

Словарь SMM-терминов

А

AIDA

Это аббревиатура, обозначающая модель поведения пользователя в маркетинге. А - attention, I - interest, D - desire, A - action (Внимание, Интерес, Желание, Действие). Сначала привлечите внимание пользователя заголовком или тизером, дальше расскажите подробную информацию о предложении и варианты применения, в конце предложите совершить действие

AMP

Технология от Google, которая ускоряет открытие веб-страниц на мобильных устройствах. Меньше скорость загрузки страницы — меньше процент отказов — больше конверсий.

API

Система, которая позволяет интегрироваться со сторонними веб-сервисами. Например, Церебро использует API Вконтакте, чтобы искать аудиторию по вашим запросам.

В

B2B

Сокращение от английских слов «business to business», в буквальном переводе – бизнес для бизнеса. Это сектор рынка, который работает не на конечного, рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес. Примером B2B-деятельности может послужить производство барных стоек или оказание рекламных услуг: физическим лицам реклама ни к чему, а вот другим организациям она необходима.

B2C

Сокращение от английских слов «business to consumer» — форма электронной торговли, целью которой являются прямые продажи для потребителя. Один из наиболее популярных инструментов B2C — интернет-магазин.

С

CAC

Сумма, которую вы платите, чтобы привлечь нового клиента.
 $CAC = (\text{кол-во привлеченных посетителей} * \text{стоимость клика}) / \text{кол-во покупателей}$.

Cookie

Файл, который записывает активность пользователя в интернете и хранится в браузере. Благодаря этой информации интернет-маркетологи могут запускать рекламу по аудитории, которая посещала их сайты.

CPA

Это аббревиатура, обозначающая цену за действие. С — cost, Р — per, А — action. В интернет-маркетинге любят использовать такие аббревиатуры. Сначала ставят CP, потом первую букву нужного действия: CPC — цена за клик, CPF — цена за подписчика.

CPA-сети

Рекламные системы-посредники, которые предлагают рекламодателям оплачивать только целевые действия пользователей, а арбитражникам зарабатывать на привлечении трафика.

CPC Цена за клик.

CPF Цена за подписчика.

С

CPI Цена за установку приложения.

CPL Цена за лид.

CPM Цена за тысячу показов (М — римская цифра, обозначающая 1000).

CPO Цена за заказ.

CRM

Программа, которая организует работу внутри компании и взаимоотношения с клиентами. В ней можно хранить базу клиентов, обрабатывать лиды и ставить задачи коллегам.

СТА

Призыв к действию. С — call, Т — to, А — action. Если вы хотите, чтобы пользователь совершил какое-нибудь действие, например, нажал на кнопку, предложите ему это сделать.

CTR

Показатель кликабельности. Считается как отношение кликов к показам, умноженное на 100, измеряется в процентах. У вас было 50 показов и 2 клика, $CTR = 4\%$. Все рекламные кабинеты соцсетей считают показатель автоматически. Поэтому вам просто нужно отключать объявления с низким CTR в пользу более кликабельных.

D

Deep links

Технология, которая помогает переходить по ссылке на определенный экран установленного приложения. Если приложения нет, то ссылка направит на Google Play или Apple Store, где его можно скачать.

DMP

Система, которая позволяет хранить и делиться данными. Например, сервис Soloway собирает данные о пользователях и предоставляет рекламодателям сегменты аудиторий: интересующиеся сварочным оборудованием, покупающие корм для животных и т.д. SMM-специалисты могут использовать внешние сегменты в работе с MyTarget. Для этого нужно зайти в раздел «Аудитории», подраздел «Внешние сегменты».

E

eCPM

Эффективная цена за тысячу показов. Показатель, который помогает рекламным сетям в аукционе выявлять объявление, которое принесёт им больший доход, и, соответственно, показывать его. Чем выше eCPM, тем лучше реклама будет открываться. К eCPM можно привести и плату за показы, и плату за клики. $eCPM = CPM$. $eCPM = CPC * CTR * 1000$.

