**3-D Secure** – технологія, розроблена корпорацією Visa, для збільшення безпеки розрахунків в інтернеті при використанні банківських карт Visa, MasterCard. У звичайних (не захищених 3-D Secure) транзакціях відповідальність за операції по вкраденим картками несе “мерчан” – торгово-сервісне підприємство, на сайті якого була проведена покупка товару/послуги з краденою карті. У разі 3-D Secure відповідальність переноситься на банк-емітент, що випустив карту.

**Аватар** – картинка профілю.

**Автоворонка** – воронка продажів зі сторінок або постів, мета яких потенційного покупця перетворити в реального.

**Автопостінг** – автоматична публікація постів через спецсервіс. Часто відкладена: пости готуються заздалегідь, а виходять згідно з графіком через сервіс відкладених публікацій.

**Авторизація** – процедура отримання дозволу банку-емітента платіжної картки на здійснення операції з її використанням.

**Адаптивний лист** – лист, в якому коректно відображаються всі елементи, як на мобільному телефоні, так і на десктопі.

**Адаптивні оголошення** – оголошення, які автоматично підлаштовуються під розмір екрану, положення на сторінці, дії користувача і т.ін..

**Адвокат бренду** – клієнт або покупець, який постійно користується послугами компанії, енергійно бере участь в житті бренду, стежить за новинами та акціями. Це люди, які неусвідомлено просувають бренд поміж свого оточення і в Інтернеті. Вони підписані в соцмережах на компанію, постійно взаємодіють з контентом – лайкають, коментують, репостять і відстоюють ім’я бренду, критикуючи супротивників і негативні відгуки.

**Адвокат бренду** – найвідданіший споживач, навіть більше, ніж лояльний клієнт. Він прихильний до вашого бренду/компанії та захищає її інтереси в офлайн і онлайн просторі.

**Акаунт** – сторінка в соціальних мережах.

**Акаунт автора (професійний акаунт)** – тип профілю для блогерів чи користувачів з розширеною статистикою.

**Активності** – будь-які дії у відповідь підписника в соцмережах (лайк, перегляд, комент, репост, збереження).

**Амбасадор бренду** – офіційний представник бренду серед цільової аудиторії. Людина, що нативно рекламує ваш товар/бренд.

**Антіфрод система** – спеціально розроблена система виявлення потенційно небезпечних операцій і подальша робота над їх усуненням. Система працює на основі автоматизованих фільтрів і ручної перевірки.

**Архівація публікацій** – дозволяє приховати старі пости в Instagram, не видаляючи їх. Після архівування фотографії стають доступні тільки самому користувачеві.

**Архітектура** – форма і формат управління елементами стандартної транзакції.

**Асоційовані конверсії** – це взаємодії з сайтом, які зробив користувач перед тим, як зробити замовлення. В середньому таких дотиків від 4 до 7.

**Аукціон** – процедура, під час якої Google Ads відбирає відповідні оголошення для показу за тим або іншим запитом, а також порядок їх відображення в пошуковій видачі. Аукціон проводиться кожного разу, коли користувач щось шукає в Google.

**Афілійований маркетинг (Affiliate Marketing)** – це партнерська програма, де компанія платить блогерам, інфлюенсерам або інтернет-виданням, які просувають продукт компанії у своєму контенті. Особливість полягає в тому, що компанія платить партнеру тільки за покупку або за користувача, що зробив конкретну дію – за ліда, а не за клік.

**База даних (Database)** – одне або кілька великих структурованих множин рідко змінюваних даних, в основному пов’язаних з програмним забезпеченням, що використовуються для оновлення та запитів даних. Проста база даних може зберігається в єдиному файлі, що містить велику кількість записів, кожна з яких складається з одного і того ж безлічі полів, де кожне поле має певну фіксовану довжину.

**Базапідписників**–базаадреслюдей,якінадали про себеінформаціюідали згоду на отримання розсилки від вас.

**Банерна сліпота** – здатність людини свідомо чи несвідомо не помічати банери на сторінці і їх вміст.

**Банк-еквайєр** – банк, який здійснює проведення операцій оплати товарів/послуг, з використанням банківських карт через систему “PSP Platon”, з яким підприємство уклало еквайрингової договір.

**Банківська картка** – це зручний платіжний інструмент для здійснення оплати в торгово-сервісних підприємствах та інтернет-ресурсах, а також зняття готівкових коштів в банкоматах. Це найбільш поширений спосіб оплати послуг і товарів у Інтернеті. Існує карти двох основних платіжних систем VISA/MasterCard. Карти обох платіжних систем відрізняються надійністю і безпекою проведення моментальних платежів.

**Банкомат** – електронно-механічний пристрій, що дає можливість власнику банківської платіжної картки при введені персонального

**Безпечна електронна транзакція (SET, Secure Electronic Transaction)** – система забезпечення безпеки оплати по кредитних картах, розроблена Visa, MasterCard, Microsoft і декількома провідними банками. Заснована на шифруванні з відкритим ключем всієї інформації, пов’язаної з параметрами карти і поділом інформації між учасниками транзакції так, що жоден з них не володіє інформацією цілком. У SET входять повідомлення для покупки товарів і послуг електронним способом, що запитують дозвіл на оплату і “мандати” (сертифікати) з обов’язковою наявністю відкритих ключів для посвідчення особи, а також інші послуги.

**Беклінк (зворотне посилання)** – посилання із зовнішнього джерела, що веде на сайт. Бувають природні (посилання з сайтів в відгуками, форумів, з соцмереж) і покупні (закуповуються в сайтів-донорів, можуть бути вічні й тимчасові).

**Беч/партія (Batch)** – набір транзакцій, накопичений за певний період часу, зазвичай не більше одного дня, який чекає своєї черги для розрахунків по ньому з набирає фінансовою організацією торговця. Batch можна завершити як автоматично, так і за допомогою POS-терміналу.

**Бізнес** – це діяльність з виробництва і реалізації товарів/послуг, яка здійснюється в умовах конкуренції на ринку й метою якої є отримання прибутку.

**Бізнес-план** – це документ, який містить обґрунтування головних заходів, які будуть здійснені для реалізації певного комерційного проєкту чи створення нової фірми.

**Бізнес-портал** – це потужний веб-сайт з функціями комплексної системи, який надає повний спектр послуг для ведення бізнесу в мережі багатьом клієнтам (як корпоративним, так і індивідуальним підприємцям).

**Бізнес-процес** – це сукупність операцій, що взаємопов’язуються між собою, процедур, за допомогою яких реалізується конкретна комерційна мета діяльності суб’єкта господарювання в рамках організаційної структури, при цьому функції структурних підрозділів та їх відношення між собою заздалегідь чітко визначені й зафіксовані.

**Білінг** – система виставлення рахунків клієнтам за надані компанією послуги та товари, що продаються. Термін зустрічається в рекламному кабінеті Facebook.

**Біль клієнта, больові точки (Pain Points)** – це складності, страхи і проблеми, які турбують цільову аудиторію. Це фундамент маркетингової стратегії та просування продукту. Розуміння больових точок допомагає визначити, як просувати бренд, щоб донести цінність і необхідність продукту. Вказуючи на болі клієнта, маркетингова стратегія вибудовується так, щоб переконати клієнта, що продукт бренду – це вирішення проблем і страхів.

**Блогер/лідер думок** – користувач соцмереж, що регулярно публікує контент, має велике число підписників і вплив на них.

**Брендована платіжна форма** – унікальна сторінка платіжної форми. Можливість кастомізації платіжної сторінки позитивно позначається на конверсії. Покупці “не помічають” переходу на сторонній ресурс (iframe).

**Брендові запити** – запити з вмістом бренду або назви торгової марки. Вони показують ступінь впізнаваності бренду.

**Бюджет на рекламну кампанію (РК)** – грошова сума, що витрачається на рекламу оголошень у видачі пошукових систем.

**Веб-версія листа**–функція сервісу розсилок, що дозволяє переглянути лист веб-сторінкою, якщо він некоректно відобразився в браузері.

**Верифікація домену** – підтвердження достовірності поштового домену відправника. Верифікація потрібна для того, щоб в розсилках відображалося вірне ім’я відправника листів, а також, щоб уникнути несанкціонованих розсилок від вашого імені.

**Верифікація підпису (Signature verification)** – спосіб ідентифікації особи власника картки шляхом встановлення справжності підпису в ході порівняння її зі зразком на картці і на товарному чеку.

**Видима частина листа** – перший екран листа, який відкривається відразу при натисканні на лист.

**Віджет** – елемент сайту, який закликає відвідувача вчинити певну дію. Це може бути: замовлення зворотного дзвінка, збір контактів, підписка на розсилку, і т.д..

**Відкладене замовлення (Backorder)** – запізнювання товару чи замовлення в результаті його відсутності на складі.

**Відкритий банкінг (Open banking)** – концепція, в основі якої лежить використання відкритих API. Передбачає відкриття банками доступу до даних клієнтів третім сторонам виключно за запитом клієнтів. При цьому “третьою стороною” виступають сторонні сервіси, наприклад, додатки з обліку та ведення бюджету.

**Віральність**–здатністьпостаставативірусним(отримуватибезлічрепостів та розшарувань). Причому відбувається це безкоштовно, без доп. Вливань у рекламу.

**Віртуальне мале підприємство (Virtual office)** – група територіально роз’єднаних осіб, що здійснюють спільну виробничу діяльність шляхом ІКТ; віртуальний центр, віртуальний котедж, приватний електронний портал, центр колективного користування програмним забезпеченням, віртуальний офіс, віртуальний котедж, кібер-центр, приватний електронний портал, центр колективного користування програмним забезпеченням тощо, де фізичний офіс заміщений електронними офісними послугами.

