

Slovar SEO

DiagnoSEO - jasne, dejstveno preverjene definicije izrazov 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 - Tradicionalni preprosti seznam desetih organskih rezultatov, preden so se pojavile napredne funkcije SERP.

10x Content - Vsebina, ustvarjena tako, da je opazno boljša od vsega, kar trenutno uvršča za določeno temo.

200 OK - Koda stanja HTTP, ki označuje, da je bila zahteva uspešna.

2xx Status Codes - Družina kod stanja HTTP, ki označujejo uspešno zahtevo.

301 Redirect - Trajna preusmeritev, ki prenese večino signalov uvrščanja na nov URL.

302 Redirect - Začasna preusmeritev, ki sporoča, da premik na nov URL ni trajen.

304 Not Modified - Stanje, ki brskalniku pove, da je njegova predpomnjena kopija vira še vedno aktualna.

307 Redirect - Začasna preusmeritev, ki ohrani prvotno metodo zahteve.

403 Forbidden - Stanje, ki pomeni, da je strežnik razumel zahtevo, vendar jo zavrača dovoliti.

404 Error - Stanje, vrnjeno, ko zahtevane strani na strežniku ni mogoče najti.

404 Not Found - Koda stanja HTTP, ki pomeni, da zahtevani vir ne obstaja.

410 Gone - Stanje, ki pomeni, da je bil vir namerno in trajno odstranjen.

4xx Status Codes - Družina kod stanja HTTP, ki označujejo napake na strani odjemalca.

500 Internal Server Error - Splošno stanje, ki pomeni, da je strežnik naletel na nepričakovano napako.

502 Bad Gateway - Stanje, ki pomeni, da je strežnik od drugega strežnika prejel neveljaven odgovor.

503 Service Unavailable - Stanje, ki pomeni, da strežnik začasno ne more obdelati zahteve.

5xx Status Codes - Družina kod stanja HTTP, ki označujejo napake na strani strežnika.

A

A/B Testing - Primerjava dveh različic strani ali elementa, da se vidi, katera deluje bolje. Znan tudi kot Split Testing.

Above the Fold - Del spletne strani, ki je viden brez drsenja.

Absolute URL - Celoten spletni naslov, ki vključuje protokol in domeno, na primer <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - Glava HTTP, ki sporoča uporabnikove želene jezike in pomaga pri zagotavljanju lokalizirane vsebine.

Access Log - Strežniška datoteka, ki beleži vsako zahtevo in se uporablja za analizo dejanskega vedenja robotov in uporabnikov.

Accessibility - Oblikovanje spletnih mest tako, da jih lahko uporabljajo invalidi in pomožne tehnologije.

Ad Impressions - Število prikazov oglasa uporabnikom.

Ad Keyword - Ključna beseda, na katero oglaševalec ponuja ceno, da sproži svoj plačani oglas.

Ad Rank - Vrednost v Google Ads, ki določa položaj oglasa na podlagi ponudbe, kakovosti in konteksta.

ADA Website Compliance - Skladnost z zahtevami glede dostopnosti ameriškega zakona ADA za spletna mesta.

Adobe Analytics - Adobejeva platforma za spletno analitiko na ravni podjetij.

Advanced Search Operators - Posebni ukazi, kot sta site: ali intitle:, ki izboljšajo in filtrirajo iskalne poizvedbe.

AEO (Answer Engine Optimization) - Optimizacija vsebine, da jo answer engines in pomočniki UI predstavijo kot neposreden odgovor.

Affiliate - Partner, ki zasluži provizijo za napotene prodaje ali potencialne stranke prek sledenih povezav.

Ahrefs - Komercialni komplet orodij SEO, ki se pogosto uporablja za analizo povezav, raziskavo ključnih besed in spremljanje uvrstitev.

AI Citation Eligibility - Ali je vsebina dovolj strukturirana in zanesljiva, da jo sistem za odgovore na podlagi UI navede kot vir.

AI Overview - Googlov povzetek, ustvarjen z UI, nad nekaterimi rezultati, ki se je razvil iz Search Generative Experience.

AI Snapshot - Povzetek, ustvarjen z UI, ki se prikaže nad rezultati v generativnih iskalnih izkušnjah.

AIO (AI Optimization) - Optimizacija vsebine in entitet, da sistemi UI razumejo, prikažejo in navedejo blagovno znamko.

Algorithmic Penalty - Izguba uvrstitve, ki jo samodejno uporabi iskalni algoritem in ne človeški ocenjevalec.

Algorithmic Suppression - Algoritemsko zatiranje, ki stran ali spletno mesto drži nizko v uvrstitvah brez ročnega ukrepa.

Alt Text - Opisno besedilo za sliko, ki podpira dostopnost in iskalnikom pomaga razumeti sliko. Znan tudi kot Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Stanje v Search Console za podvojeno stran, ki pravilno kaže na svojo zeleno kanonično različico.

Ambiguous Intent - Poizvedba, katere cilj je nejasen in bi se lahko razumno ujemala z več različnimi nameni.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Odprtokodno ogrodje za ustvarjanje poenostavljenih, hitro nalagajočih različic mobilnih spletnih strani.

Anchor Text - Vidno, klikljivo besedilo hiperpovezave, ki iskalnikom daje kontekst o povezani strani.

Anchor Text Ratio - Porazdelitev vrst sidrnega besedila po celotnem profilu povezav spletnega mesta.

Answer Box - Funkcija SERP, ki poda neposreden odgovor na poizvedbo, pogosto vzeta iz izbranega odlomka.

Answer Sourcing - Kako UI ali answer engine izbere in navede vire za ustvarjen odgovor.

API (Application Programming Interface) - Določen nabor pravil, ki programski opremi omogoča izmenjavo podatkov in funkcij.

Article Spinning - Prepisovanje obstoječega članka s sopomenkami za množično ustvarjanje navidezno edinstvenih kopij - taktika black hat.

Article Syndication - Ponovna objava članka na drugih spletnih mestih za doseg širšega občinstva.

ASO (App Store Optimization) - Optimizacija seznama mobilne aplikacije v trgovini, da se uvršča višje in bolje pretvarja.

Assisted Conversions - Pretvorbe, pri katerih je kanal igral podporno vlogo prej na poti, ne pri zadnjem kliku.

Async - Atribut skripte, ki naloži datoteko brez blokiranja razčlenjevanja HTML.

Attribution Modeling - Pravila, ki zaslugo za pretvorbo razporedijo med stične točke na uporabnikovi poti.

Author Authority - Zaznana strokovnost in zanesljivost avtorja vsebine, povezana z E-E-A-T.

Author Entity - Avtor, predstavljen kot priznana entiteta, ki jo iskalniki povezujejo s temami in deli.

Authority - Splošno zaupanje in moč uvrščanja, ki ju je stran ali spletno mesto pridobilo v očeh iskalnikov. Znan tudi kot Website Authority.

Authority Dilution - Slabljenje vrednosti povezav, ko se razprši čez preveč povezav ali strani.

Authority Score - Lastniška metrika Semrusha, ki ocenjuje splošno kakovost in avtoriteto domene.

Authority Site - Visoko zaupanja vredno, uveljavljeno spletno mesto, ki se dobro uvršča in na katero drugi pogosto povezujejo.

Auto-Generated Content - Vsebina, ki jo samodejno ustvari programska oprema in krši smernice, ko je neželena ali nekoristna.

Average Position - Povprečni položaj uvrstitve strani ali ključne besede v rezultatih iskanja.

B

B2B - Business-to-business - trženje ali prodaja izdelkov in storitev drugim podjetjem.

B2C - Business-to-consumer - trženje ali prodaja izdelkov in storitev neposredno posameznikom.

Backlink - Povezava z drugega spletnega mesta, ki kaže na vašo stran in jo iskalniki obravnavajo kot glas zaupanja. Znan tudi kot Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Skupna zbirka, raznolikost in kakovost povezav, ki kažejo na spletno mesto.

Baidu - Vodilni spletni iskalnik na Kitajskem.

Bait and Switch - Uvrstitev strani z eno vsebino in nato njena zamenjava z nečim drugim - zavajajoča taktika.

Banner Blindness - Nagnjenost uporabnikov, da prezrejo elemente strani, ki so videti kot pasice ali oglasi.

BERT - Googlov jezikovni model iz leta 2019, ki bolje razlaga kontekst besed v poizvedbi.

BigCommerce - Gostovana platforma za e-trgovino za gradnjo in upravljanje spletnih trgovin.

Bing - Microsoftov spletni iskalnik.

Bing Webmaster Tools - Microsoftova brezplačna platforma za spremljanje in izboljšanje prikaza spletnega mesta v Bingu.

Black Hat SEO - Taktike, ki namerno kršijo smernice iskalnikov za manipulacijo uvrstitev.

Blocked by Noindex - Stanje v Search Console, ki pomeni, da je stran zaradi direktive noindex izključena iz indeksa.

Blog Commenting - Objavljanje komentarjev na blogih, včasih za povezave, ki so običajno nofollow in nizke vrednosti.

Body Content - Glavna vsebina strani, ločena od navigacije, glave in noge.

Bounce Rate - Delež sej, ki se končajo po eni sami strani brez nadaljnje interakcije.

Brand Authority - Zaupanje in prepoznavnost blagovne znamke, ki lahko vplivata na uvrstitve in vedenje pri klikanju.

Brand Mention - Vsaka omemba blagovne znamke na spletu, s povezavo ali brez nje.

Brand Mention Link Building - Pretvarjanje nepovezanih omemb blagovne znamke v povratne povezave s stikom z založnikom.

Branded Anchor Text - Sidrno besedilo, ki uporablja ime blagovne znamke kot besedilo povezave.

Branded Content - Vsebina, ki izpostavlja ali je ustvarjena okoli določene blagovne znamke.

Branded Keyword - Iskalna poizvedba, ki vsebuje ime blagovne znamke ali izdelka.

Branded SEO - Optimizacija za iskalne poizvedbe, ki vsebujejo ime vaše blagovne znamke.

Breadcrumb Navigation - Sekundarna navigacijska sled, ki prikazuje mesto strani v hierarhiji spletnega mesta.

Broad Match Keyword - Vrsta ujemanja v Google Ads, ki sproži oglase za sorodna iskanja, ne le za točen izraz.

Broken Link Building - Iskanje pokvarjenih povezav na drugih spletnih mestih in predlaganje svoje ustrezne strani kot zamenjave.

Brotli - Sodoben algoritem stiskanja, ki krči besedilne datoteke za hitrejšo dostavo strani.

Browser - Programska oprema, ki zahteva, upodablja in prikazuje spletne strani, kot sta Chrome ali Safari.

Bundling - Združevanje več datotek JavaScript ali CSS v manj datotek za zmanjšanje števila zahtev.

Byline Trust - Signali zaupanja, ki izhajajo iz jasno navedenega in verodostojnega avtorskega podpisa.

C

Cache - Začasno shranjene kopije datotek, ki omogočajo hitrejšo nalaganje strani ob ponovnih obiskih.

Cache-Control - Glava HTTP, ki brskalnikom in omrežjem CDN pove, kako dolgo naj hranijo predpomnjene vire.

Caching - Shranjevanje kopij virov, da jih je mogoče hitreje dostavljati in zmanjšati obremenitev strežnika.

Call to Action (CTA) - Poziv, ki uporabnike usmerja k določenemu dejanju, kot je «Kupi zdaj» ali «Prijavi se».

Canonical URL - Želena različica strani, ki naj jo iskalniki indeksirajo, ko obstajajo podvojene ali podobne strani. Znan tudi kot Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Postopek izbire in označevanja zelenega URL-ja med podvojenimi ali skoraj podvojenimi stranmi.

Carousel - Vodoravno drsljiva funkcija SERP, ki prikazuje več rezultatov, slik ali kartic.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Dvočrkovna vrhnja domena, povezana z državo, kot je .pl ali .de, ki pogosto deluje kot signal geociljanja.

