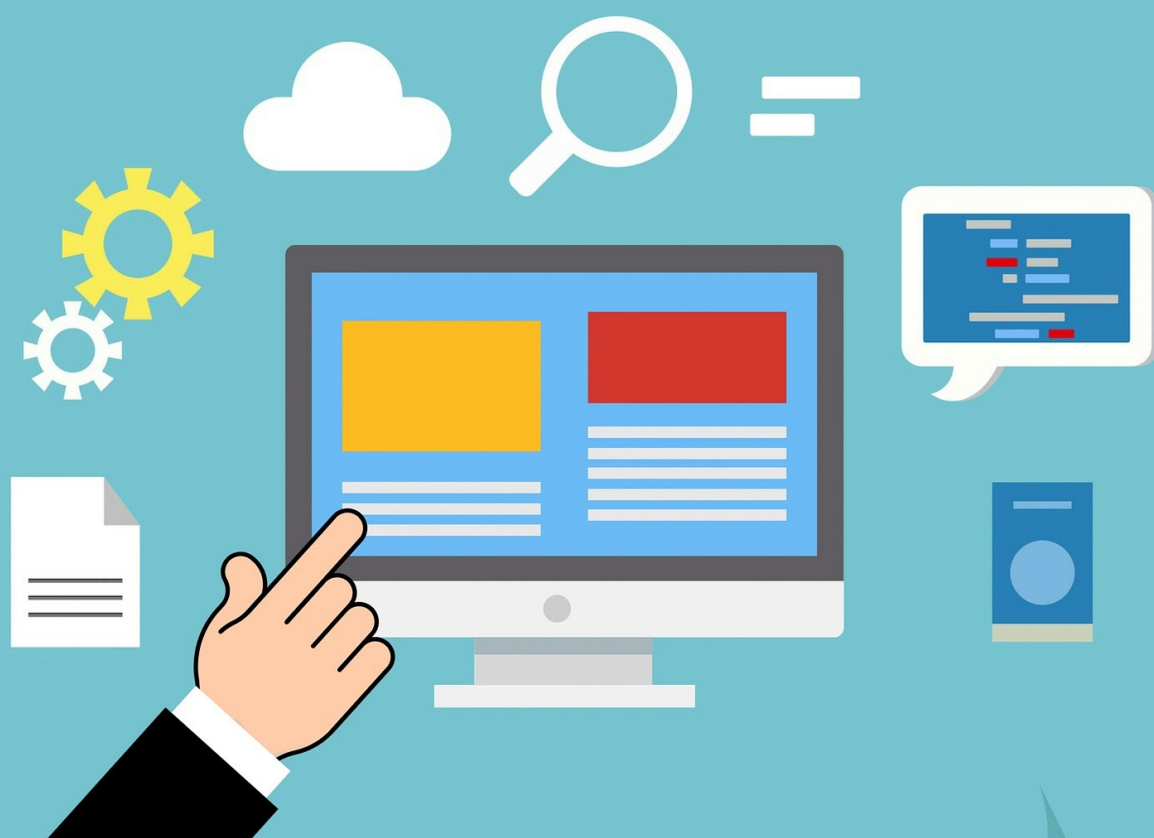


DEFINISJONER I DIGITAL MARKEDSFØRING

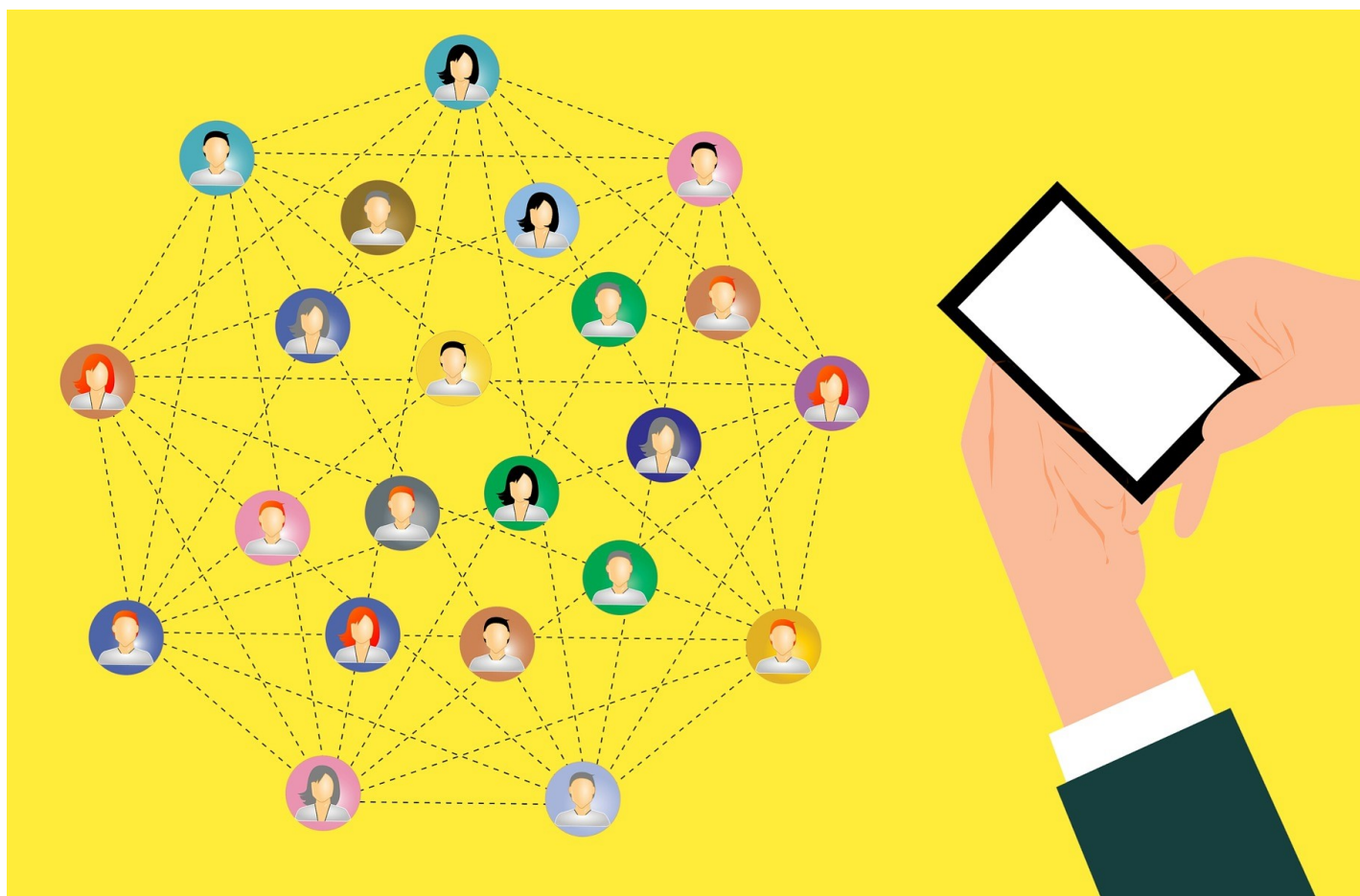
Admira Bajrektarevic

Markedsansvarlig

Mobile Worker



En god sjekklister med markedsbegreper for deg som ønsker å jobbe mer med digital markedsføring! Her har vi listet en rekke forklaringer som vi håper kan hjelpe deg.



A/B testing: En prosess hvor man tester to versjoner av innhold over samme periode for å finne ut hva som fungerer best for å forbedre markedsføringsarbeidet.

Bounce rate: Betyr 2 forskjellige ting i ulike kontekster.

WEB- Andelen av personer som lander på en side på nettstedet ditt, som deretter går videre **uten** å klikke på noe annet eller besøke andre sider på nettstedet ditt.

E-POST - En bounce rate her telles der en e-post ikke kunne leveres til mottakerens innboks. En høy bounce rate betyr generelt at lister er utdaterte eller kjøpte, eller de inneholder mange ugyldige e-postadresser.