**Віртуальне підприємство (Virtual enterprise)** – це співтовариство територіально роз’єднаних фірм чи співробітників, що обмінюються продуктами своєї праці і спілкуються винятково електронними засобами при мінімальному або цілком відсутньому особистому контакті. ВП– це нова форма економічної організації; сукупність економічних суб’єктів, що об’єднують свої сили для надання певної послуги, яка традиційно надавалася одним підприємством. ВП створене з метою здійснення економічної діяльності та отримання прибутку, тимчасова або постійна коопераційна мережа підприємств (окремих колективів, індивідів, організацій), що мають певні компетенції для виконання замовлень споживачів, які ґрунтуються на використанні єдиного інформаційно-економічного простору;

**Віртуальне робоче місце (Virtual workplace)** включає робоче місце працівника та корпоративну мережу підприємства, до якої підключається співробітник для виконання своїх функціональних обов’язків через модем чи мережевий адаптер до сервера корпоративної мережі.

**Віртуальні корпорації (ВК)** – е-об’єднання капіталів (ресурсів) різного типу – фінансового, технологічного, людського (зокрема, інтелектуального) в інтересах виконання складних унікальних проєктів, створення продукції світового класу та максимально повного задоволення вимог замовника.

**Віртуальні співтовариства (партнерство)** – комп’ютерно інтегровану

(штучну) організацію осіб, які разом ведуть справу (осіб, що знаходяться у відносинах кооперації, тобто виконують спільну справу та координують свої дії) з метою сприяння отримання прибутку та які є географічно віддаленими одна від одної.

**Вірусний маркетинг** – це спосіб популяризації рекламного контента, де головним розповсюджувачем інформації стає аудиторія, підписники та користувачі соцмереж. Мета: створити такий контент, який настільки зацікавить людей, що вони захочуть їм поділитися, наприклад, зробивши репост. Іншими словами, це цифрове сарафанне радіо. Характеризують вірусний контент по віральності – це швидкість поширення інформації, яка перевищує нормальні теми.

**Вічнозелений контент (Evergreen content)** – це статті або інші типи контенту, які будуть актуальні та цікаві для аудиторії довгий час. Такий контент не має терміну придатності, і зазвичай не прив’язаний до конкретних трендових новин, інфоприводів та ситуаційних тем. Наприклад, до вічнозеленого контенту відносяться: рецепти, тематичні списки, інтерв’ю, біографії, FAQ, інструкції та керівництва.

**Власник картки** – фізична особа, яка має право здійснювати операції з використанням банківської картки, відповідно до умов і вимог договору, укладеного з банком-емітентом.

**Влог** – блог, що складається з відеоконтенту. Як правило, це не студійний запис, а домашній, включення з подорожей, з вулиці, і т.д..

**Внутрішньодержавна платіжна система** – це система, в якій платіжна організація є резидентом і яка здійснює свою діяльність та забезпечує проведення переказу коштів виключно в межах України.

**Внутрішня оптимізація** – це комплекс робіт, який спрямований на зміну контенту сторінок та коду ресурсу відповідно до правил і вимог пошукових систем.

**Воронка продажів** – модель, яка описує шлях відвідувача від першого доторкання з товаром/послугою до здійснення замовлення. Це сценарій, який описує, як клієнт проходить шлях від знайомства з брендом до купівлі. Грамотнопобудованаворонкапродажівдопомагаєконтролюватиіпідвищувати ефективність процесу взаємодії з користувачем, як наслідок – підвищення прибутку. Цей метод націлений на те, щоб спрощувати і вдосконалювати шлях, який проходить користувач, поступово підвищуючи готовність споживача зробити покупку.

**Встановлення автентичності (Authentication)** – міра безпеки, яка використовує стандарт шифрування даних (DES), спрямована на те, щоб передача і повідомлення EDI були підроблені або змінені.

**Вхідний маркетинг (Inbound marketing)** – це комплекс рекламних інструментів для залучення аудиторії та збільшення впізнаваності бренду через контент. До інструментіввхідного маркетингу відносяться: SEO, веденняблогу, присутність і активна позиція у соцмережах, проведення подій та вебінарів. Мета: створити авторитет бренду і отримати лояльність користувачів, за допомогою корисного, навчального і розважального контенту.

**Гаряча картка (Hot card)** – картка, оголошена недійсною і підлягає вилученню, але поки не повернута власнику-емітенту. Зазвичай такі картки ставляться в стоп-лист.

**Гейміфікація** – впровадження ігрових елементів на сайт або в контент, щоб збільшити залученість відвідувачів. Елементи ігрової індустрії як маркетинговий прийом містять: нелінійний сюжет, результат залежить від дій користувача і заохочення за дії. Приклади гейміфікація в контенті: тести, лотереї, опитування. Інструменти гейміфікації: бали, статуси, рейтинги, нагороди, рівні та аватари.

**Геотаргетинг** – обмеження на показ реклами в певному географічному регіоні (країна, регіон, місто, мікрорайон).

**Гівевей** – конкурс з подарунками для підписників і активною дією (відмітка одного в коментарі, репост в стрічку або сторіз, проставлення лайків). Як правило, кілька блогерів проводять його спільно, і тоді потрібно підписатися на всіх спонсорів (до 50-ти). Переможця визначає рандом, він отримує подарунок, куплений за рахунок спонсорів (наприклад, новий айфон).

**Гід в Інстаграм** – путівник по профілю, добірки постів будь-яких тем, зібрані в одному місці – під шапкою профілю.

**Голос бренду (Tone of voice)** – стиль, тональність і характер спілкування бренду зі споживачами. Тональність бренду регламентує те, про що можна говорити, а про що не можна, які слова, сленг або фрази використовувати у спілкування з аудиторією, на які теми жартувати та чи жартувати взагалі. Найчастіше тональність бренду відповідає тому стилю, на якому спілкується цільова аудиторія. Бренд визначає певний стиль спілкування і дотримується йому скрізь: у коментарях, в блозі, на сайті та в e-mail-розсилці.

**Голосова авторизація (Voice Authorization)** – автоматизація, при якій продавець або касир передає запит на авторизацію по телефону. Голосова авторизація може застосовується у випадках, коли емітент замість коду авторизації повертає продавцю сигнал “Please Call”.

**Дата закінчення терміну (Expiration Date)** – число надруковане на банківській картці, після якого карта стає недійсною.

**Дата транзакції (Transaction Date)** – фактичне число, коли сталася транзакція. Використовується для запису і пошуку транзакцій.

**Динамічний контент** – персоналізація контенту під конкретного підписника на основі історії покупок, віку, статі, регіону проживання.

**Динамічний ремаркетинг** – показ реклами товарів/послуг користувачам, що вже переглядали подібні продукти. Система сама вирішує, який саме товар показати конкретній людині.

**Динамічні пошукові кампанії (DSA)** – пошукові оголошення, в яких залежно від змісту сайту і пошукового запиту користувача автоматично підбираються заголовок та цільова сторінка.

**Директ** – вбудований месенджер в Інстаграм.

**Договір торговця (Merchant Agreement)** – письмовий договір між торговцем і банком-еквайром, який пояснює права, обов’язки і гарантії сторін в процесі прийому карткових платежів.

**Доменна пошта** – адреса, прив’язана до вашого сайту. Саме з доменної адреси будуть розсилатися листи підписникам.

**Досвід користувача** (**UX, User eXperience)** – це комплекс суб’єктивних відчуттів, емоційних вражень і реакцій користувача, які виникають при взаємодії з інтерфейсом програми, сайту або застосунка. UX-дизайн робить інтерфейс простим і зрозумілим, щоб користувач міг без перешкод здійснити цільову дію. Якщо користувач без складнощів оформив замовлення, зареєструвався або оплатив підписку, - це позитивний досвід користувачів. А якщо користувач, наприклад, тривалий час не може розібратися, як працює пошук по каталогу товарів, - тоді це симптоми поганого UX.

**Еквайерінговий процесор (Acquiring Processor)** – процесор надає еквайєру послуги процесування кредитних карт, виставлення рахунків, створення звітів і покриття. Багато фінансових установ зазвичай доручають вирішення подібних питань третій стороні для більш економного процесування банківських карт.

**Еквайринг** – прийом до оплати платіжних карт в якості засобу оплати за товари/послуги. Здійснюється уповноваженим банком-еквайром шляхом установки на підприємствах платіжних терміналів (POS-терміналів) або імпрінтеров.

**Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг)** – це операції певних банківських послуг, які здійснюються через комп’ютерні мережі (наприклад, в Україні, відома система “Банк-клієнт”), або з використанням мережі Інтернет.

**Електронна візитна картка** – це кілька WWW-сторінок, що містять інформацію про компанію та її діяльність, спрямовану на ознайомлення потенційних клієнтів з продукцією і послугами компанії.

**Електронна комерція** – сфера економіки, що включає всі торгові і фінансові транзакції, які здійснюються за допомогою комп’ютерних мереж, а також всі бізнес-процеси, що мають відношення до проведення даних транзакцій. Це відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов’язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов’язки майнового характеру.

**Електронна торгівля** – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

**Електронна форма представлення інформації** – спосіб документування інформації, що означає створення, запис, передачу або збереження інформації у цифровій чи іншій нематеріальній формі за допомогою електронних, магнітних, електромагнітних, оптичних або інших засобів, здатних до відтворення, передачі чи зберігання інформації. Електронною формою представлення інформації вважається документування інформації, що дає змогу її відтворювати у візуальній формі, придатній для сприйняття людиною.