ER

Показатель вовлеченности. Главный и самый спорный показатель в SMM. Главный потому, что в цифровом выражении показывает, насколько сильно подписчики вовлечены в контент. Спорный потому, что существует множество формул подсчета ER. Поэтому при взаимодействии с рынком нужно сверяться в подходе.

Самая простая и расхожая формула вовлеченности такая: $ER = (\text{лайки} + \text{репосты} + \text{комментарии}) / \text{кол-во подписчиков} * 100\%$. Эта формула не учитывает количество постов за период. Например, одинаковый ER будет у группы с 1 постом, у которого 50 лайков, и группы с 50 постами, у которых по одному лайку. Очевидно, что-то не так. Поэтому существует расчет, который учитывает и посты: $ER = (\text{лайки} + \text{репосты} + \text{комментарии}) / \text{кол-во подписчиков} / \text{кол-во постов} * 100\%$ Такую формулу называют ER по SocialBakers. Но если вы пользуетесь сервисами для SMM-щиков, то наверняка встречали такой расчёт: $ER = \text{кол-во активных пользователей} / \text{кол-во подписчиков} * 100\%$. Этот показатель даёт процент участников сообщества, которые сделали хотя бы одно действие в нём.

Г Н І J К

Giveaway

Это конкурс в Instagram, в котором нужно подписаться на аккаунты множества спонсоров. Спонсоры скидываются на призовой фонд, участники подписываются на всех. Рандом выбирает победителя. Способ может нагнать большое количество подписчиков, но после подведения итогов они будут стремительно отписываться.

HTML

Язык разметки в программировании. SMM-щики работают с ним, когда ставят пиксели соцсетей на свои сайты.

Influence-маркетинг

Способ создания спроса с помощью лидеров мнений. Если по-простому, это реклама у блогеров.

Instant Articles

Технология от Facebook, ускоряющая открытие веб-страниц на мобильных устройствах. Аналог AMP от Google.

JavaScript

Это язык программирования, добавляющий интерактивность на сайт.

К Л

KPI

Ключевые показатели эффективности. Определяются на старте работы и отвечают потребностям клиента. Если клиент продает бензопилы на сайте, его не должно сильно волновать количество подписчиков. Для него важна цена за клик, конверсия и цена за покупку. Если клиент — федеральный бренд, которому нужно работать на узнаваемость, то там за KPI может быть принят охват.

LAL

Технология, позволяющая найти похожую аудиторию по исходной базе. Полное название Look-alike, специалисты инструмент так и называют — «лук э лайк». Загружаете свою базу в соцсеть, на выходе получаете базу потенциальных клиентов. Особенно этот инструмент полезен в Facebook, где нет сервисов для парсинга аудиторий.

LTV

Совокупная прибыль компании, получаемая от одного клиента за все время сотрудничества с ним. Формула для подсчёта: $LTV = \text{средний чек} * \text{среднее число продаж в месяц} * \text{среднее время удержания клиента в месяцах}$.

O R

O2O

Дословно термин означает «из онлайн в офлайн». В него входят все действия, которые помогают привести клиентов из интернета в реальные точки продаж, и, главное, отследить это. На российском рынке всего несколько игроков, которые умеют делать такой маркетинг. Например, вы можете поставить в ваших магазинах wi-fi роутеры от НПО «Аналитика», собирать аудиторию тех людей, кто ходил рядом с вашим магазином, но не заходил, и показывать им рекламу в MyTarget.

ROAS

Возврат инвестиций в рекламу. Формула: $ROAS = (\text{прибыль от рекламы} / \text{затраты на рекламу}) * 100\%$

ROI

Окупаемость всех инвестиций. Формула: $ROI = (\text{прибыль от вложений} - \text{размер вложений}) / \text{размер вложений} * 100\%$

ROMI

Окупаемость инвестиций в маркетинг. Формула: $ROMI = (\text{прибыль от рекламы} - \text{затраты на рекламу}) / \text{затраты на рекламу} * 100\%$

S T

SDK

Набор средств разработки для программистов. Для SMM-щиков интересен SDK от Facebook, который интегрирует мобильные приложения на Android и iOS в соцсеть.

SFS

SFS — вид взаимопиара в Instagram, когда пользователи рассказывают друг о друге в своих аккаунтах.

