

Słownik SEO

DiagnoSEO - jasne, zweryfikowane definicje pojęć SEO.

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 - Tradycyjna prosta lista dziesięciu wyników organicznych sprzed ery rozbudowanych elementów SERP.

10x Content - Treść tworzona tak, by była radykalnie lepsza od czegokolwiek aktualnie rankującego na dany temat.

200 OK - Kod statusu HTTP wskazujący, że żądanie zakończyło się powodzeniem.

2xx Status Codes - Rodzina kodów statusu HTTP, które oznaczają udane żądanie.

301 Redirect - Trwałe przekierowanie, które przekazuje większość sygnałów rankingowych do nowego adresu URL.

302 Redirect - Tymczasowe przekierowanie, które sygnalizuje, że przeniesienie pod nowy adres URL nie jest trwałe.

304 Not Modified - Status informujący przeglądarkę, że jej zbuforowana kopia zasobu jest nadal aktualna.

307 Redirect - Tymczasowe przekierowanie, które zachowuje pierwotną metodę żądania.

403 Forbidden - Status oznaczający, że serwer zrozumiał żądanie, ale odmawia jego autoryzacji.

404 Error - Status zwracany, gdy żądanej strony nie można znaleźć na serwerze.

404 Not Found - Kod statusu HTTP wskazujący, że żądany zasób nie istnieje.

410 Gone - Status wskazujący, że zasób został celowo i trwale usunięty.

4xx Status Codes - Rodzina kodów statusu HTTP, które oznaczają błędy po stronie klienta.

500 Internal Server Error - Ogólny status oznaczający, że serwer napotkał nieoczekiwany błąd.

502 Bad Gateway - Status oznaczający, że jeden serwer otrzymał nieprawidłową odpowiedź od innego serwera.

503 Service Unavailable - Status oznaczający, że serwer chwilowo nie jest w stanie obsłużyć żądania.

5xx Status Codes - Rodzina kodów statusu HTTP, które oznaczają błędy po stronie serwera.

A

A/B Testing - Porównywanie dwóch wersji strony lub elementu, aby sprawdzić, która działa lepiej. Znane też jako Split Testing.

Above the Fold - Część strony internetowej widoczna bez przewijania.

Absolute URL - Pełny adres internetowy zawierający protokół i domenę, na przykład <https://example.com/strona>.

Accept-Language Header - Nagłówek HTTP sygnalizujący preferowane języki użytkownika, używany do serwowania zlokalizowanej treści.

Access Log - Plik serwera rejestrujący każde żądanie, używany do analizy rzeczywistego zachowania robotów i użytkowników.

Accessibility - Projektowanie witryn tak, aby mogły z nich korzystać osoby z niepełnosprawnościami i technologie wspomagające.

Ad Impressions - Liczba wyświetleń reklamy użytkownikom.

Ad Keyword - Słowo kluczowe, na które licytuje reklamodawca, aby wyświetlić swoją płatną reklamę.

Ad Rank - Wartość w Google Ads określająca pozycję reklamy na podstawie stawki, jakości reklamy i kontekstu.

ADA Website Compliance - Spełnianie wymogów dostępności amerykańskiej ustawy ADA (Americans with Disabilities Act) dla stron internetowych.

Adobe Analytics - Korporacyjna platforma analityki internetowej firmy Adobe.

Advanced Search Operators - Specjalne komendy, takie jak site: czy intitle:, które zawężają i filtrują zapytania.

AEO (Answer Engine Optimization) - Optymalizacja treści tak, aby była prezentowana jako bezpośrednia odpowiedź przez silniki odpowiedzi i asystentów AI.

Affiliate - Partner, który zarabia prowizję za generowanie sprzedaży lub leadów poprzez śledzone linki.

Ahrefs - Komercyjny zestaw narzędzi SEO szeroko stosowany do analizy linków, badania słów kluczowych i monitoringu pozycji.

AI Citation Eligibility - To, czy treść jest na tyle ustrukturyzowana i wiarygodna, by być cytowana jako źródło przez systemy odpowiedzi AI.

AI Overview - Wygenerowane przez AI podsumowanie Google wyświetlane nad częścią wyników, rozwinięte z Search Generative Experience.

AI Snapshot - Wygenerowane przez AI podsumowanie wyświetlane nad wynikami w generatywnych doświadczeniach wyszukiwania.

AIO (AI Optimization) - Optymalizacja treści i encji tak, aby systemy AI rozumiały markę oraz prezentowały i cytowały ją w odpowiedziach.

Algorithmic Penalty - Spadek pozycji nakładany automatycznie przez algorytm wyszukiwania, a nie przez weryfikatora.

Algorithmic Suppression - Algorytmiczne tłumienie, które bez ręcznej kary obniża pozycję strony lub witryny w wynikach.

Alt Text - Tekst opisujący obraz, który wspiera dostępność i pomaga wyszukiwarkom go zrozumieć. Znane też jako Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Status w Search Console dla zduplikowanej strony, która poprawnie wskazuje swoją preferowaną wersję kanoniczną.

Ambiguous Intent - Zapytanie, którego cel jest niejasny i może w uzasadniony sposób pasować do kilku różnych intencji.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Otwarty framework do tworzenia uproszczonych, szybko ładujących się wersji mobilnych stron internetowych.

Anchor Text - Widoczny, klikalny tekst odnośnika, który dostarcza wyszukiwarkom kontekstu o stronie docelowej.

Anchor Text Ratio - Rozkład typów tekstów odnośników w profilu linkowym witryny.

Answer Box - Element SERP udzielający bezpośredniej odpowiedzi na zapytanie, często zaczerpniętej z fragmentu z odpowiedzią.

Answer Sourcing - Sposób, w jaki AI lub silnik odpowiedzi wybiera i wskazuje źródła stojące za wygenerowaną odpowiedzią.

API (Application Programming Interface) - Zdefiniowany zestaw reguł umożliwiający aplikacjom wymianę danych i funkcji.

Article Spinning - Przepisywanie istniejącego artykułu z użyciem synonimów w celu masowej produkcji pozornie unikalnych kopii, technika black hat.

Article Syndication - Ponowna publikacja artykułu na innych witrynach, aby dotrzeć do szerszej publiczności.

ASO (App Store Optimization) - Optymalizacja wizytówki aplikacji mobilnej, aby uzyskać wyższą pozycję i lepszą konwersję w sklepach z aplikacjami.

Assisted Conversions - Konwersje, w których kanał odegrał rolę wspierającą wcześniej na ścieżce, a nie przy ostatnim kliknięciu.

Async - Atrybut skryptu, który ładuje plik bez blokowania parsowania kodu HTML.

Attribution Modeling - Reguły przypisujące udział w konwersji do poszczególnych punktów styku na ścieżce użytkownika.

Author Authority - Postrzegana wiedza i wiarygodność autora treści, istotna w kontekście E-E-A-T.

Author Entity - Autor reprezentowany jako rozpoznawalna encja, którą wyszukiwarki wiążą z tematami i publikacjami.

Authority - Ogólne zaufanie i siła rankingowa, jaką strona lub witryna zdobyła w oczach wyszukiwarek. Znane też jako Website Authority.

Authority Dilution - Osłabienie mocy linków, gdy jest ona rozproszona na zbyt wiele odnośników lub stron.

Authority Score - Autorska metryka Semrush szacująca ogólną jakość i autorytet domeny.

Authority Site - Wysoce zaufana, ugruntowana witryna, która dobrze rankuje i jest szeroko cytowana przez innych.

Auto-Generated Content - Treść tworzona automatycznie przez oprogramowanie, która łamie wytyczne, gdy jest spammerska lub bezużyteczna.

Average Position - Średnia pozycja strony lub słowa kluczowego w wynikach wyszukiwania.

B

B2B - Business-to-business, marketing lub sprzedaż produktów i usług innym firmom.

B2C - Business-to-consumer, marketing lub sprzedaż produktów i usług bezpośrednio osobom prywatnym.

Backlink - Odnośnik z innej witryny prowadzący do Twojej strony, traktowany przez wyszukiwarki jako głos zaufania. Znane też jako Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Ogólny zbiór, różnorodność i jakość linków prowadzących do witryny.

Baidu - Wiodąca chińska wyszukiwarka internetowa.

Bait and Switch - Wypozycjonowanie strony na jednej treści, a następnie podmiana jej na coś innego, technika wprowadzająca w błąd.

Banner Blindness - Tendencja użytkowników do ignorowania elementów strony przypominających banery lub reklamy.

BERT - Model przetwarzania języka naturalnego Google z 2019 roku, który lepiej rozumie kontekst słów w zapytaniu.

BigCommerce - Hostowana platforma e-commerce do budowy i prowadzenia sklepów internetowych.

Bing - Wyszukiwarka internetowa firmy Microsoft.

Bing Webmaster Tools - Darmowa platforma Microsoftu do monitorowania i poprawy widoczności witryny w wyszukiwarce Bing.

Black Hat SEO - Techniki, które celowo łamią wytyczne wyszukiwarek, aby manipulować pozycjami.

Blocked by Noindex - Status w Search Console oznaczający, że strona jest wykluczona z indeksu z powodu dyrektywy noindex.

Blog Commenting - Zostawianie komentarzy na blogach, czasem dla linków, które zwykle są nofollow i mają niską wartość.

Body Content - Główna treść strony, w odróżnieniu od nawigacji, nagłówka i stopki.

Bounce Rate - Udział sesji, które kończą się po obejrzeniu jednej strony bez dalszej interakcji.

Brand Authority - Zaufanie i rozpoznawalność marki, które mogą wpływać na pozycje i zachowania kliknięć.

Brand Mention - Każda wzmianka o marce w sieci, niezależnie od tego, czy zawiera odnośnik, czy nie.

Brand Mention Link Building - Przekształcanie wzmianek o marce bez linku w odnośniki dzięki kontaktowi z wydawcą.

Branded Anchor Text - Tekst odnośnika, który jako klikalny tekst linku wykorzystuje nazwę marki.

Branded Content - Treść, która eksponuje konkretną markę lub jest wokół niej tworzona.

Branded Keyword - Zapytanie zawierające nazwę marki lub produktu.

Branded SEO - Optymalizacja pod zapytania zawierające nazwę Twojej marki.

Breadcrumb Navigation - Dodatkowa ścieżka nawigacyjna pokazująca położenie strony w hierarchii witryny.

Broad Match Keyword - Typ dopasowania w Google Ads, który wyzwala reklamy dla powiązanych wyszukiwań, a nie tylko dokładnej frazy.

Broken Link Building - Znajdowanie martwych linków na innych witrynach i proponowanie swojej powiązanej strony jako zamiennika.

Brotli - Nowoczesny algorytm kompresji, który zmniejsza pliki tekstowe, aby przyspieszyć dostarczanie strony.

Browser - Oprogramowanie, które pobiera, renderuje i wyświetla strony internetowe, np. Chrome lub Safari.

Bundling - Łączenie wielu plików JavaScript lub CSS w mniejszą liczbę plików, aby ograniczyć liczbę żądań.

Byline Trust - Sygnały zaufania wynikające z jasno przypisanego i wiarygodnego podpisu autora.

C

Cache - Tymczasowo przechowywane kopie plików, dzięki którym strony ładują się szybciej przy ponownych wizytach.

Cache-Control - Nagłówek HTTP, który informuje przeglądarki i sieci CDN, jak długo przechowywać zasoby w pamięci podręcznej.

Caching - Przechowywanie kopii zasobów, aby serwować je szybciej i przy mniejszym obciążeniu serwera.

Call to Action (CTA) - Wezwanie zachęcające użytkowników do konkretnego działania, np. Kup teraz lub Zarejestruj się.

Canonical URL - Preferowana wersja strony, którą wyszukiwarki powinny indeksować, gdy istnieją duplikaty lub podobne adresy. Znane też jako Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Proces wybierania i sygnalizowania jednego preferowanego adresu URL spośród duplikatów lub niemal identycznych stron.

