

Azul Delfina Albrigtsen
Julie E. Melby Foss
Elise Gundersen

DIGITAL ORDBOK

Forklaring av digitale ord og
begreper

FORORD

Av erfaring kan det være overveldende å skulle sette seg inn i digitale begreper. De kan fort virke komplekse og være vanskelige å huske på. Å ha forståelse for sentrale begreper er imidlertid en stor fordel når du skal jobbe med digital markedsføring, da begreper ofte forklarer store deler av faget.

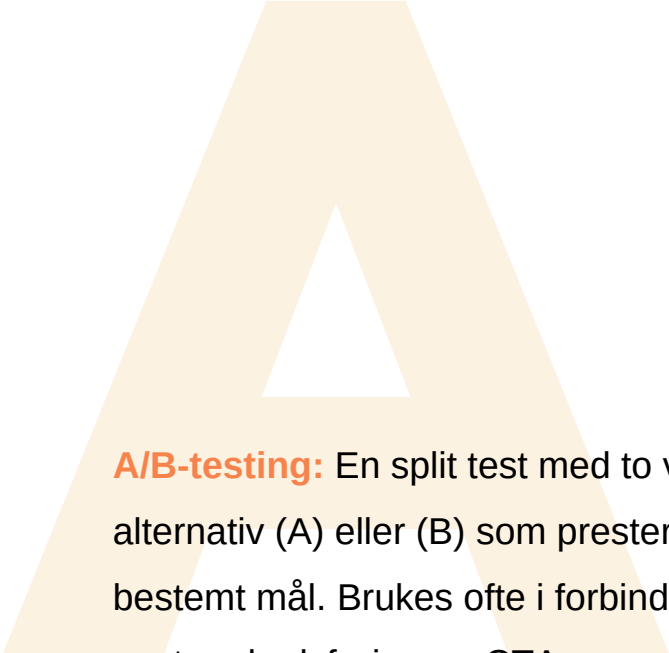
For å hjelpe oss selv på vei bestemte vi oss for å lage en oversikt med forklaringer på digitale ord og begreper. Dette har vist seg å være en effektiv måte for oss å lære dem på. Nå ønsker vi å dele denne med deg!

Denne digitale ordboken samler begreper og forklaringer på ett og samme sted. Den er ypperlig for fremtidige eller nåværende markedsføringsstudenter som ønsker en strukturert oversikt over relevante begreper innenfor faget digital markedsføring.

Takk til gode forelesere og gjesteforelesere ved Høyskolen Kristiania. En spesiell takk til Arne Krokan, Karl Philip Lund, Cecilie Staude og Anders Mamen for god innsikt og forståelse for faget!

Oslo, Mai 2019

Azul Delfina Albrigtsen, Elise Gundersen og Julie E. Melby Foss.




A/B-testing: En split test med to variabler som kjøres for å finne ut av hvilket alternativ (A) eller (B) som presterer best innenfor samme tidsrom, på et bestemt mål. Brukes ofte i forbindelse med landingssider, e-postmarkedsføring og CTA.

Acquisition: Handler om anskaffelse eller oppnåelse. Brukes i flere forskjellige sammenhenger. Ofte for å forklare en strategi for tilegnelse av kunder ved å bygge kjennskap og fange kundens interesser.

Affiliate marketing: Refererer til prestasjonsbasert markedsføring hvor annonsører gir godtgjørelser til samarbeidspartnere (affiliates) som klarer å skaffe bedriften konverteringer. Dette er en vanlig måte å tjene penger på ved influencer marketing.

AI (Artificial Intelligence): Kunstig intelligens (AI) er et felt innenfor computer science og handler om maskiners evne til å utføre intellektuelle oppgaver i likhet med mennesker. Kunstig intelligens består av kraftige og avanserte algoritmer og dataprogrammer.

API (Application Programming Interface): Er en fellesbetegnelse for hvordan ulike typer programvare snakker med hverandre.

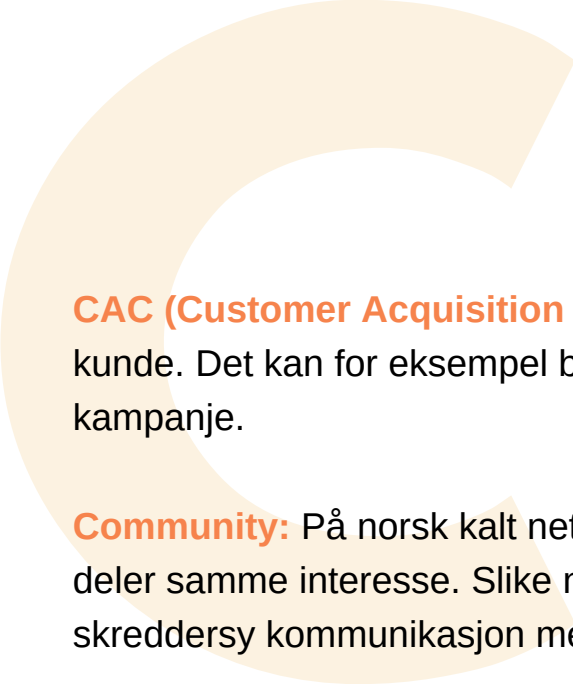


Backlinks: En backlink er en link som kommer fra en hvilken som helst side og peker inn til din nettside eller landingsside. Google ser på en backlink fra andre eksterne nettsider som et positivt signal, og jo flere gode nettsteder som linker til din nettside, jo mer relevant innhold antar Google at din nettside har.

