

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ KỸ THUẬT
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ISO



ISO 9001 - 2008

GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: SEO WEBSITE
**NGÀNH: THIẾT KẾ TRANG WEB/
 THIẾT KẾ & QUẢN LÝ WEBSITE**
TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG/TRUNG CẤP

Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2020

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ KỸ THUẬT
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: SEO WEBSITE
NGÀNH: THIẾT KẾ TRANG WEB
THIẾT KẾ & QUẢN LÝ WEBSITE
TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG/TRUNG CẤP

THÔNG TIN CHỦ NHIỆM ĐỀ TÀI

Họ tên: Đỗ Đăng Nguyệt Hằng

Học vị: Thạc sĩ

Đơn vị: Khoa Công nghệ thông tin

Email: dodangnguyethang@hotec.edu.vn

TRƯỞNG KHOA

**TỔ TRƯỞNG
BỘ MÔN**

**CHỦ NHIỆM
ĐỀ TÀI**

Lê Như Dzi

Nguyễn Thị Thanh Giang

Đỗ Đăng Nguyệt Hằng

**HIỆU TRƯỞNG
DUYỆT**

Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2020

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

TaiLieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Search Engine Optimization - Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) là quá trình tăng chất lượng và lưu lượng truy cập website bằng cách tăng khả năng hiển thị của website hoặc webpage cho người dùng trên các máy truy tìm dữ liệu như Google, Bing, Yahoo,... SEO liên quan tới cải thiện kết quả tìm kiếm không tốn phí (kết quả tìm kiếm "tự nhiên"), không bao gồm nguồn truy cập trực tiếp và việc mua quảng cáo hiển thị. SEO mang lại những lợi ích tuyệt vời cho doanh nghiệp.

- SEO có thể giúp tối ưu hóa ROI (lợi tức đầu tư) nhờ đo lường được hiệu quả qua các chỉ số như lưu lượng truy cập Website, tỷ lệ chuyển đổi thành doanh số,... từ đó nắm được nhược điểm và cải thiện website hiệu quả.

- SEO mang lại hiệu quả chi phí với việc chủ động tiếp cận được khách hàng có nhu cầu với sản phẩm, dịch vụ trên Internet, giúp tiết kiệm thời gian, giảm thiểu chi phí tiếp cận.

- SEO cải thiện được trải nghiệm cho người dùng nhờ đòi hỏi nâng cao chất lượng website từ cấu trúc, giao diện tới nội dung trong quá trình thực hiện, từ đó tăng mức độ hiển thị trên công cụ tìm kiếm, thuận lợi tiếp cận khách hàng hơn.

- SEO giúp tăng độ tin cậy của website trên danh sách của công cụ tìm kiếm, góp phần xây dựng và phát triển thương hiệu, thu hút khách hàng tiềm năng và tăng doanh số hiệu quả.

Giáo trình này sẽ trình bày được các kiến thức tổng quan về Marketing Online; sử dụng được các công cụ của Google để đẩy website lên Top 1.

Lời cảm ơn của các cơ quan liên quan, các đơn vị và cá nhân đã tham gia.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 8 năm 2020

Tham gia biên soạn

1. Đỗ Đăng Nguyệt Hằng
2. Nguyễn Ngọc Kim Phương

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

Tên môn học: SEO Website

Mã môn học: MH3101337

Thời gian thực hiện môn học: 75 giờ (Lý thuyết: 45 giờ; Thực hành: 28 giờ;
Kiểm tra 2 giờ)

I. Vị trí, tính chất của môn học:

- Vị trí: học kỳ 4
- Tính chất: môn tự chọn

II. Mục tiêu môn học:

- Về kiến thức:

- + Trình bày được các kiến thức tổng quan về Marketing Online.
- + Trình bày được các khái niệm về SEO, Adwords, Adsense.
- + Trình bày được các kiến thức về SEO Contents.
- + Trình bày được tầm quan trọng của Landing Page, Home Page, Back Link.
- + Trình bày được cách sử dụng SEO Wake, Google Analytics.
- + Trình bày được quy trình thực hiện một website chuẩn SEO

- Về kỹ năng:

