

ST T	Thuật ngữ	Viết đầy đủ	Giải thích ý nghĩa
1	<b>Back Links</b>		Những liên kết được trỏ tới website của bạn từ những website bên ngoài (còn gọi là backlinks hay inlinks)
2	<b>Bounces</b>		Số lần truy cập vào 1 trang trên website của bạn sau đó thoát ra khỏi
3	<b>Cache</b>		Là một phần hay toàn bộ trang web sẽ được lưu giữ lại trong ổ cứng người dùng web hoặc trong cơ sở dữ liệu của bộ máy tìm kiếm. Điều này làm tăng tốc độ hiển thị của một trang web khi trang web đó được gọi (ví dụ như nhấn nút Quay lại (back) trên trình duyệt web)
4	<b>Click</b>		xảy ra khi khách hàng tiềm năng thấy quảng cáo của bạn và nhấp chuột vào. Từ đó dẫn họ đến website.
5	<b>Conversion</b>		Khi một người truy cập hoàn thành một hành động nào đó trên website của bạn, ví dụ: mua một món hàng nào đó hoặc yêu cầu một thông tin nào đó
6	<b>CPC</b>	cost per click	giá cho mỗi lần khách hàng tiềm năng click vào quảng cáo của bạn
7	<b>CPC bid</b>	Cost per click bid	Là số tiền bạn sẵn sàng trả cho một cú nhấp chuột trên Adwords
8	<b>CPM</b>	cost per thousand impression	chi phí các nhà quảng cáo trả cho mỗi 1000 lần quảng cáo của họ hiển thị
9	<b>CSS</b>	Cascading Style Sheet	Dùng để định dạng việc thiết kế trang web, các định dạng được định nghĩa thành các lớp trong một tập tin CSS và sẽ được gọi nhiều lần về sau.
10	<b>CTR</b>	Click through rate	tỷ lệ phần trăm số lần khách hàng tiềm năng nhấp chuột vào quảng cáo so với số lần quảng cáo được hiển thị
11	<b>Daily budget</b>		Số tiền bạn sẵn sàng trả cho một chiến dịch quảng cáo hằng ngày
12	<b>Destination URL</b>		URL đích đến, là URL chính xác trên website của bạn để người dùng sau khi nhấp chuột vào quảng cáo sẽ đến được
13	<b>Display URL</b>		URL hiển thị, xuất hiện trên mẫu quảng cáo để người dùng internet có thể nhận diện ra website của bạn
14	<b>Dynamic</b>		Từ này được dùng trong nhiều trường hợp. Một trường hợp phổ biến nhất là dùng trong việc phân biệt website động (dynamic) và website tĩnh (static). Website động là những website có thể tương tác với người dùng ví như có thể để lại ý kiến của người dùng hay là có thể đưa tin tức lên website... trong khi website tĩnh thì không làm được.
15	<b>EPC</b>	Earnings per click	Lợi nhuận thu được từ mỗi cú nhấp, được tính bằng cách chia tổng lợi nhuận từ các nhấp chuột cho số nhấp chuột
16	<b>EPV</b>	Earnings per visitor	Lợi nhuận thu được từ mỗi người truy cập, được tính bằng cách chia tổng lợi nhuận thu được từ những người truy cập cho số lượng người truy cập
17	<b>Flash</b>		Là một công nghệ của Macro Media cho phép bạn tạo ra những tập tin flash (flash file), những file này có thể chứa hình ảnh, âm thanh và có thể tương tác với người dùng và nó sẽ được nhúng vào website của bạn. Dùng file flash sẽ làm cho trang web đẹp hơn, lung linh hơn xét về một khía cạnh nào đó.

ST T	Thuật ngữ	Viết đầy đủ	Giải thích ý nghĩa
18	<b>Google Adwords</b>		Chương trình quảng cáo của Google dựa trên nguyên tắc trả tiền cho mỗi nhấp chuột
19	<b>Google Display Network</b>		Hay trước đây được gọi là Google Content Network, là một hệ thống tập hợp các website đối tác của Google, YouTube, và các sản phẩm/công cụ của Google, là nơi bạn có thể đặt quảng cáo Adwords.
