

لیست کامل رایج ترین اصطلاحات دیجیتال مارکتینگ به همراه توضیح ساده آنها

این روزها واژگان بازاریابی دیجیتال زیادی وجود دارد که ممکن است با اکثر آنها هیچ آشنایی نداشته باشید. در حالت ایده‌آل، یک بازاریاب دیجیتال برای موفقیت در کار خود باید با بسیاری از این اصطلاحات آشنایی داشته باشد. بنابراین اگر به دنبال راهی برای بهبود واژگان بازاریابی خود هستید و یا اینکه قصد دارید بامهم ترین و پرکاربردترین اصطلاحات دیجیتال مارکتینگ آشنا شوید به شما پیشنهاد می‌کنم که این مطلب را تا انتها مشاهده کنید، زیرا قصد داریم لیستی از کلمات پرکاربرد دیجیتال مارکتینگ را در اختیار شما عزیزان قرار دهیم. با ما همراه باشید.

منظور از دیجیتال مارکتینگ چیست؟

اصطلاح بازاریابی دیجیتال یا همان دیجیتال مارکتینگ به استفاده از وب سایت ها، برنامه ها، دستگاه های تلفن همراه، رسانه های اجتماعی، موتورهای جستجو و سایر ابزارهای دیجیتال برای تبلیغ و فروش محصولات و خدمات اشاره دارد. بازاریابی دیجیتال شامل بسیاری از اصول مشابه با بازاریابی سنتی است و اغلب به عنوان یک راه اضافی برای شرکت ها در نظر گرفته می‌شود تا به مشتریان نزدیک شوند و رفتار آنها را درک کنند. بازاریابی دیجیتال به دسته بندی های مختلفی همچون: بازاریابی وابسته، بازاریابی محتوا، بازاریابی ایمیلی و... تقسیم بندی می‌شود. بازاریابی دیجیتال محصولات و خدمات شما را از طریق کانال هایی مانند وب سایت ها، دستگاه های تلفن همراه و پلتفرم های رسانه های اجتماعی تبلیغ می‌کند که این می‌تواند به افزایش اعتبار برند و فروش شما نیز کمک کند.

واژه نامه بازاریابی دیجیتال

در حال حاضر اصطلاحات مختلفی برای بازاریابی دیجیتال وجود دارد که ما در ادامه مطلب قصد داریم شما را با مهم ترین آنها اصطلاحات انگلیسی دیجیتال مارکتینگ آشنا کنیم. همراه ما باشید.

1- نرخ تبدیل (Conversion Rate)

نرخ تبدیل زمانی است که هر کاربر اقدام دلخواه خود را در وب سایت یا تبلیغات شبکه های اجتماعی شما انجام دهد. نرخ تبدیل تنها به فروش یا تبدیل غیرمشتریان به مشتری محدود نمی‌شود، بلکه شامل تبدیل بازدیدکننده به مشتری وفادار نیز می‌شود. در واقع نرخ تبدیل یکی از اصطلاحات بازاریابی دیجیتال است که نشان دهنده درصدی از کاربران است که یک اقدام خاص در سایت شما انجام می‌دهند. منظور از اقدام خاص می‌تواند هر چیزی باشد، از باز کردن یک پنجره، تا خرید محصول... .

2- نرخ تعامل (Engagement Rate)

نرخ تعامل یک معیار بسیار مهم مرتبط با شبکه های اجتماعی است که نشان دهنده میزان علاقه افراد به صفحه یا محتوای شما نیز می‌باشد. برخی از شاخص های متداول تعاملات عبارت اند از: لایک، دیدگاه، اشتراک گذاری و..

