

Từ điển SEO

DiagnoSEO - định nghĩa thuật ngữ SEO rõ ràng, đã kiểm chứng.

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 - Danh sách mười kết quả tự nhiên đơn giản truyền thống trước khi xuất hiện các thành phần SERP nâng cao.

10x Content - Nội dung được tạo ra để vượt trội đáng kể so với mọi thứ hiện đang xếp hạng cho một chủ đề.

200 OK - Mã trạng thái HTTP cho biết yêu cầu đã thành công.

2xx Status Codes - Họ các mã trạng thái HTTP biểu thị một yêu cầu thành công.

301 Redirect - Chuyển hướng vĩnh viễn, truyền phần lớn tín hiệu xếp hạng sang URL mới.

302 Redirect - Chuyển hướng tạm thời, báo hiệu rằng việc chuyển sang URL mới không phải là vĩnh viễn.

304 Not Modified - Trạng thái cho trình duyệt biết bản sao đã lưu trong bộ nhớ đệm của tài nguyên vẫn còn mới.

307 Redirect - Chuyển hướng tạm thời giữ nguyên phương thức yêu cầu ban đầu.

403 Forbidden - Trạng thái nghĩa là máy chủ đã hiểu yêu cầu nhưng từ chối cấp quyền.

404 Error - Trạng thái trả về khi không thể tìm thấy một trang được yêu cầu trên máy chủ.

404 Not Found - Mã trạng thái HTTP nghĩa là tài nguyên được yêu cầu không tồn tại.

410 Gone - Trạng thái nghĩa là một tài nguyên đã bị xóa có chủ đích và vĩnh viễn.

4xx Status Codes - Họ các mã trạng thái HTTP biểu thị lỗi từ phía máy khách.

500 Internal Server Error - Trạng thái chung nghĩa là máy chủ đã gặp một lỗi không mong đợi.

502 Bad Gateway - Trạng thái nghĩa là một máy chủ nhận được phản hồi không hợp lệ từ một máy chủ khác.

503 Service Unavailable - Trạng thái nghĩa là máy chủ tạm thời không thể xử lý yêu cầu.

5xx Status Codes - Họ các mã trạng thái HTTP biểu thị lỗi từ phía máy chủ.

A

A/B Testing - So sánh hai phiên bản của một trang hoặc thành phần để xem phiên bản nào hoạt động tốt hơn. Còn được gọi là Split Testing.

Above the Fold - Phần của trang web hiển thị mà không cần cuộn.

Absolute URL - Địa chỉ web đầy đủ bao gồm giao thức và tên miền, ví dụ <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - Một tiêu đề HTTP báo hiệu ngôn ngữ ưa thích của người dùng và giúp phục vụ nội dung được bản địa hóa.

Access Log - Tập máy chủ ghi lại mọi yêu cầu, được dùng để phân tích hành vi thực tế của trình thu thập và người dùng.

Accessibility - Thiết kế website sao cho người khuyết tật và công nghệ hỗ trợ có thể sử dụng được.

Ad Impressions - Số lần một quảng cáo được hiển thị cho người dùng.

Ad Keyword - Từ khóa mà nhà quảng cáo đặt giá thầu để kích hoạt quảng cáo trả phí của họ.

Ad Rank - Một giá trị trong Google Ads xác định vị trí quảng cáo dựa trên giá thầu, chất lượng và bối cảnh.

ADA Website Compliance - Việc tuân thủ các yêu cầu về khả năng tiếp cận của đạo luật ADA của Hoa Kỳ đối với website.

Adobe Analytics - Nền tảng phân tích web cấp doanh nghiệp của Adobe.

Advanced Search Operators - Các lệnh đặc biệt như site: hoặc intitle: giúp tinh chỉnh và lọc truy vấn tìm kiếm.

AEO (Answer Engine Optimization) - Tối ưu hóa nội dung để nó được trình bày dưới dạng câu trả lời trực tiếp từ các answer engine và trợ lý AI.

Affiliate - Đối tác kiếm hoa hồng nhờ giới thiệu doanh số hoặc khách hàng tiềm năng qua các liên kết được theo dõi.

Ahrefs - Một bộ công cụ SEO thương mại được sử dụng rộng rãi để phân tích backlink, nghiên cứu từ khóa và theo dõi thứ hạng.

AI Citation Eligibility - Liệu nội dung có đủ cấu trúc và đáng tin cậy để được trích dẫn làm nguồn bởi một hệ thống trả lời dựa trên AI hay không.

AI Overview - Bản tóm tắt do AI của Google tạo ra phía trên một số kết quả, bắt nguồn từ Search Generative Experience.

AI Snapshot - Bản tóm tắt do AI tạo ra hiển thị phía trên các kết quả trong trải nghiệm tìm kiếm tạo sinh.

AIO (AI Optimization) - Tối ưu hóa nội dung và thực thể để các hệ thống AI hiểu, hiển thị và trích dẫn một thương hiệu.

Algorithmic Penalty - Sự sụt giảm thứ hạng được áp dụng tự động bởi một thuật toán tìm kiếm, không phải bởi người đánh giá.

Algorithmic Suppression - Việc kìm hãm theo thuật toán giữ một trang hoặc trang web ở thứ hạng thấp mà không có hành động thủ công.

Alt Text - Văn bản mô tả cho một hình ảnh, hỗ trợ khả năng tiếp cận và giúp công cụ tìm kiếm hiểu hình ảnh đó. Còn được gọi là Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Một trạng thái trong Search Console cho trang trùng lặp trở đúng tới phiên bản chuẩn ưa thích của nó.

Ambiguous Intent - Một truy vấn có mục tiêu không rõ ràng và có thể khớp một cách hợp lý với nhiều ý định khác nhau.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Một khung mã nguồn mở để tạo các phiên bản trang web di động đơn giản hóa, tải nhanh.

Anchor Text - Văn bản hiển thị, có thể nhấp của một siêu liên kết, cung cấp cho công cụ tìm kiếm bối cảnh về trang được liên kết.

Anchor Text Ratio - Sự phân bố các loại văn bản neo trên toàn bộ hồ sơ backlink của một trang web.

Answer Box - Một thành phần SERP đưa ra câu trả lời trực tiếp cho một truy vấn, thường lấy từ một featured snippet.

Answer Sourcing - Cách một AI hoặc answer engine chọn và ghi rõ các nguồn đứng sau một câu trả lời được tạo ra.

API (Application Programming Interface) - Một tập hợp quy tắc được xác định cho phép các ứng dụng phần mềm trao đổi dữ liệu và chức năng.

Article Spinning - Viết lại một bài viết hiện có bằng từ đồng nghĩa để sản xuất hàng loạt bản sao có vẻ độc đáo - một chiến thuật black-hat.

Article Syndication - Tái xuất bản một bài viết trên các website khác để tiếp cận khán giả rộng hơn.

ASO (App Store Optimization) - Tối ưu hóa mục lục ứng dụng di động trong cửa hàng để nó xếp hạng cao hơn và chuyển đổi tốt hơn.

Assisted Conversions - Các chuyển đổi trong đó một kênh đóng vai trò hỗ trợ ở giai đoạn sớm hơn trên hành trình, không phải ở cú nhấp cuối.

Async - Một thuộc tính của script tải tệp mà không chặn việc phân tích HTML.

Attribution Modeling - Các quy tắc phân bổ công lao cho một chuyển đổi giữa các điểm chạm trên hành trình của người dùng.

Author Authority - Chuyên môn và sự tin cậy được nhận thức của tác giả nội dung, liên quan đến E-E-A-T.

Author Entity - Một tác giả được trình bày như một thực thể được công nhận mà công cụ tìm kiếm liên kết với các chủ đề và tác phẩm.

Authority - Sự tin cậy tổng thể và sức mạnh xếp hạng mà một trang hoặc trang web đã giành được trong mắt công cụ tìm kiếm. Còn được gọi là Website Authority.

Authority Dilution - Sự suy yếu của giá trị liên kết khi nó được phân tán qua quá nhiều liên kết hoặc trang.

Authority Score - Số liệu độc quyền của Semrush đánh giá chất lượng và thẩm quyền tổng thể của một tên miền.

Authority Site - Một website đáng tin cậy cao, có uy tín, xếp hạng tốt và thường được những trang khác liên kết tới.

Auto-Generated Content - Nội dung được phần mềm tạo ra tự động, vi phạm nguyên tắc khi nó là spam hoặc vô ích.

Average Position - Vị trí xếp hạng trung bình của một trang hoặc từ khóa trong kết quả tìm kiếm.

B

B2B - Business-to-business - tiếp thị hoặc bán sản phẩm và dịch vụ cho các công ty khác.

B2C - Business-to-consumer - tiếp thị hoặc bán sản phẩm và dịch vụ trực tiếp cho cá nhân.

Backlink - Một liên kết từ website khác trở tới trang của bạn, được công cụ tìm kiếm coi như một phiếu tín nhiệm. Còn được gọi là Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Toàn bộ tập hợp, sự đa dạng và chất lượng của các liên kết trở tới một trang web.

Baidu - Công cụ tìm kiếm web hàng đầu của Trung Quốc.

Bait and Switch - Xếp hạng một trang với một nội dung rồi thay thế nó bằng nội dung khác - một chiến thuật lừa dối.

Banner Blindness - Xu hướng người dùng bỏ qua các thành phần trang trông giống biểu ngữ hoặc quảng cáo.

BERT - Mô hình ngôn ngữ năm 2019 của Google diễn giải tốt hơn bối cảnh của các từ trong một truy vấn.

BigCommerce - Một nền tảng thương mại điện tử được lưu trữ để xây dựng và vận hành cửa hàng trực tuyến.

Bing - Công cụ tìm kiếm web của Microsoft.

Bing Webmaster Tools - Nền tảng miễn phí của Microsoft để theo dõi và cải thiện cách một trang web xuất hiện trên Bing.

Black Hat SEO - Các chiến thuật cố ý vi phạm nguyên tắc của công cụ tìm kiếm để thao túng thứ hạng.

Blocked by Noindex - Một trạng thái trong Search Console nghĩa là một trang bị giữ ngoài chỉ mục do chỉ thị noindex.

Blog Commenting - Đăng bình luận trên blog, đôi khi để lấy liên kết mà thường là nofollow và giá trị thấp.

Body Content - Nội dung chính của một trang, khác với điều hướng, đầu trang và chân trang.

Bounce Rate - Tỷ lệ phiên kết thúc sau một trang duy nhất mà không có tương tác thêm.

Brand Authority - Sự tin cậy và khả năng nhận biết của một thương hiệu, có thể ảnh hưởng đến thứ hạng và hành vi nhấp chuột.

Brand Mention - Bất kỳ đề cập nào đến một thương hiệu trên mạng, có hoặc không có liên kết.

Brand Mention Link Building - Biến các đề cập thương hiệu không có liên kết thành backlink thông qua việc liên hệ với nhà xuất bản.

Branded Anchor Text - Văn bản neo sử dụng tên thương hiệu làm văn bản của liên kết.

Branded Content - Nội dung trình bày hoặc được tạo ra xoay quanh một thương hiệu cụ thể.

Branded Keyword - Một truy vấn tìm kiếm có chứa tên một thương hiệu hoặc sản phẩm.

Branded SEO - Tối ưu hóa cho các truy vấn tìm kiếm có chứa tên thương hiệu của bạn.

Breadcrumb Navigation - Một đường dẫn điều hướng phụ cho thấy vị trí của một trang trong hệ thống phân cấp của trang web.

Broad Match Keyword - Một loại đối sánh trong Google Ads kích hoạt quảng cáo cho các tìm kiếm liên quan, không chỉ thuật ngữ chính xác.

Broken Link Building - Tìm các liên kết hỏng trên website khác và đề xuất trang phù hợp của bạn để thay thế.

Brotli - Một thuật toán nén hiện đại thu nhỏ tệp văn bản để tăng tốc độ phân phối trang.

Browser - Phần mềm yêu cầu, kết xuất và hiển thị các trang web, như Chrome hoặc Safari.

Bundling - Kết hợp nhiều tệp JavaScript hoặc CSS thành ít tệp hơn để giảm số lượng yêu cầu.

Byline Trust - Các tín hiệu tin cậy bắt nguồn từ một dòng tên tác giả được ghi rõ ràng và đáng tin cậy.

C

Cache - Các bản sao tệp được lưu trữ tạm thời cho phép các trang tải nhanh hơn trong những lần ghé thăm sau.

Cache-Control - Một tiêu đề HTTP cho trình duyệt và CDN biết lưu trữ tài nguyên trong bộ nhớ đệm bao lâu.

Caching - Lưu trữ bản sao của tài nguyên để chúng có thể được phục vụ nhanh hơn và giảm tải cho máy chủ.

Call to Action (CTA) - Một lời nhắc thúc giục người dùng thực hiện một hành động cụ thể, như «Mua ngay» hoặc «Đăng ký».

Canonical URL - Phiên bản ưa thích của một trang mà công cụ tìm kiếm nên lập chỉ mục khi có các trang trùng lặp hoặc tương tự. Còn được gọi là Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Quá trình chọn và đánh dấu một URL ưa thích trong số các trang trùng lặp hoặc gần trùng lặp.