- + Phân tích và thực hiện được bộ Keywords chuẩn SEO theo đặc thù riêng.
- + Phân tích được cấu trúc của website dựa trên bộ dữ liệu Keywords chuẩn SEO.
- + Thiết kế và lập trình được website đáp ứng được với yêu cầu SEO.
- + Thực hiện được việc lập kế hoạch SEO cho một website với các trọng tâm về thời gian, chi phí, nhân lực.
- + Sử dụng thành thạo Google Analytics để phân tích và đánh giá hiệu quả của Website SEO
- + Sử dụng thành thạo Google Adwords và Google Adsense nhằm gia tăng hiệu quả SEO cho website.
- + Thực hiện được việc thu thập, phân tích và đánh giá được mức độ hiệu quả, chi phí, lợi nhuận với một website sau khi SEO.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- + Thái độ học tập nghiêm túc và tỉ mỉ trong quá trình thực hiện.
- + Giao tiếp tốt, có khả năng phân tích, đánh giá và ra quyết định.
- + Nhạy bén, sáng tạo, sử dụng ngôn ngữ thành thạo, khả năng viết tốt.

TaiLieu.vn

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

MO : Marketing Online

SEO : Search Engine Optimization (Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm)

HTML : Hyper Text Markup Language

PPC : Pay Per Click (lượng truy cập)

TaiLieu.vn

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ MARKETING ONLINE (MO)

Giới thiệu:

Trong Chương 1 sẽ giới thiệu khái quát các kiến thức để người học định hướng về vị trí làm việc, vai trò của môn học trong xây dựng website chuẩn SEO và Marketing Online.

Mục tiêu:

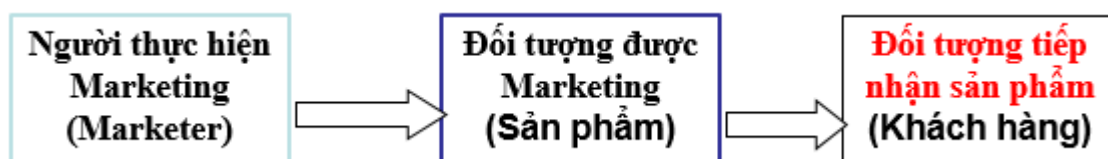
- Giới thiệu môn học, yêu cầu với người học, cách học tập, tài liệu tham khảo, các sản phẩm phải hoàn thành sau khi học xong môn học.
- Giới thiệu khái quát các kiến thức để người học định hướng về vị trí làm việc, vai trò của môn học trong xây dựng website chuẩn SEO và Marketing Online.

1.1. Các khái niệm liên quan

1.1.1. Marketing

Marketing là các hoạt động được thiết kế để tạo ra và thúc đẩy bất kỳ sự trao đổi nào nhằm thỏa mãn những nhu cầu và mong muốn của con người. Marketing là quá trình quản lý của doanh nghiệp nhằm phát hiện ra nhu cầu của khách hàng và đáp ứng các nhu cầu đó một cách có hiệu quả hơn so với các đối thủ cạnh tranh.

Hoạt động marketing:



Hình 1.1. Hoạt động marketing

1.1.2. Marketing Online

1.1.2.1. Khái niệm Marketing Online

Marketing online hay còn gọi là tiếp thị trực tuyến là hoạt động quảng bá sản phẩm/dịch vụ và xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp thông qua các phương tiện truyền thông kỹ thuật số trên Internet (website, fanpage, email...). Bằng cách sử dụng các công cụ truyền thông kỹ thuật số, Marketing online cho phép doanh nghiệp tiếp cận khách hàng mục tiêu, truyền tải thông điệp, tác động đến nhận thức người

tiêu dùng, kích thích hành vi mua hàng của họ và xây dựng mối quan hệ lâu dài, chặt chẽ với khách hàng.

Trong thời đại công nghệ số như hiện nay, khi mà hầu như tất cả người tiêu dùng đều sử dụng Google hay Facebook như là một công cụ hỗ trợ đắc lực khi có nhu cầu mua sắm một mặt hàng hay dịch vụ nào đó (tìm địa chỉ mua hàng, tìm mẫu mã mới, xem thông tin sản phẩm, đọc review...), thì Marketing online - loại hình quảng cáo trên nền tảng Internet chính là thế mạnh mà doanh nghiệp nên tập trung khai thác.

1.1.2.2. Một số hình thức Marketing Online phổ biến hiện nay

- Quảng cáo Google Adwords: để sử dụng hình thức Marketing Online này cần thông qua một đơn vị trung gian làm cầu nối giữa người cần quảng cáo và người giúp bạn quảng cáo. Quảng cáo trực tuyến trên Internet là hệ thống kết nối giữa bên mua và bán từ đó khoanh vùng những website thích hợp cho chiến dịch truyền thông.

