu vai pārdošana tieši privātpersonām.

Backlink - Saite no citas vietnes, kas norāda uz jūsu lapu un ko meklētājprogrammas uztver kā uzticības balsi. Pazīstams arī kā Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Kopējā uz vietni norādošo saišu kolekcija, daudzveidība un kvalitāte.

Baidu - Vadošā tīmekļa meklētājprogramma Ķīnā.

Bait and Switch - Lapas ierindošana ar vienu saturu un pēc tam tā aizstāšana ar ko citu - maldinoša taktika.

Banner Blindness - Lietotāju tendence ignorēt lapas elementus, kas izskatās pēc baneriem vai reklāmām.

BERT - Google 2019. gada valodas modelis, kas labāk interpretē vārdu kontekstu vaicājumā.

BigCommerce - Mitināta e-komercijas platforma tiešsaistes veikalu veidošanai un pārvaldīšanai.

Bing - Microsoft tīmekļa meklētājprogramma.

Bing Webmaster Tools - Microsoft bezmaksas platforma, lai uzraudzītu un uzlabotu to, kā vietne parādās Bing.

Black Hat SEO - Taktikas, kas apzināti pārkāpj meklētājprogrammu vadlīnijas, lai manipulētu ar ranžējumu.

Blocked by Noindex - Search Console statuss, kas nozīmē, ka lapa ir izslēgta no indeksa noindex direktīvas dēļ.

Blog Commenting - Komentāru atstāšana blogos, dažkārt saišu dēļ, kas parasti ir nofollow un zemas vērtības.

Body Content - Lapas galvenais saturs, kas atšķiras no navigācijas, galvenes un kājenes.

Bounce Rate - Sesiju procentuālā daļa, kas beidzas pēc vienas lapas bez papildu mijiedarbības.

Brand Authority - Zīmola uzticība un atpazīstamība, kas var ietekmēt ranžējumu un klikšķu uzvedību.

Brand Mention - Jebkura zīmola pieminēšana tiešsaistē, ar saiti vai bez tās.

Brand Mention Link Building - Nesaistītu zīmola pieminējumu pārvēršana atpakaļsaitēs, sazinoties ar izdevēju.

Branded Anchor Text - Ankura teksts, kas izmanto zīmola nosaukumu kā saites tekstu.

Branded Content - Saturs, kas izceļ konkrētu zīmolu vai ir veidots ap to.

Branded Keyword - Meklēšanas vaicājums, kas satur zīmola vai produkta nosaukumu.

Branded SEO - Optimizēšana meklēšanas vaicājumiem, kas satur jūsu zīmola nosaukumu.

Breadcrumb Navigation - Sekundāras navigācijas pēdas, kas parāda lapas vietu vietnes hierarhijā.

Broad Match Keyword - Atbilstības veids Google Ads, kas aktivizē reklāmas saistītiem meklējumiem, ne tikai precīzam terminam.

Broken Link Building - Bojātu saišu atrašana citās vietnēs un savas atbilstošās lapas piedāvāšana kā aizstājēju.

Brotli - Mūsdienīgs saspiešanas algoritms, kas saraušina teksta failus ātrākai lapas piegādei.

Browser - Programmatūra, kas pieprasa, atveido un parāda tīmekļa lapas, piemēram, Chrome vai Safari.

Bundling - Vairāku JavaScript vai CSS failu apvienošana mazākā failu skaitā, lai samazinātu pieprasījumu skaitu.

Byline Trust - Uzticības signāli, kas izriet no skaidri norādīta un ticama autora paraksta.

C

Cache - Īslaicīgi saglabātas failu kopijas, kas ļauj ātrāk ielādēt lapas atkārtotos apmeklējumos.

Cache-Control - HTTP galvene, kas pārlūkiem un CDN paziņo, cik ilgi paturēt saglabātos resursus.

Caching - Resursu kopiju saglabāšana, lai tos varētu piegādāt ātrāk un samazinātu servera slodzi.

Call to Action (CTA) - Aicinājums, kas virza lietotājus uz konkrētu darbību, piemēram, «Pirkt tagad» vai «Pierakstīties».

Canonical URL - Lapas vēlamā versija, ko meklētājprogrammām vajadzētu indeksēt, ja pastāv dublētas vai līdzīgas lapas. Pazīstams arī kā Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Process, kurā izvēlas un atzīmē vēlamu URL starp dublētām vai gandrīz dublētām lapām.

Carousel - SERP funkcija ar horizontālu ritināšanu, kas parāda vairākus rezultātus, attēlus vai kartītes.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Divu burtu augstākā līmeņa domēns, kas saistīts ar valsti, piemēram, .lv vai .de, kas bieži kalpo kā ģeomērķēšanas signāls.

CDN (Content Delivery Network) - Izklaidēts serveru tīkls, kas piegādā saturu no vietas tuvu katram lietotājam.

Channel - Trafika grupēšana pēc avota, piemēram, organiskā, maksas, novirzīšanas vai tiešā.

Churn and Burn SEO - Agresīvas black hat taktikas, kas paredzētas, lai ātri ierindotu vietni, pirms tā neizbēgami tiek sodīta.

Citation - Uzņēmuma vai avota pieminēšana tiešsaistē, jo īpaši tā nosaukuma, adreses un tālruna numura.

Citation Building - Aktīva konsekvētu uzņēmumu ierakstu veidošana katalogos un platformās.

Citation Flow - Majestic rādītājs, kas prognozē URL ietekmi, pamatojoties uz to norādošo saišu skaitu.

Citation Grounding - MI ģenerētas atbildes nostiprināšana pārbaudāmos avotos, lai samazinātu halucinācijas.

Click Potential - Semrush rādītājs, kas novērtē, cik iespējams, ka atslēgvārda SERP radīs organiskus klikšķus.

Click Share - Daļa no visiem pieejamajiem klikšķiem atslēgvārdu kopai, ko iegūst domēns.

Clickbait - Sensacionāli virsraksti, kas radīti, lai vilinātu klikšķus, bieži solot vairāk, nekā saturs sniedz.

Clickstream Data - Anonimizēti dati par lietotāju patiesajiem navigācijas un klikšķu ceļiem, izmantoti meklēšanas rādītāju novērtēšanai.

Client-Side Rendering (CSR) - Lapas satura atveidošana pārlūkā, izmantojot JavaScript, nevis serverī.

Cloaking - Atšķirīga satura rādīšana meklētājprogrammām un lietotājiem - black hat vadlīniju pārkāpums. Pazīstams arī kā Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Programmatūra vietnes satura veidošanai, pārvaldīšanai un publicēšanai bez manuālas kodēšanas, piemēram, WordPress.

Cold Outreach - Cilvēku uzrunāšana bez iepriekšējas attiecības, piemēram, lai piedāvātu saiti vai sadarbību.

Cold Start - Grūtības, ar kurām saskaras pilnīgi jauna vietne vai lapa, ranžējoties, pirms tā uzkrājusi signālus vai vēsturi.

Commercial Investigation Query - Meklējums, kurā lietotājs pēta un salīdzina produktus pirms iespējamās pirkšanas.

Common Keywords - Atslēgvārdi, par kuriem kopā ierindojas divi vai vairāki konkurējoši domēni.

Competitive Density - Semrush rādītājs no 0 līdz 1, kas parāda, cik intensīvi reklāmdevēji konkurē par atslēgvārdu.

Competitor Analysis - Konkurentu stratēģiju, atslēgvārdu un saišu izpēte, lai vadītu jūsu pašu SEO lēmumus.

Competitor Backlink Analysis - Konkurentu atpakaļsaišu izpēte, lai atrastu saišu iespējas, ko arī jūs varat izmantot.

Competitors in Google Ads - Domēni, kas licitē par tiem pašiem maksas atslēgvārdiem kā jūs.

Competitors in Organic Search - Domēni, kas konkurē ar jums par tiem pašiem organiskajiem atslēgvārdiem.

Computer-Generated Content - Saturs, ko ražo programmatūra vai MI, nevis raksta cilvēks.

Content - Teksts, attēli, video un citi materiāli lapā, kas sniedz vērtību lietotājiem.

Content Curation - Labākā esošā satura par tēmu atlase, sakārtošana un dalīšanās ar to.

Content Decay - Pakāpenisks trafika un ranžējuma zudums, saturam novecojot vai kļūstot mazāk konkurētspējīgam.

Content Federation - Tā paša satura izplatīšana pa vairākām platformām vai partneru vietnēm.

Content Fingerprints - Unikāli paraksti, ko meklētājprogrammas aprēķina no satura, lai atklātu dublikātus un gandrīz dublikātus.

Content Gap - Tēma vai vaicājums, ko jūsu vietne vēl nesedz, bet ko vēlas konkurenti vai lietotāji.

Content Gap Analysis - Jūsu satura salīdzināšana ar konkurentu saturu, lai atrastu trūkstošās tēmas un atslēgvārdu iespējas.

Content Hub - Centrāla lapa, kas saista uz saistīta satura kopu par tēmu.

Content Marketing - Vērtīga satura veidošana un izplatīšana, lai piesaistītu, iesaistītu un noturētu auditoriju.

Content Negotiation - Servera puses mehānisms, kas piegādā dažādas resursa versijas, pamatojoties uz pieprasījuma galvenēm, piemēram, valodu.

Content Pruning - Zemas vērtības lapu noņemšana vai apvienošana, lai paaugstinātu vietnes kopējo kvalitāti. Pazīstams arī kā Pruning.

Content Relevance - Cik labi lapas saturs atbilst vaicājumam un lietotāja pamatā esošajam nodomam.

Content Silo - Saistīta satura grupēšana cieši tematiskās sadaļās.

Content Spinning - Satura automatiska pārformulēšana, lai radītu neskaitāmas gandrīz dublētas versijas, ko meklētājprogrammas neatbalsta.

Content Syndication - Satura izplatīšana trešo pušu vietnēs, ideālā gadījumā ar kanonisko saiti uz oriģinālu.

Content Velocity - Temps, kādā jauns saturs tiek publicēts noteiktā laika periodā.

Content-Based Classifier - Mašīnmācīšanās sistēma, kas klasificē lapas, analizējot to saturu.

Contextual Link - Saite, kas ievietota lapas galvenajā tekstā un ko ieskauj tematiski saistīts teksts.

Conversion - Pabeigta vēlamā darbība, piemēram, pirkums, pierakstīšanās vai veidlapas iesniegšana.

Conversion (Goal) - Konkrēta darbība, kas iestatīta izsekošanai kā konversija analītikas rīkā.

Conversion Rate - Apmeklētāju procentuālā daļa, kas veic vēlamu darbību.

Copied Content - Saturs, kas dublēts no cita avota bez būtiskas oriģinālas vērtības.

Core Web Vitals (CWV) - Google lietotāja pieredzes rādītāju kopums (LCP, INP un CLS), kas mēra ielādi, interaktivitāti un vizuālo stabilitāti.

Cornerstone Content - Jūsu svarīgākās un visaptverošākās lapas, par kurām visvairāk vēlaties ierindoties galvenajās tēmās.

Cost % - Rādītājs, kas izsaka reklāmas izmaksas vai maksas trafika procentuālo daļu atslēgvārdam.

CPA (Cost Per Acquisition) - Vidējās izmaksas, lai iegūtu konversiju vai klientu, izmantojot reklāmu.

CPC (Cost Per Click) - Summa, ko reklāmdevējs maksā katru reizi, kad lietotājs noklikšķina uz viņa reklāmas.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Izmaksas par tūkstoš reklāmas rādījumiem, kur M apzīmē latīņu mille (tūkstotis).

