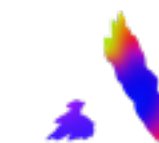


GUIDE

AVIDLY

Den digitala marknadsförarens
ORDLISTA

INTRODUKTION



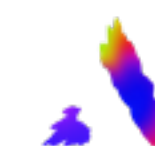
Affiliate marketing, Bounce rate och Soft bounce - om det inte vore nog med utmaningar i yrket som marknadsförare så finns det också ord som man förväntas kunna. För att du inte ser ut som ett frågetecken nästa gång någon nämner Hotjar eller Google Tag Manager har vi tagit fram denna ordlista med över 100 begrepp och facktermer inom digital marknadsföring.

Denna lista ska hjälpa marknadschefer, marknadscoordinatorer, men även säljare att navigera sig fram i denna djungel av uttryck och “buzzwords”.

Vi hoppas att du lär dig ett och annat nytt så att du inte hamnar på efterkälken i din nästa diskussion med webbutvecklare, designers, sociala medie-experten och andra personer som jobbar inom digital marknadsföring.

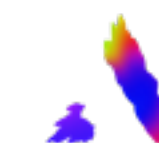
Trevlig läsning!

ORDLISTAN FRÅN A-Ö



A H O W
B I P Y
C J R Z
D K S Å
E L T Ä
F M U Ö
G N V

A



A/B TESTNING

En metod för att jämföra två versioner av en webbplats eller en applikation mot varandra för att bestämma vilken som presterar bäst. A/B-tester används främst för experiment där två eller flera varianter av en sida eller ett sidelement visas för olika, slumpmässigt utvalda användare. Den statistiska som genereras ligger sedan till grund för en analys för att bestämma vilken variant som ger de bästa resultaten jämfört med ett mål.

ACCOUNT BASED MARKETING (ABM)

En form av strategisk marknadsföring. Utgångspunkten är att ett företag/ en organisation väljer ut ett enskilt prospect eller account, dock inte enskilda personer. Sedan riktar företaget sin marknadsföring mot just det accountet.

Med andra ord är det precis som namnet föreslår: marknadsföring riktad till ett specifikt account som kan vara en befintlig eller potentiell ny kund. Marknadsföringsstrategin används vanligtvis av säljorganisationer på företagsnivå, och är mest relevant inom B2B-världen.

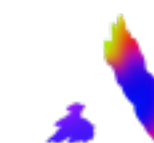
AD RECALL

Ad recall är ett tillvägagångssätt som används för att undersöka effektivitet av annonser. Personer exponeras för annonser och vid ett senare tillfälle tillfrågas de om de kommer ihåg annonsen.

ADOBE CREATIVE CLOUD

En molnbaserad prenumerationstjänst kring Adobes grafiska och kreativa program som Photoshop, Indesign, Premiere Pro och många fler. På grund av sin prisvärdhet en utmärkt utgångspunkt för vilket designprojekt som helst. Du kan öppna och uppdatera skrivbordsapplikationer snabbt samt hantera och dela resurser. Det bästa av allt är att applikationen är undangömd men ändå är tillgänglig när du behöver den. Så att du kan fokusera på kreativitet.

A



A/B TESTNING

En metod för att jämföra två versioner av en webbplats eller en applikation mot varandra för att bestämma vilken som presterar bäst. A/B-tester används främst för experiment där två eller flera varianter av en sida eller ett sidelement visas för olika, slumpmässigt utvalda användare. Den statistiska som genereras ligger sedan till grund för en analys för att bestämma vilken variant som ger de bästa resultaten jämfört med ett mål.

ACCOUNT BASED MARKETING (ABM)

En form av strategisk marknadsföring. Utgångspunkten är att ett företag/ en organisation väljer ut ett enskilt prospect eller account, dock inte enskilda personer. Sedan riktar företaget sin marknadsföring mot just det accountet.

Med andra ord är det precis som namnet föreslår: marknadsföring riktad till ett specifikt account som kan vara en befintlig eller potentiell ny kund. Marknadsföringsstrategin används vanligtvis av säljorganisationer på företagsnivå, och är mest relevant inom B2B-världen.

AD RECALL

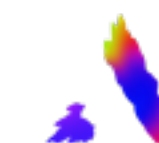
Ad recall är ett tillvägagångssätt som används för att undersöka effektivitet av annonser. Personer exponeras för annonser och vid ett senare tillfälle tillfrågas de om de kommer ihåg annonsen.

AFFILIATE MARKETING

En marknadsföringsstrategi där människor eller företag främjar ditt företag eller dina produkter via sina egna kanaler, mot en del av vinsten. Man kan närma sig affiliate marknadsföring på två sätt: Du kan erbjuda ett affiliateprogram till andra eller så kan du erbjuda dig att vara en annan verksamhet affiliate. Företag som driver affiliateprogram betalar sina partners en summa för varje "lead" som besöker webbplatsen som marknadsförs.

Ditt främsta mål bör vara att hitta partners inom din målgrupp som kan förmedla din produkt eller webbplats på rätt sätt. Ett exempel på partners är bloggare, online-tidningar och influencers. Dessa har ofta hängivna läsare och anhängare. Detta kan vara särskilt effektivt om du har en ny produkt att lansera eller om du behöver mer trafik till din webbplats.

A



AGIL MARKNADS- FÖRING (FLEXIBEL MARKNADS- FÖRING)

Ett tillvägagångssätt för marknadsföring som är inspirerat från flexibel mjukvaruutveckling. Målet med flexibel marknadsföring är att höja effektiviteten, öka förutsägbarheten och åstadkomma bättre anpassningsförmåga. Bedriver du agil marknadsföring måste du ha möjlighet till att vara flexibel och anpassningsbar på punkter som projektledning, samarbetsformer och mycket mer.

ALT-TAGGAR

Med ALT-taggar menas text som hjälper till att beskriva vad en bild på en webbplats handlar om. Genom att beskriva bilderna du har på din webbplats eller i dina bloggposter blir det lättare för personer som besöker ditt innehåll att hitta vad de letar efter. Dessutom hjälper dina ALT-taggar dig att ranka högre i sökmotorer genom att sökmotorerna kan "läsa" bilderna i ditt innehåll.

Vi rekommenderar att du manuellt skriver in ALT-texter på dina bilder som du publicerar. Dessa texter ska vara unika för varje bild och ha en egen beskrivning.

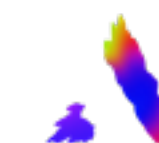
ANVÄNDAR- GRÄNSSNITT (UI)

Användargränssnitt (på engelska user interface eller UI) ska underlätta för användare att kommunicera och interagera med maskiner. För datorer kan användargränssnittet delas upp i två olika typer: grafiskt användargränssnitt och textligt användargränssnitt. Att skapa bra användargränssnitt ger människor möjligheter att använda maskiner på ett intuitivt sätt. Det vill säga, människor förstår snabbare hur de ska kunna utföra det de efterfrågar med hjälp av gränssnittet.

ANSKAFFNINGS- KOSTNAD (CUSTOMER ACQUISITION COST, CAC)

Kostnaden som uppstår när ett lead blir till en stängd affär. Kunden har alltså hittat dig genom din marknadsföring och sedan köpt från dig. CAC är en parameter som har blivit mer populär på senare tid eftersom webbaserad marknadsföring har blivit lättare att mäta samt spåra. Om du använder 1000 kronor på annonsering och får 50 kunder då är CAC 20 kr per kund.

A



API (APPLICATION PROGRAMMING INTERFACE)

Application programming interface (API), eller applikationsgränssnitt, är ett gränssnitt i en programvara som gör att specifika delar av programvaran kan aktiveras och också köras av andra program.

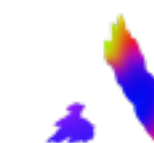
ARTIFICIELL INTELLIGENS (AI)

Ett forsknings- och utvecklingsområde inom datateknologin som använder sig av teoretiska och experimentella verktyg till att studera intelligenta beteenden. Forskare inom AI använder resultaten för att konstruera datasystem som är intelligenta i den mån att de kan lösa problem och lära sig av egna erfarenheter. Ett välkänt användningsområde är utvecklingen av intelligenta robotar och hur de kommer påverka framtiden.