- SEO Website: Đây là hình thức tối ưu hóa website với công cụ tìm kiếm Google, Bing... giúp website thân thiện với người dùng. Mục đích hướng đến của hình thức Marketing Online tối ưu trang tìm kiếm đó là khi người dùng tìm kiếm từ khóa liên quan đến sản phẩm, dịch vụ công ty/doanh nghiệp đang cung cấp sẽ xuất hiện top hoặc thứ hạng tốt trên Google, Bing v.v...

- Marketing trên Facebook: đây là hình thức truyền thông được ưu tiên sử dụng hàng đầu hiện nay. Mạng xã hội Facebook đã không còn quá xa lạ với người dùng Việt Nam, theo thống kê gần đây nhất cứ 100 người sử dụng Facebook thì trong đó có khoảng 95% người dùng để mua bán trao đổi hàng hóa. Để Marketing Online thành công trên Facebook bạn cần phải xác định tốt đối tượng mục tiêu, biết cách xây dựng nội dung đăng tải hình ảnh làm thế nào để thu hút người đọc v.v...?

- Marketing thông qua Email: hộp thư điện tử Email ngày nay đã và đang dần thay thế các cách gửi thư truyền thống trước kia. Không phải chờ đợi quá lâu, với một vài dòng soạn thảo thông tin đầy đủ bạn có thể truyền tải hình ảnh, nội dung, bản tin đính kèm đến mọi người mọi nhà một cách nhanh chóng nhất. Cách Marketing Online trên Email bạn thường thấy là việc khuyến khích đăng ký nhận bản tin điện tử khi bạn truy cập vào một Website nào đó.

1.1.2.3. Vai trò – Tầm quan trọng của Marketing Online

Lợi ích từ Marketing Online đem đến cho doanh nghiệp, công ty là một minh chứng “sống” khẳng định sự quan trọng của hình thức quảng cáo trực tuyến này trong thời đại ngày nay. Sau đây là một vài lợi ích thiết thực mà Marketing Online:

- Xóa bỏ mọi rào cản về khoảng cách: bởi hình thức Marketing trực tuyến cốt yếu là sử dụng môi trường Internet để truyền tải thông tin. Vì vậy chỉ cần một thiết bị có kết nối Internet bạn có thể đăng tải nội dung quảng cáo sản phẩm đến tận tay người tiêu dùng trên cả nước.

- Tiết kiệm nhân lực và chi phí đầu tư: bạn hoàn toàn có thể sử dụng ý kiến, đánh giá từ người tiêu dùng một cách chính xác nhất thông qua các kênh mạng xã hội phổ biến như Facebook, Email v.v... giúp bạn nhanh chóng khắc phục các khuyến điểm và sai sót về sản phẩm.

- Dễ dàng theo dõi đánh giá thay đổi theo từng thời kì phát triển của công ty. Cụ thể, khi sử dụng hình thức Marketing Online trên Website bạn có thể nắm rõ số lượng người đang truy cập, nội dung tìm kiếm chủ yếu từ khách hàng v.v...

1.2. Quy trình Marketing Online

Ngay từ đầu, làm một website bạn cần đặt các yếu tố landing pages, nội dung hay-hấp dẫn lên hàng đầu, đồng thời thực hiện tổ chức nội dung trên đó thật hấp dẫn. Cài đặt lên website những công cụ mạnh mẽ để tracking và hỗ trợ khách hàng truy cập.

Khi nội dung đã ổn, thực hiện chiến dịch Online marketing bài bản như SEO, Quảng cáo, PR... để thu hút hàng nghìn người truy cập vào các landing pages hấp dẫn của bạn.

Khách hàng online trên website của bạn vào những trang quan trọng và đọc thông tin trên đó. Ngay lập tức bạn biết được và có nhân viên trực website lịch sự chào hỏi khách hàng và đề nghị được giúp đỡ. Bạn lưu tất cả thông tin khách hàng đã truy cập vào một hệ thống CRM để phục vụ marketing sau này.

