

ビジネス全般	
BtoC	「Business to Consumer」の略で、一般消費者向けの商材を提供するビジネスを指しています。スーパーや飲食店、自動車販売、テーマパークなど、一般消費者が利用する商品やサービスが該当します。
BtoB	「Business To Business」の略で、企業間の取引で商材を提供するビジネスを指しています。自動車の部品メーカーや、ウェブ制作会社、広告代理店など、購入者が企業であるビジネスが該当します。
ウェブサイト関連	
ヘッダー	一般的にページの最上部の領域で、ロゴやメニューが並んでいる部分をヘッダーといいます。
フッター	一般的にページの最下部の領域で、各ページへのリンクや著作権情報が記載されることが多いです。
グローバルナビゲーション	ウェブサイトのどのページでも、上部に共通して表示されるメニューです。このサイトでは、「ホーム」「目的/課題別」「制作実績」などがグローバルナビに該当します。グローバルナビには、サイト内の主要なページが集められており、どのページからでも移動できるようにするという意図があります。
レスポンシブデザイン	パソコンやスマホなど、使っている端末に合わせて、ウェブサイトのデザインや最適化して表示させる技術です。近年はスマホの利用者がほとんどであるため、レスポンシブデザインでサイトを作ることが欠かせません。
キャッシュ	閲覧したウェブサイトの情報を一時的に保存しておく技術です。一度読み込んだ情報を記録しておくことで、次にウェブサイトを訪れた際には、情報の読み込みスピードが早くなります。
CMS	「Content Management System」の略で、ウェブサイト上のお知らせやブログといったコンテンツを、投稿・更新・管理するシステムのこと。多くのウェブサイトは、CMSを利用して制作されています。
WordPress	数あるCMSのひとつで、日本で最大のシェアを持っています。個人のブログから、大規模サイトにまで使われており、非常に汎用性の高いCMSと言えるでしょう。
マーケティング関連	
コーポレートサイト	企業の紹介をするためのサイトです。「会社概要」「製品の特徴」「採用情報」などネット上で会社の説明をすることが目的です。
ECサイト	ECとは「Electronic Commerce」の略で、通販サイトのことです。もう少し具体的に言えば、決済機能を持ったウェブサイトのことで、ネット上で商品の購買が可能になります。
サービスサイト	特定の製品やサービスについての情報をまとめたサイトです。複数の商材を扱うような会社では、ターゲットを絞るために、商材ごとのサービスサイトを作ります。
オウンドメディア	ウェブ界限では、ユーザーに対して情報発信を行うブログや、サイト自体を指す意味で使われますが、自社発行のパンフレットや広報誌なんかも、オウンドメディアに含まれます。
ランディングページ	ウェブサイトを閲覧するユーザーが、一番最初に訪れたページのことです。
LP	集客や購買を目的に作られる、縦に長い1枚のウェブページです。その構成はまさに商品やサービスを売るためのもので、セールス色の強い内容であることが多いです。広告でLPに流入させ、商品の購買につなげる流れが一般的です。
検索エンジン	GoogleやYahoo!など、情報を検索できるプログラムのこと。
SEO	検索エンジンで検索したときに、自社のサイトや情報を上位表示させるための方法です。検索回数が多いキーワードで上位表示されると、認知は広がり、売上の向上にもつながるため、多くの企業がしのぎを削ってがんばっています。

内部リンク	サイト内のページ同士で行き交うリンクのこと。
外部リンク	別のサイト同士で行き交うリンクのこと。引用や参考文献として貼られるリンクは外部リンクに該当します。
リスティング広告	検索エンジンの検索結果画面に表示される広告。ユーザーが検索したキーワードに関連する内容の広告が表示されるため、見込み客の獲得に適しています。
ディスプレイ広告	ウェブサイト上に、画像や動画で掲載できる広告。認知拡大に適しています。
分析関連	
アクセス解析	サイトに訪れたユーザーの情報を調査することです。どれだけの人数が見たのか、どのページが見られているのか、どのページが売上に貢献しているのかなど、ウェブサイトのさまざまな情報を確認できます。
Googleアナリティクス	Googleが無料で提供するアクセス解析ツールです。ウェブサイトを運営しているなら導入すべきツールで、使いきれないほどの機能が満載です。
ページビュー	ウェブページが閲覧された回数。
セッション	ユーザーがウェブページに訪れてから、閲覧をやめるまでのひとくくり。ユーザーが1回の訪問で5ページを見ると、PVは5に対し、セッション数は1となる。
離脱	ユーザーがウェブサイトの閲覧をやめること。
直帰	サイトに訪れたユーザーが他のページに移動することなく、そのサイトの閲覧をやめること。
CV(コンバージョン)	ウェブサイトやアプリ上で達成すべき目的をCVといいます。ウェブサイトでは「申し込み」「資料請求」「購入」などがCVとして設定されることが多いです。
CVR	コンバージョンレートを略してCVR。サイトに訪れたユーザーのうち、どれだけの割合でCVに至ったかの指標です。
CTA	Call To Actionを略してCTA。直訳すると行動喚起で、ウェブサイト上に記載される「お問い合わせはこちら」「今すぐ申し込み！」など、CVを促進するために誘導するためのボタンやテキストを言います。
CTR	Click Through Rateを略してCTR。簡単に言えばクリック率です。ユーザーの数に対して、どれだけクリックされたかを示す指標です。
imp	impはインプレッションと読みます。ページやリンク、広告などが表示されることを指します。例えば、検索結果に100回表示され、そのうち10回クリックされた場合、impが100、クリック数が10、CTRは10%です。
LTV	Life Time Valueを略してLTV。顧客生涯価値とも呼ばれますが、簡単に言えば「一人の顧客が生涯どれだけのお金を使ってくれるか」を示す指標です。新規顧客獲得の難易度が上がる今日では、LTVを最大化する流れがトレンドだったりします。
ROAS	Return On Advertising Spendを略してROAS。読み方はロアスです。かけた予算に対する効果を示す指標で、広告の費用対効果を算出する際によく用いられます。