20	<b>Google Search Network</b>		Là một hệ thống các website và các sản phẩm khác của Google, như email, blogs theo đó các trang này hợp tác với Google cho phép quảng cáo Adwords hiển thị
21	<b>Googlebot</b>		Là một công cụ của Google (tạm gọi là một con robot) có nhiệm vụ len lỏi trên mạng và lấy thông tin về các website đưa về cho Google. Nếu một người chủ website muốn hướng dẫn cách thức lấy thông tin của website mình cho Googlebot thì họ nên để các chỉ dẫn trong tập tin robots.txt.
22	<b>Heading tag</b>		Thẻ đề mục - là một thẻ (tag) trong ngôn ngữ HTML. Một đoạn văn hay một câu văn trên trang web muốn được người đọc hiểu đó là đề mục thì sẽ được đặt trong thẻ đề mục này. Đối với Google, những văn bản nằm trong thẻ đề mục sẽ luôn được đánh dấu là quan trọng và có ý nghĩa lớn trong công việc SEO.
23	<b>HTML</b>	HyperText Markup Language	Ngôn ngữ đánh dấu siêu văn bản - là một ngôn ngữ chuyên dụng để lập trình nội dung website. Các trình duyệt (web browser) sẽ hiểu ngôn ngữ này và sẽ chuyển nó thành các kiểu hiển thị cho người dùng có thể hiểu như phim, ảnh, âm thanh, liên kết...
24	<b>Hyperlinks</b>		Siêu liên kết - là những văn bản hay hình ảnh có chứa những liên kết phía dưới mà khi nhấp chuột vào thì sẽ chuyển người dùng đến một trang web khác.
25	<b>Impression</b>		Số lần mẫu quảng cáo xuất hiện
26	<b>Impression share (IS)</b>		Là đơn vị biểu trưng cho tỷ lệ số lần mẫu quảng cáo hiển thị trên tổng số lần hiển thị quảng cáo của cả thị trường mà bạn nhắm đến.
27	<b>Inbound links</b>		Những liên kết được trở tới website của bạn từ những website bên ngoài (còn gọi là backlinks hay inlinks)
28	<b>Index</b>		Cơ sở dữ liệu của các bộ máy tìm kiếm nơi mà nội dung dạng văn bản của các website sẽ được lưu lại.
29	<b>Invalid Clicks</b>		Cú nhấp ảo- Số nhấp chuột mà bạn không phải trả tiền cho Google vì Google đánh giá các nhấp chuột này được tạo ra từ những hình thức cấm. Ví dụ số nhấp chuột ảo có thể được tạo ra từ việc sử dụng robot liên tục nhấp vào quảng cáo của bạn, hay các công cụ tự động nhấp chuột...
30	<b>Java Scripts</b>		Là những chương trình được viết bởi ngôn ngữ lập trình Java Script. Bộ máy tìm kiếm không thể chạy được những chương trình này.
31	<b>Keyword</b>		Từ khóa- Một từ hoặc cụm từ được gõ trên công cụ tìm kiếm, từ đó công cụ tìm kiếm có thể trả về các kết quả tương ứng. ☐
32	<b>Keyword Research</b>		Công việc xác định những từ khóa liên quan đến một trang web mà người dùng có xu hướng sử dụng

ST T	Thuật ngữ	Viết đầy đủ	Giải thích ý nghĩa
33	<b>Landing Page</b>		Một trang nội dung trên website nơi người truy cập đến khi nhấp vào mẫu quảng cáo của bạn. Địa chỉ web của trang này thường được gọi là "URL đích đến"
34	<b>Link building</b>		Công việc xây dựng các liên kết đến/đi từ trang web của chúng ta với mục đích tăng số lượng và chất lượng của liên kết, từ đó tăng thứ hạng của trang web (page rank). Đây là một công việc quan trọng trong công việc tối ưu hóa website.
35	<b>Meta description</b>		Thẻ mô tả - là một thẻ trong ngôn ngữ HTML có định dạng <meta name="description" content="">, có tác dụng mô tả tóm tắt nội dung trang web, thẻ mô tả nên dài khoảng 166 ký tự.