Carousel - Przewijany poziomo element SERP, który prezentuje wiele wyników, obrazów lub kart.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Dwuliterowa domena najwyższego poziomu przypisana do kraju, np. .pl lub .de, często traktowana jako sygnał geolokalizacji.

CDN (Content Delivery Network) - Rozproszona sieć serwerów dostarczająca treści z lokalizacji położonej blisko użytkownika.

Channel - Pogrupowanie ruchu według źródła, np. organiczny, płatny, z odesłań lub bezpośredni.

Churn and Burn SEO - Agresywne techniki black hat mające szybko wypożyczonować witrynę, zanim nieuchronnie zostanie ukarana.

Citation - Wzmianka w sieci o firmie lub źródle, zwłaszcza jej nazwa, adres i numer telefonu.

Citation Building - Aktywne tworzenie spójnych wpisów firmowych w katalogach i na platformach.

Citation Flow - Metryka Majestic prognozująca wpływ adresu URL na podstawie liczby prowadzących do niego linków.

Citation Grounding - Zakotwiczenie wygenerowanej przez AI odpowiedzi w weryfikowalnych źródłach, aby ograniczyć halucynacje.

Click Potential - Metryka Semrush szacująca, jak prawdopodobne jest, że SERP dla słowa kluczowego wygeneruje kliknięcia organiczne.

Click Share - Udział wszystkich dostępnych kliknięć dla zestawu słów kluczowych, który zdobywa jedna domena.

Clickbait - Sensacyjne nagłówki tworzone, by przyciągać kliknięcia, często obiecujące więcej, niż daje treść.

Clickstream Data - Zanonimizowane dane o rzeczywistych ścieżkach przeglądania i kliknięć użytkowników, używane do szacowania metryk wyszukiwania.

Client-Side Rendering (CSR) - Renderowanie treści strony w przeglądarce za pomocą JavaScriptu zamiast po stronie serwera.

Cloaking - Pokazywanie wyszukiwarkom innej treści niż użytkownikom, naruszenie wytycznych z kategorii black hat. Znane też jako Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Oprogramowanie do tworzenia, zarządzania i publikowania treści witryny bez kodowania, np. WordPress.

Cold Outreach - Kontaktowanie się z potencjalnymi odbiorcami bez wcześniejszej relacji, np. w celu zaproponowania linku lub współpracy.

Cold Start - Trudność, z jaką zupełnie nowa witryna lub strona rankuje, zanim zgromadzi sygnały lub historię.

Commercial Investigation Query - Zapytanie, w którym użytkownik bada i porównuje produkty przed prawdopodobnym zakupem.

Common Keywords - Słowa kluczowe, na które rankują jednocześnie co najmniej dwie konkurujące domeny.

Competitive Density - Metryka Semrush w skali od 0 do 1 pokazująca, jak intensywnie reklamodawcy konkurują o słowo kluczowe.

Competitor Analysis - Badanie strategii, słów kluczowych i linków konkurencji, aby wesprzeć własne decyzje SEO.

Competitor Backlink Analysis - Analiza linków konkurencji w celu odkrycia możliwości linkowych, które również możesz wykorzystać.

Competitors in Google Ads - Domeny, które licytują te same płatne słowa kluczowe co Ty.

Competitors in Organic Search - Domeny, które konkurują z Tobą o te same organiczne słowa kluczowe.

Computer-Generated Content - Treść tworzona przez oprogramowanie lub AI, a nie pisana przez człowieka.

Content - Tekst, obrazy, wideo i inne materiały na stronie, które dostarczają wartości użytkownikom.

Content Curation - Wybieranie, porządkowanie i udostępnianie najlepszych istniejących treści na dany temat.

Content Decay - Stopniowa utrata ruchu i pozycji w miarę dezaktualizacji treści lub spadku jej konkurencyjności.

Content Federation - Dystrybucja tej samej treści w wielu platformach lub witrynach partnerskich.

Content Fingerprints - Unikalne sygnatury wyliczane przez wyszukiwarki z treści, służące do wykrywania duplikatów i niemal duplikatów.

Content Gap - Temat lub zapytanie, którego Twoja witryna jeszcze nie obejmuje, a którego oczekują konkurenci lub użytkownicy.

Content Gap Analysis - Porównanie Twoich treści z konkurencją w celu znalezienia brakujących tematów i szans na słowa kluczowe.

Content Hub - Centralna strona, która odsyła do zbioru powiązanych treści na jeden temat.

Content Marketing - Tworzenie i dystrybucja wartościowych treści w celu przyciągnięcia, zaangażowania i utrzymania odbiorców.

Content Negotiation - Mechanizm serwera serwujący różne wersje zasobu na podstawie nagłówek żądania, np. języka.

Content Pruning - Usuwanie lub łączenie stron o niskiej wartości w celu podniesienia ogólnej jakości witryny. Znane też jako Pruning.

Content Relevance - Jak dobrze treść strony odpowiada zapytaniu i ukrytej intencji wyszukiującego.

Content Silo - Grupowanie powiązanych treści w ściśle połączone wewnętrznie sekcje tematyczne.

Content Spinning - Automatyczne przeredagowywanie treści w celu utworzenia wielu niemal identycznych wersji, niezalecane przez wyszukiwarki.

Content Syndication - Dystrybucja treści do witryn osób trzecich, najlepiej z atrybucją kanoniczną do oryginału.

Content Velocity - Tempo, w jakim publikowane są nowe treści w danym okresie.

Content-Based Classifier - System uczenia maszynowego, który kategoryzuje strony na podstawie analizy ich treści.

Contextual Link - Odnośnik umieszczony w głównej treści strony i otoczony tematycznie powiązaniem tekstem.

Conversion - Zrealizowane pożądane działanie, np. zakup, rejestracja lub wysłanie formularza.

Conversion (Goal) - Konkretne działanie skonfigurowane do śledzenia jako konwersja w narzędziu analitycznym.

Conversion Rate - Odsetek odwiedzających, którzy wykonują pożądane działanie.

Copied Content - Treść skopiowana z innego źródła bez znaczącej wartości oryginalnej.

Core Web Vitals (CWV) - Zestaw metryk doświadczenia użytkownika Google (LCP, INP i CLS) mierzących ładowanie, interaktywność i stabilność wizualną.

Cornerstone Content - Najważniejsze, najbardziej wyczerpujące strony, które najbardziej chcesz wypozycjonować na kluczowe tematy.

Cost % - Metryka wyrażająca koszt reklamy lub udział ruchu płatnego dla słowa kluczowego w procentach.

CPA (Cost Per Acquisition) - Średni koszt pozyskania jednej konwersji lub klienta za pomocą reklamy.

CPC (Cost Per Click) - Kwota, którą reklamodawca płaci za każde kliknięcie jego reklamy przez użytkownika.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Koszt tysiąca wyświetleń reklamy, gdzie M oznacza łacińskie mille (tysiąc).

Crawl Anomaly - Określenie w Search Console dla nieokreślonego błędu indeksowania, często nieoczekiwanej odpowiedzi 4xx lub 5xx.

Crawl Budget - Liczba stron, które wyszukiwarka zindeksuje w obrębie witryny w danym przedziale czasu.

Crawl Delay - Dyrektywa prosząca roboty o oczekiwanie między żądaniami, respektowana przez część wyszukiwarek (np. Bing), ignorowana przez Google.

Crawl Demand - Jak bardzo wyszukiwarka chce indeksować witrynę, co zależy od jej popularności i świeżości.

Crawl Depth - Liczba kliknięć dzieląca stronę od strony głównej, co wpływa na to, jak chętnie jest indeksowana.

Crawl Efficiency - Jak dobrze budżet indeksowania witryny jest wydawany na wartościowe, indeksowalne adresy zamiast marnowany.

Crawl Error - Problem uniemożliwiający wyszukiwarce pomyślny dostęp do adresu URL.

Crawl Rate Limit - Maksymalna prędkość indeksowania stosowana przez wyszukiwarkę, aby nie przeciążyć serwera.

Crawl Trap - Struktura witryny, np. nieskończone parametry URL, która zapętla roboty na bezwartościowych stronach i marnuje budżet indeksowania. Znane też jako Spider Trap.

Crawlability - Łatwość, z jaką roboty wyszukiwarek mogą uzyskać dostęp do stron witryny i je zindeksować.

Crawled but Not Indexed - Status w Search Console, w którym strona została zindeksowana (pobrana), ale celowo pominięta w indeksie.

Crawler - Automatyczny program, który przegląda sieć, aby odkrywać i pobierać strony oraz przekazywać je do indeksowania. Znane też jako Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Instrukcje w pliku robots.txt, meta robots lub nagłówkach HTTP, które mówią robotom, jak indeksować.

Crawling - Proces, w którym roboty wyszukiwarek odkrywają i pobierają strony internetowe.

Critical Rendering Path - Sekwencja kroków, jakie przeglądarka wykonuje, by zamienić HTML, CSS i JavaScript w wyrenderowane piksele.

CRM - Oprogramowanie do zarządzania relacjami z klientami, służące do śledzenia leadów, klientów i interakcji sprzedażowych.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Systematyczne ulepszanie witryny w celu zwiększenia odsetka odwiedzających, którzy dokonują konwersji.

Cross-Linking - Wzajemne linkowanie powiązanych stron, aby rozproszyc trafność i ułatwić nawigację użytkownikom.

CSS (Cascading Style Sheets) - Język odpowiadający za wizualną prezentację i układ stron internetowych.

CTR (Click-Through Rate) - Odsetek wyświetleń, które kończą się kliknięciem.

CTR Manipulation - Sztuczne zawyżanie współczynnika klikalności w celu wpłynięcia na pozycje, technika manipulacyjna.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Metryka Core Web Vitals mierząca, jak bardzo elementy strony nieoczekiwanie przesuwają się podczas ładowania.

Curated Content - Treści osób trzecich zebrane i zaprezentowane wraz z dodanym kontekstem lub komentarzem.

Customer Journey - Pełna ścieżka, jaką klient przechodzi od pierwszej świadomości przez zakup i dalej.

D

<!DOCTYPE html> - Deklaracja na początku dokumentu HTML, która nakazuje przeglądarce użyć trybu zgodnego ze standardami.

Data - Surowe fakty i liczby zbierane do analizy.

Data Sampling - Analiza reprezentatywnej próbki danych zamiast pełnego zbioru, co może obniżyć dokładność raportów.

Dead-End Page - Strona bez odnośników wychodzących, która nie daje użytkownikom ani robotom dokąd przejść dalej.

Declined Keywords - Słowa kluczowe, dla których pozycje witryny spadły w danym okresie.

Deep Link - Odnośnik prowadzący do konkretnej podstrony, a nie do strony głównej witryny.

Deindexing - Usunięcie stron z indeksu wyszukiwarki.

Demographics - Statystyczne cechy odbiorców, takie jak wiek, płeć i lokalizacja.

Destination Site - Witryna, do której odnośnik lub kampania kieruje użytkowników.

Digital PR - Zdobywanie publikacji o marce i linków w mediach dzięki tematom o wartości informacyjnej.

Direct Traffic - Wizyty użytkowników, którzy trafiają na witrynę bez źródła odsyłającego, np. wpisując adres URL.

Directory Links - Odnośniki z internetowych katalogów firm lub stron.

Disallow - Dyrektywa w pliku robots.txt, która zabrania robotom dostępu do wskazanych ścieżek.

Disavow - Poinformowanie Google, aby ignorowało określone odnośniki przy ocenie Twojej witryny.

Disavow File - Plik tekstowy z listą domen lub adresów URL, które Google ma ignorować.

Disavow Tool - Narzędzie w Google Search Console służące do przesłania listy odnośników, które Google ma ignorować.

