

SEO-ordlista

DiagnoSEO - tydliga, faktagranskade definitioner av SEO-termer.

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 - Den traditionella enkla listan med tio organiska resultat innan avancerade SERP-funktioner dök upp.

10x Content - Innehåll skapat för att vara påtagligt bättre än allt som för närvarande rankar för ett ämne.

200 OK - HTTP-statuskoden som anger att en begäran lyckades.

2xx Status Codes - Familjen av HTTP-statuskoder som anger en lyckad begäran.

301 Redirect - En permanent omdirigering som överför de flesta rankingssignaler till den nya URL:en.

302 Redirect - En tillfällig omdirigering som signalerar att flytten till en ny URL inte är permanent.

304 Not Modified - Status som talar om för webbläsaren att dess cachade kopia av resursen fortfarande är aktuell.

307 Redirect - En tillfällig omdirigering som bevarar den ursprungliga begärandemetoden.

403 Forbidden - Status som betyder att servern förstod begäran men vägrar att tillåta den.

404 Error - Status som returneras när en begärd sida inte kan hittas på servern.

404 Not Found - HTTP-statuskoden som betyder att den begärda resursen inte finns.

410 Gone - Status som betyder att en resurs har tagits bort avsiktligt och permanent.

4xx Status Codes - Familjen av HTTP-statuskoder som anger fel på klientsidan.

500 Internal Server Error - En allmän status som betyder att servern stötte på ett oväntat fel.

502 Bad Gateway - Status som betyder att en server fick ett ogiltigt svar från en annan server.

503 Service Unavailable - Status som betyder att servern tillfälligt inte kan behandla begäran.

5xx Status Codes - Familjen av HTTP-statuskoder som anger fel på serversidan.

A

A/B Testing - Att jämföra två versioner av en sida eller ett element för att se vilken som presterar bättre. Även känd som Split Testing.

Above the Fold - Den del av en webbsida som syns utan att man behöver skrolla.

Absolute URL - En fullständig webbadress som innehåller protokoll och domän, till exempel <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - En HTTP-header som signalerar användarens föredragna språk och hjälper till att leverera lokaliserat innehåll.

Access Log - En serverfil som registrerar varje begäran och används för att analysera robotars och användares faktiska beteende.

Accessibility - Att utforma webbplatser så att de kan användas av personer med funktionsnedsättning och av hjälpmedelsteknik.

Ad Impressions - Antalet gånger en annons visas för användare.

Ad Keyword - Ett nyckelord som en annonsör budar på för att utlösa sin betalda annons.

Ad Rank - Ett värde i Google Ads som avgör annonsens placering baserat på bud, kvalitet och kontext.

ADA Website Compliance - Efterlevnad av tillgänglighetskraven i USA:s ADA-lag för webbplatser.

Adobe Analytics - Adobes webbanalytiksplattform på företagsnivå.

Advanced Search Operators - Specialkommandon som site: eller intitle: som förfinar och filtrerar sökfrågor.

AEO (Answer Engine Optimization) - Att optimera innehåll så att det presenteras som ett direkt svar av answer engines och AI-assistenter.

Affiliate - En partner som tjänar provision för hänvisad försäljning eller leads via spårade länkar.

Ahrefs - En kommersiell SEO-verktygssvit som används flitigt för länkanalys, sökordsanalys och rankingsbevakning.

AI Citation Eligibility - Huruvida innehåll är tillräckligt strukturerat och tillförlitligt för att citeras som källa av ett AI-baserat svarssystem.

AI Overview - Googles AI-genererade sammanfattning ovanför vissa resultat, som utvecklades ur Search Generative Experience.

AI Snapshot - En AI-genererad sammanfattning som visas ovanför resultaten i generativa sökupplevelser.

AIO (AI Optimization) - Att optimera innehåll och entiteter så att AI-system förstår, visar och citerar ett varumärke.

Algorithmic Penalty - En rankingsförlust som tillämpas automatiskt av en sökalgoritm snarare än av en mänsklig granskare.

Algorithmic Suppression - Algoritmisk nedtryckning som håller en sida eller webbplats nere i rankingen utan någon manuell åtgärd.

Alt Text - Beskrivande text för en bild som stödjer tillgänglighet och hjälper sökmotorer att förstå den. Även känd som Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - En Search Console-status för en duplicerad sida som korrekt pekar på sin föredragna kanoniska version.

Ambiguous Intent - En fråga vars mål är oklart och rimligen skulle kunna matcha flera olika avsikter.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Ett ramverk med öppen källkod för att skapa förenklade, snabbbladdade versioner av mobila webbsidor.

Anchor Text - Den synliga, klickbara texten i en hyperlänk, som ger sökmotorer kontext om den länkade sidan.

Anchor Text Ratio - Fördelningen av ankartexttyper över en webbplats hela länkprofil.

Answer Box - En SERP-funktion som ger ett direkt svar på en fråga, ofta hämtat från ett featured snippet.

Answer Sourcing - Hur en AI eller answer engine väljer och anger källorna bakom ett genererat svar.

API (Application Programming Interface) - En definierad uppsättning regler som låter programvaror utbyta data och funktioner.

Article Spinning - Att skriva om en befintlig artikel med synonymer för att massproducera ytligt unika kopior - en black hat-taktik.

Article Syndication - Att återpublicera en artikel på andra webbplatser för att nå en bredare publik.

ASO (App Store Optimization) - Att optimera en mobilapps butikslista så att den rankar högre och konverterar bättre.

Assisted Conversions - Konverteringar där en kanal spelade en stödjande roll tidigare i resan, inte vid det sista klicket.

Async - Ett skriptattribut som laddar en fil utan att blockera tolkningen av HTML.

Attribution Modeling - Regler som fördelar förtjänsten för en konvertering mellan kontaktpunkterna på användarens resa.

Author Authority - Den upplevda expertisen och pålitligheten hos en innehållsförfattare, kopplad till E-E-A-T.

Author Entity - En författare som presenteras som en erkänd entitet som sökmotorer associerar med ämnen och verk.

Authority - Det övergripande förtroende och den rankingsstyrka som en sida eller webbplats har förtjänat i sökmotorernas ögon. Även känd som Website Authority.

Authority Dilution - Försvagningen av länkvärde när det sprids över alltför många länkar eller sidor.

Authority Score - Semrushs egna mått som bedömer en domäns övergripande kvalitet och auktoritet.

Authority Site - En högst tillförlitlig, etablerad webbplats som rankar väl och som andra ofta länkar till.

Auto-Generated Content - Innehåll som skapas automatiskt av programvara och som bryter mot riktlinjerna när det är skräp eller värdelöst.

Average Position - Den genomsnittliga rankingspositionen för en sida eller ett nyckelord i sökresultaten.

B

B2B - Business-to-business - att marknadsföra eller sälja produkter och tjänster till andra företag.

B2C - Business-to-consumer - att marknadsföra eller sälja produkter och tjänster direkt till privatpersoner.

Backlink - En länk från en annan webbplats som pekar på din sida och som sökmotorer behandlar som en förtroenderöst. Även känd som Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Den samlade mängden, mångfalden och kvaliteten hos de länkar som pekar på en webbplats.

Baidu - Kinas ledande webbsökmotor.

Bait and Switch - Att ranka en sida med ett innehåll och sedan ersätta det med något annat - en vilseledande taktik.

Banner Blindness - Användares tendens att ignorera sidelement som ser ut som banners eller annonser.

BERT - Googles språkmodell från 2019 som bättre tolkar sammanhanget för ord i en fråga.

BigCommerce - En värdbaserad e-handelsplattform för att bygga och driva nätbutiker.

Bing - Microsofts webbsökmotor.

Bing Webmaster Tools - Microsofts gratisplattform för att övervaka och förbättra hur en webbplats visas i Bing.

Black Hat SEO - Taktiker som avsiktligt bryter mot sökmotorernas riktlinjer för att manipulera rankingar.

Blocked by Noindex - En Search Console-status som betyder att en sida hålls utanför indexet på grund av ett noindex-direktiv.

Blog Commenting - Att lägga upp kommentarer på bloggar, ibland för länkar som vanligtvis är nofollow och har lågt värde.

Body Content - Huvudinnehållet på en sida, till skillnad från navigering, sidhuvud och sidfot.

Bounce Rate - Andelen sessioner som avslutas efter en enda sida utan vidare interaktion.

Brand Authority - Ett varumärkes förtroende och igenkänning, som kan påverka rankningar och klickbeteende.

Brand Mention - Varje omnämnande av ett varumärke online, med eller utan länk.

Brand Mention Link Building - Att omvandla olänkade varumärkesomnämningar till backlänkar genom att kontakta utgivaren.

Branded Anchor Text - Ankartext som använder varumärkesnamnet som länkens text.

Branded Content - Innehåll som lyfter fram eller skapas kring ett specifikt varumärke.

Branded Keyword - En sökfråga som innehåller ett varumärkes- eller produktnamn.

Branded SEO - Att optimera för sökfrågor som innehåller ditt varumärkesnamn.

Breadcrumb Navigation - Ett sekundärt navigeringsspår som visar en sidas plats i webbplatsens hierarki.

Broad Match Keyword - En matchningstyp i Google Ads som utlöser annonser för relaterade sökningar, inte bara den exakta termen.

Broken Link Building - Att hitta brutna länkar på andra webbplatser och föreslå din relevanta sida som ersättning.

Brotli - En modern komprimeringsalgoritm som krymper textfiler för snabbare sidleverans.

Browser - Programvara som begär, renderar och visar webbsidor, som Chrome eller Safari.

Bundling - Att kombinera flera JavaScript- eller CSS-filer till färre filer för att minska antalet förfrågningar.

Byline Trust - Förtroendesignaler som härrör från en tydligt angiven och trovärdig författarbyline.

C

Cache - Tillfälligt lagrade filkopior som gör att sidor laddas snabbare vid återbesök.

Cache-Control - En HTTP-header som talar om för webbläsare och CDN:er hur länge cachade resurser ska lagras.

Caching - Att lagra kopior av resurser så att de kan levereras snabbare och minska serverbelastningen.

Call to Action (CTA) - En uppmaning som driver användare mot en specifik handling, som «Köp nu» eller «Registrera dig».

Canonical URL - Den föredragna versionen av en sida som sökmotorer bör indexera när det finns duplicerade eller liknande sidor. Även känd som Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Processen att välja och markera en föredragen URL bland duplicerade eller nästan duplicerade sidor.