Khi khách hàng đã out rồi, lấy thông tin từ CRM ra để chào hàng lại hoặc gửi mail, sms các chiến dịch giảm giá hoặc sản phẩm mới của bạn cho những người đã vào web. Sau đây là Quy trình Marketing Online:

Bước 1: Xác định phân khúc khách hàng và đối thủ cạnh tranh

Đây là bước rất quan trọng vì việc lựa chọn đúng phân khúc khách hàng giúp bạn tập trung được nguồn lực và ngân sách để phục vụ những khách hàng phù hợp nhất và nhanh chóng đứng vững trên phân khúc thị trường đó. Ngoài ra, phân tích điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ giúp bạn đưa ra những phương pháp marketing cụ thể và đúng hướng.

Bước 2: Xây dựng Website chuẩn SEO

Xây dựng một website chuẩn SEO và tối ưu hóa nó với các công cụ tìm kiếm là cách nhanh nhất và tiết kiệm nhất để mang lại lượng lớn khách hàng truy cập vào trang Web, từ đó thúc đẩy khả năng mua hàng cao hơn. Nếu không thể xây dựng một đội ngũ chuyên về SEO, marketing, hãy thuê một công ty chuyên về lĩnh vực này. Một Website có thể chuyển đổi từ khách vãng lai thành khách mua hàng sẽ tốn nhiều thời gian và công sức để xây dựng content và hình ảnh.

Bước 3: Xây dựng hệ thống mạng xã hội

Mạng xã hội đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hiện nay. Truyền thông trên mạng xã hội giúp mang lại hiệu quả vô cùng lớn, các Website sau khi hoàn thiện cũng cần tới các mạng xã hội để truyền thông, tiếp cận người dùng giúp mang lại Traffic lớn và lượt Follow cho Website. Các mạng xã hội phổ biến hiện nay như Facebook, Zalo, Twitter,... Việc đồng nhất các thông tin về doanh nghiệp trên các mạng xã hội, như vậy sẽ tạo được sự tin tưởng của Google và người dùng hơn.

Bước 4: Xây dựng Content Marketing chất lượng

Nội dung hấp dẫn, mang lại giá trị cho người đọc và bám sát các tiêu chí của các bộ máy tìm kiếm sẽ mang lại lượt Traffic tốt giúp Website dễ dàng được tăng hạng và tỉ lệ chuyển đổi mua hàng cũng cao hơn. Hãy mang lại giá trị cho khách hàng nhiều hơn bằng Content của bạn thay vì cứ chăm chú vào bán hàng. Khi khách hàng

đã tin tưởng bạn bởi những giá trị bạn cho đi, họ sẽ quan tâm hơn tới các mặt hàng mà bạn đang bán.

Bước 5: Truyền thông trên mạng xã hội

Tiến hành truyền thông trang Web của bạn trên các mạng xã hội để thu hút khách hàng tiềm năng và tăng lượt follow cho Website của bạn. Có thể sử dụng các hình thức quảng cáo trả phí như Facebook Ads, Google Ads... để tăng Traffic cho website của bạn. Hãy nhớ Content chi tiết và hình ảnh hấp dẫn sẽ là các yếu tố chính quyết định việc khách hàng có Click vào website của bạn hay không.

Bước 6: Tiếp cận khách hàng tiềm năng

Tiếp cận khách hàng tiềm năng giúp tăng tỉ lệ mua hàng và bạn cũng dễ dàng chăm sóc khách hàng hơn. Biết được khách hàng nào tiềm năng sẽ tiết kiệm được thời gian chăm sóc, tập trung nguồn lực cho khách hàng đó sẽ mang lại khả năng mua hàng cao hơn rất nhiều so với việc chăm sóc nhiều khách hàng cùng một lúc mà không biết rõ ai là khách hàng tiềm năng.

Bước 7: Chăm sóc khách hàng

Chăm sóc trước và sau bán hàng sẽ khiến tỉ lệ mua hàng cao hơn, lượng khách hàng mới cũng sẽ tăng lên nhờ khách hàng cũ giới thiệu. Email marketing và SMS Brandname là các công cụ chăm sóc khách hàng và quảng bá thương hiệu rất hiệu quả. Rất nhiều doanh nghiệp đã bỏ qua bước này, đây là một sai lầm lớn bởi những khách hàng cũ có thể đề từ các khách hàng mời nhờ giới thiệu.