Discovered but Not Indexed - Status w Search Console, w którym Google zna adres URL, ale jeszcze go nie zindeksował ani nie odwiedził.

Display Ads - Wizualne reklamy banerowe wyświetlane na stronach w sieciach reklamowych.

Distance - W lokalnym SEO odległość firmy od wyszukiującego, kluczowy lokalny czynnik rankingowy. Znane też jako Proximity.

DNS (Domain Name System) - System tłumaczący czytelne dla człowieka nazwy domen na adresy IP używane przez serwery.

Dofollow Link - Standardowy odnośnik przekazujący sygnały rankingowe, domyślny, gdy nie ogranicza go atrybut rel.

DOM (Document Object Model) - Ustrukturyzowana, przechowywana w pamięci reprezentacja strony w przeglądarce, którą skrypty mogą odczytywać i modyfikować.

DOM Size - Liczba węzłów w DOM strony, która przy nadmiarze może spowalniać renderowanie.

Domain - Czytelny dla człowieka adres witryny, np. example.com.

Domain Age - Jak długo domena jest zarejestrowana, bywa wskazywane jako drobny sygnał zaufania.

Domain Authority (DA) - Autorska metryka Moz w skali 0-100 prognozująca, jak dobrze domena może rankować.

Domain Name - Zarejestrowana nazwa identyfikująca witrynę, np. example.com.

Domain Name Registrar - Firma akredytowana do rejestrowania domen i zarządzania nimi.

Domain Rating (DR) - Metryka Ahrefs w skali 0-100 mierząca siłę profilu linkowego domeny.

Domain Structure - Sposób organizacji domeny, subdomen i katalogów witryny.

Doorway Page - Strona o niskiej wartości tworzona tylko po to, by rankować na zapytania i przekierowywać użytkowników gdzie indziej, niezgodna z wytycznymi. Znane też jako Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Wyszukiwarka internetowa nastawiona na prywatność.

Duplicate Content - Identyczna lub bardzo podobna treść, która pojawia się pod więcej niż jednym adresem URL.

Dwell Time - Jak długo użytkownik pozostaje na stronie po kliknięciu wyniku, zanim wróci do SERP.

Dynamic URL - Adres URL, którego treść zależy od parametrów zapytania, często zawierający znaki ? oraz &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Ramy oceny jakości Google z wytycznych dla oceniających, które do wcześniejszego E-A-T dodały Doświadczenie.

Ecommerce - Kupowanie i sprzedawanie towarów lub usług w internecie.

Ecommerce SEO - Optymalizacja sklepów internetowych oraz ich stron kategorii i produktów pod kątem wyszukiwania organicznego.

Edge Caching - Przechowywanie treści w pamięci podręcznej na serwerach na brzegu sieci, blisko użytkowników, aby przyspieszyć dostarczenie.

Edge SEO - Wdrażanie zmian SEO na warstwie CDN lub brzegu sieci, bez modyfikowania kodu witryny.

Edge SEO Testing - Przeprowadzanie eksperymentów SEO za pośrednictwem warstwy brzegowej lub CDN.

Editorial Link - Odnośnik zdobyty naturalnie, dzięki wartości treści, bez prośby ani opłaty.

Ego Bait - Treść schlebająca wpływowym osobom, aby zdobyć od nich linki lub udostępnienia.

Email Outreach - Kontaktowanie się z ludźmi spersonalizowanym e-mailem w celu zaproponowania treści, linków lub współpracy.

Engagement - Stopień, w jakim użytkownicy wchodzi w interakcję z Twoją treścią.

Engagement Metrics - Miary interakcji użytkowników, np. czas na stronie, głębokość przewijania czy kliknięcia.

Engagement Rate - W GA4 odsetek sesji, które były sesjami zaangażowanymi.

Enterprise SEO - SEO prowadzone na dużą skalę dla witryn z tysiącami stron i złożonych organizacji.

Entities - Odrębne, jednoznacznie określone byty - osoby, miejsca, marki, pojęcia - które wyszukiwarki rozpoznają i łączą.

Entity Grounding - Powiązanie treści lub odpowiedzi AI ze znaną encją, aby jej znaczenie było jednoznaczne.

Entity-Based SEO - Optymalizacja oparta na jednoznacznie określonych encjach i ich relacjach, a nie wyłącznie na słowach kluczowych.

Entry Page - Pierwsza strona, na którą trafia odwiedzający w trakcie sesji.

Estimated Accuracy - Wskaźnik Semrush określający, jak wiarygodne jest dane oszacowanie ruchu lub słowa kluczowego.

Estimated Traffic - Przybliżenie narzędzia SEO co do wielkości ruchu organicznego witryny lub strony.

Etag - Nagłówek HTTP identyfikujący konkretną wersję zasobu, aby można go było efektywnie cache'ować.

Event Rich Results - Wzbogacone wyniki wyszukiwania pokazujące szczegóły wydarzenia, np. datę i miejsce, na podstawie danych strukturalnych.

Evergreen Content - Treść, która pozostaje aktualna i przydatna długo po publikacji.

Exact Match Anchor Text - Tekst odnośnika, który dokładnie odpowiada docelowemu słowu kluczowemu linkowanej strony.

Exact Match Keyword - Słowo kluczowe celowane w dokładnej formie; w Google Ads typ dopasowania wyzwala reklamy tylko dla tej frazy lub bliskich wariantów.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Wcześniejsza wersja ram oceny jakości treści Google, sprzed dodania Doświadczenia.

External Link / Outbound Link - Odnośnik z Twojej strony prowadzący do innej witryny.

F

Faceted Navigation - Nawigacja oparta na filtrach na dużych witrynach lub sklepach, która może stworzyć wiele indeksowalnych kombinacji adresów URL.

FAQ Rich Result - Wynik rozszerzony pokazujący rozwijane pytania i odpowiedzi na podstawie danych strukturalnych FAQ.

FAQ Schema - Dane strukturalne oznaczające pary pytanie-odpowiedź; Google pokazuje wyniki rozszerzone FAQ już tylko dla autorytatywnych witryn.

Favicon - Mała ikona reprezentująca witrynę na kartach przeglądarki i obok części wyników wyszukiwania.

Featured Image - Główny obraz reprezentujący wpis lub stronę, używany do miniatur i udostępniania.

Featured Snippet - Wyróżniona odpowiedź pokazywana na górze części wyników, zaczerpnięta z rankującej strony.

Fetch and Render - Sprawdzanie, jak Googlebot pobiera i wizualnie renderuje stronę, aby wykryć problemy z indeksowaniem lub renderowaniem.

Fetch and Render Tool - Dawne narzędzie w Search Console, które pokazywało, jak Googlebot pobierał i renderował dany adres URL.

File Compression - Zmniejszanie rozmiaru plików, aby oszczędzać transfer i przyspieszać ładowanie strony.

First Contentful Paint (FCP) - Metryka wydajności wskazująca czas do wyrenderowania na ekranie pierwszego tekstu lub obrazu.

First Link Priority - Założenie, że Google może liczyć tylko pierwszy odnośnik do danego adresu URL na stronie, ignorując kolejne duplikaty.

Focus Keyword - Główne słowo kluczowe, na które optymalizowana jest strona, by rankować.

Follow-Up - Kolejna wiadomość w ramach outreachu wysyłana, gdy pierwszy e-mail pozostaje bez odpowiedzi.

Footer Link - Odnośnik umieszczony w stopce witryny, często pojawiający się na wszystkich podstronach.

Freshness - Jak niedawno treść opublikowano lub zaktualizowano, czynnik rankingowy dla zapytań wrażliwych na czas.

FTP (File Transfer Protocol) - Standardowy protokół do przesyłania plików między klientem a serwerem.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Obecna, oparta na zdarzeniach wersja Google Analytics, która w 2023 r. zastąpiła Universal Analytics.

Gated Content - Treść, do której odwiedzający uzyskuje dostęp dopiero po podaniu danych kontaktowych.

Gateway Timeout (504) - Status HTTP 504 zwracany, gdy serwer działający jako brama nie otrzyma w porę odpowiedzi z serwera nadrzędnego.

GBP Optimization - Ulepszanie profilu Google Business Profile, aby lepiej rankował i konwertował w wynikach lokalnych.

GDPR - Unijne ogólne rozporządzenie o ochronie danych (RODO), regulujące sposób przetwarzania danych osobowych.

GEO (Generative Engine Optimization) - Optymalizacja treści tak, aby była prezentowana i cytowana przez generatywne wyszukiwarki AI.

GEO (Geolocation Optimization) - Optymalizacja witryny pod sygnały i kierowanie oparte na lokalizacji w wyszukiwaniu lokalnym.

Geo-Targeting - Serwowanie treści lub reklam użytkownikom w zależności od ich położenia geograficznego.

Geographic Modifiers - Słowa lokalizacyjne dodawane do słowa kluczowego, np. „hydraulik Warszawa”, aby trafić w intencję lokalną.

Google - Najpowszechniej używana wyszukiwarka internetowa na świecie oraz firma, która ją prowadzi.

Google Ads - Platforma reklamowa Google rozliczana za kliknięcie, dawniej znana jako AdWords.

Google Ads Keyword - Słowo kluczowe celowane w kampanii Google Ads, aby wyzwalać płatne reklamy.

Google AdSense - Program Google, który pozwala wydawcom zarabiać na wyświetlaniu reklam na swoich stronach.

Google Alerts - Darmowa usługa Google, która wysyła e-mailem powiadomienia, gdy nowa treść pasuje do wybranego zapytania.

Google Algorithm - Zestaw systemów rankingowych, których Google używa do uszeregowania wyników dla zapytania. Znane też jako Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Zmiana w systemach rankingowych Google, która może przesunąć pozycje witryn. Znane też jako Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Darmowa platforma Google do pomiaru ruchu na stronie i zachowań użytkowników.

Google Analytics Goals - Konwersje konfigurowane w Universal Analytics; GA4 zastąpiło je konwersjami i kluczowymi zdarzeniami.

Google Autocomplete - Podpowiedzi wyszukiwania, które Google sugeruje w trakcie wpisywania zapytania.

Google Bowling - Próba w stylu black hat, by doprowadzić do ukarania konkurenta przez kierowanie na jego witrynę niskiej jakości linków.

Google Business Profile (GBP) - Darmowy wpis Google, który zarządza tym, jak firma pojawia się w wyszukiwarce i Mapach. Znane też jako Google My Business.

Google Caffeine - Aktualizacja infrastruktury indeksowania z 2010 r., która pozwoliła Google indeksować treści szybciej i świeżej.

Google Dance - Slangowe określenie wahań pozycji, jakie przechodzi nowa witryna lub strona, zanim Google ustali jej miejsce.

Google Fred - Aktualizacja Google z 2017 r. powszechnie kojarzona z obniżaniem ceniej, przeładowanej reklamami treści o niskiej wartości.

Google Keyword Planner - Narzędzie w Google Ads dostarczające propozycje słów kluczowych i szacunków liczby wyszukiwań.

Google Looker Studio - Darmowe narzędzie Google do tworzenia interaktywnych raportów i pulpików z Twoich danych, dawniej Data Studio.

Google Maps - Usługa map Google, kluczowa dla lokalnego odkrywania firm i lokalnego SEO.

Google Mobile-Friendly Test - Narzędzie Google do sprawdzania, jak łatwo można korzystać ze strony na urządzeniach mobilnych.

Google PageSpeed Insights - Darmowe narzędzie Google raportujące wydajność strony i Core Web Vitals wraz z sugestiami poprawy.

Google Penalty - Obniżenie pozycji lub usunięcie nakładane przez Google za naruszenie wytycznych, zwłaszcza przez ręczną karę.

Google Pigeon - Aktualizacja Google z 2014 r., która poprawiła trafność i dokładność lokalnych wyników wyszukiwania.