Carousel - En horisontellt skrollbar SERP-funktion som visar flera resultat, bilder eller kort.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - En tvåbokstavstopppdomän kopplad till ett land, som .pl eller .de, som ofta fungerar som en geomålsignal.

CDN (Content Delivery Network) - Ett distribuerat servernätverk som levererar innehåll från en plats nära varje användare.

Channel - Att gruppera trafik efter källa, som organisk, betald, hänvisning eller direkt.

Churn and Burn SEO - Aggressiva black hat-taktiker som syftar till att snabbt ranka en webbplats innan den oundvikligen straffas.

Citation - Ett omnämnande online av ett företag eller en källa, särskilt dess namn, adress och telefon.

Citation Building - Att aktivt skapa konsekventa företagslistningar i kataloger och plattformar.

Citation Flow - Ett Majestic-mått som förutspår en URL:s inflytande baserat på antalet länkar som pekar på den.

Citation Grounding - Att förankra ett AI-genererat svar i verifierbara källor för att minska hallucinationer.

Click Potential - Ett Semrush-mått som uppskattar hur sannolikt det är att ett nyckelords SERP ger organiska klick.

Click Share - Andelen av alla tillgängliga klick för en uppsättning nyckelord som en domän fångar.

Clickbait - Sensationella rubriker skapade för att locka klick, som ofta lovar mer än innehållet levererar.

Clickstream Data - Anonymiserade data om användares faktiska surf- och klickvägar, som används för att uppskatta sökmått.

Client-Side Rendering (CSR) - Att rendera en sidas innehåll i webbläsaren med JavaScript i stället för på servern.

Cloaking - Att visa annat innehåll för sökmotorer än för användare - ett riktlinjebrott av black hat-typ. Även känd som Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Programvara för att skapa, hantera och publicera webbplatsinnehåll utan manuell kodning, som WordPress.

Cold Outreach - Att kontakta potentiella personer utan en tidigare relation, till exempel för att föreslå en länk eller ett samarbete.

Cold Start - Den svårighet en helt ny webbplats eller sida möter i rankningen innan den samlat signaler eller historik.

Commercial Investigation Query - En sökning där användaren undersöker och jämför produkter inför ett möjligt köp.

Common Keywords - Nyckelord som två eller fler konkurrerande domäner rankar för gemensamt.

Competitive Density - Ett Semrush-mått mellan 0 och 1 som visar hur intensivt annonsörer konkurrerar om ett nyckelord.

Competitor Analysis - Att undersöka konkurrenters strategier, nyckelord och länkar för att vägleda dina egna SEO-beslut.

Competitor Backlink Analysis - Att studera konkurrenters backlänkar för att hitta länkmöjligheter som du också kan utnyttja.

Competitors in Google Ads - Domäner som budar på samma betalda nyckelord som du.

Competitors in Organic Search - Domäner som konkurrerar med dig om samma organiska nyckelord.

Computer-Generated Content - Innehåll som skapas av programvara eller AI i stället för att skrivas av en människa.

Content - Texten, bilderna, videon och annat material på en sida som ger värde för användare.

Content Curation - Att välja ut, ordna och dela det bästa befintliga innehållet om ett ämne.

Content Decay - Den gradvisa förlusten av trafik och rankningar när innehåll åldras eller blir mindre konkurrenskraftigt.

Content Federation - Att distribuera samma innehåll över flera plattformar eller partnersajter.

Content Fingerprints - Unika signaturer som sökmotorer beräknar från innehåll för att upptäcka dubletter och nära dubletter.

Content Gap - Ett ämne eller en fråga som din webbplats ännu inte täcker men som konkurrenter eller användare vill ha.

Content Gap Analysis - Att jämföra ditt innehåll med konkurrenters för att hitta saknade ämnen och nyckelordsmöjligheter.

Content Hub - En central sida som länkar till ett kluster av relaterat innehåll om ett ämne.

Content Marketing - Att skapa och distribuera värdefullt innehåll för att locka, engagera och behålla en publik.

Content Negotiation - En serversidesmekanism som levererar olika versioner av en resurs baserat på begärandehuvuden, som språk.

Content Pruning - Att ta bort eller slå samman lågvärdessidor för att höja webbplatsens övergripande kvalitet. Även känd som Pruning.

Content Relevance - Hur väl en sidas innehåll matchar frågan och användarens underliggande avsikt.

Content Silo - Att gruppera relaterat innehåll i tätt tematiska avsnitt.

Content Spinning - Att automatiskt omformulera innehåll för att skapa många nära duplicerade versioner, vilket sökmotorer ogillar.

Content Syndication - Att distribuera innehåll på tredjepartssajter, helst med kanonisk hänvisning till originalet.

Content Velocity - Takten i vilken nytt innehåll publiceras över en given tidsperiod.

Content-Based Classifier - Ett maskininlärningssystem som klassificerar sidor genom att analysera deras innehåll.

Contextual Link - En länk placerad i huvudtexten på en sida och omgiven av tematiskt relaterad text.

Conversion - En slutförd önskad handling, som ett köp, en registrering eller en formulärlämning.

Conversion (Goal) - En specifik handling inställd för att spåras som en konvertering i ett analysverktyg.

Conversion Rate - Andelen besökare som utför en önskad handling.

Copied Content - Innehåll som dupliceras från en annan källa utan något betydande originalvärde.

Core Web Vitals (CWV) - Googles uppsättning användarupplevelsemått (LCP, INP och CLS) som mäter laddning, interaktivitet och visuell stabilitet.

Cornerstone Content - Dina viktigaste, mest heltäckande sidor som du mest av allt vill ranka för centrala ämnen.

Cost % - Ett mått som uttrycker annonskostnaden eller andelen betald trafik i procent för ett nyckelord.

CPA (Cost Per Acquisition) - Den genomsnittliga kostnaden för att få en konvertering eller kund via annonsering.

CPC (Cost Per Click) - Beloppet en annonsör betalar varje gång en användare klickar på deras annons.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Kostnaden per tusen annonsvisningar, där M står för det latinska mille (tusen).

Crawl Anomaly - En Search Console-etikett för ett ospecificerat genomsökningsfel, ofta ett oväntat 4xx- eller 5xx-svar.

Crawl Budget - Antalet sidor som en sökmotor kommer att genomsöka på en webbplats inom en given period.

Crawl Delay - Ett direktiv som ber robotar att vänta mellan förfrågningar; vissa motorer som Bing respekterar det, Google ignorerar det.

Crawl Demand - Hur starkt en sökmotor vill genomsöka en webbplats, beroende på dess popularitet och färskhet.

Crawl Depth - Hur många klick från startsidan en sida ligger, vilket påverkar hur lätt den genomsöks.

Crawl Efficiency - Hur väl en webbplats genomsökningsbudget används på värdefulla, indexerbara URL:er i stället för att slösas bort.

Crawl Error - Ett problem som hindrar en sökmotor från att framgångsrikt komma åt en URL.

Crawl Rate Limit - Den maximala genomsökningshastighet som en sökmotor använder för att inte överbelasta en server.

Crawl Trap - En webbplatsstruktur, som oändliga URL-parametrar, som fångar robotar i lågvärdessidor och slösar genomsökningsbudget. Även känd som Spider Trap.

Crawlability - Hur lätt sökmotorrobotar kan komma åt och genomsöka en webbplats sidor.

Crawled but Not Indexed - En Search Console-status där en sida har genomsökts men avsiktligt lämnats utanför indexet.

Crawler - Ett automatiserat program som surfar på webben för att upptäcka, hämta och skicka sidor för indexering. Även känd som Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Instruktioner i robots.txt, meta robots eller HTTP-headers som talar om för robotar hur de ska genomsöka eller indexera.

Crawling - Processen där sökmotorrobotar upptäcker och hämtar webbsidor.

Critical Rendering Path - Sekvensen av steg som webbläsaren utför för att omvandla HTML, CSS och JavaScript till renderade pixlar.

CRM - Programvara för kundrelationshantering, som används för att spåra leads, kunder och säljinteraktioner.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Att systematiskt förbättra en webbplats för att öka andelen besökare som konverterar.

Cross-Linking - Att ömsesidigt länka relaterade sidor för att sprida relevans och underlätta navigering.

CSS (Cascading Style Sheets) - Språket som styr den visuella presentationen och layouten av webbsidor.

CTR (Click-Through Rate) - Andelen visningar som leder till ett klick.

CTR Manipulation - Att artificiellt blåsa upp klickfrekvensen i ett försök att påverka rankingar - en manipulativ taktik.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Ett Core Web Vital-mått som mäter hur oväntat sidelement förskjuts under laddning.

Curated Content - Tredjepartsinnehåll som samlats in och presenteras tillsammans med tillagd kontext eller kommentar.

Customer Journey - Hela resan en kund går igenom från första medvetenhet via köp och därefter.

D

<!DOCTYPE html> - Deklarationen i början av ett HTML-dokument som talar om för webbläsaren att använda standardläge.

Data - Råa fakta och siffror som samlas in för analys.

Data Sampling - Att analysera en representativ delmängd av data i stället för hela mängden, vilket kan minska rapporters noggrannhet.

Dead-End Page - En sida utan utgående länkar, som inte lämnar någonstans för användare och robotar att gå vidare.

Declined Keywords - Nyckelord som en webbplats rankningspositioner har sjunkit för under en period.

Deep Link - En länk som leder till en specifik intern sida snarare än en webbplats startsida.

Deindexing - Att ta bort sidor från en sökmotors index.

Demographics - Statistiska egenskaper hos en publik, som ålder, kön och plats.

Destination Site - Webbplatsen som en länk eller kampanj leder användare till.

Digital PR - Att tjäna varumärkesomnämningen och länkar från media och publikationer genom nyhetsvärldiga berättelser.

Direct Traffic - Besök från användare som når webbplatsen utan en hänvisningskälla, till exempel genom att skriva in URL:en.

Directory Links - Backlänkar från företagskataloger online eller webbkataloger.

Disallow - Ett robots.txt-direktiv som säger åt robotar att inte komma åt angivna sökvägar.

Disavow - Att säga åt Google att ignorera vissa backlänkar när din webbplats utvärderas.

Disavow File - En textfil som listar de domäner eller URL:er du vill att Google ska ignorera.

Disavow Tool - Verktöget i Google Search Console för att skicka in en lista över backlänkar som Google ska ignorera.

Discovered but Not Indexed - En Search Console-status där Google har hittat en URL men ännu inte genomlett och indexerat den.