AVKASTNING PÅ INVESTERING / RETURN ON INVESTMENT (ROI)

Ett nyckeltal som används för att utvärdera effektiviteten av en investering eller för att jämföra resultat av olika sorters investeringar. ROI visar avkastningen på en investering i förhållande till investeringens kostnad, alltså om investeringen "har lönat sig". För att beräkna ROI tar du avkastningen av investeringen och förhållande till investeringskostnaden och delar avkastningen på investeringskostnaden. Då får du ett procenttal som visar förhållandet mellan avkastning och investering.

B



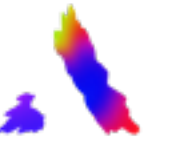
- B2B** En förkortning av Business to Business som används för att beskriva företag som säljer och marknadsför sig till andra företag. Det vill säga företag till företag.
- B2C** En förkortning av Business to Consumer som används för att beskriva företag som säljer och marknadsför sig till konsumenter av produkter och tjänster. Alltså företag till slutkonsument.
- BETAL-PER-KLICK** Även känt som kostnad per klick (CPC), är ett mått som används för att mäta trafik som går till webbplatser som är skapad av en annonsör. En annonsör betalar en förläggare, vanligtvis en webbplatsägare eller ett nätverk av webbplatser, när annonsen kommer att visas och klickas på. Kostnad per klick brukar också associeras med sökmotorer till exempel Google AdWords.

- BOUNCE RATE** Bounce rate är ett begrepp som används vid analys av webbsidetrafik. Bounce rate visar procentandelen av besökare som går in på en webbsida och därefter lämnar sidan ("bounce") istället för att navigera sig vidare in på webbplatsen. Bounce rate används för att mäta effektivitet när det kommer till att få besökare på sidan att fortsätta med besöket. Det uttrycks som en procentandel och representerar andelen besök som besöker en del av hemsidan men sedan lämnar utan att göra något annat. [Läs mer om hur du sänker Bounce rate på din webbplats](#)

- BRAND AWARENESS** Termen brand awareness eller varumärkes-kännedom används för att beskriva hur många som känner ett företag. Det innebär att potentiella kunder inte bara känner igen en logga men också vet om vad företaget arbetar med samt vilka produkter eller tjänster de säljer.

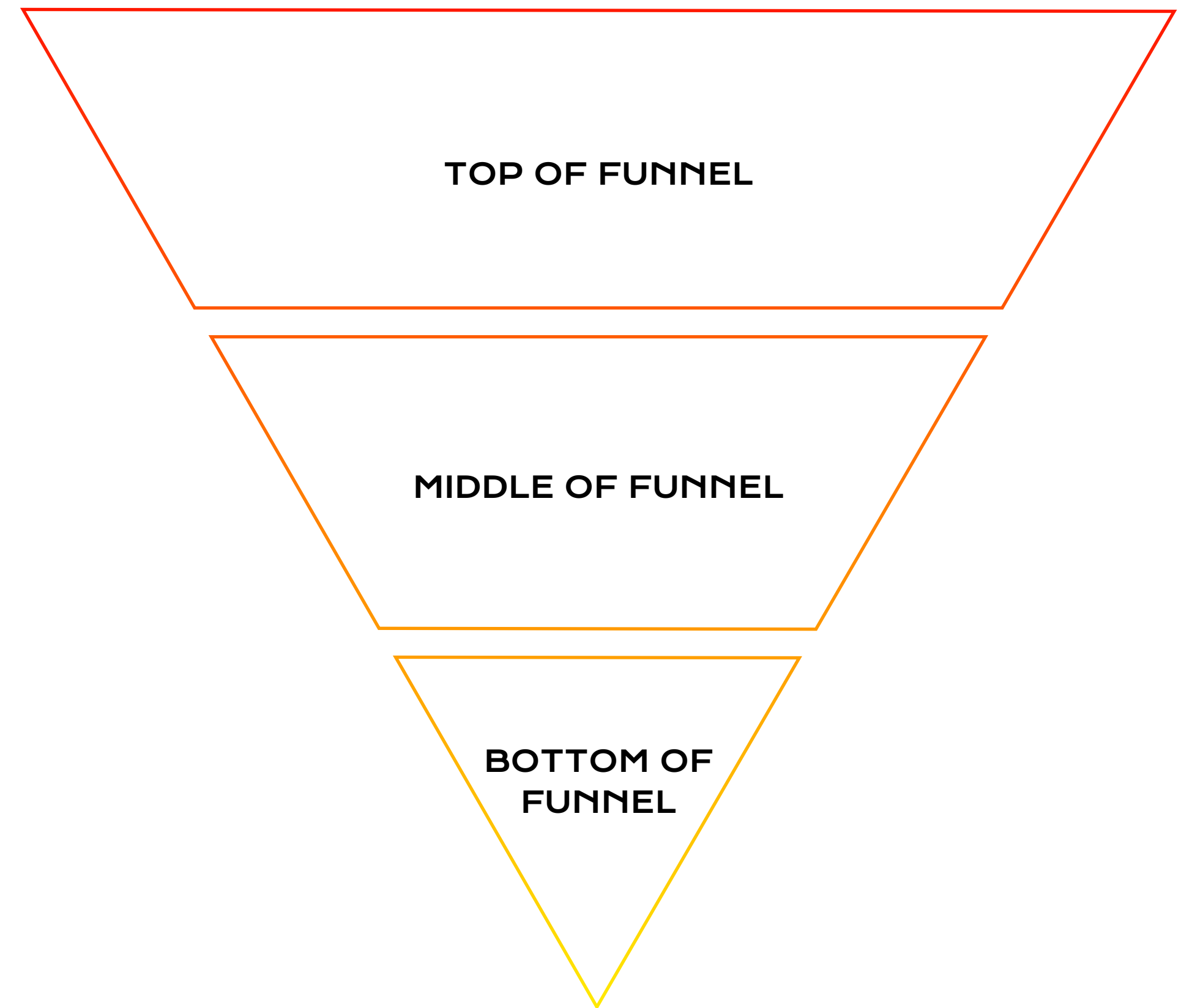
- BRANDING** Inom branding jobbar man med att skapa en unik position på marknaden och även ett rykte för rätt målgrupp. Huvudsakligen ska detta ske genom breda marknadsföringskampanjer. Branding innebär att företag ska försöka etablera en betydelsefull och differentierad tillvaro på marknaden som lockar nya och behåller gamla kunder.

B

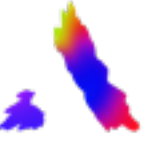


BOTTOM OF FUNNEL

Sista stationen, alltså själva beslutsfasen, i en köpresa där kunden gör ett urval och bestämmer sig för en specifik produkt eller tjänst. Här är det viktigt att skapa innehåll som visar din produkt och varför du anser att din produkt är den bästa lösningen för den potentiella kunden.



C



CANONICAL TAG

En kanonisk kod är ett sätt att tala om för sökmotorer att en bestämd internetadress representerar originalkopian av en webbsida. Användning av kanoniska taggar förhindrar problem som uppstår när det finns identiskt eller duplicerat innehåll på flera webbsidor. Den kanoniska taggen talar om för sökmotorer vilken version av en webbadress som du vill ska visas i sökresultaten.

CALLS-TO-ACTION (CTA)

En så kallad uppmaning till handling, alltså en bild eller en textlänk som ska övertala besökare, leads eller kunder att genomföra en handling. Handlingarna kan vara olika, exempelvis kan det vara att någon bör ladda ner en e-bok, prenumerera på en blogg eller läsa en viss artikel.

CASCADING STYLE SHEETS (CSS)

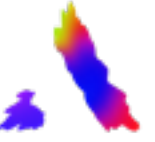
Regler som används för att definiera utseende av filer skrivna i HTML eller XML. Principen är att HTML- eller XML-dokumentet uteslutande beskriver struktur, medan layout, färger och annan stilinformation ska beskrivas av CSS.

Stilinformationen kan integreras i själva dokumentet eller separeras ut som en separat fil med förlängningen .css. Ett obegränsat antal dokument kan sammankopplas till och styras av samma .css-fil, vilket är styrkan hos CSS. Genom att ändra en fil, kan man därför ändra färger, bakgrundsbilder och liknande i alla dokument som är sammankopplade till CSS-filen.