3- نرخ پرش (Bounce Rate)

بی تردید نرخ پرش یکی از مهم ترین و پرکاربردترین اصطلاحات دنیای دیجیتال مارکتینگ است که قطعاً اسم آن را بارها شنیده اید. نرخ پرش معیاری است که نشان می‌دهد چند کاربر بلافاصله پس از بازدید از وب سایت شما خارج شده یا برگشته اند. پرش به این معنی است که کاربر پس از بازدید از صفحه شما اقدام دیگری انجام نداده و خیلی سریع سایت شما را ترک کرده است. یعنی کاربر بعد از اینکه وارد یکی از صفحات سایت شما شد، بدون اینکه وارد سایر صفحات سایت شما شود، وب سایت شما را ترک می‌کند. دلایل مختلفی برای اینکار وجود دارد، به عنوان مثال اگر سرعت بارگذاری سایت شما کند باشد باعث می‌شود که کاربر خیلی سریع سایت شما را ترک کند، یا اگر محتوای شما را دوست نداشته باشد... .

4- سئو (SEO)

سئو یا بهینه سازی موتور جستجو یکی از اصطلاحات تخصصی دیجیتال مارکتینگ است که یک بازاریاب می‌تواند با آن مواجه شود. این به معنای بهینه سازی درون صفحه و خارج از صفحه برای افزایش ترافیک در وب سایت و بهبود رتبه بندی صفحه در هر صفحه نتیجه موتور جستجو (SERP) می‌باشد.

5- بهینه سازی خارج از صفحه (Off-page Optimization)

بهینه سازی خارج از صفحه شامل تمام تلاش‌های شما برای بهبود رتبه بندی صفحه شما می‌شود. در واقع این شامل: بک لینک، لینک سازی، تبلیغات طبقه بندی شده و سایر تلاش های بازاریابی خارج از صفحه می‌شود.

6- بهینه سازی درون صفحه (On-page optimization)

این شامل بهینه سازی وب سایت و عناصر آن به منظور بهبود رتبه بندی در موتور جستجو می‌شود. رتبه بندی موتورهای جستجوی ارگانیک را می‌توان از طریق متا تگ ها و بداهه سازی محتوا بهبود بخشید.

7- بازاریابی موتورهای جستجو (SEM)

بازاریابی موتورهای جستجوگر شامل اقداماتیست که به صورت پولی انجام می شود تا صفحات سایت شما در نتایج جستجوگر به کاربران نمایش داده شود.

8- بازاریابی رسانه های اجتماعی (SMM)

SMM یا همان بازاریابی رسانه های اجتماعی یک واژه نامه بازاریابی دیجیتال بسیار رایج است که شامل بازاریابی در سیستم عامل های مختلف رسانه های اجتماعی مانند: فیس بوک، توئیتر، اینستاگرام، لینکدین و غیره می باشد.

9- صفحه نتایج موتور جستجو (SERP)

صفحه نتیجه موتور جستجو صفحه نمایشی است که پس از تغذیه در یک عبارت جستجو در هر موتور جستجو ظاهر می شود. هرچه رتبه صفحه شما بالاتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که کاربر روی صفحه وب شما کلیک کند.

10- نرخ کلیک (CTR)

یکی دیگر از اصطلاحات دیجیتال مارکتینگ که در میان وبمستران بسیار متداول است، نرخ کلیک می باشد. نرخ کلیک، معیار افرادی است که روی یک لینک خاص کلیک کرده اند. این می تواند برای یک آگهی، ایمیل، تبلیغ شبکه های اجتماعی یا صفحه وب سایت باشد.

11- هزینه به ازای هر کلیک (CPC)

در یک کمپین، به ازای هر کلیک که کاربر روی تبلیغات شما انجام می دهد، شما باید هزینه پرداخت کنید. در واقع شما بر اساس تعداد کل کلیک ها به جای نمایش ها پرداخت می کنید. یکی از مهم ترین و محبوب ترین کمپین های تبلیغاتی پرداخت به ازای کلیک، تبلیغات گوگل می باشد.

12- مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)

برای اینکه هر کسب و کاری بتواند برسد و اعتبار خود را حفظ کند، ارتباط مناسب با کاربران بسیار مهم است. بنابراین مدیریت ارتباط با مشتری فرآیند ایجاد، حفظ و تقویت روابط یک شرکت با مشتریان خود می باشد.