Big data: Også kalt stordata på norsk. Dette brukes om store og kompliserte datasett, som er vanskelig å analysere med vanlige dataprogrammer. Slik data krever kostnadseffektive og innovative former for informasjonsbehandling for økt innsikt.

Blogg: En blogg er et sted hvor man kan legge ut artikler og innlegg (ofte en blanding av tekst, bilder og video). Mange bedrifter har egne blogger, kalt bedriftsblogger eller fagblogger, hvor de deler sin kunnskap og erfaring. En blogg er ofte en stor og viktig del av innholdsmarkedsføring.

Bounce rate (fluktfrekvens): Det representerer prosentandelen av besøkende som kommer inn på nettstedet, og deretter forlater (bouncer) i stedet for å fortsette å interagere med innholdet. En lav bounce rate indikerer at siden har god evne til å fange den besøkendes interesse, og motsatt om bounce raten er høy.



CAC (Customer Acquisition Cost): Handler om anskaffelseskostnaden per kunde. Det kan for eksempel brukes for å regne ut lønnsomheten på en kampanje.

Community: På norsk kalt nettverksgruppe. Nettverk med personer som deler samme interesse. Slike nettverk gir markedsførere mulighet til å skreddersy kommunikasjon med de ulike gruppene man målretter seg mot.

Commodities: Commodities handler om at enheter blir like. Det betyr at standardvarer lett kan erstattes av substitutter uten at det krever spesielt mye for forbrukeren.

Content marketing (Innholdsmarkedsføring): Content marketing handler om å skape, og å distribuere relevant og verdifullt innhold i egne kanaler for å tiltrekke seg, engasjere og beholde relevante målgrupper.

Cookies (informasjonskapsel): Informasjonskapsler på nettsteder som samler informasjon om besøkende og deres atferd og preferanser. Brukere gis muligheten til å godta at nettstedet bruker cookies. Fordelen for markedsførere er at man lærer om de besøkendes behov.

CPA (Cost Per Action): Er det gjennomsnittlige beløpet du betaler for hver handling eller ønsket konvertering. Du kan for eksempel bruke CPA for å beregne hva du gjennomsnittlig har betalt for en konvertering fra annonsen din.

CPC (Cost Per Click): Står for pris per klikk. Utrekningen brukes i forbindelse med digital annonsering.

CPI (Cost Per Impression): Er kostnaden eller utgiften som påløper for hver potensiell kunde som ser dine annonser.

CPL (Cost Per Lead): Pris per lead, altså noen som gjør en spesiell handling på nettsiden din. CPL er en måte å prise annonser på, i stedet for eksempel CPC eller CPM.

CPM (Cost Per Thousand): Pris per tusen visninger. Vanligst å bruke for å prise displayannonser, men kan også brukes til SEM.

CPO (Cost Per Order): Er et begrep som benyttes når man kan definere prisen per ordre/ salg. Det er først og fremst rene nettbutikker med stort volum som har mulighet til å benytte denne annonseringsmuligheten.

CPV (Cost Per View): Pris per visning. Brukes hovedsakelig til å prise videoannonser.

Crawling: Er en software som kontinuerlig jobber på en søkemotor server for å identifisere relevante sider for indeksering, og som sjekker om de endrer seg.

CRM (Customer Relation Management): Et dataprogram som gjør det lettere å organisere og behandle kundeinformasjon. En helhetlig forretningsstrategi for utvikling av lønnsomme kunderelasjoner.

CSS (Cascading Style Sheets): På norsk kalt gjennomgående stilark. CSS bestemmer hvordan innholdet på en nettside skal se ut. Eksempler på dette er bakgrunnsfarge, skriftstørrelse, avstander, osv.

CTA (Call to Action): Dette er et klikkbart element, en lenke, knapp eller bilde, som skal oppfordre besøkende til å utføre en konkret handling. Handlingen kan være alt fra å laste ned en e-bok, ta en test, eller be om å bli kontaktet av din bedrift.

CTR (Click Through Rate): Står for klikkfrekvens. CTR er et viktig måleparameter på nett som viser hvor ofte de som ser annonsen din ender opp med å klikke på den. En høy klikkfrekvens er en god indikasjon på at brukerne synes annonsene dine er nyttige og relevante.

CTS (Customer Touch Points): Handler om kundens kontaktpunkter med bedriften. For eksempel kan kunder finne bedriften på nettet eller i en annonse, se vurderinger og anmeldelser, besøke nettstedet, handle i butikken eller kontakte brukerstøtte. Ved å identifisere kontaktpunktene i kundereisen kan bedrifter sørge for at kundene er fornøyde på hvert trinn på veien.