Display Ads - Visuella bannerannonser som visas på webbplatser via annonsnätverk.

Distance - I lokal SEO, hur långt företaget är från sökaren, en central lokal rankningsfaktor. Även känd som Proximity.

DNS (Domain Name System) - Systemet som översätter läsbara domännamn till de IP-adresser som servrar använder.

Dofollow Link - En vanlig länk som överför rankningssignaler - standardläget när inget rel-attribut begränsar den.

DOM (Document Object Model) - En sidas strukturerade representation i minnet som webbläsaren skapar och som skript kan läsa och ändra.

DOM Size - Antalet noder i en sidas DOM, vilket vid överdriven mängd kan sakta ner renderingen.

Domain - En webbplats läsbara adress, som example.com.

Domain Age - Hur länge en domän har varit registrerad, ibland nämnd som en sekundär förtroendesignal.

Domain Authority (DA) - Moz egna mått mellan 0 och 100 som förutspår hur väl en domän sannolikt rankar.

Domain Name - Det registrerade namn som identifierar en webbplats, som example.com.

Domain Name Registrar - Ett företag ackrediterat att registrera och hantera domännamn.

Domain Rating (DR) - Ahrefs mått mellan 0 och 100 som mäter styrkan i en domäns länkprofil.

Domain Structure - Hur en webbplats domän, underdomäner och kataloger är organiserade.

Doorway Page - En lågvärdessida skapad enbart för att ranka för frågor och leda användare någon annanstans, i strid med riktlinjerna. Även känd som Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - En integritetsfokuserad webbsökmotor.

Duplicate Content - Identiskt eller mycket likt innehåll som förekommer på mer än en URL.

Dwell Time - Hur länge en användare stannar på en sida efter att ha klickat på ett sökresultat, innan de återvänder till SERP:en.

Dynamic URL - En URL vars innehåll beror på frågeparametrar och som ofta innehåller tecken som ? och &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Googles kvalitetsramverk från granskarriktlinjerna, som lade till Experience (erfarenhet) till det tidigare E-A-T.

Ecommerce - Köp och försäljning av varor eller tjänster online.

Ecommerce SEO - Att optimera nätbutiker och deras kategori- och produktsidor för organisk sökning.

Edge Caching - Att lagra cachat innehåll på servrar i nätverkets utkant, nära användare, för snabbare leverans.

Edge SEO - Att tillämpa SEO-ändringar på CDN- eller nätverkskantsnivå, utan att ändra webbplatsens kodbas.

Edge SEO Testing - Att genomföra SEO-experiment via nätverkskants- eller CDN-lagret.

Editorial Link - En backlänk som tjänats naturligt på sina meriter, utan att ha begärts eller betalats för.

Ego Bait - Innehåll som smickrar inflytelserika personer för att vinna deras länkar eller delningar.

Email Outreach - Att kontakta människor med personliga e-postmeddelanden för att föreslå innehåll, en länk eller ett samarbete.

Engagement - Graden i vilken användare interagerar med ditt innehåll.

Engagement Metrics - Mått på användarinteraktion, som tid på sidan, skrolldjup eller klick.

Engagement Rate - I GA4, andelen sessioner som var engagerade sessioner.

Enterprise SEO - SEO som utförs i stor skala för webbplatser med tusentals sidor och komplexa organisationer.

Entities - Distinkta, tydligt definierade ting - personer, platser, varumärken, begrepp - som sökmotorer känner igen och associerar.

Entity Grounding - Att förankra innehåll eller ett AI-svar i en känd entitet så att dess innebörd är otvetydig.

Entity-Based SEO - Att optimera kring tydligt definierade entiteter och relationerna mellan dem, inte bara nyckelord.

Entry Page - Den första sidan en besökare landar på under en session.

Estimated Accuracy - En Semrush-indikator på hur tillförlitlig en given trafik- eller nyckelordsuppskattning är.

Estimated Traffic - En SEO-verktygs ungefärliga uppskattning av hur mycket organisk trafik en webbplats eller sida får.

ETag - En HTTP-header som identifierar en specifik version av en resurs så att den kan cachas effektivt.

Event Rich Results - Förbättrade sökresultat som visar evenemangsdetaljer, som datum och plats, från strukturerad data.

Evergreen Content - Innehåll som förblir relevant och användbart långt efter att det publicerats.

Exact Match Anchor Text - Ankartext som exakt matchar målnyckelordet för sidan den länkar till.

Exact Match Keyword - Ett nyckelord som riktas i sin exakta form; i Google Ads en matchningstyp som bara utlöser annonser för den termen eller nära varianter.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - En tidig version av Googles ramverk för innehållskvalitet, innan Experience lades till.

External Link / Outbound Link - En länk från din sida som leder till en annan webbplats.

F

Faceted Navigation - Filterbaserad navigering på stora eller kommersiella webbplatser som kan skapa många genomsökningsbara URL-kombinationer.

FAQ Rich Result - Ett förbättrat resultat som visar expanderbara frågor och svar från FAQ-strukturerad data.

FAQ Schema - Strukturerad data som märker upp fråga-svar-par; numera visar Google bara förbättrade FAQ-resultat för auktoritativa webbplatser.

Favicon - En liten ikon som representerar en webbplats i webbläsarflikar och bredvid vissa sökresultat.

Featured Image - Den primära representativa bild som tilldelas ett inlägg eller en sida, använd för miniatyrer och delning.

Featured Snippet - Ett framhävt svar som visas högst upp i vissa sökresultat, hämtat från en rankande sida.

Fetch and Render - Att kontrollera hur Googlebot hämtar och visuellt renderar en sida för att avslöja genomsöknings- eller renderingsproblem.

Fetch and Render Tool - Ett föråldrat verktyg i Search Console som visade hur Googlebot hämtade och renderade en URL.

File Compression - Att minska filstorlek för att spara bandbredd och snabba upp sidladdning.

First Contentful Paint (FCP) - Ett prestandamått som markerar tiden tills den första texten eller bilden målas på skärmen.

First Link Priority - Idén att Google kanske bara räknar den första länken till en given URL på en sida och ignorerar efterföljande dubletter.

Focus Keyword - Det enda primära nyckelord som en sida optimeras för att ranka för.

Follow-Up - Ett uppföljande meddelande som skickas efter att det första e-postmeddelandet förblivit obesvarat.

Footer Link - En länk placerad i en webbplats sidfot, som ofta förekommer på alla sidor.

Freshness - Hur nyligen innehåll publicerats eller uppdaterats - en rankningsfaktor för tidskänsliga frågor.

FTP (File Transfer Protocol) - Ett standardprotokoll för att överföra filer mellan en klient och en server.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Den nuvarande, händelsebaserade versionen av Google Analytics, som ersatte Universal Analytics 2023.

Gated Content - Innehåll som en besökare bara kommer åt efter att ha lämnat sina kontaktuppgifter.

Gateway Timeout (504) - En HTTP 504-status som returneras när en gateway-server inte får ett svar i tid från en uppströmsserver.

GBP Optimization - Att förbättra en Google Business-profil så att den rankar bättre och konverterar mer i lokala resultat.

GDPR - Europeiska unionens allmänna dataskyddsförordning som reglerar behandlingen av personuppgifter.

GEO (Generative Engine Optimization) - Att optimera innehåll så att det visas och citeras av AI-baserade generativa sökmotorer.

GEO (Geolocation Optimization) - Att optimera en webbplats för platsbaserade signaler och målgruppsinriktning i lokal sökning.

Geo-Targeting - Att visa innehåll eller annonser för användare baserat på deras geografiska plats.

Geographic Modifiers - Platsord som läggs till ett nyckelord, som «rörmokare Berlin», för att rikta in sig på lokal avsikt.

Google - Världens mest använda webbsökmotor och företaget som driver den.

Google Ads - Googles plattform för betalning per klick-annonsering, tidigare känd som AdWords.

Google Ads Keyword - Ett nyckelord som riktas i en Google Ads-kampanj för att utlösa betalda annonser.

Google AdSense - Ett Google-program som låter utgivare tjäna pengar genom att visa annonser på sina webbplatser.

Google Alerts - En gratis Google-tjänst som skickar e-postaviseringar när nytt innehåll matchar en vald fråga.

Google Algorithm - Uppsättningen rankningssystem som Google använder för att ordna resultat för en sökfråga. Även känd som Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - En ändring av Googles rankningssystem som kan förändra hur webbplatser rankas. Även känd som Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Googles gratisplattform för att mäta webbplatstrafik och användarbeteende.

Google Analytics Goals - Konverteringar som ställdes in i Universal Analytics; GA4 ersatte dem med konverteringar och nyckelhändelser.

Google Autocomplete - Sökförslagen som Google föreslår medan en användare skriver en fråga.

Google Bowling - Ett black hat-försök att få en konkurrent straffad genom att rikta länkar av låg kvalitet mot deras webbplats.

Google Business Profile (GBP) - En gratis Google-listning som hanterar hur ett företag visas i Sök och Maps. Även känd som Google My Business.

Google Caffeine - En uppdatering av indexeringsinfrastrukturen från 2010 som lät Google indexera innehåll snabbare och färskare.

Google Dance - En slangterm för den rankningsinstabilitet som en ny webbplats eller sida genomgår medan Google fastställer dess plats.

Google Fred - En Google-uppdatering från 2017 som allmänt förknippas med att nedgradera tunt, annonsöverlastat innehåll av lågt värde.

Google Keyword Planner - Ett verktyg i Google Ads som tillhandahåller nyckelordsförslag och uppskattningar av sökvolym.

Google Looker Studio - Ett gratis Google-verktyg för att bygga interaktiva rapporter och instrumentpaneler från dina data, tidigare Data Studio.

Google Maps - Googles karttjänst, central för lokal upptäckt och lokal SEO.

Google Mobile-Friendly Test - Ett Google-verktyg för att kontrollera hur lätt en sida är att använda på mobila enheter.

Google PageSpeed Insights - Ett gratis Google-verktyg som rapporterar sidprestanda och Core Web Vitals med förbättringsråd.

Google Penalty - En nedgradering eller borttagning som Google tillämpar för brott mot dess riktlinjer, särskilt genom manuella åtgärder.

Google Pigeon - En Google-uppdatering från 2014 som förbättrade relevansen och noggrannheten i lokala sökresultat.

Google Pirate - En Google-uppdatering från 2012 som nedgraderar webbplatser med många giltiga klagomål om upphovsrättsborttagning (DMCA).