SMO

Оптимизация сайта под социальные сети. Добавление виджетов, форм с комментариями, кнопок «Мне нравится» и «Поделиться».

Tag Manager

Сервис от Google, который позволяет без навыков программирования ставить теги на свои сайты.

Tripwire

Дешевый, но ценный продукт, цель которого — подвигнуть клиента совершить первую покупку у вас. Активно используется в автоворонках.

U X Y

UGC

Контент, который создают пользователи. Аббревиатура расшифровывается так: User Generate Content.

URL

Ссылка, эквивалент адреса в интернете.

UTM-метка

Инструмент, позволяющий пометить ссылку и передать в систему аналитики информацию об источнике.

XML

Язык разметки документов, позволяющий структурировать информацию разного типа, используя для этого произвольный набор инструкций. Например, чтобы загрузить прайс-лист во «ВКонтакте» для динамического ретаргетинга, нужно сделать его в формате XML.

YML

Язык разметки, основанный на стандарте XML. Формат разработан «Яндексом» для загрузки прайс-листа в «Яндекс.Маркет».

А

Аватарка

Картинка, которую пользователь выбирает в качестве представления его аккаунта или сообщества компании.

Автоворонка

Это последовательность действий, которые вначале знакомят потенциального клиента с вашим продуктом, а затем ведут к совершению покупок. Делается это с помощью писем, SMS, автодозвонов и видео.

Автопостинг

Автоматическая публикация контента в социальных сетях. Посты можно загружать через таймеры соцсетей, либо использовать сервисы автопостинга.

Адвокат бренда

Человек, который в публичном пространстве выступает в интересах компании. Это может быть не только сотрудник компании, но и лояльный клиент.

Админ Администратор сообществ в социальных сетях.

Аккаунт

Учетная запись пользователя в социальных сетях.

Амбассадор

Официальный представитель бренда, который распространяет философию компании.

А

Арбитраж/арбитраж трафика

Оплачиваемое перенаправление посетителей с одного сайта на другой.

Ассоциированная конверсия

Действие, которое участвовало в цепочке конверсии, но не привело к покупке. Например, человек увидел рекламу на YouTube, кликнул на неё, перешёл на сайт, прочитал описание товара и закрыл вкладку, но через какое-то время нашёл этот товар через поиск и купил его. Конверсия по последнему клику и сама покупка засчитается органическому трафику, а у рекламы в YouTube будет ассоциированная конверсия.

Аутентификация

Процедура проверки подлинности прав на аккаунт. Самый распространенный способ проверки — это сравнение введённого им пароля с паролем, сохранённым в базе данных пользователей. Ещё бывает двухэтапная аутентификация. Например, когда перед входом в аккаунт просят ввести код, который был отправлен на телефон, привязанный к аккаунту.

Б

База ретаргетинга

Список пользователей, которые контактировали с вашей компанией или были собраны с помощью парсеров. Эту базу можно использовать в рекламе.

Баннер

Графическое изображение рекламного характера.

Биллинг

Система выставления счетов клиентам за оказываемые компанией услуги и продаваемые товары. Термин встречается в рекламном кабинете Facebook.

Био

Описание аккаунта в Instagram.

Блогер

Человек, который постоянно публикует свой контент на определенной платформе в интернете и считается популярным у аудитории.

Бот

Аккаунт, имитирующий страницу человека.

В

Вайнер

Блогер, который записывает короткие и смешные ролики (вайны). Формат зародился на сервисе Vine, от названия которого и образовался термин.

Вебвизор

Инструмент «Яндекс.Метрики», который позволяет записывать и анализировать действия пользователей на вашей сайте.

Вебинар

Обучающее мероприятие, проходящее в онлайн-режиме.

Ведение

Традиционно SMM разделяют на два блока: ведение и продвижение. К ведению относят: оформление сообщества, создание и публикация контента, комьюнити-менеджмент, аналитика сообщества.

Верификация

Процесс подтверждения подлинности личности или правомерности использования бренда. Социальные сети выделяют знаками отличий известных людей и бренды. Например, чтобы получить верификацию во «Вконтакте» и «Одноклассниках», нужно написать запрос в техподдержку социальных сетей.