Carousel - Một thành phần SERP cuộn ngang hiển thị nhiều kết quả, hình ảnh hoặc thẻ.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Một tên miền cấp cao nhất hai chữ cái gắn với một quốc gia, như .pl hoặc .de, thường đóng vai trò tín hiệu nhắm mục tiêu địa lý.

CDN (Content Delivery Network) - Một mạng máy chủ phân tán phục vụ nội dung từ vị trí gần mỗi người dùng.

Channel - Việc nhóm lưu lượng theo nguồn, như tự nhiên, trả phí, giới thiệu hoặc trực tiếp.

Churn and Burn SEO - Các chiến thuật black-hat hung hăng nhằm xếp hạng nhanh một trang web trước khi nó chắc chắn bị phạt.

Citation - Một đề cập trực tuyến về một doanh nghiệp hoặc nguồn, đặc biệt là tên, địa chỉ và số điện thoại của nó.

Citation Building - Việc chủ động tạo ra các mục danh bạ doanh nghiệp nhất quán trên các danh bạ và nền tảng.

Citation Flow - Một số liệu của Majestic dự đoán ảnh hưởng của một URL dựa trên số lượng liên kết trở tới nó.

Citation Grounding - Việc neo một câu trả lời do AI tạo ra vào các nguồn có thể kiểm chứng để giảm ảo giác.

Click Potential - Một số liệu của Semrush ước tính khả năng SERP của một từ khóa mang lại các cú nhấp tự nhiên.

Click Share - Tỷ lệ trong tất cả các cú nhấp có sẵn cho một bộ từ khóa mà một tên miền giành được.

Clickbait - Tiêu đề giật gân được tạo ra để thu hút cú nhấp, thường hứa hẹn nhiều hơn những gì nội dung mang lại.

Clickstream Data - Dữ liệu ẩn danh về đường dẫn duyệt và nhấp chuột thực tế của người dùng, được dùng để ước tính các số liệu tìm kiếm.

Client-Side Rendering (CSR) - Kết xuất nội dung trang trong trình duyệt bằng JavaScript thay vì trên máy chủ.

Cloaking - Hiển thị nội dung khác cho công cụ tìm kiếm so với người dùng - một vi phạm nguyên tắc kiểu black-hat. Còn được gọi là Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Phần mềm để tạo, quản lý và xuất bản nội dung trang web mà không cần viết mã thủ công, như WordPress.

Cold Outreach - Liên hệ với các đối tượng tiềm năng mà không có mối quan hệ trước đó, ví dụ để đề xuất một liên kết hoặc hợp tác.

Cold Start - Khó khăn mà một trang web hoặc trang hoàn toàn mới gặp phải trong xếp hạng trước khi tích lũy tín hiệu hoặc lịch sử.

Commercial Investigation Query - Một tìm kiếm trong đó người dùng nghiên cứu và so sánh sản phẩm trước khi có thể mua.

Common Keywords - Các từ khóa mà hai hoặc nhiều tên miền cạnh tranh cùng xếp hạng.

Competitive Density - Một số liệu của Semrush từ 0 đến 1 cho thấy các nhà quảng cáo cạnh tranh cho một từ khóa quyết liệt đến mức nào.

Competitor Analysis - Nghiên cứu chiến lược, từ khóa và liên kết của đối thủ để định hướng các quyết định SEO của chính bạn.

Competitor Backlink Analysis - Nghiên cứu backlink của đối thủ để tìm cơ hội liên kết mà bạn cũng có thể tận dụng.

Competitors in Google Ads - Các tên miền đặt giá thầu cho cùng những từ khóa trả phí như bạn.

Competitors in Organic Search - Các tên miền cạnh tranh với bạn cho cùng những từ khóa tự nhiên.

Computer-Generated Content - Nội dung do phần mềm hoặc AI tạo ra thay vì do con người viết.

Content - Văn bản, hình ảnh, video và tài liệu khác trên một trang, mang lại giá trị cho người dùng.

Content Curation - Việc chọn lọc, sắp xếp và chia sẻ nội dung hiện có tốt nhất về một chủ đề.

Content Decay - Sự mất dần lưu lượng và thứ hạng khi nội dung trở nên lỗi thời hoặc kém cạnh tranh hơn.

Content Federation - Phân phối cùng một nội dung trên nhiều nền tảng hoặc trang đối tác.

Content Fingerprints - Các chữ ký duy nhất mà công cụ tìm kiếm tính toán từ nội dung để phát hiện bản trùng lặp và gần trùng lặp.

Content Gap - Một chủ đề hoặc truy vấn mà trang web của bạn chưa đề cập nhưng đối thủ hoặc người dùng muốn.

Content Gap Analysis - So sánh nội dung của bạn với đối thủ để tìm các chủ đề còn thiếu và cơ hội từ khóa.

Content Hub - Một trang trung tâm liên kết tới một cụm nội dung liên quan về một chủ đề.

Content Marketing - Tạo và phân phối nội dung có giá trị để thu hút, gắn kết và giữ chân khán giả.

Content Negotiation - Một cơ chế phía máy chủ phục vụ các phiên bản khác nhau của một tài nguyên dựa trên các tiêu đề yêu cầu, như ngôn ngữ.

Content Pruning - Việc xóa hoặc hợp nhất các trang giá trị thấp để nâng cao chất lượng tổng thể của trang web. Còn được gọi là Pruning.

Content Relevance - Mức độ nội dung của một trang khớp với truy vấn và ý định sâu xa của người dùng.

Content Silo - Việc nhóm nội dung liên quan thành các phần theo chủ đề liên kết chặt chẽ.

Content Spinning - Việc tự động diễn đạt lại nội dung để tạo nhiều phiên bản gần trùng lặp, điều mà công cụ tìm kiếm không tán thành.

Content Syndication - Phân phối nội dung trên các trang của bên thứ ba, lý tưởng là có ghi nguồn chuẩn cho bản gốc.

Content Velocity - Tốc độ xuất bản nội dung mới trong một khoảng thời gian nhất định.

Content-Based Classifier - Một hệ thống học máy phân loại các trang bằng cách phân tích nội dung của chúng.

Contextual Link - Một liên kết được đặt trong nội dung chính của một trang và được bao quanh bởi văn bản liên quan theo chủ đề.

Conversion - Một hành động mong muốn đã hoàn thành, như mua hàng, đăng ký hoặc gửi biểu mẫu.

Conversion (Goal) - Một hành động cụ thể được thiết lập để theo dõi như một chuyển đổi trong công cụ phân tích.

Conversion Rate - Tỷ lệ phần trăm khách truy cập thực hiện một hành động mong muốn.

Copied Content - Nội dung được sao chép từ nguồn khác mà không có giá trị gốc đáng kể.

Core Web Vitals (CWV) - Bộ số liệu trải nghiệm người dùng của Google (LCP, INP và CLS) đo lường tải, tính tương tác và độ ổn định trực quan.

Cornerstone Content - Các trang quan trọng nhất, toàn diện nhất của bạn mà bạn muốn xếp hạng nhất cho các chủ đề cốt lõi.

Cost % - Một số liệu biểu thị chi phí quảng cáo hoặc tỷ lệ phần trăm lưu lượng trả phí cho một từ khóa.

CPA (Cost Per Acquisition) - Chi phí trung bình để có được một chuyển đổi hoặc khách hàng thông qua quảng cáo.

CPC (Cost Per Click) - Số tiền nhà quảng cáo trả mỗi khi người dùng nhấp vào quảng cáo của họ.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Chi phí cho một nghìn lần hiển thị quảng cáo, trong đó M là chữ mille trong tiếng Latinh (nghìn).

Crawl Anomaly - Một nhãn trong Search Console cho một lỗi thu thập không xác định, thường là phần hồi 4xx hoặc 5xx không mong đợi.

Crawl Budget - Số lượng trang mà một công cụ tìm kiếm sẽ thu thập trên một trang web trong một khoảng thời gian nhất định.

Crawl Delay - Một chỉ thị yêu cầu trình thu thập chờ giữa các yêu cầu; một số công cụ như Bing tôn trọng nó, Google bỏ qua.

Crawl Demand - Mức độ một công cụ tìm kiếm muốn thu thập một trang web, phụ thuộc vào mức độ phổ biến và độ mới của nó.

Crawl Depth - Một trang nằm cách trang chủ bao nhiêu cú nhấp, điều này ảnh hưởng đến mức độ để thu thập của nó.

Crawl Efficiency - Mức độ ngân sách thu thập của một trang web được dùng cho các URL có giá trị, có thể lập chỉ mục thay vì lãng phí.

Crawl Error - Một sự cố ngăn công cụ tìm kiếm truy cập thành công một URL.

Crawl Rate Limit - Tốc độ thu thập tối đa mà một công cụ tìm kiếm sử dụng để tránh làm quá tải một máy chủ.

Crawl Trap - Một cấu trúc trang web, như tham số URL vô hạn, bẫy trình thu thập vào các trang giá trị thấp và lãng phí ngân sách thu thập. Còn được gọi là Spider Trap.

Crawlability - Mức độ dễ dàng để các bot của công cụ tìm kiếm truy cập và thu thập các trang của một trang web.

Crawled but Not Indexed - Một trạng thái trong Search Console khi một trang đã được thu thập nhưng bị để ngoài chỉ mục một cách cố chủ đích.

Crawler - Một chương trình tự động duyệt web để khám phá, lấy và đưa các trang đi lập chỉ mục. Còn được gọi là Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Các hướng dẫn trong robots.txt, meta robots hoặc tiêu đề HTTP báo cho trình thu thập cách thu thập hoặc lập chỉ mục.

Crawling - Quá trình mà các bot của công cụ tìm kiếm khám phá và lấy các trang web.

Critical Rendering Path - Trình tự các bước mà trình duyệt thực hiện để biến HTML, CSS và JavaScript thành các điểm ảnh được kết xuất.

CRM - Phần mềm quản lý quan hệ khách hàng, được dùng để theo dõi khách hàng tiềm năng, khách hàng và các tương tác bán hàng.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Việc cải thiện một trang web có hệ thống để tăng tỷ lệ khách truy cập chuyển đổi.

Cross-Linking - Liên kết qua lại giữa các trang liên quan để phân phối mức độ liên quan và hỗ trợ điều hướng.

CSS (Cascading Style Sheets) - Ngôn ngữ kiểm soát cách trình bày trực quan và bố cục của các trang web.

CTR (Click-Through Rate) - Tỷ lệ phần trăm số lần hiển thị dẫn đến một cú nhấp.

CTR Manipulation - Việc thổi phồng tỷ lệ nhấp một cách giả tạo nhằm cố ảnh hưởng đến thứ hạng - một chiến thuật thao túng.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Một số liệu Core Web Vital đo lường mức độ các thành phần trang dịch chuyển bất ngờ trong khi tải.

Curated Content - Nội dung của bên thứ ba được tập hợp và trình bày cùng với bối cảnh hoặc bình luận bổ sung.

Customer Journey - Toàn bộ hành trình mà một khách hàng trải qua từ nhận biết đầu tiên qua mua hàng và sau đó.

D

<!DOCTYPE html> - Khai báo ở đầu một tài liệu HTML báo cho trình duyệt sử dụng chế độ tiêu chuẩn.

Data - Sự kiện và con số thô được thu thập để phân tích.

Data Sampling - Phân tích một tập con đại diện của dữ liệu thay vì toàn bộ tập, điều có thể làm giảm độ chính xác của báo cáo.

Dead-End Page - Một trang không có liên kết đi ra, khiến người dùng và trình thu thập không biết đi tiếp đến đâu.

Declined Keywords - Các từ khóa mà vị trí xếp hạng của một trang web đã giảm trong một khoảng thời gian.

Deep Link - Một liên kết dẫn tới một trang nội bộ cụ thể thay vì trang chủ của một trang web.

Deindexing - Việc loại bỏ các trang khỏi chỉ mục của một công cụ tìm kiếm.

Demographics - Các đặc điểm thống kê của một khán giả, như tuổi, giới tính và vị trí.

Destination Site - Website mà một liên kết hoặc chiến dịch hướng người dùng tới.

Digital PR - Giành được các đề cập thương hiệu và liên kết từ giới truyền thông và ấn phẩm thông qua những câu chuyện đáng đưa tin.

Direct Traffic - Lướt truy cập từ người dùng đến trang web mà không có nguồn giới thiệu, ví dụ bằng cách gõ URL.

Directory Links - Backlink từ các danh bạ doanh nghiệp trực tuyến hoặc danh mục web.

Disallow - Một chỉ thị trong robots.txt báo cho trình thu thập không được truy cập các đường dẫn được chỉ định.

Disavow - Việc báo cho Google bỏ qua một số backlink nhất định khi đánh giá trang web của bạn.

Disavow File - Một tệp văn bản liệt kê các tên miền hoặc URL mà bạn muốn Google bỏ qua.

Disavow Tool - Công cụ trong Google Search Console để gửi danh sách backlink mà Google nên bỏ qua.

Discovered but Not Indexed - Một trạng thái trong Search Console khi Google đã tìm thấy một URL nhưng chưa thu thập và lập chỉ mục nó.

Display Ads - Quảng cáo biểu ngữ trực quan hiển thị trên các website thông qua mạng quảng cáo.

Distance - Trong SEO địa phương - doanh nghiệp cách người tìm kiếm bao xa, một yếu tố xếp hạng địa phương chính. Còn được gọi là Proximity.