CDN (Content Delivery Network) - Porazdeljeno omrežje strežnikov, ki dostavlja vsebino z lokacije blizu vsakega uporabnika.

Channel - Razvrščanje prometa po viru, kot so organski, plačani, napotitveni ali neposredni.

Churn and Burn SEO - Agresivne taktike black hat, namenjene hitri uvrstitvi spletnega mesta, preden je neizogibno kaznovano.

Citation - Omemba podjetja ali vira na spletu, zlasti njegovega imena, naslova in telefona.

Citation Building - Aktivno ustvarjanje doslednih poslovnih vnosov v imenikih in platformah.

Citation Flow - Metrika Majestica, ki napoveduje vpliv URL-ja na podlagi števila povezav, ki kažejo nanj.

Citation Grounding - Utemeljevanje odgovora, ustvarjenega z UI, v preverljivih virih za zmanjšanje halucinacij.

Click Potential - Metrika Semrusha, ki ocenjuje, kako verjetno je, da bo SERP ključne besede prinesel organske klike.

Click Share - Delež vseh razpoložljivih klikov za nabor ključnih besed, ki ga zajame domena.

Clickbait - Senzacionalistični naslovi, ustvarjeni za privabljanje klikov, ki pogosto obljublajo več, kot vsebina ponuja.

Clickstream Data - Anonimizirani podatki o dejanskih poteh brskanja in klicanja uporabnikov, ki se uporabljajo za oceno iskalnih metrik.

Client-Side Rendering (CSR) - Upodabljanje vsebine strani v brskalniku z JavaScriptom namesto na strežniku.

Cloaking - Prikazovanje drugačne vsebine iskalnikom kot uporabnikom - kršitev smernic vrste black hat. Znan tudi kot Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Programska oprema za ustvarjanje, upravljanje in objavljanje vsebine spletnega mesta brez ročnega kodiranja, kot je WordPress.

Cold Outreach - Stik s potencialnimi osebami brez predhodnega odnosa, na primer za predlog povezave ali sodelovanja.

Cold Start - Težava, s katero se popolnoma novo spletno mesto ali stran sooča pri uvrščanju, preden zbere signale ali zgodovino.

Commercial Investigation Query - Iskanje, pri katerem uporabnik raziskuje in primerja izdelke pred morebitnim nakupom.

Common Keywords - Ključne besede, za katere se skupaj uvrščata dve ali več konkurenčnih domen.

Competitive Density - Metrika Semrusha med 0 in 1, ki kaže, kako intenzivno oglaševalci tekmujejo za ključno besedo.

Competitor Analysis - Raziskovanje strategij, ključnih besed in povezav konkurentov za usmerjanje lastnih odločitev SEO.

Competitor Backlink Analysis - Preučevanje povratnih povezav konkurentov za iskanje priložnosti za povezave, ki jih lahko izkoristite tudi vi.

Competitors in Google Ads - Domene, ki ponujajo ceno za iste plačane ključne besede kot vi.

Competitors in Organic Search - Domene, ki z vami tekmujejo za iste organske ključne besede.

Computer-Generated Content - Vsebina, ki jo ustvari programska oprema ali UI, namesto da bi jo napisal človek.

Content - Besedilo, slike, video in drugo gradivo na strani, ki uporabnikom prinaša vrednost.

Content Curation - Izbiranje, urejanje in deljenje najboljše obstoječe vsebine o določeni temi.

Content Decay - Postopna izguba prometa in uvrstitev, ko vsebina zastara ali postane manj konkurenčna.

Content Federation - Distribucija iste vsebine čez več platform ali partnerskih spletnih mest.

Content Fingerprints - Edinstveni podpisi, ki jih iskalniki izračunajo iz vsebine za zaznavanje dvojnikov in skoraj dvojnikov.

Content Gap - Tema ali poizvedba, ki je vaše spletno mesto še ne pokriva, želijo pa jo konkurenti ali uporabniki.

Content Gap Analysis - Primerjava vaše vsebine s konkurenti za iskanje manjkajočih tem in priložnosti za ključne besede.

Content Hub - Osrednja stran, ki povezuje gručo sorodne vsebine o določeni temi.

Content Marketing - Ustvarjanje in distribucija dragocene vsebine za privabljanje, vključevanje in zadržanje občinstva.

Content Negotiation - Mehanizem na strani strežnika, ki dostavlja različne različice vira na podlagi glav zahteve, kot je jezik.

Content Pruning - Odstranjevanje ali združevanje strani nizke vrednosti za dvig splošne kakovosti spletnega mesta. Znan tudi kot Pruning.

Content Relevance - Kako dobro se vsebina strani ujema s poizvedbo in temeljnim namenom uporabnika.

Content Silo - Združevanje sorodne vsebine v tesno tematsko povezane razdelke.

Content Spinning - Samodejno preoblikovanje vsebine za ustvarjanje mnogih skoraj podvojenih različic, kar iskalniki odsvetujejo.

Content Syndication - Distribucija vsebine na spletnih mestih tretjih oseb, idealno s kanonično navedbo izvirnika.

Content Velocity - Hitrost, s katero se nova vsebina objavlja v določenem časovnem obdobju.

Content-Based Classifier - Sistem strojnega učenja, ki strani razvršča z analizo njihove vsebine.

Contextual Link - Povezava, postavljena v glavno besedilo strani in obkrožena s tematsko sorodnim besedilom.

Conversion - Dokončano želeno dejanje, kot je nakup, prijava ali oddaja obrazca.

Conversion (Goal) - Določeno dejanje, nastavljeno za sledenje kot pretvorba v analitičnem orodju.

Conversion Rate - Delež obiskovalcev, ki opravijo želeno dejanje.

Copied Content - Vsebina, podvojena iz drugega vira brez pomembne izvirne vrednosti.

Core Web Vitals (CWV) - Googlov nabor metrik uporabniške izkušnje (LCP, INP in CLS), ki merijo nalaganje, interaktivnost in vizualno stabilnost.

Cornerstone Content - Vaše najpomembnejše, najobsežnejše strani, za katere se najbolj želite uvrščati za ključne teme.

Cost % - Metrika, ki izraža strošek oglasa ali delež plačanega prometa v odstotkih za ključno besedo.

CPA (Cost Per Acquisition) - Povprečni strošek pridobitve pretvorbe ali stranke prek oglaševanja.

CPC (Cost Per Click) - Znesek, ki ga oglaševalec plača vsakič, ko uporabnik klikne njegov oglas.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Strošek na tisoč prikazov oglasa, kjer M pomeni latinsko mille (tisoč).

Crawl Anomaly - Oznaka v Search Console za nedoločeno napako pajkanja, pogosto nepričakovan odgovor 4xx ali 5xx.

Crawl Budget - Število strani, ki jih bo iskalnik prepajkal na spletnem mestu v določenem obdobju.

Crawl Delay - Direktiva, ki robote prosi, naj med zahtevami počakajo; nekateri iskalniki, kot je Bing, jo upoštevajo, Google jo prezre.

Crawl Demand - Kako močno iskalnik želi prepajkati spletno mesto, odvisno od njegove priljubljenosti in svežine.

Crawl Depth - Koliko klikov od domače strani je stran oddaljena, kar vpliva na to, kako zlahka se prepajka.

Crawl Efficiency - Kako dobro se proračun pajkanja spletnega mesta porabi za dragocene, indeksabilne URL-je namesto da se zapravi.

Crawl Error - Težava, ki iskalniku preprečuje uspešen dostop do URL-ja.

Crawl Rate Limit - Najvišja hitrost pajkanja, ki jo iskalnik uporablja, da ne preobremeni strežnika.

Crawl Trap - Struktura spletnega mesta, kot so neskončni parametri URL, ki robote ujame v strani nizke vrednosti in zapravlja proračun pajkanja. Znan tudi kot Spider Trap.

Crawlability - Kako zlahka roboti iskalnikov dostopajo do strani spletnega mesta in jih prepajkajo.

Crawled but Not Indexed - Stanje v Search Console, kjer je bila stran prepajkana, vendar namerno izpuščena iz indeksa.

Crawler - Samodejni program, ki brska po spletu za odkrivanje, pridobivanje in posredovanje strani za indeksiranje. Znan tudi kot Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Navodila v robots.txt, meta robots ali glavah HTTP, ki robotom povedo, kako naj pajkajo ali indeksirajo.

Crawling - Postopek, pri katerem roboti iskalnikov odkrivajo in pridobivajo spletne strani.

Critical Rendering Path - Zaporedje korakov, ki jih brskalnik izvede za pretvorbo HTML, CSS in JavaScript v upodobljene slikovne pike.

CRM - Programska oprema za upravljanje odnosov s strankami, ki se uporablja za sledenje potencialnim strankam, strankam in prodajnim interakcijam.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Sistematično izboljševanje spletnega mesta za povečanje deleža obiskovalcev, ki se pretvorijo.

Cross-Linking - Vzajemno povezovanje sorodnih strani za širjenje relevantnosti in pomoč pri navigaciji.

CSS (Cascading Style Sheets) - Jezik, ki nadzoruje vizualno predstavitev in postavitev spletnih strani.

CTR (Click-Through Rate) - Delež prikazov, ki vodijo do klika.

CTR Manipulation - Umetno napihovanje stopnje klikov v poskusu vplivanja na uvrstitve - manipulativna taktika.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Metrika Core Web Vital, ki meri, kako nepričakovano se elementi strani premaknejo med nalaganjem.

Curated Content - Vsebina tretjih oseb, zbrana in predstavljena skupaj z dodanim kontekstom ali komentarjem.

Customer Journey - Celotna pot, ki jo stranka prehodi od prve ozaveščenosti prek nakupa in naprej.

D

<!DOCTYPE html> - Deklaracija na začetku dokumenta HTML, ki brskalniku pove, naj uporabi standardni način.

Data - Surova dejstva in številke, zbrane za analizo.

Data Sampling - Analiza reprezentativne podmnožice podatkov namesto celotnega nabora, kar lahko zmanjša natančnost poročil.

Dead-End Page - Stran brez izhodnih povezav, ki uporabnikom in robotom ne pusti, kam bi nadaljevali.

Declined Keywords - Ključne besede, za katere so se uvrstitve spletnega mesta v določenem obdobju znižale.

Deep Link - Povezava, ki vodi na določeno notranjo stran namesto na domačo stran spletnega mesta.

Deindexing - Odstranjanje strani iz indeksa iskalnika.

Demographics - Statistične značilnosti občinstva, kot so starost, spol in lokacija.

Destination Site - Spletno mesto, na katero povezava ali kampanja usmerja uporabnike.

Digital PR - Pridobivanje omemb blagovne znamke in povezav iz medijev in publikacij prek vsebin z novičarsko vrednostjo.

Direct Traffic - Obiski uporabnikov, ki pridejo na spletno mesto brez vira napotitve, na primer z vpisom URL-ja.

Directory Links - Povratne povezave iz spletnih poslovnih imenikov ali spletnih katalogov.

Disallow - Direktiva v robots.txt, ki robotom pove, naj ne dostopajo do navedenih poti.

Disavow - Sporočanje Googlu, naj pri vrednotenju vašega spletnega mesta prezre določene povratne povezave.

Disavow File - Besedilna datoteka, ki navaja domene ali URL-je, ki naj jih Google prezre.

Disavow Tool - Orodje v Google Search Console za predložitev seznama povratnih povezav, ki naj jih Google prezre.

Discovered but Not Indexed - Stanje v Search Console, kjer je Google našel URL, vendar ga še ni prepajkal in indeksiral.

Display Ads - Vizualni pasični oglasi, prikazani na spletnih mestih prek oglaševalskih omrežij.

Distance - V lokalnem SEO, kako daleč je podjetje od iskalca, ključni dejavnik lokalnega uvrščanja. Znan tudi kot Proximity.

