



اصطلاحات دیجیتال مارکتینگ

Digital Marketing Terms

بخش اول: مبانی وب و سئو

1

Redirect 301



A method of redirecting a visitor from one web page to another web page. These are critical for launching a new website and informing Google of page name changes.

ریدایرکت 301 روشی برای انتقال دائمی کاربران از یک صفحه وب به صفحه ای دیگر است. این نوع ریدایرکت هنگام راه اندازی وب سایت جدید یا تغییر آدرس صفحات، اهمیت زیادی دارد و به گوگل اطلاع می دهد که آدرس صفحه به صورت دائمی تغییر کرده است.

2

Error 404



Also known as "404 Page Not Found", this error indicates that the page or resource you're trying to view can't be found. Typically this means it's been deleted or moved.

خطای 404 یا دسترس نباشد. معمولاً این اتفاق به دلیل حذف شدن یا تغییر آدرس صفحه رخ می دهد.

3

A/B Testing



An optimization technique that divides a list in two, then sends a different email version to each half to determine which variation converts best.

تست نسخه های متفاوتی از یک ایمیل یا صفحه برای هر گروه ارسال می شود تا مشخص شود کدام نسخه نرخ تبدیل بهتری دارد.

4

Affiliate Marketing



A strategy where businesses reward individual affiliates for bringing in new customers or visitors through ads or content on the affiliate's website. Affiliates receive payments or product discounts based on the number of customers they generate.

افیلیت مارکتینگ (بازاریابی همکاری در فروش) روشی است که در آن کسب وکارها به افراد یا وب سایت های همکار بابت جذب مشتری یا بازدیدکننده جدید، پورسانت یا تخفیف پرداخت می کنند.

5

Alt Text



Also known as Alternative Text, is a short written description of an image that is read to users who cannot view the image. This helps improve website accessibility.

متن جایگزین تصویر (Alt Text) توضیح کوتاهی درباره تصویر است که برای کاربران دارای محدودیت بینایی و همچنین موتورهای جستجو نمایش داده می شود و نقش مهمی در سئو تصاویر دارد.

6

Anchor Text



The text that is linked, which indicates what a user will see on the linked page if they click it. This helps provide context to both users and search engines.

انکر تکست همان متن قابل کلیک یک لینک است که موضوع صفحه مقصد را مشخص می کند و به کاربران و موتورهای جستجو کمک می کند مفهوم لینک را بهتر درک کنند.

7

Backlink



This is when one website hyperlinks to another website using HTML href code. Backlinks are a major factor used by Google in determining organic rankings.

بک لینک لینکی است که از یک وب سایت به وب سایت دیگر داده می شود. بک لینک ها یکی از مهم ترین عوامل رتبه بندی گوگل در نتایج ارگانیک هستند.

8

Behavioral Targeting



Serving advertising to people who should be receptive to your message given past web behavior such as purchases or websites visited.

هدف گیری رفتاری به نمایش تبلیغات بر اساس رفتار قبلی کاربران مانند خریدهای انجام شده یا صفحات بازدید شده گفته می شود تا تبلیغات مرتبط تری نمایش داده شود.

9

Bounce Rate



The percentage of people who visit your website but leave without visiting any other page or taking an action.

نرخ پرش (Bounce Rate) درصد کاربرانی است که پس از ورود به سایت، بدون مشاهده صفحه دیگری یا انجام هیچ اقدامی، وب سایت را ترک می کنند.

10

Brand Awareness



How aware of your brand others are. What happens after you put your brand out to the world.

آگاهی از برند میزان شناخت و آشنایی مخاطبان با یک برند است و نشان می دهد برند تا چه اندازه در ذهن افراد شناخته شده است.

11

Brand Personality



A set of human characteristics that are attributed to a brand. An effective brand expresses consistent traits that appeal to its target audience.

شخصیت برند مجموعه ای از ویژگی های انسانی است که به یک برند نسبت داده می شود و باعث می شود مخاطبان ارتباط عاطفی بیشتری با آن برقرار کنند.

12

Brand Recognition



The tools that you use to make your brand recognizable—logo, brand colors, brand fonts, etc.

هویت بصری یا شناخت برند شامل لوگو، رنگ سازمانی، فونت، سبک طراحی و سایر عناصری است که باعث می شوند برند به راحتی قابل تشخیص باشد.

13

Branded Resources



Content that provides value to consumers but may or may not directly include brand products. One example is "How-To" blogs.

محتوای برندمحور محتوایی ارزشمند برای مخاطب است که لزوماً به معرفی مستقیم محصولات نمی پردازد؛ مانند مقالات آموزشی یا راهنماها.