Google Pirate - Aktualizacja Google z 2012 r., która obniża pozycje witryn z licznymi zasadnymi zgłoszeniami naruszeń praw autorskich (DMCA).

Google Possum - Aktualizacja Google z 2016 r., która zróżnicowała wyniki lokalne w zależności od lokalizacji wyszukującego i filtrowania.

Google Quality Guidelines - Zasady Google określające dopuszczalne praktyki, obecnie wyrażone w politykach antyspamowych i Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Darmowa platforma Google do monitorowania indeksowania, skuteczności w wyszukiwarce i problemów technicznych witryny. Znane też jako Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Specjalne komendy, takie jak site: czy intitle:, które zawężają i filtrują wyszukiwania Google.

Google Search Text Ads - Tekstowe reklamy płatne wyświetlane wśród wyników wyszukiwania Google.

Google Tag Manager - Darmowe narzędzie Google do wdrażania i zarządzania tagami marketingowymi oraz analitycznymi bez ingerencji w kod.

Google Top Heavy Update - Aktualizacja Google z 2012 r., która obniża pozycje stron z nadmiarem reklam w części widocznej bez przewijania.

Google Trends - Darmowe narzędzie Google pokazujące względną popularność zapytań w czasie.

Google Webmaster Guidelines - Dawna nazwa wytycznych Google dla witryn, obecnie określanych jako Google Search Essentials.

Googlebot - Robot Google, który odkrywa i pobiera strony do indeksu wyszukiwarki.

Gray Hat SEO - Techniki plasujące się między metodami white hat a black hat, obarczone większym ryzykiem niż w pełni zgodne SEO.

Guest Blogging - Pisanie i publikowanie wpisu na cudzej witrynie, często by budować autorytet i zdobywać linki.

Guest Posting - Publikowanie treści na cudzej stronie, zwykle jako taktyka pozyskiwania odnośników.

Guestographic - Infografika, którą tworzysz, a publikuje ją inna witryna, zwykle z linkiem zwrotnym do Ciebie.

Gzip - Powszechnie stosowana metoda kompresji, która zmniejsza pliki, aby przyspieszyć ich dostarczanie.

H

H1 Tag - Nagłówek HTML najwyższego poziomu, zwykle używany jako główny tytuł strony.

H2 / H3 Tags - Znaczniki podtytułów, które porządkują sekcje treści pod nagłówkiem H1.

Hallucination Suppression - Techniki ograniczające skłonność modelu AI do generowania fałszywych lub nieuzasadnionych stwierdzeń.

Head Term - Krótkie, ogólne słowo kluczowe o dużej liczbie wyszukiwań, przeciwieństwo frazy long-tail.

Header Tags - Znaczniki nagłówków HTML od H1 do H6, które porządkują treść według ważności. Znane też jako Heading Tags.

Helpful Content Update - Inicjatywa Google z 2022 r., później włączona do rdzenia rankingu, nagradzająca pomocne treści tworzone z myślą o ludziach.

Hidden Text - Tekst ukryty przed użytkownikami, lecz widoczny dla robotów, manipulacyjna technika black hat.

Hilltop Algorithm - Algorytm z początku lat 2000., który wskazuje autorytatywne strony na podstawie linków z tematycznych stron eksperckich.

Historical Data - Dane historyczne o wynikach, używane do wykrywania trendów i zmian w czasie.

Hit - Każde pojedyncze żądanie pliku skierowane do serwera, np. strony, obrazu lub skryptu. Znane też jako Website Hit.

Holistic SEO - Ulepszanie każdego aspektu witryny - treści, techniki i UX - zamiast pojedynczych taktyk.

Home Page - Główna strona wejściowa witryny, zwykle pod jej adresem głównym.

Homepage Link - Odnośnik prowadzący do strony głównej witryny, a nie do podstrony.

Host Status - Sekcja Search Console raportująca, czy Google miało problemy z indeksowaniem hosta, np. z robots.txt, DNS lub serwerem.

Hostload - Jak duże obciążenie indeksowaniem serwer może przyjąć, zanim grozi mu przeciążenie.

HowTo Rich Result - Wynik rozszerzony pokazujący instrukcje krok po kroku z danych strukturalnych HowTo, obecnie wycofany przez Google.

Hreflang - Atrybut, który informuje Google o wariantach językowych i regionalnych strony.

Hreflang Attribute - Konkretny znacznik rel-alternate hreflang, który deklaruje język i region strony.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Nagłówek odpowiedzi, który wymusza na przeglądarkach łączenie się z witryną wyłącznie przez HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Język znaczników, który nadaje strukturę treści stron internetowych.

HTML Sitemap - Czytelna dla człowieka strona z listą stron witryny, ułatwiająca nawigację użytkownikom i robotom.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Protokół, którego przeglądarki i serwery używają do wymiany danych w sieci.

HTTP/2 - Duża wersja HTTP, która przyspiesza ładowanie dzięki multipleksowaniu wielu żądań w jednym połączeniu.

HTTP/3 - Najnowsza wersja HTTP, działająca na QUIC dla niższych opóźnień i pewniejszych połączeń.

HTTPS - Szyfrowana, bezpieczna wersja HTTP, chroniąca dane w trakcie przesyłu za pomocą TLS.

Hub - Centralna strona, która porządkuje powiązane treści na dany temat i do nich linkuje.

Hub and Spoke Model - Struktura treści z centralną stroną-hubem linkującą do powiązanych, bardziej szczegółowych stron-szprych.

Hummingbird - Gruntowna przebudowa algorytmu Google z 2013 r., która przesunęła nacisk na znaczenie i intencję zapytania. Znane też jako Google Hummingbird.

Hydration - Proces, w którym JavaScript po stronie klienta dołącza interaktywność do HTML wyrenderowanego na serwerze.

I

Image Carousel - Element SERP pokazujący przewijany poziomo rząd obrazów.

Image Compression - Zmniejszanie rozmiaru plików graficznych, aby przyspieszyć ładowanie strony bez psucia jakości.

Image Filename - Opisowa nazwa pliku graficznego, drobny sygnał dla SEO obrazów.

Image Pack - Element SERP wyświetlający zgrupowany blok obrazów w wynikach wyszukiwania.

Image SEO - Optymalizacja obrazów, w tym nazwy pliku, tekstu alt i rozmiaru, pod kątem wyszukiwania i wydajności.

Image Sitemap - Mapa witryny lub jej rozszerzenie, które wymienia obrazy, aby pomóc wyszukiwarkom je odkryć.

Image Title - Atrybut title obrazu, wyświetlany jako dymek i o niewielkim znaczeniu dla SEO.

Impression - Pojedyncze wyświetlenie Twojego wyniku lub reklamy w wynikach wyszukiwania.

Impression Share - W Google Ads odsetek wyświetleń, które uzyskałeś, spośród tych, do których się kwalifikowałeś.

Improved Keywords - Słowa kluczowe, dla których pozycje witryny wzrosły w danym okresie.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Technika w Next.js, która przebudowuje pojedyncze strony statyczne na żądanie po wdrożeniu witryny.

Index - Baza stron, które wyszukiwarka zapisała i może zwrócić w wynikach.

Index Bloat - Sytuacja, gdy indeksowanych jest zbyt wiele stron o niskiej wartości, co rozmywa sygnały jakości witryny.

Index Coverage Report - Raport w Search Console pokazujący, które strony są zindeksowane i dlaczego inne nie. Znane też jako Page Indexing Report.

Indexability - To, czy strona może i ma prawo zostać dodana do indeksu wyszukiwarki.

Indexation Rate - Odsetek stron witryny faktycznie zindeksowanych przez wyszukiwarkę.

Indexing - Proces analizy strony i dodania jej do indeksu wyszukiwarki.

IndexNow - Protokół, który pozwala witrynom natychmiast powiadamiać uczestniczące wyszukiwarki, np. Bing i Yandex, o zmienionych adresach URL.

Infographic - Wizualne przedstawienie informacji lub danych, często tworzone, by przyciągać linki.

Information Gain - Ile nowych, unikalnych informacji wnosi strona ponad to, co już pokrywają strony rankujące.

Informational Query - Zapytanie, w którym użytkownik chce się czegoś dowiedzieć lub znaleźć informację, a nie dokonać zakupu.

Intent Cluster - Grupa słów kluczowych lub zapytań, które mają tę samą leżącą u podstaw intencję wyszukiwania.

Interaction to Next Paint (INP) - Metryka Core Web Vitals mierząca, jak szybko strona reaguje na interakcje użytkownika; w 2024 r. zastąpiła FID.

Internal Link - Odnośnik z jednej strony do innej strony w obrębie tej samej witryny.

Internal Linking - Linkowanie między stronami w obrębie tej samej witryny, by ułatwiać nawigację i rozprowadzać autorytet.

International SEO - Optymalizacja witryny pod kątem użytkowników w wielu krajach i językach.

IP Address - Numeryczny identyfikator urządzenia lub serwera w sieci.

J

JavaScript (JS) - Język programowania, który dodaje stronom interaktywność i dynamiczne zachowanie.

JavaScript SEO - Praktyka zapewniania, by witryny mocno oparte na JavaScriptcie były indeksowalne przez wyszukiwarki.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Zalecany przez Google format dodawania danych strukturalnych do strony za pomocą bloku skryptu.

K

Kanban - Wizualna tablica zarządzająca zadaniami i przepływem pracy jako karty przesuwane przez kolumny.

Keyword - Słowo lub fraza, które ludzie wpisują w wyszukiwarki i pod które optymalizujesz treść.

Keyword (Google Ads) - Frazę, na którą licytuje reklamodawca, aby wyzwalać płatne reklamy.

Keyword (Not Provided) - Dane o słowie kluczowym, które Google ukrywa w analityce, oznaczone jako not provided.

Keyword (Organic) - Frazę, na którą chcesz rankować w bezpłatnych, organicznych wynikach wyszukiwania.

Keyword (Related) - Frazę powiązaną znaczeniowo z Twoim głównym słowem kluczowym, wspierająca ten sam temat.

Keyword Analysis - Ocena słów kluczowych pod kątem trafności, liczby wyszukiwań, trudności i intencji.

Keyword Cannibalization - Sytuacja, gdy wiele stron w witrynie konkuruje o to samo słowo kluczowe, osłabiając swoje pozycje.

Keyword Categorization - Grupowanie słów kluczowych w motywy lub tematy, aby uporządkować strategię i treść.

Keyword Clustering - Grupowanie ściśle powiązanych słów kluczowych, które może obsłużyć jedna strona.

Keyword Competition - Poziom konkurencji o pozycję organiczną lub licytację w reklamach dla danego słowa kluczowego.

Keyword Density - Jak często słowo kluczowe pojawia się w stosunku do całkowitej liczby słów na stronie.

Keyword Difficulty - Metryka w narzędziu szacująca, jak trudno byłoby wypozycjonować dane słowo kluczowe.

Keyword Explorer - Funkcja narzędzia SEO służąca do odkrywania propozycji słów kluczowych i analizy ich metryk.

Keyword Frequency - Surowa liczba wystąpień słowa kluczowego w danej treści.

Keyword Funnel - Porządkowanie słów kluczowych według etapu ścieżki zakupowej, który odzwierciedlają.

Keyword Overview - Raport w narzędziu podsumowujący kluczowe metryki słowa kluczowego, np. liczbę wyszukiwań, trudność i intencję.

Keyword Prominence - Jak wyeksponowane i wcześniej pojawia się słowo kluczowe na stronie, np. w tytule lub pierwszym akapicie.

Keyword Proximity - Jak blisko siebie pojawiają się docelowe słowa kluczowe w tekście.

Keyword Ranking - Pozycja strony w wynikach wyszukiwania dla konkretnego słowa kluczowego. Znane też jako Keyword Rank.

Keyword Research - Wyszukiwanie i analiza fraz, których szukają Twoi odbiorcy, by ukierunkować treść i SEO.