В

Виджет

Небольшой графический элемент или модуль, вставляемый на сайт.

Вики-разметка

Инструмент, позволяющий создавать информационные веб-страницы во ВКонтакте.

Виральность

Способность контента распространяться бесплатно, за счет репостов и рекомендаций пользователей.

Вирусный контент

Контент, который вирально распространяется по интернету. В последнее время термин немного исказился, и теперь понятие «вирусный ролик» может означать просто забавный ролик, который хорошо прорекламировали.

Витрина

Функционал социальных сетей, который позволяет создавать каталоги товаров внутри сообществ. Во «ВКонтакте» функционал называется «Витрина товаров», в Facebook «Магазин».

Влог

Блог с видео-контентом.

В Г

Вовлеченность

См. термин ER.

Вордстат

Инструмент от Яндекса, оценивающий частотность пользовательских поисковых запросов.

Воронка продаж

Последовательность действий пользователя от первого контакта до покупки. Если вы запускаете таргетированную рекламу, то ваша воронка может выглядеть так: количество показов объявления — количество кликов на объявление — количество дошедших на сайт — количество нажатий на кнопку купить — количество оплат.

Гайд

Подробная инструкция, описывающая порядок действий для достижения какой-то цели.

Геотаргетинг

Разновидность таргетинга, направленного на ограничение показов рекламы по местонахождению целевой аудитории.

Г

Гипотеза

Предположение, которое требует доказательств. Когда вы разрабатываете рекламную кампанию, вы выдвигаете гипотезы по поиску своей целевой аудитории. После чего проверяете их рекламой и анализируете полученные результаты по каждой гипотезе.

Гифка

Анимированный и зацикленный формат изображения.

Группа

Вид сообщества в соцсетях, который подходит для дискуссий и обмена мнениями. В справке Facebook есть хороший пример различия страницы и группы. Если вы Nike, вам нужно создать официальную страницу бренда. Если вы поклонник кроссовок Nike, вы можете создать группу любителей кроссовок этого бренда.

Гугл Аналитикс

Сервис, который позволяет отслеживать детальную статистику по посетителям вашего сайта.

Гугл плюс

Социальная сеть от Google. Интернет-маркетологи используют её скорее для SEO-оптимизации, чем для SMM.

Д

Дайджест

Статья, в которой сжато передается содержание самых интересных публикаций по определенной теме за какой-то период.

Дедлайн

Крайний срок, к которому должна быть выполнена задача.

Динамическая обложка

Обложка во «Вконтакте», на которую можно выводить актуальную информацию: последний подписчик, последний комментарий, курс валют, погоду и т.д.

Динамический ретаргетинг

Автоматическая генерация баннеров пользователям, посетившим ваш сайт, но не совершившим целевое действие. Вы посмотрели свитер с оленями на Lamoda, но не купили его, и через время вы увидите баннер с ним в социальных сетях. Инструмент доступен во «Вконтакте», «Одноклассниках», Facebook и Instagram.

Директ

Это функция в Instagram, которая позволяет обмениваться личными сообщениями внутри соцсети. Не путать с Яндекс.Директ!

З И К

Заглушка

Оформленное сообщество без постоянного постинга. Создаётся, чтобы получить возможность запускать рекламу.

Зафрендить

Добавить в друзья пользователя в соцсети.

Истории

Формат контента во «Вконтакте», который публикуется в специальном блоке над новостной лентой и автоматически удаляется через 24 часа.

Канал

Чат в Telegram, позволяющий отправлять сообщения неограниченному числу подписчиков.

Канвас (Канва)

Интерактивный рекламный формат, который разворачивается во весь экран. Формат ещё называют «Холст». Изначально был доступен на Facebook, сейчас есть возможность создавать его в «Одноклассниках».

Карусель

Рекламная запись с несколькими кликабельными карточками.

Кейс

Описанный опыт достижения цели. Обычно включает в себя задачу, решение и результат.

К

Кликбейт

Способ написания заголовка, допускающий искажение смысла текста ради того, чтобы заинтересовать читателя.