14

Breadcrumbs



Links that appear at the top of a webpage to help visitors understand where they are within the website.

بردکرامب (Breadcrumb) مسیر ناوبری سایت است که معمولاً در بالای صفحات نمایش داده می شود و جایگاه فعلی کاربر را در ساختار سایت نشان می دهد.

15

Business to Business (B2B)



Businesses that sell to other businesses.

B2B به کسب و کارهایی گفته می شود که محصولات یا خدمات خود را به سایر شرکت ها و سازمان ها ارائه می کنند.

16

Business to Consumer (B2C)



Businesses that sell directly to consumers.

B2C به مدل کسب و کاری گفته می شود که محصولات یا خدمات مستقیماً به مصرف کننده نهایی فروخته می شوند.

17

Buyer Persona



A representation of your ideal consumer based on current consumers and market research.

پرسونای خریدار تصویری فرضی اما مبتنی بر داده از مشتری ایده آل است که بر اساس تحقیقات بازار و رفتار مشتریان واقعی تهیه می شود.

18

Call to Action (CTA)



A word or phrase used to inspire the end-user to take a specific action, often via a button or another stylized link.

عبارت یا دکمه ای است که کاربر را به انجام عملی مشخص مانند خرید (CTA) فراخوان به اقدام، ثبت نام یا دانلود تشویق می کند.

19

Canonical Tag



A bit of code that tells search engines which page is preferred when two URLs are similar or duplicate.

تگ کنونیکال کدی در HTML است که به موتورهای جستجو اعلام می کند نسخه اصلی یک صفحه کدام است تا از ایجاد محتوای تکراری جلوگیری شود.



A style sheet language used for describing the presentation of documents written in HTML, including colors, layout, and fonts.

زبان طراحی صفحات وب است که نحوه نمایش عناصر CSS HTML مانند رنگ ها، فونت ها، فاصله ها و چیدمان صفحات را مشخص می کند.

بخش دوم: آنالیتیکس و معیارهای عملکرد

بخش دوم: آنالیتیکس و معیارهای عملکرد

21

Churn Rate



The net % of customers that a business loses over a given time period. If a company started last quarter with 100 customers and lost 50 customers, its churn rate would be 50%.

(نرخ ریزش مشتری Churn Rate درصد مشتریانی است که یک کسب و کار در یک بازه زمانی مشخص از دست می دهد. برای مثال اگر شرکتی با ۱۰۰ مشتری شروع کند و ۵۰ مشتری را از دست بدهد، نرخ ریزش آن ۵۰ درصد خواهد بود.

22

Click-Through Rate (CTR)



The percentage of the people who saw a search result, ad, or email who then clicked through to your website. (Clicks ÷ Impressions = CTR)

درصد افرادی است که پس از مشاهده تبلیغ، ایمیل یا نتیجه جستجو، روی آن (CTR) نرخ کلیک تعداد کلیک ÷ تعداد نمایش $\times 100 = \text{CTR}$: کلیک کرده اند. فرمول

23

Click-To-Open Rate (CTOR)



Measures the effectiveness of the content of your email. Calculated by the number of unique clicks divided by the number of unique opens.

نرخ کلیک پس از باز شدن ایمیل (CTOR) میزان جذابیت محتوای ایمیل را نشان می دهد و از تقسیم تعداد کلیک های یکتا بر تعداد باز شدن های یکتا محاسبه می شود.

24

Cohort

A group of individuals (users, customers, prospects) that exhibit the same or similar characteristics.

کوهورت (Cohort) گروهی از کاربران یا مشتریان هستند که ویژگی یا رفتار مشترکی دارند و برای تحلیل رفتار آن ها به صورت گروهی استفاده می شوند.

25

Content Management System (CMS)

A web application designed to help you make a user-friendly website.

سیستم مدیریت محتوا (CMS) نرم افزاری است که امکان ایجاد، مدیریت و انتشار محتوای وب سایت را بدون نیاز به برنامه نویسی پیچیده فراهم می کند.

26

Conversational & Brand Building Content

Content that encourages user interaction and extends the desired brand image.

محتوای تعاملی و برندساز محتوایی است که کاربران را به تعامل تشویق کرده و به تقویت تصویر ذهنی مثبت از برند کمک می کند.

27

Conversion Rate Optimization (CRO)

A process or system for increasing the percentage of visitors to a website that converts into leads, customers, or completes any desired action.

