**數位行銷一般性用詞說明：**

1. SimilarWeb：網站分析和競爭情報。SimilarWeb.com是免費提供網站排名和競爭性數據分析的網絡平台，依據（包括網站/行動應用程式的訪問量和用戶參與度在內的）大數據分析技術進行工作。其用戶只需輸入網域名，就可以評估相應網站的人氣，並隨時監控各網站的表現，進而掌握行業競爭對手的動態，以期提高用戶自身的網絡訪問量和市場占有率。2014年4月， SimilarWeb的網站排名超越了Alexa.com。

2. Alexa：指網站的世界排名，主要分為綜合排名和分類排名，綜合排名、到訪量排名、頁面訪問量排名等多個評價指標，大多數人把Alexa當作當前較為權威的網站訪問量評價指標。

1. comScore：美國comScore公司在納斯達克的交易代碼為“SCOR”，是一全球性互聯網信息服務提供商、互聯網統計公司、流量追蹤分析公司、市場調研公司、數位媒體測評機構、提供第三方數據報告和數據產品、為消費者或企業研究市場行情。
2. Page view (PV)：頁面瀏覽次數，總和即稱流量。
3. Traffic：網站流量。
4. Unique User (UU)：不重複訪客。
5. Impression：曝光數，廣告經由廣告系統呈現在網頁的次數，即為曝光數。
6. Click：點擊數，經由廣告系統所遞送的廣告，進而點選至廣告主專頁的次數，即為點擊數。
7. CTR (Click Through Rate)：(點擊率點擊數÷曝光數) X %。
8. CPC (Cost Per Click) ：每次點擊成本＝總點擊數÷總預算，即為每次點選所花費的成本。
9. CPM (Cost Per Impression) ：每千次曝光成本＝總預算÷總曝光數X 1,000  
   即為廣告曝光數曝光一千次所要花費的費用。
10. Conversion Rate：轉換率。是指從流量到實際銷售轉換的能力。與 ROI 本質是一樣的。只是 ROI 衡量的是現金（收入）對現金（支出）的對比，而轉換率衡量的是銷售的數量與進入銷售漏斗的人數（或者次數）的比例關係。
11. Cookie：瀏覽網頁時，網站服務器放在你電腦（或行動裝置）的瀏覽器裡面的一個小小的 TXT 文件。這個文件裡面存儲了一個標識你這個人的匿名的 ID，以及一些與你造訪的這個網站有關的一些東西，這樣當你下一次訪問這個網站的時候，cookie 就會知道你又來了，並且記住你上次訪問時候的一些狀態或者設置。
12. Bounce Rate：跳出率。
13. Engagement：用戶在網站或 APP 上的互動程度或者參與度，可以由多個指標組合而成。比如一個網站有很多互動行為，包括下載文檔、觀看影片、諮詢等，那麼會根據每個互動的重要程度給每個互動行為賦值，用戶每完成一個互動及賦予相應的數值，這樣可以判斷不同類別用戶的互動程度以及不同頁面的交互差異。
14. Google Analytics：Google 分析，簡稱 GA，是全球用戶量最大的網站和 APP 上流量用戶行為的監測與分析工具。
15. AdWords：全稱 Google Adwords，是 Google 搜尋引擎的關鍵字競價系統，按點擊收費（CPC）。
16. AdSense：全稱 Google Adsense，是 Google 推出的針對網站主（簡稱發布商）聯盟的一個互聯網廣告服務，通過程序來分析網站的內容，並且投放與網站內容相關的廣告。