DNS (Domain Name System) - Hệ thống dịch tên miền dễ đọc với con người thành các địa chỉ IP mà máy chủ sử dụng.

Dofollow Link - Một liên kết thông thường truyền tín hiệu xếp hạng - trạng thái mặc định khi không có thuộc tính rel nào hạn chế nó.

DOM (Document Object Model) - Bản trình bày có cấu trúc, lưu trong bộ nhớ của một trang mà trình duyệt tạo ra, mà các script có thể đọc và thay đổi.

DOM Size - Số lượng nút trong DOM của một trang, nếu quá mức có thể làm chậm việc kết xuất.

Domain - Địa chỉ website dễ đọc với con người, như example.com.

Domain Age - Một tên miền đã được đăng ký bao lâu, đôi khi được nhắc đến như một tín hiệu tin cậy thứ yếu.

Domain Authority (DA) - Số liệu độc quyền của Moz từ 0 đến 100 dự đoán một tên miền có khả năng xếp hạng tốt đến mức nào.

Domain Name - Tên đã đăng ký xác định một website, như example.com.

Domain Name Registrar - Một công ty được công nhận để đăng ký và quản lý tên miền.

Domain Rating (DR) - Số liệu của Ahrefs từ 0 đến 100 đo sức mạnh hồ sơ backlink của một tên miền.

Domain Structure - Cách tên miền, tên miền phụ và thư mục của một trang web được tổ chức.

Doorway Page - Một trang giá trị thấp được tạo chỉ để xếp hạng cho các truy vấn và hướng người dùng đi nơi khác, trái với nguyên tắc. Còn được gọi là Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Một công cụ tìm kiếm web tập trung vào quyền riêng tư.

Duplicate Content - Nội dung giống hệt hoặc rất giống nhau xuất hiện trên nhiều URL.

Dwell Time - Một người dùng ở lại một trang bao lâu sau khi nhấp vào một kết quả tìm kiếm, trước khi quay lại SERP.

Dynamic URL - Một URL có nội dung phụ thuộc vào các tham số truy vấn và thường chứa các ký tự như ? và &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Khung chất lượng của Google từ các nguyên tắc dành cho người đánh giá, đã thêm Experience (kinh nghiệm) vào E-A-T trước đây.

Ecommerce - Việc mua và bán hàng hóa hoặc dịch vụ trực tuyến.

Ecommerce SEO - Tối ưu hóa các cửa hàng trực tuyến cùng các trang danh mục và sản phẩm của chúng cho tìm kiếm tự nhiên.

Edge Caching - Lưu trữ nội dung đệm trên các máy chủ ở rìa mạng, gần người dùng, để phân phối nhanh hơn.

Edge SEO - Triển khai các thay đổi SEO ở cấp CDN hoặc rìa mạng, mà không thay đổi mã nguồn của trang web.

Edge SEO Testing - Tiến hành các thử nghiệm SEO thông qua lớp rìa mạng hoặc CDN.

Editorial Link - Một backlink kiếm được một cách tự nhiên dựa trên giá trị, không bị yêu cầu hay trả tiền.

Ego Bait - Nội dung tặng bốc những người có ảnh hưởng để giành được liên kết hoặc lượt chia sẻ của họ.

Email Outreach - Liên hệ với mọi người bằng email được cá nhân hóa để đề xuất nội dung, liên kết hoặc hợp tác.

Engagement - Mức độ người dùng tương tác với nội dung của bạn.

Engagement Metrics - Các phép đo tương tác của người dùng, như thời gian trên trang, độ sâu cuộn hoặc số cú nhấp.

Engagement Rate - Trong GA4 - tỷ lệ phần trăm các phiên là phiên có tương tác.

Enterprise SEO - SEO được thực hiện ở quy mô lớn cho các trang web có hàng nghìn trang và tổ chức phức tạp.

Entities - Những thứ riêng biệt, được xác định rõ - người, địa điểm, thương hiệu, khái niệm - mà công cụ tìm kiếm nhận diện và liên kết.

Entity Grounding - Việc neo nội dung hoặc câu trả lời AI vào một thực thể đã biết để ý nghĩa của nó không mơ hồ.

Entity-Based SEO - Tối ưu hóa xoay quanh các thực thể được xác định rõ và mối quan hệ giữa chúng, không chỉ từ khóa.

Entry Page - Trang đầu tiên mà một khách truy cập đặt chân tới trong một phiên.

Estimated Accuracy - Một chỉ số của Semrush về mức độ đáng tin cậy của một ước tính lưu lượng hoặc từ khóa nhất định.

Estimated Traffic - Một ước tính gần đúng của công cụ SEO về lượng lưu lượng tự nhiên mà một trang web hoặc trang nhận được.

ETag - Một tiêu đề HTTP xác định một phiên bản cụ thể của tài nguyên để có thể lưu đệm hiệu quả.

Event Rich Results - Các kết quả tìm kiếm nâng cao hiển thị chi tiết sự kiện, như ngày và địa điểm, từ dữ liệu có cấu trúc.

Evergreen Content - Nội dung vẫn còn liên quan và hữu ích lâu sau khi được xuất bản.

Exact Match Anchor Text - Văn bản neo khớp chính xác với từ khóa mục tiêu của trang mà nó liên kết tới.

Exact Match Keyword - Một từ khóa được nhắm tới ở dạng chính xác; trong Google Ads, một loại đối sánh chỉ kích hoạt quảng cáo cho thuật ngữ đó hoặc các biến thể gần.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Một phiên bản đầu của khung chất lượng nội dung của Google, trước khi thêm Experience.

External Link / Outbound Link - Một liên kết từ trang của bạn dẫn tới một website khác.

F

Faceted Navigation - Điều hướng dựa trên bộ lọc trên các trang lớn hoặc thương mại, có thể tạo ra nhiều tổ hợp URL có thể thu thập.

FAQ Rich Result - Một kết quả nâng cao hiển thị các câu hỏi và câu trả lời có thể mở rộng từ dữ liệu có cấu trúc FAQ.

FAQ Schema - Dữ liệu có cấu trúc đánh dấu các cặp câu hỏi-trả lời; nay Google chỉ hiển thị kết quả FAQ nâng cao cho các trang có thẩm quyền.

Favicon - Một biểu tượng nhỏ đại diện cho một trang web trong các thẻ trình duyệt và bên cạnh một số kết quả tìm kiếm.

Featured Image - Hình ảnh đại diện chính được gán cho một bài đăng hoặc trang, dùng cho hình thu nhỏ và chia sẻ.

Featured Snippet - Một câu trả lời nổi bật hiển thị ở đầu một số kết quả tìm kiếm, lấy từ một trang đang xếp hạng.

Fetch and Render - Kiểm tra cách Googlebot lấy và kết xuất trực quan một trang để phát hiện các vấn đề thu thập hoặc kết xuất.

Fetch and Render Tool - Một công cụ lỗi thời trong Search Console từng cho thấy cách Googlebot lấy và kết xuất một URL.

File Compression - Giảm kích thước tệp để tiết kiệm băng thông và tăng tốc tải trang.

First Contentful Paint (FCP) - Một số liệu hiệu năng đánh dấu thời gian cho đến khi văn bản hoặc hình ảnh đầu tiên được vẽ trên màn hình.

First Link Priority - Ý tưởng rằng Google có thể chỉ tính liên kết đầu tiên tới một URL nhất định trên một trang, bỏ qua các bản trùng sau đó.

Focus Keyword - Từ khóa chính duy nhất mà một trang được tối ưu hóa để xếp hạng.

Follow-Up - Một liên hệ tiếp theo được gửi sau khi email ban đầu không được trả lời.

Footer Link - Một liên kết được đặt ở chân trang của một trang web, thường xuất hiện trên mọi trang.

Freshness - Nội dung được xuất bản hoặc cập nhật gần đây đến mức nào - một yếu tố xếp hạng cho các truy vấn nhạy cảm về thời gian.

FTP (File Transfer Protocol) - Một giao thức tiêu chuẩn để truyền tệp giữa máy khách và máy chủ.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Phiên bản hiện tại của Google Analytics dựa trên sự kiện, đã thay thế Universal Analytics vào năm 2023.

Gated Content - Nội dung mà một khách truy cập chỉ được truy cập sau khi cung cấp thông tin liên hệ của họ.

Gateway Timeout (504) - Trạng thái HTTP 504 được trả về khi một máy chủ cổng không nhận được phản hồi kịp thời từ một máy chủ ngược dòng.

GBP Optimization - Cải thiện một hồ sơ Google Business để nó xếp hạng tốt hơn và chuyển đổi nhiều hơn trong các kết quả địa phương.

GDPR - Quy định bảo vệ dữ liệu chung của Liên minh châu Âu điều chỉnh việc xử lý dữ liệu cá nhân.

GEO (Generative Engine Optimization) - Tối ưu hóa nội dung để nó được hiển thị và trích dẫn bởi các công cụ tìm kiếm tạo sinh dựa trên AI.

GEO (Geolocation Optimization) - Tối ưu hóa một trang web cho các tín hiệu và nhắm mục tiêu dựa trên vị trí trong tìm kiếm địa phương.

Geo-Targeting - Hiển thị nội dung hoặc quảng cáo cho người dùng dựa trên vị trí địa lý của họ.

Geographic Modifiers - Các từ chỉ vị trí được thêm vào một từ khóa, như «thợ sửa ống nước Berlin», để nhắm tới ý định địa phương.

Google - Công cụ tìm kiếm web được sử dụng rộng rãi nhất thế giới và công ty vận hành nó.

Google Ads - Nền tảng quảng cáo trả tiền theo cú nhấp của Google, trước đây gọi là AdWords.

Google Ads Keyword - Một từ khóa được nhắm tới trong một chiến dịch Google Ads để kích hoạt quảng cáo trả phí.

Google AdSense - Một chương trình của Google cho phép các nhà xuất bản kiếm tiền bằng cách hiển thị quảng cáo trên trang web của họ.

Google Alerts - Một dịch vụ miễn phí của Google gửi thông báo qua email khi nội dung mới khớp với một truy vấn đã chọn.

Google Algorithm - Tập hợp các hệ thống xếp hạng mà Google sử dụng để sắp xếp kết quả cho một truy vấn tìm kiếm. Còn được gọi là Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Một thay đổi đối với các hệ thống xếp hạng của Google có thể làm thay đổi cách các trang web được xếp hạng. Còn được gọi là Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Nền tảng miễn phí của Google để đo lưu lượng website và hành vi người dùng.

Google Analytics Goals - Các chuyển đổi được thiết lập trong Universal Analytics; GA4 đã thay thế chúng bằng chuyển đổi và sự kiện chính.

Google Autocomplete - Các dự đoán tìm kiếm mà Google đề xuất khi người dùng đang gõ một truy vấn.

Google Bowling - Một nỗ lực kiểu black-hat nhằm khiến đối thủ bị phạt bằng cách hướng các liên kết chất lượng thấp tới trang web của họ.

Google Business Profile (GBP) - Một mục miễn phí của Google quản lý cách một doanh nghiệp xuất hiện trong Tìm kiếm và Bản đồ. Còn được gọi là Google My Business.

Google Caffeine - Một bản cập nhật hạ tầng lập chỉ mục năm 2010 cho phép Google lập chỉ mục nội dung nhanh hơn và mới hơn.

Google Dance - Một thuật ngữ lóng cho sự biến động thứ hạng mà một trang web hoặc trang mới trải qua khi Google xác định vị trí của nó.

Google Fred - Một bản cập nhật năm 2017 của Google được liên hệ rộng rãi với việc hạ thấp nội dung mỏng, nhồi nhét quảng cáo, giá trị thấp.

Google Keyword Planner - Một công cụ trong Google Ads cung cấp ý tưởng từ khóa và ước tính khối lượng tìm kiếm.

Google Looker Studio - Một công cụ miễn phí của Google để xây dựng báo cáo và bảng điều khiển tương tác từ dữ liệu của bạn, trước đây là Data Studio.

Google Maps - Dịch vụ bản đồ của Google, trung tâm cho việc khám phá địa phương và SEO địa phương.

Google Mobile-Friendly Test - Một công cụ của Google để kiểm tra mức độ dễ sử dụng của một trang trên thiết bị di động.

Google PageSpeed Insights - Một công cụ miễn phí của Google báo cáo hiệu năng trang và Core Web Vitals cùng lời khuyên cải thiện.

Google Penalty - Một sự hạ thấp hoặc loại bỏ mà Google áp dụng cho việc vi phạm nguyên tắc của họ, đặc biệt qua các hành động thủ công.

Google Pigeon - Một bản cập nhật năm 2014 của Google đã cải thiện độ liên quan và độ chính xác của các kết quả tìm kiếm địa phương.

Google Pirate - Một bản cập nhật năm 2012 của Google hạ thấp các trang web có nhiều khiếu nại gỡ bỏ bản quyền hợp lệ (DMCA).

Google Possum - Một bản cập nhật năm 2016 của Google đã đa dạng hóa các kết quả địa phương dựa trên vị trí của người tìm kiếm và việc lọc.