بهینه سازی نرخ تبدیل (CRO) مجموعه اقداماتی است که با هدف افزایش درصد کاربرانی انجام می شود که در سایت اقدام موردنظر مانند خرید، ثبت نام یا تکمیل فرم را انجام می دهند.

28

Conversion Rate

%

The percent of people who complete an action prompted on a specific web page.

نرخ تبدیل (Conversion Rate) درصد کاربرانی است که اقدام موردنظر در یک صفحه وب را انجام می دهند؛ مانند ثبت سفارش یا تکمیل فرم.

29

Conversion

□

The completion of a predefined goal. Often used to track visitors converted into customers.

تبدیل (Conversion) به انجام موفقیت آمیز هدفی گفته می شود که از قبل تعریف شده است؛ مانند خرید، ثبت نام یا دانلود فایل.

30

Cookie

□

A small item of data sent from a website and stored on the user's device to remember useful information.

کوکی (Cookie) فایل کوچکی است که توسط وب سایت در مرورگر کاربر ذخیره می شود تا اطلاعاتی مانند ورود کاربر، سبد خرید و تنظیمات سایت را به خاطر بسپارد.

31

Cost Per Acquisition (CPA)

\$

How much it costs to acquire what is defined as an acquisition. This could include a lead, a free trial or a new customer.

هزینه جذب (CPA) میزان هزینه ای است که برای به دست آوردن یک مشتری، لید یا هر اقدام ارزشمند دیگر پرداخت می شود.

32

Cost Per Click (CPC)

□

The amount you pay on an advertising platform for each click.

هزینه هر کلیک (CPC) مبلغی است که تبلیغ دهنده بابت هر کلیک روی تبلیغ خود به پلتفرم تبلیغاتی پرداخت می کند.

33

Cost Per Thousand Impressions (CPM)

□

The amount you pay on an advertising platform per thousand times people see your ad.

هزینه به ازای هزار نمایش (CPM) مبلغی است که برای هر هزار بار نمایش تبلیغ پرداخت می شود.

34

Cost to Acquire a Customer (CAC)

□

Calculated by dividing marketing costs by the number of paying customers acquired.

هزینه جذب مشتری (CAC) از تقسیم کل هزینه های بازاریابی و فروش بر تعداد مشتریان جدید به دست می آید و نشان می دهد جذب هر مشتری چه میزان هزینه داشته است.

35

Customer Lifetime Value (CLTV / LTV)



Prediction of the net profit value attributed to the entire future relationship of a customer.

ارزش طول عمر مشتری (LTV) میزان سودی است که انتظار می رود یک مشتری در طول (LTV) یا کل مدت همکاری خود برای کسب و کار ایجاد کند.

36

Drip Marketing



A sequence of communication written in advance and sent to customers at predetermined intervals.

دریپ مارکتینگ روشی در بازاریابی است که طی آن مجموعه ای از پیام ها یا ایمیل ها به صورت زمان بندی شده و خودکار برای مخاطبان ارسال می شود.

37

Dynamic Content



Messaging on your website that is tailored to each unique visitor.

محتوای پویا محتوایی است که براساس ویژگی ها یا رفتار هر کاربر به صورت اختصاصی نمایش داده می شود.

38

Dynamic Retargeting



Serving ads to users containing information about the exact product they viewed on your website.

ریتارگتینگ پویا نمایش مجدد تبلیغ همان محصول یا خدماتی است که کاربر قبلاً در وب سایت مشاهده کرده است.

39

Email Automation / Autoresponders



A feature that enables you to send messages automatically at designated times or after specific user actions.

اتوماسیون ایمیل قابلیت است که ایمیل ها را به صورت خودکار و براساس زمان یا رفتار کاربران، مانند ثبت نام، دانلود فایل یا رها کردن سبد خرید، ارسال می کند.

40

Engagement Rate



Engagement rate describes the number of interactions—likes, clicks, comments, shares—a piece of content receives.

نرخ تعامل (Engagement Rate) میزان مشارکت کاربران با یک محتوا را نشان می دهد و شامل لایک، کامنت، اشتراک گذاری، کلیک و سایر تعاملات است.

بحش سوم: محتوا و مبانی سئو

41

Evergreen Content



Content—whether it be a video, blog, social post, etc.—that is relevant and interesting no matter the time or context the content is viewed in.

محتوای همیشه سبز (Evergreen Content) محتوایی است که با گذشت زمان ارزش و کاربرد خود را از دست نمی دهد و همیشه برای مخاطبان مفید و قابل استفاده است.

42

Favicon



The small icon image, often a company logo, that displays on the browser tab.

