|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Оригинал (EN) | Перевод (RU) |
| 1 | Glossary | Глоссарий |
| 2 | 301 HTTP status code - A permanent server redirect - a change of address for a web page found in the .htaccess file on apache servers. Also useful for dealing with canonical issues. | Ошибка 301 (код состояния HTTP) — постоянное перенаправление на сервер — изменение адреса веб-страницы, найденной в файле .htaccess на серверах apache. Используется для решения канонических вопросов. |
| 3 | 302 HTTP status code - The HyperText Transfer Protocol (HTTP) 302 Found redirect status response code indicates that the resource requested has been temporarily moved to the URL given by the Location header. | Ошибка 302 (код состояния HTTP) — код ответа о состоянии перенаправления 302 протокола HTTP указывает на то, что запрошенный ресурс был временно перемещен в URL-адрес, который дается в заголовке Location. |
| 4 | 404 HTTP status code - An HTTP standard response code, in computer network communications, to indicate that the client was able to communicate with a given server, but the server could not find what was requested. | Ошибка 404 (код состояния HTTP) — стандартный код ответа HTTP в сообщениях компьютерной сети, указывающий, что клиент смог установить связь с данным сервером, но сервер не смог найти то, что было запрошено. |
| 5 | AdWords (Ads) - Please check the “Google Ads” definition. | AdWords (реклама, рекламные сервисы) — одноименный сервис контекстной, в основном, поисковой рекламы от компании Google. |
| 6 | AdKeyword - The query entered into a search engine that triggers Paid results. | AdKeyword — запрос, введенный в поисковую систему, которая запускает платные результаты. |
| 7 | AdRank - A value that's used to determine your ad position (where ads are shown on a page relative to other ads) and whether your ads will show at all. Ad Rank is calculated using your bid amount, your ad quality (including expected CTR, ad relevance, and landing page experience), the context of the person’s search, and the expected impact of extensions and other ad formats. | AdRank — значение, которое используется для определения вашей позиции объявления (где объявления показываются на странице относительно других объявлений) и того, будут ли ваши объявления показываться вообще. Рейтинг объявления рассчитывается с использованием суммы ставки, качества вашей рекламы (включая ожидаемый рейтинг кликов, релевантность объявления и эффективность целевой страницы), контекста поиска пользователя и ожидаемого влияния дополнений и других форм рекламы. |
| 8 | AdSense - Please check the “Google AdSense” definition. | AdSense (см. также определение «Google AdSense») — сервис контекстной рекламы от Google. Программа автоматически размещает на веб-сайтах текстовые и графические объявления, подходящие по контексту. |
| 9 | Affiliate - An affiliate site markets products or services that are actually sold by another website or business in exchange for fees or commissions. | Партнер, партнерский сайт — продает продукты или услуги, которые фактически продаются другими сайтами за комиссионные сборы от продаж или определенную плату. |
| 10 | Algorithm - A program code used by search engines to determine what pages to suggest for a given search query. | Алгоритм — программный код, используемый поисковыми системами, чтобы определить, какие страницы предложить для данного поискового запроса. |
| 11 | Alt text - A description of a graphic, which usually isn’t displayed to the end-user, unless the graphic is undeliverable, or a browser is used that doesn’t display graphics. Alt-text is important because search engines can’t tell one picture from another. | Альтернативный текст — описание графического объекта, которое обычно не отображается конечному пользователю, если оно не доставлено или не используется браузер, который не отображает графику. Альт-текст важен, потому что поисковые системы не могут отличить одну картинку от другой. |
| 12 | AMP - Accelerated Mobile Pages (AMP) is a project supported by Google to create mobile versions of webpages that load as fast as possible in search. These pages are built using a special set of HTML to make the page light and easy to serve quickly. | Ускоренные мобильные страницы (AMP) — это проект, поддерживаемый Google для создания мобильных версий веб-страниц, которые максимально быстро загружаются при поиске. Эти страницы построены с использованием специального набора HTML, чтобы сделать страницу легкой и простой в обслуживании. |
| 13 | Anchor Text - Anchor Texts are texts that appear highlighted in a hypertext link that ultimately brings you to a specific webpage when clicked. | Якорные тексты — это тексты, которые выделяются в виде гипертекстовой ссылки, которая в конечном итоге приводит к переходу на определенную веб-страницу при нажатии. |
| 14 | Average Position - Is the average of all your rankings for the keywords in your campaign. For any keyword where you aren’t ranking, it will be calculated as a ranking of 100. | Средняя позиция — это среднее значение всех ваших рейтингов по ключевым словам кампании. Для любого ключевого слова, которое вы не оцениваете, оно будет рассчитано как 100 баллов. |
| 15 | Average volume - Average monthly search volume for a queried term. | Средний объем — среднемесячный объем поиска по запросу. |
| 16 | B2B - Business to Business. | B2B — понятие в маркетинге "бизнес для бизнеса", где основная коммуникация строится между бизнесами |
| 17 | B2C - Business to Consumer. | B2C — понятие в маркетинге "бизнес для конечного пользователя, потребителя", где основная коммуникация строится между бизнесом и конечным пользователем |
| 18 | Backlinks - Incoming links to a website or web page from another resource. | Обратные ссылки — входящие ссылки на веб-сайт или веб-страницу с другого ресурса. |
