# STEP-BY-STEP SEO

## マーケティング略語集

広告費を１円もかけずに、

アクセスを殺到させる方法

# マーケティング略語集

マーケティングの世界には、膨大な量の言葉を覚えやすく、理解しやすくするための頭字語がたくさんあります。しかし、ほとんどの人にとって、これらの略語は単なる文字にしか聞こえません。ここでは、最も重要なマーケティングの略語をすべて分解してみました。これであなたも、パーティーでクールに振る舞うことができるでしょう。

**AIDA: Attention Interest Desire Action（注意・関心・欲求・行動）**

これらは、消費者がパーチェスファネルの最初から実際に購入するまでの一連の流れを表しています。消費者は、「気づく」ことから始まり、「興味を持つ」、「欲しいと思う」、「実際に購入する」といったことを繰り返します。一般的なマーケティングでは、このファネルの各段階で消費者を誘導することに重点を置いていますが、デジタル時代になってからはこれが多少変わりました。

**API: アプリケーション・プログラム・インターフェース**

これは通常、ソフトウェアが他のソフトウェアと対話する方法について非常に複雑な説明をしています。基本的には、API を設定することで、他のソフトウェアと対話する際に実行する一連のルールを持つことができます。これは、あるソフトウェアと他のソフトウェアとの間に契約を設定するようなものです。例えば、Weather Underground は API の情報を他の天気予報ウェブサイトやアプリに公開しており、一度設定すれば、API を介して自分のアプリに Weather Underground から天気情報を自動的に取得することができます。

**ASP: アプリケーション・サービス・プロバイダー**

これらは、コンピュータネットワーク上でサービスを提供するビジネスです。例えば以下のような会社があります。お客様にテキストメッセージによるプロモーションを行うことができます。

**B2B: Business to Business**

企業は、他の企業にサービスを提供する場合と、消費者に直接サービスを提供する場合があります。両方を行うこともあります。例えば、次のような企業があります。
スポーツ用品メーカーがスポーツショップに自社製品を販売する。それは B2B のアレンジメントです。

**B2C: Business to Consumer**

この例では、ビジネスは顧客や消費者に直接サービスを提供します。例えば、スポーツショップがその製品を直接消費者に提供しています。

**BANT：予算、権限、必要性、タイムライン**
これは、営業担当者やセールスリーダーがよく使うツールで、見込み客が自分たちの販売する商品を購入するための予算、権限、必要性、そして適切な時間軸を持っているかどうかを判断するのに役立ちます。

B＝ 予算。彼らにその余裕があるのか？
A＝権威。これを買えるような意思決定者なのか？
N＝ 必要性。あなたが売っているものを実際に必要としているか？
T＝タイムライン。実装までの時間的余裕は？

**BR：Bounce Rate（直帰率）**
あなたのウェブサイトに訪れた人のうち、ページを見ただけで帰ってしまった人は何人いますか？ここで得られるパーセンテージが直帰率となります。

**CAC：顧客獲得コスト**
お客様に何かを購入してもらうために、どれだけのお金を投資しなければなりませんでしたか？リサーチ、マーケティング費用、サイトやプロフィールのセットアップと継続的な運用などに投資しなければならなかった金額です。お客さまを獲得するためには、さまざまなコストがかかります。この金額を知っておくと、今後、顧客獲得のためにどれだけの費用をかけるべきかを予測するのに役立ちます。

**CAN-SPAM：迷惑メールの規制について**
2003 年に成立した米国の法律で、商業目的の電子メールやメッセージに関するルールを定めたもの。この法律により、ユーザーは電子メールを拒否することができ、企業が電子メールを送り続けようとすると（スパムなど)、罰則が適用されることになりました。このため、すべての電子メールの下部に「配信停止」のボタンを設置する必要があります。