DNS (Domain Name System) - Sistem, ki človeku berljiva imena domen pretvarja v naslove IP, ki jih uporabljajo strežniki.

Dofollow Link - Navadna povezava, ki prenaša signale uvrščanja - privzeto stanje, ko je noben atribut rel ne omejuje.

DOM (Document Object Model) - Strukturirana predstavitev strani v pomnilniku, ki jo ustvari brskalnik in jo skripte lahko berejo in spreminjajo.

DOM Size - Število vozlišč v DOM strani, kar lahko ob pretirani količini upočasni upodabljanje.

Domain - Človeku berljiv naslov spletnega mesta, kot je example.com.

Domain Age - Kako dolgo je domena registrirana, včasih omenjena kot sekundarni signal zaupanja.

Domain Authority (DA) - Lastniška metrika Moza med 0 in 100, ki napoveduje, kako dobro se bo domena verjetno uvrščala.

Domain Name - Registrirano ime, ki identificira spletno mesto, kot je example.com.

Domain Name Registrar - Podjetje, pooblaščen za registracijo in upravljanje domenskih imen.

Domain Rating (DR) - Metrika Ahrefsa med 0 in 100, ki meri moč profila povratnih povezav domene.

Domain Structure - Kako so organizirani domena, poddomene in imeniki spletnega mesta.

Doorway Page - Stran nizke vrednosti, ustvarjena izključno za uvrščanje za poizvedbe in usmerjanje uporabnikov drugam, v nasprotju s smernicami. Znan tudi kot Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Spletni iskalnik, osredotočen na zasebnost.

Duplicate Content - Enaka ali zelo podobna vsebina, ki se pojavlja na več kot enem URL-ju.

Dwell Time - Kako dolgo uporabnik ostane na strani, potem ko klikne na rezultat iskanja, preden se vrne na SERP.

Dynamic URL - URL, katerega vsebina je odvisna od parametrov poizvedbe in pogosto vsebuje znake, kot sta ? in &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Googlovo ogrodje kakovosti iz smernic za ocenjevalce, ki je prejšnjemu E-A-T dodalo Experience (izkušnje).

Ecommerce - Nakup in prodaja blaga ali storitev na spletu.

Ecommerce SEO - Optimizacija spletnih trgovin ter njihovih kategorijskih in izdelčnih strani za organsko iskanje.

Edge Caching - Shranjevanje predpomnjene vsebine na strežnikih na robu omrežja, blizu uporabnikov, za hitrejšo dostavo.

Edge SEO - Uvajanje sprememb SEO na ravni CDN ali roba omrežja, brez spreminjanja kodne baze spletnega mesta.

Edge SEO Testing - Izvajanje poskusov SEO prek plasti roba omrežja ali CDN.

Editorial Link - Povratna povezava, prisluzena naravno na podlagi zaslug, brez prošnje ali plačila.

Ego Bait - Vsebina, ki laska vplivnim osebam, da bi pridobila njihove povezave ali delitve.

Email Outreach - Stik z ljudmi prek osebnih e-poštnih sporočil za predlog vsebine, povezave ali sodelovanja.

Engagement - Stopnja, do katere uporabniki sodelujejo z vašo vsebino.

Engagement Metrics - Meritve interakcije uporabnikov, kot so čas na strani, globina drsenja ali kliki.

Engagement Rate - V GA4, delež sej, ki so bile sodelujoče seje.

Enterprise SEO - SEO, ki se izvaja v velikem obsegu za spletna mesta s tisoči strani in zapletenimi organizacijami.

Entities - Razločne, jasno opredeljene reči - osebe, kraji, blagovne znamke, koncepti - ki jih iskalniki prepoznajo in povezujejo.

Entity Grounding - Utemeljevanje vsebine ali odgovora UI v znani entiteti, da je njen pomen nedvoumen.

Entity-Based SEO - Optimizacija okoli jasno opredeljenih entitet in odnosov med njimi, ne le ključnih besed.

Entry Page - Prva stran, na katero obiskovalec pristane med sejo.

Estimated Accuracy - Kazalnik Semrusha o tem, kako zanesljiva je določena ocena prometa ali ključne besede.

Estimated Traffic - Približna ocena orodja SEO o tem, koliko organskega prometa prejme spletno mesto ali stran.

ETag - Glava HTTP, ki identificira določeno različico vira, da ga je mogoče učinkovito predpomniti.

Event Rich Results - Izboljšani rezultati iskanja, ki prikazujejo podrobnosti dogodka, kot sta datum in kraj, iz strukturiranih podatkov.

Evergreen Content - Vsebina, ki ostaja relevantna in koristna še dolgo po objavi.

Exact Match Anchor Text - Sidrno besedilo, ki se natančno ujema s ciljno ključno besedo strani, na katero povezuje.

Exact Match Keyword - Ključna beseda, ciljana v natančni obliki; v Google Ads vrsta ujemanja, ki sproži oglase samo za ta izraz ali tesne različice.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Zgodnja različica Googlovega ogrodja za kakovost vsebine, preden je bila dodana Experience.

External Link / Outbound Link - Povezava z vaše strani, ki vodi na drugo spletno mesto.

F

Faceted Navigation - Filtrrska navigacija na velikih ali komercialnih mestih, ki lahko ustvari mnogo prepajkljivih kombinacij URL-jev.

FAQ Rich Result - Izboljšan rezultat, ki prikazuje razširljiva vprašanja in odgovore iz strukturiranih podatkov FAQ.

FAQ Schema - Strukturirani podatki, ki označujejo pare vprašanje-odgovor; zdaj Google prikazuje izboljšane rezultate FAQ le za verodostojna mesta.

Favicon - Majhna ikona, ki predstavlja spletno mesto v zavihkih brskalnika in ob nekaterih rezultatih iskanja.

Featured Image - Glavna reprezentativna slika, dodeljena objavi ali strani, uporabljena za sličice in deljenje.

Featured Snippet - Izpostavljen odgovor, prikazan na vrhu nekaterih rezultatov iskanja, vzet z uvrščene strani.

Fetch and Render - Preverjanje, kako Googlebot pridobi in vizualno upodobi stran, da razkrije težave s pajkanjem ali upodabljanjem.

Fetch and Render Tool - Zastarelo orodje v Search Console, ki je prikazovalo, kako Googlebot pridobi in upodobi URL.

File Compression - Zmanjševanje velikosti datotek za prihranek pasovne širine in pospešitev nalaganja strani.

First Contentful Paint (FCP) - Metrika učinkovitosti, ki označuje čas do izrisa prvega besedila ali slike na zaslonu.

First Link Priority - Zamisel, da Google morda šteje le prvo povezavo na določen URL na strani in prezre poznejše dvojnike.

Focus Keyword - Edina glavna ključna beseda, za katero je stran optimizirana za uvrščanje.

Follow-Up - Nadaljnje sporočilo, poslano potem, ko je prvo e-poštno sporočilo ostalo brez odgovora.

Footer Link - Povezava, postavljena v nogo spletnega mesta, ki se pogosto pojavi na vseh straneh.

Freshness - Kako nedavno je bila vsebina objavljena ali posodobljena - dejavnik uvrščanja za časovno občutljive poizvedbe.

FTP (File Transfer Protocol) - Standardni protokol za prenos datotek med odjemalcem in strežnikom.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Trenutna različica Google Analytics na osnovi dogodkov, ki je leta 2023 nadomestila Universal Analytics.

Gated Content - Vsebina, do katere obiskovalec dostopa šele po tem, ko poda svoje kontaktne podatke.

Gateway Timeout (504) - Stanje HTTP 504, vrnjeno, ko prehodni strežnik pravočasno ne prejme odgovora od strežnika navzgor.

GBP Optimization - Izboljšanje profila Google Business, da se bolje uvršča in več pretvarja v lokalnih rezultatih.

GDPR - Splošna uredba Evropske unije o varstvu podatkov, ki ureja obdelavo osebnih podatkov.

GEO (Generative Engine Optimization) - Optimizacija vsebine, da jo prikažejo in navedejo generativni iskalniki na osnovi UI.

GEO (Geolocation Optimization) - Optimizacija spletnega mesta za signale na osnovi lokacije in ciljanje v lokalnem iskanju.

Geo-Targeting - Prikazovanje vsebine ali oglasov uporabnikom na podlagi njihove zemljepisne lokacije.

Geographic Modifiers - Besede o lokaciji, dodane ključni besedi, kot je «vodovodar Berlin», za ciljanje lokalnega namena.

Google - Najbolj uporabljeni spletni iskalnik na svetu in podjetje, ki ga upravlja.

Google Ads - Googlova platforma za oglaševanje s plačilom na klik, prej znana kot AdWords.

Google Ads Keyword - Ključna beseda, ciljana v kampanji Google Ads za sprožitev plačanih oglasov.

Google AdSense - Googlov program, ki založnikom omogoča zaslužek s prikazovanjem oglasov na njihovih spletnih mestih.

Google Alerts - Brezplačna Googlova storitev, ki pošilja e-poštna obvestila, ko se nova vsebina ujema z izbrano poizvedbo.

Google Algorithm - Nabor sistemov uvrščanja, ki jih Google uporablja za razvrščanje rezultatov za iskalno poizvedbo. Znan tudi kot Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Sprememba Googlovih sistemov uvrščanja, ki lahko spremeni, kako se spletna mesta uvrščajo. Znan tudi kot Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Googlova brezplačna platforma za merjenje prometa spletnega mesta in vedenja uporabnikov.

Google Analytics Goals - Pretvorbe, nastavljene v Universal Analytics; GA4 jih je nadomestil s pretvorbami in ključnimi dogodki.

Google Autocomplete - Predlogi iskanja, ki jih Google predlaga, medtem ko uporabnik vpisuje poizvedbo.

Google Bowling - Poskus vrste black hat, da bi konkurent dobil kazen z usmerjanjem nizkokakovostnih povezav na njegovo spletno mesto.

Google Business Profile (GBP) - Brezplačen Googlov vnos, ki upravlja, kako se podjetje prikaže v Iskanju in Zemljevidih. Znan tudi kot Google My Business.

Google Caffeine - Posodobitev infrastrukture indeksiranja iz leta 2010, ki je Googlu omogočila hitrejše in svežejše indeksiranje vsebine.

Google Dance - Slengovski izraz za nestabilnost uvrstitev, ki jo doživlja novo spletno mesto ali stran, medtem ko Google določa njeno mesto.

Google Fred - Googlova posodobitev iz leta 2017, splošno povezana z znižanjem tanke, z oglasi preobremenjene vsebine nizke vrednosti.

Google Keyword Planner - Orodje v Google Ads, ki ponuja zamisli za ključne besede in ocene obsega iskanja.

Google Looker Studio - Brezplačno Googlovo orodje za gradnjo interaktivnih poročil in nadzornih plošč iz vaših podatkov, prej Data Studio.

Google Maps - Googlova storitev zemljevidov, osrednja za lokalno odkrivanje in lokalni SEO.

Google Mobile-Friendly Test - Googlovo orodje za preverjanje, kako zlahka je stran uporabna na mobilnih napravah.

Google PageSpeed Insights - Brezplačno Googlovo orodje, ki poroča o učinkovitosti strani in Core Web Vitals z nasveti za izboljšave.

Google Penalty - Znižanje ali odstranitev, ki ju Google uporabi za kršitev svojih smernic, zlasti prek ročnih ukrepov.

Google Pigeon - Googlova posodobitev iz leta 2014, ki je izboljšala relevantnost in natančnost lokalnih rezultatov iskanja.

Google Pirate - Googlova posodobitev iz leta 2012, ki znižuje spletna mesta z mnogimi veljavnimi pritožbami o odstranitvi zaradi avtorskih pravic (DMCA).

Google Possum - Googlova posodobitev iz leta 2016, ki je razvejala lokalne rezultate na podlagi lokacije iskalca in filtriranja.