CHATBOTAR

Dataprogram som simulerar mänskliga samtal genom talkommandon, textchat eller båda delar. Chattbotar, kort för chatterbot, är byggda på artificiell intelligens. Funktionen kan integreras och användas på sidor på internet.

C



CLICK FUNNELS

Click funnels är klickbaserad programvara som du kan använda för att skapa en serie webbsidor som folk ska navigera genom för att tillslut köpa en produkt, konvertera till en e-postlista eller anmäla sig till ett webinar. Du behöver inte kunna koda för att skapa en click funnel.

COLD-CALLING (KALLA SAMTAL)

När en säljare tar kontakt med en potentiell kund över telefon utan att det finns en relation på förhand, kallas detta cold calling. Utgångspunkten är att det är säljaren och inte kunden som tar initiativ till kontakt, och att säljaren inte vet vad den potentiella kunden har utfört för handlingar på säljarens hemsida.

COMMUNITY MANAGER

Community managers ansvarar för att företräda ett varumärke i sociala nätverk. De kan därför betraktas som ambassadörer för ett varumärke eller företag. Community managers skapar sin egen sociala persona och deltar aktivt i online-diskussioner för att connecta till potentiella kunder. De försöker vanligtvis nå ut till de som kanske eller kanske inte har hört talas om det företag community managern arbetar för och försöker därför öka medvetenheten om varumärket.

CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)

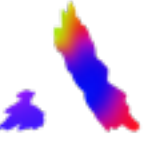
Ett publiceringssystem som verktyg som används för att designa, hantera och publicera innehåll på en webbplats. CMS-system har moduler som kan användas för att organisera och redigera text, färger, teckensnitt, teman och mer.

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Ett system eller plattform inom Customer Relationship Management hjälper dig att hålla ordning på dina kunder och leads (exempelvis de som har konverterat på webben). Att ha all din data på ett och samma ställe hjälper dig att hålla koll på vilken kommunikation du har haft med kunden och hur du kan optimera framtida interaktioner. Inom inbound-metodiken används information inom CRM:et för att mer effektivt kunna leda dina ideala kunder genom alla steg i köpresan.

[Läs mer om CRM](#)

D



DARK SOCIAL

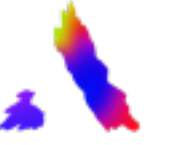
En trafikälla till din webbplats som uppstår om du publicerar ett inlägg på sociala medier med en länk utan spårningskod (dvs. direkt på sociala medier eller i e-postmeddelanden som användare skickar till varandra). I sådana fall kommer ett klick på länken räknas som direkttrafik. Därför är det alltid smart att använda spårande länkar när du publicerar något.

DEMAND GENERATION

Kort sagt innebär demand generation ett antal koordinerade och genomtänkta aktiviteter som hjälper dig att uppnå de marknadsföringsmål som du har satt. Demand generation-strategier går ut på att skapa intresse bland prospects och kunder för dina produkter och tjänster. Genom att ha demand generation kan du attrahera nya marknader, marknadsföra nya produkter, bygga ditt varumärke och skapa engagemang bland kunder. Aktiviteter inom demand generation kan bilda knytpunkten för konverteringar och därmed knyta samman marknads- och säljavdelningen. Målet med strategierna är att locka till sig och vårda relevanta leads och skapa långvariga kundrelationer.

För att uppnå detta som marknadsförare måste du använda dig av marknadsföringskampanjer via e-post, blogginlägg och nedladdningsbart material i sociala medier och vara behjälplig i kundens köpresa. Det som skiljer demand generation från andra koncept som handlar om att skaffa nya kunder är att det bygger på ett långsiktigt perspektiv. Demand generation kan inkludera: E-böcker, nyhetsbrev, frukostseminarier, gratis demo, webinarier, annonsering på webbsidor, content och system för lead scoring.

D



DIREKT-FÖRSÄLJNING

Direktförsäljning definieras som försäljning genom självständiga säljare och distributörer. Direktförsäljning har existerat i alla tider men först på 1940-50-talet blev branschen införlivad i företag som har speciella koncept för sälj, marknadsföring och olika belöningsformer.

DIREKTTRAFIK

Denna trafik är vanligtvis ett resultat av en användare anger din URL i sin webbläsare eller använder ett bokmärke för att komma åt din hemsida direkt. I huvudsak inträffar direkt trafik när Google Analytics inte kan bestämma någon annan trafikälla eller kanal. På så sätt skiljer sig direkttrafik från andra källor som organiskt, hänvisningar, social, e-post och betald trafik.

DISPLAY-ANNONSERING

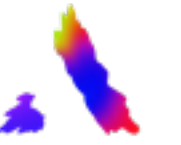
Annonsering genom Google Display Network får inte förväxlas med annonsering genom sökmotorer (Google Adwords). När du googlar kommer du att se textannonser från Adwords, alltså textannonser som ligger överst i sökresultatet. Display-annonser ser du med text bild eller video som ligger som annonser på på exempelvis Youtube, online-tidningar, appar eller bloggar.

Genom att använda displayannonsering kommer du att nå fram till potentiella intressenter när de sannolikt inte tänker på att köpa dina produkter eller tjänster, men på så sätt kan du påverka och få intressentens uppmärksamhet. Genom att visa displayannonser i en relevant kontext så ökar sannolikheten att leadet uppfattar annonsen som intressant. Display-annonsering är ett bra alternativ till klassisk push-reklam från TV och radio.

DROP-SHIPPING

En försäljningsmetod där butiken inte har produkterna som säljs på lager. När butiken säljer en produkt köper de istället varan från en tredjepart som sedan skickar varan till kunden. Ett resultat av Drop-shipping är att säljaren aldrig hanterar produkten eller varan själv.

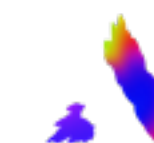
E



E-POST- MARKNADSFÖRING

E-postmarknadsföring innebär massutskick av riktade e-postkampanjer där meddelandet är skräddarsytt för mottagarna, och där mottagarna har på förhand gett samtycke till att ta emot utskicken. Många har trott att e-posten är på väg att försvinna men studier och praxis visar att e-post fortfarande är ett viktigt verktyg för marknadsföring.

F



FACEBOOK BUSINESS MANAGER

Facebook Business Manager är ett användbart dashboard där annonserande företag kan samköra sina aktiviteter och budskap. Du kan administrera åtkomst till de rätta personerna (lägga till nya personer, byråer eller samarbetspartners), se kreditinformation, ladda upp din produktkatalog, posta inlägg, ändra faktureringsinfo - och mycket mer. Kort och gott: du skapar dig en tydlig översikt över all aktivitet kring din sida och dina annonskonton.

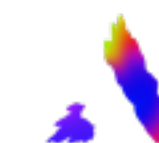
FACEBOOK PIXEL

En HTML-kod för din hemsida som gör det enklare att mäta, optimera och bygga trafik kring dina annonskampanjer. Låt dig inte skrämmas av att det är en kod, den är nämligen både enkel att använda och kräver ingen kunskap om kodning. När någon besöker din hemsida och agerar på något, till exempel klickar sig vidare på produktsidan, eller köper en viss produkt, triggas Facebooks pixel och rapporterar på handlingen. På detta sätt kan du se när en kund konverterar på din Facebook-annons.

Samtidigt blir det enklare att nå ut till samma kund igen tack vare identifieringsmöjligheterna pixeln ger. Ju mer konverteringarna på hemsidan ökar, blir Facebook bättre på att leverera annonserna till de mottagare som har högst sannolikhet att genomföra dina önskade handlingar.

Med all den information som den här funktionen ger, kan du optimera din hemsida för att göra den mer effektiv, samt skapa mer relevanta annonskampanjer till målgruppen på Facebook.

F



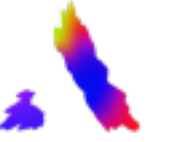
FÖRETAGSBLOGG En företagsblogg är en plattform som du själv äger och som ska användas till att publicera artiklar som är intressanta för din målgrupp. Innehållet är det viktigaste på din blogg och det är just vid skapandet av innehåll som du borde lägga mest tid.