Với những hướng dẫn căn bản trên, chúc bạn và các cộng sự của mình có thể xây dựng được những kế hoạch Marketing Online có khả năng chuyển đổi cao. Để biết thêm thông tin chi tiết về Digital Marketing hay các công cụ về Email, SMS Marketing tự động thì bạn có thể tham khảo và dùng thử phần mềm CRMVIET. CRMVIET là phần mềm hàng đầu hiện nay trên thị trường về Marketing Automation

1.3. Vai trò của công nghệ thông tin trong Marketing Online

Công nghệ thông tin xuất hiện điển hình là sự có mặt của Internet đã tạo nên cách mạng hóa marketing, đặc biệt là thông qua những kênh phân phối và điển hình hơn là cách giao tiếp với khách hàng và nhất là cách tiến hành những nghiên cứu. Trong

thập kỷ mới đây, ngành marketing đã dần tiến đến lĩnh vực công nghệ cao và trở nên phức tạp hơn.

Về cơ bản, có thể thấy marketing trực tuyến là một phiên bản thay thế các hoạt động marketing truyền thống. Bạn phải quyết định sử dụng các hoạt động marketing trực tuyến để hỗ trợ hay thay thế các hoạt động marketing truyền thống. Ví dụ: có thể dùng trang web để cung cấp thông tin về sản phẩm, brochure hoặc các tài liệu marketing khác cho khách hàng. Bạn cũng có thể sử dụng các banner trực tuyến để thay thế hoặc hỗ trợ cho quảng cáo ngoài trời. Khách hàng thể xem xét rất nhiều sản phẩm để lựa chọn và so sánh bất kỳ lúc nào họ muốn và từ bất kỳ nơi nào mà không phụ thuộc vào giờ mở cửa của cửa hàng, doanh nghiệp,...

CÂU HỎI CHƯƠNG 1:

Câu 1:

Marketing Online là gì? Hãy kể tên các hình thức Marketing Online.

Câu 2:

Quy trình Marketing Online có bao nhiêu bước? Cho ví dụ.

Câu 3:

Marketing online khác với Marketing truyền thống như thế nào?

CHƯƠNG 2. KỸ THUẬT SEO

Giới thiệu:

Trong Chương này sẽ giới thiệu về tầm quan trọng của kỹ thuật SEO, các tiêu chí và quy trình SEO, các kỹ thuật SEO và cách lập kế hoạch SEO, cách phân tích từ khóa và sử dụng các công cụ SEO.

Mục tiêu:

- Giới thiệu về tầm quan trọng của kỹ thuật SEO, các tiêu chí và quy trình SEO
- Trình bày được các kỹ thuật SEO và cách lập kế hoạch SEO
- Người học thực hiện thành thạo việc phân tích từ khóa và sử dụng các công cụ SEO.

2.1. Khái niệm chung

2.1.1. Khái niệm về SEO

SEO (Search Engine Optimization) nghĩa là tối ưu hóa cho công cụ tìm kiếm. SEO là chiến lược tiếp thị thông qua các công cụ tìm kiếm.

SEO là một tập hợp các phương pháp, kỹ thuật nhằm nâng cao thứ hạng của Website trên trang kết quả của các công cụ tìm kiếm, làm cho Website xuất hiện thường kết quả của các công cụ tìm kiếm. Các phương pháp đó bao gồm việc tối ưu hóa website (tác động mã nguồn HTML và nội dung website) và xây dựng các liên kết đến trang.

Mục đích của SEO là đưa các từ khóa lên TOP trong trang 1 kết quả tìm kiếm, thu hút khách hàng mục tiêu đến Website. SEO cần thời gian lâu dài, kiên trì, khi đã đưa từ khóa được lên TOP và duy trì được ở TOP thì đó là phần thưởng cho SEOer và cho chủ website.

2.1.2. SEO cần cho đối tượng nào?

- Nhà đầu tư, giám đốc,... muốn áp dụng SEO vào kinh doanh, tăng nguồn thu.
- Trưởng phòng kinh doanh, Trưởng phòng marketing,... muốn tăng hiệu quả làm việc.
- Nhân viên kinh doanh, tiếp thị, bán hàng,... muốn tăng doanh số bán hàng.
- Các lập trình viên, quản trị web,... muốn cải tiến hiệu năng trang web.

2.1.3. Công việc của SEO làm gì ?

Nghiên cứu từ khóa (keyword research): tìm ra những cụm từ, nhóm từ khóa nhắm tới từng loại đối tượng tìm kiếm giúp đưa website lên vị trí cao trên kết quả tìm kiếm

- SEO Onpage: Tối ưu lại các nội dung trên trang web, cho cả công cụ tìm kiếm và khách viếng thăm

- SEO Offpage: xây dựng liên kết từ website khác trở tới website của bạn, gồm tất cả các liên kết từ các website khác nhau (Blog, mạng xã hội, tin tức,...)