36	<b>Meta keywords</b>		Thẻ từ khóa - là một thẻ trong ngôn ngữ HTML có định dạng <meta name="keywords" content=""> liệt kê các từ khóa liên quan đến nội dung trang web. Phần lớn đối với các bộ máy tìm kiếm thì thẻ này không có tác dụng gì lắm, nhưng với Yahoo! thì ngược lại, Yahoo! quan tâm nhiều đến thẻ này.
37	<b>Meta Tags</b>		Bao gồm hai thẻ chính là thẻ mô tả và thẻ từ khóa cung cấp những thông tin liên quan đến trang web. Hầu hết các bộ máy tìm kiếm (có Google) đều không dùng hai thẻ này để xếp hạng trang web.
38	<b>Mouseover</b>		Thẻ hiện một hành động của người dùng khi di chuột đến một vị trí nào đó (ví dụ như hình ảnh hoặc một liên kết) mà không có bất kỳ hành động nào thêm (như nhấp chuột).
39	<b>Outbound links</b>		Những liên kết từ trang web của mình đến những trang web khác ngoài website.
40	<b>Page View</b>		
41	<b>Pay Per Impression</b>		Hình thức chi trả dựa trên 1000 lần hiển thị
42	<b>PPC</b>	Pay Per Click	hình thức chi trả dựa trên mỗi lần khách hàng tiềm năng nhấp chuột vào mẫu quảng cáo
43	<b>Reach</b>		tổng số người dùng sẽ biết đến quảng cáo của bạn trong một khoảng thời gian xác định
44	<b>Redirect</b>		Chuyển hướng địa chỉ URL - là việc chuyển hướng tự động từ một địa chỉ URL này sang một địa chỉ URL khác mà người dùng không làm bất kỳ thao tác nào.
45	<b>Rich Media</b>		Hình thức quảng cáo banner có sử dụng các yếu tố tương tác trực tiếp với người dùng
46	<b>ROI</b>	Return On Investment	tỉ suất lợi nhuận trên vốn đầu tư
47	<b>RON</b>	Run Of Network	chạy quảng cáo cho toàn bộ mạng lưới, không phân biệt kênh như kênh tài chính, thể thao vân vân
48	<b>Search engine</b>		Những website như là những bộ máy tìm kiếm, cho phép người dùng tìm kiếm dữ liệu trên mạng Internet.
49	<b>SEO</b>	Search Engine Optimisation	Công việc tối ưu hóa website, làm website thân thiện hơn với bộ máy tìm kiếm và người dùng.
50	<b>SERP</b>	Search Engine Results Page	Trang web hiển thị các kết quả tìm kiếm của một bộ máy tìm kiếm.

ST T	Thuật ngữ	Viết đầy đủ	Giải thích ý nghĩa
51	<b>Static</b>		Từ này diễn tả trạng thái ngược lại với từ "dynamic" ở trên. Website tĩnh là những website không thể tương tác nhiều với người dùng, nội dung của trang web gần như cố định.
52	<b>Time on site</b>		Thời gian một người truy cập ở lại trên website
53	<b>Title Tag</b>		Thẻ tiêu đề - là một thẻ trong ngôn ngữ HTML có định dạng <title>[tiêu đề]</title>, cho người dùng biết được tiêu đề của trang web hiện tại, cũng như thông báo cho bộ máy tìm kiếm nội dung của trang web. Nó hiển thị trên phần cao nhất của trình duyệt web và trong kết quả tìm kiếm của bộ máy tìm kiếm. Thẻ tiêu đề có vai trò quan trọng trong công việc tối ưu hóa website. Tiêu đề nên có tối đa 66 ký tự.
54	<b>Traffic</b>		Từ này có thể được dùng để chỉ lượng truy cập vào website của bạn, hoặc lượng người vào website
55	<b>Unique Pageviews</b>		Số lần truy cập vào 1 hoặc nhiều trang nào đó ít nhất 1 lần
56	<b>Unique Visitors</b>		Số người truy cập duy nhất vào website trong 1 khoảng thời gian nào đó
57	<b>URL</b>	Uniform Resource Locator	Là địa chỉ duy nhất, dùng để xác định vị trí các trang web, địa chỉ email hay các tập tin trên máy chủ.