Google Possum - En Google-uppdatering från 2016 som diversifierade lokala resultat baserat på sökarens plats och filtrering.

Google Quality Guidelines - Googles regler som definierar acceptabla metoder, numera uttryckta genom dess skrappolicyer och Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Googles gratisplattform för att övervaka en webbplats indexering, sökprestanda och tekniska problem. Även känd som Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Specialkommandon som site: eller intitle: som förfinar och filtrerar Google-sökning.

Google Search Text Ads - Textbaserade betalda annonser som visas bland Googles sökresultat.

Google Tag Manager - Ett gratis Google-verktyg för att distribuera och hantera marknadsförings- och analystaggar utan att redigera kod.

Google Top Heavy Update - En Google-uppdatering från 2012 som nedgraderar sidor med för många annonser ovanför vinkningen.

Google Trends - Ett gratis Google-verktyg som visar den relativa populariteten hos sökfrågor över tid.

Google Webmaster Guidelines - Det tidigare namnet på Googles riktlinjer för webbplatser, numera Google Search Essentials.

Googlebot - Googles webbrobot som upptäcker och hämtar sidor för sökindexet.

Gray Hat SEO - Taktiker mellan white hat- och black hat-metoder, som medför större risk än helt riktlinjeenlig SEO.

Guest Blogging - Att skriva och publicera ett inlägg på en annan webbplats, ofta för att bygga auktoritet och vinna länkar.

Guest Posting - Att publicera innehåll på någon annans webbplats, vanligtvis som en taktik för att få backlänkar.

Guestographic - En infografik som du skapar och en annan webbplats publicerar, vanligtvis med en länk tillbaka till dig.

Gzip - En allmänt använd komprimeringsmetod som krymper filer för att leverera dem snabbare.

H

H1 Tag - En HTML-rubrik på högsta nivå, vanligtvis använd för en sidas huvudrubrik.

H2 / H3 Tags - Underrubrikstaggar som organiserar innehållsavsnitt under H1.

Hallucination Suppression - Metoder som minskar en AI-modells tendens att generera falska eller ostödda påståenden.

Head Term - Ett kort, brett nyckelord med hög volym, motsatsen till ett långsvansnyckelord.

Header Tags - HTML-rubriktaggar från H1 till H6 som strukturerar innehåll efter betydelse. Även känd som Heading Tags.

Helpful Content Update - En Google-satsning som lanserades 2022 och senare smältes in i kärnrankningen och som belönar hjälpsamt, människoinriktat innehåll.

Hidden Text - Text dold för användare men synlig för robotar - en manipulativ taktik av black hat-typ.

Hilltop Algorithm - En algoritm från tidigt 2000-tal som hittar auktoritativa sidor genom länkar från ämnesexpertsidor.

Historical Data - Data om tidigare prestanda, använd för att upptäcka trender och förändringar över tid.

Hit - Varje enskild begäran till en server om en fil, som en sida, bild eller skript. Även känd som Website Hit.

Holistic SEO - Att förbättra varje aspekt av en webbplats - innehåll, teknik och UX - i stället för isolerade taktiker.

Home Page - Den huvudsakliga ingångssidan på en webbplats, vanligtvis på dess rot-URL.

Homepage Link - En backlänk som leder till en webbplats startsida snarare än en intern sida.

Host Status - Ett avsnitt i Search Console som rapporterar om Google haft problem med att genomsöka din värd, som robots.txt, DNS eller serverproblem.

Hostload - Hur mycket genomsökning en server klarar innan den riskerar att överbelastas.

HowTo Rich Result - Ett förbättrat resultat som visar steg-för-steg-instruktioner från HowTo-strukturerad data, som Google sedan dess har avvecklat.

Hreflang - Ett attribut som informerar Google om en sidas språk- och regionvarianter.

Hreflang Attribute - Den specifika rel-alternate hreflang-uppmärkningen som deklarerar en sidas språk och region.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - En svarsheder som tvingar webbläsare att ansluta till en webbplats endast via HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Märkningspråket som strukturerar webbsidors innehåll.

HTML Sitemap - En läsbar sida som listar en webbplats sidor för att hjälpa användare och robotar att navigera.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Protokollet som webbläsare och servrar använder för att utbyta webbdataba.

HTTP/2 - En större revision av HTTP som snabbar upp laddning genom att multiplexa många förfrågningar över en anslutning.

HTTP/3 - Den senaste versionen av HTTP, som körs över QUIC för lägre fördröjning och mer tillförlitliga anslutningar.

HTTPS - Den krypterade, säkra versionen av HTTP, som skyddar data under överföring med TLS.

Hub - En central sida som organiserar och länkar ut till relaterat innehåll om ett ämne.

Hub and Spoke Model - En innehållsstruktur med en central nav-sida som länkar till relaterade, mer specifika ekersidor.

Hummingbird - Googles algoritmöversyn från 2013 som flyttade fokus mot innebörden och avsikten bakom en fråga. Även känd som Google Hummingbird.

Hydration - Processen där JavaScript på klientsidan kopplar interaktivitet till serverrenderad HTML.



Image Carousel - En SERP-funktion som visar en horisontellt skrollbar rad med bilder.

Image Compression - Att minska bildernas filstorlek för att snabba upp sidladdning utan att förstöra kvaliteten.

Image Filename - Det beskrivande namnet på en bildfil, en sekundär signal för bild-SEO.

Image Pack - En SERP-funktion som visar ett grupperat block med bilder bland sökresultaten.

Image SEO - Att optimera bilder, inklusive filnamn, alt-text och storlek, för sökning och prestanda.

Image Sitemap - En webbplatskarta, eller webbplatskarteutökning, som listar bilder för att hjälpa sökmotorer att upptäcka dem.

Image Title - En bilds title-attribut, som visas som ett verktygstips och har sekundär relevans för SEO.

Impression - En enskild gång din listning eller annons visas i sökresultaten.

Impression Share - I Google Ads, andelen visningar du fick av dem du var berättigad till.

Improved Keywords - Nyckelord som en webbplats rankningspositioner har stigit för under en period.

Incremental Static Regeneration (ISR) - En Next.js-teknik som bygger om enskilda statiska sidor på begäran efter att webbplatsen distribuerats.

Index - Databasen med sidor som en sökmotor har lagrat och kan returnera i resultaten.

Index Bloat - När för många lågvärdessidor indexeras och späder ut en webbplats övergripande kvalitetssignaler.

Index Coverage Report - Rapporten i Search Console som visar vilka sidor som är indexerade och varför andra inte är det. Även känd som Page Indexing Report.

Indexability - Huruvida en sida tillåts och kan läggas till i en sökmotors index.

Indexation Rate - Andelen av en webbplats sidor som faktiskt indexeras av en sökmotor.

Indexing - Processen att analysera en sida och lägga till den i en sökmotors index.

IndexNow - Ett protokoll som låter webbplatser omedelbart meddela deltagande motorer, som Bing och Yandex, om ändrade URL:er.

Infographic - En visuell representation av information eller data, ofta skapad för att locka länkar.

Information Gain - Hur mycket ny, unik information en sida tillför utöver vad rankande sidor redan täcker.

Informational Query - En sökning där användaren vill lära sig eller hitta information snarare än att köpa.

Intent Cluster - En grupp nyckelord eller frågor som delar samma underliggande sökavsikt.

Interaction to Next Paint (INP) - Ett Core Web Vital-mått som mäter hur snabbt en sida svarar på användarinteraktioner; det ersatte FID 2024.

Internal Link - En länk från en sida till en annan sida på samma webbplats.

Internal Linking - Att länka mellan sidor på samma webbplats för att underlätta navigering och fördela auktoritet.

International SEO - Att optimera en webbplats för att rikta in sig på användare i flera länder och språk.

IP Address - En numerisk etikett som identifierar en enhet eller server i ett nätverk.

J

JavaScript (JS) - Programmeringsspråket som lägger till interaktivitet och dynamiskt beteende på webbsidor.

JavaScript SEO - Praktiken att göra JavaScript-tunga webbplatser genomsökningsbara och indexerbara av sökmotorer.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Det format Google rekommenderar för att lägga till strukturerad data på en sida med ett skriptblock.

K

Kanban - En visuell tavla som hanterar uppgifter och arbetsflöde som kort som rör sig genom kolumner.

Keyword - Ett ord eller en fras som människor skriver in i sökmotorer och som du optimerar för att rikta in dig på.

Keyword (Google Ads) - En term som en annonsör budar på så att betalda annonser kan utlösas.

Keyword (Not Provided) - Nyckelordsdata som Google döljer från analyser, märkt som not provided.

Keyword (Organic) - En term du siktar på att ranka för i obetalda, organiska sökresultat.

Keyword (Related) - En term som är semantiskt relaterad till ditt huvudnyckelord och som stödjer samma ämne.

Keyword Analysis - Att utvärdera nyckelord utifrån relevans, volym, svårighet och sökavsikt.

Keyword Cannibalization - När flera sidor på en webbplats konkurrerar om samma nyckelord och försvagar varandras rankingar.

Keyword Categorization - Att gruppera nyckelord i teman eller ämnen för att organisera strategi och innehåll.

Keyword Clustering - Att gruppera nära relaterade nyckelord som en enda sida kan rikta in sig på tillsammans.

Keyword Competition - Nivån av konkurrens om att ranka organiskt eller buda i annonser för ett nyckelord.

Keyword Density - Hur ofta ett nyckelord förekommer i förhållande till det totala antalet ord på en sida.

Keyword Difficulty - Ett verktygsmått som uppskattar hur svårt det skulle vara att ranka för ett givet nyckelord.

Keyword Explorer - En SEO-verktygsfunktion för att upptäcka nyckelordsidéer och analysera deras mått.

Keyword Frequency - Det råa antalet gånger ett nyckelord förekommer i ett innehåll.

Keyword Funnel - Att organisera nyckelord efter det köpresestadium de återspeglar.

Keyword Overview - En verktygsrapport som sammanfattar ett nyckelords centrala mått, som volym, svårighet och avsikt.

Keyword Prominence - Hur synligt och tidigt ett nyckelord förekommer på en sida, som i titeln eller första stycket.

Keyword Proximity - Hur nära varandra målnyckelorden förekommer i texten.

Keyword Ranking - En sidas position i sökresultaten för ett specifikt nyckelord. Även känd som Keyword Rank.

Keyword Research - Att hitta och analysera de termer din publik söker på, för att vägleda innehåll och SEO.

Keyword Stemming - Att reducera ett ord till dess rot så att varianter som run och running behandlas som relaterade.