Crawl Anomaly - Search Console etiķete nenoteiktai pārmeklēšanas kļūdai, bieži negaidītai 4xx vai 5xx atbildei.

Crawl Budget - Lapu skaits, ko meklētājprogramma pārmeklē vietnē noteiktā laika periodā.

Crawl Delay - Direktīva, kas lūdz robotus gaidīt starp pieprasījumiem; daži dzinēji, piemēram, Bing, to ievēro, Google to ignorē.

Crawl Demand - Cik ļoti meklētājprogramma vēlas pārmeklēt vietni, atkarībā no tās popularitātes un svaiguma.

Crawl Depth - Cik klikšķu attālumā no sākumlapas atrodas lapa, kas ietekmē, cik viegli to pārmeklē.

Crawl Efficiency - Cik labi vietnes pārmeklēšanas budžets tiek tērēts vērtīgiem, indeksējamiem URL, nevis izšķiests.

Crawl Error - Problēma, kas neļauj meklētājprogrammai veiksmīgi piekļūt URL.

Crawl Rate Limit - Maksimālais pārmeklēšanas ātrums, ko meklētājprogramma izmanto, lai nepārslogotu serveri.

Crawl Trap - Vietnes struktūra, piemēram, bezgalīgi URL parametri, kas notur robotus zemas vērtības lapās un izšķiež pārmeklēšanas budžetu. Pazīstams arī kā Spider Trap.

Crawlability - Cik viegli meklētājprogrammu roboti var piekļūt vietnes lapām un tās pārmeklēt.

Crawled but Not Indexed - Search Console statuss, kurā lapa ir pārmeklēta, bet apzināti izlaista no indeksa.

Crawler - Automatizēta programma, kas pārlūko tīmekli, lai atklātu, iegūtu un nodotu lapas indeksēšanai. Pazīstams arī kā Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Instrukcijas robots.txt, meta robots vai HTTP galvenēs, kas robotiem norāda, kā pārmeklēt vai indeksēt.

Crawling - Process, kurā meklētājprogrammu roboti atklāj un iegūst tīmekļa lapas.

Critical Rendering Path - Soļu secība, ko pārlūks iziet, lai pārvērstu HTML, CSS un JavaScript atveidotos pikseļos.

CRM - Klientu attiecību pārvaldības programmatūra, ko izmanto potenciālo klientu, klientu un pārdošanas mijiedarbību izsekošanai.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Sistemātiska vietnes uzlabošana, lai palielinātu konvertējošo apmeklētāju īpatsvaru.

Cross-Linking - Saistītu lapu savstarpēja saistīšana, lai izplatītu nozīmīgumu un palīdzētu navigācijai.

CSS (Cascading Style Sheets) - Valoda, kas kontrolē tīmekļa lapu vizuālo noformējumu un izkārtojumu.

CTR (Click-Through Rate) - Rādījumu daļa, kas noved pie klikšķa.

CTR Manipulation - Klikšķu biežuma mākslīga uzpūšana, mēģinot ietekmēt ranžējumu - manipulatīva taktika.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Core Web Vital rādītājs, kas mēra, cik negaidīti lapas elementi pārvietojas ielādes laikā.

Curated Content - Trešo pušu saturs, kas apkopots un pasniegts kopā ar papildu kontekstu vai komentāru.

Customer Journey - Viss ceļš, ko klients iziet no pirmās iepazīšanās, caur pirkumu un tālāk.

D

<!DOCTYPE html> - Deklarācija HTML dokumenta sākumā, kas pārlūkam norāda izmantot standarta režīmu.

Data - Neapstrādāti fakti un skaitļi, kas savākti analīzei.

Data Sampling - Reprezentatīva datu parauga analīze, nevis visa kopa, kas var samazināt pārskatu precizitāti.

Dead-End Page - Lapa bez izejošām saitēm, kas neļauj lietotājiem un robotiem doties tālāk.

Declined Keywords - Atslēgvārdi, kuru ranžējuma pozīcijas kādā periodā ir kritušas vietnei.

Deep Link - Saite, kas ved uz konkrētu iekšējo lapu, nevis uz vietnes sākumlapu.

Deindexing - Lapu noņemšana no meklētājprogrammas indeksa.

Demographics - Auditorijas statistiskās pazīmes, piemēram, vecums, dzimums un atrašanās vieta.

Destination Site - Vietne, uz kuru saite vai kampaņa ved lietotājus.

Digital PR - Zīmola pieminējumu un saišu nopelnīšana no medijiem un publikācijām, izmantojot ziņu vērtīgus stāstus.

Direct Traffic - Apmeklējumi no lietotājiem, kas nonāk vietnē bez novirzīšanas avota, piemēram, ievadot URL.

Directory Links - Atpakaļsaites no tiešsaistes uzņēmumu katalogiem vai tīmekļa katalogiem.

Disallow - Robots.txt direktīva, kas robotiem norāda nepieklūt norādītajiem ceļiem.

Disavow - Lūgums Google ignorēt konkrētas atpakaļsaites, novērtējot jūsu vietni.

Disavow File - Teksta fails, kurā uzskaitīti domēni vai URL, ko vēlaties, lai Google ignorē.

Disavow Tool - Rīks Google Search Console, lai iesniegtu sarakstu ar atpakaļsaitēm, kas Google jāignorē.

Discovered but Not Indexed - Search Console statuss, kurā Google atradis URL, bet vēl nav to pārmeklējis un indeksējis.

Display Ads - Vizuālas, baneriem līdzīgas reklāmas, kas parādās vietnēs caur reklāmu tīkliem.

Distance - Lokālajā SEO - cik tālu uzņēmums atrodas no meklētāja, galvenais lokālais ranžēšanas faktors. Pazīstams arī kā Proximity.

DNS (Domain Name System) - Sistēma, kas pārvērš lasāmus domēnu nosaukumus IP adresēs, ko izmanto serveri.

Dofollow Link - Parasta saite, kas pārsūta ranžēšanas signālus - noklusējuma stāvoklis, kad neviens rel atribūts to neierobežo.

DOM (Document Object Model) - Lapas strukturēta atmiņas attēlojuma, ko izveido pārlūks un ko skripti var lasīt un mainīt.

DOM Size - Mezglu skaits lapas DOM, kas pārmērīgā daudzumā var palēnināt atveidošanu.

Domain - Vietnes lasāmā adrese, piemēram, example.com.

Domain Age - Cik ilgi domēns ir reģistrēts, dažkārt minēts kā sekundārs uzticības signāls.

Domain Authority (DA) - Moz patentētais rādītājs no 0 līdz 100, kas prognozē, cik labi domēns varētu ierindoties.

Domain Name - Reģistrētais nosaukums, kas identificē vietni, piemēram, example.com.

Domain Name Registrar - Uzņēmums, kas akreditēts domēnu nosaukumu reģistrēšanai un pārvaldīšanai.

Domain Rating (DR) - Ahrefs rādītājs no 0 līdz 100, kas mēra domēna atpakaļsaišu profila stiprumu.

Domain Structure - Veids, kā vietnes domēns, apakšdomēni un katalogi ir organizēti.

Doorway Page - Zemas vērtības lapa, kas radīta tikai, lai ierindotos meklējumos un novirzītu lietotājus citur, pretrunā ar vadlīnijām. Pazīstams arī kā Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Uz privātumu vērsta tīmekļa meklētājprogramma.

Duplicate Content - Identisks vai ļoti līdzīgs saturs, kas parādās vairāk nekā vienā URL.

Dwell Time - Cik ilgi lietotājs uzkavējas lapā pēc klikšķa uz meklēšanas rezultāta, pirms atgriežas SERP.

Dynamic URL - URL, kura saturs atkarīgs no vaicājuma parametriem un kas bieži satur tādas rakstzīmes kā ? un &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Google kvalitātes ietvars no vērtētāju vadlīnijām, kas iepriekšējam E-A-T pievienoja Pieredzi.

Ecommerce - Preču vai pakalpojumu pirkšana un pārdošana tiešsaistē.

Ecommerce SEO - Tiešsaistes veikalu un to kategoriju un produktu lapu optimizēšana organiskajai meklēšanai.

Edge Caching - Satura kešošana serveros tīkla malā, tuvu lietotājiem, ātrākai piegādei.

Edge SEO - SEO izmaiņu ieviešana CDN vai tīkla malas līmenī, nemainot vietnes pirmkodu.

Edge SEO Testing - SEO eksperimentu veikšana caur tīkla malas vai CDN slāni.

Editorial Link - Atpakaļsaite, kas nopelnīta dabiski pēc pašu nopelniem, neprasot un nemaksājot par to.

Ego Bait - Saturs, kas glaimo ietekmīgiem cilvēkiem, lai nopelnītu viņu saites vai dalīšanos.

Email Outreach - Cilvēku uzrunāšana ar personiskiem e-pastiem, lai piedāvātu saturu, saiti vai sadarbību.

Engagement - Cik lielā mērā lietotāji mijiedarbojas ar jūsu saturu.

Engagement Metrics - Lietotāju mijiedarbības mērījumi, piemēram, laiks lapā, ritināšanas dziļums vai klikšķi.

Engagement Rate - GA4 - sesiju procentuālā daļa, kas bija iesaistītas sesijas.

Enterprise SEO - SEO, kas veikts lielā mērogā vietnēm ar tūkstošiem lapu un sarežģītām organizācijām.

Entities - Skaidri definētas, atšķirīgas lietas - cilvēki, vietas, zīmoli, jēdzieni - ko meklētājprogrammas atpazīst un sasaista.

Entity Grounding - Satura vai MI atbildes nostiprināšana zināmā entītijā, lai nozīme būtu nepārprotama.

Entity-Based SEO - Optimizēšana ap skaidri definētām entītijām un attiecībām starp tām, ne tikai ap atslēgvārdiem.

Entry Page - Pirmā lapa, uz kuru apmeklētājs nonāk sesijas laikā.

Estimated Accuracy - Semrush rādītājs par to, cik uzticams ir konkrēts trafika vai atslēgvārda novērtējums.

Estimated Traffic - SEO rīka aptuvenš novērtējums par to, cik daudz organiskā trafika saņem vietne vai lapa.

ETag - HTTP galvene, kas identificē konkrētu resursa versiju, lai to varētu efektīvi kešot.

Event Rich Results - Uzlaboti meklēšanas rezultāti, kas parāda pasākuma detaļas, piemēram, datumu un vietu, no strukturētiem datiem.

Evergreen Content - Saturs, kas paliek aktuāls un noderīgs ilgi pēc publicēšanas.

Exact Match Anchor Text - Ankura teksts, kas precīzi atbilst mērķa atslēgvārdam lapā, uz kuru tas saista.

Exact Match Keyword - Atslēgvārds, kas tiek mērķēts tā precīzajā formā; Google Ads - atbilstības veids, kas aktivizē reklāmas tikai par šo terminu vai tuvām variācijām.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Iepriekšējā Google satura kvalitātes ietvara versija, pirms tika pievienota Pieredze.

External Link / Outbound Link - Saite jūsu lapā, kas ved uz citu vietni.

F

Faceted Navigation - Uz filtriem balstīta navigācija lielās vai komerciālās vietnēs, kas var radīt neskaitāmas pārmeklējamu URL kombinācijas.

FAQ Rich Result - Uzlabots rezultāts, kas parāda izvēršamus jautājumus un atbildes no strukturētiem FAQ datiem.

FAQ Schema - Strukturēti dati, kas atzīmē jautājumu un atbilžu pārus; Google tagad rāda uzlabotus FAQ rezultātus tikai autoritatīvām vietnēm.