Google Quality Guidelines - Googlova pravila, ki opredeljujejo sprejemljive prakse, zdaj izražena prek njegovih pravilnikov o neželeni vsebini in Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Googlova brezplačna platforma za spremljanje indeksiranja spletnega mesta, učinkovitosti iskanja in tehničnih težav. Znan tudi kot Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Posebni ukazi, kot sta site: ali intitle:, ki izboljšajo in filtrirajo iskanje v Googlu.

Google Search Text Ads - Plačani oglasi na osnovi besedila, ki se prikazujejo med Googlovimi rezultati iskanja.

Google Tag Manager - Brezplačno Googlovo orodje za uvajanje in upravljanje tržnih in analitičnih oznak brez urejanja kode.

Google Top Heavy Update - Googlova posodobitev iz leta 2012, ki znižuje strani s preveč oglasi nad pregibom.

Google Trends - Brezplačno Googlovo orodje, ki prikazuje relativno priljubljenost iskalnih poizvedb skozi čas.

Google Webmaster Guidelines - Prejšnje ime Googlovih smernic za spletna mesta, zdaj Google Search Essentials.

Googlebot - Googlov spletni robot, ki odkriva in pridobiva strani za iskalni indeks.

Gray Hat SEO - Taktike med metodami white hat in black hat, ki nosijo večje tveganje kot povsem skladen SEO.

Guest Blogging - Pisanje in objavljane prispevka na drugem spletnem mestu, pogosto za gradnjo avtoritete in pridobivanje povezav.

Guest Posting - Objavljanje vsebine na spletnem mestu nekoga drugega, običajno kot taktika za pridobivanje povratnih povezav.

Guestographic - Infografika, ki jo ustvarite vi in jo objavi drugo spletno mesto, običajno s povezavo nazaj na vas.

Gzip - Pogosto uporabljena metoda stiskanja, ki krči datoteke za hitrejšo dostavo.

H

H1 Tag - Naslov HTML najvišje ravni, običajno uporabljen za glavni naslov strani.

H2 / H3 Tags - Oznake podnaslovov, ki organizirajo razdelke vsebine pod H1.

Hallucination Suppression - Metode, ki zmanjšujejo nagnjenost modela UI k ustvarjanju napačnih ali neutemeljenih trditev.

Head Term - Kratka, široka ključna beseda velikega obsega, nasprotje ključni besedi z dolgim repom.

Header Tags - Oznake naslovov HTML od H1 do H6, ki strukturirajo vsebino po pomembnosti. Znan tudi kot Heading Tags.

Helpful Content Update - Googlova pobuda, predstavljena leta 2022 in pozneje vključena v jedrno uvrščanje, ki nagraduje koristno, v ljudi usmerjeno vsebino.

Hidden Text - Besedilo, skrito pred uporabniki, a vidno robotom - manipulativna taktika vrste black hat.

Hilltop Algorithm - Algoritem iz zgodnjih 2000-ih, ki najde verodostojne strani prek povezav s strani tematskih strokovnjakov.

Historical Data - Podatki o pretekli učinkovitosti, uporabljeni za zaznavanje trendov in sprememb skozi čas.

Hit - Vsaka posamezna zahteva strežniku za datoteko, kot je stran, slika ali skripta. Znan tudi kot Website Hit.

Holistic SEO - Izboljševanje vsakega vidika spletnega mesta - vsebine, tehnike in UX - namesto osamljenih taktik.

Home Page - Glavna vstopna stran spletnega mesta, običajno na njegovem korenskem URL-ju.

Homepage Link - Povratna povezava, ki vodi na domačo stran spletnega mesta namesto na notranjo stran.

Host Status - Razdelek v Search Console, ki poroča, ali je imel Google težave pri pajkanju vašega gostitelja, kot so robots.txt, DNS ali težave s strežnikom.

Hostload - Koliko pajkanja zmore strežnik, preden tvega preobremenitev.

HowTo Rich Result - Izboljšan rezultat, ki prikazuje navodila po korakih iz strukturiranih podatkov HowTo, ki ga je Google odtelej opustil.

Hreflang - Atribut, ki Googlu sporoča jezikovne in regijske različice strani.

Hreflang Attribute - Posebna oznaka rel-alternate hreflang, ki razglaša jezik in regijo strani.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Glava odgovora, ki brskalnike prisili, da se s spletnim mestom povezujejo samo prek HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Označevalni jezik, ki strukturira vsebino spletnih strani.

HTML Sitemap - Človeku berljiva stran, ki navaja strani spletnega mesta v pomoč uporabnikom in robotom pri navigaciji.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Protokol, ki ga brskalniki in strežniki uporabljajo za izmenjavo spletnih podatkov.

HTTP/2 - Večja revizija HTTP, ki pospeši nalaganje z multipleksiranjem mnogih zahtev prek ene povezave.

HTTP/3 - Najnovejša različica HTTP, ki teče prek QUIC za nižjo zakasnitev in zanesljivejše povezave.

HTTPS - Šifrirana, varna različica HTTP, ki ščiti podatke med prenosom s TLS.

Hub - Osrednja stran, ki organizira in povezuje na sorodno vsebino o določeni temi.

Hub and Spoke Model - Struktura vsebine z osrednjo stranjo vozliščem, ki povezuje na sorodne, bolj specifične podstrani.

Hummingbird - Googlova prenova algoritma iz leta 2013, ki je preusmerila poudarek na pomen in namen za poizvedbo. Znan tudi kot Google Hummingbird.

Hydration - Postopek, pri katerem JavaScript na strani odjemalca doda interaktivnost strežniško upodobljenemu HTML.



Image Carousel - Funkcija SERP, ki prikazuje vodoravno drsljivo vrsto slik.

Image Compression - Zmanjševanje velikosti datotek slik za pospešitev nalaganja strani brez uničenja kakovosti.

Image Filename - Opisno ime datoteke slike, sekundarni signal za SEO slik.

Image Pack - Funkcija SERP, ki prikazuje združen blok slik med rezultati iskanja.

Image SEO - Optimizacija slik, vključno z imenom datoteke, nadomestnim besedilom in velikostjo, za iskanje in učinkovitost.

Image Sitemap - Zemljevid spletnega mesta ali njegova razširitev, ki navaja slike v pomoč iskalnikom pri njihovem odkrivanju.

Image Title - Atribut title slike, prikazan kot orodni namig, s sekundarno pomembnostjo za SEO.

Impression - Posamezna prikazanost vašega vnosa ali oglasa v rezultatih iskanja.

Impression Share - V Google Ads, delež prikazov, ki ste jih prejeli, od tistih, do katerih ste bili upravičeni.

Improved Keywords - Ključne besede, za katere so se uvrstitve spletnega mesta v določenem obdobju zvišale.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Tehnika Next.js, ki posamezne statične strani na zahtevo znova zgradi po uvedbi spletnega mesta.

Index - Zbirka podatkov o straneh, ki jih je iskalnik shranil in jih lahko vrne v rezultatih.

Index Bloat - Ko se indeksira preveč strani nizke vrednosti in razredči splošne signale kakovosti spletnega mesta.

Index Coverage Report - Poročilo v Search Console, ki prikazuje, katere strani so indeksirane in zakaj druge niso. Znan tudi kot Page Indexing Report.

Indexability - Ali je strani dovoljeno in ali jo je mogoče dodati v indeks iskalnika.

Indexation Rate - Delež strani spletnega mesta, ki jih iskalnik dejansko indeksira.

Indexing - Postopek analize strani in njene dodaje v indeks iskalnika.

IndexNow - Protokol, ki spletnim mestom omogoča, da sodelujočim iskalnikom, kot sta Bing in Yandex, takoj sporočijo spremenjene URL-je.

Infographic - Vizualna predstavitev informacij ali podatkov, pogosto ustvarjena za privabljanje povezav.

Information Gain - Koliko nove, edinstvene informacije stran doda nad tem, kar uvrščene strani že pokrivajo.

Informational Query - Iskanje, pri katerem se uporabnik želi učiti ali najti informacije, ne pa kupiti.

Intent Cluster - Skupina ključnih besed ali poizvedb, ki si delijo isti temeljni namen iskanja.

Interaction to Next Paint (INP) - Metrika Core Web Vital, ki meri, kako hitro se stran odzove na interakcije uporabnika; leta 2024 je nadomestila FID.

Internal Link - Povezava z ene strani na drugo stran na istem spletnem mestu.

Internal Linking - Povezovanje med stranmi na istem spletnem mestu za pomoč pri navigaciji in porazdelitev avtoritete.

International SEO - Optimizacija spletnega mesta za ciljanje uporabnikov v več državah in jezikih.

IP Address - Številčna oznaka, ki identificira napravo ali strežnik v omrežju.

J

JavaScript (JS) - Programski jezik, ki spletnim stranem doda interaktivnost in dinamično vedenje.

JavaScript SEO - Praksa zagotavljanja, da so spletna mesta z veliko JavaScripta prepajkljiva in indeksabilna za iskalnike.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Oblika, ki jo Google priporoča za dodajanje strukturiranih podatkov na stran z blokom skripte.

K

Kanban - Vizualna tabla, ki upravlja naloge in potek dela kot kartice, ki se premikajo skozi stolpce.

Keyword - Beseda ali besedna zveza, ki jo ljudje vpisujejo v iskalnike in za katero optimizirate ciljanje.

Keyword (Google Ads) - Izraz, na katerega oglaševalec ponuja ceno, da se lahko sprožijo plačani oglasi.

Keyword (Not Provided) - Podatki o ključnih besedah, ki jih Google skriva pred analitiko, označeni kot not provided.

Keyword (Organic) - Izraz, za katerega ciljate uvrstitev v brezplačnih, organskih rezultatih iskanja.

Keyword (Related) - Izraz, semantično povezan z vašo glavno ključno besedo, ki podpira isto temo.

Keyword Analysis - Vrednotenje ključnih besed glede relevantnosti, obsega, težavnosti in namena iskanja.

Keyword Cannibalization - Ko več strani na spletnem mestu tekmuje za isto ključno besedo in slabi medsebojne uvrstitve.

Keyword Categorization - Združevanje ključnih besed v teme ali kategorije za organizacijo strategije in vsebine.

Keyword Clustering - Združevanje tesno povezanih ključnih besed, ki jih lahko ena sama stran cilja skupaj.

Keyword Competition - Stopnja konkurence za organsko uvrščanje ali ponujanje cen v oglasih za ključno besedo.

Keyword Density - Kako pogosto se ključna beseda pojavi glede na skupno število besed na strani.

Keyword Difficulty - Metrika orodja, ki oceni, kako težko bi se bilo uvrstiti za določeno ključno besedo.

Keyword Explorer - Funkcija orodja SEO za odkrivanje zamisli za ključne besede in analizo njihovih metrik.

Keyword Frequency - Surovo število pojavitev ključne besede v delu vsebine.

Keyword Funnel - Organizacija ključnih besed po stopnji nakupne poti, ki jo odražajo.

Keyword Overview - Poročilo orodja, ki povzema ključne metrike ključne besede, kot so obseg, težavnost in namen.

Keyword Prominence - Kako vidno in zgodaj se ključna beseda pojavi na strani, na primer v naslovu ali prvem odstavku.

Keyword Proximity - Kako blizu si ciljne ključne besede pojavijo v besedilu.

Keyword Ranking - Položaj strani v rezultatih iskanja za določeno ključno besedo. Znan tudi kot Keyword Rank.

Keyword Research - Iskanje in analiza izrazov, ki jih išče vaše občinstvo, za usmerjanje vsebine in SEO.

Keyword Stemming - Skrčenje besede na njen koren, da se različice, kot sta run in running, obravnavajo kot povezane.

Keyword Stuffing - Preobremenjevanje strani s ključnimi besedami v poskusu manipulacije njene uvrstitve. Znan tudi kot Keyword Spam.