Колтрекинг

Технология, которая отслеживает обращения клиентов по телефону и связывает их с конкретными рекламными источниками.

Комментарий

Запись пользователя под постом или в обсуждении.

Комьюнити-менеджмент

Работа с аудиторией в сообществах бренда. Это понятие, которое включает в себя ответы на комментарии пользователей и создание контента.

Конверсия

Отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия, к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах.

Контент

Информация, публикуемая в социальных сетях.

Кросспостинг

Дублирование контента в разные социальные сети.

Л

Лайв

Прямая трансляция.

Лайк

Реакция одобрения на контент, выражающаяся нажатием одной кнопки.

Лендинг

Одностраничный сайт, продвигающий одну услугу или товар.

Лид

Потенциальный клиент, обозначивший желание воспользоваться предложением и оставивший контактные данные.

Лидер мнения

Человек, оказывающий влияние на мнение других людей. Обычно за лидеров мнений принимают блогеров.

Лид-магнит

Бесплатное предложение в обмен на контактные данные. Это любимый инструмент инфо-бизнесменов. Сначала они предлагают отправить вам на почту бесплатный чек-лист, шпаргалку или отчёт. После получения вашего адреса начинают присылать рассылку и показывать рекламу в соцсетях (если аккаунт зарегистрирован на указанную почту).

Л

Лидогенерация

Вид интернет-маркетинга, концентрирующийся на получении лидов и подразумевающий оплату за результативные контакты пользователей.

Линк

Ссылка.

Личка

Личные сообщения в социальных сетях.

Логин

Имя учётной записи пользователя в соцсетях.

Лойс

См. Лайк.

Лонгрид

Большой текстовый материал, который хорошо сверстан и наполнен фото. Во «Вконтакте» лонгридом называются материалы на AMP-технологии.

Лояльность

Доверительное отношение к бренду.

М

Мануал

Руководство, инструкция по использованию чего-либо.

Маркет-платформа

Функционал «Вконтакте», позволяющий в автоматическом режиме размещать рекламные записи в сторонних сообществах.

Масслайкинг

Массовое проставление лайков к контенту пользователей соцсетей. Считается серой механикой продвижения, но до сих пор распространён в Instagram.

Массфоловинг

Массовое добавление в друзья пользователей. Считается серой механикой продвижения.

Медиаплан

Подробный документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании, используемые каналы, основные настройки и бюджет.

Мем

Идея или образ, ставшие знаменитыми в интернете и превратившиеся в объект обсуждения.

М Н

Мероприятие

Вид сообщества, который предназначен для организации концертов и других событий.

Мессенджер

Приложение для обмена мгновенными сообщениями.

Модератор

Вид руководителя сообществом, который владеет ограниченным функционалом управления. Для каждой сети доступный функционал различается.

Мониторинг

Систематическое наблюдение за инфополем. Отслеживание упоминаний компании, изучение трендов, исследование конкурентной среды.

Накрутка

Искусственное увеличение ключевых параметров сообществ или аккаунтов в соцсетях: подписчики, лайки, охваты.

Нативка

Нативная реклама. Она органично вписывается в контент сообщества, полезна и информативна, при этом содержит упоминание вашего бренда, продукта или товара.

Ниша

Сфера, которая потенциально может принести доход.

О П

Обложка

Горизонтальный графический элемент, который располагается в шапке сообщества. Во «ВКонтакте» можно сделать динамическую обложку, а в Facebook поставить на обложку видео.

Органическая реклама

Размещение рекламных публикаций в сторонних сообществах.

Отложка

Посты в таймере автопостинга.

Офферы

Пользователи, которые подписываются на ваше сообщество за деньги.

Охват

Уникальные просмотры контента. Если один пользователь увидел вашу рекламу 10 раз, в таком случае охват равен одному, а показы равны десяти.

Паблик

Публичная страница. Вид сообщества, подходящий для СМИ и брендов.

П

Парсинг

Сбор баз с целевой аудиторией. Для этого используются специальные сервисы, которые называются парсеры. Парсер ищет людей по заданным критериям и собирает их в файл или сразу загружает в базу ретаргетинга.