| 19 | Baidu - The most popular search engine in China, Baidu was founded in January 2000 by Robin Li and Eric Xu. | Baidu — самая популярная поисковая система в Китае, была основана в январе 2000 года Робином Ли и Эриком Сюй. |
| 20 | Black hat - Search engine optimization tactics that are counter to best practices such as the Google Webmaster Guidelines. | “Черная шляпа”, Блэкхэт — тактика поисковой оптимизации, которая противоречит передовым методам, таким как Руководство для веб-мастеров Google. |
| 21 | Bot (robot, spider, crawler) - A program that performs a task more or less autonomously. Search engines use bots to find and add web pages to their search indexes. Spammers often use bots to “scrape” content for the purpose of plagiarizing it for exploitation by the Spammer. | Бот (робот, паук, кроулер) — программа, которая выполняет автономно определенную задачу. Поисковые системы используют ботов для поиска и добавления веб-страниц в свои поисковые индексы. Спаммеры часто используют ботов, чтобы «очистить» контент с целью его использования (плагиата). |
| 22 | Bounce rate - A Google Analytics metric that tells you the percentage of users that land on one page of a website and then leave the site without viewing any other pages. | Показатель отказов — показатель Google Analytics, который показывает процент пользователей, которые попадают на одну страницу веб-сайта, а затем покидают сайт, не просматривая другие страницы. |
| 23 | Breadcrumbs - Website navigation in a horizontal bar above the main content which helps the user to understand where they are on the site and how to get back to the root areas. | Хлебные крошки — навигация по сайту в горизонтальной полосе над основным контентом, которая помогает пользователю понять, где на сайте он находится и как ему вернуться в корневую область / раздел / главную страницу. |
| 24 | · Click-through Rate (CTR) - Clicks/Impressions. Basically, what percentage of searchers clicked on a particular landing page. Click-through rates tend to follow a logarithmic trend, with the 1st Organic result receiving ~18% of clicks with the percentages rapidly approaching 0% after the 1st page. | Рейтинг кликов (CTR) — клики / показы. Как правило, показывает процент пользователей, которые нажали на определенную целевую страницу. Показатели кликов, как правило, следуют логарифмическому тренду: 1-й органический результат получает ~ 18% кликов, а процент быстро приближается к 0% после 1-й страницы. |
| 25 | · Canonical URL - A solution for solving issues related to duplicate content. If you have two webpages on your site that have duplicate content (for example, example.com/shoes/ and example.com/shoes/red-shoes), making one of them the canonical URL tells search engines that you want that page to be the one displayed in search results over the other. The code for this would look like <link rel=canonical href= “https://example.com/shoes/” /> | Канонический URL — инструмент для решения вопросов, связанных с дублированием контента. Если на вашем сайте есть две веб-страницы с дублированным контентом (например, example.com/shoes/ и example.com/shoes/red-shoes), указание канонического URL на одной из них сообщает поисковым системам, что вы хотите, чтобы эта страница быть тем, что отображается в результатах поиска над другим. Код для этого будет выглядеть следующим образом: <link rel = canonical href = «https://example.com/shoes/» /> |
| 26 | Content Management System (CMS) - Programs such as Wordpress, which separate most of the mundane Webmaster tasks from content creation so that a publisher can be effective without acquiring or even understanding sophisticated coding skills if they so chose. | Система управления контентом (CMS) — такие программы (типа Wordpress), которые решают большинство задач эффективно и просто без приобретения сложных навыков веб-дизайна и верстки или даже понимания основ кодирования |
| 27 | Com. (Competitive Density) - The level of competition in Google Ads, the higher the number - the greater the competition. | Com., или Конкурентная плотность — уровень конкуренции в объявлениях Google: чем выше число, тем выше конкуренция. |
| 28 | Content - The part of a web page that is intended to have value for and be of interest to the user. Advertising, navigation, branding and boilerplate are not usually considered to be content. Page content refers to all the information contained in a website. Page content can be displayed as text, links, images, audio, animation or videos among other things. Search engines have a limited ability to recognize images, animation, video and audio. In these instances, search engines use file names or alt attributes to determine the contents of a page. Therefore, important information needs to be given in text-form to make it accessible to search engines. | Контент — часть веб-страницы, которая предназначена для того, чтобы иметь значение и представлять интерес для пользователя. Реклама, навигация, брендинг и шаблон обычно не считаются контентом. Контент страницы относится ко всей информации, содержащейся на сайте. Содержимое страницы может отображаться в виде текста, ссылок, изображений, аудио, анимации или видео. Поисковые системы имеют ограниченную способность распознавать изображения, анимацию, видео и аудио. В этих случаях поисковые системы используют имена файлов или атрибуты alt для определения содержимого страницы. Следовательно, важная информация должна предоставляться в текстовой форме, чтобы сделать ее доступной для поисковых систем. |
| 29 | Common keywords - The number of keywords for which both domains rank amongst the top. | Общие ключевые слова — те ключевые слова, которые входят в топ поисковых запросов. |