Keyword Stemming - Sprowadzanie słowa do rdzenia, aby warianty takie jak biegać i bieganie traktować jako powiązane.

Keyword Stuffing - Przeładowywanie strony słowami kluczowymi w celu manipulowania jej pozycjami. Znane też jako Keyword Spam.

Knowledge Graph - Baza encji Google i relacji między nimi, używana do wzbogacania wyników. Znane też jako Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - Ramka w SERP pokazująca kluczowe fakty o encji, zaczerpnięte z Knowledge Graph. Znane też jako Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Mierzalna wartość, która śledzi postęp w realizacji konkretnego celu.

L

Landing Page - Strona, na którą trafia odwiedzający z kampanii, zaprojektowana, by skłonić do jednego działania.

Largest Contentful Paint (LCP) - Metryka Core Web Vitals mierząca czas do wyrenderowania największego widocznego elementu strony.

Last Crawl - Najnowsza data, w której wyszukiwarka zindeksowała (pobrała) daną stronę.

Last-Modified - Nagłówek HTTP, który informuje klientów, kiedy zasób został ostatnio zmieniony.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Technika przetwarzania języka naturalnego analizująca relacje między dokumentami a zawartymi w nich terminami.

Lazy Loading - Odraczanie ładowania obrazów lub zasobów poza ekranem do momentu, gdy są potrzebne, aby przyspieszyć pierwsze wczytanie.

Lead - Potencjalny klient, który wykazał zainteresowanie, np. przesyłając swoje dane.

Lead Magnet - Darmowa zachęta, np. e-book, oferowana w zamian za dane kontaktowe odwiedzającego.

Link Accessibility - To, czy odnośniki mogą zostać odkryte i podążone przez roboty, a nie ukryte za skryptami.

Link Attribution - Sygnalizowanie charakteru odnośnika za pomocą atrybutów rel, takich jak nofollow, sponsored czy ugc.

Link Authority - Siła i zaufanie, które strona linkująca jest w stanie przekazać.

Link Bait - Treść tworzona specjalnie po to, by przyciągnąć dużą liczbę odnośników. Znane też jako Linkbait.

Link Building - Proces pozyskiwania odnośników z innych witryn w celu poprawy autorytetu i pozycji.

Link Burst - Nagły skok liczby świeżo pozyskanych odnośników w krótkim czasie.

Link Churn - Naturalny przyrost i utrata odnośników w obrębie witryny w czasie.

Link Condom - Dawny slang na metody, takie jak nofollow, które powstrzymują odnośnik od przekazywania wartości rankingowej.

Link Distance - Liczba przeskoków linkowych między zaufaną witryną źródłową a daną stroną.

Link Diversity - Różnorodność źródeł, typów i kotwic odnośników witryny.

Link Equity - Wartość rankingowa przekazywana z jednej strony na drugą przez odnośnik.

Link Exchange - Wzajemne ustalenie, w którym dwie witryny zgadzają się linkować do siebie.

Link Farm - Grupa witryn stworzonych wyłącznie po to, by linkować do siebie i manipulować pozycjami.

Link Gap - Odnośniki, które mają konkurenci, a których nie ma Twoja witryna.

Link Hoarding - Niechęć do linkowania na zewnątrz w celu zatrzymania całej wartości linków wewnątrz witryny.

Link Insert (Niche Edit) - Dodanie odnośnika do istniejącego, już opublikowanego artykułu na innej stronie.

Link Intersect - Analiza wskazująca witryny linkujące do kilku Twoich konkurentów, ale nie do Ciebie.

Link Juice - Nieformalne określenie wartości rankingowej, jaką odnośnik przekazuje do celu.

Link Neighborhood - Zbiór witryn, do których linkujesz i które linkują do Ciebie, sygnalizujący Twoje powiązania.

Link Placement Quality - Jak wartościowe są położenie odnośnika i otaczający go kontekst na stronie.

Link Popularity - Liczba i jakość odnośników prowadzących do witryny.

Link Profile - Ogólny skład wszystkich odnośników prowadzących do witryny.

Link Prospect - Witryna lub strona zidentyfikowana jako potencjalne źródło odnośnika.

Link Reclamation - Odzyskiwanie utraconych odnośników lub zamiana wzmianek o marce bez linku na linki.

Link Relevancy - Jak bardzo strona linkująca jest tematycznie powiązana ze stroną, do której linkuje.

Link Rot - Naturalna tendencja linków do przestawiania działań w czasie, gdy strony się przenoszą lub znikają.

Link Scheme - Każda praktyka linkowa mająca manipulować pozycjami, która narusza wytyczne Google.

Link Spam - Nieistotne lub manipulacyjne linki umieszczane w celu wpłynięcia na pozycje.

Link Suppression - Sytuacja, gdy wyszukiwarka pomniejsza lub ignoruje odnośnik, tak że nie przekazuje on wartości rankingowej.

Link Toxicity - Stopień, w jakim profil linkowy zawiera szkodliwe lub spammerskie odnośniki.

Link Velocity - Tempo, w jakim witryna zyskuje lub traci odnośniki w czasie.

Link Volume - Całkowita liczba odnośników prowadzących do witryny lub strony.

Linkable Asset - Treść o wysokiej wartości tworzona specjalnie po to, by przyciągać odnośniki.

Linked Unstructured Citations - Wzmianki o firmie w treści, które zawierają link, ale nie są ustrukturyzowanym wpisem katalogowym.

Listicle Placement - Umieszczenie Twojej marki w artykule w formie listy na innej witrynie.

Listing Management - Utrzymywanie dokładnych i spójnych wpisów firmowych na wielu platformach.

LLM Visibility - Jak często i jak wyeksponowana marka pojawia się w odpowiedziach dużych modeli językowych.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Optymalizacja treści i encji tak, aby duże modele językowe prezentowały i cytowały markę w odpowiedziach.

Local Ads - Płatne reklamy kierowane do lokalnych odbiorców, np. Local Services Ads od Google.

Local Business Schema - Dane strukturalne opisujące lokalną firmę, np. nazwę, adres i godziny, na potrzeby wyszukiwarek.

Local Citation - Każda wzmianka w sieci o nazwie, adresie i numerze telefonu lokalnej firmy. Znane też jako Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Utrzymywanie identycznej nazwy, adresu i numeru telefonu firmy we wszystkich wpisach.

Local Filtering - Sytuacja, gdy Google odfiltrowuje podobne lokalne firmy o wspólnej lokalizacji lub telefonie, by zróżnicować wyniki.

Local Finder - Rozszerzona lista wyników lokalnych pokazywana po przejściu użytkownika z Local Pack.

Local Keyword Research - Wyszukiwanie fraz o intencji lokalnej dla obszaru działania firmy.

Local Listings - Profile firmy w katalogach, mapach i serwisach z opiniami.

Local Pack - Element SERP pokazujący mapę i krótką listę lokalnych wizytówek firm dla zapytania lokalnego.

Local Query - Zapytanie o intencji lokalnej, zwykle szukające pobliskich firm, produktów lub usług.

Local Ranking Factors - Sygnały, przede wszystkim trafność, odległość i promienność, które decydują o pozycjach lokalnych.

Local Search - Wyszukiwanie firm, produktów lub usług w pobliżu konkretnej lokalizacji.

Local Search Grid - Widok w narzędziu pokazujący, jak firma rankuje w siatce punktów geograficznych.

Local Search Marketing - Praktyka poprawiania widoczności lokalnej firmy w wyszukiwaniu lokalnym.

Local Search Marketing Services - Usługi agencyjne poprawiające obecność firmy w lokalnych wynikach wyszukiwania.

Local SEO - Optymalizacja witryny i wizytówek, by rankować w wyszukiwaniach lokalnych i wynikach map.

Local Teaser - Zwały lokalny element SERP, który zapowiada pobliskie firmy dla zapytania opartego na lokalizacji.

Log File Analysis - Badanie logów serwera, aby zobaczyć, jak roboty wyszukiwarek i użytkownicy faktycznie korzystają z witryny.

Long-Tail Keyword - Dłuższe, bardziej szczegółowe zapytanie o mniejszej liczbie wyszukiwań, ale jaśniejszej intencji.

Lost Link - Odnośnik, który istniał wcześniej, ale już go nie ma.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Powszechna błędna nazwa dla terminów powiązanych znaczeniowo; prawdziwe latent semantic indexing nie jest sposobem rankowania Google.

M

<meta name="viewport"> - Znacznik meta, który kontroluje skalowanie i układ strony na urządzeniach mobilnych.

Main Thread Blocking - Sytuacja, gdy długie zadania JavaScript blokują główny wątek przeglądarki i pogarszają responsywność.

Manual Action - Obniżenie pozycji lub usunięcie nałożone przez weryfikatora za naruszenie wytycznych Google. Znane też jako Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Narzędzie, które śledzi lokalne pozycje firmy w różnych miejscach na mapie.

Map Spam - Manipulowanie lokalnymi wynikami map za pomocą fałszywych lub przeładowanych słowami kluczowymi wizytówek.

Market Consolidation - Stopień, w jakim niewielka liczba domen przejmuje większość ruchu z wyszukiwania w danym rynku.

Market-Level Indexing - Porządkowanie danych o indeksie lub widoczności na poziomie całego rynku lub kraju.

Match Score - Metryka w narzędziu szacująca, jak blisko wynik odpowiada zapytaniu lub zestawowi słów kluczowych.

Merchant Listings - Wyniki rozszerzone pokazujące szczegóły produktu, np. cenę i dostępność, na podstawie danych strukturalnych.

Meta Description - Podsumowanie strony w HTML, które często pojawia się pod jej tytułem w wynikach wyszukiwania.

Meta Keywords - Przestarzały znacznik meta do wymieniania słów kluczowych, który Google ignoruje przy rankingu.

Meta Refresh - Kod, który po ustalonym opóźnieniu przekierowuje przeglądarkę do innego adresu URL. Znane też jako Meta Redirect.

Meta Robots Tag - Znacznik HTML, który instruuje wyszukiwarki, jak indeksować stronę.

Meta Tags - Fragmenty w sekcji head HTML, które przekazują wyszukiwarkom informacje o stronie.

Metric - Wymierna miara używana do śledzenia i oceny skuteczności.

Microdata - Metoda dodawania danych strukturalnych bezpośrednio w HTML za pomocą atrybutów elementów.

Minification - Usuwanie zbędnych znaków z kodu, aby zmniejszyć rozmiar plików i przyspieszyć ładowanie.

Mobile Optimization - Dostosowywanie witryny tak, by działała i wyświetlała się dobrze na urządzeniach mobilnych.

Mobile Usability - Jak łatwo odwiedzający mogą korzystać ze strony i wchodzić z nią w interakcję na urządzeniach mobilnych.

Mobile-First Indexing - Praktyka Google polegająca na używaniu mobilnej wersji witryny do indeksowania i rankingu.

Mobile-Friendly Website - Witryna, która dobrze wyświetla się i działa na urządzeniach mobilnych.

Model Confidence - Jak bardzo model AI jest pewny danej predykcji lub wygenerowanej odpowiedzi.

Money Page - Strona, która bezpośrednio generuje przychód, np. strona produktu lub sprzedaży.

Morningscore - Narzędzie SEO, które grywalizuje śledzenie pozycji, linków i zadań optymalizacyjnych.

MozBar - Darmowe rozszerzenie przeglądarki od Moz, pokazujące metryki SEO, np. autorytet domeny i strony.

Multi-Domain Strategy - Wykorzystanie kilku domen, np. na region lub markę, jako część strategii SEO.

MUM (Multitask Unified Model) - Model AI Google, który rozumie i generuje język w różnych formatach i wielu językach.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Podstawowe dane kontaktowe firmy, używane spójnie w cytacjach lokalnego SEO.

NAP Consistency - Utrzymywanie identycznej nazwy, adresu i numeru telefonu firmy we wszystkich wpisach.