Favicon - Mazs ikona, kas pārstāv vietni pārlūka cilnēs un blakus dažiem meklēšanas rezultātiem.

Featured Image - Galvenais reprezentatīvais attēls, kas piešķirts ierakstam vai lapai, izmantots sīktēliem un dalīšanai.

Featured Snippet - Izcelta atbilde, kas parādās dažu meklēšanas rezultātu augšpusē, ņemta no ranžējošas lapas.

Fetch and Render - Pārbaude, kā Googlebot iegūst un vizuāli atveido lapu, lai atklātu pārmeklēšanas vai atveidošanas problēmas.

Fetch and Render Tool - Novecojis Search Console rīks, kas parādīja, kā Googlebot ieguva un atveidoja URL.

File Compression - Faila izmēra samazināšana, lai ietaupītu joslas platumu un paātrinātu lapas ielādi.

First Contentful Paint (FCP) - Veiktspējas rādītājs, kas atzīmē laiku līdz pirmā teksta vai attēla uzzīmēšanai ekrānā.

First Link Priority - Ideja, ka Google varbūt skaita tikai pirmo saiti uz konkrētu URL lapā un ignorē vēlākos dublikātus.

Focus Keyword - Vienīgais galvenais atslēgvārds, par kuru lapa ir optimizēta ranžēties.

Follow-Up - Atgādinājuma ziņa, kas nosūtīta pēc tam, kad sākotnējais e-pasts palicis bez atbildes.

Footer Link - Saite, kas ievietota vietnes kājenē un bieži parādās visās lapās.

Freshness - Cik nesen saturs ir publicēts vai atjaunināts - ranžēšanas faktors laikjutīgiem vaicājumiem.

FTP (File Transfer Protocol) - Standarta protokols failu pārsūtīšanai starp klientu un serveri.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Pašreizējā, uz notikumiem balstītā Google Analytics versija, kas 2023. gadā aizstāja Universal Analytics.

Gated Content - Saturs, kuram apmeklētājs piekļūst tikai pēc savu kontaktinformācijas sniegšanas.

Gateway Timeout (504) - HTTP 504 statuss, kas tiek atgriezts, kad vārtejas serveris savlaicīgi nesaņem atbildi no augšupplūsmas servera.

GBP Optimization - Google Business profila uzlabošana, lai tas labāk ierindotos un vairāk konvertētu lokālajos rezultātos.

GDPR - ES Vispārīgā datu aizsardzības regula, kas regulē personas datu apstrādi.

GEO (Generative Engine Optimization) - Satura optimizēšana tā, lai to parādītu un citētu MI ģeneratīvās meklētājprogrammas.

GEO (Geolocation Optimization) - Vietnes optimizēšana uz atrašanās vietu balstītiem signāliem un mērķēšanai lokālajos meklējumos.

Geo-Targeting - Satura vai reklāmu rādīšana lietotājiem, pamatojoties uz viņu ģeogrāfisko atrašanās vietu.

Geographic Modifiers - Atrašanās vietas vārdi, kas pievienoti atslēgvārdam, piemēram, «santehniķis Rīga», lai mērķētu lokālu nodomu.

Google - Pasaulē visvairāk izmantotā tīmekļa meklētājprogramma un uzņēmums, kas to vada.

Google Ads - Google maksas-par-klikšķi reklāmas platforma, agrāk pazīstama kā AdWords.

Google Ads Keyword - Atslēgvārds, kas tiek mērķēts Google Ads kampaņā, lai aktivizētu maksas reklāmas.

Google AdSense - Google programma, kas ļauj izdevējiem nopelnīt naudu, rādot reklāmas savās vietnēs.

Google Alerts - Bez maksas Google pakalpojums, kas sūta e-pasta paziņojumus, kad jauns saturs atbilst izvēlētam vaicājumam.

Google Algorithm - Ranžēšanas sistēmu kopums, ko Google izmanto, lai sakārtotu meklēšanas rezultātus. Pazīstams arī kā Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Izmaiņas Google ranžēšanas sistēmās, kas var mainīt to, kā vietnes ierindojas. Pazīstams arī kā Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Google bezmaksas platforma vietnes trafika un lietotāju uzvedības mērīšanai.

Google Analytics Goals - Konversijas, kas tika iestatītas Universal Analytics; GA4 tās aizstāja ar konversijām un galvenajiem notikumiem.

Google Autocomplete - Meklēšanas ieteikumi, ko Google piedāvā, lietotājam ievadot vaicājumu.

Google Bowling - Black hat mēģinājums panākt konkurenta sodīšanu, virzot uz viņa vietni zemas kvalitātes saites.

Google Business Profile (GBP) - Bez maksas Google ieraksts, kas pārvalda, kā uzņēmums parādās Meklēšanā un Maps. Pazīstams arī kā Google My Business.

Google Caffeine - 2010. gada indeksēšanas infrastruktūras atjauninājums, kas ļāva Google indeksēt saturu ātrāk un svaigāk.

Google Dance - Slenga termins ranžējuma nestabilitātei, ko piedzīvo jauna vietne vai lapa, kamēr Google nosaka tās vietu.

Google Fred - Google 2017. gada atjauninājums, parasti saistīts ar plāna, reklāmu pārslogota, zemas vērtības satura pazemināšanu.

Google Keyword Planner - Rīks Google Ads, kas sniedz atslēgvārdu idejas un meklēšanas apjoma novērtējumus.

Google Looker Studio - Bez maksas Google rīks interaktīvu pārskatu un informācijas paneļu veidošanai no jūsu datiem, agrāk Data Studio.

Google Maps - Google karšu pakalpojums, galvenais lokālajai atklāšanai un lokālajai SEO.

Google Mobile-Friendly Test - Google rīks, lai pārbaudītu, cik viegli lapu izmantot mobilajās ierīcēs.

Google PageSpeed Insights - Bez maksas Google rīks, kas ziņo par lapas veiktspēju un Core Web Vitals ar uzlabojumu padomiem.

Google Penalty - Pazemināšana vai noņemšana, ko Google piemēro par vadlīniju pārkāpumiem, jo īpaši ar manuālām darbībām.

Google Pigeon - Google 2014. gada atjauninājums, kas uzlaboja lokālo meklēšanas rezultātu nozīmīgumu un precizitāti.

Google Pirate - Google 2012. gada atjauninājums, kas pazemina vietnes ar daudzām derīgām autortiesību (DMCA) noņemšanas sūdzībām.

Google Possum - Google 2016. gada atjauninājums, kas dažādoja lokālos rezultātus, pamatojoties uz meklētāja atrašanās vietu un filtrēšanu.

Google Quality Guidelines - Google noteikumi, kas definē pieņemamu praksi, tagad izteikti ar pretmēstuļu politikām un Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Google bezmaksas platforma vietnes indeksēšanas, meklēšanas veiktspējas un tehnisko problēmu uzraudzībai. Pazīstams arī kā Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Īpašas komandas, piemēram, site: vai intitle:, kas precizē un filtrē Google meklējumus.

Google Search Text Ads - Maksas, uz tekstu balstītas reklāmas, kas parādās starp Google meklēšanas rezultātiem.

Google Tag Manager - Bezmaksas Google rīks mārketinga un analītikas tagu ieviešanai un pārvaldīšanai, nerediģējot kodu.

Google Top Heavy Update - Google 2012. gada atjauninājums, kas pazemina lapas ar pārāk daudzām reklāmām virs ekrāna locījuma.

Google Trends - Bezmaksas Google rīks, kas parāda meklējumu relatīvo popularitāti laika gaitā.

Google Webmaster Guidelines - Iepriekšējais Google vietņu vadlīniju nosaukums, tagad Google Search Essentials.

Googlebot - Google tīmekļa robots, kas atklāj un iegūst lapas meklēšanas indeksam.

Gray Hat SEO - Taktikas starp white hat un black hat metodēm, kas saistītas ar lielāku risku nekā pilnībā godīga SEO.

Guest Blogging - Ieraksta rakstīšana un publicēšana citā vietnē, bieži lai veidotu autoritāti un nopelnītu saites.

Guest Posting - Satura publicēšana cita cilvēka vietnē, parasti kā taktika atpakaļsaišu iegūšanai.

Guestographic - Infografika, ko jūs izveidojat un ko publicē cita vietne, parasti ar saiti atpakaļ uz jums.

Gzip - Plaši izmantota saspiešanas metode, kas saraušina failus ātrākai piegādei.

H

H1 Tag - Augstākā līmeņa HTML virsraksts, parasti izmantots lapas galvenajam nosaukumam.

H2 / H3 Tags - Apakšvirsrakstu tagi, kas organizē satura sadaļas zem H1.

Hallucination Suppression - Metodes, kas samazina MI modeļa tendenci ģenerēt nepatiesus vai nepamatotus apgalvojumus.

Head Term - Īss, plašs atslēgvārds ar lielu apjomu, pretstats garās astes atslēgvārdam.

Header Tags - HTML virsrakstu tagi no H1 līdz H6, kas strukturē saturu pēc svarīguma. Pazīstams arī kā Heading Tags.

Helpful Content Update - Google iniciatīva, kas uzsākta 2022. gadā un vēlāk integrēta pamata ranžēšanā, kas atalgo noderīgu, uz cilvēku vērstu saturu.

Hidden Text - Teksts, kas paslēpts no lietotājiem, bet redzams robotiem - manipulatīva black hat taktika.

Hilltop Algorithm - 2000. gadu sākuma algoritms, kas atrod autoritatīvas lapas caur saitēm no ekspertu lapām par tēmu.

Historical Data - Dati par iepriekšējo veikspēju, izmantoti tendenču un izmaiņu atklāšanai laika gaitā.

Hit - Katrs atsevišķs pieprasījums serverim pēc faila, piemēram, lapas, attēla vai skripta. Pazīstams arī kā Website Hit.

Holistic SEO - Visu vietnes aspektu - satura, tehnikas un UX - uzlabošana, nevis izolētas taktikas.

Home Page - Vietnes galvenā ieejas lapa, parasti saknes URL.

Homepage Link - Atpakaļsaite, kas ved uz vietnes sākumlapu, nevis uz iekšējo lapu.

Host Status - Search Console sadaļa, kas ziņo, vai Google bija problēmas ar jūsu resursdatora pārmeklēšanu, piemēram, robots.txt, DNS vai servera problēmas.

Hostload - Cik daudz pārmeklēšanas serveris iztur, pirms riskē tikt pārslogots.

HowTo Rich Result - Uzlabots rezultāts, kas parāda soli pa solim instrukcijas no strukturētiem HowTo datiem, ko Google kopš tā laika ir pārtraucis.

Hreflang - Atribūts, kas Google norāda par lapas valodas un reģiona variantiem.

Hreflang Attribute - Konkrētais rel-alternate hreflang marķējums, kas norāda lapas valodu un reģionu.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Atbildes galvene, kas piespiež pārlūkus savienoties ar vietni tikai caur HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Marķēšanas valoda, kas strukturē tīmekļa lapu saturu.

HTML Sitemap - Lasāma lapa, kurā uzskaitītas vietnes lapas, lai palīdzētu lietotājiem un robotiem navigēt.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Protokols, ko pārlūki un serveri izmanto, lai apmainītos ar tīmekļa datiem.

HTTP/2 - Nozīmīga HTTP pārskatīšana, kas paātrina ielādi, multipleksējot daudzus pieprasījumus pa vienu savienojumu.

HTTP/3 - Jaunākā HTTP versija, kas darbojas caur QUIC, nodrošinot mazāku latentumu un uzticamākus savienojumus.