| 30 | Conversion (goal) - Achievement of a quantifiable goal on a website. Ad clicks, sign-ups, and sales are examples of conversions. | Конверсия (цель) — достижение количественной цели на веб-сайте. Клики по объявлениям, регистрации и продажи являются примерами конверсий. |
| 31 | CPC (Cost per Click) - The average price of a click for a search query in Google. | CPC (цена за клик) — средняя цена клика по поисковому запросу в Google. |
| 32 | CPM (Cost Per Thousand impressions) - A statistical metric used to quantify the average value/cost of Pay Per Click advertisements. M - from the Roman numeral for one thousand. | CPM (цена за тысячу показов) — статистический показатель, используемый для количественной оценки среднего значения / стоимости рекламы с оплатой за клик. М — от римской цифры за тысячу. |
| 33 | Crawler (bot, robot, spider) - A program that moves through the worldwide web or a website by way of the link structure to gather data. | Кроулер (бот, робот, паук) — программа, которая перемещается через всемирную сеть или веб-сайт посредством и собирает данные, используя структуру ссылок. |
| 34 | CSS - Cascading Style Sheets describe how HTML elements (e.g., color, fonts) should appear on webpages and adapt when viewed on different devices. | CSS — каскадные таблицы стилей описывают, как элементы HTML (например, цвет, шрифты) должны отображаться на веб-страницах и адаптироваться при просмотре на разных устройствах. |
| 35 | CTR (Click through Rate) - Click-through rate represents the percentage of clicks over impressions of a hyperlink or PPC. | CTR (рейтинг кликов) — рейтинг кликов представляет процент кликов по показам гиперссылки или цены за клик. |
| 36 | Description - See "Meta Description". | См. "мета-дескрипшн" / мета-описание |
| 37 | Disavow - If your backlink profile includes a high number of spammy, artificial, or low-quality inbound links that may be harming your rankings – and don’t have the ability to get them removed for a legitimate reason (e.g., the link exists on a site you have no control over) – you can use Google’s Disavow Tool tool to tell Google to ignore those links. | Disavow, или отказ ресурсу в обратной ссылке на свой сайт: процедура, которая выглядит как обращение в специализированный центр Google через инструмент Google Disavow Tool. Он позволяет "пожаловаться" на владельцев токсичных, спамовых или нерелевантных ресурсов, которые указывают обратные ссылки на ваш сайт (например, ссылка на ваш ресурс существует на сайт, который вы не можете контролировать, с владельцем которого вы не можете связаться или владелец которой не отвечает на вашу просьбу не размещать ссылку на ваш ресурс). |
| 38 | Domain Strength - The strength of the domain that relies on the number of keywords for which the domain is positioned within the top results and the average position for them. | "Сила домена" зависит от количества ключевых слов, для которых домен расположен в верхних результатах поисковой выдачи или в средней позиции. |
| 39 | Duplicate content - Obviously content that is similar or identical to that found on another website or page. A site may not be penalized for serving duplicate content but it will receive little if any Trust from the search engines compared to the content that the SE considers being the original. | Дублированный контент — как следует из самого термина, контент, похожий или идентичный найденному на другом сайте или странице. Сайт не может быть оштрафован за использование дублирующегося контента, но он будет получать мало доверия (если вообще оно будет) от поисковых систем, по сравнению с контентом, который поисковая машина считает оригинальным. |
| 40 | E-commerce site - A website devoted to retail sales. | Сайт электронной коммерции — сайт, посвященный розничным продажам. |
| 41 | Engagement - Social media engagement measures the public shares, likes and comments for an online business' social media efforts. Engagement has historically been a common metric for evaluating social media performance but doesn't necessarily translate to sales. | Вовлеченность — взаимодействие с социальными сетями измеряет общедоступные публикации, лайки и комментарии для социальных сетей. Исторически сложилось так, что вовлеченность была общей метрикой для оценки эффективности социальных сетей, что не обязательно означает продажи. |
| 42 | Featured Snippet (FS) - Featured Snippets are a SERP feature that gives summarized answers to specific questions asked within Google. | Featured Snippet (FS) —  Дословно переводится как "избранные фрагменты" (сейчас используется калька с английского — сниппеты) — это функция SERP, которая дает краткие ответы на конкретные вопросы, задаваемые в Google. |
| 43 | Google Ads (previously Google AdWords) - An advertising platform made by Google. It offers advertisers to reach people through the Google Search Network and the Google Display Network(GDN). | Google Ads (ранее Google AdWords) — рекламная платформа, созданная Google. Он предлагает рекламодателям общаться с людьми через поисковую сеть Google и контекстно-медийную сеть Google (GDN). |
| 44 | Google AdSense - Google AdSense is a program run by Google through which website publishers in the Google Network of content sites serve text, images, video, or interactive media advertisements that are targeted to the site content and audience. These advertisements are administered, sorted, and maintained by Google. | Google AdSense — это программа, управляемая Google, с помощью которой издатели веб-сайтов в сети контекстной рекламы Google размещают текстовую, графическую, видео- или интерактивную рекламу, ориентированную на контент и аудиторию сайта. Эти рекламные объявления администрируются, сортируются и поддерживаются Google. |