13- بازگشت سرمایه (ROI)

ROI به معنای درصد بازده هر سرمایه گذاری است. این به فروش پس از هر کمپین بازاریابی پولی اشاره دارد. هدف نهایی هر تلاش بازاریابی، فروش یا خرید می باشد.

14- هزینه جذب مشتری (CAC)

این یکی دیگر از کلمات پرکاربرد دیجیتال مارکتینگ است که به معنای هزینه ای است که برای تبدیل یک کاربر به مشتری در نظر گرفته می شود. CAC به شرکت ها کمک می کند تا پیش بینی کنند که برای ایجاد تعداد معینی مشتری چقدر باید هزینه بپردازند.

15- ارزش طول عمر مشتری (CLV)

ارزش طول عمر مشتری مقدار درآمد یا کسب و کاری است که یک مشتری در طول عمر خود برای شرکت شما ایجاد می کند. به آن ارزش مادام العمر مشتری (LVC) نیز می گویند.

16- کلمه کلیدی (Keyword)

کلمه کلیدی عبارتی است که افراد هنگام جستجو یک چیز خاص در موتور جستجو از آن استفاده می کنند. کلیدواژه ها برای هدف قرار دادن محتوای آنلاین استفاده می شوند و به بهینه سازی سئوی سایت نیز کمک می کنند. به عنوان مثال، محتوایی که بیش از 2000 کلمه دارند و کلمات کلیدی مختلفی در آن اضافه شده است، قطعاً می توانند رتبه بهتری در نتایج داشته باشند.

17- عملکرد صفحه (Page Performance)

عملکرد صفحه یک معیار ترکیبی است که سئو داخلی صفحه، ترافیک وب سایت، نرخ کلیک و انواع مختلف تبدیل را در نظر می گیرد.

18- رتبه بندی صفحه (Page Ranking)

رتبه بندی صفحه ارتباط زیادی با اعتبار و برند شما دارد که توسط الگوریتم گوگل تعیین می شود. درواقع گوگل به هر سایت یک رتبه در مقیاس 0 تا 10 می دهد. عدد 0 به معنای رتبه ضعیف است و اینکه شما واجد شرایط رتبه بندی در موتور جستجوی آنها نیستید. اما رتبه 10 به معنای بیشترین رتبه می باشد.

19- ایمپریشن (Impressions)

ایمپریشن یکی دیگر از اصطلاحات دیجیتال مارکتینگ است که زمانی می باشد کاربرد در معرض محتوای شما قرار می گیرد. در واقع این معیار مهمی است که برای مقیاس موفقیت کمپین های مختلف بازاریابی دیجیتال استفاده می شود.

20- هدف گذاری (Targeting)

هدف گذاری توسط مخاطبان شما تعریف می شود. بسیاری از پلتفرم های شبکه های اجتماعی ابزارهای هدف گیری داخلی را ارائه می دهند.

21- بازاریابی مجدد (Remarketing)

بازاریابی مجدد همان طور که از نامش پیداست، یک استراتژیست که کاربرانی را هدف قرار می دهد که قبلاً از وب سایت شما بازدید کرده اند. شما می توانید کاربران خود را دوباره از طریق تبلیغات، ایمیل ها و رسانه های اجتماعی هدف قرار دهید و آنها را به سایت خود هدایت کنید.

22- نرخ باز (Open Rate)

نرخ باز نشان دهنده درصد ایمیل های باز شده از تعداد کل ایمیل های ارسال شده می باشد. موضوع ایمیلی که شما وارد می کنید می تواند نقش بسیار مهمی داشته باشد. زیر پس از ارسال ایمیل، مشتریان شما در اولین نگاه موضوع ایمیل شما را مشاهده می کنند و اگر موضوع برای آنها جذاب بود، ایمیل شما را باز می کنند.