Här följer några tips på hur du kan använda företagsbloggen:

Läs mer: [Hur ofta bör företag blogga?](#)

- △ Publicera artiklar som framhäver ditt företags position som thought leader i din bransch. Du kan skriva om hur du anser att framtiden ser ut, hur ditt företag jobbar och hur ni är unika.
- △ Skriv om branschnyheter och skriv också din åsikt om dem. Skriv gärna också om hur branschnyheterna kan påverka ditt eller andras företag.
- △ Kundberättelser - intervju nöjda kunder om varför de valde dig och hur de upplevde att jobba mer er.
- △ Intervju dina anställda eller dela bilder från en teambuilding-aktivitet. Det är viktigt att de anställda också får ett ansikte.
- △ Företagsnyheter - skriv om vad som händer i ditt företag. Dela med dig av vad som händer på ett personligt och engagerande sätt.

G



GDPR

General Data Protection Regulation trädde i kraft i den Europeiska Unionen den 25 maj 2018. GDPR reglerar punkter som samtycke och huruvida företag och individer behöver få användarens godkännande för att samla in hans personuppgifter. Syftet får inte vara för brett eller luddigt.

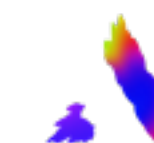
Använder företaget ett marketing automation-system behöver det informera om detta. Ett annat område som GDPR handlar om är åtkomst till egna uppgifter: Användarna har rätt att veta hur de kan ta del av sina uppgifter, rätta dem eller radera dem. Detta är enbart en kort beskrivning av GDPR:s innebörd och vi rekommenderar vidare läsning i våra blogginlägg, exempelvis:

[GDPR - Det här behöver du veta om den nya dataförordningen](#)
[Brukar du köpa e-postadresser? Då får du snart tänka om!](#)

GOOGLE ADWORDS

Googles sätt att visa annonser i sökresultat och på sajter i deras nätverk. Det attraktiva med dessa annonser är att annonsören kan styra relevans och behålla kostnadskontroll.

G



GOOGLE ANALYTICS

Ett statistikverktyg som tillåter kartläggning av besökarnas beteende på en viss webbplats. Bland annat kan webbplatsägaren se vilka sidor som har flest visningar, vilka enheter användarna surfar med och vilka sidor som har en hög bounce rate. Det går också att bygga “funnels” för att analysera huruvida besökarna rör sig mot ett visst mål och var de droppar av. Google Analytics är gratis, men för att det ska fungera krävs att en tagg är installerad på webbplatsen.

GOOGLE SEARCH CONSOLE

Googles verktyg för webbansvariga, som precis som Google Analytics är helt gratis. Med hjälp av Search Console kan man se hur ens webbplats presterar i Googles sökmotor. Väldigt användbart är funktioner kring webbplatsfel, site maps och robots.txt-fil (som styr vilket innehåll som ska indexeras och vilket inte).

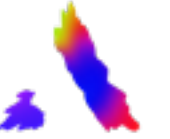
GOOGLE TAG MANAGER

Google Tag Manager är ett gratis verktyg som låter dig hantera och distribuera marketing taggar (utdrag av kod eller spårningspixlar) på din webbplats (eller mobilapp) utan att behöva ändra koden. En stor fördel med Tag Manager är att du, marknadsföraren, kan hantera koden på egen hand och behöver inte fråga utvecklarna.

GÄSTBLOGGARE

Guest blogging är ett vedertaget sätt att sprida sitt varumärke bland nya målgrupper utan att (i regel) betala för det. Upplägget grundar sig på att en välkänd expert eller företrädare för ett visst område inom valfri bransch intervjuas eller skriver ett inlägg om ett ämne. Spridningen till nya målgrupper sker genom flera sätt, bland annat genom att experten delar blogginlägget på sina sociala plattformar. På så sätt bygger hen både sitt personliga varumärke och driver trafik till er webbplats.

H



HARD BOUNCE/ SOFT BOUNCE

En hård studs uppstår när ett e-postmeddelande returneras till avsändaren eftersom mottagarens adress är ogiltig. Detta på grund av domännamnet inte existerar eller eftersom mottagaren är okänd. En mjuk studs däremot innebär att mejlet når mottagarens server men studsas tillbaka innan det kommer fram till den avsedda mottagaren. En mjuk studs kan inträffa eftersom mottagarens inkorg är full.

HOTJAR

Hotjar är ett verktyg som kartlägger användarnas beteende på en webbplats. Hotjar kombinerar både analys och feedback och med lite analyskunskap kan användaren förbättra webbplatsens användarupplevelse och prestanda. Hotjars analysverktyg tillåter mätning av användarbeteende, medan feedback-verktygen låter webbplatsägaren att höra vad ens användare tycker.

HTML

Det viktigaste programmeringsspråket för att bygga webbplatser och lägga in länkar till andra. Den viktigaste taggen är nog "a href" för att lägga in länkar. Moderna publiceringsverktyg (CMS:er) har nästan gjort det överflödigt för marknadsföraren att kunna språket, men en grundläggande förståelse för logiken är att rekommendera.

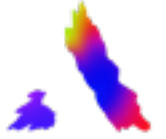
HUBSPOT

HubSpot är marknadens ledande plattform för marketing automation och omfattar hela kunddialogen från marknadsföring till försäljning och service.

HubSpot ger dig alla verktyg du behöver för att lyckas med inbound marketing och sales:

- △ HubSpot Marketing är den ultimata motorn för din inbound marketing.
- △ HubSpot CRM är ett intuitivt och starkt CRM-system. Och så är det ändå gratis.
- △ HubSpot CMS stödjer kundservice med skräddarsytt "smart content" för den enskilda besökaren

[Läs mer om Hubspot](#)



INBOUND-KAMPANJ

Kampanjer inom inbound marketing är fokuserade åtgärder för att styra alla digitala marknadsföringskanaler mot ett gemensamt mål. En inbound-kampanj syftar till att locka besökare till webbplatsen, konvertera besökare till leads (och till kunder) och vårda kunder så att de blir ambassadörer för företaget.

INBOUND MARKETING

Inbound marketing är en kundcentrerad marknadsföringsmetod som går ut på att optimera sitt innehåll på webben för att attrahera fler och rätt kunder. Genom att veta exakt vem din ideella kund är kan man anpassa innehållet utifrån kundens behov och intressen.

Metoden fokuserar på att utbilda och hjälpa kunden genom att skapa efterfrågad information om problemställningar och först i ett senare skede presentera sina produkter eller tjänster, när kunden förstår värdet. Information brukar kommuniceras genom bloggartiklar, videos, pods, infographics och annat som faller inom begreppet content/innehåll. Content marketing kanske du har hört talas om. Content är en del av inbound marketing metoden. [Läs mer om inbound marketing](#)

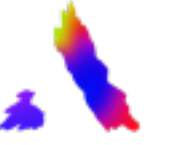
INBOUND SALES

Inbound sales handlar om att lyssna och sätta köparens behov först så att du kan sluta sälja - och istället börja hjälpa. Den här processen anpassas efter den enskilda köparens behov, frustrationer, utmaningar och mål. Med andra ord säljer du inte en produkt eller tjänst enbart för lönsamhet, du säljer en specifik lösning baserat på vad köparen behöver för att lösa sina utmaningar och uppnå sina önskade mål.

INFLUENCER MARKETING

Inom denna marknadsföringsmetod använder sig företag av influencers, det vill säga att opinionsledare och andra individer i sociala medier marknadsför företagets tjänst och/eller produkt. Dessa influencers ska påverka sina följares attityder på så sätt att de blir vänligt inställda mot det sponsrande företaget. För många konsumenter kan detta innebära en mer sömlös och "äkta" marknadsföring. Budskapen ska dock markeras som "reklam / marknadsföring" och det finns tydliga lagar för denna typ av marknadsföring.

J



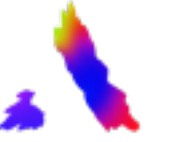
JAVASCRIPT

I sin vanligaste form finns JavaScript i HTML-dokument, och kan berika webbsidor med element som inte kan skapas med enkel HTML.