2.1.4. Ưu điểm SEO

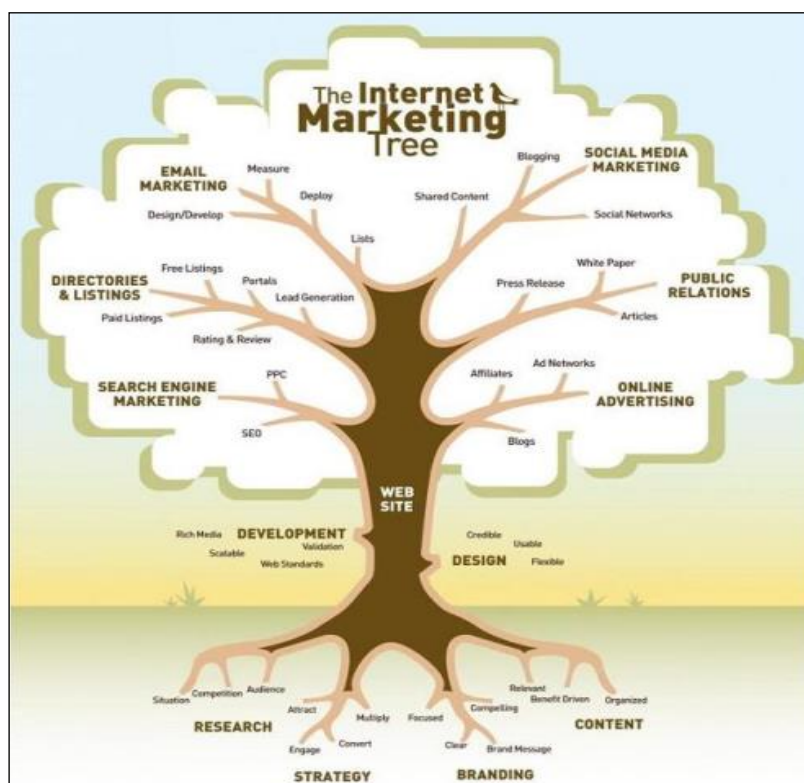
- Chi phí rất thấp khi so với các phương thức quảng cáo trên công cụ tìm kiếm khác (PPC) như Facebook ads, Adword, ...

- SEO giúp thu hút lượng lớn khách hàng mục tiêu có quan tâm trực tiếp đến sản phẩm, dịch vụ kinh doanh trên. Vì vậy mang lại doanh thu.

- Giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường, đối tượng khách hàng, nâng cao thương hiệu của doanh nghiệp. Xuất hiện nhiều trên trang kết quả tìm kiếm khiến doanh nghiệp của bạn dễ dàng được biết đến. Xuất hiện ở những vị trí cao hàm ý doanh nghiệp hoạt động lâu năm và là website đáng tin cậy.

2.1.5. SEO trong Website Tree

Khi doanh nghiệp, cá nhân có một website thì xem như mới chỉ chọn được một cây giống. SEO là 1 trong các cách thức để chăm sóc cây phát triển ngày một lớn và khi SEO lên TOP thì lúc đó cây cho nhiều quả to và ngon.



Hình 2.1. SEO trong Website Tree

2.2. Quy trình SEO

Đầu tiên, là công việc tối ưu hóa cho công cụ tìm kiếm – công việc này thì được chia ra làm 2 phần bao gồm tối ưu hóa on-page và tối ưu hóa off-page.

2.2.1. Tầm quan trọng của quy trình SEO

Với một người làm SEO, việc nắm rõ Quy trình SEO là một yếu tố cần thiết để thiết kế được một bản kế hoạch SEO hoàn chỉnh. Một số lợi ích của quy trình SEO bạn có thể nhìn thấy một cách dễ dàng như:

Tiết kiệm thời gian: Như đã nói ở phần trên, quy trình SEO được hình thành dựa trên sự trải nghiệm qua nhiều dự án. Do vậy, khi có một quy trình SEO chuẩn trong tay, bạn đã tự rút ngắn được thời gian làm SEO của mình mà không cần tốn thời gian đi trả lời câu hỏi: Làm như thế nào?