Knowledge Graph - Googlova zbirka podatkov o entitetah in odnosih med njimi, uporabljena za obogatitev rezultatov. Znan tudi kot Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - Polje SERP, ki prikazuje ključna dejstva o entiteti, vzeta iz Knowledge Graph. Znan tudi kot Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Merljiva vrednost, ki spremlja napredek proti določenemu cilju.

L

Landing Page - Stran, na katero obiskovalec pristane iz kampanje, oblikovana za spodbujanje enega samega dejanja.

Largest Contentful Paint (LCP) - Metrika Core Web Vital, ki meri čas do upodobitve največjega vidnega elementa strani.

Last Crawl - Najnovejši datum, ko je iskalnik prepajkal določeno stran.

Last-Modified - Glava HTTP, ki odjemalcem pove, kdaj je bil vir nazadnje spremenjen.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Tehnika naravnega jezika, ki analizira odnose med dokumenti in izrazi, ki jih ti vsebujejo.

Lazy Loading - Odlaganje nalaganja slik ali virov zunaj zaslona, dokler niso potrebni, za pospešitev prvega nalaganja.

Lead - Potencialna stranka, ki je pokazala zanimanje, na primer z oddajo svojih podatkov.

Lead Magnet - Brezplačna spodbuda, kot je e-knjiga, ponujena v zameno za obiskovalčeve kontaktne podatke.

Link Accessibility - Ali lahko roboti odkrijejo in sledijo povezavam, namesto da bi bile skrite za skriptami.

Link Attribution - Sporočanje narave povezave z atributi rel, kot so nofollow, sponsored ali ugc.

Link Authority - Moč in zaupanje, ki ju lahko prenese stran, ki povezuje.

Link Bait - Vsebina, ustvarjena posebej za privabljanje velikega števila povratnih povezav. Znan tudi kot Linkbait.

Link Building - Postopek pridobivanja povratnih povezav z drugih spletnih mest za izboljšanje avtoritete in uvrstitev.

Link Burst - Nenaden porast novih pridobljenih povratnih povezav v kratkem obdobju.

Link Churn - Naravno pridobivanje in izgubljanje povratnih povezav spletnega mesta skozi čas.

Link Condom - Star sleng za metode, kot je nofollow, ki povezavi preprečijo prenos vrednosti uvrščanja.

Link Distance - Število skokov povezav med zaupanja vrednim virnim mestom in določeno stranjo.

Link Diversity - Raznolikost virov, vrst in sidrnih besedil povratnih povezav spletnega mesta.

Link Equity - Vrednost uvrščanja, prenesena z ene strani na drugo prek povezave.

Link Exchange - Vzajemni dogovor, pri katerem se dve spletni mesti strinjata, da bosta povezovali eno na drugo.

Link Farm - Skupina spletnih mest, ustvarjenih izključno za medsebojno povezovanje in manipulacijo uvrstitev.

Link Gap - Povratne povezave, ki jih imajo konkurenti, vaše spletno mesto pa ne.

Link Hoarding - Nepripravljenost za povezovanje na druga spletna mesta v poskusu ohranjanja vse vrednosti povezav interno.

Link Insert (Niche Edit) - Dodajanje povratne povezave v obstoječ, že objavljen članek na drugem spletnem mestu.

Link Intersect - Analiza, ki najde spletna mesta, ki povezujejo na več vaših konkurentov, ne pa na vas.

Link Juice - Neformalni izraz za vrednost uvrščanja, ki jo povezava prenese na svoj cilj.

Link Neighborhood - Nabor spletnih mest, na katera povezuje in ki povezujejo na vas, kar signalizira vaše povezave.

Link Placement Quality - Kako dragocena sta položaj povezave in okoliški kontekst na strani.

Link Popularity - Število in kakovost povratnih povezav, ki kažejo na spletno mesto.

Link Profile - Splošna sestava vseh povratnih povezav, ki kažejo na spletno mesto.

Link Prospect - Spletno mesto ali stran, prepoznana kot potencialni vir povratnih povezav.

Link Reclamation - Obnavljanje izgubljenih povratnih povezav ali pretvarjanje nepovezanih omemb blagovne znamke v povezave.

Link Relevancy - Kako tematsko povezana je stran, ki povezuje, s stranjo, na katero povezuje.

Link Rot - Naravna nagnjenost povezav, da se sčasoma pokvarijo, ko se strani premaknejo ali izginejo.

Link Scheme - Vsaka praksa povezovanja, namenjena manipulaciji uvrstitev, ki krši Googlove smernice.

Link Spam - Nepomembne ali manipulativne povezave, postavljene v poskusu vplivanja na uvrstitve.

Link Suppression - Ko iskalnik povezavo razvrednoti ali prezre, tako da ne prenaša vrednosti uvrščanja.

Link Toxicity - Stopnja, do katere profil povratnih povezav vsebuje škodljive ali neželene povezave.

Link Velocity - Hitrost, s katero spletno mesto pridobiva ali izgublja povratne povezave skozi čas.

Link Volume - Skupno število povratnih povezav, ki kažejo na spletno mesto ali stran.

Linkable Asset - Vsebina visoke vrednosti, ustvarjena posebej za privabljanje povratnih povezav.

Linked Unstructured Citations - Omembe podjetja v vsebini, ki vključujejo povezavo, ne pa tudi strukturiranega vnosa v imenik.

Listicle Placement - Uvrstitev vaše blagovne znamke v članek v obliki seznama na drugem spletnem mestu.

Listing Management - Vzdrževanje točnih, doslednih poslovnih vnosov na več platformah.

LLM Visibility - Kako pogosto in kako vidno se blagovna znamka pojavi v odgovorih velikih jezikovnih modelov.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Optimizacija vsebine in entitet, da veliki jezikovni modeli v svojih odgovorih prikažejo in navedejo blagovno znamko.

Local Ads - Plačani oglasi, ki ciljajo lokalno občinstvo, kot so Googlovi Local Services Ads.

Local Business Schema - Strukturirani podatki, ki opisujejo lokalno podjetje, kot so njegovo ime, naslov in delovni čas, za iskalnike.

Local Citation - Vsaka spletna omemba imena, naslova in telefona lokalnega podjetja. Znan tudi kot Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Ohranjanje imena, naslova in telefona podjetja enakih na vseh vnosih.

Local Filtering - Ko Google izfiltrira podobna lokalna podjetja, ki si delijo lokacijo ali telefonsko številko, za razvejanje rezultatov.

Local Finder - Razširjen seznam lokalnih rezultatov, prikazan, potem ko uporabnik klikne naprej iz Local Pack.

Local Keyword Research - Iskanje iskalnih izrazov z lokalnim namenom za območje podjetja.

Local Listings - Profili podjetja v imenikih, na zemljevidih in platformah za ocene.

Local Pack - Funkcija SERP, ki za lokalno poizvedbo prikazuje zemljevid in kratek seznam lokalnih podjetij.

Local Query - Iskanje z lokalnim namenom, ki običajno išče bližnja podjetja, izdelke ali storitve.

Local Ranking Factors - Signali - predvsem relevantnost, razdalja in prepoznavnost - ki določajo lokalne uvrstitve.

Local Search - Iskanja podjetij, izdelkov ali storitev blizu določene lokacije.

Local Search Grid - Pogled orodja, ki prikazuje, kako se podjetje uvršča po zemljepisni mreži točk.

Local Search Marketing - Praksa izboljševanja vidnosti lokalnega podjetja v lokalnem iskanju.

Local Search Marketing Services - Storitve agencij, ki izboljšujejo prisotnost podjetja v lokalnih rezultatih iskanja.

Local SEO - Optimizacija spletnega mesta in vnosov za uvrščanje za iskanja na osnovi lokacije in rezultate zemljevidov.

Local Teaser - Kompaktna lokalna enota SERP, ki za poizvedbo na osnovi lokacije predogleda bližnja podjetja.

Log File Analysis - Pregledovanje strežniških dnevnikov za vpogled v to, kako roboti iskalnikov in uporabniki dejansko dostopajo do spletnega mesta.

Long-Tail Keyword - Daljša, bolj specifična iskalna poizvedba z manjšim obsegom, a jasnejšim namenom.

Lost Link - Povratna povezava, ki je prej obstajala, zdaj pa ni več prisotna.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Pogosto napačno poimenovanje za semantično povezane izraze; pravo latent semantic indexing ni način, kako Google uvršča.

M

<meta name="viewport"> - Meta oznaka, ki nadzoruje, kako se stran prilagaja velikosti in postavi na mobilnih napravah.

Main Thread Blocking - Ko dolge naloge JavaScripta zasedejo glavno nit brskalnika in škodijo odzivnosti.

Manual Action - Znižanje ali odstranitev, ki ju za kršitev Googlovih smernic uporabi človeški ocenjevalec. Znan tudi kot Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Orodje, ki spremlja lokalne uvrstitve podjetja na različnih lokacijah zemljevida.

Map Spam - Manipulacija lokalnih rezultatov zemljevida z lažnimi ali s ključnimi besedami napolnjenimi poslovnimi vnosi.

Market Consolidation - Stopnja, do katere peščica domen zajame večino iskalnega prometa trga.

Market-Level Indexing - Organizacija podatkov o indeksu ali vidnosti na ravni celotnega trga ali države.

Match Score - Metrika orodja, ki oceni, kako tesno se rezultat ujema s poizvedbo ali naborom ključnih besed.

Merchant Listings - Izboljšani rezultati, ki prikazujejo podrobnosti izdelka, kot sta cena in zaloga, iz strukturiranih podatkov.

Meta Description - Povzetek strani v HTML, ki se v rezultatih iskanja pogosto prikaže pod njenim naslovom.

Meta Keywords - Zastarela meta oznaka za naštevanje ključnih besed, ki jih Google za uvrščanje prezre.

Meta Refresh - Koda, ki brskalnik po določeni zakasnitvi preusmeri na drug URL. Znan tudi kot Meta Redirect.

Meta Robots Tag - Oznaka HTML, ki iskalnikom naroča, kako naj pajkajo in indeksirajo stran.

Meta Tags - Odlomki v glavi HTML, ki iskalnikom dajejo informacije o strani.

Metric - Merljiv kazalnik, ki se uporablja za spremljanje in vrednotenje učinkovitosti.

Microdata - Vgrajena metoda HTML za dodajanje strukturiranih podatkov prek atributov elementov.

Minification - Odstranjevanje nepotrebnih znakov iz kode za skrčenje velikosti datotek in pospešitev nalaganja.

Mobile Optimization - Prilagajanje spletnega mesta, da dobro deluje in se dobro prikazuje na mobilnih napravah.

Mobile Usability - Kako zlahka lahko obiskovalci uporabljajo stran in z njo sodelujejo na mobilnih napravah.

Mobile-First Indexing - Googlova praksa uporabe mobilne različice spletnega mesta za indeksiranje in uvrščanje.

Mobile-Friendly Website - Spletno mesto, ki se dobro prikazuje in deluje na mobilnih napravah.

Model Confidence - Kako prepričan je model UI o določeni napovedi ali ustvarjenem odgovoru.

Money Page - Stran, ki neposredno ustvarja prihodek, kot je izdelčna ali prodajna stran.

Morningscore - Orodje SEO, ki igrifikuje spremljanje uvrstitev, povezav in nalog optimizacije.

MozBar - Mozova brezplačna razširitev brskalnika, ki prikazuje metrike SEO, kot sta domain in page authority.

Multi-Domain Strategy - Uporaba več domen, na primer po regiji ali blagovni znamki, kot del pristopa SEO.

MUM (Multitask Unified Model) - Googlov model UI, ki razume in ustvarja jezik v več oblikah in mnogih jezikih.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Osnovni kontaktni podatki podjetja, dosledno uporabljeni v lokalnih navedbah SEO.

NAP Consistency - Ohranjanje imena, naslova in telefona podjetja enakih v vsakem vnosu.