Viktig skillnad mellan Java och JavaScript:

Java är ett OOP-programmeringsspråk, medan JavaScript är ett OOP-skriptspråk. Java skapar program som körs i en virtuell maskin eller webbläsare medan JavaScript-kod bara körs in en webbläsare.

K



KALLA LEADS

Potentiella kunder som inte har visat intresse för ditt företag eller dina produkter.

KEY PERFORMANCE INDICATOR (KPI)

KPI står för Key Performance Indicator och är ett annat ord för "nyckeltal". En KPI är ett kvalificerbart värde som visar hur företaget presterar gentemot sina mål. KPI:er etableras för att definiera referensvärden som kan mätas över tid.

KÖPRESA (BUYER'S JOURNEY)

Kundens köpresa består huvudsakligen av tre steg:

1. Medvetenhet (kunden känner att de har ett problem/behov);
2. Övervägande (kunden funderar på hur hen ska lösa problemet);
3. Beslut (kunden bestämmer sig för en lösning på problemet).

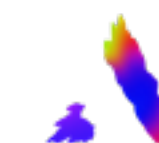
[Läs mer om inbound marketing](#)

KLICKFREKVENNS (CLICK THROUGH RATE)

Ett mätvärde. Klickfrekvensen är det som visar hur ofta de som ser din annons faktiskt klickar på den. Klickfrekvensen är en indikator på hur bra sökorden och dina annonser fungerar. Du kan använda klickfrekvensen för att mäta vilka sökord som ger ett bra resultat och vilka som bör förbättras. Klickfrekvensen är antalet klick din annons får, delat på antalet gånger annonsen har visats: $\text{Klick/visningar} = \text{klickfrekvens}$.

Om du till exempel har fått fem klick och 100 visningar, får du en klickfrekvens på 5 procent. En hög klickfrekvens är en bra indikation på att besökarna anser att dina annonser är intressanta och relevanta.

K



KONVERTERINGS-GRAD

En konvertering sker när en besökare på din sida genomför en önskvärd handling på vägen mot ett köp. Konverteringsgraden är förhållandet mellan antalet besök på sajten och antal individer som konverteras till leads, i procent. Till exempel, i en nätbutik där 10 av 100 besökare genomför ett köp blir konverteringsgraden 10 procent. När man jobbar med konverteringsoptimering står konverteringsgraden central i alla analyser där man aktivt jobbar för att öka konverteringsgraden.

Läs mer: [Konvertera mera - så här ska du tänka](#)

KOSTNAD PER 1000 / COST PER 1000 VIEWS (CPM)

CPM är ett sätt för att mäta priset för 1000 visningar av en annons. Om en annons kostar 2 kronor i CPM, innebär det att annonsören måste betala 2 kronor för 1000 visningar av annonsen. "M" i CPM representerar det romerska talet för 1000. CPM är den vanligaste metoden för att prissätta webbannonser. Annonsören mäter ofta framgången av en CPM-kampanj genom klickfrekvensen (CTR), förhållandet mellan de antal gånger annonsen klickas på i förhållande till totalt antal annonsvisningar.

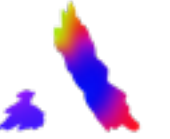
KOSTNAD PER LEAD (COST PER LEAD - CPL)

Cost per lead säger något om hur mycket ett företag använder för att attrahera besökare till sin hemsida och konvertera dem till leads.

KOSTNAD PER RATING (COST PER RATING POINT - CPP)

Refererar till kostnaden som krävs för att nå ett bestämt önskat mål.

L



LANDNINGSSIDA / LANDING PAGE (LP)

En sida med ett formulär som ska fyllas i för att komma åt nedladdningsbart material som e-böcker eller för att anmäla sig till ett event. Formuläret på landningssidan används för att samla in information om besökaren och konvertera dem till leads. Sidan innehåller också vanligtvis en "tjuvkik" på det innehåll man får tillgång till om man fyller i formuläret.

LEAD

Ett lead är en besökare på din hemsida som visar intresse för vad ditt företag erbjuder. Ett lead registreras så fort hen har konverterat genom att fylla i ett formulär (ladda ner innehåll, prenumererar på nyhetsbrev eller blogg, eller har utfört andra aktiviteter). En sådan person är dock inte redo för att köpa än utan behöver mer information.

LEAD FLOW

Lead flows gör att du enkelt kan skapa och anpassa engagerande pop-up-fönster för att fånga upp leads. Det kräver ingen utveckling, fungerar på alla hemsidor och är helt gratis. Inom HubSpot kallas denna funktion Pop up forms.

LEAD SCORING

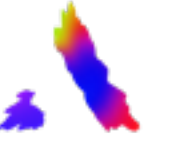
En metod för att beräkna köpmognaden hos leads eller potentiella kunder. Metoden går ut på att tilldela dessa värden beroende på vilka handlingar de har utfört relaterat till ditt företag och ditt erbjudande. Värdet på varje lead varierar från företag till företag men i allmänhet bedöms det utifrån vad leadet har visat intresse för. Ni bestämmer själv hur poängskalan ska se ut och vilka handlingar som ger vilka poäng, utifrån hur viktiga de specifika handlingarna är för företaget.

Läs mer: [Så fungerar lead scoring inom inbound marketing](#)

LEADS- GENERERING

Konsten att attrahera leads. Du kan göra det på flera sätt, till exempel genom kampanjer och sociala medier. Men oavsett vilket sätt du väljer att använda dig av handlar leadsgenerering i grunden om att attrahera, och konvertera främmande besökare till aktuella prospekt.

L



LEAD NURTURING

Lead nurturing är kortfattat en process för att engagera en definierad målgrupp med relevant information genom hela hans köpresa. Det hjälper dig att aktivt ta de leads du har fått genom din marknadsföring och leadsgenerering, till den punkten de blir betalande kunder. Exempel på hur man ska hantera dessa potentiella kunder är genom riktat innehåll i flera kanaler och snabb och tidig uppföljning.

LINKEDIN CAMPAIGN ADMINISTRATOR

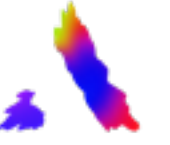
Om du vill sponsra en uppdatering på en företagssida, måste du först lägga ut ett inlägg på sidan. När inlägget är publicerat kan du markera det genom att klicka på sponsor-knappen ovanför uppdateringen.

Kampanjhanteraren på LinkedIn låter dig:

- △ Se sidans kontoöversikt, som grupperar annonskonton per företagssida eller presentationssida.
- △ Använda kampanjsökning, som gör att du enkelt kan söka efter och identifiera kampanjer med namn.

- △ Rikta in dina annonser med förbättrade alternativ.
- △ Använda detaljerade rapporter för att spåra sociala åtgärder på kampanjer med sponsrade uppdateringar.
- △ Visa detaljerade diagram som visar branscher, jobbfunktioner och senioritetsnivåer för de som klickar på dina annonser.
- △ Gå tillbaka till kampanjen och redigera utkast innan den släpps.
- △ Ställa in kampanjer för framtida datum.
- △ Uppleva gränssnittets förbättrade prestanda så att du kan bygga och optimera dina kampanjer mer effektivt.

L



LIVSTIDVÄRDE (CUSTOMER LIFETIME VALUE - CVL)

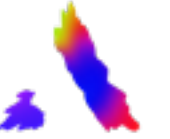
Värdet du får ut av en kund under hela ert samarbete, det vill säga vinsten du får ut av en kund när du har dragit av kostnaderna för förvärvet. Genom att sätta Customer Acquisition Cost mot Customer Lifetime Value räknar du ut ROI:n som en kund ger ditt företag.

LOKAL SÖKMOTOR- OPTIMERING (LOCAL SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

Lokal SEO fokuserar på att optimera en verksamhets digitala närvaro så att hemsidan visas i sökmotorer när användaren söker på lokala företag eller produkter/tjänster. För att lyckas knipa de bästa platserna för lokala sökningar är arbetet relativt likt den vanliga SEO-proceduren, men det finns några specifika saker som är bra att tänka på.