DA (Domene autoritet): Søkemotorer favoriserer domener med mye domene autoritet, noe som gjør at de rangerer best på søkeresultatene (SERP's). En DA rangerer ut i fra en skala fra 0-100. Høyere score tilsvarer høyere rangering.

Digital markedsføring: Et samlebegrep for all markedsføring som foregår på internett og digitale flater.

Digital strategi: En markedsføringsstrategi for web og andre digitale flater.

Direct marketing (Direkte markedsføring): Markedsføring hvor man henvender seg direkte til potensielle og eksisterende kunder, for eksempel via e-post.

Displayannonser/bannerannonser: Displayannonser er bilde, tekst eller videoer som vises som reklame på andres nettsider som for eksempel YouTube, nettaviser, apper eller blogger.

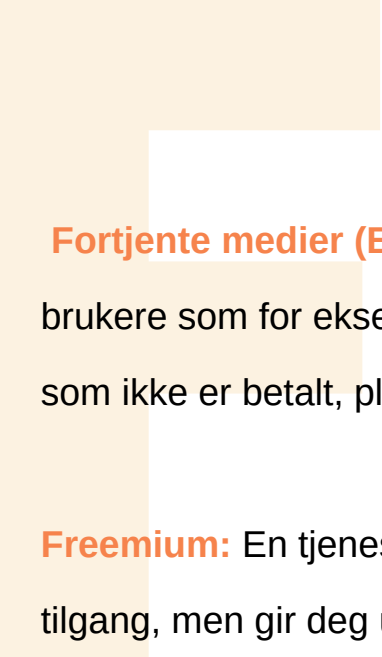
Eide medier (Owned media): Medier som fullt og helt er under kontroll av den som besitter den. Dette er for eksempel e-postlister en har samlet, sosiale medie profiler og egne nettsider.

Emneknagg (Hashtag): Mest til bruk på sosiale medier for å tilføre metadata. Enkel måte å markere innholdet emne eller tema, og gjør det lett for brukere å finne lignende innhold og emner.

Engagement Rate (Engasjementsrate): Handler om hvor mange brukere som er aktive og interagerer eller engasjerer seg i det innholdet du leverer.

E-postmarkedsføring: E-postmarkedsføring er direkte markedsføring som sender ut et kommersielt budskap til en gruppe mennesker via e-post. E-postmarkedsføring regnes som en av de mest kostnadseffektive kanalene å drive markedsføring gjennom.

Evergreen Content (Eviggrønt innhold): Er innhold som vil være like relevant gjennom lenger tid. Dette er innhold som ikke er begrenset til et tidsrom, men som kan deles jevnt på sosiale medier og likevel fortsette å skape trafikk til nettsiden din.



Fortjente medier (Earned media): Fortjente medier er oppmerksomhet fra brukere som for eksempel likerklipp, kommentarer, delinger og engasjement som ikke er betalt, planlagt eller nødvendigvis forventet.

Freemium: En tjeneste eller et program som gir deg ubegrenset gratis tilgang, men gir deg utvidet fordeler dersom du blir en betalende kunde.

Frekvens: Antall ganger man når samme person med en kampanje.

Friksjon: Refererer til problemer som kan hindre brukere i å gjøre en ønsket handling på en nettside.



GDPR (General Data Protection Regulation): Er en ny personvernordning fra EU. Regelverket ble norsk lov i 2018, og innebærer at virksomheter får nye plikter å forholde seg til, og enkeltpersoner rettigheter for personvern.

GEO Targeting: Også kalt lokal PPC. Refererer til å annonsere basert på geografiske plasseringer. Brukes ofte for lokale bedrifter som kun tilbyr sine produkter/tjenester på spesifikke områder.

Google Ads: Google sin egen annonseplass der man byr på annonseplasser koblet til spesifikke søkeord. Det er et nyttig verktøy for annonsører som vil nå personer som aktivt søker etter deres produkter eller tjenester.

Google AdWords: Nå Google Ads, men mange bruker fortsatt denne termen.

Google Analytics: Er et analyseverktøy som samler data og sorterer det i ulike rapporter. Det er et nyttig verktøy for å måle effekten av dine markedsaktiviteter.

Google Tag Manager: Er et verktøy som gjør det enkelt å legge til scripts og konverteringssporinger på nettsiden din. Dette gjør at du kan analysere hva kundene og brukerne dine gjør på nett, for eksempel salg, henvendelser eller forlatte handlekurver.

Growth Hacking: Handler om kontinuerlig testing på tvers av markedsføring, produktutvikling, segmenter og andre elementer av en virksomhet for å identifisere de mest effektive metodene for å oppnå kontinuerlig vekst.

Heatmap: Grafisk representasjon av data der farger representerer ulike verdier. Brukes ofte for å vise hvor aktiviteten er størst.

HTML (HyperText Markup Language): Et markeringsspråk for formatering av nettsider med hypertekst og annen informasjon som kan vises i en nettleser.

Impression: Antall ganger noen har blitt eksponert for ditt budskap.


Inbound Marketing: Inbound marketing er å markedsføre bedriften for å tiltrekke kunder gjennom de ulike stegene i kjøpsprosessen. Dette gjøres gjennom blogg, e-bøker, SEO, sosiale medier og annet innhold.