HTTPS - Šifrētā, drošā HTTP versija, kas aizsargā datus pārsūtīšanas laikā, izmantojot TLS.

Hub - Centrāla lapa, kas organizē un saista uz saistīta satura par tēmu.

Hub and Spoke Model - Satura struktūra ar centrālo mezgla lapu, kas saista uz saistītām, konkrētākām apakšlapām.

Hummingbird - Google 2013. gada algoritma pārskatīšana, kas pārcēla fokusu uz vaicājuma nozīmi un nodomu. Pazīstams arī kā Google Hummingbird.

Hydration - Process, kurā klienta puses JavaScript pievieno interaktivitāti serverī atveidotam HTML.

I

Image Carousel - SERP funkcija, kas parāda attēlu rindu ar horizontālu ritināšanu.

Image Compression - Attēlu faila izmēra samazināšana, lai paātrinātu lapas ielādi, nesabojājot kvalitāti.

Image Filename - Attēla faila aprakstošais nosaukums, sekundārs signāls attēlu SEO.

Image Pack - SERP funkcija, kas parāda grupētu attēlu bloku starp meklēšanas rezultātiem.

Image SEO - Attēlu optimizēšana, ieskaitot faila nosaukumu, alt tekstu un izmēru, meklēšanai un veikspējai.

Image Sitemap - Vietnes karte vai tās paplašinājums, kurā uzskaitīti attēli, lai palīdzētu meklētājprogrammām tos atklāt.

Image Title - Attēla title atribūts, kas parādās kā rīka padoms, ar sekundāru nozīmi SEO.

Impression - Viena reize, kad jūsu ieraksts vai reklāma parādās meklēšanas rezultātos.

Impression Share - Google Ads - rādījumu daļa, ko saņēmat no tiem, par kuriem bijāt tiesīgs.

Improved Keywords - Atslēgvārdi, kuru ranžējuma pozīcijas kādā periodā ir uzlabojušās vietnei.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Next.js tehnika, kas atjauno atsevišķas statiskas lapas pēc pieprasījuma pēc vietnes izvietošanas.

Index - Lapu datubāze, ko meklētājprogramma ir saglabājusi un var atgriezt rezultātos.

Index Bloat - Kad pārāk daudz zemas vērtības lapu tiek indeksētas un atšķaida vietnes kopējos kvalitātes signālus.

Index Coverage Report - Search Console pārskats, kas parāda, kuras lapas ir indeksētas un kāpēc citas nav. Pazīstams arī kā Page Indexing Report.

Indexability - Vai lapu ir atļauts un to var pievienot meklētājprogrammas indeksam.

Indexation Rate - Vietnes lapu procentuālā daļa, ko meklētājprogramma faktiski indeksē.

Indexing - Process, kurā lapa tiek analizēta un pievienota meklētājprogrammas indeksam.

IndexNow - Protokols, kas ļauj vietnēm nekavējoties paziņot iesaistītajiem dzinējiem, piemēram, Bing un Yandex, par mainītajiem URL.

Infographic - Vizuāls informācijas vai datu attēlojums, bieži radīts, lai piesaistītu saites.

Information Gain - Cik daudz jaunas, unikālas informācijas lapa pievieno papildus tam, ko ranžējošās lapas jau aptver.

Informational Query - Meklējums, kurā lietotājs vēlas mācīties vai atrast informāciju, nevis pirkt.

Intent Cluster - Atslēgvārdu vai vaicājumu grupa, kam ir tas pats pamatā esošais meklēšanas nodoms.

Interaction to Next Paint (INP) - Core Web Vital rādītājs, kas mēra, cik ātri lapa reaģē uz lietotāja mijiedarbībām; 2024. gadā aizstāja FID.

Internal Link - Saite no vienas lapas uz citu lapu tajā pašā vietnē.

Internal Linking - Saistīšana starp lapām tajā pašā vietnē, lai palīdzētu navigācijai un izplatītu autoritāti.

International SEO - Vietnes optimizēšana, lai mērķētu lietotājus vairākās valstīs un valodās.

IP Address - Skaitlisks marķējums, kas identificē ierīci vai serveri tīklā.

J

JavaScript (JS) - Programmēšanas valoda, kas tīmekļa lapām pievieno interaktivitāti un dinamisku uzvedību.

JavaScript SEO - Prakse, kā padarīt ar JavaScript bagātas vietnes pārmeklējamas un indeksējamas meklētājprogrammām.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Formāts, ko Google iesaka strukturētu datu pievienošanai lapai ar skripta bloku.

K

Kanban - Vizuāls dēlis, kas pārvalda uzdevumus un darbplūsmu kā kartītes, kas pārvietojas pa kolonnām.

Keyword - Vārds vai frāze, ko cilvēki ievada meklētājprogrammās un ko jūs optimizējat, lai mērķētu.

Keyword (Google Ads) - Termins, par kuru reklāmdevējs licitē, lai varētu aktivizēt maksas reklāmas.

Keyword (Not Provided) - Atslēgvārdu dati, ko Google slēpj no analītikas, atzīmēti kā not provided.

Keyword (Organic) - Termins, par kuru jūs cenšaties ierindoties organiskajos, neapmaksātajos meklēšanas rezultātos.

Keyword (Related) - Termins, kas semantiski saistīts ar jūsu galveno atslēgvārdu un atbalsta to pašu tēmu.

Keyword Analysis - Atslēgvārdu novērtēšana attiecībā uz nozīmīgumu, apjomu, grūtību un meklēšanas nodomu.

Keyword Cannibalization - Kad vairākas vietnes lapas konkurē par to pašu atslēgvārdu un vājina viena otras ranžējumu.

Keyword Categorization - Atslēgvārdu grupēšana tēmās vai kategorijās, lai organizētu stratēģiju un saturu.

Keyword Clustering - Cieši saistītu atslēgvārdu grupēšana, ko viena lapa var mērķēt kopā.

Keyword Competition - Konkurences līmenis, lai ierindotos organiski vai licitētu reklāmās par atslēgvārdu.

Keyword Density - Cik bieži atslēgvārds parādās attiecībā pret kopējo vārdu skaitu lapā.

Keyword Difficulty - Rīka rādītājs, kas novērtē, cik grūti būtu ierindoties par konkrētu atslēgvārdu.

Keyword Explorer - SEO rīka funkcija atslēgvārdu ideju atklāšanai un to rādītāju analīzei.

Keyword Frequency - Atslēgvārda neapstrādātais parādīšanās skaits saturā.

Keyword Funnel - Atslēgvārdu organizēšana pēc pirkšanas ceļa posma, ko tie atspoguļo.

Keyword Overview - Rīka pārskats, kas apkopo atslēgvārda galvenos rādītājus, piemēram, apjomu, grūtību un nodomu.

Keyword Prominence - Cik redzami un agri atslēgvārds parādās lapā, piemēram, nosaukumā vai pirmajā rindkopā.

Keyword Proximity - Cik tuvu viens otram mērķa atslēgvārdi parādās tekstā.

Keyword Ranking - Lapas pozīcija meklēšanas rezultātos par konkrētu atslēgvārdu. Pazīstams arī kā Keyword Rank.

Keyword Research - Auditorijas meklēto terminu atrašana un analīze, lai vadītu saturu un SEO.

Keyword Stemming - Vārda samazināšana līdz tā saknei, lai variācijas, piemēram, run un running, tiktu uztvertas kā saistītas.

Keyword Stuffing - Lapas pārslodģošana ar atslēgvārdiem, mēģinot manipulēt ar ranžējumu. Pazīstams arī kā Keyword Spam.

Knowledge Graph - Google entītiju un attiecību starp tām datubāze, izmantota rezultātu bagātināšanai. Pazīstams arī kā Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - SERP lodziņš, kas parāda galvenos faktus par entītiju, ņemtus no Knowledge Graph. Pazīstams arī kā Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Izmērāma vērtība, kas izseko progresu pret konkrētu mērķi.

L

Landing Page - Lapa, uz kuru apmeklētājs nonāk no kampaņas, izstrādāta, lai izsauktu vienu darbību.

Largest Contentful Paint (LCP) - Core Web Vital rādītājs, kas mēra laiku līdz lielākā redzamā elementa atveidošanai lapā.

Last Crawl - Jaunākais datums, kad meklētājprogramma pārmeklēja konkrētu lapu.

Last-Modified - HTTP galvene, kas klientiem norāda, kad resurss pēdējoreiz mainīts.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Dabiskās valodas tehnika, kas analizē attiecības starp dokumentiem un tajos esošajiem terminiem.

Lazy Loading - Ārpus ekrāna esošu attēlu vai resursu ielādes atlikšana, līdz tie nepieciešami, lai paātrinātu sākotnējo ielādi.

Lead - Potenciāls klients, kas izrādījis interesi, piemēram, sniedzot savu informāciju.

Lead Magnet - Bezmaksas stimuls, piemēram, e-grāmata, piedāvāts apmaiņā pret apmeklētāja kontaktinformāciju.

Link Accessibility - Vai saites var atklāt un sekot roboti, nevis tās ir paslēptas aiz skriptiem.

Link Attribution - Saites būtības signalizēšana ar rel atribūtiem, piemēram, nofollow, sponsored vai ugc.

Link Authority - Stiprums un uzticība, ko var pārsūtīt saistošā lapa.

Link Bait - Saturs, kas radīts īpaši, lai piesaistītu lielu skaitu atpakaļsaišu. Pazīstams arī kā Linkbait.

Link Building - Process, kā iegūt atpakaļsaites no citām vietnēm, lai uzlabotu autoritāti un ranžējumu.

Link Burst - Pēkšņs nesen iegūtu atpakaļsaišu pieaugums īsā laika periodā.

Link Churn - Dabiskā vietnes atpakaļsaišu zaudēšana un iegūšana laika gaitā.

Link Condom - Vecs slengs metodēm, piemēram, nofollow, kas neļauj saitei pārsūtīt ranžēšanas vērtību.

Link Distance - Saišu lēcienu skaits starp uzticamu avota vietni un konkrētu lapu.

Link Diversity - Vietnes atpakaļsaišu avotu, veidu un enkura tekstu daudzveidība.

Link Equity - Ranžēšanas vērtība, kas pārsūtīta no vienas lapas uz citu caur saiti.

Link Exchange - Savstarpēja vienošanās, kurā divas vietnes piekrīt saistīt viena uz otru.

Link Farm - Vietņu grupa, kas izveidota tikai, lai saistītu viena uz otru un manipulētu ar ranžējumu.

Link Gap - Atpakaļsaites, kas ir konkurentiem, bet nav jūsu vietnei.

Link Hoarding - Nevēlēšanās saistīt uz citām vietnēm, mēģinot paturēt visu saišu vērtību iekšēji.

Link Insert (Niche Edit) - Atpakaļsaites pievienošana esošam, jau publicētam rakstam citā vietnē.

Link Intersect - Analīze, kas atrod vietnes, kuras saista uz vairākiem jūsu konkurentiem, bet ne uz jums.

Link Juice - Neformāls termins ranžēšanas vērtībai, ko saite pārsūta savam mērķim.

Link Neighborhood - Vietņu kopa, uz kurām jūs saistāt un kuras saista uz jums, kas signalizē jūsu asociācijas.

Link Placement Quality - Cik vērtīga ir saites izvietojuma un apkārtējā konteksta vieta lapā.

Link Popularity - Uz vietni norādošo atpakaļsaišu skaits un kvalitāte.

Link Profile - Visu uz vietni norādošo atpakaļsaišu kopējais sastāvs.