Lokala sökningar leder till två typer av sökresultat på sökmotorers resultatsida: Lokala organiska resultat och "lokala paket". De lokala organiska resultaten inkluderar hemsidor relaterade till lokal relevans. Dessa inkluderar ofta kataloger som Yelp, Yellow Pages och Facebook. Det lokala paketet visar företag som har registrerat sig hos Google med "My Google Business"-annonsering (GMB).

M



MARKETING AUTOMATION

Alla processer och handlingar som kan automatiseras så att du som marknadsförare kan spara värdefull tid och resurser. Ett exempel är ett workflow med automatiserade e-mejl. HubSpot har en bra programvara som kan hjälpa dig med sådana aktiviteter. [Läs mer om Marketing automation i vår blogg](#)

MARKETING FULL FUNNEL

En marketing full funnel är en ny strategi för digital marknadsföring som går ut på att använda sina pengar för lönsam avkastning.

METABESKRIVNING (META DESCRIPTION)

En kort text som visas i sökresultaten eller i förhandsvisningar av din sida. Den här texten har ingen direkt påverkan på din ranking, men är avgörande för om folk faktiskt klickar på länken eller inte. Därför är det viktigt att den är väl genomtänkt, välformulerad och reflekterar vad sidan faktiskt handlar om.

MITTEN AV KÖPRESAN (MIDDLE OF FUNNEL)

Mitten av köpresan är fasen där man som marknadsförare bör producera innehåll som ger svar på problemet kunden har. Här är tanken att skapa innehåll som presenterar olika metoder på lösningar utan att namnge den specifika leverantören eller produkten.

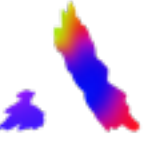
MJUKVARA SOM TJÄNST (SOFTWARE AS A SERVICE)

En typ av programvara som säkras och hanteras av en leverantör. Det kan enkelt användas online och enkelt anpassas. SaaS underhålls och stöts av leverantörens egna produkter och kundteam.

MÅLGRUPP

En målgrupp inom marknadsföring är ett samlingsnamn på den grupp mottagare eller den kategori av personer, företag, eller organisationer som en kommunikations- eller marknadsföringsaktivitet är riktad mot. Målgrupperna väljs ut utifrån bestämda kriterier som kön, ålder, inkomst, bostad, konsumtion, kundförhållande eller utifrån bekymmer, utmaningar och mål.

N



NATIVE ADVERTISING

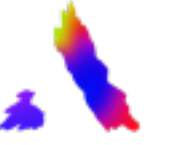
Annonser som smälter in i det övriga redaktionella innehållet på sidan de befinner sig på. Upplägget går ut på att det annonserande företaget försöker skapa annonser som ser ut som att de skulle kunna tillhöra webbsidan men de märks med “annons” eller “reklam”.

NYCKELORD (KEYWORDS)

Ord eller fras inom ett specifikt område som användarna söker på för att hitta mer information om ett problem, en metod eller en utmaning. Som företag är det därför en bra idé för att producera innehåll runt relevanta nyckelord som hjälper till att ranka innehållet högt i sökmotorer, så att besökarna enkelt kan hitta det.

NYCKELFRASER (LONG TAIL KEYWORDS)

En nyckelfras är en specifik sökfras som innehåller två eller fler ord. Ofta har frasen ett huvudord och ett tillägg på ett eller två ord. Nyckelfraser är ofta billigare att köpa och lättare att rankas för. Sökmotorer är idag mer kapabla att förstå flera variationer av en sökning än tidigare.



OMNIKANAL

En form av holistisk kommunikation och användarupplevelse som man skapar för sina kunder genom att använda en mängd olika kanaler. Används i huvudsak för att beskriva strävan efter att ge besökaren samma upplevelse var de än befinner sig (i en fysisk butik, en nätbutik eller i sociala medier).

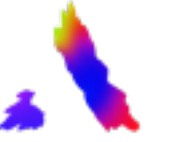
ORGANISK TRAFIK

Organisk trafik är besökarna på din webbsida till följd av organiska sökresultat. Med andra ord motsatsen till betald trafik. Besökare som räknas som organisk trafik hittar din webbsida efter att ha använd en sökmotor som Google eller Bing och kommer därför inte från andra webbsidor.

OUTBOUND MARKETING

Traditionella metoder inom marknadsföring. Som exempel kan nämnas massutskick av e-post till köpta adresslistor, affischer eller TV-reklam. De här metoderna låter företag kommunicera med “den stora massan”.

P



PAY PER ACQUISITION (PPA) / COST PER ACQUISITION (CPA)

Pris per förvärv (CPA), är när annonsören bara betalar varje gång en besökare på webben gör ett köp som kan spåras direkt från ett klick på en annons. Vissa prissättningsmetoder är mer lämpliga än andra, beroende på annonskampanjens upplägg.

PERFORMANCE MARKETING

Ett väldigt mätbart sätt att driva sin marknadsföring på. Resultat styr aktivitet. Performance marketing är låst till en viss kanal, format, media eller prismodell. Följande fyra egenskaper definierar performance marketing:

1. Detaljerad inriktning och segmentering
2. Precis mätning av konkreta resultat
3. Test och optimering
4. Flexibel budgetering

Med performance marketing baseras alla beslut på data, och inte på antaganden och känsla. Fokus ligger på de aktiviteter som skapar faktiskt värde för företaget, till exempel mötesförfrågningar, nedladdningar av produktblad etc. där det finns ett konkret måttetal.

PERSONA

En persona är en fiktiv representation av din idealkund som du önskar nå. Beskrivelsen av en sådan person bör innehålla dennes behov, mål och utmaningar, hur de tänker och agerar i en köpbeslutsprocess.

Läs mer: [Så skapar du buyer personas](#)

PHOTOSHOP

Ett avancerat bildredigeringsprogram från Adobe Systems. Programmet var ursprungligen utvecklat för Mac OS för redigering av skannade bilder.

PILLAR PAGE / CONTENT

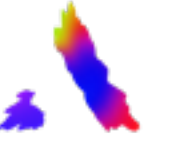
Omfattande innehåll som går ner på djupet av ett tema. Det kan vara en e-bok, whitepaper, video eller en forskningsrapport, som sedan kan brytas ner i många mindre delar för till exempel blogginlägg, infografiker och e-post.

Läs mer: [Pillar pages - vad är det och varför behövs de?](#)

PLACEMENT OPTIMIZATION

Placement optimization är placerings-optimering av Facebook-annonser för att förbättra resultatet. Du kan välja om du vill att dina annonser ska visas på andra ställen än i Facebook-flödet, till exempel på Instagram.

P



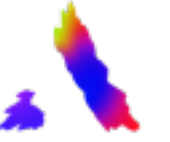
PREDIKATIV ANALYS

En predikativ analys handlar om att kombinera statisk och dynamisk data för att kunna se på sannolikheter att något ska inträffa. Det kan till exempel användas för att se på sannolikheten till att ett lead kommer leda till stäng affär.

PYTHON

Ett programmeringsspråk som kan användas för många ändamål. Många av dagens populära tjänster och program använder detta språk, exempelvis YouTube och Spotify.

R



REACT React är ett Javascript bibliotek som används för att bygga användargränssnitt. Biblioteket är skapat av Facebook, och underlättar vid produktion av komplex kod.

REAL TIME BIDDING (RTB) Köp och sälj av annonser via realtidsauktioner.

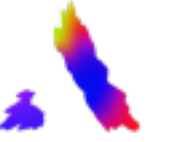
REFERRAL-TRAFIK Besökare på din hemsida som varken använde sökmotorer, sociala medier eller annonser och som inte heller skrev in er webbadress i webbläsare. Istället så har besökaren klickat på en länk som länkar till er webbplats. Analysprogram som Google Analytics räknar detta klick som en hänvisning från den hemsidan där länken klickades på. Kort och gott, en hänvisning från en hemsida till en annan.

RE-MARKETING Med re-marketing kan du visa annonser för personer som har besökt din hemsida eller använd till mobilapp. Om en person till exempel lämnar din hemsida utan att köpa något eller boka möte, kan du använda re-marketing för att fånga deras uppmärksamhet på en annan enhet och annan plats vid ett senare tillfälle.