**Електронне повідомлення** – інформація, представлена в електронній формі, надана учасником відносин у сфері електронної комерції з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

**Електронний** **бізнес** – вид економічної діяльності суб’єктів господарювання через комп’ютерні мережі, зокрема Інтернет, з метою отримання прибутку. Це електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою отримання прибутків.

**Електронний договір** – домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав і обов’язків та оформлена в електронній формі.

**Електронний мол (е-мол)** – веб-сайт, який містить значну кількість електронних крамниць і каталогів, об’єднаних загальним місцем розташування (іноді під однією відомою маркою), що спільно виконують додаткові функції.

**Електронний обмін грошовими коштами (EFT, Electronic Funds Transfer)** – являє собою одну з технологій е-комерції, яка дозволяє переказувати грошовікошти збанківського рахунку однієїособи або організації на банківський рахунок іншої особи або організації. Термін EFT також використовується для позначення акта використання даної технології.

**Електронний обмін даними (EDI, Electronic Data Interchange)** – найважливіша частина е-комерції, являє собою обмін бізнес-даними стандартизованого формату по принципу “комп’ютер-комп’ютер” між торговими партнерами. Використовується банками та іншими фінансовими інститутами для проведення платежів.

**Електронний підпис одноразовим ідентифікатором** – дані в електронній формі у вигляді алфавітно-цифрової послідовності, що додаються до інших електронних даних особою, яка прийняла пропозицію (оферту) укласти електронний договір, та надсилаються іншій стороні цього договору.

**Електронний правочин** – дія особи, спрямована на набуття, зміну або припинення цивільних прав та обов’язків, здійснена з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

**Електронний чек** – доручення платника (покупця) своєму банкові щодо перерахування коштів зі свого рахунку на рахунок одержувача платежу. Електронні чеки є аналогами паперових чеків, але видаються вони в електронному вигляді.

**Електронні гроші** – це система оплати товарів та послуг шляхом передавання числових даних від одного комп’ютера до іншого. Електронні гроші цілком копіюють реальні гроші.

**Емітент карти (банк-емітент)** – банк, який випускає платіжну картку. Банк-емітент є гарантом виконання всіх платіжних зобов’язань, що виникають в процесі використання випущених ним карток. Картка на протязі всього терміну дії залишається власністю банку, а клієнт банку отримує картку тільки в користування і є тільки власником картки.

**Емодзі** – смайлики, які висловлюють емоції.

**Загальний шлюзовий інтерфейс (Common Gateway Interface)** – цей

мережевий стандарт дозволяє веб-серверу розпочинати будь-яку програму і передавати веб-браузеру дані у вигляді текстової або двійковій (графічної, звукової) інформації.

**Загальні запити** – слова, що показують якусь загальну інформацію: смартфони, матраци, і т.д..

**Закриття партії (Batch Close)** – посилка транзакцій з кодами автоматизації процесору платежів з метою переведення грошей на рахунок продавця.

**Залучення (ER)** – показник залученості підписників в контент спільноти/бренду.

**Збір за транзакцію (Charge Per Transaction)** – збір стягується за кожну авторизовану транзакцію.

**Зовнішня оптимізація** – це робота з зовнішніми факторами, що впливають на просування (посилальною масою).

**Зрозумілий людиніурл (ЗЛУ)**–цеадресасторінки зрозумілоюдлялюдини мовою написана латиницею.

**Індексація** – це процес обходу роботом сторінок сайту і додавання їх в базу даних пошукової машини. Далі саме з цієї бази будуть показуватися сайти з інформацією по введеним запитам користувачів.

**Інтент** – намір користувача, виражений в словесній формі і вписаний в пошук.

**Інтернет-еквайринг** – прийом до оплати платіжних карт через Інтернет з використанням спеціально розробленого веб-інтерфейсу, що дозволяє провести розрахунки в інтернет-магазинах і оплатити на спеціальних електронних платіжних системах різні послуги (мобільний зв’язок, комунальні послуги, Інтернет, фіксований телефонний зв’язок тощо).

**Інтернет-інкубатор** – це венчурна інвестиційна компанія, метою якої є організація прискореної підготовки і швидкого виведення на ринок Інтернет-компаній та їх проєктів.

**Інтернет-комерція** – це е-комерція, обмежена використанням тільки комп’ютерної мережі Інтернет.

**Інтернет-магазин** – засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину. Це місце в Інтернеті, де відбувається прямий продаж товарів споживачеві (юридичній або фізичній особі), враховуючи доставку. Інтернет-магазин (електронний, віртуальний) являє собою спеціалізований веб-сайт, який належить фірмі-товаровиробнику, торговій фірмі і призначений для просування споживчих товарів на ринку, збільшення обсягів продажу, залучення нових покупців. Інтернет-магазин – це віртуальний простір організований за допомогою спеціалізованих засобів, включаючи торговий сайт в Інтернеті, для реалізації товарів або послуг, що дозволяє підприємству приймати і обслуговувати замовлення на придбання і доставку товару, або надання послуг через Інтернет.

**Інтернет-страхування** – це вид взаємодії між страховою компанією і клієнтом, коли до мережі Інтернет виносяться бізнес-процеси, які виникають у ході маркетингу страхових продуктів, продажу їх клієнтам, і при виконанні сторонами взаємних зобов’язань згідно з укладеною угодою.

**Інфопривід** – будь-яка подія, що покликана викликати інтерес і активність у підписників (свято, знижка, запуск гри й ін.).

**Інформаційні електронні послуги** – платні або безоплатні послуги щодо оброблення та зберігання інформації, що надаються дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем за індивідуальним запитом їх одержувача.

**Інформаційні запити** – слова, за допомогою яких користувачі шукають відповіді на певні питання, часто зі словами що, як, чому.

**Історії (Stories)** – тимчасовий контент в соціальних мережах (Instagram, Facebook). Розташовується вгорі стрічки, через 24 години зникає.

**Карусель** – формат постів з можливістю завантаження кількох фото/відео, які можна переглядати за допомогою гортання.

**Касдев (Customer development)** – клієнто орієнтована тактика створення бізнесу, де спочатку вивчаються потреби і проблеми споживачів, на підставі чого і створюється продукт, а не навпаки. Створюється прототип майбутнього продукту і тестується на споживачах. Якщо продукт пройшов перевірку, товар вирішує проблеми споживачів і вони готові його купувати, тільки тоді й запускається стартап.

**Кинутий кошик** – лист, який відправляється клієнту, який додав товари в кошик, але не завершив покупку. Містить заклик оформити замовлення.

**Клік** – натискання на рекламне оголошення. І це не обов’язково перехід на сайт. Користувач може не дочекатися завантаження посадкової сторінки і закрити вкладку.

**Кліринг** – спосіб здійснення безготівкових взаєморозрахунків в е-комерції між компаніями, банками, підприємствами по зустрічним зобов’язанням.

**КММ (Google Display Network або GDN)** – мережа сайтів-партнерів Google, на яких показуються рекламні банери.

**Кнопки контактів** – кнопки під шапкою профілю, які дають можливість зробити дзвінок або написати на пошту власнику сторінки.

**Код авторизації** – унікальний буквено-цифровий код, отриманий в результаті авторизації.

**Коефіцієнт конверсії (conversion rate – CR)** – це співвідношення числа відвідувачів сайту, які вчинили на ньому цільову дію до загальної кількості відвідувачів сайту. Вимірюється в процентах.

**Колтрекінг** – система відстеження дзвінків і зв’язки їх з конкретними рекламними джерелами.

**Ком’юніті** – спільнота в соціальних мережах. Завдання – взаємодія з учасниками через нові публікації, проведення конкурсів, опитувань, відповідей на коментарі.

**Комерційне електронне повідомлення** – електронне повідомлення у будь-якій формі, метою якого є пряме чи опосередковане просування товарів, робіт чи послуг або ділової репутації особи, яка провадить господарську або незалежну професійну діяльність.

**Комп’ютерна безпека** – це сукупність проблем у галузі телекомунікацій та інформатики, пов’язаних з оцінкою і контролюванням ризиків, що виникають

при користуванні комп’ютерами та комп’ютерними мережами і розглядуваних з т.з. конфіденційності, цілісності і доступності.

**Конверсія** – цільова дія користувача на сайті (купівля, реєстрація і т.д.). **Конверсія продажів** – це відсоток відвідувачів, які стають реальними

клієнтами (купують товар, замовляють послуги, реєструються на сайті).

**Контент** – матеріал, що публікується в соціальних мережах (фото, текст, відео). Контент покликаний викликати у відповідь дію у підписників.

**Контент створений користувачем (User Generated Content, UGC)** – контент, створений аудиторією бренду. Такий контент грає роль соціального підтвердження, підвищує лояльність та залученість аудиторії. До UGC відносяться коментарі, відгуки, фотозвіти та відеоогляди.

**Контент-маркетинг** – розміщення постів та промопостів в спільнотах партнерів із суміжною тематикою.

**Контент-план** – затверджений план, згідно з яким виходять публікації в профілі бренду в соціальних мережах.

**Корпоративна ідентичність (Brand Identity)** – зовнішній вигляд бренду, який відображає філософію і смисловий зміст компанії. Brand Identity за допомогою зовнішніх атрибутів висловлює емоційний посил і асоціації, які бренд хоче викликати у споживачів. У традиційному розумінні корпоративна ідентичність виражається у фірмовому стилі. Наприклад, до візуальних атрибутів, які висловлюють айдентику бренду, відносяться: логотип, кольори, шрифти, пакування, оформлення у соціальних мережах та веб-дизайн.