Natural Language Understanding (NLU) - Veja NLP, osredotočena na razumevanje pomena, namena in odtenkov za jezikom.

Natural Link - Povezava, dana uredniško na podlagi zaslug, brez prošnje ali plačila.

Navigation - Sistem menijev in povezav, ki uporabnikom pomaga pri gibanju po spletnem mestu. Znan tudi kot Website Navigation.

Navigational Query - Iskanje, pri katerem uporabnik poskuša priti do določenega spletnega mesta ali strani.

Negative Keywords - Izrazi, ki jih v plačanih kampanjah izključite, da se izognete prikazovanju oglasov za nepomembna iskanja.

Negative SEO - Zlonamerne taktike, namenjene škodovanju iskalnim uvrstitvam konkurenta.

News Box - Funkcija SERP, ki izpostavlja nedavne, relevantne novičarske članke, pogosto označena Top Stories.

Niche - Specifičen, osredotočen segment širšega trga ali teme.

NLP (Natural Language Processing) - Področje, ki računalnikom omogoča obdelavo, analizo in razumevanje človeškega jezika.

Nofollow Link - Povezava, ki iskalnike prosi, naj na njen cilj ne prenesejo signalov uvrščanja. Znan tudi kot rel="nofollow".

Noindex - Direktiva, ki iskalnikom pove, naj strani ne vključijo v svoj indeks.

Noopener and Noreferrer - Atributi rel, dodani povezavam, ki se odprejo v novem zavihku, zaradi varnosti in zasebnosti. Znan tudi kot rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Število strani, ki jih iskalnik za določeno poizvedbo sporoči kot ujemajoče.

O

Off-Page SEO - Dejavnosti zunaj vašega spletnega mesta, predvsem gradnja povezav, ki gradijo avtoriteto in zaupanje.

On-Page SEO - Optimizacija lastne vsebine in HTML strani, da se uvršča višje v iskanju.

Online Directories - Spletna mesta, ki naštevajo podjetja in pogosto delujejo kot vir lokalnih navedb.

Online Review Management - Spremljanje, odgovarjanje in spodbujanje ocen strank na platformah. Znan tudi kot Review Management.

Online Reviews - Ocene in povratne informacije strank o podjetju, objavljene na spletu. Znan tudi kot Reviews.

Online Visibility - Kako zlahka je blagovno znamko mogoče najti v iskalnikih in na širšem spletu.

Open Graph - Meta oznake, ki nadzorujejo, kako se URL prikaže, ko je deljen na družbenih platformah. Znan tudi kot Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Izrecno privoljenje uporabnika za prejemanje komunikacije ali sledenje.

Opt-Out - Odločitev uporabnika, da zavrne komunikacijo ali sledenje, ki bi ju sicer prejemal.

Organic Search Results - Neplačani rezultati, uvrščeni po relevantnosti namesto po oglaševanju.

Organic Traffic - Obiskovalci, ki pridejo na spletno mesto iz neplačanih rezultatov iskanja.

Origin Server - Strežnik, ki hrani izvirno vsebino spletnega mesta, nameščen za morebitnim CDN.

ORM (Online Reputation Management) - Upravljanje in izboljševanje tega, kako je blagovna znamka zaznana v rezultatih iskanja in na spletu. Znan tudi kot Reputation Management.

Orphan Page - Stran, na katero ne kaže nobena notranja povezava iz preostanka spletnega mesta.

Out of Stock Handling - Kako spletno mesto za e-trgovino obravnava strani izdelkov, ki trenutno niso na voljo.

Outreach - Stik z ljudmi ali spletnimi mesti za gradnjo odnosov in pridobivanje povezav ali omemb.

Over-Optimization - Uporaba taktik SEO tako agresivno, da se obrne proti vam in škodi uvrstitvam.

P

Page Authority (PA) - Mozova ocena med 0 in 100, ki napoveduje, kako močno se lahko uvrsti posamezna stran.

Page Experience - Googlov nabor signalov, ki odraža, kako uporabniki dojemajo izkušnjo strani, vključno s Core Web Vitals.

Page Speed - Kako hitro se spletna stran naloži in postane uporabna za obiskovalce.

Page Title - Element title strani, prikazan kot klikljivi naslov v rezultatih iskanja.

Page View - Posamezna naložitev in ogled strani. Znan tudi kot Pageview.

PageRank (PR) - Googlov temeljni algoritem, ki oceni pomembnost strani po številu in kakovosti povezav nanjo.

Pages per Session - Povprečno število strani, ki si jih obiskovalec ogleda v eni sami seji.

Pagination - Razdeljevanje vsebine na oštevilčene strani in povezovanje med njimi za navigacijo.

Paid Link - Povratna povezava, pridobljena s plačilom.

Paid Search Engine Result - Oglaševan vnos, prikazan v rezultatih iskanja, ker je oglaševalec plačal za umestitev.

Paid Traffic - Obiskovalci, ki pridejo na spletno mesto prek plačanega oglaševanja.

Panda - Googlova posodobitev, ki cilja na tanko, nizkokakovostno vsebino, zdaj del jedrnega algoritma. Znan tudi kot Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Sidrno besedilo, ki vsebuje del ciljne ključne besede skupaj z drugimi besedami.

Partial Match Penalty - Ročni ukrep ali znižanje, ki vpliva le na nekatere strani ali ključne besede, ne na celotno spletno mesto.

Passage Indexing - Googlova zmožnost uvrstitve posameznega relevantnega odlomka znotraj strani, ne le strani kot celote.

Passage Retrieval - Pridobivanje najbolj relevantnega odlomka iz dokumentov za odgovor na poizvedbo.

Passage Weighting - Dodeljevanje različnega pomena posameznim odlomkom pri uvrščanju strani.

PBN (Private Blog Network) - Omrežje spletnih mest, zgrajenih izključno za usmerjanje povezav na ciljno spletno mesto - kršitev smernic.

Penguin - Googlova posodobitev, ki cilja na manipulativne povezave in neželjeno vsebino, zdaj del jedrnega algoritma. Znan tudi kot Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - Funkcija SERP, ki prikazuje razširljiva vprašanja, povezana z uporabnikovo poizvedbo.

People Also Ask Boxes - Posamezna razširljiva polja vprašanje-odgovor znotraj funkcije People Also Ask.

Persona - Izmišljen profil, ki predstavlja segment vašega ciljnega občinstva.

Personalization - Prilagajanje vsebine ali rezultatov iskanja kontekstu in zgodovini posameznega uporabnika.

Pillar Page - Široka, obsežna stran, ki zasidra tematsko gručo in povezuje na sorodne podstrani.

Pitch - Sporočilo, v katerem potencialnemu partnerju predlagate svojo vsebino, povezavo ali zamisel.

Pogo-Sticking - Ko uporabnik klikne na rezultat in se nato hitro vrne na SERP, da izbere drugega.

Poison Words - Besede, za katere se je nekoč mislilo, da sprožijo filtre neželene vsebine ali zadržijo uvrstitev strani.

Position - Določeno mesto, ki ga rezultat zaseda na strani z rezultati iskanja.

PPA (Pay Per Action) - Model oglaševanja, pri katerem plačate le, ko se zgodi določeno dejanje, kot je prijava.

PPC (Pay Per Click) - Model oglaševanja, pri katerem plačate vsakič, ko nekdo klikne na vaš oglas.

Precision - Pri pridobivanju informacij delež vrnjenih rezultatov, ki so dejansko relevantni.

Price Competitiveness - Kako se cena izdelka primerja s konkurenčnimi - pomembno v rezultatih nakupovanja in izdelkov.

Primary Category - Glavna kategorija, dodeljena poslovnemu profilu ali izdelku, ki oblikuje relevantnost.

Primary Keyword - Edina glavna ključna beseda, za katero je stran zgrajena in optimizirana za uvrščanje.

Product Grid SEO - Optimizacija izdelčnih in kategorijskih mrežnih strani e-trgovine za vidnost v organskem iskanju.

Product Schema - Strukturirani podatki, ki opisujejo izdelek, kot so njegova cena, zaloga in ocene.

Programmatic SEO - Ustvarjanje mnogih strani v velikem obsegu iz podatkov in predlog za ciljanje velikih naborov podobnih poizvedb.

Programming Language - Formalni jezik, ki se uporablja za pisanje navodil, ki jih izvaja programska oprema.

Progressive Web Apps (PWA) - Spletne aplikacije, ki se obnašajo kot domorodne aplikacije, z lastnostmi, kot sta uporaba brez povezave in možnost namestitve.

Prominence - V lokalnem SEO, kako znano in uveljavljeno je podjetje, dejavnik lokalnega uvrščanja.

Prompt Bank - Shranjena zbirka znova uporabnih pozivov za orodja UI.

Prospecting - Prepoznavanje potencialnih ciljev za povezave, partnerstva ali stranke za stik.

Protocol - Nabor pravil, ki urejajo, kako se izmenjujejo podatki, kot je HTTP ali HTTPS.

Public Relations - Upravljanje tega, kako organizacijo dojemajo javnost in mediji.

Pull Channel - Tržni kanal, prek katerega stranke pridejo k vam, kot je organsko iskanje.

Pull Marketing - Privabljanje strank tako, da vas najdejo, ko aktivno iščejo rešitve.

Purchase Conversion - Pretvorba, pri kateri obiskovalec dokonča nakup.

Purchased Link - Povezava, kupljena za vplivanje na uvrstitve, kar krši smernice, razen če je razkrita in nofollow.

Push Channel - Kanal, prek katerega potiskate sporočila do občinstva, kot so prikazni oglasi ali e-pošta.

Push Marketing - Proaktivno pošiljanje sporočil občinstvu, ki jih ni aktivno iskalo.

Q

Qualified Lead - Potencialna stranka, ki izpolnjuje merila, ki kažejo na pravi prodajni potencial.

Qualified Traffic - Obiskovalci, ki se ujemajo z vašim ciljnimi občinstvom in se bolj verjetno pretvorijo.

Quality Content - Vsebina, ki je koristna, točna in resnično zadovolji namen uporabnika.

Quality Score - Ocena Google Ads o kakovosti ključnih besed, oglasov in ciljnih strani, ki vpliva na strošek in položaj oglasa.

Query Deserves Diversity (QDD) - Koncept, ki za dvoumne poizvedbe z več pomeni daje prednost raznoliki mešanici rezultatov.

Query Deserves Freshness (QDF) - Googlov koncept, ki za poizvedbe, ki kažejo porast zanimanja, daje prednost svežejši vsebini.

QUIC - Sodoben transportni protokol, ki ga uporablja HTTP/3 in zmanjšuje zakasnitev z izvajanjem prek UDP.

R

Rank Distribution - Kako so ključne besede spletnega mesta porazdeljene po razponu položajev uvrščanja.

Rank Tracking - Spremljanje, kako se položaji ključnih besed spletnega mesta spreminjajo skozi čas.

RankBrain - Googlov sistem strojnega učenja, ki pomaga razlagati nove in dvoumne iskalne poizvedbe. Znan tudi kot Google RankBrain.

Ranking - Položaj, ki ga stran zaseda v rezultatih iskanja za poizvedbo.

Ranking Factor - Signal, ki ga iskalnik uporablja za odločanje o vrstnem redu svojih rezultatov.

Readability Score - Metrika, ki oceni, kako zlahka je besedilo brati.

Reciprocal Link - Dogovor, pri katerem dve spletni mesti povezujeta eno na drugo.

Reconsideration Request - Zahteva, ki Google prosi, naj spletno mesto znova pregleda, potem ko je bil ročni ukrep odpravljen.

Redirect - Način samodejnega pošiljanja uporabnikov in robotov z enega URL-ja na drugega.

Redirect Chain - Zaporedje več preusmeritev, skozi katere gre zahteva pred končnim URL-jem.

Redirected Link - Povezava, ki gre skozi eno ali več preusmeritev, preden doseže svoj končni URL.