| 45 | Google Analytics (GA) - GA is short for Google Analytics, which is a platform used to gather data on your website. | Google Analytics (GA) — платформа, используемая для сбора данных на вашем веб-сайте. |
| 46 | GoogleBot - Google’s spider program. | GoogleBot - программа Google Spider. |
| 47 | GDPR - The General Data Protection Regulation 2016/679 is a regulation in EU law on data protection and privacy in the European Union and the European Economic Area. It also addresses the transfer of personal data outside the EU and EEA areas. | GDPR, или Общее положение о защите данных 2016/679 — это положение в законодательстве ЕС о защите данных и конфиденциальности в Европейском союзе и Европейском экономическом пространстве. Он также касается передачи персональных данных за пределы зон ЕС и ЕЭЗ. |
| 48 | Google Search Console (GSC)- GSC helps you monitor your website on search results. | Консоль поиска Google (GSC) поможет вам отслеживать ваш сайт в результатах поиска. |
| 49 | Google SE Traffic - the Estimated monthly amount of visitors coming from the first 100 organic search results. | Google SE Traffic — расчетное месячное количество посетителей, приходящих из первых 100 обычных результатов поиска. |
| 50 | Heading tag - Headings tags indicate the levels of the headings within a webpage or document. These tags form a hierarchy from highest level of importance/organization <h1> to the lowest <h6>. Using heading tags to relevantly indicate the levels of your webpage helps search engines understand your content better which is good for SEO. | Тег заголовка. Указывают уровни заголовков на веб-странице или в документе. Эти теги образуют иерархию от самого высокого уровня важности / организации <h1> до самого низкого <h6>. Использование тегов заголовков для соответствующего указания уровней вашей веб-страницы помогает поисковым системам лучше понять ваш контент, что полезно для SEO. |
| 51 | HSTS (HTTP Strict Transport Security) - a web security policy mechanism that helps to protect websites against protocol downgrade attacks and cookie hijacking. It allows web servers to declare that web browsers (or other complying user agents) should interact with it using only HTTPS connections, which provide Transport Layer Security (TLS/SSL), unlike the insecure HTTP used alone. | HSTS (HTTP Strict Transport Security) — механизм политики веб-безопасности, который помогает защитить веб-сайты от атак с использованием более ранних версий протоколов и захвата файлов cookie. Он позволяет веб-серверам объявлять, что веб-браузеры (или другие соответствующие пользовательские агенты) должны взаимодействовать с ним, используя только HTTPS-соединения, которые обеспечивают безопасность транспортного уровня (TLS / SSL), в отличие от небезопасного HTTP, используемого отдельно. |
| 52 | HTML (HyperText Markup Language) - Directives or “markup” which are used to add formatting and web functionality to plain text for use on the internet. HTML is the mother tongue of the search engines, and should generally be strictly and exclusively adhered to on web pages. | HTML (HyperText Markup Language) - директивы или «разметка», которые используются для добавления форматирования и веб-функциональности к простому тексту для использования в Интернете. HTML является родным языком поисковых систем и должен строго соблюдаться на веб-страницах. |
| 53 | HTTP - The Hypertext Transfer Protocol is how data is transferred from a computer server to a web browser. | HTTP — протокол передачи гипертекста. Это способ передачи данных с сервера компьютера в веб-браузер. |
| 54 | HTTPS - Hypertext Transfer Protocol Secure uses a Secure Sockets Layer (SSL) to encrypt data transferred between a website and web browser. HTTPS is a minor Google ranking factor. | HTTPS — протокол передачи гипертекста Secure использует Secure Sockets Layer (SSL) для шифрования данных, передаваемых между веб-сайтом и веб-браузером. HTTPS является второстепенным фактором рейтинга Google. |
| 55 | Indexed Pages - The pages on a site that have been indexed. | Проиндексированные страницы — страницы сайта, которые были проиндексированы. |
| 56 | IP address - Unique address of web server. | IP-адрес — уникальный адрес веб-сервера. |
| 57 | JavaScript (JS) - A programming language that makes it possible to dynamically insert content, links, meta data, or other elements, on websites. JavaScript can potentially make it difficult for search engine bots to crawl and index web pages and increase the time it takes for webpage to load for users. | JavaScript (JS) — язык программирования, который позволяет динамически вставлять контент, ссылки, метаданные или другие элементы на веб-сайты. JavaScript может потенциально усложнить для роботов поисковых систем сканирование и индексирование веб-страниц и увеличение времени загрузки веб-страницы для пользователей. |
| 58 | KD (Keyword Difficulty) - The estimation that shows whether it would be difficult to compete in Organic search for a certain keyword. The higher the estimation, the harder it would be to compete. | KD (сложность ключевого слова) — оценка, показывающая, будет ли сложно конкурировать в органическом поиске по определенному ключевому слову. Чем выше оценка, тем сложнее будет конкурировать. |
| 59 | Keyword - A word or an expression used in online searches. | Ключевое слово — слово или выражение, используемое при онлайн-поиске. |
| 60 | · Keyword cannibalization - The excessive reuse of the same keyword on too many web pages within the same site. This practice makes it difficult for the users and the search engines to determine which page is most relevant for the keyword. | Каннибализация ключевых слов — чрезмерное повторное использование одного и того же ключевого слова на слишком многих веб-страницах на одном сайте. Эта практика мешает пользователям и поисковым системам определить, какая страница является наиболее релевантной для ключевого слова. |