Increasing returns: Prinsippet om increasing returns handler om at man tjener mer penger desto flere brukere en tjeneste har. Det handler om lønnsomhet for bedriften.


Indeksering: En liste/index som inneholder all informasjon lagret fra nett. Informasjonen er lagret i en index for at det skal være lett for en søkemotor å finne de mest relevante sidene raskest.

Informasjonsgrafikk (Infographic): Informasjonsgrafikk er en visuell representasjon av informasjon og er rettet mot å gjøre et ellers komplekst emne lettere å forstå.

Internal links: Internal links er linker som går fra en side på et domene til en annen side på samme domene.



JavaScript: JavaScript er programmeringsspråk. I likhet med HTML og CSS er JavaScript en av grunnsteinene i web-utvikling.



Key Performance Indicator (KPI): KPI er en beskrivelse av kriteriene som er mest avgjørende (key) for en bedrifts suksess. Det er måleenheter som indikerer om en bedrift er på rett vei til å nå sine overordnede mål og strategier.

Kjøpte medier (Paid media): Eksterne markedsføringstiltak som involverer betaling.

Konvertering: Eget mål man setter for å måle suksess. Kan være en ønsket handling som for eksempel salg, sign-up, tidsbruk på nettside, signering o.l.

Konverteringsoptimalisering (Conversion Rate Optimization/CRO): Et system for å øke andelen av besøkende på nettstedet til å konvertere til kunder. CRO-prosessen innebærer å forstå hvordan brukerne beveger seg gjennom nettstedet ditt, hvilke handlinger de tar, og hva hindrer dem fra å fullføre målene dine.

Konverteringsrate (Conversion Rate/CVR): % andel av klikk som har blitt til konverteringer.

Kundereise: De stegene en kunde går gjennom på vei til et kjøp. Kundereisen er forskjellig fra kunde til kunde, og ulik mellom fysisk og digital handel.

Kundens livstidsverdi (Customer Lifetime Value/CLV/LTV): Verdien (fremtidige inntekter) av en livslang kunderelasjon.

Kvalitetspoeng: Kvalitetspoeng er en beregning av kvaliteten på annonsene, søkeordene og landingssidene dine. Hvis du har annonser av høy kvalitet, kan du få lavere kostnader og bedre annonseplasseringer.

Landingsside: Den første siden den besøkende kommer til når de besøker nettsiden din. Kan være forsiden, produktsider eller kampanjeside. Siden har oftest som hensikt å fremme en ønsket konvertering.

Lead: Et lead er en person som har vist noen form for interesse for det du tilbyr.

Lead magnet: Gratis vare eller tjeneste (magneten) som blir gitt bort med hensikt å samle inn kontaktinformasjon om et lead.

Lead nurturing: En prosess som bearbeider leads til salgskvalifiserte leads. Handler om å mate eller friste kunden med noe av verdi.

Lenkebygging (Link Building): Et felt innenfor SEO. Det er tiltak for å øke antallet og kvaliteten på innkommende linker til en nettside med hensikten å øke søkemotorrangeringene til den siden eller nettsiden.

Long Tail Keyword/Lange søkeord: Lengre søkeord som er mer uvanlige eller lite brukte. Slike nøkkelord ligner mer den naturlige måten mennesker snakker på når et problem eller behov oppstår. Lange nøkkelord har ofte mindre konkurranse og har høyere sjanse for å rangeres høyere.

Markedsplass: Man kan se på en markedsplass på nett som et tradisjonelt norsk kjøpesenter. Et eksempel på en norsk markedsplass er finn.no.

Markedsføringsstrategi: Er strategi for aktiviteter i forbindelse med promotering, produktutvikling, markedspåvirkning og distribusjon av konsepter, varer og tjenester. Det er aktiviteter i markedet som leder bedriften til deres mål.

Marketing Automation: En software for å utføre, holde styr på og automatisere markedsføringsoppgaver og prosesser. Man benytter software i steden for å drive med manuelle og gjentakende markedsføringsoppgaver.

Maskinlæring: Er en type gren av kunstig intelligens. Det refererer til dataprogram som kan lære fra erfaring, med hensikt å kunne fatte bedre beslutninger.

Metadata: Er data som tjener til å definere eller beskrive andre data.

Meta Descriptions: Er data som vises i søkeresultatene i søkemotorer som avsnittet under overskrifter.

Meta Titles: Er tittelen/overskriften som vises i søkeresultatene i søkemotorer.