Google Quality Guidelines - Các quy tắc của Google xác định những thực hành được chấp nhận, nay được thể hiện qua các chính sách spam và Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Nền tảng miễn phí của Google để theo dõi việc lập chỉ mục trang web, hiệu suất tìm kiếm và các vấn đề kỹ thuật. Còn được gọi là Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Các lệnh đặc biệt như site: hoặc intitle: giúp tinh chỉnh và lọc tìm kiếm trên Google.

Google Search Text Ads - Quảng cáo trả phí dạng văn bản xuất hiện trong số các kết quả tìm kiếm của Google.

Google Tag Manager - Một công cụ miễn phí của Google để triển khai và quản lý các thẻ tiếp thị và phân tích mà không cần chỉnh sửa mã.

Google Top Heavy Update - Một bản cập nhật năm 2012 của Google hạ thấp các trang có quá nhiều quảng cáo phía trên nếp gấp.

Google Trends - Một công cụ miễn phí của Google cho thấy độ phổ biến tương đối của các truy vấn tìm kiếm theo thời gian.

Google Webmaster Guidelines - Tên cũ của các nguyên tắc của Google dành cho website, nay là Google Search Essentials.

Googlebot - Trình thu thập web của Google khám phá và lấy các trang cho chỉ mục tìm kiếm.

Gray Hat SEO - Các chiến thuật nằm giữa phương pháp white-hat và black-hat, mang rủi ro lớn hơn so với SEO tuân thủ hoàn toàn.

Guest Blogging - Viết và xuất bản một bài đăng trên một website khác, thường để xây dựng thẩm quyền và giành liên kết.

Guest Posting - Xuất bản nội dung trên trang của người khác, thường như một chiến thuật để có backlink.

Guestographic - Một đồ họa thông tin mà bạn tạo ra và một trang khác xuất bản, thường có liên kết trở lại bạn.

Gzip - Một phương pháp nén được sử dụng rộng rãi thu nhỏ tệp để phân phối chúng nhanh hơn.

H

H1 Tag - Một tiêu đề HTML cấp cao nhất, thường được dùng cho tiêu đề chính của một trang.

H2 / H3 Tags - Các thẻ tiêu đề phụ tổ chức các phần nội dung dưới H1.

Hallucination Suppression - Các phương pháp giảm xu hướng của một mô hình AI tạo ra những tuyên bố sai hoặc không có căn cứ.

Head Term - Một từ khóa ngắn, rộng, khối lượng lớn, đối lập với một từ khóa đuôi dài.

Header Tags - Các thẻ tiêu đề HTML từ H1 đến H6 cấu trúc nội dung theo tầm quan trọng. Còn được gọi là Heading Tags.

Helpful Content Update - Một nỗ lực của Google ra mắt năm 2022 và sau đó hợp nhất vào xếp hạng cốt lõi, thưởng cho nội dung hữu ích, hướng tới con người.

Hidden Text - Văn bản ẩn với người dùng nhưng hiển thị với trình thu thập - một chiến thuật thao túng kiểu black-hat.

Hilltop Algorithm - Một thuật toán đầu những năm 2000 tìm các trang có thẩm quyền thông qua liên kết từ các trang của chuyên gia chủ đề.

Historical Data - Dữ liệu về hiệu suất trong quá khứ, được dùng để phát hiện xu hướng và thay đổi theo thời gian.

Hit - Bất kỳ yêu cầu đơn lẻ nào tới máy chủ cho một tệp, như một trang, hình ảnh hoặc script. Còn được gọi là Website Hit.

Holistic SEO - Cải thiện mọi khía cạnh của một trang web - nội dung, kỹ thuật và UX - thay vì các chiến thuật riêng lẻ.

Home Page - Trang đầu vào chính của một website, thường ở URL gốc của nó.

Homepage Link - Một backlink dẫn tới trang chủ của một website thay vì một trang nội bộ.

Host Status - Một phần trong Search Console báo cáo liệu Google có gặp vấn đề khi thu thập máy chủ của bạn hay không, như robots.txt, DNS hoặc sự cố máy chủ.

Hostload - Mức độ thu thập mà một máy chủ có thể chịu được trước khi có nguy cơ quá tải.

HowTo Rich Result - Một kết quả nâng cao hiển thị hướng dẫn từng bước từ dữ liệu có cấu trúc HowTo, sau đó đã bị Google ngừng.

Hreflang - Một thuộc tính thông báo cho Google về các biến thể ngôn ngữ và khu vực của một trang.

Hreflang Attribute - Đánh dấu rel-alternate hreflang cụ thể khai báo ngôn ngữ và khu vực của một trang.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Một tiêu đề phản hồi buộc các trình duyệt chỉ kết nối với một trang web qua HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Ngôn ngữ đánh dấu cấu trúc nội dung của các trang web.

HTML Sitemap - Một trang dễ đọc với con người liệt kê các trang của một trang web để hỗ trợ người dùng và trình thu thập điều hướng.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Giao thức mà trình duyệt và máy chủ sử dụng để trao đổi dữ liệu web.

HTTP/2 - Một bản sửa đổi lớn của HTTP tăng tốc độ tải bằng cách ghép kênh nhiều yêu cầu qua một kết nối.

HTTP/3 - Phiên bản mới nhất của HTTP, chạy trên QUIC để có độ trễ thấp hơn và kết nối đáng tin cậy hơn.

HTTPS - Phiên bản được mã hóa, an toàn của HTTP, bảo vệ dữ liệu khi truyền bằng TLS.

Hub - Một trang trung tâm tổ chức và liên kết ra các nội dung liên quan về một chủ đề.

Hub and Spoke Model - Một cấu trúc nội dung với một trang trung tâm liên kết tới các trang nan hoa cụ thể hơn, liên quan.

Hummingbird - Cuộc đại tu thuật toán năm 2013 của Google đã chuyển trọng tâm sang ý nghĩa và ý định đằng sau một truy vấn. Còn được gọi là Google Hummingbird.

Hydration - Quá trình mà JavaScript phía máy khách gắn tính tương tác vào HTML được kết xuất trên máy chủ.



Image Carousel - Một thành phần SERP hiển thị một hàng hình ảnh cuộn ngang.

Image Compression - Giảm kích thước tệp của hình ảnh để tăng tốc tải trang mà không làm hỏng chất lượng.

Image Filename - Tên mô tả của một tệp hình ảnh, một tín hiệu thứ yếu cho SEO hình ảnh.

Image Pack - Một thành phần SERP hiển thị một khối hình ảnh được nhóm lại trong các kết quả tìm kiếm.

Image SEO - Tối ưu hóa hình ảnh, bao gồm tên tệp, văn bản thay thế và kích thước, cho tìm kiếm và hiệu năng.

Image Sitemap - Một sơ đồ trang, hoặc phần mở rộng sơ đồ trang, liệt kê hình ảnh để giúp công cụ tìm kiếm khám phá chúng.

Image Title - Thuộc tính title của một hình ảnh, hiển thị như một chú giải công cụ và có liên quan thứ yếu đến SEO.

Impression - Một lần đơn lẻ mục lục hoặc quảng cáo của bạn được hiển thị trong kết quả tìm kiếm.

Impression Share - Trong Google Ads, tỷ lệ phần trăm số lần hiển thị bạn nhận được trên tổng số mà bạn đủ điều kiện.

Improved Keywords - Các từ khóa mà vị trí xếp hạng của một trang web đã tăng trong một khoảng thời gian.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Một kỹ thuật của Next.js xây dựng lại các trang tĩnh riêng lẻ theo yêu cầu sau khi trang web được triển khai.

Index - Cơ sở dữ liệu các trang mà một công cụ tìm kiếm đã lưu trữ và có thể trả về trong kết quả.

Index Bloat - Khi quá nhiều trang giá trị thấp được lập chỉ mục, làm loãng các tín hiệu chất lượng tổng thể của một trang web.

Index Coverage Report - Báo cáo trong Search Console cho thấy những trang nào được lập chỉ mục và vì sao những trang khác thì không. Còn được gọi là Page Indexing Report.

Indexability - Liệu một trang có được phép và có thể được thêm vào chỉ mục của một công cụ tìm kiếm hay không.

Indexation Rate - Tỷ lệ các trang của một trang web thực sự được một công cụ tìm kiếm lập chỉ mục.

Indexing - Quá trình phân tích một trang và thêm nó vào chỉ mục của một công cụ tìm kiếm.

IndexNow - Một giao thức cho phép các trang web thông báo ngay cho các công cụ tham gia, như Bing và Yandex, về các URL đã thay đổi.

Infographic - Một bản trình bày trực quan về thông tin hoặc dữ liệu, thường được tạo ra để thu hút liên kết.

Information Gain - Một trang bổ sung bao nhiêu thông tin mới, độc đáo vượt ra ngoài những gì các trang đang xếp hạng đã đề cập.

Informational Query - Một tìm kiếm trong đó người dùng muốn học hỏi hoặc tìm thông tin thay vì mua hàng.

Intent Cluster - Một nhóm từ khóa hoặc truy vấn chia sẻ cùng một ý định tìm kiếm cơ bản.

Interaction to Next Paint (INP) - Một số liệu Core Web Vital đo lường một trang phản hồi các tương tác của người dùng nhanh đến mức nào; nó đã thay thế FID vào năm 2024.

Internal Link - Một liên kết từ một trang tới một trang khác trên cùng một website.

Internal Linking - Liên kết giữa các trang trên cùng một trang web để hỗ trợ điều hướng và phân phối thẩm quyền.

International SEO - Tối ưu hóa một trang web để nhắm tới người dùng ở nhiều quốc gia và ngôn ngữ.

IP Address - Một nhãn số xác định một thiết bị hoặc máy chủ trên một mạng.

J

JavaScript (JS) - Ngôn ngữ lập trình thêm tính tương tác và hành vi động cho các trang web.

JavaScript SEO - Thực hành làm cho các website nặng JavaScript có thể được công cụ tìm kiếm thu thập và lập chỉ mục.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Định dạng được Google khuyến nghị để thêm dữ liệu có cấu trúc vào một trang bằng một khối script.

K

Kanban - Một bảng trực quan quản lý các nhiệm vụ và quy trình làm việc dưới dạng các thẻ di chuyển qua các cột.

Keyword - Một từ hoặc cụm từ mà mọi người gõ vào công cụ tìm kiếm và mà bạn tối ưu hóa để nhắm tới.

Keyword (Google Ads) - Một thuật ngữ mà nhà quảng cáo đặt giá thầu để có thể kích hoạt quảng cáo trả phí.

Keyword (Not Provided) - Dữ liệu từ khóa mà Google ẩn khỏi phân tích, được gắn nhãn là not provided.

Keyword (Organic) - Một thuật ngữ mà bạn nhắm tới để xếp hạng trong các kết quả tìm kiếm tự nhiên, không trả phí.

Keyword (Related) - Một thuật ngữ liên quan về mặt ngữ nghĩa với từ khóa chính của bạn, hỗ trợ cùng một chủ đề.

Keyword Analysis - Đánh giá các từ khóa về mức độ liên quan, khối lượng, độ khó và ý định tìm kiếm.

Keyword Cannibalization - Khi nhiều trang trên một trang web cạnh tranh cho cùng một từ khóa, làm suy yếu thứ hạng của chúng.

Keyword Categorization - Nhóm các từ khóa thành các chủ đề để tổ chức chiến lược và nội dung.

Keyword Clustering - Nhóm các từ khóa liên quan chặt chẽ mà một trang đơn lẻ có thể nhắm tới cùng nhau.

Keyword Competition - Mức độ cạnh tranh để xếp hạng tự nhiên hoặc đặt giá thầu trong quảng cáo cho một từ khóa.

Keyword Density - Một từ khóa xuất hiện thường xuyên đến mức nào so với tổng số từ trên một trang.

Keyword Difficulty - Một số liệu công cụ ước tính việc xếp hạng cho một từ khóa nhất định sẽ khó đến mức nào.

Keyword Explorer - Một tính năng của công cụ SEO để khám phá ý tưởng từ khóa và phân tích các số liệu của chúng.

Keyword Frequency - Số lần từ khóa xuất hiện trong một đoạn nội dung.

Keyword Funnel - Tổ chức các từ khóa theo giai đoạn của hành trình người mua mà chúng phản ánh.

Keyword Overview - Một báo cáo công cụ tóm tắt các số liệu chính của một từ khóa, như khối lượng, độ khó và ý định.

Keyword Prominence - Một từ khóa xuất hiện nổi bật và sớm đến mức nào trên một trang, như trong tiêu đề hoặc đoạn đầu tiên.

Keyword Proximity - Các từ khóa mục tiêu xuất hiện gần nhau đến mức nào trong văn bản.

Keyword Ranking - Vị trí của một trang trong kết quả tìm kiếm cho một từ khóa cụ thể. Còn được gọi là Keyword Rank.

Keyword Research - Tìm và phân tích các thuật ngữ mà khán giả của bạn tìm kiếm, để định hướng nội dung và SEO.

Keyword Stemming - Rút gọn một từ về gốc của nó để các biến thể như run và running được coi là có liên quan.

Keyword Stuffing - Nhồi nhét một trang với từ khóa nhằm cố thao túng thứ hạng của nó. Còn được gọi là Keyword Spam.