23- بهینه سازی نرخ تبدیل (CRO)

CRO مخفف عبارت Conversion Rate Optimization است. این فرآیند افزایش نرخ بازدیدکنندگان وب سایت برای ایجاد تبدیل مورد نظر می باشد. تبدیل می تواند هر چیزی از خرید، پر کردن فرم یا ارسال اطلاعات شخصی نیز باشد.

24- بازاریابی چابک (Agile Marketing)

بازاریابی چابک زمانیست که فرد از روش های چابک برای مدیریت و بهبود شیوه های یک تیم بازاریابی برای افزایش سرعت، مهارت و شفافیت استفاده می کند. این امر به برنامه ریزی بلندمدت و کوتاه، چشم انداز استراتژیک و سازگاری نیاز دارد.

25- مدیریت تجربه مشتری (Customer Experience Management)

مدیریت تجربه مشتری که به آن CEM هم گفته می شود، روشی برای درک مشتریان و توسعه یک رویکرد بسیار مشتری محور با نظارت و ردیابی هر تعاملی است که سازمان با هر مشتری در طول چرخه زندگی مشتری دارد. هدف اصلی آن افزایش رضایت و وفاداری مشتریان می باشد.

26- اختلال در فناوری (Technology Disruption)

اختلال فناوری هر نوع فناوری است که باعث اختلال شود و بر عملکرد عادی یک صنعت تأثیر بگذارد. اختلال در فناوری از تاکتیک های آزمایشی و روش های آزمایشی استفاده می کند که قبلاً امتحان نشده است.

27- لینک بیلدینگ (Link Building)

یکی دیگر از واژگان بازاریابی دیجیتال لینک بیلدینگ است که به فرآیند به دست آوردن لینک های مرتبط از منابع خارجی گفته می شود. به زبان ساده، این فرآیندی است که باعث می شود سایر وب سایت ها به سایت شما لینک دهند. این امر نه تنها باعث افزایش ترافیک سایت شما می شود، بلکه به بهبود رتبه و سئوی سایت شما نیز کمک می کند.

28- اتوماسیون بازاریابی (Marketing Automation)

اتوماسیون بازاریابی استفاده از اتوماسیون نرم افزار برای هرگونه تلاش بازاریابی است. این به یک شرکت کمک می کند تا وظایف بازاریابی را ساده، اندازه گیری و خودکار کند. هدف اتوماسیون بازاریابی بهبود کارایی و افزایش درآمد است.

29- بازاریابی عملکرد (Performance Marketing)

کمپین های بازاریابی که در آن به تبلیغ کنندگان یا شرکت های وابسته پس از تکمیل اقدام مورد نظر پول پرداخت می شود، بازاریابی عملکردی نامیده می شود. این امر می تواند به ایجاد سرنخ، فالوور، تبدیل، فروش، دانلود و غیره یک کسب و کار کمک کند.

30- اینفلوئنسر مارکتینگ (Influencer Marketing)

امروزه اینفلوئنسرها بهترین راه برای دستیابی به مخاطبان جهانی هستند. از این رو، همکاری با اینفلوئنسرهایی که مرتبط با برند شما هستند، برای ارتقای و بهبود کسب و کار شما بسیار مفید می باشد.

31- خزیدن (Crawling)

گوگل ربات‌های خود را به صفحات وب و پست های سایت شما می فرستد تا آنها محتوای شما را بررسی و ایندکس نمایند. به این فرایند خزیدن می گویند.

32- نمایه سازی (Indexing)

نمایه سازی فرآیندی است که توسط **Crawling** دنبال می شود. هنگامی که ربات های گوگل وب سایت و صفحات وب شما را می خزند و اطلاعات را در پایگاه داده گوگل ذخیره می کنند.

33- ذخیره سازی (Caching)

این فرآیندی است که در آن ربات های گوگل از صفحات وب شما به عنوان یک نسخه پشتیبان اسکرین شات می گیرند. برای گرفتن رتبه مناسب در نتایج، نمایه سازی و ذخیره سازی از جنبه های مهم سئو محسوب می شوند.