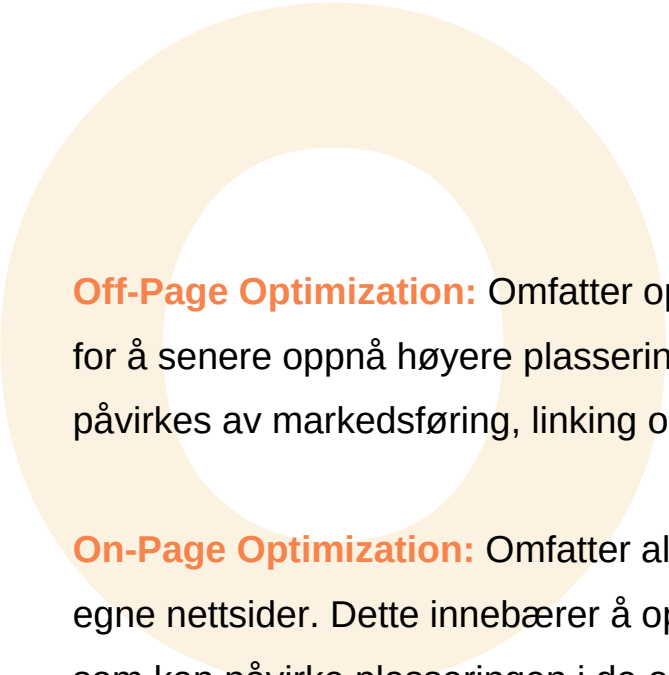
Metcalfes lov: Et nettverk består av enheter som er bundet sammen. Metcalfes lov beskriver nytten av et nettverk som funksjon av antall mulige koblinger i nettverket. Baserer seg på sammenheng mellom størrelse på nettverket og verdien/nyttien av nettverket.

Mobile First: Refererer til hvordan bedrifter tilpasser sine hjemmesider til å passe en skjerm for mobile enheter før man designer de samme sidene til å passe en vanlig desktop. Mobile enheter utgjør en større del av antall besøkende på en nettside, og derfor er det essensielt å prioritere dette.

Native Ads: Er betalt innhold som matcher plattformens form, funksjon og innhold. Med andre ord innhold som treffer mottakerens forventninger.

Nettverkseffekter: Nettverkseffekter handler om å øke et nettverk. Jo flere du får samlet i ett og samme nettverk, jo større fordel vil det være for deg, og jo større nytte vil også de andre som er direkte berørt få ut av nettverket.

Nyhetsbrev: Kortfattet og regelmessig oppdatering utgitt fra en merkevare/bedrift for å promotere og informere om nyheter, tilbud, analyse og kommentarer rettet mot en bestemt gruppe mottakere.



Off-Page Optimization: Omfatter optimalisering som skjer utenfor nettsiden for å senere oppnå høyere plassering i de organiske søkemotorene. Dette påvirkes av markedsføring, linking og referanser.

On-Page Optimization: Omfatter all optimalisering en selv kan gjøre på egne nettsider. Dette innebærer å optimalisere alle elementer ved nettsiden som kan påvirke plasseringen i de organiske søkemotorene.

OKR (Objectives Key Results): OKR er et system for gjennomføring som bruker Objectives og Key Results som hovedelementer. Objectives er hva du ønsker å oppnå. Key Results er hvordan du skal oppnå det.

Organisk markedsføring: Mens organisk søkeresultat er fortjent plassering i søkemotorene, refererer organisk markedsføring til tilfeller der forbrukerne selv oppsøker en bedrift fremfor at bedriften oppsøker forbrukerne. Organisk markedsføring er fortjent trafikk.

Organisk søkeresultat: Er en form for resultatliste der resultatene rangeres og prioriteres i rekkefølge basert på relevansen til søkeordet. Organiske søkeresultater er fortjente rangeringer.

Optimalisering: Handler kort sagt om å gjøre noe så godt som mulig. Optimalisering beskriver prosessen der nettstedet ditt og annonsene dine endres for å forbedre kvaliteten og øke trafikken til nettstedet, samt legge til rette for ønskede konverteringer.

Page Rank: Er Google sin søkemotoralgoritme som brukes for å sortere og rangere nettsider.

PPC (Pay Per Click): Betalt annonsering som vises i søkemotoren sammen med de organiske søkene. Brukes i Google Ads der de ikke tar betalt for å vise annonsen, men for hvor mange som klikker på annonsen. Tett i sammenheng med CPC.

Potensielle kunder: Blir også omtalt som leads. Kort fortalt er det personer som har vist interesse eller muligens vil være interessert i det du leverer.

Ranking (Ad Rank): På norsk omtalt som rangering. Rangering gitt basert på søkemotorens oppfattelse av innholdets relevans relatert til søket. Google rangerer indeksene. Rankingen av indeksen skjer i real time.

Reklamelenker (Affiliate links): Affiliate linker er en spesifikk URL som er knyttet til en ID eller et brukernavn. Annonsører bruker affiliate linker til å registrere trafikk til annonsørens nettsted.

Rekkevidde: Hvor mange unike mennesker du når med en kampanje.

Remarketing/retargeting: Er markedsføring mot personer som allerede kjenner til og som har vist interesse for dine produkter eller tjenester.


Remarketing brukes ofte i annonsering og e-postmarkedsføring. Fordelen er at man målretter seg mot varme leads, og er nærmere en konvertering.

Responsivt design: Defineres som design som er brukervennlig og som har evnen til å tilpasse seg ulike skjerm- og displays. Dette kan oppnås ved å jobbe med både UI- og UX-design.

Return of Marketing Investment (RoMI): Måltall som viser hvor mange kroner en får tilbake for hver krone investert i en markedsaktivitet.