Byer Persona: En halv-fiktiv representasjon av din ideelle kunde basert på markedsundersøkelser og ekte data om dine eksisterende kunder.

Call to action (CTA): En oppfordring til å trykke på en link, knapp, bilde eller et objekt som skal bidra til at besøkende konverterer.

Click-Through-Rate (CTR): Prosentandelen av målgruppen din som klikker gjennom fra en del av nettstedet ditt til neste trinn i markedsføringen. CTR kalkuleres ut i fra antall visninger av for eksempel nettsted/annonse delt på antall klikk.

Conversion rate: Prosentandelen av personer som fullførte ønsket handling på en enkelt nettside, for eksempel å fylle ut et skjema.

Conversion Rate Optimization (CRO): Prosessen med å forbedre konverteringene på nettstedet ved hjelp av designteknikker, optimaliseringsprinsipper og testing. Det innebærer å skape en god brukeropplevelse for besøkende som kan konvertere dem til kunder.

Inbound Marketing: Refererer til markedsføringsaktiviteter som trekker besøkende inn, i stedet for at markedsførere må gå ut for å få potensielle kunder oppmerksomhet. Det handler om å få oppmerksomheten til kundene, gjøre selskapet enkelt å finne på nett, og trekke kunder til nettsiden ved å produsere interessant, nyttig innhold.

Outbound marketing: Refererer til enhver form for markedsføring der et selskap initierer kontakt og sender budskap ut til et publikum. Outbound markedsføring er motsatt av inbound markedsføring, hvor kundene finner deg når de trenger deg.

Content marketing: Et ledd i inbound marketing der fokus på produksjon av innhold settes høyt. Innhold som er relevant for målgruppen din er med på å trekke interesse og handlingsvilje som gjør besøkere til leads.

Keyword/Nøkkelord: Søkord som gir deg synlighet i søkeresultatene til søkemotorer som Google, Yahoo og Bing. **Long tail keywords** er lengre søkefraser med 3 ord eller mer, ofte spørsmål eller hele setninger.

Landingside: En spesifikk og «skjult» side i ditt nettsted som ofte brukes i kampanjesammenhenger. Inneholder et skjema som brukes til generering av leads. Denne siden dreier seg om et markedsføringstilbud –få gratis befaring, få pristilbud, test av system, ol.





Lead: En person eller en bedrift som har vist interesse for et produkt eller en tjeneste ved å for eksempel fylle ut et skjema, abonnere på en blogg, eller dele sin kontaktinformasjon.

Lead nurturing: En praksis der man bruker en rekke kommunikasjonsledd (e-post, sosiale medier, meldinger ol.) som bidrar å kvalifisere et lead, holde det engasjert, og gradvis presse det ned i salgstakten.

Linkejuice: Er et SEO-uttrykk som brukes for å beskrive verdien av en hyperkobling mellom ulike nettsider. Ifølge Google er mange eksterne relevante lenker en av de viktigste faktorene for å få topprangeringer i søkemotoren.

Search Engine Optimization (SEO): Arbeidet med å forbedre hvor en nettside vises i søkeresultatene. Handler om å skape bedre rangeringer og synlighet hos Google, Yahoo, Bing og andre søkemotorer, slik at du får flere relevante besøkende til nettstedet ditt.



Pixel: En tag (eller ofte kalt pixel) er en kort utgave av javascript (kode) som installeres på nettsiden din. Pixler samler ofte informasjon om dine besøkere og deres bevegelser og handlinger på nettstedet. Pixler/tags skaper ofte datagrunnlaget for remarketing.

Remarketing: Remarketing (også kjent som retargeting) er metoden hvor man viser målrettede annonser til personer som allerede har besøkt eller gjort handlinger på nettstedet ditt.

Referrals (traffikk/leads): Trafikk eller leads som kommer fra websider utenfor nettstedet ditt, for eksempel partnersider, eller forhandlere som omtaler deg.

Webinar: Et seminar eller en annen presentasjon som foregår på Internett, slik at deltakere på forskjellige steder kan se og høre presentatøren, stille spørsmål og noen ganger svare på spørreundersøkelser.