فاوآیکون (Favicon) آیکون کوچک سایت است که در تب مرورگر نمایش داده می شود و معمولاً لوگوی برند است.

43

Friction



Elements of your website that cause stress, confusion, or displeasure for the consumer and cause them to leave your site.

اصطکاک (Friction) به موانع یا مشکلاتی در سایت گفته می شود که باعث سردرگمی، نارضایتی یا خروج کاربران می شوند.

44

Geo-Targeting



The ability to reach potential clients based on their physical location.

هدف گیری جغرافیایی نمایش تبلیغات یا محتوا بر اساس موقعیت مکانی کاربران است.

45

Hashtag

#

A phrase beginning with "#" used in social media for tagging content.

هشتگ (#) کلمه یا عبارتی است که با علامت # شروع می شود و برای دسته بندی و جستجوی محتوا در شبکه های اجتماعی استفاده می شود.

46

Hypertext Markup Language (HTML)

□

A standardized system for tagging text files to create web pages.

HTML زبان استاندارد ساخت صفحات وب است که ساختار و محتوای صفحات اینترنتی را مشخص می کند.

47

Impression

□

A PPC term representing how many times an ad was shown.

ایمپرشن (Impression) تعداد دفعاتی است که یک تبلیغ به کاربران نمایش داده شده است.

48

JavaScript

□

An object-oriented scripting language commonly used to make HTML pages dynamic and interactive.

جاوااسکریپت زبان برنامه نویسی سمت کاربر است که صفحات وب را تعاملی و پویا می کند.

49

Key Performance Indicators (KPIs)



Measurable data used to evaluate how effectively a marketing campaign succeeded.

معیارهای قابل اندازه گیری هستند که میزان موفقیت کمپین های (KPI) شاخص های کلیدی عملکرد بازاریابی را ارزیابی می کنند.

50

Keyword Stuffing



The act of filling a webpage with keywords to manipulate rankings.

انباشت کلمات کلیدی استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی در یک صفحه برای فریب موتورهای جستجو است که یک روش سئوی کلاه سیاه محسوب می شود.

51

Keyword



A word or group of words used to perform a search.

کلمه کلیدی (keyword) واژه یا عبارتی است که کاربران برای جستجو در موتورهای جستجو وارد می کنند.

52

Landing Page



A single web page that serves as the destination for an ad or search result.

لندینگ پیج (صفحه فرود) صفحه ای است که کاربران پس از کلیک روی تبلیغ یا نتیجه جستجو وارد آن می شوند و هدف آن انجام یک اقدام مشخص مانند خرید یا ثبت نام است.

53

Lead

An individual or organization interested in your product or service who submits contact information.

لید (Lead) فرد یا سازمانی است که به محصول یا خدمات شما علاقه نشان داده و اطلاعات تماس خود را ثبت کرده است.

54

Long-Tail Keywords

Specific three- or four-word search phrases used by potential customers.

کلمات کلیدی دم بلند عبارت های جستجوی طولانی و دقیق هستند که معمولاً رقابت کمتری دارند و نرخ تبدیل بالاتری ایجاد می کنند.

55

Marketing Funnel

The concept of leading customers through a series of events from awareness to purchase.

قیف بازاریابی مدلی است که مسیر حرکت مخاطب را از آشنایی با برند تا تبدیل شدن به مشتری نمایش می دهد.

56

Meta Description

An HTML tag describing the content of a landing page, usually 140–160 characters.

متا دیسکریپشن توضیح کوتاهی درباره محتوای صفحه است که در نتایج گوگل نمایش داده می شود و معمولاً بین ۱۴۰ تا ۱۶۰ کاراکتر است.

57

Meta Tag



Hidden bits of code that help search engines understand your website.

میتا تگ کدهای HTML هستند که اطلاعاتی درباره صفحه در اختیار موتورهای جستجو قرار می دهند.

58

Open Rate



The percentage of subscribers who opened an email campaign.

نرخ باز شدن ایمیل (Open Rate) درصد افرادی است که ایمیل ارسالی را باز کرده اند.

59

Page Speed



The amount of time required to load a webpage.

سرعت بارگذاری صفحه مدت زمانی است که طول می کشد تا یک صفحه وب به طور کامل بارگذاری شود.

60

Paid Search



Paid advertising in search engine results (SEM/PPC).

تبلیغات پولی در نتایج جستجو روشی است که در آن با پرداخت هزینه، تبلیغات در نتایج موتورهای جستجو نمایش داده می شود.

بخش چهارم: تبلیغات، بازگشت سرمایه و تجربه کاربری

61

Promotional Content



Content that pushes products, promotions, or offers directly tied to sales.