Link Prospect - Vietne vai lapa, kas identificēta kā potenciāls atpakaļsaišu avots.

Link Reclamation - Zaudēto atpakaļsaišu atgūšana vai nesaistītu zīmola pieminējumu pārvēršana saitēs.

Link Relevancy - Cik tematiski saistīta ir saistošā lapa ar lapu, uz kuru tā saista.

Link Rot - Dabiskā saišu tendence laika gaitā kļūt bojātām, lapām pārvietojoties vai pazūdot.

Link Scheme - Jebkura saišu prakse, kas paredzēta ranžējuma manipulēšanai un pārkāpj Google vadlīnijas.

Link Spam - Nebūtiskas vai manipulatīvas saites, kas izvietotas, mēģinot ietekmēt ranžējumu.

Link Suppression - Kad meklētājprogramma devalvē vai ignorē saiti, lai tā nepārsūta ranžēšanas vērtību.

Link Toxicity - Cik lielā mērā atpakaļsaišu profils satur kaitīgas vai mēstuļu saites.

Link Velocity - Temps, kādā vietne iegūst vai zaudē atpakaļsaites laika gaitā.

Link Volume - Kopējais uz vietni vai lapu norādošo atpakaļsaišu skaits.

Linkable Asset - Augstas vērtības saturs, kas radīts īpaši, lai piesaistītu atpakaļsaites.

Linked Unstructured Citations - Uzņēmuma pieminējumi saturā, kas ietver saiti, bet ne strukturētu kataloga ierakstu.

Listicle Placement - Jūsu zīmola iekļaušana saraksta formāta rakstā citā vietnē.

Listing Management - Precīzu un konsekventu uzņēmuma ierakstu uzturēšana vairākās platformās.

LLM Visibility - Cik bieži un cik redzami zīmols parādās lielo valodas modeļu atbildēs.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Satura un entītijas optimizēšana tā, lai lielle valodas modeļi parādītu un citētu zīmolu savās atbildēs.

Local Ads - Maksas reklāmas, kas mērķē lokālu auditoriju, piemēram, Google Local Services Ads.

Local Business Schema - Strukturēti dati, kas apraksta lokālu uzņēmumu, piemēram, nosaukumu, adresi un darba laiku, meklētājprogrammām.

Local Citation - Jebkurš tiešsaistes pieminējums lokāla uzņēmuma nosaukumam, adresei un tālruņa numuram. Pazīstams arī kā Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Uzņēmuma nosaukuma, adreses un tālruņa numura saglabāšana identiska visos ierakstos.

Local Filtering - Kad Google filtrē līdzīgus lokālus uzņēmumus, kam ir kopīga atrašanās vieta vai tālruņa numurs, lai dažādotu rezultātus.

Local Finder - Paplašinātais lokālo rezultātu saraksts, kas parādās pēc tam, kad lietotājs noklikšķina tālāk no Local Pack.

Local Keyword Research - Meklēšanas terminu ar lokālu nodomu atrašana uzņēmuma apgabalam.

Local Listings - Uzņēmuma profili katalogos, kartēs un atsauksmju platformās.

Local Pack - SERP funkcija, kas parāda karti un īsu lokālu uzņēmumu sarakstu lokālam meklējumam.

Local Query - Meklējums ar lokālu nodomu, kas parasti meklē tuvumā esošus uzņēmumus, produktus vai pakalpojumus.

Local Ranking Factors - Signāli - galvenokārt nozīmīgums, attālums un nozīmība -, kas nosaka lokālo ranžējumu.

Local Search - Uzņēmumu, produktu vai pakalpojumu meklēšana tuvu konkrētai atrašanās vietai.

Local Search Grid - Rīka skats, kas parāda, kā uzņēmums ierindojas ģeogrāfiskā punktu režģī.

Local Search Marketing - Prakse, kā uzlabot lokāla uzņēmuma redzamību lokālajos meklējumos.

Local Search Marketing Services - Aģentūras pakalpojumi, kas uzlabo uzņēmuma klātbūtni lokālajos meklēšanas rezultātos.

Local SEO - Vietnes un ierakstu optimizēšana, lai ierindotos uz atrašanās vietu balstītos meklējumos un karšu rezultātos.

Local Teaser - Kompakta lokāla SERP vienība, kas priekšskata tuvumā esošus uzņēmumus uz atrašanās vietu balstītam meklējumam.

Log File Analysis - Servera žurnālu izpēte, lai redzētu, kā meklētājprogrammu roboti un lietotāji faktiski nonāk vietnē.

Long-Tail Keyword - Garāks, konkrētāks meklējums ar mazāku apjomu, bet skaidrāku nodomu.

Lost Link - Atpakaļsaite, kas iepriekš pastāvēja, bet vairs nav klāt.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Izplatīts nepareizs apzīmējums semantiski saistītiem terminiem; īsta latent semantic indexing nav veids, kā Google ranžē.

M

<meta name="viewport"> - Metatags, kas kontrolē, kā lapa tiek mērogota un izvietota mobilajās ierīcēs.

Main Thread Blocking - Kad gari JavaScript uzdevumi aizņem pārlūka galveno pavedienu un kaitē atsaucībai.

Manual Action - Pazemināšana vai noņemšana, ko piemēro cilvēks vērtētājs par Google vadlīniju pārkāpšanu. Pazīstams arī kā Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Rīks, kas izseko uzņēmuma lokālo ranžējumu dažādās vietās kartē.

Map Spam - Lokālo karšu rezultātu manipulēšana ar viltus vai ar atslēgvārdiem pārslogotiem uzņēmumu ierakstiem.

Market Consolidation - Cik lielā mērā nedaudz domēnu iegūst lielāko daļu tirgus meklēšanas trafika.

Market-Level Indexing - Indeksa vai redzamības datu organizēšana visa tirgus vai valsts līmenī.

Match Score - Rīka rādītājs, kas novērtē, cik cieši rezultāts atbilst vaicājumam vai atslēgvārdu kopai.

Merchant Listings - Uzlaboti rezultāti, kas parāda produkta detaļas, piemēram, cenu un pieejamību, no strukturētiem datiem.

Meta Description - Lapas HTML kopsavilkums, kas bieži parādās zem tās nosaukuma meklēšanas rezultātos.

Meta Keywords - Novecojis metatags atslēgvārdu uzskaitīšanai, ko Google ranžējot ignorē.

Meta Refresh - Kods, kas novirza pārlūku uz citu URL pēc norādītas aizkaves. Pazīstams arī kā Meta Redirect.

Meta Robots Tag - HTML tags, kas meklētājprogrammām norāda, kā pārmeklēt un indeksēt lapu.

Meta Tags - Fragmenti HTML galvenē, kas meklētājprogrammām sniedz informāciju par lapu.

Metric - Kvantificējams rādītājs, ko izmanto veiktspējas izsekošanai un novērtēšanai.

Microdata - legults HTML paņēmiens strukturētu datu pievienošanai caur elementu atribūtiem.

Minification - Nevajadzīgu rakstzīmju noņemšana no koda, lai samazinātu faila izmēru un paātrinātu ielādi.

Mobile Optimization - Vietnes pielāgošana tā, lai tā labi darbotos un parādītos mobilajās ierīcēs.

Mobile Usability - Cik viegli apmeklētāji var izmantot lapu un mijiedarboties ar to mobilajās ierīcēs.

Mobile-First Indexing - Google prakse izmantot vietnes mobilo versiju indeksēšanai un ranžēšanai.

Mobile-Friendly Website - Vietne, kas labi parādās un darbojas mobilajās ierīcēs.

Model Confidence - Cik pārliecināts ir MI modelis par konkrētu prognozi vai ģenerētu atbildi.

Money Page - Lapa, kas tieši rada ieņēmumus, piemēram, produkta vai pārdošanas lapa.

Morningscore - SEO rīks, kas spēlē formā pārvērš ranžējuma, saišu un optimizācijas uzdevumu izsekošanu.

MozBar - Moz bezmaksas pārlūka paplašinājums, kas parāda SEO rādītājus, piemēram, domain un page authority.

Multi-Domain Strategy - Vairāku domēnu izmantošana, piemēram, pa reģioniem vai zīmoliem, kā daļa no SEO pieejas.

MUM (Multitask Unified Model) - Google MI modelis, kas saprot un ģenerē valodu vairākos formātos un valodās.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Uzņēmuma pamata kontaktinformācija, konsekventi izmantota lokālajos SEO pieminējumos.

NAP Consistency - Uzņēmuma nosaukuma, adreses un tālruņa numura saglabāšana identiska katrā ierakstā.

Natural Language Understanding (NLU) - NLP nozare, kas vērsta uz nozīmes, nodoma un nianšes uztveršanu aiz valodas.

Natural Link - Saite, kas piešķirta redakcionāli pēc pašu nopelniem, neprasot un nemaksājot par to.

Navigation - Izvēlņu un saišu sistēma, kas palīdz lietotājiem pārvietoties pa vietni. Pazīstams arī kā Website Navigation.

Navigational Query - Meklējums, kurā lietotājs cenšas sasniegt konkrētu vietni vai lapu.

Negative Keywords - Termini, ko izslēdzat maksas kampaņās, lai nerādītu reklāmas par nebūtiskiem meklējumiem.

Negative SEO - Kaitīgas taktikas, kas paredzētas, lai kaitētu konkurenta meklēšanas ranžējumam.

News Box - SERP funkcija, kas izceļ nesenus, atbilstošus ziņu rakstus, bieži apzīmēta kā Top Stories.

Niche - Konkrēts, fokusēts segments plašākā tirgū vai tēmā.

NLP (Natural Language Processing) - Joma, kas ļauj datoriem apstrādāt, analizēt un saprast cilvēku valodu.

Nofollow Link - Saite, kas lūdz meklētājprogrammas nepārsūtīt ranžēšanas signālus tās mērķim. Pazīstams arī kā rel="nofollow".

Noindex - Direktīva, kas meklētājprogrammām norāda neiekļaut lapu savā indeksā.

Noopener and Noreferrer - Rel atribūti, kas pievienoti saitēm, kas atveras jaunā cilnē, drošības un privātuma apsvērumu dēļ. Pazīstams arī kā rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Lapu skaits, ko meklētājprogramma ziņo kā atbilstošu konkrētam vaicājumam.

O

Off-Page SEO - Aktivitātes ārpus jūsu vietnes, galvenokārt saišu veidošana, kas veido autoritāti un uzticību.

On-Page SEO - Lapas paša satura un HTML optimizēšana, lai tā ierindotos augstāk meklējumos.

Online Directories - Vietnes, kas uzskaita uzņēmumus un bieži kalpo kā lokālo pieminējumu avots.

Online Review Management - Klientu atsauksmju uzraudzīšana, atbildēšana uz tām un to veicināšana dažādās platformās. Pazīstams arī kā Review Management.

Online Reviews - Klientu vērtējumi un atsauksmes par uzņēmumu, publicēti tiešsaistē. Pazīstams arī kā Reviews.

Online Visibility - Cik viegli zīmolu var atrast meklētājprogrammās un tīmeklī kopumā.

Open Graph - Metatagi, kas kontrolē, kā URL parādās, kad tas tiek kopīgots sociālajās platformās. Pazīstams arī kā Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Lietotāja skaidra piekrišana saņemt saziņu vai tikt izsekotam.

Opt-Out - Lietotāja izvēle atteikties no saziņas vai izsekošanas, ko viņš citādi saņemtu.

Organic Search Results - Neapmaksāti rezultāti, kas sakārtoti pēc nozīmīguma, nevis pēc reklāmas.