Keyword Stuffing - Att överlasta en sida med nyckelord i ett försök att manipulera dess ranking. Även känd som Keyword Spam.

Knowledge Graph - Googles databas över entiteter och relationerna mellan dem, använd för att berika resultat. Även känd som Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - En SERP-ruta som visar centrala fakta om en entitet, hämtade från Knowledge Graph. Även känd som Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Ett mätbart värde som spårar framsteg mot ett specifikt mål.

L

Landing Page - En sida en besökare landar på från en kampanj, utformad för att driva en enda handling.

Largest Contentful Paint (LCP) - Ett Core Web Vital-mått som mäter tiden tills en sidas största synliga element renderas.

Last Crawl - Det senaste datum då en sökmotor genomsökte en given sida.

Last-Modified - En HTTP-header som talar om för klienter när en resurs senast ändrades.

Latent Semantic Analysis (LSA) - En naturligspråksteknik som analyserar relationerna mellan dokument och de termer de innehåller.

Lazy Loading - Att skjuta upp laddningen av bilder eller resurser utanför skärmen tills de behövs, för att snabba upp den första laddningen.

Lead - En potentiell kund som har visat intresse, till exempel genom att lämna sina uppgifter.

Lead Magnet - Ett gratis incitament, som en e-bok, som erbjuds i utbyte mot en besökares kontaktuppgifter.

Link Accessibility - Huruvida länkar kan upptäckas och följas av robotar, snarare än döljas bakom skript.

Link Attribution - Att signalera en länks natur med rel-attribut som nofollow, sponsored eller ugc.

Link Authority - Den styrka och det förtroende som en länkande sida kan överföra.

Link Bait - Innehåll skapat specifikt för att locka ett stort antal backlänkar. Även känd som Linkbait.

Link Building - Processen att skaffa backlänkar från andra webbplatser för att förbättra auktoritet och rankningar.

Link Burst - En plötslig topp av nyligen skaffade backlänkar under en kort period.

Link Churn - Den naturliga vinsten och förlusten av backlänkar på en webbplats över tid.

Link Condom - Gammal slang för metoder, som nofollow, som hindrar en länk från att överföra rankingsvärde.

Link Distance - Antalet länkhopp mellan en betrodd källwebbplats och en given sida.

Link Diversity - Mångfald i källorna, typerna och ankartexterna hos en webbplats backlänkar.

Link Equity - Det rankingsvärde som överförs från en sida till en annan via en länk.

Link Exchange - En ömsesidig överenskommelse där två webbplatser går med på att länka till varandra.

Link Farm - En grupp webbplatser skapade enbart för att länka till varandra och manipulera rankningar.

Link Gap - Backlänkar som konkurrenter har men din webbplats saknar.

Link Hoarding - Motvilja mot att länka ut till andra webbplatser i ett försök att behålla allt länkvärde internt.

Link Insert (Niche Edit) - Att lägga till en backlänk i en befintlig, redan publicerad artikel på en annan webbplats.

Link Intersect - En analys som hittar webbplatser som länkar till flera av dina konkurrenter men inte till dig.

Link Juice - En informell term för det rankingsvärde en länk överför till sitt mål.

Link Neighborhood - Uppsättningen webbplatser du länkar till och som länkar till dig, vilket signalerar dina associationer.

Link Placement Quality - Hur värdefull en länks position och omgivande kontext på en sida är.

Link Popularity - Antalet och kvaliteten på backlänkar som pekar på en webbplats.

Link Profile - Den övergripande sammansättningen av alla backlänkar som pekar på en webbplats.

Link Prospect - En webbplats eller sida identifierad som en potentiell backlänkskälla.

Link Reclamation - Att återställa förlorade backlänkar eller omvandla olänkade varumärkesomnämningar till länkar.

Link Relevancy - Hur tematiskt relaterad den länkande sidan är till sidan den länkar till.

Link Rot - Länkars naturliga tendens att brytas över tid när sidor flyttas eller försvinner.

Link Scheme - Varje länkpraxis som syftar till att manipulera rankingar och som bryter mot Googles riktlinjer.

Link Spam - Irrelevanta eller manipulativa länkar placerade i ett försök att påverka rankingar.

Link Suppression - När en sökmotor diskonterar eller ignorerar en länk så att den inte överför rankingsvärde.

Link Toxicity - Graden i vilken en länkprofil innehåller skadliga eller skräplänkar.

Link Velocity - Takten i vilken en webbplats skaffar eller förlorar backlänkar över tid.

Link Volume - Det totala antalet backlänkar som pekar på en webbplats eller sida.

Linkable Asset - Högvärdigt innehåll skapat specifikt för att locka backlänkar.

Linked Unstructured Citations - Omnämningen av ett företag i innehåll som inkluderar en länk men inte en strukturerad katalogpost.

Listicle Placement - Att få med ditt varumärke i en artikel i listformat på en annan webbplats.

Listing Management - Att upprätthålla korrekta, konsekventa företagslistningar över flera plattformar.

LLM Visibility - Hur ofta och hur synligt ett varumärke förekommer i svar från stora språkmodeller.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Att optimera innehåll och entiteter så att stora språkmodeller visar och citerar ett varumärke i sina svar.

Local Ads - Betalda annonser som riktar sig till en lokal publik, som Googles Local Services Ads.

Local Business Schema - Strukturerad data som beskriver ett lokalt företag, som dess namn, adress och öppettider, för sökmotorer.

Local Citation - Varje omnämning online av ett lokalt företags namn, adress och telefon. Även känd som Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Att hålla ett företags namn, adress och telefon identiska över alla listningar.

Local Filtering - När Google filtrerar bort liknande lokala företag som delar en plats eller ett telefonnummer för att diversifiera resultat.

Local Finder - Den utökade listan med lokala resultat som visas efter att en användare klickat sig vidare från Local Pack.

Local Keyword Research - Att hitta söktermer som bär lokal avsikt för ett företags område.

Local Listings - Ett företags profiler i kataloger, kartor och recensionsplattformar.

Local Pack - En SERP-funktion som visar en karta och en kort lista med lokala företag för en lokal fråga.

Local Query - En sökning med lokal avsikt, som vanligtvis söker efter närliggande företag, produkter eller tjänster.

Local Ranking Factors - Signalerna - huvudsakligen relevans, avstånd och framträdande - som avgör lokala rankningar.

Local Search - Sökningar efter företag, produkter eller tjänster nära en specifik plats.

Local Search Grid - En verktygsvy som visar hur ett företag rankar över ett geografiskt rutnät av punkter.

Local Search Marketing - Praktiken att förbättra ett lokalt företags synlighet i lokal sökning.

Local Search Marketing Services - Byråttjänster som förbättrar ett företags närvaro i lokala sökresultat.

Local SEO - Att optimera en webbplats och listningar för att ranka för platsbaserade sökningar och kartresultat.

Local Teaser - En kompakt lokal SERP-enhet som förhandsvisar närliggande företag för en platsbaserad fråga.

Log File Analysis - Att granska serverloggar för att se hur sökmotorrobotar och användare faktiskt når en webbplats.

Long-Tail Keyword - En längre, mer specifik sökfråga med lägre volym men tydligare avsikt.

Lost Link - En backlänk som tidigare fanns men inte längre är närvarande.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - En vanlig feltolkning för semantiskt relaterade termer; verklig latent semantic indexing är inte hur Google rankar.

M

<meta name="viewport"> - En meta-tag som styr hur en sida skalas och placeras på mobila enheter.

Main Thread Blocking - När långa JavaScript-uppgifter upptar webbläsarens huvudtråd och skadar svarstiden.

Manual Action - En nedgradering eller borttagning som tillämpas av en mänsklig granskare för brott mot Googles riktlinjer. Även känd som Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Ett verktyg som spårar ett företags lokala rankningar på olika kartplatser.

Map Spam - Att manipulera lokala kartresultat med falska eller nyckelordsstoppade företagslistningar.

Market Consolidation - Graden i vilken ett fåtal domäner fångar merparten av en marknads söktrafik.

Market-Level Indexing - Att organisera index- eller synlighetsdata på nivån av en hel marknad eller ett helt land.

Match Score - Ett verktygsmått som uppskattar hur nära ett resultat matchar en fråga eller uppsättning nyckelord.

Merchant Listings - Förbättrade resultat som visar produktdetaljer, som pris och lagerstatus, från strukturerad data.

Meta Description - En sidas HTML-sammanfattning som ofta visas under dess titel i sökresultaten.

Meta Keywords - En föråldrad meta-tag som lista nyckelord som Google ignorerar för rankning.

Meta Refresh - Kod som omdirigerar webbläsaren till en annan URL efter en angiven fördröjning. Även känd som Meta Redirect.

Meta Robots Tag - En HTML-tagg som instruerar sökmotorer hur de ska söka och indexera en sida.

Meta Tags - Snuttar i HTML-huvudet som ger sökmotorer information om en sida.

Metric - En kvantifierbar indikator som används för att spåra och utvärdera prestanda.

Microdata - En inbäddad HTML-metod för att lägga till strukturerad data via elementattribut.

Minification - Att ta bort onödiga tecken från kod för att krympa filstorlek och snabba upp laddning.

Mobile Optimization - Att anpassa en webbplats så att den fungerar och visas väl på mobila enheter.

Mobile Usability - Hur lätt besökare kan använda och interagera med en sida på mobila enheter.

Mobile-First Indexing - Googles praxis att använda den mobila versionen av en webbplats för indexering och ranking.

Mobile-Friendly Website - En webbplats som visas och fungerar väl på mobila enheter.

Model Confidence - Hur säker en AI-modell är på en specifik förutsägelse eller ett genererat svar.

Money Page - En sida som direkt genererar intäkter, som en produkt- eller försäljningssida.

Morningscore - Ett SEO-verktyg som gamifierar spårningen av rankingar, länkar och optimeringsuppgifter.

MozBar - Moz gratis webbläsartillägg som visar SEO-mått som domain och page authority.

Multi-Domain Strategy - Att använda flera domäner, till exempel per region eller varumärke, som en del av en SEO-strategi.

MUM (Multitask Unified Model) - En Google-AI-modell som förstår och genererar språk i flera format och på många språk.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Ett företags centrala kontaktuppgifter, använda konsekvent i lokala SEO-citeringar.

NAP Consistency - Att hålla ett företags namn, adress och telefon identiska i varje listning.

Natural Language Understanding (NLU) - En gren av NLP som fokuserar på att fånga innebörden, avsikten och nyansen bakom språk.