**Корпоративнийсайт**–цебагаторівневеоб’єднаннярізноманітних ресурсів і сервісів з картою, поділене на тематичні підрозділи з обов’язковими кількісними та якісними даними, аналізами, графіками.

**Крауд-посилання** – посилання в тексті з сайтів відгуків, форумів, сервісів Q&A для підвищення впізнаваності бренду і нарощуванні посилальної маси.

**Креатив** – набір банерів в рекламній кампанії.

**Кредитна картка** – це банківська платіжна картка, яка свідчить, що її власнику відкритий кредит в банку.

**Крос-продажі** (**Cross-sell)** – це тактика збільшення чека клієнта, коли покупцеві, який вже зважився на покупку, пропонується додатковий, супутній товар або послуга. Приклад, коли користувач купує смартфон, а йому пропонують додатково до нього придбати чохол.

**Кроспостинг** – публікація одного і того ж контенту в декількох соціальних мережах одночасно.

**Лайк** – реакція на пост. Аналог позначці “Подобається”.

**Лайк-тайм** – заздалегідь домовлений обмін активністю між профілями. Безкоштовний простий метод просування через обман стрічки Instagram.

**Ланцюжок листів** – основний інструмент e-mail-маркетингу. Листи з ланцюжків розсилаються у відповідь на певні дії підписників.

**Лендінг (Landing page)** – це односторінковий сайт, який сфокусований на просуванні та продажу певного товару або послуги. Синонімів у лендінгу багато, наприклад: продаюча, цільова або посадкова сторінка. Мета Landing page – підштовхнути користувача на конкретну цільову дію, наприклад:

замовлення товару, реєстрація на вебінарі або підписка на розсилку. Під цільову дію і заточений увесь лендінг, тому ключовим елементом посадкової сторінки є CTA (Call to Action), заклик до дії. У лендінгу не розміщуються посилання, які можуть увести користувача зі сторінки, навпаки, усі лінки направляють чи на елементи сторінки, або на цільову дію чи контактну форму.

**Лід (Lead)** – користувач, який виявив інтерес до продукту компанії. Це потенційний клієнт, який виконав цільову дію. Інтерес користувача або цільова дія виражається в тому, що він відреагував на маркетингову комунікацію бренду і залишив свої дані – заповнив анкету, написав у чат, відправив запит на зворотний дзвінок або зареєструвався на сайті.

**Лід-магніт** – корисний і потрібний для користувача контент, який дається безкоштовно, але в обмін на контактні дані. Це приманка, яку використовують, щоб заманити потенційних покупців. Наприклад, до лід-магнітів відносяться безкоштовні чек-листи, шаблони, навчальні курси, відео та вебінари.

**Лінкбілдінг (Link Building)** – процес нарощування посилальної маси для просування проєкту.

**Локальна кампанія** – рекламні кампанії, що направлені на залучення користувачів в офлайн-магазини та зростання дзвінків в офіс. Оголошення з’являються у Google Пошуку, Картах, на YouTube и інших сайтах.

**Магнітна смуга (Magnetic stripe)** – розташовується зі зворотного боку пластикової карти і містить в закодованому вигляді інформацію про картковий рахунок, пов’язаному з картою. У магнітній смузі дві доріжки. Перша доріжка зберігає ім’я власника картки, на другий – номер карти і термін придатності.

**Марафон/челендж** – активність від блогера/бренду з метою залучити більше користувачів в контент, набрати підписників в обмін на виконання завдань користувачами.

**Маршрутизація платежів (BIN-managment)** – маршрутизація платежів на два банки дає можливість об’єднати банк-емітент і банк-еквайєр в одне ціле, що дозволяє виключити кілька ланок в ланцюзі проходження транзакції. Зокрема, банку немає необхідності звертатися в МПС Visa і/або MasterCard для отримання необхідних даних.

**Маска** – інструмент Instagram з накладенням на обличчя будь-якого фільтра (макіяжу, особи тваринного, логотипу і т.ін.).

**Маслайкінг** – масове проставлення лайків користувачеві соціальній мережі з метою отримати взаємні лайки.

**Маслукінг** – масовий автоматизований перегляд сторіз користувача. Мета – підвищити перегляди й видимість свого акаунта. Вже непрацюючий спосіб.

**Масова розсилка** – одноразова розсилка листів по всій базі підписників. **Масфоловінг** – масова підписка на акаунти користувачів з метою отримати

взаємних фоловерів.

**Медійна реклама** – інтерактивний вид реклами (візуальна, анімована, звукова або відеореклама). Направлена на зростання охоплення аудиторії.

**Мережевий ідентифікатор** – індивідуальний набір цифр та/або символів, присвоєний кінцевому обладнанню учасника відносин у сфері електронної комерції в інформаційно-телекомунікаційній мережі.

**Мережевий магазин (Online Storefront)** – веб-сайт з торговими можливостями, доступний у відкритій мережі, наприклад в Інтернеті, який пропонує для продажу товари і послуги. Мережевий магазин схожий на магазин або комерційне підприємство, яке має відвідати покупець, щоб придбати товари або послуги.

**Мерчант** – це підприємство торгівлі (послуг), де до оплати приймаються платіжні картки.

**Мерчант акаунт, торговий рахунок** – персональний торговий рахунок підприємства (мерчанта), призначений для здійснення розрахунків за операціями, з використанням банківських карт, в рахунок оплати товарів або послуг на веб-сайті підприємства, зареєстрований в банку-еквайєрі на підставі поданої заявки на підключення веб-сайту підприємства до процесингового центру.

**Метатег Description** – короткий опис сторінки. **Метатег Title** – заголовок сторінки.

**Метатеги** – HTML-теги, які передають пошуковим роботам дані про зміст сторінки

**Міжнародна платіжна система** – це платіжна система, в якій платіжна організація може бути як резидентом, так і нерезидентом й яка здійснює свою діяльність на території двох та більше країн і забезпечує проведення переказу коштів у межах цієї платіжної системи, у тому числі з однієї країни в іншу.

**Мікророзмітка** – це написання тегів й атрибутів сторінок єдиною мовою в коді сайту, які допомагають пошуковим роботам розпізнати й структурувати дані зі сторінок.

**Мінус-слова** – список слів, за якими не потрібно показувати оголошення. **Місце розміщення** – місце показу оголошення на сторінці: над

результатами пошуку, під результатами або праворуч від нього.

**Модуль розширеної електронної торгівлі** – плагін Google Analytics, що відстежує взаємодію користувачів з товарами в інтернет-магазинах.

**Моментальний платіж** – вид розрахунків при купівлі товару або оплату послуг в інтернет-магазині, коли досить ввести в спеціальні поля дані про свою карту: номер карти, термін дії карти, ПІБ (ця інформація розташовується на лицьовій стороні картки) і CVV/CVV2 (три останні цифри на зворотному боці картки, там де знаходиться зразок підпису) – і покупка тут же оплачується, а з карти списується сума покупки.

**Моніторинг** – клієнтська і технічна підтримка PSP Platon надають потокову допомогу у вирішенні нестандартних ситуацій, помилки в протоколах передачі даних, перевірці успішності і не успішності транзакцій, роботі з відмовами та іншими поточними питаннями через зручні канали зв’язку: телефон, Skype, e-mail, чат на сайті.

**Набір доставки замовлення (Order Shipping Set)** – використовується для прямих покупок. Включає в себе вказівки про те, як отримати замовлення, транспортну накладну, оновлену інформацію про стан запасів і інформацію з рахунку-фактури.

**Накрутка** – штучне збільшення лайків/підписників/охопленнь в

соцмережах. Зазвичай проводиться за допомогою програм, а не вручну. “Чорний” метод просування.

**Наскрізна аналітика** – аналіз ефективності рекламних кампаній на основі даних про продажі й відстеження шляху клієнта по воронці продажів.

**Нативна реклама** – ненав’язлива реклама, яку впроваджують в контент під виглядом корисної інформації або поради. Така реклама органічно вписується у формат контент-простору: відповідає тематиці та стилю ресурсу. Нативна реклама не викликає роздратування у споживача на відміну від прямої.

**Низькочастотні запити** – слова, які користувачі протягом місяця вводять в пошук до 150 разів.

**Ньюсджекінг** (**Newsjacking)** – впровадження в контент або рекламу конкретну подію, яка викликає широкий інтерес у громадськості. Мета – за допомогою трендової або вірусної теми привернути увагу аудиторії до бренду, підвищити впізнаваність і стимулювати продажі. Іншими словами, це рекламні маніпуляції з інфоприводами, коли маркетологи намагаються “піймати хайп”, запровадивши бренд або конкретний товар до контексту ситуації.

**Обмежений доступ** – деяке обмеження в діях користувача на вашій сторінці, нові коментарі від користувача будете бачити тільки ви й він, а ваше листування переміститься до папки “Запити”.

**Обробка партії (Batch Processing)** – тип обробки і передачі даних, при якому пов’язані один з одним транзакції збираються в групу і передаються для обробки, зазвичай одним комп’ютером і одним додатком.