RETARGETING Retargeting konverterar fönstershoppare till köpare. Vanligtvis konverterar 2 procent av kunderna på sitt första besök i en onlinebutik. Retargeting fångar tillbaka de resterande 98 procent och fungerar genom att spåra de personer som besökt din hemsida för att använda denna som målgrupp vid annonsering.

ROAS Return on advertising spend (ROAS), mäter effekten av en digital reklamkampanj. ROAS hjälper onlinebaserade företag att bedöma vilka metoder som fungerar och hur de kan förbättra sina framtida reklaminsatser. ROAS beräknas på intäkter genererat av annonsering dividerat med annonseringskostnaden.

S



SALES ENABLEMEN

Sales enablement är en metod inom inbound sälj som handlar om att ge säljare rätt verktyg, strategier, processer för att öka deras produktivitet och intäkter. Det är en metod som alla säljavdelningar bör jobba med som även jobbar med inbound i företaget.

SALES FORCE

En av marknadens största plattformar inom CRM (customer relationship management).

SALES QUALIFIED LEAD (SQL)

Ett sälj-kvalificerat lead är ett lead som har kommit längre i sin köpprocess, visat intresse för din tjänst eller produkt och som uppfyllt de krav ni har på era leads för att släppas vidare till en säljare för diskussion om affär.

Läs mer: [Hur lätt är det att sälja till ett inbound lead?](#)

SEARCH ENGINE RESULT PAGE (SERP)

Sidan som visas när du har genomfört en sökning på en sökmotor. Beroende på sökning kan resultatsidan visa sponsrade inlägg, bildmaterial, kartor och recensioner.

SIDVISNINGAR (PAGE/SITE VIEWS)

Antalet gånger en webbsida har laddats (och visats) i en webbläsare. En person som laddar om en sida räknas som en ny sidvisning, därför är det bra att använda tillsammans med besökare och unika besökare på en webb för att få en bättre förståelse för beteende på webben.

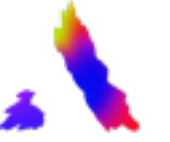
SITEMAP

En sida som genereras via en fil hos Google för att visa strukturen och hierarkin i en webbplats. Sitemaps kan också skapas manuellt i ett projekt för att synliggöra navigering och flöden.

SMARKETING

Med detta ord menas samarbetet mellan ditt sälj- och marknadsteam genom regelbunden och direkt kommunikation mellan dem. En del av detta samarbetet är att sätta upp ett Service level agreement (SLA) för att säkerställa vad marknadsteamet ska leverera till säljteamet, och vad säljteamet i sin tur ska leverera i form av återkoppling till marknad samt hantering av de leads som kommer.

S



SOCIAL SELLING

Social selling handlar om att utnyttja sitt sociala nätverk för att driva affärer och nå sina säljmål. En viktig del av detta är att bygga nätverket med rätt personer, och se till att dela med sig av värdefull information och kunskap till dessa kontakter.

SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

Sökordsmarknadsföring är annonsering via sökmotorer och ger en möjlighet att nå en målgrupp i den situation då de söker efter något som du erbjuder eller har information om.

SÖKMOTOR- OPTIMERING/ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

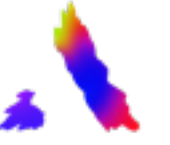
Sökmotoroptimering (SEO) handlar om att synas i sökresultat som är relevanta för din bransch och de du hjälper dina kunder med. SEO handlar om att optimera hemsidan för att sökmotorer på lättast sätt ska förstå vad din sida handlar om för att kunna ranka den i organiska resultat för relevanta sökningar som görs i motorerna.

Det är ingen enkel uppgift att klättra i sökresultat och innefattar bland annat aktiviteter som:

- △ Relevant innehåll på hemsidan
- △ On-page optimering
- △ Länkbyggnad
- △ Nyckelord och teman
- △ Pillar content

Läs mer: [Varför är SEO avgörande för inbound marketing?](#)

S



SOCIAL SELLING

Social selling handlar om att utnyttja sitt sociala nätverk för att driva affärer och nå sina säljmål. En viktig del av detta är att bygga nätverket med rätt personer, och se till att dela med sig av värdefull information och kunskap till dessa kontakter.

SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

Sökordsmarknadsföring är annonsering via sökmotorer och ger en möjlighet att nå en målgrupp i den situation då de söker efter något som du erbjuder eller har information om.

SÖKORDSANALYS

En sökordsanalys görs för att kartlägga vilka sökord som är viktiga att optimera för. I en analys kartläggs företag och branscher och vad personer söker efter på sökmotorer. Om du använder fel sökord och termer på din webbplats riskerar du att missa personer som annars hade hittat till den, bara för att du inte använder rätt termer för att bli synlig för dina potentiella kunder. En sökordsanalys är som regel det första som görs när innehållet på en webbsida skapas, och är ofta en av grundstenarna till en innehållsstrategi.

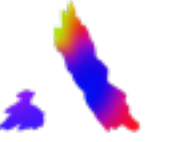
SÖKMOTOR- OPTIMERING/ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Sökmotoroptimering (SEO) handlar om att synas i sökresultat som är relevanta för din bransch och de du hjälper dina kunder med. SEO handlar om att optimera hemsidan för att sökmotorer på lättast sätt ska förstå vad din sida handlar om för att kunna ranka den i organiska resultat för relevanta sökningar som görs i motorerna.

Det är ingen enkel uppgift att klättra i sökresultat och innefattar bland annat aktiviteter som:

- △ Relevant innehåll på hemsidan
- △ On-page optimering
- △ Länkbygging
- △ Nyckelord och teman
- △ Pillar content

T



TACKSIDA

En tacksida, ofta även kallad thank you-page (TYP), är en sida som en person landar på efter att de konverterat via ett formulär på webben. Sidan tackar vanligtvis besökaren för att de laddar ner något eller bokar ett möte, och bör innehålla möjligheter till ny "action" på webben för att behålla besökaren.

TARGETING

Targeting handlar om att rikta en handling mot en speciell målgrupp för till exempel kampanjer och annonser. Ett exempel kan vara sociala medier där du kan sätta upp specifika målgrupper du önskar nå med din annonsering. Det kan vara baserat på demografisk och geografisk information, men även retargeting som spårar tidigare besökare på webben.

TOPIC CLUSTER

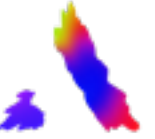
Topic cluster är ett sammanlänkat tema av innehåll. Ett kluster kan bestå av bloggartiklar, nedladdningsmaterial, filmer och annan information du har på din webb kring ett visst tema. Genom att flytta fokus från nyckelord till teman samt organisera innehållet så det är sammanlänkat i ett kluster av innehåll ökar du sannolikheten för att ditt specifika innehåll kommer visas i sökresultat på till exempel Google.

Ett tema-kluster bör innehålla 6-8 underteman som behandlar specifika frågor som dina potentiella och befintliga kunder är intresserade av, och såklart som relaterar till huvudtemat.

TOP OF FUNNEL (TOFU)

Detta uttryck används för att beskriva toppen av den traditionella säljtratten. Det är tidigt i köpresan, där en person förstår att hen har ett problem eller utmaning, och därmed börjar söka efter mer information.

U



UNIKA BESÖKARE

Unika besökare på din webb. Om en person besöker din hemsida tre gånger under samma dag, kommer det räknas som tre besök, men endast en unik besökare. Det är viktigt att veta att detta styrs av vilken enhet som besöken görs ifrån. Om ett besök av samma person görs på en dator och sedan en mobil räknas det som två unika besök. Samma felmarginal finns om flera personer använder samma dator för att besöka en webbsida, då kommer det ändå räknas som en unik besökare.

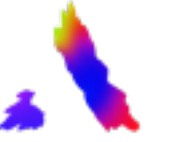
USER EXPERIENCE (UX) / ANVÄNDARUPPLEVELSE

UX omfattar alla aspekter av slutanvändarens interaktion med företaget, deras tjänster och produkter. Det gäller att skapa en bra upplevelse för användarna, möta deras behov, göra det enkelt att navigera runt på webbsidan och ge användarna mer än vad de förväntar sig.