Natural Link - En länk som ges redaktionellt på sina meriter, utan att ha begärts eller betalats för.

Navigation - Systemet av menyer och länkar som hjälper användare att röra sig runt en webbplats. Även känd som Website Navigation.

Navigational Query - En sökning där användaren försöker nå en specifik webbplats eller sida.

Negative Keywords - Termer du utesluter i betalda kampanjer för att undvika att visa annonser för irrelevanta sökningar.

Negative SEO - Skadliga taktiker som syftar till att skada en konkurrents sökrankingar.

News Box - En SERP-funktion som lyfter fram nyligen publicerade, relevanta nyhetsartiklar, ofta märkt Top Stories.

Niche - Ett specifikt, fokuserat segment av en bredare marknad eller ämne.

NLP (Natural Language Processing) - Fältet som gör det möjligt för datorer att bearbeta, analysera och förstå mänskligt språk.

Nofollow Link - En länk som ber sökmotorer att inte överföra rankingssignaler till dess mål. Även känd som rel="nofollow".

Noindex - Ett direktiv som säger åt sökmotorer att inte inkludera en sida i sitt index.

Noopener and Noreferrer - Rel-attribut som läggs till länkar som öppnas i en ny flik, av säkerhets- och integritetsskäl. Även känd som rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Antalet sidor som en sökmotor rapporterar som matchande för en given fråga.

O

Off-Page SEO - Aktiviteter utanför din webbplats, huvudsakligen länkbygge, som bygger auktoritet och förtroende.

On-Page SEO - Att optimera en sidas eget innehåll och HTML så att den rankar högre i sökning.

Online Directories - Webbplatser som listar företag, som ofta fungerar som en källa till lokala citeringar.

Online Review Management - Att övervaka, besvara och uppmuntra kundrecensioner över plattformar. Även känd som Review Management.

Online Reviews - Kundbetyg och feedback om ett företag som publiceras online. Även känd som Reviews.

Online Visibility - Hur lätt ett varumärke kan hittas i sökmotorer och på den bredare webben.

Open Graph - Meta-taggar som styr hur en URL visas när den delas på sociala plattformar. Även känd som Open Graph Meta Tags.

Opt-In - En användares uttryckliga samtycke till att ta emot kommunikation eller bli spårad.

Opt-Out - En användares val att avböja kommunikation eller spårning de annars skulle få.

Organic Search Results - Obetalda resultat som rankas efter relevans snarare än annonsering.

Organic Traffic - Besökare som når en webbplats från obetalda sökresultat.

Origin Server - Servern som håller en webbplats originalinnehåll, placerad bakom en eventuell CDN.

ORM (Online Reputation Management) - Att hantera och förbättra hur ett varumärke uppfattas i sökresultat och på webben. Även känd som Reputation Management.

Orphan Page - En sida som inga interna länkar pekar på från resten av webbplatsen.

Out of Stock Handling - Hur en e-handelswebbplats hanterar sidor för produkter som för närvarande inte är tillgängliga.

Outreach - Att kontakta människor eller webbplatser för att bygga relationer och vinna länkar eller omnämmanden.

Over-Optimization - Att tillämpa SEO-taktiker så aggressivt att det slår tillbaka och skadar rankingar.

P

Page Authority (PA) - Moz poäng mellan 0 och 100 som förutspår hur starkt en enskild sida kan ranka.

Page Experience - Googles uppsättning signaler som återspeglar hur användare upplever en sida, inklusive Core Web Vitals.

Page Speed - Hur snabbt en webbsida laddas och blir användbar för besökare.

Page Title - En sidas title-element, som visas som den klickbara rubriken i sökresultaten.

Page View - En enskild gång en sida laddas och visas. Även känd som Pageview.

PageRank (PR) - Googles grundläggande algoritm som poängsätter en sidas betydelse efter antalet och kvaliteten på länkar till den.

Pages per Session - Det genomsnittliga antalet sidor en besökare visar under en enda session.

Pagination - Att dela upp innehåll över numrerade sidor och länka mellan dem för navigering.

Paid Link - En backlänk som skaffas genom betalning.

Paid Search Engine Result - En annonserad listning som visas i sökresultaten eftersom en annonsör betalat för placeringen.

Paid Traffic - Besökare som når en webbplats via betald annonsering.

Panda - En Google-uppdatering som riktar in sig på tunt innehåll av låg kvalitet, numera en del av kärnalgorithmerna. Även känd som Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Ankartext som innehåller en del av målnyckelordet tillsammans med andra ord.

Partial Match Penalty - En manuell åtgärd eller nedgradering som bara påverkar vissa sidor eller nyckelord snarare än hela webbplatsen.

Passage Indexing - Googles förmåga att ranka en enskild relevant passage inom en sida, inte bara sidan som helhet.

Passage Retrieval - Att hämta den mest relevanta passagen från dokument för att besvara en fråga.

Passage Weighting - Att tilldela olika betydelse åt enskilda passager när en sida rankas.

PBN (Private Blog Network) - Ett nätverk av webbplatser byggda enbart för att rikta länkar mot en målwebbplats - ett riktlinjebrott.

Penguin - En Google-uppdatering som riktar in sig på manipulativa länkar och skräp, numera en del av kärnalgorithmerna. Även känd som Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - En SERP-funktion som visar expanderbara frågor relaterade till användarens fråga.

People Also Ask Boxes - De enskilda expanderbara fråga-svar-rutorna inom People Also Ask-funktionen.

Persona - En fiktiv profil som representerar ett segment av din målgrupp.

Personalization - Att anpassa innehåll eller sökresultat efter en enskild användares kontext och historik.

Pillar Page - En bred, heltäckande sida som förankrar ett ämneskluster och länkar till relaterade undersidor.

Pitch - Meddelandet där du föreslår ditt innehåll, din länk eller din idé för en potentiell partner.

Pogo-Sticking - När en användare klickar på ett resultat och sedan snabbt återvänder till SERP:en för att välja ett annat.

Poison Words - Ord som en gång troddes utlösa skräpfilter eller hålla tillbaka en sidas ranking.

Position - Den specifika plats ett resultat upptar på sökresultatsidan.

PPA (Pay Per Action) - En annonsmodell där du bara betalar när en angiven handling, som en registrering, inträffar.

PPC (Pay Per Click) - En annonsmodell där du betalar varje gång någon klickar på din annons.

Precision - I informationssökning, andelen av returnerade resultat som faktiskt är relevanta.

Price Competitiveness - Hur en produkts pris jämförs med konkurrenternas - relevant i shopping- och produktresultat.

Primary Category - Den huvudsakliga kategori som tilldelas en företagsprofil eller produkt, vilken formar relevans.

Primary Keyword - Det enda huvudnyckelord som en sida byggs och optimeras för att ranka för.

Product Grid SEO - Att optimera e-handelns produkt- och kategorirutnätssidor för synlighet i organisk sökning.

Product Schema - Strukturerad data som beskriver en produkt, som dess pris, lagerstatus och betyg.

Programmatic SEO - Att generera många sidor i stor skala från data och mallar för att rikta in sig på stora uppsättningar liknande frågor.

Programming Language - Ett formellt språk som används för att skriva de instruktioner som programvara utför.

Progressive Web Apps (PWA) - Webbapplikationer som beter sig som nativa appar, med funktioner som offlineanvändning och installerbarhet.

Prominence - I lokal SEO, hur välkänt och etablerat ett företag är, en lokal rankingsfaktor.

Prompt Bank - En sparad samling återanvändbara prompter för AI-verktyg.

Prospecting - Att identifiera potentiella länk-, partner- eller kundmål att kontakta.

Protocol - En uppsättning regler som styr hur data utbyts, som HTTP eller HTTPS.

Public Relations - Att hantera hur en organisation uppfattas av allmänheten och media.

Pull Channel - En marknadsföringskanal där kunder kommer till dig, som organisk sökning.

Pull Marketing - Att locka kunder genom att hittas när de aktivt söker lösningar.

Purchase Conversion - En konvertering där besökaren slutför ett köp.

Purchased Link - En länk köpt för att påverka rankingar, vilket bryter mot riktlinjerna om den inte är angiven och nofollow.

Push Channel - En kanal där du skjuter ut meddelanden till en publik, som displayannonser eller e-post.

Push Marketing - Att proaktivt leverera meddelanden till en publik som inte aktivt sökt dem.

Q

Qualified Lead - En potentiell kund som uppfyller kriterier som visar verklig säljpotential.

Qualified Traffic - Besökare som matchar din målgrupp och är mer benägna att konvertera.

Quality Content - Innehåll som är hjälpsamt, korrekt och verkligen tillfredsställer användarens avsikt.

Quality Score - Google Ads bedömning av nyckelords-, annons- och målsideskvalitet som påverkar annonskostnad och placering.

Query Deserves Diversity (QDD) - Ett koncept som föredrar en mångsidig blandning av resultat för tvetydiga frågor med flera betydelser.

Query Deserves Freshness (QDF) - Ett Google-koncept som föredrar färskare innehåll för frågor som visar en topp i intresse.

QUIC - Ett modernt transportprotokoll, använt av HTTP/3, som minskar fördröjning genom att köras över UDP.

R

Rank Distribution - Hur en webbplats nyckelord är fördelade över intervallet av rankingspositioner.

Rank Tracking - Att övervaka hur en webbplats nyckelordspositioner förändras över tid.

RankBrain - Googles maskininlärningssystem som hjälper till att tolka nya och tvetydiga sökfrågor. Även känd som Google RankBrain.

Ranking - Den position en sida har i sökresultaten för en fråga.

Ranking Factor - En signal som en sökmotor använder för att besluta ordningen på sina resultat.

Readability Score - Ett mått som uppskattar hur lätt en text är att läsa.

Reciprocal Link - En överenskommelse där två webbplatser länkar till varandra.

Reconsideration Request - En begäran som ber Google att granska en webbplats på nytt efter att en manuell åtgärd har åtgärdats.

Redirect - Ett sätt att automatiskt skicka användare och robotar från en URL till en annan.

Redirect Chain - En sekvens av flera omdirigeringar som en begäran passerar genom före den slutliga URL:en.

Redirected Link - En länk som passerar genom en eller flera omdirigeringar innan den når sin slutliga URL.

Referral Traffic - Besökare som når din webbplats via länkar från andra webbplatser.

Referring Domain - En unik domän som länkar till din webbplats minst en gång.