**CASL: カナダのスパム対策法**
2013 年に成立したカナダの法律で、"商用電子メッセージ "の送信を規制している。CASL は電子メールを対象とする。

**CEO：最高経営責任者**
企業を管理する最も上級のコーポレート・オフィサー。この人は、政策に関する高度な決定を行い、戦略を策定し、取締役会に報告します。

**CFO: 最高財務責任者**
財務計画、記録管理、報告など、企業の財務リスクの管理を担当する最上級の経営者。会社の財務のスポークスマンであり、通常は CEO と取締役会に報告する。

**CIO：最高情報責任者**
情報技術やコンピュータ技術の管理、導入、使い勝手の向上など、企業の技術的側面を担当する最も上級のエグゼクティブ。CIO は、テクノロジーが企業にどのような利益をもたらすか、あるいは既存のビジネスプロセスをどのように改善できるかを把握し、それを企業に統合していく。

**CMO：最高マーケティング責任者**
CMO はさまざまな役割を担っていますが、専門はマーケティングの基礎に関する深い知識です。また、データ分析や戦略的思考に関わることもあります。

**CMS：コンテンツマネジメントシステム**
あなたのブランドに関連する膨大なコンテンツを管理するあらゆる種類のソフトウェアアプリケーション。画像やコンテンツの編集、整理、公開などをサポートすることがあります。例えば、ブログやソーシャルメディアのコンテンツなどです。アプリケーションによっては、より多くの機能を持つものもありますが、コンテンツ管理の領域であれば、すべて CMS とみなされます。

**COO：最高執行責任者**
企業内のビジネスオペレーションを管理・監督する最も上級のエグゼクティブ。彼らは通常、次のように報告します。会社の中では、CEO の次席に位置することが多い。

**CPA：Cost Per Action の略。**
例えば、あなたがウェブサイトを持っていて、そこにいくつかの製品広告のバナーを貼ったとします。誰かがそのバナーをクリックするたびにバナーを見た人が何かを購入したり、バナーを見たりすると、お金がもらえます。例えば、誰かが実際に何かを購入した場合にのみ報酬を得ることができるなど、広告主や仕組みはそれぞれ異なります。どのような仕組みであっても、支払われる金額は "cost per action "と呼ばれます。

**CPC：Cost Per Click（クリック単価）の略。**
もう一つのオンライン広告モデルは、この例ではウェブバナーの例で、あなたはただ事前に設定された報酬を得るでしょう。広告がクリックされるたびに、その金額が表示されます。この頭文字をとって PPC（pay per click）と呼ばれることもあります。

**CPM：コスト・パー・サウザンド**
大規模なマーケティングキャンペーンを行っている場合、特定の広告タイプや媒体で1,000 人にリーチするためにかかる費用のこと。

**CR：コンバージョンレート**
その場にいてオファーを見た総人数のうち、何人のユーザーが望んだ行動をとったか？例えば、あなたのウェブサイトを訪れた人のうち、何人があなたのウェブサイトでメールリストに参加しましたか？その割合がコンバージョン率です。

**CRM：カスタマー・リレーションシップ・マネージメント**
これは、企業がこれまでの顧客とのやり取りの履歴を見て、今後どのように顧客とやり取りしたいかを決定するものです。例えば、ある消費者が特定の商品に関するメールをすべて開き、リンクをクリックして商品を見たが、購入には至らなかったとします。そこで企業は、その特定の商品のための特別なプロモーションを含むフォローアップメールを送ることができる。

**CRO: コンバージョンレート最適化**
何かにアクションを起こして顧客になってくれるユーザーを増やそうとする戦略のこと。Web サイトを訪れたユーザーが購入に至るまでのコンバージョン率を高める。

**CSO：最高セキュリティ責任者**
人、会社の資産、物理的・有形的財産を保護するためのポリシーを作成し、監督する最も上級の役員。

**CSS：カスケードスタイルシート**
HTML のような伝統的なコーディングで Web サイトを構築する場合、その上に CSS のコードを使って視覚的に美しく見せるのです。HTML は積み木のようなもので、CSS は飾りのようなものです。例えば、メールアドレスを収集するために、メールサービスプロバイダーから送られてきた HTML コードを Web サイトに追加したとしたら、それはおそらくメール会社の非常に静的な外観で、Web サイトのブランディングとはまったくマッチしません。そこで、CSS を使ってボタンの色やフォントなどを変更し、Web サイトの一部としてマッチしているように見せます。

**CTA：コールトゥアクション**
"click here!"のような言葉"Subscribe now" "buy now "などはすべて CTA とみなされます。CTA とは、ユーザーに望ましい行動を促す具体的な指示のことです。正しい方法で行えば、すぐに反応を得ることができます。