Biết được mình cần phải gì: Quy trình SEO không chỉ có các bước làm mà còn có trình tự thực hiện. Dựa vào đó, người làm SEO sẽ nhìn trước được mình cần phải làm gì với website.

Giảm thiểu rủi ro: Có một quy trình SEO tốt sẽ giúp bạn giảm thiểu lãng phí của những phương pháp thử nghiệm, phòng ngừa các rủi ro. Ngoài ra sẽ giúp bạn dễ kiểm tra giám sát và đánh giá để ứng phó khi có khủng hoảng nhân sự.

2.2.2. Quy trình SEO website

Quy trình SEO được hiểu là tập hợp các bước theo trình tự nhằm tối ưu hóa website trên công cụ tìm kiếm của Google.



Hình 2.2. Quy trình SEO
(nguồn: <https://vietmoz.edu.vn/quy-trinh-seo/>)

Bước 1: Xây dựng bộ từ khóa SEO

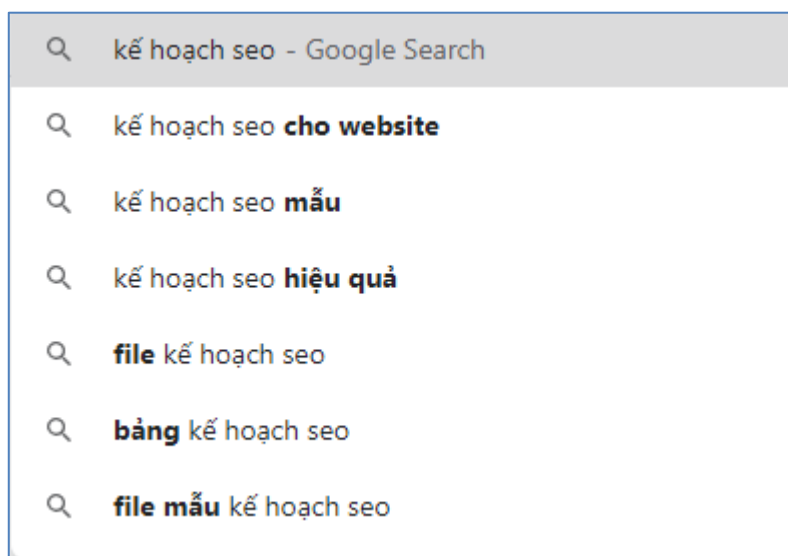
Bắt đầu một dự án SEO bằng cách **nghiên cứu từ khóa**, bởi các hoạt động của quá trình tối ưu hóa công cụ tìm kiếm đều xoay quanh các từ khóa.

Nếu chọn lựa sai từ khóa, bạn có thể sẽ chọn nhầm những từ khóa có độ cạnh tranh cao và đối thủ quá mạnh không phù hợp nên ở thời điểm hiện tại bạn không đủ khả năng cạnh tranh. Hoặc đôi lúc bạn lại chọn lựa những từ khóa có quá ít lượt tìm kiếm, điều này cũng không mang lại hiệu quả kinh doanh nhưng tiêu tốn khá nhiều nguồn lực của bạn.

Để tìm từ khóa SEO, bạn có thể dựa vào sự hiểu biết của mình về ngành nghề hoặc sản phẩm muốn làm. Hoặc bạn cũng có thể sử dụng công cụ Google

autocomplete (tại Việt Nam mọi người hay gọi là Google Suggest) để nhận được những gợi ý về từ khóa liên quan.

Bạn nhập từ khóa vào ô tìm kiếm của Google và Google sẽ trả về danh sách các từ khóa liên quan (xem ảnh dưới đây)

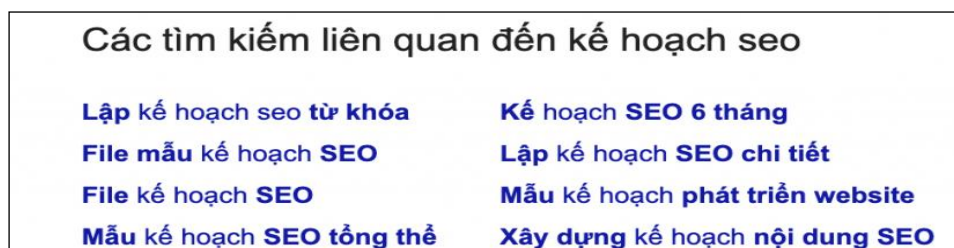


Hình 2.3. Kết quả tìm kiếm trên Google

Chức năng gợi ý từ khóa của Google autocomplete

Những từ khóa được gợi ý thường là những từ khóa tuyệt vời bởi đây là những từ khóa do người dùng tìm kiếm và được gợi ý từ chính Google.

