

—
**PEPPER
MINT
AGENCY**



PARCOUREZ
NOTRE LEXIQUE

du référencement



agence en conseils agiles et pertinents

→ [peppermint agency.fr](https://peppermintagency.fr) | hello@peppermintagency.fr | NANTES

→ BACKLINK

Un backlink est un lien retour ou entrant. Le terme désigne un lien hypertexte à l'intérieur d'un contenu pointant vers un autre site, un autre domaine. Les robots de crawl des moteurs de recherche utilisent les backlinks pour explorer le web, découvrir de nouvelles pages et trouver des liens entre des sites.

CPC

Le CPC ou coût par clic est un indicateur utilisé pour mesurer le coût moyen d'un clic pour une campagne de référencement sponsorisé. Les annonceurs payent seulement lorsqu'un internaute clique sur la publicité diffusée. Pour les moteurs de recherche, un système d'enchères est mis en place.

CTR

Le CTR ou taux de clics est également un indicateur de performance très important pour les annonceurs à la recherche de performance. Il s'agit de la proportion d'internautes qui voient la publicité d'un annonceur et cliquent sur cette dernière. Calcul : nombre de clics sur l'annonce / nombre d'affichages de l'annonce x 100



GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics est l'outil statistique de Google, qui permet à chaque administrateur de site web de pouvoir analyser son audience, totalement gratuit, il permet de suivre le nombre de visiteurs, leurs provenances, le nombre de pages vues, le temps passé sur le site, le taux de rebond,...

GOOGLE ADWORDS

Google Adwords permet d'afficher des annonces dans les résultats du moteur de recherche Google et sur les sites affiliés. Si plusieurs annonceurs souhaitent apparaître sur un même mot-clé, c'est celui qui mettra le plus d'argent sur la table qui sera le mieux affiché.

IMPRESSION

Une impression est le nombre de liens vers votre site qui s'affiche dans les résultats de recherche de Google. Le terme d'impression d'origine anglaise est utilisé dans le cadre de la publicité display, mais également dans celui des liens sponsorisés.

INDEXATION

L'indexation est une phase du référencement naturel visant la prise en compte de votre site internet par des robots dans la base de données d'un moteur de recherche (Google, Yahoo, Bing...) ou d'un annuaire. Le contenu de qualité médiocre ou le contenu dupliqué ne sont pas indexés.



LANDING PAGE

Une landing page ou page d'atterrissage, est la page de votre site web sur laquelle arrive un visiteur venant de cliquer sur un élément publicitaire. Il s'agit d'un élément très important car elle conditionne la transformation d'un simple cliqueur en prospect plus ou moins qualifié ou voire même en client.

→ LIEN SPONSORISÉ

Un lien sponsorisé ou commercial est affiché par un moteur de recherche dans un but promotionnel. Il vise à favoriser la visibilité des marques et / ou des produits. Désormais il peut inclure des images et d'autres éléments et même prendre la forme d'un diaporama ou d'une vidéo.

MOTS CLÉS

Les mots clés ou keyword, désignent le mot saisi par l'internaute dans la barre de recherche de Google pour trouver une information, un produit ou un service. Les mots clés doivent être choisis avec soin car ils sont le lien entre ce que les gens recherchent et le contenu que vous fournissez pour répondre à ce besoin.



QUALITY SCORE

Le Quality score est une note sur 10, basée sur la cohérence entre le choix du mot clé, de l'annonce et de la page de destination de l'annonce. Une annonce bénéficiant d'un mauvais Quality Score se verra voir augmenter son enchère à titre de pénalité.

ROBOT

Un robot est un logiciel utilisé par les moteurs de recherche pour explorer votre site web en cliquant sur tous les liens hypertextes qu'il rencontre et ainsi l'indexer. Chaque moteur de recherche a son propre robot : Googlebot (Google), Bingbot (Bing), YandexBot (Yandex).

ROI

Le ROI ou retour sur investissement, est le bénéfice que vous avez réalisé grâce à vos annonces par rapport au montant dépensé pour ces dernières. Il peut servir à mesurer l'efficacité de vos actions et investissement marketing ou montrer la «rentabilité» ou l'efficacité de votre solution.

SITEMAPS

Un sitemap est un protocole recensant toutes les adresses d'un site web disponibles pour l'indexation automatique.

URL

Une URL est une ligne de texte de format universel qui permet d'accéder à une ressource internet (un fichier, une image, un nom de domaine d'un site,...)