**CTO：最高技術責任者**
CTO は、組織内の科学技術に焦点を当てて責任を負う最上級のエグゼクティブです。この役割は、ソフトウェアや E コマースなど、テクノロジーをベースにした産業の企業に多く見られます。

**CTR：クリック・スルー・レート**
リンクを見たユーザーの総数に対して、何人のユーザーが特定のものをクリックしたか。例：メールを開いてリンクを見た全員のうち、実際にクリックしたのは何人か？

**CX: カスタマー・エクスペリエンス**
これは、消費者があなたのブランドを知ってから、購入、再購入、スタッフとのやりとり、ウェブサイトとのやりとりなど、消費者が経験するすべてのプロセスを指す言葉です。すべての要素がお客さまの体験の一部です。

**DA:ドメインオーソリティ**
ドメインオーソリティとは、Moz が開発した検索エンジン評価指標です。DA 評価は 0 から 100 までのスコアで、このスコアは Moz 独自の MozRank、MozTrust、リンクしているルートドメイン、総リンク数（Trust Flow や Citation Flow に似ています）など、数多くの異なる指標を評価して算出されます。これらの要素がサイトの DA を構成しており、スコアが高いほどそのドメインのオーソリティが高いことを意味します（高いほど良い）。DA は、ウェブサイトがどのくらいの確率でランクインするかを予測するものです。現在、ウェブサイトは他のウェブサイトと比較するための単一のスコアを持っています。

**DM：ダイレクトメール、またはダイレクトメッセージ（ソーシャルメディア）**
ダイレクトメール。郵便で物理的な郵便物を受信者に送ること。これはもはやコールドコンバージョンではないため、「ジャンクメール」とも呼ばれる。視聴者を顧客にすることができなくなりました。ダイレクトメッセージ。ソーシャルメディア上で、あるアカウントのフォロワーと直接、かつプライベートに連絡を取るために使われるメッセージ。ダイレクトメッセージは、個人から個人へ、またはグループ内で送ることができます。多くのアカウントでは、フォロワーからの DM のみを許可していますが、多くの企業では誰からの DM も許可しています。

**DNS：ドメインネームサーバー**
ドメイン名のウェブサイトやメールの設定を管理するシステム。

**EOD: End Of Day**
EOD は営業日の終わりを意味しますが、金融業界では市場の終了を意味します。

**EOW: End Of Week**
EOD と同様に、EOW は単に週の終わりを意味します。つまり、金曜日の営業日の終わり頃を意味しています。

**ESP：E メールサービスプロバイダー**
メールマーケティングやバルクメールを提供する会社。個人のメールで全員や様々なキャンペーンを把握するのは不可能です。これらの会社は、それを簡単に、そしてよく整理してくれます。また、メールを送信する際に、スパムと判定されないように注意してくれる。

**FTP: File Transfer Protocol**
大量のファイルを送信する場合（ウェブサイト全体のファイルや大量のビデオなど)、FTP を使ってインターネット上のホストから別のホストにファイルを転送することができます。

**GA：Google アナリティクス**
Google は、ユーザーのウェブサイトに対して、ウェブサイトのトラフィックに関する詳細な統計を生成するサービスを提供しており、どこでサイトの訪問者がどこから来ているのかをまた、コンバージョンや売上も測定できます。これは、あなたのウェブサイトに追加され、プライベートダッシュボードであなたに提示されます。

**HTML：ハイパーテキストマークアップ言語**
これは、ウェブサイトを作るための基本的なコードです。Web サイトを家に例えると、HTML は基礎、壁、ドアや窓の穴に相当します。しかし、それだけなのです。家やウェブサイトを装飾する方法については、CSS の定義を参照してください。

**IBL：インバウンドリンク**
他のウェブサイトからあなたのサイトへのリンクです。

**IM：インスタントメッセージング**
入力したメッセージをリアルタイムで他の人に送信すること。例：テキストメッセージ、Facebook メッセージ、Skype チャット。iMessage.

**IP：インターネットプロトコルアドレス**
インターネットを利用するすべての機器には、番号が割り当てられています。例えば、電話機やノートパソコンなどです。この番号を「IP アドレス」と呼びます。IP アドレスの例は次のようになります。78.125.0.209