| 61 | Keyword density - The percentage of words on a web page which are a particular keyword. If this value is unnaturally high the page may be penalized. | Плотность ключевых слов — процент слов на веб-странице, которые являются определенным ключевым словом. Если это значение неестественно высоко, страница может быть забанена. |
| 62 | Keyword research - The hard work of determining which keywords are appropriate for targeting. | Исследование ключевых слов — работа по определению, какие ключевые слова подходят для таргетинга. |
| 63 | Keyword stuffing (keyword spam) - Inappropriately high keyword density. | Спам по ключевым словам — неоправданно высокая плотность ключевых слов. |
| 64 | Landing Page - The page to which a visitor is led via a click on an advertisement or a link in the search result. | Целевая страница — страница, на которую попадает посетитель с помощью клика по объявлению или ссылки в результате поиска. |
| 65 | · Link - An element on a web page that can be clicked on to cause the browser to jump to another page or another part of the current page. | Ссылка — элемент веб-страницы, по которому можно щелкнуть, чтобы браузер перешел на другую страницу или другую часть текущей страницы. |
| 66 | Link building - Actively cultivating incoming links to a site. | Создание ссылок — процесс, который активно культивирует входящие ссылки на сайт. |
| 67 | Linkbait - A webpage with the designed purpose of attracting incoming links. | Linkbait — веб-страница, предназначенная для привлечения входящих ссылок. |
| 68 | Link juice - Trust/authority from Google, which flows through outgoing links to other pages. | Вес ссылки — показатель её значимости, то самое доверие от поисковой системы, которая может пройти через исходящие ссылки на другие страницы. |
| 69 | Local Pack - The Local Pack feature in the SERP features widget shows results for a query that has locations close to where the query was actually searched. | Функция "Локальный пакет" в виджете функций SERP показывает результаты для запроса, местоположение которого близко к тому месту, где запрос был фактически выполнен. |
| 70 | Long-tail keywords - Longer more specific search queries that are often less targeted than shorter broad queries. For example, a search for “widgets” might be a very broad while “red widgets with reverse threads” would be a long-tail search. A large percentage of all searches are long-tail searches. | Ключевые слова с длинным хвостом — более длинные более конкретные поисковые запросы, которые зачастую менее целенаправленны, чем более короткие широкие запросы. Например, поиск «виджетов» может быть очень широким, в то время как «красные виджеты с обратными нитями» будут поиском с длинным хвостом. Большой процент всех поисков - это поиск с длинным хвостом. |
| 71 | Manual Sanctions (Manual actions) - Google’s term for a penalty. Google will take manual action on a website after a human reviewer (i.e., a Google employee) manually reviews a website to confirm whether it has failed to comply with Google’s Webmaster guidelines. Penalized websites can either be demoted or removed entirely from search results. Manual actions can be assessed to the entire website or just certain webpages. Manual penalties are noted in the Search Console. | Ручные санкции — термин Google, обозначающий штраф. Google будет предпринимать действия на веб-сайте после того, как рецензент (то есть сотрудник Google) вручную проверит веб-сайт, чтобы убедиться, что он не соответствует правилам Google для веб-мастеров. Наказанные веб-сайты могут быть понижены в рейтинге или полностью удалены из результатов поиска. Санкции проверки вручную могут быть применены для всего сайта или только для определенных веб-страниц. Эти штрафы отмечены в консоли Search Concole. |
| 72 | Meta Description - A tag that can be added to the “head" section of an HTML document. It acts as a description of a webpage’s content. In written form the title tag looks like <title>Title of Page</title>. This content isn’t used in ranking algorithms but is often displayed as the “snippet" that appears in the search results. Accurate and engaging descriptions can increase the organic click-through rate. | «Meta Description» — тег, который можно добавить в раздел «head» документа HTML. Он действует как описание содержимого веб-страницы. В письменном виде тег title выглядит как <title> Title of Page </ title> . Этот контент не используется в алгоритмах ранжирования, но часто отображается как «фрагмент», «который появляется в результатах поиска. Точные и привлекательные описания могут увеличить органический рейтинг кликов». |
| 73 | Meta Title - A meta title is an important part of website optimization, and it's distinct from the headline on the page itself. It acts as a name tag for the web page. The title is displayed on your browser tab and tells you what page you're on. Meta titles are also read by search engine robots and seen by users searching the web. Title tags are displayed on search engine results pages (SERPs) as the clickable headline for a given result, and are important for usability, SEO, and social sharing. The title tag of a web page is meant to be an accurate and concise description of a page's content. | Мета-заголовок является важной частью оптимизации сайта и отличается от заголовка на самой странице. Он действует как тег имени для веб-страницы. Название отображается на вкладке вашего браузера и сообщает, на какой странице вы находитесь. Мета-заголовки также читаются роботами поисковых систем и просматриваются пользователями, которые ищут в Интернете. Теги заголовка отображаются на страницах результатов поисковой системы (SERP) в виде кликабельного заголовка для определенного результата и важны для удобства использования, SEO и социального обмена. Тег заголовка веб-страницы предназначен для точного и краткого описания содержимого страницы. |