Knowledge Graph - Cơ sở dữ liệu của Google về các thực thể và mối quan hệ giữa chúng, được dùng để làm phong phú kết quả. Còn được gọi là Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - Một hộp SERP hiển thị các sự kiện chính về một thực thể, lấy từ Knowledge Graph. Còn được gọi là Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Một giá trị có thể đo lường theo dõi tiến độ hướng tới một mục tiêu cụ thể.

L

Landing Page - Một trang mà khách truy cập đặt chân tới từ một chiến dịch, được thiết kế để thúc đẩy một hành động duy nhất.

Largest Contentful Paint (LCP) - Một số liệu Core Web Vital đo lường thời gian cho đến khi thành phần hiển thị lớn nhất của một trang được kết xuất.

Last Crawl - Ngày gần đây nhất mà một công cụ tìm kiếm đã thu thập một trang nhất định.

Last-Modified - Một tiêu đề HTTP cho các máy khách biết khi nào một tài nguyên được thay đổi lần cuối.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Một kỹ thuật ngôn ngữ tự nhiên phân tích mối quan hệ giữa các tài liệu và các thuật ngữ chúng chứa.

Lazy Loading - Hoãn việc tải hình ảnh hoặc tài nguyên ngoài màn hình cho đến khi cần, để tăng tốc lần tải ban đầu.

Lead - Một khách hàng tiềm năng đã thể hiện sự quan tâm, ví dụ bằng cách gửi thông tin của họ.

Lead Magnet - Một ưu đãi miễn phí, như một sách điện tử, được cung cấp để đổi lấy thông tin liên hệ của một khách truy cập.

Link Accessibility - Liệu các liên kết có thể được trình thu thập khám phá và đi theo hay không, thay vì bị ẩn sau các script.

Link Attribution - Báo hiệu bản chất của một liên kết bằng các thuộc tính rel như nofollow, sponsored hoặc ugc.

Link Authority - Sức mạnh và sự tin cậy mà một trang liên kết có khả năng trao cho.

Link Bait - Nội dung được tạo ra đặc biệt để thu hút một số lượng lớn backlink. Còn được gọi là Linkbait.

Link Building - Quá trình giành được backlink từ các website khác để cải thiện thẩm quyền và thứ hạng.

Link Burst - Một sự tăng vọt đột ngột về số backlink mới giành được trong một khoảng thời gian ngắn.

Link Churn - Sự tăng và mất tự nhiên của backlink trên một trang web theo thời gian.

Link Condom - Tiếng lóng cũ cho các phương pháp, như nofollow, ngăn một liên kết truyền giá trị xếp hạng.

Link Distance - Số bước nhảy liên kết giữa một trang nguồn đáng tin cậy và một trang nhất định.

Link Diversity - Sự đa dạng về nguồn, loại và văn bản neo của backlink của một trang web.

Link Equity - Giá trị xếp hạng được truyền từ một trang sang trang khác qua một liên kết.

Link Exchange - Một thỏa thuận qua lại trong đó hai website đồng ý liên kết với nhau.

Link Farm - Một nhóm trang được tạo ra chỉ để liên kết với nhau và thao túng thứ hạng.

Link Gap - Các backlink mà đối thủ có nhưng trang web của bạn thì không.

Link Hoarding - Sự miễn cưỡng liên kết ra các trang khác nhằm giữ toàn bộ giá trị liên kết ở nội bộ.

Link Insert (Niche Edit) - Thêm một backlink vào một bài viết hiện có, đã được xuất bản trên một trang khác.

Link Intersect - Một phân tích tìm các trang liên kết tới nhiều đối thủ của bạn nhưng không tới bạn.

Link Juice - Một thuật ngữ không chính thức cho giá trị xếp hạng mà một liên kết truyền cho mục tiêu của nó.

Link Neighborhood - Tập hợp các trang mà bạn liên kết tới và liên kết tới bạn, điều này báo hiệu các mối liên hệ của bạn.

Link Placement Quality - Vị trí của một liên kết và bối cảnh xung quanh nó trên một trang có giá trị đến mức nào.

Link Popularity - Số lượng và chất lượng của backlink trở tới một website.

Link Profile - Cấu thành tổng thể của tất cả các backlink trở tới một trang web.

Link Prospect - Một website hoặc trang được xác định là một nguồn backlink tiềm năng.

Link Reclamation - Khôi phục các backlink đã mất hoặc biến các đề cập thương hiệu không có liên kết thành liên kết.

Link Relevancy - Trang liên kết liên quan về mặt chủ đề đến mức nào với trang mà nó liên kết tới.

Link Rot - Xu hướng tự nhiên của các liên kết bị hỏng theo thời gian khi các trang di chuyển hoặc biến mất.

Link Scheme - Bất kỳ thực hành liên kết nào nhằm thao túng thứ hạng, điều này vi phạm nguyên tắc của Google.

Link Spam - Các liên kết không liên quan hoặc mang tính thao túng được đặt nhằm cố ảnh hưởng đến thứ hạng.

Link Suppression - Khi một công cụ tìm kiếm chiết khấu hoặc bỏ qua một liên kết để nó không truyền giá trị xếp hạng.

Link Toxicity - Mức độ mà một hồ sơ backlink chứa các liên kết có hại hoặc spam.

Link Velocity - Tốc độ mà một trang web giành được hoặc mất backlink theo thời gian.

Link Volume - Tổng số backlink trở tới một trang web hoặc trang.

Linkable Asset - Nội dung có giá trị cao được tạo ra đặc biệt để thu hút backlink.

Linked Unstructured Citations - Các đề cập về một doanh nghiệp trong nội dung có chứa một liên kết nhưng không có mục danh bạ có cấu trúc.

Listicle Placement - Đưa thương hiệu của bạn vào một bài viết dạng danh sách trên một website khác.

Listing Management - Duy trì các mục danh bạ doanh nghiệp chính xác, nhất quán trên nhiều nền tảng.

LLM Visibility - Một thương hiệu xuất hiện thường xuyên và nổi bật đến mức nào trong các câu trả lời của mô hình ngôn ngữ lớn.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Tối ưu hóa nội dung và thực thể để các mô hình ngôn ngữ lớn hiển thị và trích dẫn một thương hiệu trong câu trả lời của chúng.

Local Ads - Quảng cáo trả phí nhắm tới một khán giả địa phương, như Local Services Ads của Google.

Local Business Schema - Dữ liệu có cấu trúc mô tả một doanh nghiệp địa phương, như tên, địa chỉ và giờ làm việc, cho công cụ tìm kiếm.

Local Citation - Bất kỳ đề cập trực tuyến nào về tên, địa chỉ và số điện thoại của một doanh nghiệp địa phương. Còn được gọi là Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Giữ tên, địa chỉ và số điện thoại của một doanh nghiệp giống hệt nhau trên mọi mục danh bạ.

Local Filtering - Khi Google lọc bỏ các doanh nghiệp địa phương tương tự chia sẻ một vị trí hoặc số điện thoại để đa dạng hóa kết quả.

Local Finder - Danh sách mở rộng các kết quả địa phương hiển thị sau khi người dùng nhấp qua từ Local Pack.

Local Keyword Research - Tìm các thuật ngữ tìm kiếm mang ý định địa phương cho khu vực của một doanh nghiệp.

Local Listings - Các hồ sơ của một doanh nghiệp trên các danh bạ, bản đồ và nền tảng đánh giá.

Local Pack - Một thành phần SERP hiển thị một bản đồ và một danh sách ngắn các doanh nghiệp địa phương cho một truy vấn địa phương.

Local Query - Một tìm kiếm có ý định địa phương, thường tìm các doanh nghiệp, sản phẩm hoặc dịch vụ gần đó.

Local Ranking Factors - Các tín hiệu, chủ yếu là mức độ liên quan, khoảng cách và sự nổi bật, quyết định thứ hạng địa phương.

Local Search - Các tìm kiếm về doanh nghiệp, sản phẩm hoặc dịch vụ gần một vị trí cụ thể.

Local Search Grid - Một chế độ xem công cụ cho thấy một doanh nghiệp xếp hạng như thế nào trên một lưới điểm địa lý.

Local Search Marketing - Thực hành cải thiện khả năng hiển thị của một doanh nghiệp địa phương trong tìm kiếm địa phương.

Local Search Marketing Services - Các dịch vụ của đại lý cải thiện sự hiện diện của một doanh nghiệp trong các kết quả tìm kiếm địa phương.

Local SEO - Tối ưu hóa một trang web và các mục danh bạ để xếp hạng cho các tìm kiếm dựa trên vị trí và kết quả bản đồ.

Local Teaser - Một khối SERP địa phương nhỏ gọn xem trước các doanh nghiệp gần đó cho một truy vấn dựa trên vị trí.

Log File Analysis - Xem xét các nhật ký máy chủ để thấy cách các bot công cụ tìm kiếm và người dùng thực sự truy cập một trang web.

Long-Tail Keyword - Một truy vấn tìm kiếm dài hơn, cụ thể hơn với khối lượng thấp hơn nhưng ý định rõ ràng hơn.

Lost Link - Một backlink từng tồn tại nhưng không còn hiện diện.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Một tên gọi sai phổ biến cho các thuật ngữ liên quan về mặt ngữ nghĩa; lập chỉ mục ngữ nghĩa tiềm ẩn thực sự không phải là cách Google xếp hạng.

M

<meta name="viewport"> - Thẻ meta kiểm soát cách một trang co giãn và bố trí trên các thiết bị di động.

Main Thread Blocking - Khi các tác vụ JavaScript dài chiếm dụng luồng chính của trình duyệt và làm tổn hại khả năng phản hồi.

Manual Action - Một sự hạ thấp hoặc loại bỏ được áp dụng bởi một người đánh giá vì vi phạm nguyên tắc của Google. Còn được gọi là Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Một công cụ theo dõi thứ hạng địa phương của một doanh nghiệp trên các vị trí bản đồ khác nhau.

Map Spam - Thao túng các kết quả bản đồ địa phương bằng các mục danh bạ doanh nghiệp giả mạo hoặc nhồi nhét từ khóa.

Market Consolidation - Mức độ mà một số ít tên miền chiếm phần lớn lưu lượng tìm kiếm của một thị trường.

Market-Level Indexing - Tổ chức dữ liệu chỉ mục hoặc khả năng hiển thị ở cấp độ của cả một thị trường hoặc quốc gia.

Match Score - Một số liệu công cụ ước tính một kết quả khớp với một truy vấn hoặc bộ từ khóa chặt chẽ đến mức nào.

Merchant Listings - Các kết quả nâng cao hiển thị chi tiết sản phẩm như giá và tình trạng còn hàng từ dữ liệu có cấu trúc.

Meta Description - Bản tóm tắt HTML của một trang thường xuất hiện dưới tiêu đề của nó trong kết quả tìm kiếm.

Meta Keywords - Một thẻ meta lỗi thời để liệt kê từ khóa mà Google bỏ qua cho việc xếp hạng.

Meta Refresh - Mã chuyển hướng trình duyệt tới một URL khác sau một độ trễ đã định. Còn được gọi là Meta Redirect.

Meta Robots Tag - Một thẻ HTML hướng dẫn các công cụ tìm kiếm cách thu thập và lập chỉ mục một trang.

Meta Tags - Các đoạn trong phần đầu HTML cung cấp cho công cụ tìm kiếm thông tin về một trang.

Metric - Một thước đo có thể định lượng được dùng để theo dõi và đánh giá hiệu suất.

Microdata - Một phương pháp HTML nội tuyến để thêm dữ liệu có cấu trúc bằng các thuộc tính của phần tử.

Minification - Loại bỏ các ký tự không cần thiết khỏi mã để thu nhỏ kích thước tệp và tăng tốc tải.

Mobile Optimization - Điều chỉnh một website sao cho nó hoạt động và hiển thị tốt trên các thiết bị di động.

Mobile Usability - Mức độ dễ dàng để khách truy cập sử dụng và tương tác với một trang trên các thiết bị di động.

Mobile-First Indexing - Thực hành của Google sử dụng phiên bản di động của một trang web để lập chỉ mục và xếp hạng.

Mobile-Friendly Website - Một trang web hiển thị và hoạt động tốt trên các thiết bị di động.

Model Confidence - Một mô hình AI chắc chắn đến mức nào về một dự đoán hoặc câu trả lời được tạo ra cụ thể.

Money Page - Một trang trực tiếp tạo ra doanh thu, như một trang sản phẩm hoặc bán hàng.

Morningscore - Một công cụ SEO trò chơi hóa việc theo dõi thứ hạng, liên kết và các nhiệm vụ tối ưu hóa.

MozBar - Tiện ích mở rộng trình duyệt miễn phí của Moz hiển thị các số liệu SEO như domain và page authority.

Multi-Domain Strategy - Sử dụng nhiều tên miền, ví dụ theo khu vực hoặc thương hiệu, như một phần của một cách tiếp cận SEO.

MUM (Multitask Unified Model) - Một mô hình AI của Google hiểu và tạo ra ngôn ngữ qua nhiều định dạng và nhiều ngôn ngữ.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Các thông tin liên hệ doanh nghiệp cốt lõi được sử dụng nhất quán trên các trích dẫn SEO địa phương.

NAP Consistency - Giữ tên, địa chỉ và số điện thoại của một doanh nghiệp giống hệt nhau trên mọi mục danh bạ.