Organic Traffic - Apmeklētāji, kas nonāk vietnē no neapmaksātajiem meklēšanas rezultātiem.

Origin Server - Serveris, kas mitina vietnes oriģinālo saturu, novietots aiz iespējamā CDN.

ORM (Online Reputation Management) - Tā pārvaldīšana un uzlabošana, kā zīmols tiek uztverts meklēšanas rezultātos un tīmeklī. Pazīstams arī kā Reputation Management.

Orphan Page - Lapa, uz kuru nenorāda neviena iekšējā saite no pārējās vietnes.

Out of Stock Handling - Veids, kā e-komercijas vietne pārvalda uz laiku nepieejamu produktu lapas.

Outreach - Cilvēku vai vietņu uzrunāšana, lai veidotu attiecības un nopelnītu saites vai pieminējumus.

Over-Optimization - SEO taktiku pielietošana tik agresīvi, ka tās darbojas pretēji un kaitē ranžējumam.

P

Page Authority (PA) - Moz rādītājs no 0 līdz 100, kas prognozē, cik spēcīgi atsevišķa lapa varētu ierindoties.

Page Experience - Google signālu kopums, kas atspoguļo, kā lietotāji uztver lapas pieredzi, ieskaitot Core Web Vitals.

Page Speed - Cik ātri tīmekļa lapa ielādējas un kļūst lietojama apmeklētājiem.

Page Title - Lapas title elements, kas parādās kā klikšķināmais nosaukums meklēšanas rezultātos.

Page View - Viena reize, kad lapa tiek ielādēta un parādīta. Pazīstams arī kā Pageview.

PageRank (PR) - Google fundamentālais algoritms, kas novērtē lapas svarīgumu pēc uz to norādošo saišu skaita un kvalitātes.

Pages per Session - Vidējais lapu skaits, ko apmeklētājs apskata vienā sesijā.

Pagination - Satura sadalīšana pa numurētām lapām un to savstarpēja saistīšana navigācijai.

Paid Link - Atpakaļsaite, kas iegūta par samaksu.

Paid Search Engine Result - Reklāmas ieraksts, kas parādās meklēšanas rezultātos, jo reklāmdevējs samaksāja par izvietojumu.

Paid Traffic - Apmeklētāji, kas nonāk vietnē caur maksas reklāmu.

Panda - Google atjauninājums, kas vērsts pret plānu, zemas kvalitātes saturu, tagad daļa no pamata algoritma. Pazīstams arī kā Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Ankura teksts, kas satur daļu no mērķa atslēgvārda kopā ar citiem vārdiem.

Partial Match Penalty - Manuāla darbība vai pazemināšana, kas skar tikai konkrētas lapas vai atslēgvārdus, ne visu vietni.

Passage Indexing - Google spēja ranžēt vienu atbilstošu lapas fragmentu, ne tikai lapu kopumā.

Passage Retrieval - Visatbilstošākā fragmenta izgūšana no dokumentiem, lai atbildētu uz vaicājumu.

Passage Weighting - Atšķirīga svarīguma piešķiršana atsevišķiem fragmentiem, ranžējot lapu.

PBN (Private Blog Network) - Vietņu tīkls, kas izveidots tikai, lai virzītu saites uz mērķa vietni - vadlīniju pārkāpums.

Penguin - Google atjauninājums, kas vērsts pret manipulatīvām saitēm un mēstulēm, tagad daļa no pamata algoritma. Pazīstams arī kā Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - SERP funkcija, kas parāda izvēršamus jautājumus, kas saistīti ar lietotāja meklējumu.

People Also Ask Boxes - Atsevišķie, izvēršamie jautājumu un atbilžu lodziņi People Also Ask funkcijā.

Persona - Fiktīvs profils, kas pārstāv jūsu mērķauditorijas segmentu.

Personalization - Saturs vai meklēšanas rezultātu pielāgošana atsevišķa lietotāja kontekstam un vēsturei.

Pillar Page - Plaša, visaptveroša lapa, kas nostiprina tēmu kopu un saista uz saistītām apakšlapām.

Pitch - Ziņa, ar kuru jūs piedāvājat savu saturu, saiti vai ideju potenciālam partnerim.

Pogo-Sticking - Kad lietotājs noklikšķina uz rezultāta un pēc tam ātri atgriežas SERP, lai izvēlētos citu.

Poison Words - Vārdi, par kuriem kādreiz domāja, ka tie aktivizē mēstuļu filtrus vai kavē lapas ranžējumu.

Position - Konkrētā vieta, ko rezultāts ieņem meklēšanas rezultātu lapā.

PPA (Pay Per Action) - Reklāmas modelis, kurā jūs maksājat tikai tad, kad notiek norādīta darbība, piemēram, pierakstīšanās.

PPC (Pay Per Click) - Reklāmas modelis, kurā jūs maksājat katru reizi, kad kāds noklikšķina uz jūsu reklāmas.

Precision - Informācijas izguvē - atgriezto rezultātu daļa, kas patiešām ir atbilstoša.

Price Competitiveness - Kā produkta cena salīdzinās ar konkurentu cenām - būtiski iepirkšanās un produktu rezultātos.

Primary Category - Galvenā kategorija, kas piešķirta uzņēmuma profilam vai produktam, kas veido nozīmīgumu.

Primary Keyword - Vienīgais galvenais atslēgvārds, ap kuru lapa ir veidota un optimizēta, lai ierindotos.

Product Grid SEO - E-komercijas produktu un kategoriju režģa lapu optimizēšana redzamībai organiskajos meklējumos.

Product Schema - Strukturēti dati, kas apraksta produktu, piemēram, tā cenu, pieejamību un vērtējumus.

Programmatic SEO - Neskaitāmu lapu ģenerēšana mērogā no datiem un veidnēm, lai mērķētu lielas līdzīgu meklējumu kopas.

Programming Language - Formāla valoda, ko izmanto, lai rakstītu instrukcijas, ko izpilda programmatūra.

Progressive Web Apps (PWA) - Tīmekļa lietotnes, kas uzvedas kā vietējās lietotnes, ar funkcijām, piemēram, bezsaistes lietošanu un iespēju instalēt.

Prominence - Lokālajā SEO - cik pazīstams un iedibināts ir uzņēmums, lokāls ranžēšanas faktors.

Prompt Bank - Saglabāta atkārtoti izmantojamu uzvedņu kolekcija MI rīkiem.

Prospecting - Potenciālu mērķu identificēšana saitēm, partnerībām vai klientiem, ko uzrunāt.

Protocol - Noteikumu kopums, kas nosaka, kā dati tiek apmainīti, piemēram, HTTP vai HTTPS.

Public Relations - Tā pārvaldīšana, kā organizāciju uztver sabiedrība un mediji.

Pull Channel - Mārketinga kanāls, kurā klienti nāk pie jums, piemēram, organiskā meklēšana.

Pull Marketing - Klientu piesaistīšana, padarot sevi atrodamu, kad viņi aktīvi meklē risinājumus.

Purchase Conversion - Konversija, kurā apmeklētājs pabeidz pirkumu.

Purchased Link - Saite, kas nopirkta, lai ietekmētu ranžējumu, kas pārkāpj vadlīnijas, ja tā netiek atklāta un nav nofollow.

Push Channel - Kanāls, caur kuru jūs sūtāt ziņas auditorijai, piemēram, displeja reklāmas vai e-pasts.

Push Marketing - Ziņu proaktīva piegāde auditorijai, kas tās aktīvi nav meklējusi.

Q

Qualified Lead - Potenciāls klients, kas atbilst kritērijiem, kas norāda uz reālu pārdošanas potenciālu.

Qualified Traffic - Apmeklētāji, kas atbilst jūsu mērķauditorijai un ir lielāka iespēja, ka konvertēs.

Quality Content - Saturs, kas ir noderīgs, precīzs un patiešām apmierina lietotāja nodomu.

Quality Score - Google Ads vērtējums par atslēgvārdu, reklāmu un galalapu kvalitāti, kas ietekmē reklāmas izmaksas un pozīciju.

Query Deserves Diversity (QDD) - Jēdziens, kas dod priekšroku dažādam rezultātu sajaukumam neviennozīmīgiem vaicājumiem ar vairākām nozīmēm.

Query Deserves Freshness (QDF) - Google jēdziens, kas dod priekšroku svaigākam saturam vaicājumiem, kas parāda intereses pieaugumu.

QUIC - Mūsdienīgs transporta protokols, ko izmanto HTTP/3, kas samazina latentumu, darbojoties caur UDP.

R

Rank Distribution - Veids, kā vietnes atslēgvārdi ir sadalīti pa ranžējuma pozīciju diapazonu.

Rank Tracking - Vietnes atslēgvārdu pozīciju izmaiņu uzraudzīšana laika gaitā.

RankBrain - Google mašīnmācīšanās sistēma, kas palīdz interpretēt jaunus un neviennozīmīgus vaicājumus. Pazīstams arī kā Google RankBrain.

Ranking - Pozīcija, ko lapa ieņem meklēšanas rezultātos par vaicājumu.

Ranking Factor - Signāls, ko meklētājprogramma izmanto, lai noteiktu savu rezultātu secību.

Readability Score - Rādītājs, kas novērtē, cik viegli teksts ir lasāms.

Reciprocal Link - Vienošanās, kurā divas vietnes saista viena uz otru.

Reconsideration Request - Pieprasījums, kas lūdz Google atkārtoti novērtēt vietni pēc tam, kad manuāla darbība ir novērsta.

Redirect - Veids, kā automātiski nosūtīt lietotājus un robotus no viena URL uz citu.

Redirect Chain - Vairāku novirzīšanu secība, ko pieprasījums iziet pirms galīgā URL.

Redirected Link - Saite, kas iziet cauri vienai vai vairākām novirzīšanām, pirms tā sasniedz galīgo URL.

Referral Traffic - Apmeklētāji, kas nonāk jūsu vietnē caur saitēm citās vietnēs.

Referring Domain - Unikāls domēns, kas saista uz jūsu vietni vismaz vienu reizi.

Regex (Regular Expressions) - Teksta raksti, ko izmanto, lai saskaņotu virknes, noderīgi filtros, auditos un Search Console.

Regional Keywords - Atslēgvārdi, kas saistīti ar konkrētu reģionu vai vietu.

Reinclusion - Vietnes vai tās lapu atgriešana indeksā pēc noņemšanas vai soda.

Related Searches - Meklēšanas ieteikumi, kas saistīti ar jūsu vaicājumu, parādīti rezultātu lapas apakšā.

Relative URL - URL, kas rakstīts attiecībā pret pašreizējo lapu, izlaižot protokolu un domēnu.

Relevance - Cik labi lapa vai uzņēmums atbilst meklētāja vaicājumam - galvenais ranžēšanas faktors.

Render-Blocking Scripts - Skripti, kas jāielādē un jāizpilda, pirms pārlūks var atveidot redzamo saturu.

Rendering - Process, kurā lapas kods tiek pārvērsts vizuālajā izskatā, ko redz lietotājs.

Rendering Delay - Aizkave starp pieprasījumu un brīdi, kad lapas saturs ir pilnībā atveidots.

Resource Hints - HTML norādes, piemēram, preload, preconnect un dns-prefetch, kas paātrina resursu ielādi.

Resource Pages - Apkopotas lapas, kas savāc un saista uz noderīgiem resursiem par tēmu.

Responsive Design - Dizaina pieeja, kurā lapas izkārtojums vienmērīgi pielāgojas jebkuram ekrāna izmēram.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - MI pieeja, kas izgūst atbilstošus dokumentus un izmanto tos, lai nostiprinātu ģenerētu atbildi.