**Одноразовий ідентифікатор** – алфавітно-цифрова послідовність, що її отримує особа, яка прийняла пропозицію (оферту) укласти електронний договір шляхом реєстрації в інформаційно-телекомунікаційній системі суб’єкта е-комерції, що надав таку пропозицію. Одноразовий ідентифікатор може передаватися суб’єктом е-комерції, що пропонує укласти договір, іншій стороні електронного правочину засобом зв’язку, вказаним під час реєстрації у його системі, та додається (приєднується) до електронного повідомлення від особи, яка прийняла пропозицію укласти договір;

**Оплата готівкою** – спосіб оплати товарів при доставці їх кур’єром клієнту безпосередньо в руки.

**Організаційна мережа (Organizational network)** – група підприємств, які можуть взаємодіяти та створювати ВП шляхом використання ІКТ, що формується навколо підприємства-лідера або на основі альянсів та кооперації між групами підприємств.

**Органічний трафік** – користувачі, які потрапили на сторінки сайту через запит у пошуковій системі. Вони потрапляють на веб-сайт не через рекламні посилання, а самостійно, через пошук, наприклад, в Google. Органічні користувачі цінуються вище, аніж ті, які прийшли через рекламу. Органічні користувачі виводять сайт у пошуковий ТОП. Це природний безкоштовний трафік з пошуку за запитами користувачів.

**Оффер (Offer)** – це вигідна пропозиція для користувача в межах конкретної рекламної кампанії. Грамотно складений оффер навіює користувачеві вигоду, заради якої він зробить цільову дію – зареєструється на вебінарі або заповнить анкету. Приклад оффера: залишивши e-mail, користувач отримує знижку 30%.

**Охоплення** – кількість унікальних переглядів контенту. Навіть якщо людина переглянула вашу сторіз або пост 5 разів, в показник охоплення ці 5 переглядів зарахуються як 1. А ось переглядів буде дійсно 5.

**Паблік** – публічна сторінка в соціальних мережах. Підходить для брендів і ЗМІ.

**Пагінація** –посторінковий вивід інформації на одній сторінці. Використовується для навігації сторінками.

**Партнерські розсилки** – це такий вид розсилок, коли інформація про продукт/подію або компанію в цілому доноситься за допомогою e-mail-розсилки по базі вашого партнера.

**Перевірка адреси (Address Verification Service, AVS)** – послуга надається ІТ з метою перевірки адреси власника картки. Робиться, щоб боротися з обманом при покупках поштою, телефоном, Інтернетом. Така послуга не є гарантією, що транзакція дійсна.

**Перекази грошових коштів** – спосіб оплати в Інтернеті. Найбільш часто використовуються наступні види переказів: банківські перекази; поштові переклади; переклади з використанням електронної пошти; грошові перекази можуть здійснюватися і в іншій формі.

**Перелінковка** – зв’язування сторінок одного сайту або сайтів між собою через гіперпосилання.

**Підозріла карта (Suspicious card)** – картка, яку підозрюють у скоєнні по ній шахрайства на основі виявленої невідповідності схеми проведених розрахунків звичній манері здійснення платежів власника картки.

**Підтвердження (Approval)** – код, який надсилав банком-емітентом на підтвердження того, що пластикова карта покупця існує, придатна до використання і запитувана сума знаходиться в межах допустимого ліміту. Підтвердження запитується в процесі авторизації.

**Пластикова карта** – це персоніфікований платіжний інструмент, використовуваний для автоматизації безготівкових розрахунків.

**Платіжна система** – міжнародна асоціація банків і кредитних організацій, що здійснює розробку, реалізацію та функціональну підтримку використання карткових продуктів, і пов’язаним з ними послуг, яка визначає і регулює правила розрахунків між учасниками платіжної системи. Платіжна система – спосіб оплати за товари, придбані в інтернет-магазині, є електронні платіжні системи. При цьому основною одиницею розрахунків є електронні титульні знаки, наприклад, прийом оплати за WebMoney на сайті здійснюється в WMZ/WMR.

**Платне охоплення** – унікальні користувачі, які побачили публікацію або сторінку завдяки рекламним оголошенням.

**Плейсмент** – місце, де буде показана реклама.

**Поведінковийтаргетинг**–показреклами користувачевівідповідно до його поточних інтересів. Зі зміною інтересів змінюється й реклама.

**Повідомлення Chargeback** – запит про списання грошових коштів з рахунку підприємства по авторизованої раніше транзакції, ініційоване емітентом карти, відповідно до правил міжнародної платіжної системи.

**Поворотний період (Chargeback Period)** – кількість календарних днів, відлік яких ведеться від дати обробки транзакції, протягом якого емітент має право повернути транзакцію еквайреру. Кількість днів варіюється від 45 до 180 днів залежно від типу транзакції.

**Покази** – число показів рекламного оголошення.

**Показник відмов** – метрика, що показує, який % відвідувачів покинули сайт з тієї сторінки, на яку прийшли, або переглянули не більше 1 сторінки ресурсу.

**Показник якості** – оцінка релевантності оголошень, ключових слів і цільових сторінок для користувачів.

**Портрет клієнта** – портрет ідеального споживача. Образ ідеального покупця, якого виділяють як найбільш характерного представника цільової аудиторії. Маркетологи складають портрет вигаданої людини, якості, переваги, характер і поведінка якого притаманні усьому сегменту цільової аудиторії конкретного бізнесу. Тобто портрет клієнта і такі синонімічні терміни, як профіль, аватар та персонаж, - це збірний образ покупця.

**Посилальна вага** – показник значущості сайту, з якого веде посилання. У кожного посилання свою вага, на основі її пошуковики ранжують сайти та привласнюють їм певне місце у видачі.

**Послуга проміжного характеру в інформаційній сфері** – послуга з передачі та/або зберігання інформації та присвоєння мережевих ідентифікаторів. Якщо послуга надається особою, яка є ініціатором передачі інформації, має змогу впливати на вибір одержувача інформації або може змінювати зміст інформації, що передається, така послуга не є послугою проміжного характеру в інформаційній сфері.

**Постинг** – розміщення контенту в соціальних мережах.

**Пошукова видача (SERP)** – сайти з першої сторінки пошукача. Це перші 10 сайтів, які показує пошукова система на запит користувача.

**Пошукова реклама** – реклама над результатами пошуку. Відповідає темі запиту, що ввів користувач.

**Предзаголовок (Preheader)** – текст, що показується відразу після теми в списку листів. Доступно для деяких поштових сервісів.

**Придбання (Capture)** – рішення, що дана транзакція буде представлена до оплати.Такатранзакціяініціюєпереміщеннякоштіввід емітента до одержувача і потім на рахунок торговця. Усі транзакції, представлені до оплати, включаються в Batch і направляються процесору платежів або платіжного шлюзу (Payment Gateway). Транзакції не можуть бути зарезервовані, якщо вони не були авторизовані і якщо товар/послуга не були доставлені/надані клієнту.

**Природні посилання** – посилання на ваш сайт, якими поділилися люди. Зазвичай це посилання на форумах, в соціальних мережах, блогах, сайтах відгуків, на новинних сайтах і сервісах Q&A.

**Продакт-плейсмент (Product placement)** – це непряма та завуальована реклама, яка діє у фільмах, музичних кліпах, шоу, відеоблог або ілюстраціях і фотографіях. Цей рекламний прийом передбачає, що у кадрі буде фігурувати реквізит або логотип бренду, або ж про продукт будуть згадувати герої. Важлива особливість: рекламний характер прийому ховається від споживача. Наприклад, продакт-плейсмент – це коли у фільмі герой п’є воду конкретного існуючого бренду.

**Промопост/промоутування** – платне відображення поста (опублікованого або спеціально створеного).

**Проморозсилка** – це поштова розсилка листів від різних компаній, у котрій вони діляться своїми пропозиціями, акціями та знижками з користувачами. Сюди також входять новини, корисний контент, ігри та конкурси. Такі листи розсилаються частіше за інші, бо допомагають підтримувати зв’язок з вашою аудиторією.

**Процесинг карт** – це система обробки транзакції при оплаті банківськими картами за товари або послуги в мережі Інтернет.

**Процесинговий центр** – система обробки операцій по банківських картках в сфері е-комерції. Завдання процесингового центру – забезпечення прийняття платежів за банківськими картками інтернет-магазинами. Крім того, процесинговий центр координує розрахунки між банком-емітентом картки, торговою точкою, кардхолдером і банком-еквайєром.

**Пункт продажів (Point of Sale, POS)** – місце, де товар оплачується і куди він доставляється. В мережі Інтернет програмне забезпечення торговельної точки дозволяє торговцям приймати транзакції в своїх мережевих магазинах і здійснювати наступні транзакції зі своїми фінансовими організаціями.

**Реалізація товару дистанційним способом** – укладення електронного договору на підставі ознайомлення покупця з описом товару, шляхом забезпечення доступу до каталогів, проспектів, буклетів, фотографій тощо з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, телевізійним, поштовим, радіозв’язком або в інший спосіб, що виключає можливість безпосереднього ознайомлення покупця з товаром або із зразками товару під час укладення такого договору.

**Реанімаційна (реактиваційна) розсилка** – пожвавлення неактивних підписників шляхом відправлення їм ланцюжка листів.

**Реверсал (Reversal)** – скасування авторизації, за допомогою якої відбувається повернення раніше заблокованої суми за рахунком клієнта для подальшого її використання.

**Реєстрація мерчанта** – це покроковий процес, в результаті якого відбувається інтеграція платіжної системи для прийому платежів на сайті інтернет магазину.

**Рейтинг оголошення** – показник, що розраховується, коли користувач вбиває пошуковий запит і ваше оголошення бере участь в аукціоні. Залежить від ставки, очікуваного CTR, релевантності оголошення, якості цільової сторінки й т.ін..