| 74 | META tags - Statements within the HEAD section of an HTML page which furnishes information about the page. META information may be in the SERPs but is not visible on the page. It is very important to have unique and accurate META title and description tags, because they may be the information that the search engines rely upon the most to determine what the page is about. Also, they are the first impression that users get about your page within the SERPs. | META-теги — операторы в разделе HEAD HTML-страницы, которая предоставляет информацию о странице. Информация META может быть в поисковой выдаче, но не видна на странице. Очень важно иметь уникальные и точные мета-теги заголовка и описания META, потому что они могут быть той информацией, на которую поисковые системы больше всего полагаются для определения содержания страницы. Кроме того, это первое впечатление, которое пользователи получают о вашей странице в поисковой выдаче. |
| 75 | Mirror site - An identical site at a different address. | Зеркальный сайт — идентичный сайт по другому адресу. |
| 76 | Nofollow - Nofollow links are links that do not have an influence on the rankings of the linked site. To make a link a nofollow link, add the rel=nofollow. | Nofollow, ссылки Nofollow — это ссылки, которые не влияют на рейтинг сайта, на который ведут ссылки. Чтобы сделать ссылку ссылкой nofollow, добавьте rel = nofollow. |
| 77 | Noindex - A command found in either the HEAD section of a web page or within individual link code, which instructs robots to not index the page or the specific link. | Noindex - команда, найденная в разделе HEAD веб-страницы или в отдельном коде ссылки, которая инструктирует роботов не индексировать страницу или конкретную ссылку. |
| 78 | · Not Provided - After search engines moved to secure search in 2011, keyword data was removed from Google Analytics, replaced with “(not provided)” – thus making it impossible to know which queries were responsible for visitors finding a website. Our Organic Traffic Insights tool can help find these. | "Не представлено" — после того как поисковые системы перешли на безопасный поиск в 2011 году, данные ключевых слов были удалены из Google Analytics и заменены на «не предоставлено», что сделало невозможным выяснение того, какие запросы были ответственны за посещение веб-сайта посетителями. Инструмент Organic Traffic Insights от SEMRush может помочь найти их. |
| 79 | Number of results - The amount of all search results in the search engine returned for a search query. | Количество результатов — количество всех результатов поиска в поисковой системе, возвращаемых по поисковому запросу. |
| 80 | Organic keywords - Terms that enable a site to rank in the Google Organic result. | Органические ключевые слова — термины, которые позволяют сайту ранжироваться в Google Organic. |
| 81 | Organic Search Results - The search results that are unpaid and generally organized by relevancy, popularity, and common usage. | Органические результаты поиска — результаты поиска, которые не оплачиваются и обычно организованы по релевантности, популярности и общему использованию. |
| 82 | Outreach - A method of proactively acquiring backlinks to your website by contacting other website owners. | Аутрич — метод заблаговременного получения обратных ссылок на ваш сайт напрямую от других владельцев доменов. Выглядит как система настроек рассылок в системе SEM Rush Link Building |
| 83 | Page view - The event where a user views a web page one time. | Просмотр страницы — событие, когда пользователь просматривает веб-страницу один раз. |
| 84 | PR (PageRank) - A logarithmic scale based on link impartiality which values the importance of web documents. | PR (PageRank) — логарифмическая шкала, основанная на беспристрастности ссылок, которая оценивает важность веб-документов. |
| 85 | Position or Pos (SERP) - Position of the site for the search query in Google at the moment of data collection. | Position или Pos (SERP) — позиция сайта по поисковому запросу в Google на момент сбора данных. |
| 86 | PPA (Pay Per Action) - Very similar to Pay Per Click except for publishers only get paid when click-throughs result in conversions. | PPA (Pay Per Action) — очень похож на Pay Per Click, за исключением того, что издателям платят только тогда, когда переходы по кликам приводят к конверсиям. |
| 87 | PPC (Pay per Click) - An internet advertising model used to draw traffic to your website by using paid ads (Google Ads). | PPC (Pay per Click) — модель интернет-рекламы, используемая для привлечения трафика на ваш сайт с помощью платных объявлений (Google Ads). |
| 88 | · Redirect - Any of several methods used to change the address of a landing page such as when a site is moved to a new domain, or in the case of a doorway. | Перенаправление — любой из нескольких методов, используемых для изменения адреса целевой страницы, например, когда сайт перемещается в новый домен или в случае дверного проема. |
| 89 | Rich snippet - A rich snippet on a search engine result displays extra information associated with a URL. For example, review stars, business hours, images, and categories are all examples of rich snippets that can appear with a regular result. These bits of information appearing on SERPs are the result of applying structured data markup to your website and labeling your site’s information accordingly. | Обширный фрагмент — или сниппет в результатах поиска отображает дополнительную информацию, связанную с URL. Например, звездочки обзора, часы работы, изображения и категории — все это примеры сниппетов, которые могут появляться наряду с регулярным результатом выдачи. Эти биты информации, появляющиеся в поисковой выдаче, являются результатом применения разметки структурированных данных к вашему веб-сайту и соответствующей маркировки информации вашего сайта. |