Natural Language Understanding (NLU) - Một nhánh của NLP tập trung vào việc nắm bắt ý nghĩa, ý định và sắc thái đằng sau ngôn ngữ.

Natural Link - Một liên kết được trao một cách biên tập dựa trên giá trị, không bị yêu cầu hay trả tiền.

Navigation - Hệ thống menu và liên kết giúp người dùng di chuyển quanh một website. Còn được gọi là Website Navigation.

Navigational Query - Một tìm kiếm trong đó người dùng đang cố gắng tới một website hoặc trang cụ thể.

Negative Keywords - Các thuật ngữ bạn loại trừ trong các chiến dịch trả phí để tránh hiển thị quảng cáo cho các tìm kiếm không liên quan.

Negative SEO - Các chiến thuật ác ý nhằm làm tổn hại thứ hạng tìm kiếm của một đối thủ.

News Box - Một thành phần SERP đưa ra các bài báo gần đây, liên quan, thường được gắn nhãn Tin hàng đầu.

Niche - Một phân khúc cụ thể, tập trung của một thị trường hoặc chủ đề rộng hơn.

NLP (Natural Language Processing) - Lĩnh vực cho phép máy tính xử lý, phân tích và hiểu ngôn ngữ của con người.

Nofollow Link - Một liên kết yêu cầu các công cụ tìm kiếm không truyền tín hiệu xếp hạng tới mục tiêu của nó. Còn được gọi là rel="nofollow".

Noindex - Một chỉ thị báo cho các công cụ tìm kiếm không đưa một trang vào chỉ mục của họ.

Noopener and Noreferrer - Các thuộc tính rel được thêm vào các liên kết mở trong một thẻ mới, vì bảo mật và quyền riêng tư. Còn được gọi là rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Số lượng trang mà một công cụ tìm kiếm báo cáo là khớp với một truy vấn nhất định.

O

Off-Page SEO - Các hoạt động bên ngoài trang web của bạn, chủ yếu là xây dựng liên kết, để xây dựng thẩm quyền và sự tin cậy.

On-Page SEO - Tối ưu hóa nội dung và HTML của chính một trang để nó xếp hạng cao hơn trong tìm kiếm.

Online Directories - Các website liệt kê doanh nghiệp, thường đóng vai trò là một nguồn trích dẫn địa phương.

Online Review Management - Theo dõi, phản hồi và khuyến khích các đánh giá của khách hàng trên các nền tảng. Còn được gọi là Review Management.

Online Reviews - Xếp hạng và phản hồi của khách hàng về một doanh nghiệp được xuất bản trực tuyến. Còn được gọi là Reviews.

Online Visibility - Mức độ dễ dàng để tìm thấy một thương hiệu trên các công cụ tìm kiếm và web rộng hơn.

Open Graph - Các thẻ meta kiểm soát cách một URL được hiển thị khi được chia sẻ trên các nền tảng xã hội. Còn được gọi là Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Sự đồng ý rõ ràng của một người dùng để nhận thông tin liên lạc hoặc bị theo dõi.

Opt-Out - Lựa chọn của một người dùng từ chối thông tin liên lạc hoặc theo dõi mà lẽ ra họ sẽ nhận.

Organic Search Results - Các mục không trả phí được xếp hạng theo mức độ liên quan thay vì quảng cáo.

Organic Traffic - Khách truy cập đến một trang web từ các kết quả tìm kiếm không trả phí.

Origin Server - Máy chủ giữ nội dung gốc của một trang web, nằm sau bất kỳ CDN nào.

ORM (Online Reputation Management) - Quản lý và cải thiện cách một thương hiệu được nhận thức trên các kết quả tìm kiếm và web. Còn được gọi là Reputation Management.

Orphan Page - Một trang không có liên kết nội bộ nào trở tới nó từ phần còn lại của trang web.

Out of Stock Handling - Cách một trang web thương mại điện tử xử lý các trang cho các sản phẩm hiện không có sẵn.

Outreach - Liên hệ với mọi người hoặc các trang để xây dựng mối quan hệ và giành liên kết hoặc sự đưa tin.

Over-Optimization - Áp dụng các chiến thuật SEO quá quyết liệt đến mức phản tác dụng và gây hại cho thứ hạng.

P

Page Authority (PA) - Điểm số từ 0 đến 100 của Moz dự đoán một trang đơn lẻ có thể xếp hạng mạnh đến mức nào.

Page Experience - Bộ tín hiệu của Google phản ánh cách người dùng nhận thức trải nghiệm của một trang, bao gồm Core Web Vitals.

Page Speed - Một trang web tải và trở nên có thể sử dụng cho khách truy cập nhanh đến mức nào.

Page Title - Phần tử tiêu đề của một trang, hiển thị như dòng tiêu đề có thể nhấp trong kết quả tìm kiếm.

Page View - Một lần đơn lẻ một trang được tải và xem. Còn được gọi là Pageview.

PageRank (PR) - Thuật toán nền tảng của Google chấm điểm tầm quan trọng của một trang theo số lượng và chất lượng của các liên kết tới nó.

Pages per Session - Số lượng trang trung bình mà một khách truy cập xem trong một phiên duy nhất.

Pagination - Chia nội dung qua các trang được đánh số và liên kết giữa chúng để điều hướng.

Paid Link - Một backlink được giành được thông qua thanh toán.

Paid Search Engine Result - Một mục được quảng cáo hiển thị trong kết quả tìm kiếm vì một nhà quảng cáo đã trả tiền cho vị trí.

Paid Traffic - Khách truy cập đến một trang web thông qua quảng cáo trả phí.

Panda - Một bản cập nhật của Google nhắm tới nội dung mỏng, chất lượng thấp, nay là một phần của thuật toán cốt lõi. Còn được gọi là Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Văn bản neo chứa một phần của từ khóa mục tiêu cùng với các từ khác.

Partial Match Penalty - Một hành động thủ công hoặc sự hạ thấp chỉ ảnh hưởng đến một số trang hoặc từ khóa thay vì toàn bộ trang web.

Passage Indexing - Khả năng của Google xếp hạng một đoạn liên quan đơn lẻ trong một trang, không chỉ trang như một tổng thể.

Passage Retrieval - Truy xuất đoạn liên quan nhất từ các tài liệu để trả lời một truy vấn.

Passage Weighting - Gán tầm quan trọng khác nhau cho các đoạn riêng lẻ khi xếp hạng một trang.

PBN (Private Blog Network) - Một mạng lưới các trang được xây dựng chỉ để dẫn liên kết tới một trang mục tiêu, một vi phạm nguyên tắc.

Penguin - Một bản cập nhật của Google nhằm tới các liên kết thao túng và spam, nay là một phần của thuật toán cốt lõi. Còn được gọi là Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - Một thành phần SERP hiển thị các câu hỏi có thể mở rộng liên quan đến truy vấn của người dùng.

People Also Ask Boxes - Các hộp câu hỏi và câu trả lời có thể mở rộng riêng lẻ trong thành phần People Also Ask.

Persona - Một hồ sơ hư cấu đại diện cho một phân khúc của khán giả mục tiêu của bạn.

Personalization - Điều chỉnh nội dung hoặc kết quả tìm kiếm theo bối cảnh và lịch sử của một người dùng cá nhân.

Pillar Page - Một trang rộng, toàn diện neo một cụm chủ đề và liên kết tới các trang con liên quan.

Pitch - Thông điệp trong đó bạn đề xuất nội dung, liên kết hoặc ý tưởng của mình cho một đối tượng tiềm năng.

Pogo-Sticking - Khi một người dùng nhấp vào một kết quả rồi nhanh chóng quay lại SERP để chọn một kết quả khác.

Poison Words - Các từ từng được cho là kích hoạt bộ lọc spam hoặc kìm hãm thứ hạng của một trang.

Position - Vị trí cụ thể mà một kết quả chiếm trên trang kết quả tìm kiếm.

PPA (Pay Per Action) - Một mô hình quảng cáo trong đó bạn chỉ trả tiền khi một hành động đã định, như một lượt đăng ký, xảy ra.

PPC (Pay Per Click) - Một mô hình quảng cáo trong đó bạn trả tiền mỗi khi ai đó nhấp vào quảng cáo của bạn.

Precision - Trong truy xuất thông tin, tỷ lệ các kết quả được trả về thực sự có liên quan.

Price Competitiveness - Giá của một sản phẩm so với của các đối thủ như thế nào, liên quan trong các kết quả mua sắm và sản phẩm.

Primary Category - Danh mục chính được gán cho một hồ sơ doanh nghiệp hoặc sản phẩm, định hình mức độ liên quan.

Primary Keyword - Từ khóa chính duy nhất mà một trang được xây dựng và tối ưu hóa để xếp hạng.

Product Grid SEO - Tối ưu hóa các trang lưới sản phẩm và danh mục thương mại điện tử cho khả năng hiển thị trong tìm kiếm tự nhiên.

Product Schema - Dữ liệu có cấu trúc mô tả một sản phẩm, như giá, tình trạng còn hàng và xếp hạng của nó.

Programmatic SEO - Tạo nhiều trang ở quy mô lớn từ dữ liệu và mẫu để nhắm tới các bộ truy vấn tương tự lớn.

Programming Language - Một ngôn ngữ hình thức được dùng để viết các chỉ dẫn mà phần mềm thực thi.

Progressive Web Apps (PWA) - Các ứng dụng web hành xử như ứng dụng gốc, với các tính năng như sử dụng ngoại tuyến và khả năng cài đặt.

Prominence - Trong SEO địa phương, một doanh nghiệp nổi tiếng và uy tín đến mức nào, một yếu tố xếp hạng địa phương.

Prompt Bank - Một bộ sưu tập đã lưu các prompt có thể tái sử dụng cho các công cụ AI.

Prospecting - Xác định các mục tiêu liên kết, hợp tác hoặc khách hàng tiềm năng để liên hệ.

Protocol - Một tập hợp quy tắc điều chỉnh cách dữ liệu được trao đổi, như HTTP hoặc HTTPS.

Public Relations - Quản lý cách một tổ chức được công chúng và giới truyền thông nhận thức.

Pull Channel - Một kênh tiếp thị trong đó khách hàng đến với bạn, như tìm kiếm tự nhiên.

Pull Marketing - Thu hút khách hàng bằng cách được tìm thấy khi họ chủ động tìm kiếm giải pháp.

Purchase Conversion - Một chuyển đổi trong đó khách truy cập hoàn tất một giao dịch mua.

Purchased Link - Một liên kết được mua để ảnh hưởng đến thứ hạng, điều này vi phạm nguyên tắc trừ khi được tiết lộ và gắn nofollow.

Push Channel - Một kênh trong đó bạn đẩy thông điệp tới một khán giả, như quảng cáo hiển thị hoặc email.

Push Marketing - Chủ động gửi thông điệp tới một khán giả không chủ động tìm kiếm chúng.

Q

Qualified Lead - Một khách hàng tiềm năng đáp ứng các tiêu chí cho thấy tiềm năng bán hàng thực sự.

Qualified Traffic - Khách truy cập khớp với khán giả mục tiêu của bạn và có nhiều khả năng chuyển đổi hơn.

Quality Content - Nội dung hữu ích, chính xác và thực sự thỏa mãn ý định của người dùng.

Quality Score - Đánh giá của Google Ads về chất lượng từ khóa, quảng cáo và trang đích ảnh hưởng đến chi phí và vị trí quảng cáo.

Query Deserves Diversity (QDD) - Một khái niệm ưu tiên một hỗn hợp đa dạng các kết quả cho các truy vấn mơ hồ có nhiều ý nghĩa.

Query Deserves Freshness (QDF) - Một khái niệm của Google ưu tiên nội dung mới hơn cho các truy vấn cho thấy sự tăng vọt về mức độ quan tâm.

QUIC - Một giao thức truyền tải hiện đại, được HTTP/3 sử dụng, giảm độ trễ bằng cách chạy trên UDP.

R

Rank Distribution - Cách các từ khóa của một trang web được phân bố trên dải các vị trí xếp hạng.

Rank Tracking - Theo dõi cách các vị trí từ khóa của một trang web thay đổi theo thời gian.

RankBrain - Hệ thống học máy của Google giúp diễn giải các truy vấn tìm kiếm mới và mơ hồ. Còn được gọi là Google RankBrain.

Ranking - Vị trí mà một trang giữ trong kết quả tìm kiếm cho một truy vấn.

Ranking Factor - Một tín hiệu mà một công cụ tìm kiếm sử dụng để quyết định thứ tự các kết quả của nó.

Readability Score - Một số liệu ước tính một đoạn văn bản dễ đọc đến mức nào.

Reciprocal Link - Một thỏa thuận trong đó hai website liên kết với nhau.

Reconsideration Request - Một yêu cầu đề nghị Google xem xét lại một trang web sau khi một hành động thủ công đã được khắc phục.

Redirect - Một cách tự động gửi người dùng và bot từ một URL này sang một URL khác.

Redirect Chain - Một chuỗi gồm nhiều chuyển hướng mà một yêu cầu đi qua trước URL cuối cùng.

Redirected Link - Một liên kết đi qua một hoặc nhiều chuyển hướng trước khi tới URL cuối cùng của nó.

Referral Traffic - Khách truy cập đến trang web của bạn qua các liên kết từ các website khác.