Natural Language Understanding (NLU) - Gałąź NLP skupiona na uchwyceniu znaczenia, intencji i niuansów stojących za językiem.

Natural Link - Odnośnik przyznany redakcyjnie ze względu na wartość, bez prośby ani opłaty.

Navigation - System menu i odnośników, który pomaga użytkownikom poruszać się po witrynie. Znane też jako Website Navigation.

Navigational Query - Zapytanie, w którym użytkownik próbuje dotrzeć do konkretnej witryny lub strony.

Negative Keywords - Frazy wykluczane w kampaniach płatnych, by nie wyświetlać reklam dla nietrafnych wyszukiwań.

Negative SEO - Złośliwe techniki mające zaszkodzić pozycjom konkurenta w wyszukiwarce.

News Box - Element SERP prezentujący najnowsze, trafne artykuły informacyjne, często oznaczony jako Najważniejsze wiadomości.

Niche - Konkretny, wyspecjalizowany segment szerszego rynku lub tematu.

NLP (Natural Language Processing) - Dziedzina, która umożliwia komputerom przetwarzanie, analizę i rozumienie języka ludzkiego.

Nofollow Link - Odnośnik, który prosi wyszukiwarki, by nie przekazywały sygnałów rankingowych do celu. Znane też jako rel="nofollow".

Noindex - Dyrektywa, która mówi wyszukiwarkom, by nie umieszczały strony w indeksie.

Noopener and Noreferrer - Atrybuty rel dodawane do odnośników otwieranych w nowej karcie, ze względów bezpieczeństwa i prywatności. Znane też jako rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Liczba stron, które wyszukiwarka raportuje jako pasujące do danego zapytania.

O

Off-Page SEO - Działania poza Twoją witryną, głównie link building, które budują autorytet i zaufanie.

On-Page SEO - Optymalizacja własnej treści i kodu HTML strony, by wyżej rankowała w wyszukiwarce.

Online Directories - Witryny, które wymieniają firmy, często będące źródłem lokalnych cytacji.

Online Review Management - Monitorowanie, odpowiadanie na opinie klientów i zachęcanie do nich na różnych platformach. Znane też jako Review Management.

Online Reviews - Oceny i opinie klientów o firmie publikowane w internecie. Znane też jako Reviews.

Online Visibility - Jak łatwo można znaleźć markę w wyszukiwarkach i szerszej sieci.

Open Graph - Znaczniki meta, które kontrolują, jak adres URL wyświetla się przy udostępnianiu w mediach społecznościowych. Znane też jako Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Wyrażna zgoda użytkownika na otrzymywanie komunikacji lub bycie śledzonym.

Opt-Out - Decyzja użytkownika o rezygnacji z komunikacji lub śledzenia, które w innym razie by go obejmowały.

Organic Search Results - Bezpłatne wyniki uszeregowane według trafności, a nie reklamy.

Organic Traffic - Odwiedzający, którzy trafiają na witrynę z bezpłatnych wyników wyszukiwarki.

Origin Server - Serwer przechowujący oryginalną treść witryny, znajdujący się za ewentualną siecią CDN.

ORM (Online Reputation Management) - Zarządzanie i poprawa tego, jak marka jest postrzegana w wynikach wyszukiwania i sieci. Znane też jako Reputation Management.

Orphan Page - Strona, do której nie prowadzą żadne odnośniki wewnętrzne z reszty witryny.

Out of Stock Handling - Sposób, w jaki sklep internetowy traktuje strony produktów chwilowo niedostępnych.

Outreach - Kontaktowanie się z ludźmi lub witrynami, by budować relacje i zdobywać linki lub publikacje.

Over-Optimization - Stosowanie technik SEO tak agresywnie, że przynosi to skutek odwrotny i szkodzi pozycjom.

P

Page Authority (PA) - Metryka Moz w skali 0-100 prognozująca, jak mocno może rankować pojedyncza strona.

Page Experience - Zestaw sygnałów Google odzwierciedlających to, jak użytkownicy odbierają doświadczenie strony, w tym Core Web Vitals.

Page Speed - Jak szybko strona internetowa się ładuje i staje się użyteczna dla odwiedzających.

Page Title - Element tytułu strony, wyświetlany jako klikalny nagłówek w wynikach wyszukiwania.

Page View - Pojedyncze załadowanie i wyświetlenie strony. Znane też jako Pageview.

PageRank (PR) - Fundamentalny algorytm Google, który ocenia wagę strony na podstawie liczby i jakości prowadzących do niej linków.

Pages per Session - Średnia liczba stron, które odwiedzający ogląda w trakcie jednej sesji.

Pagination - Dzielenie treści na ponumerowane strony i łączenie ich odnośnikami dla nawigacji.

Paid Link - Odnośnik pozyskany za pomocą opłaty.

Paid Search Engine Result - Reklamowy wynik wyświetlany w wynikach wyszukiwania, ponieważ reklamodawca zapłacił za umiejscowienie.

Paid Traffic - Odwiedzający, którzy trafiają na witrynę dzięki płatnej reklamie.

Panda - Aktualizacja Google wymierzona w cienką, niskiej jakości treść, obecnie część rdzenia algorytmu. Znane też jako Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Tekst odnośnika, który zawiera część docelowego słowa kluczowego obok innych słów.

Partial Match Penalty - Ręczna kara lub obniżenie pozycji dotyczące tylko części stron lub słów kluczowych, a nie całej witryny.

Passage Indexing - Zdolność Google do rankowania pojedynczego trafnego fragmentu w obrębie strony, a nie tylko całej strony.

Passage Retrieval - Pobieranie najtrafniejszego fragmentu z dokumentów, by odpowiedzieć na zapytanie.

Passage Weighting - Przypisywanie różnej wagi poszczególnym fragmentom przy rankowaniu strony.

PBN (Private Blog Network) - Sieć witryn zbudowana wyłącznie po to, by kierować linki do strony docelowej, naruszenie wytycznych.

Penguin - Aktualizacja Google wymierzona w manipulacyjne linki i spam, obecnie część rdzenia algorytmu. Znane też jako Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - Element SERP pokazujący rozwijane pytania powiązane z zapytaniem użytkownika.

People Also Ask Boxes - Pojedyncze rozwijane ramki pytanie-odpowiedź w ramach funkcji People Also Ask.

Persona - Fikcyjny profil reprezentujący segment Twojej grupy docelowej.

Personalization - Dopasowywanie treści lub wyników wyszukiwania do kontekstu i historii indywidualnego użytkownika.

Pillar Page - Szeroka, wyczerpująca strona, która stanowi rdzeń klastra tematycznego i linkuje do powiązanych podstron.

Pitch - Wiadomość, w której proponujesz potencjalnemu odbiorcy swoją treść, link lub pomysł.

Pogo-Sticking - Sytuacja, gdy użytkownik klika wynik, a następnie szybko wraca do SERP, by wybrać inny.

Poison Words - Słowa, o których kiedyś sądzono, że uruchamiają filtry spamu lub hamują pozycję strony.

Position - Konkretna pozycja, jaką wynik zajmuje na stronie wyników wyszukiwania.

PPA (Pay Per Action) - Model reklamowy, w którym płacisz tylko wtedy, gdy nastąpi zdefiniowane działanie, np. rejestracja.

PPC (Pay Per Click) - Model reklamowy, w którym płacisz za każde kliknięcie Twojej reklamy.

Precision - W wyszukiwaniu informacji odsetek zwróconych wyników, które są faktycznie trafne.

Price Competitiveness - Jak cena produktu wypada na tle konkurencji, istotne w wynikach zakupowych i produktowych.

Primary Category - Główna kategoria przypisana do profilu firmy lub produktu, która kształtuje trafność.

Primary Keyword - Główne słowo kluczowe, wokół którego strona jest tworzona i optymalizowana, by rankować.

Product Grid SEO - Optymalizacja siatek produktów i stron kategorii w e-commerce pod kątem widoczności w wyszukiwaniu organicznym.

Product Schema - Dane strukturalne opisujące produkt, np. jego cenę, dostępność i oceny.

Programmatic SEO - Generowanie wielu stron na dużą skalę z danych i szablonów, by trafić w duże zbiory podobnych zapytań.

Programming Language - Formalny język służący do zapisywania instrukcji wykonywanych przez oprogramowanie.

Progressive Web Apps (PWA) - Aplikacje webowe, które działają jak natywne, z funkcjami takimi jak praca offline i instalowalność.

Prominence - W lokalnym SEO to, jak znana i ugruntowana jest firma, lokalny czynnik rankingowy.

Prompt Bank - Zapisany zbiór wielokrotnego użytku promptów do narzędzi AI.

Prospecting - Identyfikowanie potencjalnych celów linkowych, partnerskich lub klientów do kontaktu.

Protocol - Zbiór reguł określających, jak wymieniane są dane, np. HTTP lub HTTPS.

Public Relations - Zarządzanie tym, jak organizacja jest postrzegana przez opinię publiczną i media.

Pull Channel - Kanał marketingowy, w którym klienci przychodzą do Ciebie, np. wyszukiwanie organiczne.

Pull Marketing - Przyciąganie klientów przez bycie znalezionym, gdy aktywnie szukają rozwiązań.

Purchase Conversion - Konwersja, w której odwiedzający finalizuje zakup.

Purchased Link - Link kupiony, by wpłynąć na pozycje, co narusza wytyczne, o ile nie jest oznaczony i nofollow.

Push Channel - Kanał, w którym wypychasz komunikaty do odbiorców, np. reklama displayowa lub e-mail.

Push Marketing - Aktywne dostarczanie komunikatów odbiorcom, którzy ich aktywnie nie szukali.

Q

Qualified Lead - Lead spełniający kryteria wskazujące na realny potencjał sprzedażowy.

Qualified Traffic - Odwiedzający, którzy pasują do Twojej grupy docelowej i są bardziej skłonni do konwersji.

Quality Content - Treść użyteczna, dokładna i faktycznie zaspokajająca intencję użytkownika.

Quality Score - Ocena jakości słowa kluczowego, reklamy i strony docelowej w Google Ads, wpływająca na koszt i pozycję reklamy.

Query Deserves Diversity (QDD) - Koncepcja faworyzująca zróżnicowany zestaw wyników dla niejednoznacznych zapytań o wielu znaczeniach.

Query Deserves Freshness (QDF) - Koncepcja Google faworyzująca świeższą treść dla zapytań wykazujących nagły wzrost zainteresowania.

QUIC - Nowoczesny protokół transportowy używany przez HTTP/3, który zmniejsza opóźnienia dzięki działaniu na UDP.

R

Rank Distribution - Jak słowa kluczowe witryny rozkładają się w zakresie pozycji rankingowych.

Rank Tracking - Monitorowanie, jak pozycje słów kluczowych witryny zmieniają się w czasie.

RankBrain - System uczenia maszynowego Google, który pomaga interpretować nowe i niejednoznaczne zapytania. Znane też jako Google RankBrain.

Ranking - Pozycja, jaką strona zajmuje w wynikach wyszukiwania dla zapytania.

Ranking Factor - Sygnał, którego wyszukiwarka używa do ustalenia kolejności wyników.

Readability Score - Metryka szacująca, jak łatwy do czytania jest dany tekst.

Reciprocal Link - Układ, w którym dwie witryny linkują do siebie nawzajem.

Reconsideration Request - Prośba o ponowne rozpatrzenie witryny przez Google po usunięciu przyczyny ręcznej kary.

Redirect - Sposób automatycznego kierowania użytkowników i robotów z jednego adresu URL na inny.

Redirect Chain - Ciąg wielu przekierowań, przez które przechodzi żądanie, zanim dotrze do docelowego adresu URL.

Redirected Link - Odnośnik, który przechodzi przez jedno lub więcej przekierowań, zanim dotrze do docelowego adresu URL.