34- بازاریابی ایمیلی (Email Marketing)

تبلیغ یک محصول، خدمات یا کمپین از طریق یک پیام تجاری و منحصر به فرد برای مخاطبان هدف، به عنوان بازاریابی ایمیلی شناخته می شود. موضوع و CTA عناصر بسیار مهم ایمیل مارکتینگ هستند.

35- پرداخت برای هر کلیک (Pay Per Click)

پرداخت به ازای کلیک بخشی از بازاریابی عملکردی است که در آن شما به عنوان یک کسب و کار به موتور جستجوگر و وب سایت‌های شخص ثالث هر زمان که شخصی روی لینکی کلیک می کند، پول پرداخت می کنید.

36- برنامه ریزی رسانه ای (Media Planning)

ایجاد یک برنامه، انتخاب بسترهای رسانه ای و تنظیم بودجه مقرون به صرفه برای یک دوره زمانی مانند یک سال به عنوان برنامه ریزی رسانه شناخته می شود.

37- لینک شکسته (Broken Link)

یکی دیگر از اصطلاحات تخصصی دیجیتال مارکتینگ لینک شکسته می باشد. در واقع به لینک هایی که کاربر نمی تواند آنها را پیدا و به آنها دسترسی داشته باشد را لینک شکسته می گویند. این ممکن است به این دلیل باشد که یک صفحه وب به یک آدرس جدید منتقل شده است.

38- بک لینک دادن (Backlinking)

لینکی در یک وب سایت که شما را به وب سایت دیگری هدایت می کند به عنوان بک لینک شناخته می شود. بک لینک یک روش موثر برای بهینه سازی وب سایت محسوب می شود.

39- بازاریابی محتوا (Content Marketing)

بازاریابی محتوا از دیگر واژگان بازاریابی دیجیتال است که یک روش عالی برای بهینه سازی صفحه و بازاریابی رسانه های اجتماعی می باشد. با ایجاد محتوای جذاب از طریق وبلاگ ها، مقالات، ویدئوها، پادکست ها، خبرنامه ها و غیره می توانید سایت خود را بهینه کنید.

40- کپی رایتینگ (Copywriting)

کپی رایتینگ و نوشتن محتوا شبیه به هم هستند اما از نظر محتوا و CTA متفاوت هستند. محتوا نویسی یک محتوا طولانیست و هدف آن ایجاد آگاهی از برند است، اما کپی رایتینگ شکل کوتاه تری از محتوا همراه با CTA است و هدف آن ایجاد فروش بیشتر می باشد.

41- دامین اتوریته (Domain Authority)

یکی دیگر از مهم ترین اصطلاحات دیجیتال مارکتینگ که به احتمال خیلی زیاد نام آن را بارها شنیده اید، دامین اتوریته می باشد. در واقع این یک امتیاز رتبه بندی موتور جستجوگر است که توسط Moz ایجاد شده که شانس رتبه بندی یک وب سایت در SERP ها را تعیین می کند و نشان می دهد که امتیاز دامنه شما چگونه است.

42- بازاریابی فشاری (Push Marketing)

زمانی که برند محصول را به مخاطب می‌رساند، به آن بازاریابی فشاری می‌گویند. در بازاریابی فشاری، نام تجاری محصول را از طریق کانال‌ها، استراتژی‌های مختلف هدایت می‌کند تا توسط مخاطبان هدف دیده شود.

43- بازاریابی کششی (Pull Marketing)

هنگامی که کاربر به طور ارگانیک به سمت یک محصول یا برند خاص کشیده می‌شود، به آن بازاریابی کششی می‌گویند. شما می‌توانید از طریق تکنیک‌های مختلفی همچون سئو و... فروش بیشتری را نیز کسب کنید.