Referring Domain - Một tên miền duy nhất liên kết tới trang web của bạn ít nhất một lần.

Regex (Regular Expressions) - Các mẫu văn bản được dùng để khớp chuỗi, hữu ích trong các bộ lọc, kiểm toán và Search Console.

Regional Keywords - Các từ khóa gắn với một khu vực hoặc địa phương cụ thể.

Reinclusion - Đưa một trang web hoặc các trang của nó trở lại chỉ mục sau một sự loại bỏ hoặc hình phạt.

Related Searches - Các đề xuất truy vấn, liên quan đến tìm kiếm của bạn, hiển thị ở cuối trang kết quả.

Relative URL - Một URL được viết tương đối với trang hiện tại, bỏ qua giao thức và tên miền.

Relevance - Một trang hoặc doanh nghiệp khớp với truy vấn của người tìm kiếm tốt đến mức nào, một yếu tố xếp hạng cốt lõi.

Render-Blocking Scripts - Các script phải tải và chạy trước khi trình duyệt có thể kết xuất nội dung hiển thị.

Rendering - Quá trình biến mã của một trang thành bố cục trực quan mà người dùng nhìn thấy.

Rendering Delay - Độ trễ giữa một yêu cầu và thời điểm nội dung của một trang được kết xuất hoàn toàn.

Resource Hints - Các gợi ý HTML như preload, preconnect và dns-prefetch giúp tăng tốc tải tài nguyên.

Resource Pages - Các trang được chọn lọc tập hợp và liên kết ra các tài nguyên hữu ích về một chủ đề.

Responsive Design - Một cách tiếp cận thiết kế trong đó bố cục của một trang thích ứng linh hoạt với bất kỳ kích thước màn hình nào.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - Một cách tiếp cận AI truy xuất các tài liệu liên quan và sử dụng chúng để làm cơ sở cho một câu trả lời được tạo ra.

Review Sentiment - Tổng tích cực hoặc tiêu cực tổng thể được thể hiện qua các đánh giá của một doanh nghiệp.

Review Velocity - Tốc độ mà một doanh nghiệp giành được các đánh giá mới theo thời gian.

Rich Snippet - Một kết quả tìm kiếm được tăng cường với thông tin bổ sung lấy từ dữ liệu có cấu trúc của một trang.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Các chỉ thị robots kiểm soát cách một trang có thể xuất hiện trong kết quả, bao gồm độ dài đoạn trích, bản xem trước hình ảnh và lưu đệm.

Robots.txt - Một tệp cho trình thu thập biết những phần nào của một trang web họ có thể hoặc không thể truy cập.

ROI (Return on Investment) - Một thước đo lợi nhuận thu được so với chi phí của một khoản đầu tư.

Root Domain - Tên miền đã đăng ký cấp cao nhất mà không có bất kỳ tiền tố tên miền phụ nào.

S

SaaS (Software as a Service) - Phần mềm được cung cấp qua internet theo dạng đăng ký thuê bao thay vì cài đặt cục bộ.

SAM (Serviceable Available Market) - Phần của toàn bộ thị trường mà một doanh nghiệp có thể phục vụ một cách thực tế.

sameAs - Một thuộc tính schema liên kết một thực thể với các hồ sơ và URL chính thức của nó.

Schema Markup - Từ vựng dữ liệu có cấu trúc được thêm vào các trang để kích hoạt các kết quả nâng cao.

Schema.org - Từ vựng hợp tác chuẩn hóa dữ liệu có cấu trúc trên các công cụ tìm kiếm.

Scraped Content - Nội dung được sao chép từ các website khác mà không có sự cho phép hoặc giá trị bổ sung.

Scraping (Web Scraping) - Tự động trích xuất dữ liệu hoặc nội dung từ các website bằng phần mềm.

Screaming Frog - Một trình thu thập trên máy tính để bàn được sử dụng rộng rãi để chạy các kiểm toán SEO kỹ thuật.

Scroll Depth - Khách truy cập cuộn xuống một trang sâu đến mức nào trước khi rời đi.

Scrum Board - Một bảng trực quan theo dõi các nhiệm vụ và tiến độ trong một quy trình làm việc Scrum.

Search Demand Curve - Sự phân bố nhu cầu tìm kiếm từ các thuật ngữ đầu khối lượng lớn xuống đến đuôi dài.

Search Engine - Phần mềm tìm, lập chỉ mục và xếp hạng các trang web để phản hồi các truy vấn của người dùng.

Search Engine Advertising - Trả tiền để hiển thị quảng cáo trong các kết quả của công cụ tìm kiếm.

Search Engine Poisoning - Thao túng kết quả để các trang độc hại hoặc gây hiểu lầm xuất hiện cho các truy vấn.

Search Engine Rank - Vị trí mà một trang giữ trong các kết quả của một công cụ tìm kiếm.

Search Engine Results Page (SERP) - Trang kết quả mà một công cụ tìm kiếm trả về cho một truy vấn nhất định.

Search Generative Experience Visibility - Một thương hiệu xuất hiện thường xuyên và nổi bật đến mức nào trong các câu trả lời tìm kiếm do AI tạo ra.

Search Intent - Mục tiêu cơ bản mà một người dùng có khi nhập một truy vấn tìm kiếm.

Search Quality Rater Guidelines - Sổ tay công khai của Google hướng dẫn những người đánh giá là con người trong việc đánh giá chất lượng kết quả và E-E-A-T.

Search Query - Các từ mà một người dùng gõ vào một công cụ tìm kiếm để tìm thứ gì đó. Còn được gọi là Query, Search Term.

Search Result Snippet - Tiêu đề, URL và mô tả được hiển thị cho một kết quả đơn lẻ trên SERP.

Search Results - Các mục mà một công cụ tìm kiếm trả về để phản hồi một truy vấn. Còn được gọi là Results.

Search Traffic - Khách truy cập đến một trang web thông qua các công cụ tìm kiếm.

Search Visibility - Một số liệu ước tính một trang web hiển thị đến mức nào trên các từ khóa mà nó xếp hạng.

Search Volume - Một từ khóa được tìm kiếm bao nhiêu lần trong một khoảng thời gian nhất định. Còn được gọi là Volume.

Seasonal Trends - Những đợt tăng và giảm có thể dự đoán được về nhu cầu tìm kiếm trong suốt năm.

Secondary Keywords - Các từ khóa hỗ trợ mà một trang nhắm tới cùng với từ khóa chính của nó.

Seed Keywords - Các thuật ngữ cốt lõi ban đầu được dùng để bắt đầu nghiên cứu từ khóa.

SEM (Search Engine Marketing) - Tiếp thị làm tăng khả năng hiển thị trên các công cụ tìm kiếm, thường thông qua quảng cáo trả phí.

Semantic Completeness - Một trang bao quát đầy đủ đến mức nào các khái niệm và chủ đề phụ liên quan đến đối tượng của nó.

Semantic Core - Toàn bộ từ khóa xác định phạm vi chủ đề của một trang web.

Semantic Search - Tìm kiếm diễn giải ý nghĩa và ý định đằng sau một truy vấn, không chỉ các từ khóa.

Semantic Similarity - Hai đoạn văn bản hoặc thuật ngữ gần nhau về ý nghĩa đến mức nào.

Semrush - Một bộ phần mềm SEO và tiếp thị số toàn diện phổ biến.

Semrush Rank - Việc Semrush xếp hạng các tên miền theo lưu lượng tìm kiếm tự nhiên ước tính của chúng.

Sentiment - Tông cảm xúc, tích cực hoặc tiêu cực, được thể hiện về một thương hiệu hoặc chủ đề.

Sentiment Analysis - Sử dụng xử lý ngôn ngữ tự nhiên để xác định cảm xúc được thể hiện trong văn bản.

SEO (Search Engine Optimization) - Thực hành cải thiện một website để nó xếp hạng cao hơn trong các kết quả tìm kiếm tự nhiên.

SEO Audit - Một bản đánh giá kỹ lưỡng về sức khỏe, các vấn đề và cơ hội SEO của một trang web.

SEO Benchmarking - Đo lường hiệu suất SEO so với đối thủ hoặc so với các kết quả trong quá khứ.

SEO Briefing - Một tài liệu hướng dẫn người viết cách tối ưu hóa một đoạn nội dung.

SEO Checklist - Một danh sách các nhiệm vụ được dùng để đảm bảo một trang hoặc trang web được tối ưu hóa đúng cách.

SEO Consultant - Một chuyên gia tư vấn cho các doanh nghiệp về việc cải thiện hiệu suất tìm kiếm của họ.

SEO Emojis - Sử dụng emoji trong tiêu đề hoặc thẻ meta để thu hút sự chú ý, dù Google thường loại bỏ chúng khỏi các đoạn trích.

SEO Podcast - Một chương trình âm thanh tập trung vào các chủ đề tối ưu hóa công cụ tìm kiếm.

SEO Service - Một dịch vụ chuyên nghiệp nhằm cải thiện các kết quả SEO của một khách hàng.

SEO Silo - Nhóm nội dung liên quan thành các phần theo chủ đề chặt chẽ để xây dựng mức độ liên quan theo chủ đề.

SEO Tips - Các khuyến nghị thực tế để cải thiện hiệu suất tìm kiếm của một trang web.

SEO URL - Một URL sạch, mô tả, thân thiện với từ khóa được thiết kế để hỗ trợ tìm kiếm và người dùng.

SEO vs. SEM - Sự so sánh giữa tối ưu hóa tự nhiên (SEO) và tiếp thị tìm kiếm trả phí (SEM).

SEOnaut - Một biệt danh vui cho một người làm SEO.

SERP Feature - Bất kỳ kết quả không chuẩn nào trên một SERP, như một snippet, image pack hoặc local pack.

SERP Real Estate - Lượng không gian trực quan mà các mục của bạn chiếm trên một trang kết quả.

SERP Shaker - Một thuật ngữ cho một sự thay đổi đáng kể, trên diện rộng trong thứ hạng của công cụ tìm kiếm.

SERP Source - Website mà một kết quả tìm kiếm cụ thể bắt nguồn từ đó.

SERP Volatility - Mức độ dao động trong thứ hạng trên các kết quả tìm kiếm theo thời gian.

Server-Side Rendering (SSR) - Tạo HTML của một trang trên máy chủ trước khi gửi nó tới trình duyệt.

Service Area Business (SAB) - Một doanh nghiệp phục vụ khách hàng tại địa điểm của họ thay vì từ một cửa hàng.

SGE (Search Generative Experience) - Thử nghiệm của Google hiển thị các câu trả lời do AI tạo ra phía trên các kết quả, đã phát triển thành AI Overviews.

Shopify - Một nền tảng thương mại điện tử được lưu trữ, được sử dụng rộng rãi để xây dựng cửa hàng trực tuyến.

Shopping Grid - Một lưới các mục sản phẩm được hiển thị trong các kết quả tìm kiếm mua sắm.

Short-Tail Keywords - Các từ khóa ngắn, rộng, khối lượng lớn mang ý định mơ hồ.

Site Architecture - Cách các trang của một website được cấu trúc, tổ chức và liên kết với nhau.

Site Audit - Một lần thu thập tự động xác định các vấn đề SEO kỹ thuật và on-page.

Site Speed - Các trang của một website tải nhanh đến mức nào nói chung cho khách truy cập của nó.

Sitelinks - Các liên kết trang con bổ sung được hiển thị bên dưới một kết quả chính để hỗ trợ điều hướng. Còn được gọi là Google Sitelinks.

Sitemap - Một tệp liệt kê các URL của một trang web để giúp các công cụ tìm kiếm khám phá và thu thập chúng.

Sitemap Index - Một tệp tham chiếu đến nhiều sơ đồ trang, được dùng cho các website rất lớn.

Sitewide Backlink - Một backlink xuất hiện trên mọi trang của website liên kết.

Sitewide Link - Một liên kết được lặp lại trên tất cả các trang của một trang web, thường được đặt trong đầu trang hoặc chân trang.

Skyscraper Technique - Tìm nội dung phổ biến, tạo ra thứ gì đó tốt hơn và giành được các liên kết mà nó đã thu hút.

SMM (Social Media Marketing) - Tiếp thị một thương hiệu và nội dung của nó thông qua các nền tảng mạng xã hội.

SMO (Social Media Optimization) - Tối ưu hóa nội dung và hồ sơ để tăng phạm vi tiếp cận và sự gắn kết trên các nền tảng xã hội.

Social Signals - Sự gắn kết trên mạng xã hội, như lượt thích và chia sẻ, đôi khi được liên hệ với khả năng hiển thị.

Social Syndication - Tái xuất bản nội dung trên các kênh xã hội để mở rộng phạm vi tiếp cận của nó.

Social Traffic - Khách truy cập đến một trang web từ các nền tảng mạng xã hội.

Soft 404 - Một trang trả về một mã trạng thái thành công nhưng hiển thị một thông báo không tìm thấy cho người dùng.

Source Attribution - Xác định và ghi công nguồn gốc của nội dung, dữ liệu hoặc một lượt truy cập.

SOV (Share of Voice) - Phần của thương hiệu bạn trong tổng khả năng hiển thị tìm kiếm cho một bộ từ khóa so với các đối thủ.

Spam - Nội dung không liên quan, mang tính thao túng hoặc chất lượng thấp được tạo ra để lừa các hệ thống tìm kiếm.