58	<b>Visits</b>		Nếu một người không làm gì trên website của bạn trong 30p hoặc nhiều hơn, sau đó họ quay lại để tương tác trên website bạn thì được tính là 1 lần truy cập mới, Nếu một người rời đi và quay lại website trong vòng 30p thì vẫn được tính là 1 lần truy cập
59	<b>Web browser</b>		Trình duyệt web - những phần mềm dùng để duyệt web. Nó có tác dụng biên dịch ngôn ngữ HTML ra thành văn bản, hình ảnh, âm thanh cho người dùng có thể hiểu. Các trình duyệt phổ biến là Internet Explore, Firefox, Chrome, Safari
60	<b>Absolute URL</b> <a href="#">/hay URLs, explicit URL</a>		Một địa chỉ URL cung cấp đường dẫn đầy đủ đến một trang văn bản nào đó, đường dẫn bao gồm phần đầu http://www.
61	<b>Double opt-in</b>		Khi một địa chỉ email đăng ký vào danh sách email, địa chỉ mail đó sẽ nhận được một thông báo để xác nhận là người sở hữu email muốn đăng ký vào danh sách email này. Để hoàn thành việc xác nhận này, chủ sở hữu email phải trả lời hay click vào đường dẫn có trong thông báo xác nhận trên. Đây là tiêu chuẩn vàng để có được sự chấp nhận trong tiếp thị.
62	<b>Hard bounce</b>		Là một thông điệp điện tử không thể gửi đi được do địa chỉ email không có thực hay đã hết hạn sử dụng. Email này sẽ được gửi lại cho người gửi với tiêu đề "không biết người nhận"
63	<b>Landing page</b>		Là trang đầu tiên của website được hiển thị sau khi người truy cập click vào đường link trong kết quả tìm kiếm, mẫu quảng cáo hay email quảng cáo. Trang này có thể là trang chủ website hay bất kì trang nào trong website có thể thuyết phục người xem tiếp tục một hành động cụ thể nào đó.

ST T	Thuật ngữ	Viết đầy đủ	Giải thích ý nghĩa
64	<b>Mail merge tags</b>		Là một mã đuôi cho phép tùy chỉnh thông tin email. Dịch vụ quản lý danh sách email của bạn sau đó sẽ thay thế những mã đuôi này bằng những thông tin tương ứng từ cơ sở dữ liệu của bạn.
65	<b>open rate</b>		là số người đã mở hay xem qua một thông điệp email xác định. Tỷ lệ mở được xác định bởi việc có một khách hàng hay người xem mở xem (hiển thị) đuôi HTML IMG.
66	<b>opt-in</b>		là một quá trình khi người dùng đăng ký nhận email tiếp thị thông qua dạng web, trang đăng ký hay các cách thức khác.
67	<b>Relative URL</b>		Là một URL mà chỉ định một tên tài liệu duy nhất. Relative URL được dùng như một cách thức để nhận biết một trang có liên quan đến trường của URL đó.
68	<b>Response rate</b>		Tổng số những phản ứng đáp lại nhận được trong một chiến dịch gửi thư điện tử, được tính bằng số người mở và click vào đường dẫn trong email chia cho số người nhận được email đó và được hiển thị dạng tỷ lệ phần trăm.
69	<b>Single opt-in</b>		Khi một tài khoản email đăng ký vào danh sách email, địa chỉ email đó sẽ lập tức được thêm vào danh sách mà không cần xác nhận, nghĩa là có thể đăng nhập vào những địa chỉ email khác mà không cần xin phép.
70	<b>Soft bounce</b>		Một thông điệp email không thể gửi đi có thể do: hòm mail của người nhận đã đầy, file đính kèm quá lớn hay có lỗi kết nối. Đây có thể là trục trặc tạm thời và được gọi là soft bounce.