Referral Traffic - Obiskovalci, ki pridejo na vaše spletno mesto prek povezav z drugih spletnih mest.

Referring Domain - Edinstvena domena, ki vsaj enkrat povezuje na vaše spletno mesto.

Regex (Regular Expressions) - Besedilni vzorci, uporabljeni za ujemanje nizov, koristni v filtrih, presojah in Search Console.

Regional Keywords - Ključne besede, vezane na določeno regijo ali področje.

Reinclusion - Vrnitev spletnega mesta ali njegovih strani v indeks po odstranitvi ali kazni.

Related Searches - Predlogi poizvedb, povezani z vašim iskanjem, prikazani na dnu strani z rezultati.

Relative URL - URL, napisan glede na trenutno stran, ki izpušča protokol in domeno.

Relevance - Kako dobro se stran ali podjetje ujema s poizvedbo iskalca - ključni dejavnik uvrščanja.

Render-Blocking Scripts - Skripte, ki se morajo naložiti in izvesti, preden lahko brskalnik upodobi vidno vsebino.

Rendering - Postopek pretvorbe kode strani v vizualno postavitev, ki jo uporabnik vidi.

Rendering Delay - Zamuda med zahtevo in trenutkom, ko je vsebina strani v celoti upodobljena.

Resource Hints - Namigi HTML, kot so preload, preconnect in dns-prefetch, ki pospešijo nalaganje virov.

Resource Pages - Kurirane strani, ki zbirajo in povezujejo na koristne vire o določeni temi.

Responsive Design - Pristop oblikovanja, pri katerem se postavitev strani tekoče prilagaja kateri koli velikosti zaslona.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - Pristop UI, ki pridobi relevantne dokumente in jih uporabi za utemeljitev ustvarjenega odgovora.

Review Sentiment - Splošen pozitiven ali negativen ton, izražen v ocenah podjetja.

Review Velocity - Hitrost, s katero podjetje skozi čas pridobiva nove ocene.

Rich Snippet - Rezultat iskanja, obogaten z dodatnimi informacijami, vzetimi iz strukturiranih podatkov strani.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Direktive robots, ki nadzorujejo, kako se lahko stran prikaže v rezultatih, vključno z dolžino odlomka, predogledi slik in predpomnjenjem.

Robots.txt - Datoteka, ki robotom pove, do katerih delov spletnega mesta lahko ali ne smejo dostopati.

ROI (Return on Investment) - Merilo dobička, doseženega glede na strošek naložbe.

Root Domain - Registrirana vrhnja domena brez kakršne koli predpone poddomene.

S

SaaS (Software as a Service) - Programska oprema, ki se dostavlja prek interneta na naročniški osnovi namesto da bi se namestila lokalno.

SAM (Serviceable Available Market) - Del celotnega trga, ki ga lahko podjetje realno oskrbuje.

sameAs - Lastnost schema, ki entiteto poveže z njenimi uradnimi profili in URL-ji.

Schema Markup - Slovar strukturiranih podatkov, dodan stranem za omogočanje izboljšanih rezultatov.

Schema.org - Sodelovalni slovar, ki standardizira strukturirane podatke med iskalniki.

Scraped Content - Vsebina, kopirana z drugih spletnih mest brez dovoljenja ali dodane vrednosti.

Scraping (Web Scraping) - Samodejno pridobivanje podatkov ali vsebine s spletnih mest s programsko opremo.

Screaming Frog - Namizni pajek, ki se pogosto uporablja za izvajanje tehničnih presoj SEO.

Scroll Depth - Kako daleč navzdol po strani obiskovalci podrsajo, preden odidejo.

Scrum Board - Vizualna tabla, ki spremlja naloge in napredek znotraj poteka dela Scrum.

Search Demand Curve - Porazdelitev iskalnega povpraševanja od izrazov z velikim obsegom na vrhu do dolgega repa.

Search Engine - Programska oprema, ki najde, indeksira in uvršča spletne strani kot odgovor na poizvedbe uporabnikov.

Search Engine Advertising - Plačevanje za prikazovanje oglasov znotraj rezultatov iskalnika.

Search Engine Poisoning - Manipulacija rezultatov, da se za poizvedbe pojavijo zlonamerne ali zavajajoče strani.

Search Engine Rank - Položaj, ki ga stran zaseda znotraj rezultatov iskalnika.

Search Engine Results Page (SERP) - Stran z rezultati, ki jo iskalnik vrne za določeno poizvedbo.

Search Generative Experience Visibility - Kako pogosto in kako vidno se blagovna znamka pojavi v iskalnih odgovorih, ustvarjenih z UI.

Search Intent - Temeljni cilj, ki ga ima uporabnik, ko vpiše iskalno poizvedbo.

Search Quality Rater Guidelines - Googlov javni priročnik, ki človeške ocenjevalce vodi pri vrednotenju kakovosti rezultatov in E-E-A-T.

Search Query - Besede, ki jih uporabnik vpiše v iskalnik, da nekaj najde. Znan tudi kot Query, Search Term.

Search Result Snippet - Naslov, URL in opis, prikazani za posamezen rezultat na SERP.

Search Results - Vnosi, ki jih iskalnik vrne kot odgovor na poizvedbo. Znan tudi kot Results.

Search Traffic - Obiskovalci, ki pridejo na spletno mesto prek iskalnikov.

Search Visibility - Metrika, ki oceni, kako vidno je spletno mesto po ključnih besedah, za katere se uvršča.

Search Volume - Kolikokrat se v določenem obdobju išče ključna beseda. Znan tudi kot Volume.

Seasonal Trends - Predvidljivi vzponi in padci iskalnega povpraševanja skozi leto.

Secondary Keywords - Podporne ključne besede, ki jih stran cilja poleg svoje glavne ključne besede.

Seed Keywords - Začetni osnovni izrazi, ki se uporabljajo za zagon raziskave ključnih besed.

SEM (Search Engine Marketing) - Trženje, ki povečuje vidnost v iskalnikih, pogosto prek plačanih oglasov.

Semantic Completeness - Kako popolno stran pokriva koncepte in podteme, povezane z njeno temo.

Semantic Core - Celoten nabor ključnih besed, ki opredeljuje tematski obseg spletnega mesta.

Semantic Search - Iskanje, ki razlaga pomen in namen za poizvedbo, ne le ključnih besed.

Semantic Similarity - Kako blizu sta si dva dela besedila ali izraza po pomenu.

Semrush - Priljubljen, vse-v-enem komplet programske opreme za SEO in digitalno trženje.

Semrush Rank - Semrushovo razvrščanje domen po njihovem ocenjenem organskem iskalnem prometu.

Sentiment - Čustveni ton, pozitiven ali negativen, izražen o blagovni znamki ali temi.

Sentiment Analysis - Uporaba obdelave naravnega jezika za določanje čustva, izraženega v besedilu.

SEO (Search Engine Optimization) - Praksa izboljševanja spletnega mesta, da se uvršča višje v organskih rezultatih iskanja.

SEO Audit - Temeljit pregled zdravja SEO spletnega mesta, težav in priložnosti.

SEO Benchmarking - Merjenje učinkovitosti SEO glede na konkurente ali glede na pretekle rezultate.

SEO Briefing - Dokument, ki piscem usmerja, kako naj optimizirajo del vsebine.

SEO Checklist - Seznam nalog, ki se uporablja za zagotovitev, da je stran ali spletno mesto pravilno optimizirano.

SEO Consultant - Strokovnjak, ki podjetjem svetuje o izboljšanju njihove iskalne učinkovitosti.

SEO Emojis - Uporaba čustvenčkov v naslovih ali meta oznakah za pritegnitev pozornosti, čeprav jih Google pogosto odstrani iz odlomkov.

SEO Podcast - Zvočna oddaja, posvečena temam optimizacije za iskalnike.

SEO Service - Strokovna storitev, namenjena izboljšanju rezultatov SEO stranke.

SEO Silo - Združevanje sorodne vsebine v tesno tematsko povezane razdelke za gradnjo tematske relevantnosti.

SEO Tips - Praktična priporočila za izboljšanje iskalne učinkovitosti spletnega mesta.

SEO URL - Čist, opisen, ključnim besedam prijazen URL, zasnovan za podporo iskanju in uporabnikom.

SEO vs. SEM - Primerjava med organsko optimizacijo (SEO) in plačanim iskalnim trženjem (SEM).

SEOnaut - Igriv vzdevek za strokovnjaka za SEO.

SERP Feature - Vsak nestandarden rezultat na SERP, kot je odlomek, image pack ali local pack.

SERP Real Estate - Količina vizualnega prostora, ki ga vaši vnosi zasedejo na strani z rezultati.

SERP Shaker - Izraz za pomembno, široko spremembo v uvrstitvah iskalnikov.

SERP Source - Spletno mesto, iz katerega izvira določen rezultat iskanja.

SERP Volatility - Stopnja nihanja uvrstitev po rezultatih iskanja skozi čas.

Server-Side Rendering (SSR) - Ustvarjanje HTML strani na strežniku, preden se pošlje brskalniku.

Service Area Business (SAB) - Podjetje, ki stranke oskrbuje na njihovih lokacijah namesto iz trgovine.

SGE (Search Generative Experience) - Googlov poskus, ki je nad rezultati prikazoval z UI ustvarjene odgovore in se je razvil v AI Overviews.

Shopify - Pogosto uporabljena, gostovana platforma za e-trgovino za gradnjo spletnih trgovin.

Shopping Grid - Mreža izdelčnih vnosov, prikazana znotraj rezultatov nakupovalnega iskanja.

Short-Tail Keywords - Kratke, široke ključne besede velikega obsega, ki nosijo dvoumen namen.

Site Architecture - Kako so strani spletnega mesta strukturirane, organizirane in povezane med seboj.

Site Audit - Samodejno pajkanje, ki prepozna tehnične težave SEO in težave na strani.

Site Speed - Kako hitro se strani spletnega mesta na splošno naložijo za njegove obiskovalce.

Sitelinks - Dodatne povezave do podstrani, prikazane pod glavnim rezultatom v pomoč pri navigaciji. Znan tudi kot Google Sitelinks.

Sitemap - Datoteka, ki navaja URL-je spletnega mesta v pomoč iskalnikom pri njihovem odkrivanju in pajkanju.

Sitemap Index - Datoteka, ki se sklicuje na več zemljevidov spletnega mesta, uporabljena za zelo velika spletna mesta.

Sitewide Backlink - Povratna povezava, ki se pojavi na vsaki strani spletnega mesta, ki povezuje.

Sitewide Link - Povezava, ponovljena na vseh straneh spletnega mesta, pogosto postavljena v glavo ali nogo.

Skyscraper Technique - Iskanje priljubljene vsebine, ustvarjanje nečesa boljšega in pridobivanje povezav, ki jih je privabila.

SMM (Social Media Marketing) - Trženje blagovne znamke in njene vsebine prek platform družbenih medijev.

SMO (Social Media Optimization) - Optimizacija vsebine in profilov za povečanje dosega in vključenosti na družbenih platformah.

Social Signals - Vključenost na družbenih medijih, kot so všečki in delitve, včasih povezana z vidnostjo.

Social Syndication - Ponovno objavljanje vsebine na družbenih kanalih za razširitev njenega dosega.

Social Traffic - Obiskovalci, ki pridejo na spletno mesto s platform družbenih medijev.

Soft 404 - Stran, ki vrne kodo stanja uspeha, vendar uporabnikom prikaže sporočilo o nenajdeni vsebini.

Source Attribution - Prepoznavanje in pripisovanje zaslug izvirnemu viru vsebine, podatkov ali obiska.

SOV (Share of Voice) - Delež vaše blagovne znamke v skupni iskalni vidnosti za nabor ključnih besed v primerjavi s konkurenti.

Spam - Nepomembna, manipulativna ali nizkokakovostna vsebina, ustvarjena za zavajanje iskalnih sistemov.