44- تست A/B (A/B Testing)

تست A/B در مورد صفحات وب و برنامه‌ها بسیار مفید است. در واقع دو نسخه از یک صفحه وب با طراحی‌های مختلف و CTA را می‌توان بر روی دو مجموعه از مخاطبان تست کرد. پس از تجزیه و تحلیل پاسخ‌های کاربر در هر دو مجموعه، می‌توانید به این نتیجه برسید که کدام نسخه برای شما بهترین کار را دارد.

45- سیستم مدیریت محتوا (CMS)

CMS یا همان سیستم مدیریت محتوا یکی دیگر از کلمات پرکاربرد دیجیتال مارکتینگ می‌باشد. به طور کلی؛ به نرم‌افزاری که به کاربران امکان ایجاد، مدیریت و اصلاح محتوای دیجیتال را می‌دهد، سیستم مدیریت محتوا نامیده می‌شود. در حال حاضر وردپرس بهترین سیستم مدیریت محتوا در سطح جهان شناخته می‌شود.

46- بازاریابی موبایلی (Mobile Marketing)

تکنیک‌های بازاریابی دیجیتال برای ترویج و بهینه‌سازی محتوا برای دستگاه‌های موبایل به عنوان بازاریابی موبایلی شناخته می‌شوند.

47- صفحه فرود (Landing Page)

لندینگ پیج یا همان صفحه فرود یک صفحه مستقل است که برای یک لینک خاص ایجاد شده و بعد از اینکه کاربر روی لینک خاصی کلیک می‌کند، به آن صفحه هدایت داده می‌شود.

48- همکاری در فروش (Affiliate Marketing)

همکاری در فروش یا همان افیلیت مارکتینگ یک روش عالی بازاریابی آنلاین است که می‌تواند موثر باشد. در این روش؛ کاربران می‌توانند محصولات خود را در سایت شما منتشر کنند و سپس بعد از فروش هر محصول یک پورسانت به شما تعلق خواهد گرفت.

49- ریسپانسیو (Responsive)

نام کلمه ریسپانسیو یا واکنش‌گرا را قطعاً بارها شنیده‌اید. در واقع منظور از ریسپانسیو بودن سایت این است که وب شما به صورت خودکار در تمام دستگاه‌های مختلف به شکلی مناسب دیده شود تا کاربر بتواند محتویات سایت را در موبایل، تبلت و دسکتاپ به بهترین شکل مشاهده نماید.

50- رابط کاربری (User Interface – UI)

رابط کاربری محیط نرم‌افزار است که به صورت مستقیم با کاربر تعامل دارد. رابط کاربری علاوه بر زیبایی ظاهری، باید کاملاً بهینه شود تا مخاطب بتواند به سادگی از آن استفاده نماید.

سوالات متداول

مخفف CTR چه معنایی دارد و چگونه محاسبه می‌شود؟

مخفف CTR Click-through rate که نرخ کلیک پس از دیده شدن توسط کاربران را محاسبه می‌کند.

واژه CRM چه نقشی در دیجیتال مارکتینگ دارد؟

به طور کلی می‌توان گفت که CRM به صورت مستقیم می‌تواند اطلاعات تماس و تمامی تعاملاتی که از طریق رسانه‌های اجتماعی مانند وب‌سایت، ایمیل و... رخ می‌دهد را مدیریت کند که این موضوع به پیشرفت شما در دیجیتال مارکتینگ کمک خواهد کرد.

جمع بندی: اصطلاحات بازاریابی دیجیتال (Digital Marketing) pdf

بازاریابی دیجیتال دارای اصطلاحات متنوعی است که بسیاری از وب مستران با اکثر آنها هیچ گونه آشنایی ندارند. به همین منظور ما در این مطلب سعی کردیم مهم ترین و پرکاربردترین اصطلاحات دیجیتال مارکتینگ را که بهتر است آنها را بشناسید را جمع آوری و در اختیار شما عزیزان قرار دادیم. همچنین می توانید فایل پی دی اف این مطلب را از بخش زیر دانلود نمایید.