Review Sentiment - Kopējais pozitīvais vai negatīvais tonis, kas izteikts uzņēmuma atsauksmēs.

Review Velocity - Temps, kādā uzņēmums laika gaitā savāc jaunas atsauksmes.

Rich Snippet - Meklēšanas rezultāts, kas bagātināts ar papildu informāciju, kas iegūta no lapas strukturētiem datiem.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Robots direktīvas, kas kontrolē, kā lapa var parādīties rezultātos, ieskaitot fragmenta garumu, attēlu priekšskatījumus un kešošanu.

Robots.txt - Fails, kas robotiem norāda, kurām vietnes daļām tie var vai nevar piekļūt.

ROI (Return on Investment) - Rādītājs par gūto peļņu attiecībā pret ieguldījuma izmaksām.

Root Domain - Reģistrētais augstākā līmeņa domēns, bez jebkāda apakšdomēna prefiksa.

S

SaaS (Software as a Service) - Programmatūra, ko piegādā internetā uz abonementa pamata, nevis instalē lokāli.

SAM (Serviceable Available Market) - Kopējā tirgus daļa, ko uzņēmums reālistiski var apkalpot.

sameAs - Schema īpašība, kas saista entītiju ar tās oficiālajiem profiliem un URL.

Schema Markup - Strukturētu datu vārdnīca, kas pievienota lapām, lai iespējotu uzlabotus rezultātus.

Schema.org - Kopīgā vārdnīca, kas standartizē strukturētus datus dažādās meklētājprogrammās.

Scraped Content - Saturs, kas kopēts no citām vietnēm bez atļaujas vai pievienotas vērtības.

Scraping (Web Scraping) - Datu vai satura automātiska iegūšana no vietnēm, izmantojot programmatūru.

Screaming Frog - Plaši izmantots darbvirsmas robots tehnisko SEO auditu veikšanai.

Scroll Depth - Cik tālu lejup lapā apmeklētāji ritina, pirms aiziet.

Scrum Board - Vizuāls dēlis, kas izseko uzdevumus un progresu Scrum darbplūsmā.

Search Demand Curve - Meklēšanas pieprasījuma sadalījums, no liela apjoma termiņiem augšpusē līdz garajai astei.

Search Engine - Programmatūra, kas atrod, indeksē un ranžē tīmekļa lapas, atbildot uz lietotāju meklējumiem.

Search Engine Advertising - Maksāšana par reklāmu rādīšanu meklētājprogrammas rezultātos.

Search Engine Poisoning - Rezultātu manipulēšana, lai meklējumos parādītos kaitīgas vai maldinošas lapas.

Search Engine Rank - Pozīcija, ko lapa ieņem meklētājprogrammas rezultātos.

Search Engine Results Page (SERP) - Rezultātu lapa, ko meklētājprogramma atgriež par konkrētu vaicājumu.

Search Generative Experience Visibility - Cik bieži un cik redzami zīmols parādās MI generētās meklēšanas atbildēs.

Search Intent - Pamatā esošais mērķis, kas lietotājam ir, ievadot meklējumu.

Search Quality Rater Guidelines - Google publiskā rokasgrāmata, kas vada cilvēkus vērtētājus rezultātu kvalitātes un E-E-A-T vērtēšanā.

Search Query - Vārdi, ko lietotājs ievada meklētājprogrammā, lai kaut ko atrastu. Pazīstams arī kā Query, Search Term.

Search Result Snippet - Nosaukums, URL un apraksts, kas parādīts atsevišķam rezultātam SERP.

Search Results - Ieraksti, ko meklētājprogramma atgriež, atbildot uz meklējumu. Pazīstams arī kā Results.

Search Traffic - Apmeklētāji, kas nonāk vietnē caur meklētājprogrammām.

Search Visibility - Rādītājs, kas novērtē, cik redzama ir vietne pēc atslēgvārdiem, par kuriem tā ierindojas.

Search Volume - Cik reižu atslēgvārds tiek meklēts noteiktā laika periodā. Pazīstams arī kā Volume.

Seasonal Trends - Paredzami meklēšanas pieprasījuma kāpumi un kritumi gada laikā.

Secondary Keywords - Atbalstoši atslēgvārdi, ko lapa mērķē līdzās savam galvenajam atslēgvārdam.

Seed Keywords - Pirmie pamata termini, ko izmanto, lai uzsāktu atslēgvārdu izpēti.

SEM (Search Engine Marketing) - Mārketings, kas palielina redzamību meklētājprogrammās, bieži caur maksas reklāmām.

Semantic Completeness - Cik pilnīgi lapa aptver jēdzienus un apakštēmas, kas saistītas ar tās tēmu.

Semantic Core - Pilns atslēgvārdu kopums, kas definē vietnes tematisko tvērumu.

Semantic Search - Meklēšana, kas interpretē nozīmi un nodomu aiz vaicājuma, ne tikai atslēgvārdus.

Semantic Similarity - Cik tuvi pēc nozīmes ir divi teksta gabali vai termini.

Semrush - Populāra, visaptveroša programmatūras komplekts SEO un digitālajam mārketīngam.

Semrush Rank - Semrush domēnu ranžējums pēc to aplēstā organiskā meklēšanas trafika.

Sentiment - Emocionālais tonis, pozitīvs vai negatīvs, kas izteikts par zīmolu vai tēmu.

Sentiment Analysis - Dabiskās valodas apstrādes izmantošana, lai noteiktu emociju, kas izteikta tekstā.

SEO (Search Engine Optimization) - Prakse, kā uzlabot vietni, lai tā ierindotos augstāk organiskajos meklēšanas rezultātos.

SEO Audit - Rūpīga vietnes SEO veselības, problēmu un iespēju pārbaude.

SEO Benchmarking - SEO veikspējas mērīšana pret konkurentiem vai pret iepriekšējiem rezultātiem.

SEO Briefing - Dokuments, kas vada rakstītājus, kā optimizēt satura gabalu.

SEO Checklist - Uzdevumu saraksts, ko izmanto, lai nodrošinātu, ka lapa vai vietne ir pareizi optimizēta.

SEO Consultant - Eksperts, kas konsultē uzņēmumus, kā uzlabot to meklēšanas veikspēju.

SEO Emojis - Emocijzīmju izmantošana nosaukumos vai metatagos, lai piesaistītu uzmanību, lai gan Google tās bieži noņem no fragmentiem.

SEO Podcast - Audio programma, kas veltīta meklētājprogrammu optimizācijas tēmām.

SEO Service - Profesionāls pakalpojums, kas paredzēts klienta SEO rezultātu uzlabošanai.

SEO Silo - Saistīta satura grupēšana cieši tematiskās sadaļās, lai veidotu tematisko nozīmīgumu.

SEO Tips - Praktiski ieteikumi vietnes meklēšanas veikspējas uzlabošanai.

SEO URL - Tīra, aprakstoša, atslēgvārdiem draudzīga URL, kas izstrādāta, lai atbalstītu meklējumus un lietotājus.

SEO vs. SEM - Salīdzinājums starp organisko optimizāciju (SEO) un maksas meklēšanas mārketingu (SEM).

SEOnaut - Rotaļīgs iesauka SEO speciālistam.

SERP Feature - Jebkurš nestandarta rezultāts SERP, piemēram, fragments, attēlu kopa vai lokālā kopa.

SERP Real Estate - Vizuālās telpas apjoms, ko jūsu ieraksti aizņem rezultātu lapā.

SERP Shaker - Termins nozīmīgai, plašai meklētājprogrammu ranžējuma maiņai.

SERP Source - Vietne, no kuras nāk konkrēts meklēšanas rezultāts.

SERP Volatility - Ranžējuma svārstību pakāpe meklēšanas rezultātos laika gaitā.

Server-Side Rendering (SSR) - Lapas HTML ģenerēšana serverī, pirms tas tiek nosūtīts pārlūkam.

Service Area Business (SAB) - Uzņēmums, kas apkalpo klientus to atrašanās vietās, nevis no veikala.

SGE (Search Generative Experience) - Google eksperiments, kas rādīja MI ģenerētas atbildes virs rezultātiem un attīstījās par AI Overviews.

Shopify - Plaši izmantota, mitināta e-komercijas platforma tiešsaistes veikalu veidošanai.

Shopping Grid - Produktu ierakstu režģis, kas parādīts iepirkšanās meklēšanas rezultātos.

Short-Tail Keywords - Īsi, plaši, liela apjoma atslēgvārdi, kas nes neviennozīmīgu nodomu.

Site Architecture - Veids, kā vietnes lapas ir strukturētas, organizētas un savstarpēji saistītas.

Site Audit - Automatizēta pārmeklēšana, kas identificē tehniskas un on-page SEO problēmas.

Site Speed - Cik ātri vietnes lapas kopumā ielādējas tās apmeklētājiem.

Sitelinks - Papildu saites uz apakšlapām, kas parādītas zem galvenā rezultāta, lai palīdzētu navigācijai. Pazīstams arī kā Google Sitelinks.

Sitemap - Fails, kurā uzskaitīti vietnes URL, lai palīdzētu meklētājprogrammām tos atklāt un pārmeklēt.

Sitemap Index - Fails, kas norāda uz vairākām vietņu kartēm, izmantots ļoti lielām vietnēm.

Sitewide Backlink - Atpakaļsaite, kas parādās katrā saistošās vietnes lapā.

Sitewide Link - Saite, kas atkārtota visās vietnes lapās, bieži ievietota galvenē vai kājenē.

Skyscraper Technique - Populāra satura atrašana, kaut kā labāka izveidošana un saišu nopelnīšana, ko tas piesaistīja.

SMM (Social Media Marketing) - Zīmola un tā satura mārketingu caur sociālo mediju platformām.

SMO (Social Media Optimization) - Satura un profilu optimizēšana, lai palielinātu sasniedzamību un iesaisti sociālajās platformās.

Social Signals - Iesaiste sociālajos medijos, piemēram, patīk un dalīšanās, dažkārt saistīta ar redzamību.

Social Syndication - Satura atkārtota publicēšana sociālajos kanālos, lai paplašinātu tā sasniedzamību.

Social Traffic - Apmeklētāji, kas nonāk vietnē no sociālo mediju platformām.

Soft 404 - Lapa, kas atgriež veiksmīgu statusa kodu, bet rāda lietotājiem nav-atrasts ziņojumu.

Source Attribution - Satura, datu vai apmeklējuma sākotnējā avota identificēšana un attiecināšana.

SOV (Share of Voice) - Jūsu zīmola daļa kopējā meklēšanas redzamībā atslēgvārdu kopai salīdzinājumā ar konkurentiem.

Spam - Nebūtisks, manipulatīvs vai zemas kvalitātes saturs, kas radīts, lai maldinātu meklēšanas sistēmas.

Spam Classifier - Sistēma, kas automātiski atklāj un atzīmē mēstuļu saturu vai saites.

Spam Score - Moz rādītājs, kas novērtē varbūtību, ka vietne ir mēstule vai sodīta.

Spam Signals - Lapas vai vietnes pazīmes, kas liecina, ka tā varētu būt mēstule.

Spamdexing - Meklētājprogrammas indeksa un ranžējuma manipulēšana ar mēstuļu paņēmieniem. Pazīstams arī kā Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Manipulatīvas SEO metodes, kas pārkāpj meklētājprogrammu vadlīnijas.

Splash Page - Ievada lapa, kas parādīta pirms galvenās vietnes, bieži reklāmas.