Партнерка

Партнерская программа, формат рекламной активности интернет-магазина или сервиса, направленный на увеличение продаж. Магазин предоставляет участникам партнерки ссылки, баннеры, тексты для рекламы своих товаров и выплачивает процент с покупок, совершенных пришедшими по рекламе партнера клиентами.

Пиксель

Код ретаргета, позволяющий собирать пользователей, посещавших ваш сайт.

Плейсмент

Место, где показывается ваша реклама на Facebook: правый блок в веб-интерфейсе, лента новостей в Facebook и Instagram, Audience Network, Messenger.

Подписчик

Человек, подписанный на ваш аккаунт или сообщество.

П

Показ

Появление объявления на страницах соцсетей, загружаемых пользователями.

Посадочная страница

Веб-страница, на которую ведут трафик.

Посев

Массовое размещение рекламы в сторонних сообществах.

Пост

Формат контента в социальных сетях. В зависимости от соцсети может включать в себя текст, фото, видео, аудио, документ, опрос, ссылку, карту.

Постинг

Размещение постов в социальных сетях.

Пост-вью анализ (post-view)

Сбор данных об аудитории, которая посмотрела вашу рекламу, но не кликнула на неё. Существует миф, что такой анализ доступен только в медийной рекламе, но это не так. Пост-вью анализ можно запускать и во «ВКонтакте».

Пост-клик анализ (post-click)

Сбор данных об аудитории, которая уже привлечена на ваш сайт. Анализ после клика на рекламу.

П

Предложка

Функция «ВКонтакте», которая позволяет пользователям предлагать свои новости публичным страницам.

Премодерация

Способ управления контентом, в ходе которого любые сообщения пользователей первоначально доступны только руководителям сообщества. После согласия контент попадает в открытый доступ.

Приложение

Приложения в социальных сетях позволяют расширить функциональность сообществ, делая их полноценной заменой веб-сайтов и мобильных приложений. Например, в «Одноклассниках» мы можете поставить в свою группу приложение по рассылке сообщений.

Продакт-плейсмент

Приём неявной рекламы, заключающийся в том, чтобы ненавязчиво упоминать бренд или показывать логотип компании.

Прометей

Алгоритм «ВКонтакте», созданный для поиска и поддержки авторов интересного контента. За публикации, отмеченные особым вниманием аудитории, автор или его сообщество получает специальный знак огня и повышенные охваты в разделе «Рекомендаций».

Промопост

Вид рекламы в социальных сетях, который имеет структуру обычного поста и отображается в ленте пользователя.

Рассылка

Автоматизированная отправка писем или сообщений определенной группе адресатов, которые входят в базу.

Расшарить

Дать доступ к контенту.

Ремаркетинг

Рекламный механизм, посредством которого реклама направляется тем пользователям, которые уже контактировали с брендом: посещали сайт, состоят в базе клиентов. Изначально термин использовался в Google AdWords. Термин «ретаргетинг» полный синоним «ремаркетингу», только изобретенный в «Яндексе».

Репост

Это дублирование какого-либо поста в своем аккаунте или сообществе.

Ретаргетинг

Это рекламный механизм, посредством которого реклама направляется тем пользователям, которые уже контактировали с брендом: посещали сайт, состоят в базе клиентов.

Реферал

Человек, который пришёл по реферальной ссылке.

Реферальная ссылка

Ссылка на определенный интернет-ресурс, которая содержит уникальный идентификатор человека, разместившего ее.

Референс

Пример.

Саппорт

Служба поддержки.

Сквозная аналитика

Анализ эффективности рекламных кампаний на основе данных о продажах, отслеживающий полный путь клиента, начиная от рекламного касания до продажи и повторных продаж.

Сниппет

Кликабельная картинка, которая ведёт на конкретную веб-страницу.

Сокращение ссылок

Действие, которое помогает превратить длинную ссылку в короткую. Делается это с помощью специальных сервисов типа Google URL Shortener.