**Рекламний кабінет** – місце управління рекламою (настройка, запуск, відстеження).

**Реконсиляція** – дозволяє проводити подвійну перевірку платежів, що виключає можливі помилки у формуванні реєстрів по платежах. Це здійснюється завдяки звірці банківської виписки і наших звітів за всіма платежами.

**Релевантність сайту** – ступінь відповідності тексту і тематики сайту слову або виразу, заданого як ключ при пошуку інформації. Показники релевантності використовується пошуковими системами для визначення порядку видачі результатів пошуку.

**Репост, поділитися** – публікація чийогось поста у своїй стрічці.

**Репутація відправника** – оцінка поштовим сервісом ваших e-mail-кампаній. Оцінка залежить від частоти, масштабності й частоти комунікацій з підписниками.

**Ретаргетинг/ремаркетинг** – реклама, яка показується тим користувачам, що вже були на вашому сайті раніше. Це рекламний інструмент, націлений на користувачів, які вже знайомі з брендом. Ремаркетінг допомагає повернути користувачів, які раніше виявляли інтерес до продукту, відвідували сайт або реагували на маркетингові комунікації.

**Розрахункова клірингова палата (Automated Clearing House, ACH)** – установа, через яке проводяться банківські транзакції, що зачіпають більше однієї фінансової організації. АСН дебетує і кредитує ліцензовані фінансові організації.

**Семантичне ядро** – статистично значимий набір запитів (словосполучень і слів), які використовуються цільовою аудиторією для пошуку в мережі Інтернет-продуктів, послуг, інформації або Інтернет-ресурсів. Семантичне ядро – це пошукові запити, за якими на сайт переходитимуть з пошукових систем цільові відвідувачі.

**Середньочастотні запити** – слова, які користувачі протягом місяця вводять в пошук до 1000 разів.

**Система повного циклу супроводження постачальників (SCM-система)** – інтегрована система планування й управління процесами постачання, яка забезпечує координацію і контроль діяльності всіх учасників ланцюжка постачання.

**Система повного циклу супроводу споживачів (СRM-система)** – це концепція забезпечення повного циклу супроводу клієнтів, що дозволяє консолідувати інформацію про клієнта і зробити її доступною усім суб’єкта господарювання, а також упорядкувати всі стадії взаємин з клієнтами – від маркетингу і продажу до післяпродажного обслуговування.

**Склікування (Click Fraud)** – (зло)вмисні кліки по оголошеннях з метою розтрати бюджету рекламодавця.

**Сліп (Slip)** – документ, що формується в торговій точці і засвідчує факт здійснення платежу по картці. Сліп оформляється касиром на імпринтері і міститьінформаціюпросумуоперації,датутаідентифікаційні дані картки.Сліп підписує касир і власник картки.

**Сніппет** – це та інформація, яку ви бачите на сторінці пошуку після того, як ввели запит. Це фрагмент тексту або коду зі сторінки сайту, що містить пошуковий запит користувача. Складається з заголовка й опису, а також може включати додаткову інформацію про ресурс.

**Соціальний доказ (Social proof)** – це поведінковий патерн, коли людина не може самостійно оцінити продукт або бренд, і готова схилитися до думки більшості. Іншими словами, це наслідування більшості та стадне почуття. Соціальний доказ виражається у наступних типах контенту: відгуки, лайки і коментарівсоціальнихмережахбренду,думкиекспертів,рекомендаціїблогерів та інфлюенсеров.

**Спам-пастки** – поштова адреса, яку використовують антиспам-організації та провайдери, щоб ловити шахраїв та недобросовісних відправників. Мета пасток – боротьба зі спамом і блокування IP відправника. Загрожує потраплянням домену в чорний список відправників і блокуванням IP відправника. Якщо такі спам-пастки є у вашій базі, ваш показник відмов зростає, а доставка знижується.

**Спам-фільтри** – програма, що захищає користувача від отримання спаму. **Спам, спам-розсилка (Complaints)** – масова розсилка листів з рекламою

особам, що не давали згоди на її отримання і не надавали свої поштові дані. **Спливаючі вікна (pop-up)** – елементи інтерфейсу користувача, які

показуються поверх сторінки в браузері. Їх поява не залежить від будь-яких дій на сайті.

**Способи оплати в Інтернет-магазинах** – в даний час все більшою популярністю користується придбання товарів в різних інтернет магазинах з використанням ресурсів і можливостей Інтернет. Інтернет-магазин способи оплати може використовувати різні – відзначимо основні з них: банківські картки; електронні платіжні системи; різні переклади; оплата готівкою.

**Статичне рекламне оголошення** – оголошення, яке становить фахівець вручну, а не програма автоматом. Щоб змінити оголошення, потрібно вручну вносити зміни.

**Стікери** – вбудовані статичні та динамічні інструменти Instagram Сторіз (наклейки, геомітка, опитування, і т.д.).

**Стоп-лист (Stop-list)** – список номерів банківських карток, які не приймаються до обслуговування. У стоп-лист заносяться загублені або вкрадені картки, що виключає можливість їх несанкціонованого або злочинного використання. Стоп-лист розсилається в торгові точки обслуговуючим їх банком-еквайром.

**Сторітеллінг (Storytelling)** – історія, яка описує продукт, шляхом оповідання, написаного у стилістиці, що зрозуміла і близька аудиторії. Мета: щоб читач вірив, співпереживав і бачив у героєві “свого”. Сторітеллінг продає продукт через історію, де головний герой – людина, а продукт як обставина. Такий рекламний інструмент націлений на те, щоб “у світі клієнта” донести до аудиторії конкретний заклик до дії.

**Стрічка (Feed)** – стрічка з новинами користувачів, на яких підписаний користувач.

**Суб’єкт е-комерції** – суб’єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, що реалізує товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, або особа, яка придбаває, замовляє, використовує зазначені товари, роботи, послуги шляхом вчинення електронного правочину.

**Таргетинг** – налаштування рекламних кампаній під певні аудиторії (на підставі віку, гео, інтересів, професії, і т.ін.).

**Таргетована реклама** – реклама товарів/послуг зацікавленим кластерам користувачів на основі їх інтересів, поведінки, зайнятості. Обраних чинників.

**Тема листа** – видима частина повідомлення у Вхідних.

**Товарний фід**–файл з даними всіх товарів на сайті та їх атрибути (унікальні ідентифікатори, посилання на товари і їх зображення, описи).

**Трансакційний збір (Transaction Fees)** – фіксована плата, що стягується з продавця за кожну транзакцію (на додаток до Discount rate). Коливається в межах $ 0.20-$ 1.00

**Трансакційні запити** – запити зі словами: купити, замовити, скачати. Запити зі словами ціна, вартість, скільки коштує, теж можна віднести до трансакційних, так як вони частіше за інших конвертуються в покупки.

**Трансакційні листи** – листи, які не несуть комерційного підтексту. Це листи-реакції на дію користувача. Наприклад, зміна пароля в особистому кабінеті або зміна статусу замовлення.

**Транзакція (Transaction)** – будь-яка подія в результаті якого відбувається зміна фінансової позиції організації в ході її нормальної роботи. Прикладом транзакції є здійснення покупки за допомогою кредитної карти.

**Трафік** – це число унікальних відвідувачів, що потрапили на сайт через пошук.

**Тригерні листи** – це листи-реакції на дію користувача або момент настання якоїсь події. Наприклад, незавершена покупка або додавання товару до корзини.

**Тролінг** – вид поведінки в інтернеті. Як правило, це провокація і заклик викликати негатив у того, на кого він спрямований.

**Унікальна торгова пропозиція (УТП)** – висловлює відмітну конкурентну перевагу компанії та відповідає на питання: “чому споживач повинен купити це саме у нас”. Зазвичай розташовується вгорі акаунта.

**Унікальний відвідувач** – це користувач, який зайшов на сайт з будь-якого нового пристрою вперше за певний період.

**Флуд** – листування в коментарях, яке не має спільних точок з темою поста.

**Фоловер** – підписник.

**Форма замовлення (Order form)** – електронна форма, яка містить поля для введення всіх даних, необхідних для того, щоб зробити замовлення.

**Форма підписки** – статичний або динамічний блок на сайті, за допомогою якого користувач може підписатися на розсилку.

**Функціональна група (Functional Group)** – угруповання пов’язаних наборів транзакцій, що належать до одного класу. Наприклад, в функціональну групу може входити замовлення на покупку, підтвердження замовлення на покупку і т.п..

**Футер (Footer)** – нижній блок листа. Містить посилання на соціальні мережі, контакти, посилання на відписку від розсилки.

**Хедер** – верхня частина листа. Включає заголовок, прехедер і шапку листа.

**Хейтер** – користувач, що відчуває ненависть до будь-якого профілю в соцмережах.

**Хештеги** – спеціальні тематичні/брендові слова/словосполучення, за якими користувачі знаходять потрібний їм контент.

**Хлібні крихти** – елемент навігації по сайту. Хлібні крихти показують позицію користувача на сайті в загальній структурі (Головна → Послуги → SEO-просування → Лінкбілдінг …).

**Цільова аудиторія** – користувачі, які з максимальною ймовірністю зацікавлені у вашому продукті. Вони відбираються за певними характеристиками (інтереси, вік, гео, і т.п.), цим користувачам показується таргетована реклама. Цільова аудиторія – це група людей, яка як потенційно, так і фактично зацікавлена в послугах та продуктах бренду. Усю аудиторію об’єднує ряд загальних ознак і характеристик, наприклад: доходи, інтереси та хобі, особливості поведінки в Інтернеті.