| 90 | robots.txt - A file in the root directory of a website use to restrict and control the behavior of search engine spiders. | robots.txt — файл в корневом каталоге веб-сайта, используемый для ограничения и контроля поведения поисковых систем. |
| 91 | ROI (Return On Investment) - One use of analytics software is to analyze and quantify return on investment, and thus cost / benefit of different schemes. | ROI (возврат инвестиций). Одним из применений аналитического программного обеспечения является анализ и количественная оценка возврата инвестиций и, следовательно, затрат / выгод различных схем. |
| 92 | Root domain - The highest level of hierarchy for the website (include the lower ones like subdomains). | Корневой домен — самый высокий уровень иерархии для сайта (включая нижние, например, субдомены). |
| 93 | SAB (Service Area Business) - A business that may or may not have a local storefront, but offers services by traveling to customers’ locations. Common examples include delivery services, plumbers, landscaping companies, etc. Specifying your service radius to Google within Google My Business is an important part of local SEO. | SAB (Service Area Business) — компания, которая может иметь или не иметь местную витрину, но предлагает услуги, путешествуя по местам клиентов. Типичными примерами являются службы доставки, сантехники, компании по благоустройству и т. д. Определение радиуса обслуживания для Google в Google My Business является важной частью местного SEO. |
| 94 | Scrapping (Web Scraping, Screen Scraping, Web Data Extraction, Web Harvesting etc.) - This is a technique employed to extract large amounts of data from websites whereby the data is extracted and saved to a local file in your computer or to a database in table (spreadsheet) format. | Утилизация (веб-очистка, очистка экрана, извлечение веб-данных, сбор веб-страниц и т. Д.) - это метод, используемый для извлечения больших объемов данных с веб-сайтов, посредством которых данные извлекаются и сохраняются в локальном файле на вашем компьютере или в базе данных в формат таблицы (таблицы). |
| 95 | Search engine (SE) - A program, which searches a document or group of documents for relevant matches of a users keyword phrase and returns a list of the most relevant matches. Internet search engines such as Google and Yahoo search the entire internet for relevant matches. | Поисковая система (SE) — программа, которая ищет в документе или группе документов релевантные совпадения ключевой фразы пользователя и возвращает список наиболее релевантных совпадений. Поисковые системы Интернета, такие как Google и Yahoo, выполняют поиск по всему интернету на предмет соответствия. |
| 96 | SEM (Search Engine Marketing) - Short for search engine marketing, SEM is often used to describe acts associated with researching, submitting and positioning a Web site within search engines to achieve maximum exposure of your Web site. SEM includes things such as search engine optimization, paid listings and other search-engine related services and functions that will increase exposure and traffic to your website. | SEM (Маркетинг в поисковых системах). Сокращенный от маркетинга в поисковых системах, SEM часто используется для описания действий, связанных с исследованием, представлением и позиционированием веб-сайта в поисковых системах для достижения максимальной эффективности вашего веб-сайта. SEM включает в себя такие вещи, как оптимизация поисковой системы, платные списки и другие услуги и функции, связанные с поисковой системой, которые увеличат воздействие и посещаемость вашего сайта. |
| 97 | Semantic core - Group of the keywords most accurately determining the direction of the website. | Семантическое ядро ​​— группа ключевых слов, наиболее точно определяющих направление сайта. |
| 98 | SEO (Search Engine Optimization) - The practice of increasing the quantity and quality of traffic to websites through organic search engine results. It includes On-Page SEO, Off-Page SEO, and technical SEO. | SEO (поисковая оптимизация) — практика увеличения количества и качества трафика на веб-сайты с помощью обычных результатов поиска. Он включает в себя SEO на странице, SEO вне страницы и техническое SEO. |
| 99 | SERP (Search Engine Results Page) - Stands for the search engine results page and is the listing of all the web pages given by a search engine in response to a query. | SERP (Страница результатов поисковой системы) — обозначает страницу результатов поисковой системы и представляет собой список всех веб-страниц, предоставленных поисковой системой в ответ на запрос. |
| 100 | · SERP Volatility - The change in SERPs caused by an update of the Google database or algorithm. The cause of great angst and consternation for webmasters who slip in the SERPs. Or, the period of time during a Google index update when different data centers have different data. | Волатильность SERP — изменение в SERP, вызванное обновлением базы данных или алгоритма Google. Причиной большого беспокойства и ужаса для веб-мастеров, которые проскальзывают в поисковой выдаче. Или период времени при обновлении индекса Google, когда разные центры обработки данных имеют разные данные. |
| 101 | · SERP Features - A SERP feature is any result on a Google Search Engine Results Page (SERP) that is not a traditional organic result. The most common SERP Features are: paid results, rich snippets, featured snippets, local packs, knowledge panels, etc. | Функции SERP — это любой результат на странице результатов поисковой системы Google (SERP), который не является традиционным органическим результатом. Наиболее распространенные функции SERP: платные результаты, богатые фрагменты, избранные фрагменты, локальные пакеты, панели знаний и т. Д. |