Return on Investment (ROI): Hvor mye man får igjen for hver brukte krone i en markedsføringsaktivitet (investering).

Return On Ad Spend (ROAS): Det du får igjen for det du har investert i annonseringen.



SEM (Search Engine Marketing): På norsk kalt søkemotormarkedsføring.

Mens SEO er knyttet til noe man bygger opp over tid, er SEM knyttet til at du betaler for å vises øverst i søkeresultatene med søkeordsannonser. Med betalte annonser byr man på ønskede søkeord, og rangeringen baseres på en samlet vurdering av budet og annonsens relevans. Disse koster som regel penger per klikk, og kan være svært effektive.

SEO (Search Engine Optimization): På norsk kalt søkemotoroptimalisering. SEO går ut på å optimalisere nettsider for å oppnå høyest mulig rangering hos søkemotorene på nett. Dette resulterer i økt synlighet for å tiltrekke organisk trafikk til nettstedet. Å jobbe med SEO handler som regel om å jobbe med innholdsmarkedsføring.

SERP (Search Engine Results Page): SERP er resultatsiden i søkemotorene som viser treff på søkeord eller fraser du skriver inn. Eksempelvis er Google en søkemotor, og SERP siden du kommer til ved et Google-søk.

Sidevisning: Med sidevisning menes en forekomst av en side som blir lastet i en nettleser.


SMART: SMART er en modell for å sikkerhetssjekke at en organisasjons mål kan gi gode resultater. SMART-modellen er en forkortelse av ordene spesifikt, målbart, attraktivt, realistisk og tidsbundet.

SoMe (Sosiale medier): Sosiale medier er en gruppe internettbaserte applikasjoner som bygger på mulighetene web 2.0 har gitt oss. Sosiale medier tillater opprettelse og utveksling av brukergenerert innhold. Det gir oss mulighet til å dele, kommunisere og samhandle på tvers av internettbasert kommunikasjon.

Sosiale bevis (Social Proof): Handler om hvordan vi mennesker lar oss påvirke av andres atferd. Et eksempel er hvordan vi antar at noe er bra hvis mange gjør noe. Sosiale bevis er et kraftfullt virkemiddel i markedsføring, men kan være vanskelig å få til.

Sporingspiksler (Tracking Pixels): Sporingspiksler er en teknologi for å spore visning av nettbasert innhold. Det gir innsikt i hvor trafikken kommer fra, hva de gjør på nettsiden, hvor lenge de er innom og lignende. Dette er innsikt som er viktig å ha for å kunne lage målrettede markedsføringskampanjer.


SWOT-analyse (også kalt SOFT på norsk): En SWOT-analyse er en metode for å måle hvordan en bedrift ligger an i forhold til andre lignende bedrifter. I SWOT-analysen ser man på bedriftens styrker og svakheter (internt), samt deres muligheter og trusler (eksternt), og setter dette inn i en matrise.



Target Audience (målgruppe): En bestemt gruppe identifisert som mål eller mottakere for et budskap.

Traction: Handler om å bringe disiplin og ansvar inn i en organisasjon. Det handler om gjennomføringskraft, og organisasjonens evne til å realisere sin visjon.

Transaksjonskostnader: De ressursene som går med i det vi skal finne frem til de beste løsningene og valgene når vi kjøper et produkt eller en tjeneste. Ved å senke kundens transaksjonskostnader vil verdien av kjøpet anses som noe av høyere verdi.



UI (User Interface): Blir også kalt brukergrensesnitt på norsk. UI-design er et sett med visuelle elementer som tillater brukere å kommunisere med et nettsted eller et program, for eksempel farger, skrifttyper, knapper, bruk av foto og grafiske elementer. UI-designet skal kommunisere, og forsterke tankene som er gjort på UX-stadiet.

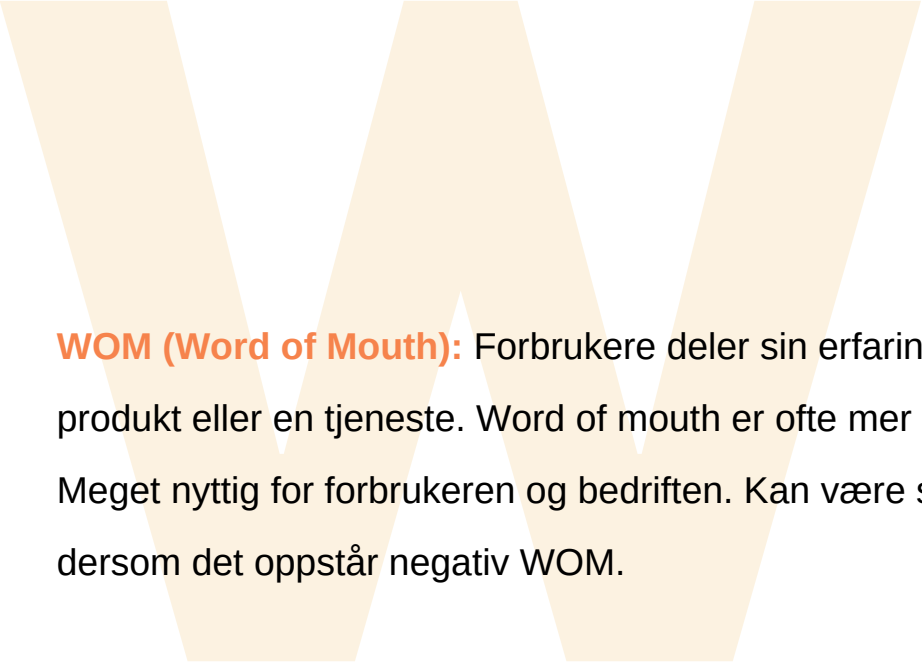
Unike brukere: Definisjon på hvor mange unike IP-adresser som besøker nettstedet ditt. En IP-adresse teller kun som én unik bruker, til tross for at brukeren besøker nettsiden flere ganger.