**KPI：Key Performance Indicator**
企業としては、達成しようとしている目標や追跡したい内容に基づいて、独自の KPI を決定することができます。例えば、ブログの閲覧数と、そのうち何人が購読者になったかが KPI となるでしょう。

**LTV：ライフタイムバリュー**
これは、お客様の行動や属性、購入履歴などに基づいて、そのお客様が今後どれだけ会社にお金を使ってくれるかを推定した、お客様に関連する金額です。

**MoM: Month-Over-Month（前月比）**
ある年のある月と前年の同じ月を比較する際に使用されます。各月の変化を把握しようとしているものの平均値を比較すると、最終的に以下のようになります。
MoM です。成長率を計算するには X 月の数字から Y 月の数字を引き、その結果を X 月の数字で割り、最終結果を 100 倍する。

**MRR：Monthly Recurring Revenue（月次収益）の略。**
これは、サブスクリプションベースのビジネスが毎月受け取る収益の量を追跡するために使用されます。新規顧客の加入率で平均化された失われた顧客を含む。

**MTD: Month-to-Date**
現在の月の初めから現在の日付までの期間。

**NPS：ネットプロモータースコア**
これは、人々があなたの会社を他の人に推薦する度合いを示す 0〜10 の数値で、企業の製品やサービスをどのように改善すべきかを判断するために使用されます。
NPS を算出するためには、推奨するお客様の割合（プロモーター、9〜10）から、推奨しないお客様の割合（デトラクター、0〜6）を差し引きます。

**OBL：アウトバウンドリンク**
現在のウェブサイトから離れてしまうようなリンク。

**OoO：アウト・オブ・オフィス**
特定の時間、物理的にオフィスにいられない場合に使用されます。

**PA：ページオーソリティ**
ページオーソリティは、ドメインオーソリティと同じように計算され、同じ評価システム（0-100）を持っています。違いは、ページオーソリティはウェブサイト上の 1 つのページに対するスコアであるということです。そのため、その特定のページがランクインする可能性を予測します。このスコアは、ウェブサイトの特定のページを、他のウェブサイトの特定のページと比較するためにも使用できます。

**PM：プロジェクトマネージャー**
プロジェクトマネージャーは、プロジェクトのさまざまな側面を管理しますが、実際にはプロジェクトの要素そのものには貢献しません。プロジェクトマネージャーは、生産性の向上、リスクの低減、利益の最大化、コストの最小化に責任を負います。また、プロジェクトチームの内外で発生した問題を解決するための窓口となります。

**PR：**ページランク
Google がソフトウェアをランク付けする方法で、入力された検索ワードとあなたのページがどれだけ結びついているかを計算します。

**PR：パブリック・リレーションズ**
企業、ブランド、製品、人物などを、適切なタイミングで適切な視聴者に見せる行為。理想的なのは、消費者がそれを見て、広告ではなく、本物のお勧めや情報のように聞こえて、購買意欲をそそられることです。良い PR の例：雑誌、テレビ番組、特別イベント、有名人、ニュース記事、ポッドキャストなどで紹介されること。

**PTO：有給休暇**
これは、雇用開始時に与えられた、あるいは時間の経過とともに蓄積された休暇、病欠、休日のことです。

**PV：ページビュー**
特定のウェブページを何人が閲覧したか。これは、ウェブサイト全体に対する一般的なものではなく、特定のページに対するものです。

**QoQ: Quarter-over-Quarter**
これは、ある年の四半期を貴重な年の同じ四半期と比較する場合に使用されます。

**QR コード：クイックレスポンスバーコード**
商品や看板などで、ドットがたくさんついた四角いものを見たことはありませんか？これは QR コードと呼ばれるもので、ウェブサイトの URL などの情報が格納されています。スマートフォンのカメラで読み取ると、その情報に直接アクセスすることができます。