Regex (Regular Expressions) - Textmönster som används för att matcha strängar, användbara i filter, granskningar och Search Console.

Regional Keywords - Nyckelord knutna till en specifik region eller lokal.

Reinclusion - Att få tillbaka en webbplats eller dess sidor i indexet efter en borttagning eller ett straff.

Related Searches - Frågeförslag, relaterade till din sökning, som visas längst ner på resultatsidan.

Relative URL - En URL skriven i förhållande till den aktuella sidan, som utelämnar protokoll och domän.

Relevance - Hur väl en sida eller ett företag matchar sökarens fråga - en central rankningsfaktor.

Render-Blocking Scripts - Skript som måste laddas och köras innan webbläsaren kan rendera synligt innehåll.

Rendering - Processen att omvandla en sidas kod till den visuella layout som användaren ser.

Rendering Delay - Fördröjningen mellan en begäran och ögonblicket då en sidas innehåll är fullständigt renderat.

Resource Hints - HTML-tips som preload, preconnect och dns-prefetch som snabbar upp resursladdning.

Resource Pages - Kurerade sidor som samlar och länkar till användbara resurser om ett ämne.

Responsive Design - En designansats där en sidas layout anpassar sig flytande till alla skärmstorlekar.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - En AI-ansats som hämtar relevanta dokument och använder dem för att grunda ett genererat svar.

Review Sentiment - Den övergripande positiva eller negativa ton som uttrycks i ett företags recensioner.

Review Velocity - Takten i vilken ett företag samlar nya recensioner över tid.

Rich Snippet - Ett sökresultat berikat med ytterligare information hämtad från en sidas strukturerade data.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Robots-direktiv som styr hur en sida kan visas i resultaten, inklusive snittlängd, bildförhandsvisningar och cachning.

Robots.txt - En fil som talar om för robotar vilka delar av en webbplats de får eller inte får komma åt.

ROI (Return on Investment) - Ett mått på den vinst som realiseras i förhållande till kostnaden för en investering.

Root Domain - Den registrerade toppdomänen utan något underdomänsprefix.

S

SaaS (Software as a Service) - Programvara som levereras via internet på prenumerationsbasis i stället för att installeras lokalt.

SAM (Serviceable Available Market) - Den del av den totala marknaden som ett företag realistiskt kan betjäna.

sameAs - En schema-egenskap som länkar en entitet till dess officiella profiler och URL:er.

Schema Markup - En strukturerad data-vokabulär som läggs till på sidor för att aktivera förbättrade resultat.

Schema.org - Den samarbetsvokabulär som standardiserar strukturerad data över sökmotorer.

Scraped Content - Innehåll kopierat från andra webbplatser utan tillstånd eller mervärde.

Scraping (Web Scraping) - Att automatiskt extrahera data eller innehåll från webbplatser med programvara.

Screaming Frog - En skrivbordsrobot som används flitigt för tekniska SEO-granskningar.

Scroll Depth - Hur långt ner på en sida besökare skrollar innan de lämnar.

Scrum Board - En visuell tavla som spårar uppgifter och framsteg inom ett Scrum-arbetsflöde.

Search Demand Curve - Fördelningen av sökefterfrågan från termer med hög volym i toppen ner till långsvansen.

Search Engine - Programvara som hittar, indexerar och rankar webbsidor som svar på användarfrågor.

Search Engine Advertising - Att betala för att visa annonser inom en sökmotors resultat.

Search Engine Poisoning - Att manipulera resultat så att skadliga eller vilseledande sidor dyker upp för frågor.

Search Engine Rank - Den position en sida har inom en sökmotors resultat.

Search Engine Results Page (SERP) - Resultatsidan som en sökmotor returnerar för en given fråga.

Search Generative Experience Visibility - Hur ofta och hur synligt ett varumärke förekommer inom AI-genererade söksvar.

Search Intent - Det underliggande mål en användare har när de skriver in en sökfråga.

Search Quality Rater Guidelines - Googles offentliga handbok som vägleder mänskliga bedömare i att utvärdera resultatets kvalitet och E-E-A-T.

Search Query - Orden en användare skriver in i en sökmotor för att hitta något. Även känd som Query, Search Term.

Search Result Snippet - Titeln, URL:en och beskrivningen som visas för ett enskilt resultat på en SERP.

Search Results - Listningarna som en sökmotor returnerar som svar på en fråga. Även känd som Results.

Search Traffic - Besökare som når en webbplats via sökmotorer.

Search Visibility - Ett mått som uppskattar hur synlig en webbplats är över de nyckelord den rankar för.

Search Volume - Hur många gånger ett nyckelord söks inom en given period. Även känd som Volume.

Seasonal Trends - Förutsägbara upp- och nedgångar i sökefterfrågan genom året.

Secondary Keywords - Stödande nyckelord som en sida riktar in sig på tillsammans med sitt huvudnyckelord.

Seed Keywords - De inledande kärntermerna som används för att starta nyckelordsanalys.

SEM (Search Engine Marketing) - Marknadsföring som ökar synligheten i sökmotorer, ofta genom betalda annonser.

Semantic Completeness - Hur fullständigt en sida täcker de begrepp och underämnen som är relaterade till dess ämne.

Semantic Core - Hela uppsättningen nyckelord som definierar en webbplats ämnesomfattning.

Semantic Search - Sökning som tolkar innebörden och avsikten bakom en fråga, inte bara nyckelorden.

Semantic Similarity - Hur nära två textstycken eller termer ligger varandra i betydelse.

Semrush - En populär, allt-i-ett-svit av SEO- och digital marknadsföringsprogramvara.

Semrush Rank - Semrushs rangordning av domäner efter deras uppskattade organiska söktrafik.

Sentiment - Den känslomässiga ton, positiv eller negativ, som uttrycks om ett varumärke eller ämne.

Sentiment Analysis - Att använda naturlig språkbehandling för att bestämma den känsla som uttrycks i text.

SEO (Search Engine Optimization) - Praktiken att förbättra en webbplats så att den rankar högre i organiska sökresultat.

SEO Audit - En grundlig granskning av en webbplats SEO-hälsa, problem och möjligheter.

SEO Benchmarking - Att mäta SEO-prestanda mot konkurrenter eller mot tidigare resultat.

SEO Briefing - Ett dokument som vägleder skribenter i hur de ska optimera ett innehåll.

SEO Checklist - En lista över uppgifter som används för att säkerställa att en sida eller webbplats är korrekt optimerad.

SEO Consultant - En expert som rådgör företag om att förbättra deras sökprestanda.

SEO Emojis - Att använda emojis i titlar eller meta-taggar för att fånga uppmärksamhet, även om Google ofta tar bort dem från snitt.

SEO Podcast - Ett ljudprogram tillägnat ämnen om sökmotoroptimering.

SEO Service - En professionell tjänst som syftar till att förbättra en kunds SEO-resultat.

SEO Silo - Att gruppera relaterat innehåll i tätt tematiska avsnitt för att bygga tematisk relevans.

SEO Tips - Praktiska rekommendationer för att förbättra en webbplats sökprestanda.

SEO URL - En ren, beskrivande, nyckelordsvänlig URL utformad för att stödja sökning och användare.

SEO vs. SEM - Jämförelsen mellan organisk optimering (SEO) och betald sökmarknadsföring (SEM).

SEOnaut - Ett lekfullt smeknamn för en SEO-specialist.

SERP Feature - Varje icke-standardresultat på en SERP, som ett snippet, image pack eller local pack.

SERP Real Estate - Mängden visuellt utrymme som dina listningar upptar på en resultatsida.

SERP Shaker - En term för en betydande, bred förändring i sökmotorrankningar.

SERP Source - Webbplatsen som ett visst sökresultat härstammar från.

SERP Volatility - Graden av fluktuation i rankningar över sökresultat över tid.

Server-Side Rendering (SSR) - Att generera en sidas HTML på servern innan den skickas till webbläsaren.

Service Area Business (SAB) - Ett företag som betjänar kunder på deras platser snarare än från en butik.

SGE (Search Generative Experience) - Googles experiment som visade AI-genererade svar ovanför resultaten och som utvecklades till AI Overviews.

Shopify - En allmänt använd, värd-baserad e-handelsplattform för att bygga nätbutiker.

Shopping Grid - Ett rutnät av produktlistningar som visas inom shopping-sökresultat.

Short-Tail Keywords - Korta, breda nyckelord med hög volym som bär tvetydig avsikt.

Site Architecture - Hur en webbplats sidor är strukturerade, organiserade och länkade samman.

Site Audit - En automatiserad genomsökning som identifierar tekniska och on-page-SEO-problem.

Site Speed - Hur snabbt en webbplats sidor laddas överlag för dess besökare.

Sitelinks - Ytterligare undersideslänkar som visas under ett huvudresultat för att underlätta navigering. Även känd som Google Sitelinks.

Sitemap - En fil som listar en webbplats URL:er för att hjälpa sökmotorer att upptäcka och genomsöka dem.

Sitemap Index - En fil som refererar till flera webbplatskartor, använd för mycket stora webbplatser.

Sitewide Backlink - En backlänk som visas på varje sida av den länkande webbplatsen.

Sitewide Link - En länk upprepad på alla sidor av en webbplats, ofta placerad i ett sidhuvud eller en sidfot.

Skyscraper Technique - Att hitta populärt innehåll, skapa något bättre och vinna de länkar det lockat.

SMM (Social Media Marketing) - Att marknadsföra ett varumärke och dess innehåll via sociala medieplattformar.

SMO (Social Media Optimization) - Att optimera innehåll och profiler för att öka räckvidd och engagemang på sociala plattformar.

Social Signals - Engagemang på sociala medier, som gilla-markeringar och delningar, ibland kopplat till synlighet.

Social Syndication - Att återpublicera innehåll på sociala kanaler för att utöka dess räckvidd.

Social Traffic - Besökare som når en webbplats från sociala medieplattformar.

Soft 404 - En sida som returnerar en framgångsstatuskod men visar ett ej-hittat-meddelande för användare.

Source Attribution - Att identifiera och kreditera ursprungskällan för innehåll, data eller ett besök.

SOV (Share of Voice) - Ditt varumärkes andel av den totala söksynligheten för en uppsättning nyckelord jämfört med konkurrenter.

Spam - Irrelevant, manipulativt eller lågkvalitativt innehåll skapat för att lura söksystem.

Spam Classifier - Ett system som automatiskt upptäcker och flaggar skräpinnehåll eller -länkar.