Sponsored Link - Saite, kas atzīmēta kā apmaksāta vai sponsorēta ar rel atribūtu, kā prasa vadlīnijas. Pazīstams arī kā rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Apmaksātu saišu un satura skaidra atzīmēšana kā sponsorēta, kā prasa vadlīnijas.

Srcset - HTML attēla atribūts, kas piedāvā vairākus attēlu avotus atsaucīgai ielādei.

SSL Certificate - Digitāls sertifikāts, kas iespējo šifrētus HTTPS savienojumus, mūsdienās tehniski caur TLS.

Static URL - URL, kas paliek nemainīgs un nesatur dinamiskus vaicājuma parametrus.

Status Code - HTTP kods, ko serveris atgriež, lai norādītu pieprasījuma rezultātu.

Stop Words - Bieži vārdi, piemēram, the, and vai of, ko meklētājprogrammas bieži ignorē.

Structured Data - Standartizēts marķējums, kas apraksta lapas saturu, lai meklētājprogrammas to saprastu.

Subdirectory - Mape, kas iegulta vietnes URL struktūrā, apakšmapes ekvivalents.

Subdomain - Domēna prefikss, kas veido atsevišķu sadaļu, piemēram, blog.example.com.

Subfolder - Direktorijs URL ceļā, piemēram, example.com/blog.

Submission - Vietnes vai URL iesniegšana meklētājprogrammām vai katalogiem.

SXO (Search Experience Optimization) - SEO apvienošana ar lietotāja pieredzi, lai lapa apmierinātu lietotājus, ne tikai ranžējumu.

T

TAM (Total Addressable Market) - Kopējā ieņēmumu iespēja, kas pieejama produktam vai pakalpojumam.

Taxonomy - Kategoriju un birku sistēma, ko izmanto vietnes satura organizēšanai.

Taxonomy SEO - Kategoriju, birku un citu taksonomijas lapu optimizēšana meklējumiem.

Technical SEO - Vietnes pārmeklēšanas, indeksēšanas un pamatā esošās infrastruktūras optimizēšana.

The Fold - Līnija lapā, zem kuras saturs prasa ritināšanu, lai to redzētu.

Thin Content - Lapas, kas lietotājiem piedāvā maz vai nekādas pievienotās vērtības.

Three-Way Link Exchange - Vienošanās, kurā vietne A saista uz B, B saista uz C, un C saista atpakaļ uz A, lai slēptu savstarpīgumu.

Thumbnails - Mazi priekšskatījuma attēli, piemēram, tie, kas parādīti video meklēšanas rezultātos.

Tiered Link Building - Saišu veidošana uz jūsu esošajām atpakaļsaitēm, slāņos, lai pastiprinātu to spēku.

Time on Page - Vidējais laiks, ko apmeklētāji pavada atsevišķā lapā.

Time to First Byte (TTFB) - Laiks no pieprasījuma līdz pirmā servera atbildes baita saņemšanai.

Title Tag Optimization - Lapas title elementa veidošana, lai uzlabotu nozīmīgumu un klikšķu biežumu.

TLD (Top-Level Domain) - Domēna galotne aiz pēdējā punkta, piemēram, .com, .org vai .lv.

TLS (Transport Layer Security) - Protokols, kas šifrē datus starp klientu un serveri, SSL pēctecis.

Top Stories - Ziņu funkcija SERP, kas izceļ aktuālus, atbilstošus rakstus par meklējumu.

Topic Cluster - Saistītu lapu grupa, kas organizēta ap centrālo pīlāra lapu.

Topic Efficiency - Cik efektīvi vietne iegūst trafiku par tēmu attiecībā pret ieguldīto saturu.

Topical Authority - Vietnes uztvertā kompetence un dziļums visā tēmas jomā.

Topical Coverage - Cik visaptveroši vietne aptver visus tēmas aspektus.

Topical Relevance - Cik cieši satura gabals ir saistīts ar konkrētu tēmu.

Total Blocking Time (TBT) - Laboratorijas rādītājs, kas saskaita laiku, kad galvenais pavediens bija bloķēts, atspoguļojot interaktivitāti.

Toxic Backlinks - Kaitīgas vai mēstuļu saites, kas var kaitēt vietnes ranžējumam.

Tracking Code - Koda fragments, kas ievietots vietnē, lai vāktu analītikas vai konversijas datus.

Traffic - Kopējais apmeklētāju skaits, ko saņem vietne.

Traffic % - Kopējā trafika daļa, kas pieder atslēgvārdam, lapai vai kanālam.

Traffic Cost - Aplēstās izmaksas, lai iegūtu jūsu organisko trafiku caur maksas reklāmām.

Traffic Potential - Kopējais organiskais trafiks, ko tēma vai atslēgvārds reālistiski var nest.

Transactional Query - Meklējums, kas signalizē nodomu pirkt vai pabeigt konkrētu darbību.

Trend - Vispārējais virziens, kurā kaut kas, piemēram, meklēšanas interese, virzās.

Trust Dampening - Ranžēšanas vērtības devalvēšana, ko pārsūta saites no zemas uzticības avotiem.

Trust Flow - Majestic rādītājs, kas novērtē vietnes saišu kvalitāti, pamatojoties uz to, cik uzticami ir tās avoti.

TrustRank - Algoritms, kas atdala noderīgas lapas no mēstulēm, sākot no uzticamām avota vietnēm.

Twitter Cards - Metatagi, kas kontrolē, kā URL parādās, kad tas tiek kopīgots Twitter, tagad X.

U

UGC Link Attribute - Rel vērtība, kas atzīmē saites, kas parādās lietotāju veidotā saturā. Pazīstams arī kā rel="ugc".

Unique Visit - Apmeklējums, kas tiek skaitīts tikai vienu reizi uz katru atšķirīgu apmeklētāju noteiktā laika periodā.

Universal Analytics (UA) - Google iepriekšējā analītikas platforma, ko 2023. gadā aizstāja GA4.

Universal Search - Dažādu veidu rezultātu, piemēram, attēlu, ziņu un video, sajaukšana vienā SERP.

Unlinked Mention - Atsauce uz jūsu zīmolu saturā, kas neietver saiti.

Unnatural Link - Saite, kas radīta, lai manipulētu ar ranžējumu, nevis nopelnīta redakcionāli.

URL (Uniform Resource Locator) - Tīmekļa adrese, kas norāda uz konkrētu resursu tiešsaistē.

URL Folder - Direktorijas segments URL ceļā.

URL Parameter - Atslēgas-vērtības pāris, kas pievienots URL aiz jautājuma zīmes, lai nosūtītu datus.

URL Rating (UR) - Ahrefs rādītājs no 0 līdz 100 lapas atpakaļsaišu profila stiprumam.

URL Slug - Lasāmā URL daļa, kas identificē konkrētu lapu. Pazīstams arī kā Slug.

URL Structure - Veids, kā vietnes URL ir organizēti un formatēti visā vietnē.

Usability - Cik viegli un intuitīvi vietne ir lietojama apmeklētājiem.

User Engagement - Cik aktīvi lietotāji mijiedarbojas ar vietni vai tās saturu.

User Experience (UX) - Kopējā personas mijiedarbības kvalitāte ar vietni vai produktu.

User Intent - Mērķis, ko lietotājs cenšas sasniegt, veicot meklējumu.

User Interface (UI) - Vizuālie elementi un vadīklas, caur kurām lietotājs mijiedarbojas ar produktu.

User-agent - Virkne, kas identificē pārlūku vai robotu, kas nosūta pieprasījumu serverim.

User-Friendly - Izstrādāts tā, lai cilvēkiem būtu viegli, skaidri un patīkami lietot.

UTM Code - Birka, kas pievienota URL, lai izsekotu kampaņas veikspēju analītikā.

UTM Parameters - Atsevišķas atslēgas-vērtības birkas UTM atzīmētā kampaņas URL.

V

Variant Indexing - Veids, kā meklētājprogrammas apstrādā vairāku produkta vai lapas variantu indeksēšanu.

Vary Header - HTTP galvene, kas kešatmiņām norāda, kā atbilde mainās atkarībā no pieprasījuma galvenēm.

Vector Search - Meklēšana, kas saskaņo saturu pēc semantiskās līdzības, izmantojot vektoru iegulšanas.

Vertical Search - Meklēšana, kas ierobežota ar konkrētu satura kategoriju, piemēram, attēliem vai darba sludinājumiem.

Vertical Search Engine - Meklētājprogramma, kas vērsta uz vienu tēmu vai satura veidu.

Video Carousel - SERP funkcija, kas parāda video rindu ar horizontālu ritināšanu.

Video Optimization - Video satura optimizēšana, lai tas labi darbotos meklējumos un piesaistītu skatītājus.

Viewport - Tīmekļa lapas redzamā zona ierīces ekrānā.

Viral Content - Saturs, kas izplatās ātri un plaši caur dalīšanos.

Visibility - Cik redzami vietne parādās meklēšanas rezultātos.

Visibility Score - Rādītājs, kas novērtē vietnes kopējo redzamību meklējumos.

Visit (Session) - Viena pārlūkošanas sesija, kas lietotājam ir vietnē.

Voice Search - Meklēšana, skaļi izrunājot meklējumu ierīcei vai asistentam.

Voice Search SEO - Satura optimizēšana, lai to varētu izcelt caur balss meklējumiem.

Volatility - Meklētājprogrammu ranžējuma svārstību pakāpe laika gaitā.

W

Warm Cache - Kešatmiņa, kas jau aizpildīta ar datiem, lai pieprasījumi tiktu apkalpoti ātri.

Web Architecture - Strukturālais dizains tam, kā tīmekļa sistēmas, serveri un lapas savienojas.

Web Stories - Pieskaramie, pilnekrāna vizuālie stāsti, kas var parādīties Google meklēšanā.

Webpage - Viens atsevišķs dokuments tīmeklī, pieejams savā URL.

Website - Saistītu tīmekļa lapu kolekcija, kas publicēta zem viena domēna.

Website Architecture - Veids, kā vietnes lapas un sadaļas ir strukturētas un savienotas.

Website Quality - Vietnes satura, lietotāja pieredzes un uzticamības kopējais standarts.

Website Structure - Lapu organizācija un hierarhija vietnē.

White Hat SEO - Ētiska SEO prakse, kas ievēro meklētājprogrammu vadlīnijas.

WordPress - Visvairāk izmantotā satura pārvaldības sistēma vietņu veidošanai.

WPO (Website Performance Optimization) - Vietnes ielādes ātruma un kopējās veiktspējas uzlabošana.

X

X-Robots-Tag - HTTP galvene, kas kontrolē indeksēšanu un pārmeklēšanu jebkuram faila tipam.

XML (Extensible Markup Language) - Elastīga marķēšanas valoda, ko izmanto strukturētu datu glabāšanai un pārsūtīšanai.

XML Sitemap - Mašīnlasāms fails, kurā uzskaitīti vietnes URL meklētājprogrammām. Pazīstams arī kā Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Sen pastāvošs tīmekļa portāls un meklētājprogramma, kuras rezultātus nodrošina Bing.

Yandex - Vadošā meklētājprogramma Krievijā.

YMYL (Your Money or Your Life) - Lapas, kas var ietekmēt veselību, finanses vai drošību un ko Google tur pie augstākiem kvalitātes standartiem.

Yoast SEO - Populārs SEO spraudnis WordPress.

Z

Zero-Click Search - Meklējums, uz kuru atbild tieši rezultātu lapā, bez klikšķa uz vietni.

Zombie Pages - Zemas vērtības lapas, kas nenes trafiku un var atšķaidīt vietnes kopējo kvalitāti.