С

Сообщество

Сущность, которая описывает любое объединение людей в социальных сетях. Если во «ВКонтакте» нажать на кнопку «Создать сообщества», вы сможете сделать и группу, и страницу, и мероприятие.

Спам

Массовая рассылка рекламы тем пользователям, которые не соглашались её получать.

Ставка

Денежная сумма, которую рекламодатель ставит в рекламном кабинете за рекламу.

Стикеры

Изображения, которыми можно выражать свои эмоции в личных сообщениях и комментариях.

Сториз

Формат публикаций в социальных сетях, который позволяет размещать контент на 24 часа. Если вы захотите сохранить сториз в Instagram, вы можете закрепить её в своём профиле. Эта функция называется Highlights.

Стрим

Прямая трансляция.

С Т

Супер-гео

Вид таргетинга, при котором выбирается точка на карте и показ рекламы ограничивается минимальным радиусом. Во «ВКонтакте» и «Одноклассниках» минимальный радиус 500 метров, в Facebook и Instagram — 1000 м.

Таргетинг

Набор параметров, по которым можно сегментировать аудиторию.

Таргетолог

Специалист, который занимается рекламой в социальных сетях.

Тег

Элемент языка разметки текста (HTML).

Твит

Пост в Twitter.

ТГБ

Текстово-графический блок. Дополнительно этим термином обозначают формат таргетированной рекламы, который отображается не в ленте новостей.

Товар-локомотив

Заведомо популярный у клиентов товар или предложение.

Т У Ф

Трафик

Переходы пользователей в интернете.

Троллинг

Вызывающее поведение, оскорбления и провокации в интернете.

Турбо-страницы

AMP от Яндекса, ускоряющая открытие веб-страниц на мобильных устройствах. Аналог AMP от Google.

Умная лента

Алгоритм, который определяет выдачу новостей пользователю в его ленте в зависимости от его интересов.

УТП

Уникальное торговое предложение.

Фид

Сводка интернет-контента, которая регулярно обновляется и содержит ссылки на полные версии данного содержания.

Интернет-магазины используют фид товаров, чтобы запустить динамический ретаргетинг.

Фидбек

Ответная реакция, отклик.

Ф Х

Флуд

Информация, не имеющая отношения к теме разговора.

Фолловер

Подписчик.

Фрод

Мошенничество.

Фэйк

Подделка.

Хайп

Медийный шум и истерика вокруг какого-либо гаджета, приложения, сайта или мема.

Хейтер

Человек, испытывающий ненависть к определенному объекту или персонажу.

Хештег

Метка, которая используется для распределения сообщений по темам в социальных сетях.

Холст

Интерактивный рекламный формат, который развертывается во весь экран.

Ч Ш Э Ю

Чат

Место для обмена сообщениями в режиме реального времени.

Чат-бот

Программа, имитирующая собеседника в чате.

Шейр (Шер)

Репост.

Шортер

Сокращатель ссылок. Самые популярные сервисы: Google URL Shortener, Bitly, Vk.cc.

Эмоджи

Смайлики, которые помогают выразить эмоции в чате.

Энгейджмент

Вовлеченность. Смотри ER.

Юзабилити

Показатель простоты и удобства использования сайта.

Я

Ядра аудитории

Сегментация пользователей, которые взаимодействовали с вашим сообществом.

Основные сегменты:

- Все участники сообщества (M0);
- Участники сообщества, которые сделали хотя бы одно действие (M1);
- Внешние пользователи, которые не являются участниками сообщества, но совершили хотя бы одно действие в нём (E1);
- Кол-во пользователей, совершивших хотя бы одно действие (Ядро, K1);
- Кол-во пользователей, совершивших хотя бы три действия (Активное ядро, K3).

Сегментация позволяет анализировать эффективность ведения и продвижения сообщества.

Ядро аудитории

Группа людей, которые составляют сущность основной целевой аудитории. Это самая действенная ее часть, которая приносит или может принести максимальную долю прибыли.

Яндекс.Директ

Сервис для размещения контекстной рекламы на Яндексе и на сайтах-партнерах его рекламной сети.

Яндекс Метрика

Сервис, позволяющий отслеживать детальную статистику по посетителям вашего сайта.