محتوای تبلیغاتی محتوایی است که مستقیماً برای معرفی محصولات، تخفیف ها یا پیشنهادهای فروش تولید می شود.

62

Quality Score



A numerical score Google assigns based on ad quality, relevance, and landing page experience.

امتیاز کیفیت (Quality Score) امتیازی است که گوگل به تبلیغات بر اساس کیفیت، ارتباط تبلیغ و تجربه صفحه فرود اختصاص می دهد.

63

Rankings



Where a website appears in search engine results.

رتبه (Ranking) جایگاه یک وب سایت در نتایج موتورهای جستجو برای یک کلمه کلیدی است.

64

Reach



The total number of people who see your content.

ریچ (Reach) تعداد افراد منحصر به فردی است که محتوای شما را مشاهده کرده اند.

65

Really Simple Syndication (RSS)



A way for users to track updates from multiple websites in one place.

RSS فناوری ای است که به کاربران اجازه می دهد آخرین به روزرسانی های چندین وب سایت را در یک مکان مشاهده کنند.

66

Remarketing



A type of paid advertising that targets people who have already visited your website.

ریمارکتینگ (Remarketing) نمایش مجدد تبلیغات به کاربرانی است که قبلاً از وب سایت شما بازدید کرده اند.

67

Responsive Design



Web design optimized for every device.

طراحی واکنش گرا طراحی وب سایتی است که در موبایل، تبلت و کامپیوتر به درستی نمایش داده می شود.

68

Retention Rate



The percentage of customers retained over a given time period.

نرخ حفظ مشتری درصد مشتریانی است که در یک بازه زمانی همچنان مشتری کسب و کار باقی مانده اند.

69

Return on Ad Spend (ROAS)



Revenue generated for every dollar spent on advertising.

بازگشت هزینه تبلیغات (ROAS) نشان می دهد هر واحد هزینه تبلیغات چه میزان درآمد ایجاد کرده است.

70

Return on Investment (ROI)



The value generated for every dollar invested.

(ROI) بازگشت سرمایه میزان سود یا ارزش ایجادشده نسبت به کل سرمایه گذاری انجام شده را نشان می دهد.

71

Sales Funnel



The experience a prospect encounters from marketing touchpoints until purchase.

قیف فروش فرآیندی است که مشتری بالقوه از مرحله بررسی تا خرید نهایی طی می کند.

72

Schema Markup



Code added to HTML to help search engines understand website content.

اسکیما مارکاپ کدهای ساختاریافته ای هستند که درک محتوای سایت را برای موتورهای جستجو آسان تر می کنند.

73

Search Engine Results Page (SERP)



The page displayed by a search engine in response to a query.

SERP صفحه نتایج موتور جستجو است که پس از جستجوی یک عبارت به کاربر نمایش داده می شود.

74

Search Intent



The reason someone typed their query into a search engine.

هدف جستجو (Search Intent) انگیزه یا هدف واقعی کاربر از انجام یک جستجو است.

75

Search Term



A word or combination of words entered into a search engine.

عبارت جستجو کلمه یا عبارتی است که کاربر در موتور جستجو وارد می کند.

76

Sitemap



A map listing the pages on your website for search engines.

نقشه سایت (sitemap) فایل است که ساختار صفحات وب سایت را برای موتورهای جستجو مشخص می کند.

77

User Experience (UX)



How a user feels when interacting with a website or application.

احساس و تجربه ای است که کاربران هنگام استفاده از یک وب سایت یا (UX) تجربه کاربری نرم افزار دارند.

78

User Interface (UI)



Everything a user interacts with in an application or website.

شامل تمامی عناصر بصری و تعاملی است که کاربر با آن ها در یک وب سایت یا (UI) رابط کاربری اپلیکیشن ارتباط برقرار می کند.

79

User-generated Content (UGC)



Content created by consumers about your company or industry that you can reshare.

محتوای تولیدشده توسط کاربر (UGC) محتوایی است که مشتریان یا کاربران درباره برند تولید می کنند و می تواند مجدداً توسط برند منتشر شود.



The organization of design elements so the user's eye follows the intended order of importance.

سلسله مراتب بصری به نحوه چیدمان عناصر طراحی گفته می شود که توجه کاربر را به مهم ترین بخش های صفحه هدایت می کند.

منبع: [/https://eternitymarketing.com](https://eternitymarketing.com)

منبع: [/https://moshirin.com/blog/marketing-terms](https://moshirin.com/blog/marketing-terms)