**QTD：QTD: Quarter-to-Date**
現在の四半期の初めから現在の日付までの期間です。

**ROI：投資収益率**
マーケティングキャンペーンに 100 ドルを投資して 1000 ドルを稼いだ場合、900 ドルの投資収益率になります。この
金額とは、あらゆる種類の投資に対して、どれだけ戻ってきたかということです。

**RSS：リッチサイトサマリー**
RSS とは、さまざまなウェブサイトをまとめたリスト、別名「フィード」や「チャンネル」のことです。

**RT：リツイート**
Twitter で他のユーザーが投稿したツイートを再投稿（または共有）すること。これは、単に "Retweet "を使うことで可能です。

**SaaS：Software-as-a-Service（ソフトウェア・アズ・ア・サービス）の略。**
オンライン・ソフトウェアを使用したり、コンピュータにダウンロードしたことがある人は、SaaS を利用したことがあるでしょう。例えば、会計ソフトを使用している場合は SaaS です。これらは通常、サブスクリプションで提供されます。

**SEM：サーチエンジンマーケティング**
検索エンジンで検索したとき、上位に表示されるのはスポンサー付きの検索結果です。

**SEO：検索エンジン最適化**
検索エンジンの検索結果に表示されるように、ウェブサイトやコンテンツを最適化することです。これは、SEM（上記参照）が有料版であるのに対し、オーガニック（無料）で実施できるものです。

**SERP：検索エンジンの結果ページ**
検索エンジンでキーワードを検索すると、検索結果の一覧が表示されますが、このページを SERP と呼びます。

**SLA：Service Level Agreement（サービス・レベル・アグリーメント）**
企業の営業チームとマーケティングチームの間で交わされる協定で、営業がマーケティングに期待すること、またその逆を定義するもの。営業チームとマーケティングチームが統合され、目標に向かって一致団結して取り組むことができるように調整することを目的としている。

**SMB: Small to Medium Business（中小企業）**
従業員数 10 名以上 500 名以下の企業。

**SMM：ソーシャル・メディア・マーケティング**
様々なソーシャルメディアプラットフォーム（Facebook、Twitter、Linkedin など）を通じて、ブランドのための戦略的なマーケティングを行います。

**SMO: ソーシャルメディア最適化**
様々なソーシャルメディアのコミュニティを活用して、ブランドのパブリシティを増やす。

**SOV：シェアオブボイス**
他の広告主の中での重みや割合に注目したオンライン広告の広告収益モデル。

**SWOT：強み（Strengths）、弱み（Weaknesses）、機会（Opportunities）、脅威（Threats）**
SWOT 分析は、企業のブランドや市場に存在する主な機会と課題を戦略的に捉えるものです。その結果、部門や大規模な組織として成功を収めるために、最も重要な次のステップを含むアクションプランが作成されます。

**TOS: Terms of Service**
ユーザーが特定のソフトウェア、サービス、製品などを利用する際に同意しなければならない条件。

**UGC：ユーザー・ジェネレーテッド・コンテンツ**
特定のオンラインシステムやサービスのユーザーが、そのビジネスに関連するコンテンツを作成すること。例：男性の健康に関するウェブサイトで、有償・無償を問わず様々な投稿者からのコンテンツを受け入れ、掲載する場合。

**UI：ユーザーインターフェース**
Web アプリケーション上でユーザーが目にする部分。例えば、Web サイトを操作するとき、それが UI です。Web サイトには、さまざまなコード、データベース、サーバーなどがあります。しかし、ユーザーが目にする部分は UI です。

**URL:　Uniform Resource Locator**
インターネット上のウェブサイトやリソースへのアドレス。ウェブブラウザのトップバーに入力して、以下のことができるようにするためのものです。
目的のサイトを探します。

**UV: ユニークビジター**
一定時間内にウェブページを訪れた個人の数をカウントするために使用されます。各人をカウントします。個別にカウントされるので、誰かがサイトを離れた後に戻ってきても、1 としかカウントされません。

**WOM：Word of Mouth（口コミ）**
製品やブランドに関する体験を、文章や口頭で誰かと共有すること。

**WWW: World Wide Web**
インターネットがウェブページを整理する方法。すべての URL の前に置かれている（URL の定義参照)。

**YoY：Year-Over-Year**
前年を基準にして表現された水準の変化。YoY は MoM や QoQ よりも多くのデータを含んでいるため、より長期的な視点で見ることができます。

**YTD: Year-to-Date**
今年度の初めから現在の日付までの期間。