Spam Classifier - Một hệ thống tự động phát hiện và gỡ bỏ nội dung hoặc liên kết spam.

Spam Score - Số liệu của Moz ước tính khả năng một trang web là spam hoặc bị phạt.

Spam Signals - Các đặc điểm của một trang hoặc trang web cho thấy nó có thể là spam.

Spamdexing - Thao túng chỉ mục và thứ hạng của một công cụ tìm kiếm thông qua các kỹ thuật spam. Còn được gọi là Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Các phương pháp SEO mang tính thao túng vi phạm nguyên tắc của công cụ tìm kiếm.

Splash Page - Một trang giới thiệu được hiển thị trước trang chính, thường mang tính quảng bá.

Sponsored Link - Một liên kết được đánh dấu là trả phí hoặc được tài trợ bằng thuộc tính rel, như nguyên tắc yêu cầu. Còn được gọi là rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Đánh dấu rõ ràng các liên kết và nội dung trả phí là được tài trợ, như nguyên tắc yêu cầu.

Srcset - Một thuộc tính hình ảnh HTML cung cấp nhiều nguồn hình ảnh để tải đáp ứng.

SSL Certificate - Một chứng chỉ số cho phép các kết nối HTTPS được mã hóa, ngày nay về mặt kỹ thuật là dùng TLS.

Static URL - Một URL giữ nguyên không đổi và không chứa các tham số truy vấn động.

Status Code - Mã HTTP mà một máy chủ trả về để cho biết kết quả của một yêu cầu.

Stop Words - Các từ phổ biến như the, and hoặc of mà các công cụ tìm kiếm thường bỏ qua.

Structured Data - Đánh dấu chuẩn hóa mô tả nội dung của một trang để các công cụ tìm kiếm có thể hiểu nó.

Subdirectory - Một thư mục lồng trong cấu trúc URL của một trang web, tương đương với một thư mục con.

Subdomain - Một tiền tố trên một tên miền tạo thành một phần riêng biệt, như blog.example.com.

Subfolder - Một thư mục trong một đường dẫn URL, như example.com/blog.

Submission - Hành động gửi một trang web hoặc URL tới các công cụ tìm kiếm hoặc danh bạ.

SXO (Search Experience Optimization) - Kết hợp SEO với trải nghiệm người dùng để một trang thỏa mãn người dùng, không chỉ thứ hạng.

T

TAM (Total Addressable Market) - Toàn bộ cơ hội doanh thu có sẵn cho một sản phẩm hoặc dịch vụ.

Taxonomy - Hệ thống danh mục và thẻ được dùng để tổ chức nội dung của một trang web.

Taxonomy SEO - Tối ưu hóa các trang danh mục, thẻ và phân loại khác cho tìm kiếm.

Technical SEO - Tối ưu hóa việc thu thập, lập chỉ mục và hạ tầng nền tảng của một trang web.

The Fold - Đường ranh trên một trang mà bên dưới nó nội dung đòi hỏi phải cuộn mới thấy.

Thin Content - Các trang mang lại ít hoặc không có giá trị bổ sung cho người dùng.

Three-Way Link Exchange - Một thỏa thuận trong đó trang A liên kết tới B, B liên kết tới C, và C liên kết trở lại A, để che giấu tính qua lại.

Thumbnails - Các hình ảnh xem trước nhỏ, như những hình hiển thị cho video trong kết quả tìm kiếm.

Tiered Link Building - Xây dựng các liên kết tới các backlink hiện có của bạn theo từng lớp để tăng cường sức mạnh của chúng.

Time on Page - Lượng thời gian trung bình mà khách truy cập dành trên một trang đơn lẻ.

Time to First Byte (TTFB) - Thời gian từ một yêu cầu đến khi nhận được byte đầu tiên của phản hồi của máy chủ.

Title Tag Optimization - Soạn thảo phần tử tiêu đề của một trang để cải thiện mức độ liên quan và tỷ lệ nhấp.

TLD (Top-Level Domain) - Phần mở rộng tên miền sau dấu chấm cuối cùng, như .com, .org hoặc .pl.

TLS (Transport Layer Security) - Giao thức mã hóa dữ liệu giữa máy khách và máy chủ, kể nhiệm của SSL.

Top Stories - Một thành phần tin tức SERP đưa ra các bài viết kịp thời, liên quan cho một truy vấn.

Topic Cluster - Một nhóm các trang liên quan được tổ chức xoay quanh một trang trụ cột trung tâm.

Topic Efficiency - Một trang web nắm bắt lưu lượng cho một chủ đề hiệu quả đến mức nào so với nội dung đã đầu tư.

Topical Authority - Chuyên môn và chiều sâu được nhận thức của một trang web trên cả một lĩnh vực chủ đề.

Topical Coverage - Một trang web đề cập đến tất cả các khía cạnh của một chủ đề toàn diện đến mức nào.

Topical Relevance - Một đoạn nội dung liên quan chặt chẽ đến mức nào với một chủ đề nhất định.

Total Blocking Time (TBT) - Một số liệu trong phòng thí nghiệm tổng hợp thời gian luồng chính bị chặn, phản ánh tính tương tác.

Toxic Backlinks - Các liên kết có hại hoặc spam có thể làm tổn hại thứ hạng của một trang web.

Tracking Code - Một đoạn mã được đặt trên một trang web để thu thập dữ liệu phân tích hoặc chuyển đổi.

Traffic - Tổng số khách truy cập mà một website nhận được.

Traffic % - Tỷ lệ trong tổng lưu lượng mà một từ khóa, trang hoặc kênh chiếm.

Traffic Cost - Chi phí ước tính để có được lưu lượng tự nhiên của bạn thông qua quảng cáo trả phí thay vào đó.

Traffic Potential - Tổng lưu lượng tự nhiên mà một chủ đề hoặc từ khóa có thể mang lại một cách thực tế.

Transactional Query - Một tìm kiếm báo hiệu ý định mua hoặc hoàn thành một hành động cụ thể.

Trend - Hướng chung mà một thứ gì đó, như sự quan tâm tìm kiếm, đang chuyển động.

Trust Dampening - Chiết khấu giá trị xếp hạng được truyền bởi các liên kết đến từ các nguồn có độ tin cậy thấp.

Trust Flow - Số liệu của Majestic chấm điểm chất lượng liên kết của một trang web dựa trên mức độ đáng tin cậy của các nguồn của nó.

TrustRank - Một thuật toán tách các trang hữu ích khỏi spam bằng cách bắt đầu từ các trang nguồn đáng tin cậy.

Twitter Cards - Các thẻ meta kiểm soát cách một URL được hiển thị khi được chia sẻ trên Twitter, nay là X.

U

UGC Link Attribute - Một giá trị rel đánh dấu các liên kết xuất hiện trong nội dung do người dùng tạo. Còn được gọi là rel="ugc".

Unique Visit - Một lượt truy cập chỉ được tính một lần cho mỗi khách truy cập riêng biệt trong một khoảng thời gian nhất định.

Universal Analytics (UA) - Nền tảng phân tích trước đây của Google, được thay thế bởi GA4 vào năm 2023.

Universal Search - Trộn các loại kết quả khác nhau, như hình ảnh, tin tức và video, vào một SERP.

Unlinked Mention - Một tham chiếu đến thương hiệu của bạn trong nội dung không bao gồm một liên kết.

Unnatural Link - Một liên kết được tạo ra để thao túng thứ hạng thay vì được kiếm một cách biên tập.

URL (Uniform Resource Locator) - Địa chỉ web trở tới một tài nguyên cụ thể trên mạng.

URL Folder - Một phân đoạn thư mục trong đường dẫn của một URL.

URL Parameter - Một cặp khóa-giá trị được nối vào một URL sau một dấu chấm hỏi để truyền dữ liệu.

URL Rating (UR) - Điểm số từ 0 đến 100 của Ahrefs về sức mạnh hồ sơ backlink của một trang.

URL Slug - Phần có thể đọc được của một URL xác định một trang cụ thể. Còn được gọi là Slug.

URL Structure - Cách các URL của một trang web được tổ chức và định dạng trên toàn trang.

Usability - Một website dễ và trực quan đến mức nào để khách truy cập sử dụng.

User Engagement - Người dùng tương tác tích cực đến mức nào với một website hoặc nội dung của nó.

User Experience (UX) - Chất lượng tổng thể của sự tương tác của một người với một website hoặc sản phẩm.

User Intent - Mục tiêu mà một người dùng đang cố đạt được khi thực hiện một tìm kiếm.

User Interface (UI) - Các thành phần trực quan và điều khiển mà qua đó một người dùng tương tác với một sản phẩm.

User-agent - Một chuỗi xác định trình duyệt hoặc bot đang đưa ra một yêu cầu tới một máy chủ.

User-Friendly - Được thiết kế để dễ, rõ ràng và dễ chịu cho mọi người sử dụng.

UTM Code - Một thẻ được thêm vào một URL để theo dõi hiệu suất chiến dịch trong phân tích.

UTM Parameters - Các thẻ khóa-giá trị riêng lẻ trong một URL chiến dịch được gắn thẻ UTM.

V

Variant Indexing - Cách các công cụ tìm kiếm xử lý việc lập chỉ mục nhiều biến thể của một sản phẩm hoặc trang.

Vary Header - Một tiêu đề HTTP cho các bộ nhớ đệm biết một phản hồi thay đổi như thế nào theo các tiêu đề yêu cầu.

Vector Search - Tìm kiếm khớp nội dung theo độ tương đồng ngữ nghĩa bằng cách dùng vector embeddings.

Vertical Search - Tìm kiếm giới hạn trong một danh mục nội dung cụ thể, như hình ảnh hoặc video.

Vertical Search Engine - Một công cụ tìm kiếm tập trung vào một chủ đề hoặc loại nội dung duy nhất.

Video Carousel - Một thành phần SERP hiển thị một hàng video cuộn ngang.

Video Optimization - Tối ưu hóa nội dung video để nó hoạt động tốt trong tìm kiếm và thu hút người xem.

Viewport - Vùng hiển thị của một trang web trong màn hình của một thiết bị.

Viral Content - Nội dung lan truyền nhanh chóng và rộng rãi thông qua việc chia sẻ.

Visibility - Một website xuất hiện nổi bật đến mức nào trên các kết quả tìm kiếm.

Visibility Score - Một số liệu ước tính khả năng hiển thị tổng thể của một trang web trong tìm kiếm.

Visit (Session) - Một phiên duyệt đơn lẻ mà một người dùng có trên một website.

Voice Search - Tìm kiếm bằng cách nói to một truy vấn với một thiết bị hoặc trợ lý.

Voice Search SEO - Tối ưu hóa nội dung để nó có thể được đưa ra thông qua các truy vấn tìm kiếm bằng giọng nói.

Volatility - Mức độ dao động trong thứ hạng của công cụ tìm kiếm theo thời gian.

W

Warm Cache - Một bộ nhớ đệm đã được điền sẵn dữ liệu, nhờ đó các yêu cầu được phục vụ nhanh chóng.

Web Architecture - Thiết kế cấu trúc về cách các hệ thống web, máy chủ và trang kết nối với nhau.

Web Stories - Các câu chuyện trực quan toàn màn hình, có thể chạm, có thể xuất hiện trong tìm kiếm của Google.

Webpage - Một tài liệu đơn lẻ trên web, có thể truy cập tại URL riêng của nó.

Website - Một tập hợp các trang web liên quan được xuất bản dưới một tên miền duy nhất.

Website Architecture - Cách các trang và phần của một website được cấu trúc và kết nối.

Website Quality - Tiêu chuẩn tổng thể của nội dung, trải nghiệm người dùng và độ tin cậy của một trang web.

Website Structure - Cách tổ chức và phân cấp các trang trong một website.

White Hat SEO - Các thực hành SEO có đạo đức tuân theo nguyên tắc của công cụ tìm kiếm.

WordPress - Hệ thống quản lý nội dung được sử dụng rộng rãi nhất để xây dựng website.

WPO (Website Performance Optimization) - Cải thiện tốc độ tải và hiệu suất tổng thể của một website.

X

X-Robots-Tag - Một tiêu đề HTTP kiểm soát việc lập chỉ mục và thu thập cho bất kỳ loại tệp nào.

XML (Extensible Markup Language) - Một ngôn ngữ đánh dấu linh hoạt được dùng để lưu trữ và truyền tải dữ liệu có cấu trúc.

XML Sitemap - Một tệp có thể đọc bằng máy liệt kê các URL của một trang web cho các công cụ tìm kiếm. Còn được gọi là Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Một cổng thông tin web và công cụ tìm kiếm tồn tại lâu dài, mà kết quả của nó được Bing cung cấp.

Yandex - Công cụ tìm kiếm hàng đầu ở Nga.

YMYL (Your Money or Your Life) - Các trang có thể ảnh hưởng đến sức khỏe, tài chính hoặc an toàn, được Google áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng cao hơn.

Yoast SEO - Một plugin SEO phổ biến cho WordPress.

Z

Zero-Click Search - Một tìm kiếm được trả lời trực tiếp trên trang kết quả, mà không có cú nhấp tới một trang web.

Zombie Pages - Các trang giá trị thấp không mang lại lưu lượng và có thể làm loãng chất lượng tổng thể của một trang web.