**Часовий таргетинг** – метод показу рекламних оголошень в певний рекламодавцем час і в певні дні тижня. Допомагає скоротити неефективні покази.

**Число відписок (Unlikes rate)** – відсоток відписок користувачів від спільноти. Розраховується самою соціальною мережею.

**Шаблон листа** – це універсальний макет, який можна використовувати для різних видів розсилки: тригерної, що продає, welcome-ланцюжка і т.ін.. Основні блоки та стиль оформлення залишаються незмінними, але контент листа при цьому щоразу змінюється.

**Шар безпечних з’єднань (Secure Socket Layer, SSL)** – протокол синхронізації по шару безпечних з’єднань було розроблено корпорацією Netscape Communications для забезпечення захисту даних, що передаються по мережі Інтернет.

**A/B-тестування, спліт-тест (A/B Testing, split testing)** – тест, який допомагає вибрати найбільш ефективний варіант сторінки або елементів сайту, шляхом визначення вподобань і поведінки аудиторії. Так, метод допомагає обрати вдале колірне рішення, розташування або розмір елементів інтерфейсу. У процесі експерименту користувачів поділяють на дві групи, де кожна умовна група бачить різну версію сторінки або її елементів. Далі оцінюють, який варіант збільшує конверсію, залученість і утримання аудиторії.

**ABA Routing Number** – унікальне дев’ятизначну число, стоїть в нижній частині чека перед номером рахунку (зазвичай обрамлене двокрапками). Однозначно визначає банк, де зберігається сума, на яку виписаний чек.

**Alt-текст** – текстовий опис зображення, що відображається у випадку встановлення на сайті або в листі відключити відображення зображень. Прописуються обов’язково, інакше є ймовірність попадання в спам.

**AMP e-mail** – інтерактивні листи з динамічними елементами (анімацією, кнопками, картинками з прокруткою, формами і т.ін.).

**Business-to-abministration, В2А (модель “бізнес для адміністрації”)** – взаємодія бізнесу й адміністрації, що включає ділову взаємодію комерційної структури з державною організацією, починаючи від місцевої влади і закінчуючи міжнародною організацією.

**Business-to-business, В2В (модель “бізнес для бізнесу”)** – обмін товарами/послугами або інформацією (чи їх продаж) між компаніями і не включає в цей процес кінцевого фізичного споживача товару/послуги. Сьогодні В2С – найбільший ринок е-комерції.

**Business-to-consumer, В2С (модель “бізнес для споживача”)** – електронна роздрібна торгівля. В2С – неформальний термін, що означає процес взаємодії компанії (юридичної особи – business) з кінцевим споживачем (фізичною особою – сonsumer), що має на меті продаж товарів/послуг або інформації.

**CAC (Cost to Acquire a Customer)** – вартість залучення нового клієнта. Це (число залучених відвідувачів помножене на ціну за клік) та поділене на кількість покупців.

**CAC (Customer Acquisition Cost)** – вартість залучення клієнта. Це усереднена сума витрат, яка витрачається на залучення одного покупця або клієнта. У суму входять витрати на рекламну кампанію, зарплати співробітникам, програмне забезпечення тощо.

**Call to action** – елемент листа (частіш за все це кнопка), що мотивує читача зробити певну дію.

**Chip Card** – карта, яку ще називають IC (integrated circuit card). Пластикова карта, всередині якої знаходиться мікропроцесор, здатний зберігати “електронні гроші”. На відміну від кредитних карт, дані карти дозволяють витратити тільки те, що в них є.

**Click rate** – показник переходу. Це відношення числа переходів до кількості доставлених листів.

**Click to open rate** – показник переходів по відношенню до відкриттів. Співвідношення числа тих, що перейшли по посиланнях до числа тих, що відкрили лист.

**CLV/LTV** – “довічна вартість клієнта”. Це сумарний прибуток, що приносить клієнт за весь період роботи з компанією/брендом. E-mail-маркетинг як раз направлений на те, щоб продовжити цей період і збільшити загальний прибуток.

**CMS (Движок сайту)** – те програмне забезпечення зі скриптів, на котрому працює сайт.

**CommerceServer**–веб-сервер ,підключений до процесора платежів, що має все необхідне для їх прийому – програму, що зберігає всі покупки і підсумовує їх ціни (Shopping Cart), базу даних і ін.. Зазвичай дозволяє встановити з’єднання по одному із захищених протоколів, наприклад, SSL.

**Consumer-to-abministration, С2А (модель “споживач для адміністрації”)** –організація взаємодії державної структури і споживачів, особливо в соціальній та податковій сфері. Цей напрям найменш розвинений, проте має досить високий потенціал.

**Consumer-to-consumer, С2С (модель “споживач для споживача”)** – взаємодія користувачів для обміну комерційною інформацією, досвідом, аукціонною торгівлею між фізичними особами тощо.

**Cookies (кукі)** – файл, в який сайти збирають дані користувачів. Він зберігається на самому пристрої користувачів, і містить їхні інтереси, історію показів та відвідувань. Завдяки Cookies ми наново не вводимо логіни на сайтах, де вже ідентифікувались (Gmail, Facebook і т.д.). Також з їх допомогою сайти розраховують число унікальних відвідувачів.

**COS (Сost Of Sale)** – середня вартість продажу (відношення вартості РК до загальної суми прибутку від неї). Так ви зрозумієте, скільки витрачаєте на рекламу і скільки з неї отримуєте. Якщо ваші витрати вищі за доходи, доцільно переглянути налаштування РК.

**CPA (CostperAction)**–модельінтернет-реклами,заякоїплатавідбувається за вчинену користувачем дію на сайті (замовлення, перегляд ролика, реєстрація, і т.ін.). CPA – це оплата за цільову дію. Це модель оплати інтернет-реклами, де рекламодавець сплачує тільки за виконання конкретної дії. Наприклад, цільовими діями бувають: замовлення товару, заповнення анкети, перегляд відеоролика, додавання товару до кошика або онлайн бронювання.

**CPC (Cost per Click)** – вартість кліка по пошуковій рекламі з подальшим переходом користувача на рекламований сайт.

**CPF** – ціна залученого підписника. Розраховується як співвідношення вартості рекламної кампанії до числа залучених підписників.

**CPL (Cost Per Lead)** – вартість ліда, оплата за виконану дію (дзвінок, заповнення форми зворотного дзвінка, і т.д.). Відношення вартості реклами до кількості лідів. Це різновид CPA, де метою є генерація нового ліда. Оплата відбувається після того, як людина зробить цільову дію.

**CPM (Cost Per Mile)** – ціна за 1000 показів рекламного оголошення. Відношення вартості реклами до кількості переглядів, помножене на 1000 показів.

**CPO (Cost Per Order)** – ціна за підтверджене замовлення, яке користувач здійснив на сайті. CPO враховує абсолютно всі замовлення, включаючи неоплачені. Це співвідношення витрат на рекламу до кількості отриманих замовлень.

**CPS (Cost Per Sale)** – вартість продажу товару/послуги. Відношення вартості реклами до числа отриманих продажів. CPS розраховується як для всієї рекламної кампанії, так і для кожного оголошення.

**CPUI (Cost Per Unique Impression)** – ціна кожного унікального показу. Відношення вартості реклами до числа унікальних показів оголошень.

**CPV (Cost Per Visitor)** – ціна за одного відвідувача, який перейшов на сайт рекламодавця. Відношення вартості розміщення реклами до трафіку на сайт. Розраховується в Google Analytics

**CRM** – програма, що дозволяє зберігати всі дані щодо клієнтів, включаючи звернення до чату підтримки, покупки, адреси доставлення та багато іншого.

**CTA (CalltoAction)**–заклик до дії (кнопки “Замовити”, “Зателефонувати”), який стимулює користувача перетворитися в споживача.

**CTR (Click Through Rate)** – коефіцієнт клікабельності, який вираховується шляхом порівняння числа кліків на рекламу до числа показів. CTR показує наскільки якісно налаштована і ефективна рекламна кампанія. Це співвідношення числа кліків до числа показів реклами, помножене на 100.

**Digital lending** – цифрове кредитування, онлайн-видача кредитів з використанням цифрових технологій, що передбачає віддалену ідентифікацію. Процес цифрового кредитування починається, як правило, з реєстрації користувача, онлайн-заявки на позику, відправки онлайн-документів. Включає аутентифікацію і підтвердження особи позичальника, після чого компанія приймає рішення про видачу або відмову у позиці в автоматичному режимі.

**DKIM (Domain Keys Identified Mail)** – цифровий підпис. Він створюється у DNS-зоні почтового домену й підтверджує справжність вашого домену.

**Double Opt-in** – подвійне підтвердження підписки. Це лист, який відправляється після підписки/реєстрації з проханням підтвердити e-mail. Необхідний для перевірки коректності електронної адреси.

**E-mail-маркетинг** – це один з напрямків маркетингу, який використовує поштові розсилки для комунікацій з користувачами.

**Error rate** – показник помилок. Співвідношення кількості помилок до числа відправлених листів.

**FAQ** – питання, що часто задаються. Блок на сайті будь-якої тематики з відповідями на найчастіші запитання користувачів.

**Follow-up email** – лист або ланцюжок листів підписнику у відповідь на його виконану дію (підписка, додавання товарів в корзину, оформлення замовлення). **Front-End** – то, що бачить покупець на веб-сайті продавця. Front-End дозволяє покупцеві взаємодіяти з кошиком покупця (Shopping Cart), базою даних, а також оплачувати покупки.