Spam Score - Moz mått som uppskattar sannolikheten att en webbplats är skräp eller bestraffad.

Spam Signals - Egenskaper hos en sida eller webbplats som antyder att den kan vara skräp.

Spamdexing - Att manipulera en sökmotors index och rankningar genom skräptechniker. Även känd som Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Manipulativa SEO-metoder som bryter mot sökmotorernas riktlinjer.

Splash Page - En introsida som visas före huvudwebbplatsen, ofta marknadsföringsinriktad.

Sponsored Link - En länk markerad som betald eller sponsrad med rel-attributet, som riktlinjerna kräver. Även känd som rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Att tydligt markera betalda länkar och innehåll som sponsrade, som riktlinjerna kräver.

Srcset - Ett HTML-bildattribut som erbjuder flera bildkällor för responsiv laddning.

SSL Certificate - Ett digitalt certifikat som möjliggör krypterade HTTPS-anslutningar, idag tekniskt via TLS.

Static URL - En URL som förblir konstant och inte innehåller dynamiska frågeparametrar.

Status Code - HTTP-koden en server returnerar för att ange resultatet av en begäran.

Stop Words - Vanliga ord som the, and eller of som sökmotorer ofta ignorerar.

Structured Data - Standardiserad uppmärkning som beskriver en sidas innehåll så att sökmotorer kan förstå det.

Subdirectory - En mapp inbäddad i en webbplats URL-struktur, motsvarande en undermapp.

Subdomain - Ett prefix på en domän som bildar en separat sektion, som blog.example.com.

Subfolder - En katalog inom en URL-sökväg, som example.com/blog.

Submission - Handlingen att skicka in en webbplats eller URL till sökmotorer eller kataloger.

SXO (Search Experience Optimization) - Att kombinera SEO med användarupplevelse så att en sida tillfredsställer användare, inte bara rankingar.

T

TAM (Total Addressable Market) - Den totala intäktsmöjlighet som finns tillgänglig för en produkt eller tjänst.

Taxonomy - Systemet av kategorier och taggar som används för att organisera en webbplats innehåll.

Taxonomy SEO - Att optimera kategori-, tagg- och andra taxonomisidor för sökning.

Technical SEO - Att optimera en webbplats genomsökning, indexering och underliggande infrastruktur.

The Fold - Linjen på en sida under vilken innehåll kräver skrollning för att ses.

Thin Content - Sidor som erbjuder lite eller inget mervärde för användare.

Three-Way Link Exchange - En överenskommelse där webbplats A länkar till B, B länkar till C och C länkar tillbaka till A, för att dölja ömsesidigheten.

Thumbnails - Små förhandsvisningsbilder, som de som visas för videor i sökresultat.

Tiered Link Building - Att bygga länkar till dina befintliga backlänkar i nivåer för att förstärka deras styrka.

Time on Page - Den genomsnittliga tid besökare tillbringar på en enskild sida.

Time to First Byte (TTFB) - Tiden från en begäran tills den första byten av serverns svar tas emot.

Title Tag Optimization - Att utforma en sidas title-element för att förbättra relevans och klickfrekvens.

TLD (Top-Level Domain) - Domänändelsen efter den sista punkten, som .com, .org eller .pl.

TLS (Transport Layer Security) - Protokollet som krypterar data mellan en klient och en server, efterföljaren till SSL.

Top Stories - En nyhets-SERP-funktion som lyfter fram aktuella, relevanta artiklar för en fråga.

Topic Cluster - En grupp relaterade sidor organiserade kring en central pelarsida.

Topic Efficiency - Hur effektivt en webbplats fångar trafik för ett ämne i förhållande till investerat innehåll.

Topical Authority - En webbplats upplevda expertis och djup över ett helt ämnesområde.

Topical Coverage - Hur heltäckande en webbplats behandlar alla aspekter av ett ämne.

Topical Relevance - Hur nära ett innehåll är relaterat till ett givet ämne.

Total Blocking Time (TBT) - Ett labbmått som summerar den tid huvudtråden var blockerad, vilket återspeglar interaktivitet.

Toxic Backlinks - Skadliga eller skräplänkar som kan skada en webbplats rankingar.

Tracking Code - En kodsnuitt placerad på en webbplats för att samla in analys- eller konverteringsdata.

Traffic - Det totala antalet besökare en webbplats får.

Traffic % - Andelen av den totala trafiken som tillfaller ett nyckelord, en sida eller en kanal.

Traffic Cost - Den uppskattade kostnaden för att få din organiska trafik via betalda annonser i stället.

Traffic Potential - Den totala organiska trafik som ett ämne eller nyckelord realistiskt kan ge.

Transactional Query - En sökning som signalerar avsikt att köpa eller slutföra en specifik handling.

Trend - Den allmänna riktning något, som sökintresse, rör sig i.

Trust Dampening - Att diskontera det rankingsvärde som överförs av länkar från källor med lågt förtroende.

Trust Flow - Majestics mått som poängsätter en webbplats länkkvalitet utifrån hur betrodda dess källor är.

TrustRank - En algoritm som skiljer användbara sidor från skräp genom att utgå från betrodda källwebbplatser.

Twitter Cards - Meta-taggar som styr hur en URL visas när den delas på Twitter, numera X.

U

UGC Link Attribute - Ett rel-värde som markerar länkar som förekommer i användargenererat innehåll. Även känd som rel="ugc".

Unique Visit - Ett besök räknat endast en gång per enskild besökare inom en given period.

Universal Analytics (UA) - Googles tidigare analysplattform, ersatt av GA4 2023.

Universal Search - Att blanda olika resultat typer, som bilder, nyheter och video, i en enda SERP.

Unlinked Mention - En referens till ditt varumärke i innehåll som inte inkluderar en länk.

Unnatural Link - En länk skapad för att manipulera rankingar snarare än förtjänad redaktionellt.

URL (Uniform Resource Locator) - Webbadressen som pekar på en specifik resurs online.

URL Folder - Ett katalogsegment i en URL:s sökväg.

URL Parameter - Ett nyckel-värde-par som läggs till en URL efter ett frågetecken för att skicka data.

URL Rating (UR) - Ahrefs poäng mellan 0 och 100 för styrkan i en sidas länkprofil.

URL Slug - Den läsbara delen av en URL som identifierar en specifik sida. Även känd som Slug.

URL Structure - Hur en webbplats URL:er är organiserade och formaterade över hela webbplatsen.

Usability - Hur lätt och intuitiv en webbplats är att använda för besökare.

User Engagement - Hur aktivt användare interagerar med en webbplats eller dess innehåll.

User Experience (UX) - Den övergripande kvaliteten på en persons interaktion med en webbplats eller produkt.

User Intent - Det mål en användare försöker uppnå när de utför en sökning.

User Interface (UI) - De visuella element och kontroller genom vilka en användare interagerar med en produkt.

User-agent - En sträng som identifierar webbläsaren eller roboten som gör en begäran till en server.

User-Friendly - Utformad för att vara lätt, tydlig och behaglig för människor att använda.

UTM Code - En tagg som läggs till en URL för att spåra kampanjprestanda i analyser.

UTM Parameters - De enskilda nyckel-värde-taggar inom en UTM-taggad kampanj-URL.

V

Variant Indexing - Hur sökmotorer hanterar indexeringen av flera varianter av en produkt eller sida.

Vary Header - En HTTP-header som talar om för cachar hur ett svar varierar efter begärandehuvuden.

Vector Search - Sökning som matchar innehåll efter semantisk likhet med hjälp av vector embeddings.

Vertical Search - Sökning begränsad till en specifik innehållskategori, som bilder eller jobbannonser.

Vertical Search Engine - En sökmotor fokuserad på ett enda ämne eller en innehållstyp.

Video Carousel - En SERP-funktion som visar en horisontellt skrollbar rad med videor.

Video Optimization - Att optimera videoinnehåll så att det presterar väl i sökning och engagerar tittare.

Viewport - Det synliga området av en webbsida inom en enhets skärm.

Viral Content - Innehåll som sprider sig snabbt och brett genom delning.

Visibility - Hur synligt en webbplats framträder över sökresultat.

Visibility Score - Ett mått som uppskattar en webbplats övergripande synlighet i sökning.

Visit (Session) - En enskild surfsession som en användare har på en webbplats.

Voice Search - Att söka genom att säga en fråga högt till en enhet eller assistent.

Voice Search SEO - Att optimera innehåll så att det kan lyftas fram genom röstsökningsfrågor.

Volatility - Graden av fluktuation i sökmotorrankningar över tid.

W

Warm Cache - En cache som redan är fylld med data, så att förfrågningar betjänas snabbt.

Web Architecture - Den strukturella utformningen av hur webbsystem, servrar och sidor ansluter.

Web Stories - Tryckbara, helskärmsvisuella berättelser som kan dyka upp inom Googles sökning.

Webpage - Ett enskilt dokument på webben, tillgängligt på sin egen URL.

Website - En samling relaterade webbsidor publicerade under en enda domän.

Website Architecture - Hur en webbplats sidor och sektioner är strukturerade och anslutna.

Website Quality - Den övergripande standarden på en webbplats innehåll, användarupplevelse och tillförlitlighet.

Website Structure - Organisationen och hierarkin av sidor inom en webbplats.

White Hat SEO - Etiska SEO-metoder som följer sökmotoreernas riktlinjer.

WordPress - Det mest använda innehållshanteringssystemet för att bygga webbplatser.

WPO (Website Performance Optimization) - Att förbättra en webbplats laddningshastighet och övergripande prestanda.

X

X-Robots-Tag - En HTTP-header som styr indexering och genomsökning för vilken filtyp som helst.

XML (Extensible Markup Language) - Ett flexibelt märkningsspråk som används för att lagra och transportera strukturerad data.

XML Sitemap - En maskinläsbar fil som listar en webbplats URL:er för sökmotorer. Även känd som Sitemap.xml.

Y

Yahoo - En långlivad webbportal och sökmotor vars resultat drivs av Bing.

Yandex - Den ledande sökmotorn i Ryssland.

YMYL (Your Money or Your Life) - Sidor som kan påverka hälsa, ekonomi eller säkerhet, vilka Google håller till högre kvalitetsstandarder.

Yoast SEO - Ett populärt SEO-tillägg för WordPress.

Z

Zero-Click Search - En sökning som besvaras direkt på resultatsidan, utan ett klick till en webbplats.

Zombie Pages - Lågvärdessidor som inte ger trafik och kan späda ut en webbplats övergripande kvalitet.