URL/hyperlenke (Uniform Resource Locator): En URL er adressen til en nettside. Den er unik for hver eneste side du besøker på nettet.

USP (Unique Selling Proposition/points): Refererer til de unike fordeler som virksomheter leverer til sine kunder. Disse fordelene er med på å differensiere virksomheter fra konkurrenter. En forutsetning er at slike fordeler fremhever fordeler som er meningsfulle for forbrukerne.

UX (User Experience): Blir også kalt brukeropplevelse på norsk. Begrepet refererer til totalopplevelsen en bruker har ved anvendelse av et produkt, tjeneste eller et system. Målet med UX er å skape en så god erfaring som mulig for brukeren, ved å sørge for at brukeren intuitivt skjønner hva som skal gjøres, og at det er logisk og naturlig flyt fra det ene til det andre.

Viral spredning: Forklarer innhold som spres raskt på internett. Det er relatert til innhold på nett som sendes gjennom elektroniske e-post og nettsamfunn, enten i form av bilde, video eller lenker.



WOM (Word of Mouth): Forbrukere deler sin erfaring eller mening om et produkt eller en tjeneste. Word of mouth er ofte mer troverdig enn reklame. Meget nyttig for forbrukeren og bedriften. Kan være skadende for bedrifter dersom det oppstår negativ WOM.

LITTERATUR

Chaffey, Dave og Fiona Ellis-Chadwick. 2016. *Digital Marketing: Strategy, implementation and practice*. 6 utg. UK: Pearson.

Google Digital Garage. Fundamentals of Digital Marketing. Lesedato: 2. Mai 2019:
<https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-eu/course/digital-marketing>

Google. Hva er CTA?. Lesedato: 24. April 2019
<https://support.google.com/google-ads/answer/6396841?hl=no>

Heggernes, Tarjei A. 2017. *Digital forretningsforståelse - fra store data til små biter*, 2.utgave. Bergen: Fagbokforlaget.

Helt hetta. Digital ordbok. Lesedato: 8. Mai 2019
<https://helthetta.no/digital-ordbok/>

INEVO. Hva er OKR?. Lesedato: 10. Februar 2019
<https://inevo.no/blogg/okr-et-system-for-gjennomforing/>

Lovdata. Ny personopplysningslov. Lesedato: 19 Mars 2019
https://lovdata.no/artikkel/ny_personopplysningslov/2151

Lovett, John. 2011. *Social Media Metrics; Secrets*. USA: Wiley publishing.

Krokan, Arne. 2010. *Den digitale økonomien*. Cappelen Damm, Trondheim

Markedsordboka. Hva står CAC for? Lesedato: 10. Mai 2019
<http://www.markedsordboka.no/cac>

Krokan, Arne. 2015. *Det friksjonsfrie samfunnet*. Cappelen Damm, Oslo

Magma. Sosiale medier. Lesedato: 13 April 2019

<https://www.magma.no/sosiale-medier1>

Medium. Kunstig intelligens - hva må du vite. Lesedato: 8. Januar 2019

<https://medium.com/system/kunstig-intelligens-hva-m%C3%A5-du-vite-5ed6d082c116>

Wikipedia. Hva er metadata? Lesedato: 16. Februar 2019

<https://no.wikipedia.org/wiki/Metadata>

Neil Patel. AB testing introduction. Lesedato: 18. Jan 2019

<https://neilpatel.com/blog/ab-testing-introduction/>

Nisja-Wilhelmsen, Pål. 2017. *Praktisk Innholdsmarkedsføring*. Oslo: Gyldendal

Akademisk

Nkom. Informasjonskapsler/cookies. Lesedato: 24 April 2019

<https://www.nkom.no/teknisk/internett/cookies/informasjonskapsler-cookies>

Sorentio. Begrepene i digital markedsføring du må kunne. Lesedato: 12 Mai 2019

<https://blogg.sorentio.no/markedsforing/begrepene-i-digital-markedsforing-du-ma-kunne/302/>

Staude, Cecilie og Svein Tore Marthinsen. 2013. *Sosial kommunikasjon; personlig,*

samtale, verdi. Oslo. Kommuneforlaget.