| 102 | Sitemap.xml - A page or structured group of pages which link to every user accessible page on a website, and hopefully improves site usability by clarifying the data structure of the site for the users. An XML sitemap is often kept in the root directory of a site just to help search engine spiders to find all of the site pages. | Sitemap.xml — страница или структурированная группа страниц, которые ссылаются на каждую доступную пользователю страницу на веб-сайте и, как мы надеемся, улучшают удобство использования сайта, уточняя структуру данных сайта для пользователей. Карта сайта XML часто хранится в корневом каталоге сайта, чтобы помочь поисковым роботам найти все страницы сайта. |
| 103 | SMM (Social Media Marketing) - Website or brand promotion through social media. | SMM (Social Media Marketing) — продвижение сайта или бренда через социальные сети. |
| 104 | Split Testing - Sometimes referred to as A/B Testing, the process of comparing two versions of a web page, email, or another marketing asset with just one varying element. For instance, if you’re A/B testing a headline, you would create two versions of the same page with only the headline changed, and would then track which version performs better. | Сплит-тестирование — иногда его называют A / B-тестированием, процессом сравнения двух версий веб-страницы, электронной почты или другого маркетингового актива только с одним изменяющимся элементом. Например, если вы проводите A / B-тестирование заголовка, вы создадите две версии одной и той же страницы с измененным только заголовком, а затем проследите, какая версия работает лучше. |
| 105 | · SSL Certificate - A digital certificate used for website identity authentication and to encrypt information sent to the server using Secure Sockets Layer technology. | Сертификат SSL — цифровой сертификат, используемый для аутентификации личности веб-сайта и для шифрования информации, отправляемой на сервер с использованием технологии Secure Sockets Layer. |
| 106 | Structured data (markup) - A semantic vocabulary of tags (or microdata) that you can add to your HTML to improve the way search engines read and represent your page in SERPs. | Структурированные данные (разметка) — семантический словарь тегов (или микроданных), который вы можете добавить в свой HTML, чтобы улучшить способ, которым поисковые системы читают и представляют вашу страницу в поисковой выдаче. |
| 107 | Subdomain - A domain that is a part of the main domain (for example, es.semrush.com is a subdomain of semrush.com). | Субдомен — домен, который является частью основного домена (например, es.semrush.com является поддоменом semrush.com). |
| 108 | · Time on page - The amount of time that a user spends on one page before clicking off. An indication of quality and relevance. | Время на странице — количество времени, которое пользователь проводит на одной странице, прежде чем нажать кнопку. Показатель качества и актуальности. |
| 109 | Title tag (aka Page title) - An HTML tag, also known as a page title that specifies the title of a webpage. The code is placed within the header tag (<header>) of a webpage’s HTML. The text written in the tag is what will appear as the page’s clickable title when it ranks on a search engine results page. For this reason, title tags are highly important to SEO. In written form the title tag looks like <title>Title of Page</title>. | Тег заголовка (он же заголовок страницы) - тег HTML, также известный как заголовок страницы, который определяет заголовок веб-страницы. Код помещается в тег заголовка (<header>) HTML-кода веб-страницы. Текст, написанный в теге, - это то, что будет отображаться в виде кликабельного заголовка страницы, когда он занимает место на странице результатов поиска. По этой причине теги заголовка очень важны для SEO. В письменном виде тег заголовка выглядит как <title> Title of Page </ title>. |
| 110 | TLD (top-level domain) - TLD represents the extension of a domain (.gov, .org, .edu, etc.). | TLD (домен верхнего уровня) — TLD представляет расширение домена (.gov, .org, .edu и т. Д.). |
| 111 | Toxic links (spammy links) - Links that come from a non-trusted website and let down your site reputation. | Токсичные ссылки (спам-ссылки) — ссылки, которые приходят с ненадежных веб-сайтов и снижают репутацию вашего сайта. |
| 112 | UGC (rel="ugc") - UGC stands for User Generated Content, and the ugc attribute value is recommended for links within user-generated content, such as comments and forum posts. | "UGC (rel =" "ugc" ") — обозначает пользовательский контент, а значение атрибута ugc рекомендуется для ссылок в пользовательском контенте, например комментариях и сообщениях на форуме." |
| 113 | URL (Uniform Resource Locator) - The address of a World Wide Web page. | URL (Uniform Resource Locator) — адрес страницы в Интернете. |
| 114 | Volume (Search Volume) - Monthly, average number of searches for a keyword. | Объем (Search Volume) — ежемесячное, среднее количество запросов по ключевому слову. |
| 115 | Volume trend - Indicates the changes in the number of searches for this keyword over the last 12 months. | Тренд объема — указывает на изменение количества поисков по этому ключевому слову за последние 12 месяцев. |
| 116 | White hat SEO - SEO techniques, which conform to best practice guidelines, and do not attempt to unscrupulously “game” or manipulate SERPs. | White hat SEO — методы SEO, которые соответствуют руководящим принципам наилучшей практики и не пытаются недобросовестно «играть» или манипулировать SERP. |