Spam Classifier - Sistem, ki samodejno zazna in označi neželjeno vsebino ali povezave.

Spam Score - Mozova metrika, ki oceni verjetnost, da je spletno mesto neželjeno ali kaznovano.

Spam Signals - Značilnosti strani ali spletnega mesta, ki nakazujejo, da bi lahko bilo neželjeno.

Spamdexing - Manipulacija indeksa in uvrstitev iskalnika s tehnikami neželene vsebine. Znan tudi kot Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Manipulativne metode SEO, ki kršijo smernice iskalnikov.

Splash Page - Uvodna stran, prikazana pred glavnim spletnim mestom, pogosto promocijska.

Sponsored Link - Povezava, označena kot plačana ali sponzorirana z atributom rel, kot zahtevajo smernice. Znan tudi kot rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Jasno označevanje plačanih povezav in vsebine kot sponzorirane, kot zahtevajo smernice.

Srcset - Atribut slike HTML, ki ponuja več virov slik za odzivno nalaganje.

SSL Certificate - Digitalno potrdilo, ki omogoča šifrirane povezave HTTPS, danes tehnično prek TLS.

Static URL - URL, ki ostaja stalen in ne vsebuje dinamičnih parametrov poizvedbe.

Status Code - Koda HTTP, ki jo strežnik vrne za označitev izida zahteve.

Stop Words - Pogoste besede, kot so the, and ali of, ki jih iskalniki pogosto prezrejo.

Structured Data - Standardizirana oznaka, ki opisuje vsebino strani, da jo iskalniki lahko razumejo.

Subdirectory - Mapa, vgnezdjena v strukturo URL spletnega mesta, enakovredna podmapi.

Subdomain - Predpona na domeni, ki tvori ločen razdelek, kot je blog.example.com.

Subfolder - Imenik znotraj poti URL, kot je example.com/blog.

Submission - Dejanje predložitve spletnega mesta ali URL-ja iskalnikom ali imenikom.

SXO (Search Experience Optimization) - Združevanje SEO z uporabniško izkušnjo, da stran zadovolji uporabnike, ne le uvrstitev.

T

TAM (Total Addressable Market) - Skupna prihodkovna priložnost, ki je na voljo za izdelek ali storitev.

Taxonomy - Sistem kategorij in oznak, ki se uporablja za organizacijo vsebine spletnega mesta.

Taxonomy SEO - Optimizacija kategorijskih, označnih in drugih taksonomskih strani za iskanje.

Technical SEO - Optimizacija pajkanja, indeksiranja in temeljne infrastrukture spletnega mesta.

The Fold - Črta na strani, pod katero vsebina zahteva drsenje, da se vidi.

Thin Content - Strani, ki uporabnikom ponujajo malo ali nič dodane vrednosti.

Three-Way Link Exchange - Dogovor, pri katerem mesto A povezuje na B, B povezuje na C in C povezuje nazaj na A, za prikrievanje vzajemnosti.

Thumbnails - Majhne predoglednične slike, kot so tiste, prikazane za videoposnetke v rezultatih iskanja.

Tiered Link Building - Gradnja povezav do vaših obstoječih povratnih povezav v plasteh za okrepitev njihove moči.

Time on Page - Povprečen čas, ki ga obiskovalci preživijo na posamezni strani.

Time to First Byte (TTFB) - Čas od zahteve do prejema prvega bajta strežnikovega odgovora.

Title Tag Optimization - Oblikovanje elementa title strani za izboljšanje relevantnosti in stopnje klikov.

TLD (Top-Level Domain) - Domenska končnica za zadnjo piko, kot je .com, .org ali .pl.

TLS (Transport Layer Security) - Protokol, ki šifrira podatke med odjemalcem in strežnikom, naslednik SSL.

Top Stories - Novičarska funkcija SERP, ki za poizvedbo izpostavlja pravočasne, relevantne članke.

Topic Cluster - Skupina sorodnih strani, organiziranih okoli osrednje stebrne strani.

Topic Efficiency - Kako učinkovito spletno mesto zajame promet za temo glede na vloženo vsebino.

Topical Authority - Zaznana strokovnost in globina spletnega mesta na celotnem tematskem področju.

Topical Coverage - Kako celovito spletno mesto obravnava vse vidike teme.

Topical Relevance - Kako tesno je del vsebine povezan z določeno temo.

Total Blocking Time (TBT) - Laboratorijska metrika, ki sešteje čas, ko je bila glavna nit blokirana, kar odraža interaktivnost.

Toxic Backlinks - Škodljive ali neželene povezave, ki lahko škodijo uvrstitvam spletnega mesta.

Tracking Code - Odlomek kode, postavljen na spletno mesto za zbiranje analitičnih ali pretvorbениh podatkov.

Traffic - Skupno število obiskovalcev, ki jih prejme spletno mesto.

Traffic % - Delež skupnega prometa, ki pripade ključni besedi, strani ali kanalu.

Traffic Cost - Ocenjeni strošek pridobitve vašega organskega prometa namesto tega prek plačanih oglasov.

Traffic Potential - Skupni organski promet, ki ga tema ali ključna beseda lahko realno prinese.

Transactional Query - Iskanje, ki signalizira namen nakupa ali dokončanja določenega dejanja.

Trend - Splošna smer, v katero se nekaj, kot je iskalno zanimanje, giblje.

Trust Dampening - Razvrednotenje vrednosti uvrščanja, ki jo prenašajo povezave iz virov z malo zaupanja.

Trust Flow - Majesticova metrika, ki oceni kakovost povezav spletnega mesta na podlagi tega, kako zaupanja vredni so njegovi viri.

TrustRank - Algoritem, ki ločuje koristne strani od neželenih z izhodiščem pri zaupanja vrednih virnih mestih.

Twitter Cards - Meta oznake, ki nadzorujejo, kako se URL prikaže, ko je deljen na Twitterju, zdaj X.

U

UGC Link Attribute - Vrednost rel, ki označuje povezave, ki se pojavljajo v vsebini, ki jo ustvarijo uporabniki. Znan tudi kot rel="ugc".

Unique Visit - Obisk, ki se v določenem obdobju šteje le enkrat za vsakega ločenega obiskovalca.

Universal Analytics (UA) - Googlova prejšnja analitična platforma, ki jo je leta 2023 nadomestil GA4.

Universal Search - Mešanje različnih vrst rezultatov, kot so slike, novice in video, v enem samem SERP.

Unlinked Mention - Sklic na vašo blagovno znamko v vsebini, ki ne vključuje povezave.

Unnatural Link - Povezava, ustvarjena za manipulacijo uvrstitev, namesto da bi bila prislužena uredniško.

URL (Uniform Resource Locator) - Spletni naslov, ki kaže na določen vir na spletu.

URL Folder - Segment imenika v poti URL-ja.

URL Parameter - Par ključ-vrednost, dodan URL-ju za vprašajem za posredovanje podatkov.

URL Rating (UR) - Ahrefsova ocena med 0 in 100 za moč profila povratnih povezav strani.

URL Slug - Berljiv del URL-ja, ki identificira določeno stran. Znan tudi kot Slug.

URL Structure - Kako so URL-ji spletnega mesta organizirani in oblikovani po vsem spletnem mestu.

Usability - Kako zlahka in intuitivno je spletno mesto za uporabo za obiskovalce.

User Engagement - Kako aktivno uporabniki sodelujejo s spletnim mestom ali njegovo vsebino.

User Experience (UX) - Splošna kakovost interakcije osebe s spletnim mestom ali izdelkom.

User Intent - Cilj, ki ga uporabnik poskuša doseči, ko izvaja iskanje.

User Interface (UI) - Vizualni elementi in kontrole, prek katerih uporabnik sodeluje z izdelkom.

User-agent - Niz, ki identificira brskalnik ali robot, ki pošilja zahtevo strežniku.

User-Friendly - Zasnovan tako, da je za ljudi lahek, jasen in prijeten za uporabo.

UTM Code - Oznaka, dodana URL-ju za sledenje učinkovitosti kampanje v analitiki.

UTM Parameters - Posamezne oznake ključ-vrednost znotraj URL-ja kampanje z oznako UTM.

V

Variant Indexing - Kako iskalniki obravnavajo indeksiranje več različic izdelka ali strani.

Vary Header - Glava HTTP, ki predpomnilnikom pove, kako se odgovor razlikuje glede na glave zahteve.

Vector Search - Iskanje, ki vsebino ujema po semantični podobnosti z uporabo vektorskih vdelav.

Vertical Search - Iskanje, omejeno na določeno kategorijo vsebine, kot so slike ali oglasi za delo.

Vertical Search Engine - Iskalnik, osredotočen na eno samo temo ali vrsto vsebine.

Video Carousel - Funkcija SERP, ki prikazuje vodoravno drsljivo vrsto videoposnetkov.

Video Optimization - Optimizacija video vsebine, da dobro deluje v iskanju in pritegne gledalce.

Viewport - Vidno območje spletne strani znotraj zaslona naprave.

Viral Content - Vsebina, ki se hitro in široko širi prek deljenja.

Visibility - Kako vidno se spletno mesto pojavlja po rezultatih iskanja.

Visibility Score - Metrika, ki oceni splošno vidnost spletnega mesta v iskanju.

Visit (Session) - Posamezna seja brskanja, ki jo ima uporabnik na spletnem mestu.

Voice Search - Iskanje z glasnim izgovarjanjem poizvedbe napravi ali pomočniku.

Voice Search SEO - Optimizacija vsebine, da jo je mogoče izpostaviti prek glasovnih iskalnih poizvedb.

Volatility - Stopnja nihanja uvrstitev iskalnikov skozi čas.

W

Warm Cache - Predpomnilnik, ki je že napolnjen s podatki, tako da se zahteve hitro postrežejo.

Web Architecture - Strukturna zasnova tega, kako se povezujejo spletni sistemi, strežniki in strani.

Web Stories - Tapkljive, celozaslonske vizualne zgodbe, ki se lahko pojavijo v Googlovem iskanju.

Webpage - Posamezen dokument na spletu, dostopen na svojem lastnem URL-ju.

Website - Zbirka sorodnih spletnih strani, objavljenih pod eno samo domeno.

Website Architecture - Kako so strani in razdelki spletnega mesta strukturirani in povezani.

Website Quality - Splošni standard vsebine, uporabniške izkušnje in zanesljivosti spletnega mesta.

Website Structure - Organizacija in hierarhija strani znotraj spletnega mesta.

White Hat SEO - Etične prakse SEO, ki sledijo smernicam iskalnikov.

WordPress - Najbolj uporabljeni sistem za upravljanje vsebine za gradnjo spletnih mest.

WPO (Website Performance Optimization) - Izboljševanje hitrosti nalaganja in splošne učinkovitosti spletnega mesta.

X

X-Robots-Tag - Glava HTTP, ki nadzoruje indeksiranje in pajkanje za katero koli vrsto datoteke.

XML (Extensible Markup Language) - Prilagodljiv označevalni jezik, ki se uporablja za shranjevanje in prenos strukturiranih podatkov.

XML Sitemap - Strojno berljiva datoteka, ki za iskalnike navaja URL-je spletnega mesta. Znan tudi kot Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Dolgoživi spletni portal in iskalnik, katerega rezultate poganja Bing.

Yandex - Vodilni iskalnik v Rusiji.

YMYL (Your Money or Your Life) - Strani, ki lahko vplivajo na zdravje, finance ali varnost in jih Google drži pri višjih standardih kakovosti.

Yoast SEO - Priljubljen vtičnik SEO za WordPress.

Z

Zero-Click Search - Iskanje, na katero se odgovori neposredno na strani z rezultati, brez klika na spletno mesto.

Zombie Pages - Strani nizke vrednosti, ki ne prinašajo prometa in lahko razredčijo splošno kakovost spletnega mesta.