Tekstdoktor. Ordliste - begrep og forkortelser i den digitale verdenen. Lesedato 15. Mai

2019 <https://tekstdoktor.no/2015/09/13/ordliste-begrep-og-forkortelser-i-den-digitale-verdenen/>

Visser, Marjolein, Berend Sikkenga & Mike Berry. 2018: *Digital Marketing Fundamentals*, Noordhoff Uitgevers.

Wikipedia. Programmeringsgrensesnitt. Lesedato: 12. Februar 2019.

<https://no.wikipedia.org/wiki/Programmeringsgrensesnitt>

Wikipedia. Bounce Rate. Lesedato: 13. Mars 2019.

https://en.wikipedia.org/wiki/Bounce_rate

Youtube. What is Growth Hacking - Data Driven Marketing 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=khycfkmMovQ>

ORDLISTE

A

- A/B testing** 3
- Acquisition** 3
- Affiliate marketing** 3
- AI (Artificial Intelligence)** 3
- API (Application Programming Interface)** 3

B

- Backlinks** 4
- Bannerannonser** 7
- Big data** 4
- Blogg** 4
- Bounce rate** 4

C

- CAC (Customer Acquisition Cost)** 5
- CLV (Customer Lifetime Value)** 13
- Community** 5
- Commodities** 5
- Content Marketing** 5
- Cookies** 5
- CPA (Cost Per Action)** 5
- CPC (Cost Per Click)** 5
- CPI (Cost Per Impression)** 6
- CPL (Cost Per Lead)** 6
- CPM (Cost Per Thousand)** 6
- CPO (Cost Per Order)** 6
- CPV (Cost Per View)** 6
- Crawling** 6
- CRM (Customer Relation Management)** 6
- CSS (Cascading Style Sheets)** 6
- CTA (Call to Action)** 6
- CTR (Click Through Rate)** 7
- CTS (Customer Touch Points)** 7

D

- DA (Domene autoritet)** 7
- Digital markedsføring** 7
- Digital strategi** 7
- Direct marketing(direkte markedsføring)** 7
- Displayannonser** 7

E

Earned Media 9

Eide medier 8

Emneknagg 8

Engagement Rate (Engasjementrate) 8

E-postmarkedsføring 8

Evergreen content (Eviggrønt innhold) 8

F

Fluktfrekvens 4

Fortjente medier 9

Freemium 9

Frekvens 9

Friksjon 9

G

GDPR (General Data Protection Regulation) 9

GEO Targeting 9

Google Ads 10

Google AdWords 10

Google Analytics 10

Google Tag Manager 10

Growth Hacking 10

H

Hashtag 8

Heatmap 10

HTML (Hyper Text Markup Language) 10

I

Impression 11

Inbound Marketing 11

Increasing returns 11

Indeksring 11

Informasjonsgrafikk (Infographic) 11

Innholdsmarkedsføring 5

Internal Links 11

J

JavaScript 12

K

Kjøpte medier (Paid media) 12

Klikkfrekvens 7

Konvertering 12

Konverteringsoptimalisering (Conversion Rate Optimization/CRO) 13

Konverteringsrate (Conversion Rate/CVR) 13

KPI (Key Performance Indicator) 12

Kundereise 13

Kundens livstidsverdi 13

Kunstig intelligens 3

Kvalitetspoeng 13

L

Landingsside 13

Lead 13

Lead magnet 13

Lead nurturing 14

Lenkebygging (Link building) 14

Longtail Keyword 14

M

Markeds plass 14

Markedsføringsstrategi 14

Marketing Automation 14

Maskinlæring 14

Metadata 15

Meta Discriptions 15

Meta Titles 15

Metcalfs lov 15

Mobile First 15

Målgruppe 21

N

Native Ads 15

Nettverkseffekter 15

Nettverksgruppe 5

Nyhetsbrev 15

O

Off-Page Optimazation 16

On-Page Optimazation 16

OKR (Objectives Key Results) 16

Organsik markedsføring 16

Off-Page Optimazation 16
On-Page Optimazation 16
OKR (Objectives Key Results) 16
Organsk markedsføring 16
Organisk søkeresultat 16
Optimalisering 16
Owned media 8

P

Page Rank 17
PPC (Pay Per Click) 17
Potensielle kunder 17

R

Ranking (Ad Rank) 17
Reklamelenker (Affiliate Links) 17
Rekkevidde 18
Remarketing 18
Responsivt design 18
Retargeting 18
ROI (Return on Investment) 18
RoMI (Return of marketing Investment) 18
ROAS (Return On Ad Spent) 18

S

SEM (Search Engine Marketing) 19
SEO (Search Engine Optimazation) 19
SERP (Search Engine Result Page) 19
Sidevisning 19
SMART 19
SoMe (Sosiale medier) 20
Stordata 4
Sosiale bevis (Social Proof) 20
Sporingspiksler (Tracking Pixels) 20
SWOT-analyse (SOFT) 20

T

Target Audience 21
Traction 21
Transaksjonskostnader 21

U

UI (User Interface) 21
Unike brukere 22

URL/Hyperlenke (Uniform Resource Locator) 22

USP (Unique Selling Proposition/Points) 22

UX (User Experience) 22



Viral Spredning 22



WOM (Word Of Mouth) 23