Referral Traffic - Odwiedzający, którzy trafiają na Twoją witrynę przez odnośniki z innych stron.

Referring Domain - Unikalna domena, która linkuje do Twojej witryny co najmniej raz.

Regex (Regular Expressions) - Wzorce tekstowe służące do dopasowywania ciągów znaków, przydatne w filtrach, audytach i Search Console.

Regional Keywords - Słowa kluczowe powiązane z konkretnym regionem lub obszarem.

Reinclusion - Przywrócenie witryny lub jej stron do indeksu po usunięciu lub karze.

Related Searches - Propozycje zapytań powiązanych z Twoim wyszukiwaniem, pokazywane na dole strony wyników.

Relative URL - Adres URL zapisany względem bieżącej strony, bez protokołu i domeny.

Relevance - Jak dobrze strona lub firma odpowiada zapytaniu wyszukiującego, kluczowy czynnik rankingowy.

Render-Blocking Scripts - Skrypty, które muszą się załadować i wykonać, zanim przeglądarka wyrenderuje widoczną treść.

Rendering - Proces zamiany kodu strony na wizualny układ, który widzi użytkownik.

Rendering Delay - Opóźnienie między żądaniem a momentem pełnego wyrenderowania treści strony.

Resource Hints - Wskazówki HTML, takie jak preload, preconnect i dns-prefetch, które przyspieszają ładowanie zasobów.

Resource Pages - Wyselekcjonowane strony, które gromadzą i odsyłają do przydatnych zasobów na dany temat.

Responsive Design - Podejście projektowe, w którym układ strony płynnie dostosowuje się do każdego rozmiaru ekranu.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - Podejście AI, które pobiera trafne dokumenty i wykorzystuje je do ugruntowania wygenerowanej odpowiedzi.

Review Sentiment - Ogólny pozytywny lub negatywny wydźwięk wyrażany w opiniach o firmie.

Review Velocity - Tempo, w jakim firma zdobywa nowe opinie w czasie.

Rich Snippet - Wynik wyszukiwania wzbogacony o dodatkowe informacje pobrane z danych strukturalnych strony.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Dyrektywy robots kontrolujące, jak strona może pojawić się w wynikach, w tym długość fragmentu, podgląd obrazów i cache.

Robots.txt - Plik, który mówi robotom, do których części witryny mogą lub nie mogą uzyskać dostępu.

ROI (Return on Investment) - Miara zysku uzyskanego w stosunku do kosztu inwestycji.

Root Domain - Zarejestrowana domena najwyższego poziomu, bez przedrostka subdomeny.

S

SaaS (Software as a Service) - Oprogramowanie dostarczane przez internet w modelu subskrypcyjnym, a nie instalowane lokalnie.

SAM (Serviceable Available Market) - Część całkowitego rynku, którą firma jest w stanie realnie obsłużyć.

sameAs - Właściwość schema, która łączy encję z jej oficjalnymi profilami i adresami URL.

Schema Markup - Słownik danych strukturalnych dodawany do stron, by umożliwić wyniki rozszerzone.

Schema.org - Wspólny słownik, który standaryzuje dane strukturalne w różnych wyszukiwarkach.

Scraped Content - Treść skopiowana z innych witryn bez zgody ani wartości dodanej.

Scraping (Web Scraping) - Automatyczne pobieranie danych lub treści z witryn za pomocą oprogramowania.

Screaming Frog - Desktopowy crawler szeroko używany do przeprowadzania technicznych audytów SEO.

Scroll Depth - Jak daleko w dół strony odwiedzający przewijają, zanim ją opuszczą.

Scrum Board - Wizualna tablica śledząca zadania i postęp w ramach przepływu pracy Scrum.

Search Demand Curve - Rozkład popytu w wyszukiwarce od popularnych fraz głównych aż po długi ogon.

Search Engine - Oprogramowanie, które wyszukuje, indeksuje i porządkuje strony w odpowiedzi na zapytania użytkowników.

Search Engine Advertising - Płacenie za wyświetlanie reklam w wynikach wyszukiwarki.

Search Engine Poisoning - Manipulowanie wynikami tak, by dla zapytań pojawiały się złośliwe lub mylące strony.

Search Engine Rank - Pozycja, jaką strona zajmuje w wynikach wyszukiwarki.

Search Engine Results Page (SERP) - Strona wyników, którą wyszukiwarka zwraca dla danego zapytania.

Search Generative Experience Visibility - Jak często i jak wyeksponowanie marka pojawia się w generowanych przez AI odpowiedziach wyszukiwarki.

Search Intent - Leżący u podstaw cel, jaki ma użytkownik wpisując zapytanie.

Search Quality Rater Guidelines - Publiczny podręcznik Google, który instruuje ludzkich oceniających w ocenie jakości wyników i E-E-A-T.

Search Query - Słowa, które użytkownik wpisuje w wyszukiwarkę, aby coś znaleźć. Znane też jako Query, Search Term.

Search Result Snippet - Tytuł, adres URL i opis pokazywane dla pojedynczego wyniku w SERP.

Search Results - Wyniki, które wyszukiwarka zwraca w odpowiedzi na zapytanie. Znane też jako Results.

Search Traffic - Odwiedzający, którzy trafiają na witrynę za pośrednictwem wyszukiwarek.

Search Visibility - Metryka szacująca, jak widoczna jest witryna w obrębie słów kluczowych, na które rankuje.

Search Volume - Ile razy słowo kluczowe jest wyszukiwane w danym okresie. Znane też jako Volume.

Seasonal Trends - Przewidywalne wzrosty i spadki popytu w wyszukiwarce w ciągu roku.

Secondary Keywords - Pomocnicze słowa kluczowe, które strona celuje obok swojego głównego słowa kluczowego.

Seed Keywords - Początkowe, podstawowe frazy używane do rozpoczęcia analizy słów kluczowych.

SEM (Search Engine Marketing) - Marketing zwiększający widoczność w wyszukiwarkach, często za pomocą płatnych reklam.

Semantic Completeness - Jak w pełni strona pokrywa pojęcia i podtematy związane z jej tematem.

Semantic Core - Pełny zestaw słów kluczowych definiujący zakres tematyczny witryny.

Semantic Search - Wyszukiwanie, które interpretuje znaczenie i intencję zapytania, a nie tylko słowa kluczowe.

Semantic Similarity - Jak bliskie znaczeniowo są sobie dwa fragmenty tekstu lub terminy.

Semrush - Popularny, kompleksowy pakiet narzędzi do SEO i marketingu cyfrowego.

Semrush Rank - Ranking domen Semrush według ich szacowanego ruchu z wyszukiwania organicznego.

Sentiment - Emocjonalny wydźwięk, pozytywny lub negatywny, wyrażany o marce lub temacie.

Sentiment Analysis - Wykorzystanie przetwarzania języka naturalnego do określenia wydźwięku wyrażonego w tekście.

SEO (Search Engine Optimization) - Praktyka ulepszania witryny, by wyżej rankowała w organicznych wynikach wyszukiwania.

SEO Audit - Dokładny przegląd kondycji SEO witryny, jej problemów i możliwości.

SEO Benchmarking - Mierzenie skuteczności SEO względem konkurencji lub wcześniejszych wyników.

SEO Briefing - Dokument, który instruuje autorów, jak zoptymalizować dany materiał.

SEO Checklist - Lista zadań służąca upewnieniu się, że strona lub witryna jest właściwie zoptymalizowana.

SEO Consultant - Ekspert, który doradza firmom, jak poprawić ich skuteczność w wyszukiwarkach.

SEO Emojis - Używanie emoji w tytułach lub znacznikach meta, by przyciągnąć uwagę, choć Google często usuwa je z fragmentów.

SEO Podcast - Audycja audio poświęcona tematom związanym z optymalizacją dla wyszukiwarek.

SEO Service - Profesjonalna usługa mająca poprawić wyniki SEO klienta.

SEO Silo - Grupowanie powiązanej treści w ściśle tematyczne sekcje, by budować trafność tematyczną.

SEO Tips - Praktyczne zalecenia dotyczące poprawy skuteczności witryny w wyszukiwarkach.

SEO URL - Czysty, opisowy, przyjazny słowom kluczowym adres URL, zaprojektowany z myślą o wyszukiwarce i użytkownikach.

SEO vs. SEM - Porównanie między optymalizacją organiczną (SEO) a płatnym marketingiem w wyszukiwarce (SEM).

SEOnaut - Żartobliwe określenie specjalisty SEO.

SERP Feature - Każdy niestandardowy wynik w SERP, np. fragment rozszerzony, pakiet obrazów lub pakiet lokalny.

SERP Real Estate - Ilość przestrzeni wizualnej, jaką Twoje wyniki zajmują na stronie wyników.

SERP Shaker - Określenie znaczącej, szeroko zakrojonej zmiany pozycji w wyszukiwarce.

SERP Source - Witryna, z której pochodzi dany wynik wyszukiwania.

SERP Volatility - Stopień wahań pozycji w wynikach wyszukiwania w czasie.

Server-Side Rendering (SSR) - Generowanie kodu HTML strony na serwerze przed wysłaniem go do przeglądarki.

Service Area Business (SAB) - Firma, która obsługuje klientów w ich lokalizacjach, a nie ze stacjonarnego punktu.

SGE (Search Generative Experience) - Eksperyment Google pokazujący generowane przez AI odpowiedzi nad wynikami, który przekształcił się w AI Overviews.

Shopify - Szeroko stosowana hostowana platforma e-commerce do budowy sklepów internetowych.

Shopping Grid - Siatka ofert produktów wyświetlana w wynikach wyszukiwania zakupowego.

Short-Tail Keywords - Krótkie, ogólne słowa kluczowe o dużej liczbie wyszukiwań i niejasnej intencji.

Site Architecture - Sposób, w jaki strony witryny są ustrukturyzowane, zorganizowane i połączone wewnętrznie.

Site Audit - Automatyczne indeksowanie, które wykrywa techniczne i on-page problemy SEO.

Site Speed - Jak szybko ogólnie ładują się strony witryny dla odwiedzających.

Sitelinks - Dodatkowe linki do podstron pokazywane pod głównym wynikiem, ułatwiające nawigację. Znane też jako Google Sitelinks.

Sitemap - Plik wymieniający adresy URL witryny, aby pomóc wyszukiwarkom je odkryć i zindeksować.

Sitemap Index - Plik odwołujący się do wielu map witryny, stosowany w bardzo dużych serwisach.

Sitewide Backlink - Odnośnik, który pojawia się na każdej stronie witryny linkującej.

Sitewide Link - Link powtarzany na wszystkich stronach witryny, często umieszczany w nagłówku lub stopce.

Skyscraper Technique - Znajdowanie popularnej treści, tworzenie czegoś lepszego i przejmowanie linków, które przyciągała.

SMM (Social Media Marketing) - Marketing marki i jej treści za pośrednictwem platform społecznościowych.

SMO (Social Media Optimization) - Optymalizacja treści i profili w celu zwiększenia zasięgu i zaangażowania w mediach społecznościowych.

Social Signals - Zaangażowanie w mediach społecznościowych, np. polubienia i udostępnienia, czasem związane z widocznością.

Social Syndication - Ponowne publikowanie treści w kanałach społecznościowych w celu zwiększenia jej zasięgu.

Social Traffic - Odwiedzający, którzy trafiają na witrynę z platform społecznościowych.

Soft 404 - Strona, która zwraca kod statusu sukcesu, ale pokazuje użytkownikom komunikat o braku strony.

Source Attribution - Identyfikowanie i wskazywanie pierwotnego źródła treści, danych lub wizyty.

SOV (Share of Voice) - Udział Twojej marki w całkowitej widoczności w wyszukiwarce dla zestawu słów kluczowych w porównaniu z konkurencją.

Spam - Nieistotna, manipulacyjna lub niskiej jakości treść tworzona, by oszukiwać systemy wyszukiwania.