**FTP** – протокол передачі даних через TCP/IP між сервером та клієнтським комп’ютером. Фактично це комп’ютер, до якого підключаються зовнішні користувачі та працюють на ньому.

**Google-реклама(GoogleAds)**–сервіс контекстноїрекламизінструментами для створення рекламних оголошень.

**GTM (Google Tag Manager)** – система управління тегами, в яку впроваджуються теги для відстеження та аналізу поведінки користувачів.

**Holdback** – частина коштів, отриманих продавцем від карткових платежів, заблокованих еквайєром або іншим MAP, щоб покрити витрати на Chargeback і інші спірні виплати. Після закінчення певного терміну Holdback повертається продавцю.

**Host Capture** – автоматичне складання Batch-файлу в процесорі платежів або платіжному шлюзі.

**HTML Email** – HTML-лист, написаний кодом. Необхідний, щоб лист коректно відображався в усіх браузерах і на всіх пристроях. Листи мають табличну верстку.

**HTTPS** – протокол передачі даних через їх шифрування.

**Imprint** – зчитування параметрів карти. Може бути електронним (через POS-термінал) або ручним (отримання відбитка карти за допомогою импринтера). Imprint необхідний длядоказу фізичної присутності картки вмісці покупки.

**KPI** – ключові показники ефективності (приріст абонентів, збільшення продажів, зростання залученості, зростання впізнаваності бренду й ін.). Ними можуть бути: ціна за клік, вартість ліда, конверсії.

**KPI (Key Performance Indicator)** – ключовий показники ефективності. Це індикатор досягнутих результатів, відображений у цифрах. KPI використовують для оцінки ефективності стратегій, рекламних кампаній, результатів роботи всієї компанії або конкретного співробітника. Також KPI застосовують, щоб планувати і контролювати процеси, щоб покращувати поточну стратегію, проводити роботу над помилками і чітко визначати вектор розвитку.

**Look-alike аудиторії** – аудиторії, схожі на вихідну цільову аудиторію (за інтересами, географії та ін.).

**LTV (Lifetime Value)** – довічна вартість клієнта – той обсяг грошей, що користувач принесе компанії, поки буде купувати товари, або користуватися послугами. Чим вище показник, тим краще. Проблема в тому, що в реальності порахувати його важко.

**MasterCard Secure Code** – технологія забезпечує безпеку банківських карт MasterCard шляхом надання додаткового секретного коду, який захищає їх від несанкціонованого використання в процесі здійснення покупок в інтернет-магазинах. З допомогою цієї послуги клієнт Інтернет-магазину зможе оплатити карткою MasterCard з найменшими ризиками виникнення шахрайства. MasterCard Secure Code – це простий і безпечний спосіб оплати покупок в інтернет-магазинах. Секретний код – SecureCode, відомий тільки власнику картки і банку-емітенту, забезпечує платіжну карту MasterCard додатковим захистом від несанкціонованого використання в інтернет-магазинах.

**Merchant Account Provider (MAP)** – банк або фірма, де можна отримати Merchant Account. МАР також приймає платежі з пластикових карт. Розуміється більш широко, цей термін включає будь-які операції з кредитними картами, наприклад, ISO.

**Merchant Category Code** – код, який міжнародна платіжна система привласнює продавцю. Цей код, що складається з чотирьох цифр і званий іноді SIC CODE, відображає основний напрямок діяльності продавця.

**Money** **Journey** – термін позначає сукупність транзакцій, що супроводжують процес видачі і погашення позики наданого мікрофінансової організацією.

**Nofollow** – частина тегу rel, яка застосовується для гіперпосилань на сторонні ресурси та говорить роботам, що при розрахунку ТіЦ та PR дане посилання враховувати не потрібно.

**Noindex** – метатег, що сповіщає пошукового робота, що даний текст/сторінку сайту вносити в індекс не слід.

**Open Rate** – показник відкриття листів. Відношення відкритих листів до числа відправлених.

**Opt-out** – для підписника це означає можливість відмовитися від отримання листів бренду.

**PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard)** – стандарт безпеки збереження даних банківських карток при оплаті товарів і послуг онлайн. Ці дані можуть передаватися, зберігатися і оброблятися лише спеціальною організацією з інформаційною структурою. Система надає повну безпеку інформаційних даних платіжних карток.

**POS Terminal** – електронний прилад, який використовується для авторизації і проведення платежів за допомогою кредитної картки. Може автоматично читати дані, записані на магнітній смузі картки. Параметри карти можна вводити вручну. POS-термінал придатний і для МОТО-транзакцій.

**PPC, CPC (Pay per Click, Cost per Click)** – ціна за клік. Модель оплати інтернет-реклами, де оплачується кожен клік, без урахування того, як часто показувалася реклама.

**Recurring Fees** – регулярні, зазвичай щомісячні платежі за підтримку Merchant Account. Включають Discount Rate, Transaction Fee, Statement Fee і Monthly Minimum.

**Refund** – кредитова фінансова операція, яка здійснюється після списання грошових коштів з карткового рахунку власника карти, ініціюється підприємством за згодою власника картки, в разі відмови останнього від отримання товару (послуги) або його повернення.

**RFM-аналіз** – поділ користувачів на групи щодо того, як часто, як давно і на яку суму вони зробили покупки або корисні дії. За допомогою цього аналізу можна дізнатися, які користувачі приносять найбільше грошей, а які – найменше.

**ROAS** – повернення інвестицій в рекламу. Це співвідношення прибутку від реклами до витрат, помножене на 100 %.

**Robots.txt** – текстовий документ у кодуванні UTF-8, в якому написано, які сторінки сайту сканувати пошуковим роботам.

**ROI (Return On Investment)** – показник окупності інвестицій, який показує отриманий дохід з 1 долара, витраченого на просування. Відстеження та аналіз ROI допомагає зрозуміти, як оптимізувати витрати, зберігаючи ефективність реклами.

**RPC (Revenue Per Click)** – дохід з кожного кліка по рекламному оголошенню. Відношення всього доходу від РК до загальної кількості кліків в кампанії. Якщо RPC більше CPC (Cost Per Click), то вам слід подумати, як оптимізувати кампанію.

**SERM (Search Engine Reputation Management)** – це управління репутацією в пошукових системах. Комплекс заходів, спрямованих на витіснення негативних відгуків позитивними.

**SFS (shout out for shout out)** – взаімопіар. Користувач запускає пост SFS, і просить фоловерів розповісти про свої профілі й відзначити в пості або сторіз ініціатора SFS. Безкоштовний легальний спосіб просування.

**Sitemap.xml (XML-карта сайту)** – XML-файл з інформацією, в якому відображені посилання на всі сторінки сайту, які потрібно проіндексувати.

**Skimming** – спосіб підробки пластикової карти, коли магнітна смуга однієї карти переписується на іншу.

**SMM** – маркетинг в соціальних мережах.

**SPF-запис** – унікальна цифровий підпис типу “TXT”, що необхідно створити в DNS-зоні вашого поштового домену для його верифікації. У SPF-записі вказано, з яких серверів для вашого поштового домену дозволено відправляти пошту. Для домену можна створити тільки одну SPF-запис. Для перевірки коректності створеного SPF-запису можна використовувати загальнодоступний SPF-валідатор.

**SWOT-аналіз** – методика, яка допомагає визначити зовнішні та внутрішні фактори впливу на бізнес. Типи впливу поділяють на чотири категорії: сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози. Результатом аналізу стане таблиця, яка допомагає зрозуміти всебічну ситуацію в бізнесі та побудувати план дій.

**Thank-you-page** – сторінка, на яку потрапляє користувач після оформлення замовлення або заповнення форми.

**Transaction File** – файл, в який процесор платежів поміщає всі транзакції, проведені за попередній день. Деякі процесори створюють два файли – один містить тільки авторизації, інший же – тільки завершені (Settled) транзакції.

**UGC** – контент, який генерують користувачі (фото, відео, пости, відгуки).

**UTM-мітка** – інструмент, який визначає параметри джерела трафіку. Це дозволяє зрозуміти, звідки прийшов користувач, і як це позначається на його поведінці, аналізувати вплив факторів на кінцеві цілі – продажі або інші цільові дії. Відстеження джерела трафіку допомагає вдосконалювати рекламну стратегію, відстежуючи ефективність джерел. Так, можна створити такі параметри UTM-мітки, які допоможуть відстежити не тільки з якої соцмережі прийшов користувач, але й з якої публікації, каналу або акаунта. UTM-мітка – це змінна в URL-адресі сторінки, що дозволяє системам аналітики отримати інформацію і відстежити джерела переходів за посиланням.

**Verified by Visa** – це захищена оплата кредитною карткою, що забезпечує високу ступінь безпеки електронних платежів в інтернеті. Оплата карткою Visa на сайті відбувається шляхом простої процедури перевірки. Verified by Visa здійснює ідентифікацію особистості власника картки при покупках в інтернет-магазинах, що беруть участь в програмі, за спеціальним паролем, який власник картки може отримати в банку-емітенті платіжної картки. Будь-який власник картки Visa може скористатися цією зручною і безпечною послугою. Таким чином оплата через VisaCard є максимально захищеною від онлайн шахрайства.

**Welcome-ланцюжок** – автоматична серія листів, яка відправляється користувачу відразу після того, як він дав згоду на розсилку. Це відмінний спосіб для кампанії розповісти про себе, свої переваги, і про вигоди для клієнта.