UTM-TAGG

Används för att spåra källan i en marknadsföringskampanj. Taggen syns utåt i webbläsaren genom tillägg som `utm_source`, `utm_medium` och `utm_campaign`. För företaget som använder sig av taggen kan detta sedan lägga grund för analys av effekt och ROI.

V



VARMT LEAD

En person som har visat extra intresse för dina produkter eller tjänster än vanliga leads. Ett varmt lead har oftast gjort något mer än att ladda ner ett material, som till exempel skickat förfrågan om att boka möte eller tittat på era priser eller bett om offert.

Läs mer: [Hur lätt är det att sälja till ett inbound lead?](#)

VIDEO- MARKNADSFÖRING

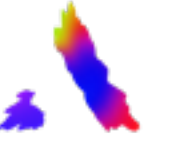
Det är marknadsföring med video, och kan till exempel vara kundcase, videos från event eller how-to-filmer.

Läs mer: [Redo eller ej - video är här för att stanna](#)

VIRAL KAMPANJ

Ordet härstammar från virus. Något som blir viralt sprids vidare mellan människor, ofta via sociala medier.

W



WORDPRESS

WordPress är ett publiceringsverktyg för hemsidor skrivna i PHP och som använder sig av MySQL. WordPress används för att administrera innehåll som behöver uppdateras ofta, exempelvis bloggar.

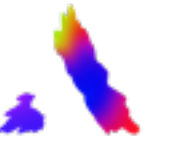
WORKFLOW

Workflows är ett viktigt element när du vill hantera dina leads automatiskt. Men det är mer än bara e-postmarknadsföring. Det är ett verktyg som hjälper dig att sätta upp kriterier för vilka personer som du automatiskt vill ska ledas in i en e-postsekvens.

WEBINAR

Ett seminarium som körs via nätet. Formen ställer krav på att behärska tekniken, bland annat för att kunna spela upp förinspelade filmsnuttar, köra chatt och hålla omröstningar i realtid.

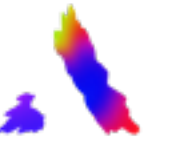
Y



YOUTUBER

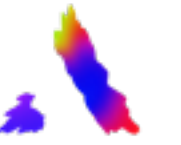
En Youtuber är en person som laddar upp, producerar och hanterar video på video-plattformen Youtube. Personen har ofta många följare och kan därmed tjäna pengar på sitt delande. En Youtuber kan ses som en typ av influencer.

Z

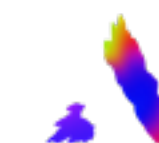


ZAPIER

Zapier är ett system som hjälper dig att få system att prata med varandra utan vidare integrations-kunskaper. Kan till exempel användas för att skicka input-data från ett formulär till ett annat system.



ÅTERPUBLICERING Ett sätt att använda sig av innehåll som redan har publicerats tidigare men som fortfarande är aktuellt. Ska användas återhållsamt och helst i samband med en “edit” (redigering) av innehållet, till exempel när det gäller att uppdatera årtal eller statistik.



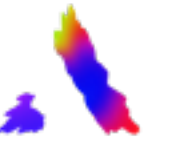
ÄGD MEDIA

De kanaler som företaget själv kan bestämma över. Med andra ord utrymmet som inte behöver köpas. Exempel på ägd media är bloggen, sociala medier, och nyhetsbrev. Motsatsen till ägd media är köpt media (annonser) och förtjänt media (tidningar, radio/tv som gör en story av era PR-insatser).

ÄRLIGHET

En av grundstenarna inom content marketing. Förutom att innehållet ska vara relevant och intressant så ska det vara sant. Därmed ska grundhållningen i produktions- och publiceringsprocessen vara ärlighet.

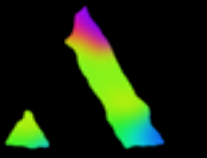
Ö



ÖPPNINGSGRAD / ÖPPNINGS- FREKVENNS

En öppningsgrad beräknas genom att dividera antal öppnade e-postmeddelanden med antalet skickade e-postmeddelanden. Många e-postleverantörer erbjuder möjligheten att A/B-testa variabler som ämnesrad och leveranstid för att förbättra din öppningsgrad.

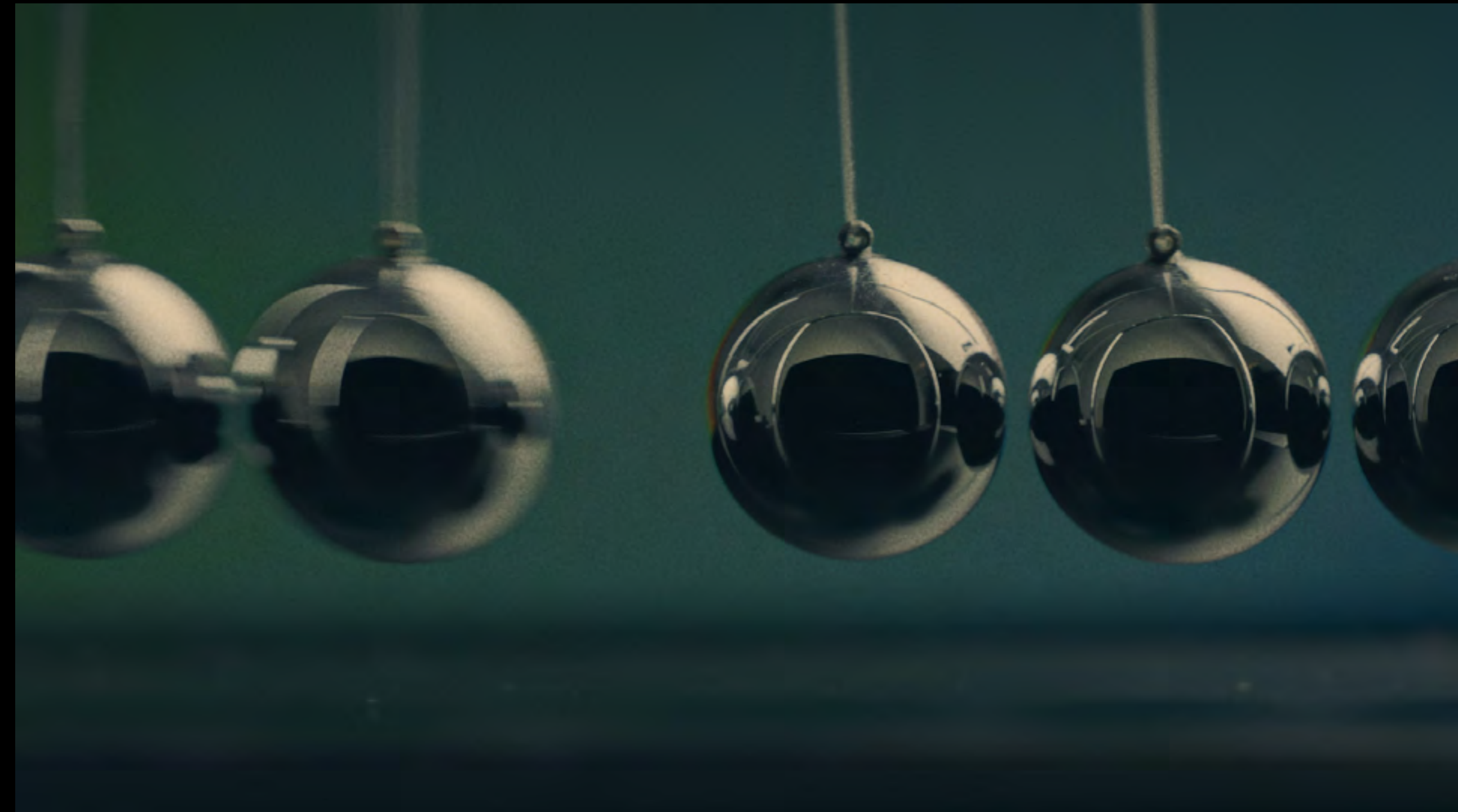




FORTFARANDE INTE HELT KLOK PÅ ALLA BEGREPP?

Vill du veta mer om inbound marketing och sälj, eller få bättre förståelse för digital marknadsföring? Ta kontakt med oss så får du träffa en expert på området. Välkommen!

[KONTAKTA OSS](#)





Challenge the present

TOMORROW BOUND