Spam Classifier - System, który automatycznie wykrywa i oznacza spamską treść lub linki.

Spam Score - Metryka Moz szacująca prawdopodobieństwo, że witryna jest spamska lub ukarana.

Spam Signals - Cechy strony lub witryny sugerujące, że może być spamem.

Spamdexing - Manipulowanie indeksem i pozycjami wyszukiwarki za pomocą technik spamskich. Znane też jako Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Manipulacyjne metody SEO, które naruszają wytyczne wyszukiwarek.

Splash Page - Strona wprowadzająca pokazywana przed właściwą witryną, często promocyjna.

Sponsored Link - Odnośnik oznaczony jako płatny lub sponsorowany za pomocą atrybutu rel, zgodnie z wytycznymi. Znane też jako rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Wyraźne oznaczanie płatnych linków i treści jako sponsorowanych, zgodnie z wytycznymi.

Srcset - Atrybut obrazu w HTML, który udostępnia wiele źródeł obrazu do responsywnego ładowania.

SSL Certificate - Cyfrowy certyfikat umożliwiający szyfrowane połączenia HTTPS, dziś technicznie oparty na TLS.

Static URL - Adres URL, który pozostaje stały i nie zawiera dynamicznych parametrów zapytania.

Status Code - Kod HTTP, który serwer zwraca, by wskazać wynik żądania.

Stop Words - Częste słowa, takie jak i, oraz czy w, które wyszukiwarki często ignorują.

Structured Data - Standaryzowany znacznik opisujący treść strony, by wyszukiwarki mogły ją zrozumieć.

Subdirectory - Folder zagnieżdżony w strukturze adresów URL witryny, odpowiednik podfolderu.

Subdomain - Przedrostek domeny tworzący odrębną sekcję, np. blog.example.com.

Subfolder - Katalog w ścieżce adresu URL, np. example.com/blog.

Submission - Czynność zgłaszania witryny lub adresu URL do wyszukiwarek lub katalogów.

SXO (Search Experience Optimization) - Łączenie SEO z doświadczeniem użytkownika, tak by strona zadowalała użytkowników, a nie tylko rankingi.

T

TAM (Total Addressable Market) - Całkowita możliwość przychodowa dostępna dla produktu lub usługi.

Taxonomy - System kategorii i tagów używany do porządkowania treści witryny.

Taxonomy SEO - Optymalizacja stron kategorii, tagów i innych elementów taksonomii pod kątem wyszukiwarek.

Technical SEO - Optymalizacja indeksowania, indeksacji i podstawowej infrastruktury witryny.

The Fold - Linia na stronie, poniżej której treść wymaga przewinięcia, by ją zobaczyć.

Thin Content - Strony, które oferują użytkownikom niewielką wartość dodaną lub żadną.

Three-Way Link Exchange - Układ, w którym witryna A linkuje do B, B do C, a C z powrotem do A, by ukryć wzajemność.

Thumbnails - Małe obrazy podglądu, np. te pokazywane dla filmów w wynikach wyszukiwania.

Tiered Link Building - Budowanie linków do Twoich istniejących odnośników warstwami, by wzmocnić ich siłę.

Time on Page - Średni czas, jaki odwiedzający spędzają na pojedynczej stronie.

Time to First Byte (TTFB) - Czas od żądania do otrzymania pierwszego bajtu odpowiedzi serwera.

Title Tag Optimization - Dopracowywanie elementu tytułu strony, by poprawić trafność i klikalność.

TLD (Top-Level Domain) - Rozszerzenie domeny po ostatniej kropce, np. .com, .org lub .pl.

TLS (Transport Layer Security) - Protokół szyfrujący dane między klientem a serwerem, następcą SSL.

Top Stories - Element informacyjny SERP, który prezentuje aktualne, trafne artykuły dla zapytania.

Topic Cluster - Grupa powiązanych stron zorganizowanych wokół centralnej strony filarowej.

Topic Efficiency - Jak skutecznie witryna przechwytyje ruch dla tematu w stosunku do zainwestowanej treści.

Topical Authority - Postrzegana ekspertyza i głębia witryny w obrębie całego obszaru tematycznego.

Topical Coverage - Jak kompleksowo witryna porusza wszystkie aspekty tematu.

Topical Relevance - Jak ściśle dana treść wiąże się z określonym tematem.

Total Blocking Time (TBT) - Metryka laboratoryjna sumująca czas zablokowania głównego wątku, odzwierciedlająca interaktywność.

Toxic Backlinks - Szkodliwe lub spammerskie linki, które mogą zaszkodzić pozycjom witryny.

Tracking Code - Fragment kodu umieszczany w witrynie, by zbierać dane analityczne lub konwersji.

Traffic - Całkowita liczba odwiedzających, którą otrzymuje witryna.

Traffic % - Odsetek całkowitego ruchu, który przypada na dane słowo kluczowe, stronę lub kanał.

Traffic Cost - Szacowany koszt pozyskania Twojego ruchu organicznego zamiast tego za pomocą płatnych reklam.

Traffic Potential - Całkowity ruch organiczny, jaki temat lub słowo kluczowe mogłyby realnie przynieść.

Transactional Query - Zapytanie sygnalizujące zamiar zakupu lub wykonania konkretnego działania.

Trend - Ogólny kierunek, w jakim coś, np. zainteresowanie w wyszukiwarce, się porusza.

Trust Dampening - Pomniejszanie wartości rankingowej przekazywanej przez linki pochodzące ze źródeł o niskim zaufaniu.

Trust Flow - Metryka Majestic oceniająca jakość linków witryny na podstawie wiarygodności ich źródeł.

TrustRank - Algorytm oddzielający użyteczne strony od spamu, wychodząc od zaufanych witryn źródłowych.

Twitter Cards - Znaczniki meta kontrolujące, jak adres URL wyświetla się przy udostępnianiu na Twitterze, obecnie X.

U

UGC Link Attribute - Wartość rel, która oznacza linki pojawiające się w treściach tworzonych przez użytkowników. Znane też jako rel="ugc".

Unique Visit - Wizyta liczona tylko raz na odrębnego użytkownika w danym okresie.

Universal Analytics (UA) - Poprzednia platforma analityczna Google, zastąpiona przez GA4 w 2023 roku.

Universal Search - Łączenie różnych typów wyników, np. obrazów, wiadomości i filmów, w jednym SERP.

Unlinked Mention - Wzmianka o Twojej marce w treści, która nie zawiera odnośnika.

Unnatural Link - Odnośnik utworzony, by manipulować pozycjami, a nie zdobyty redakcyjnie.

URL (Uniform Resource Locator) - Adres internetowy, który wskazuje konkretny zasób w sieci.

URL Folder - Segment katalogu w ścieżce adresu URL.

URL Parameter - Para klucz-wartość dołączana do adresu URL po znaku zapytania w celu przekazania danych.

URL Rating (UR) - Metryka Ahrefs w skali 0-100 oceniająca siłę profilu linków strony.

URL Slug - Czytelna część adresu URL, która identyfikuje konkretną stronę. Znane też jako Slug.

URL Structure - Sposób, w jaki adresy URL witryny są zorganizowane i sformatowane w całym serwisie.

Usability - Jak łatwa i intuicyjna w obsłudze jest witryna dla odwiedzających.

User Engagement - Jak aktywnie użytkownicy wchodzi w interakcję z witryną lub jej treścią.

User Experience (UX) - Ogólna jakość interakcji osoby z witryną lub produktem.

User Intent - Cel, który użytkownik próbuje osiągnąć, wykonując wyszukiwanie.

User Interface (UI) - Elementy wizualne i kontrolki, za pomocą których użytkownik wchodzi w interakcję z produktem.

User-agent - Ciąg znaków identyfikujący przeglądarkę lub bota wysyłającego żądanie do serwera.

User-Friendly - Zaprojektowany tak, by był łatwy, przejrzysty i przyjemny w użyciu.

UTM Code - Znacznik dodawany do adresu URL w celu śledzenia skuteczności kampanii w analityce.

UTM Parameters - Poszczególne znaczniki klucz-wartość w obrębie oznaczonego UTM adresu kampanii.

V

Variant Indexing - Sposób, w jaki wyszukiwarki obsługują indeksowanie wielu wariantów produktu lub strony.

Vary Header - Nagłówek HTTP, który informuje pamięci podręczne, jak odpowiedź różni się w zależności od nagłówków żądania.

Vector Search - Wyszukiwanie, które dopasowuje treść według podobieństwa znaczeniowego z użyciem osadzeń wektorowych.

Vertical Search - Wyszukiwanie ograniczone do konkretnej kategorii treści, np. obrazów lub ofert pracy.

Vertical Search Engine - Wyszukiwarka skupiona na jednym temacie lub typie treści.

Video Carousel - Element SERP pokazujący przewijany poziomo rząd filmów.

Video Optimization - Optymalizacja treści wideo, by dobrze radziły sobie w wyszukiwarce i angażowały widzów.

Viewport - Widoczny obszar strony internetowej w obrębie ekranu urządzenia.

Viral Content - Treść, która rozprzestrzeniła się szybko i szeroko poprzez udostępnianie.

Visibility - Jak wyeksponowanie witryna pojawia się w wynikach wyszukiwania.

Visibility Score - Metryka szacująca ogólną widoczność witryny w wyszukiwarce.

Visit (Session) - Pojedyncza sesja przeglądania, którą użytkownik odbywa na witrynie.

Voice Search - Wyszukiwanie przez wypowiedzenie zapytania na głos do urządzenia lub asystenta.

Voice Search SEO - Optymalizacja treści, by mogła być prezentowana przez zapytania wyszukiwania głosowego.

Volatility - Stopień wahań pozycji w wyszukiwarce w czasie.

W

Warm Cache - Pamięć podręczna już wypełniona danymi, dzięki czemu żądania są obsługiwane szybko.

Web Architecture - Strukturalny projekt tego, jak systemy webowe, serwery i strony są ze sobą połączone.

Web Stories - Dotykowe, pełnoekranowe historie wizualne, które mogą pojawiać się w wyszukiwarce Google.

Webpage - Pojedynczy dokument w sieci, dostępny pod własnym adresem URL.

Website - Zbiór powiązanych stron internetowych publikowanych pod jedną domeną.

Website Architecture - Sposób, w jaki strony i sekcje witryny są ustrukturyzowane i połączone.

Website Quality - Ogólny poziom treści witryny, doświadczenia użytkownika i jej wiarygodności.

Website Structure - Organizacja i hierarchia stron w obrębie witryny.

White Hat SEO - Etyczne praktyki SEO, które przestrzegają wytycznych wyszukiwarek.

WordPress - Najczęściej używany system zarządzania treścią do budowy stron internetowych.

WPO (Website Performance Optimization) - Poprawa szybkości ładowania i ogólnej wydajności witryny.

X

X-Robots-Tag - Nagłówek HTTP, który kontroluje indeksowanie i crawling dla dowolnego typu pliku.

XML (Extensible Markup Language) - Elastyczny język znaczników używany do przechowywania i przesyłania danych strukturalnych.

XML Sitemap - Plik czytelny maszynowo, który wymienia adresy URL witryny dla wyszukiwarek. Znane też jako Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Działający od lat portal i wyszukiwarka, której wyniki dostarcza Bing.

Yandex - Wiodąca wyszukiwarka w Rosji.

YMYL (Your Money or Your Life) - Strony, które mogą wpływać na zdrowie, finanse lub bezpieczeństwo, oceniane przez Google według wyższych standardów jakości.

Yoast SEO - Popularna wtyczka SEO do WordPressa.

Z

Zero-Click Search - Wyszukiwanie, na które odpowiedź pojawia się bezpośrednio na stronie wyników, bez przejścia na witrynę.

Zombie Pages - Strony o niskiej wartości, które nie przynoszą ruchu i mogą rozmywać ogólną jakość witryny.