Ngoài ra bạn cũng có thể kiểm tra ở phía cuối trang kết quả tìm kiếm để thấy phần **các tìm kiếm liên quan** và có thể tham khảo tiếp những từ khóa gợi ý khác



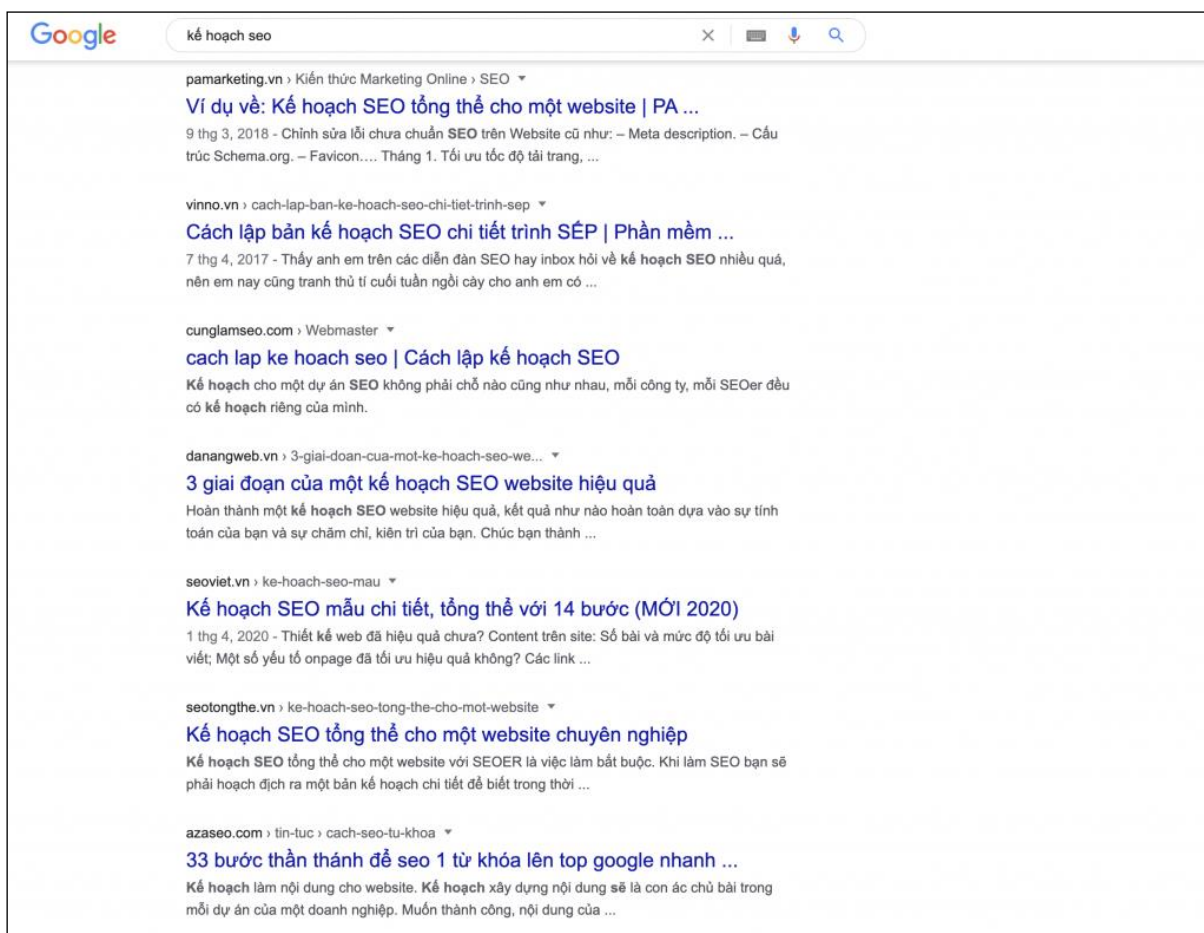
Hình 2.4. Kết quả tìm kiếm liên quan đến cụm từ trên Google

Thông thường bạn sẽ nhận được thêm rất nhiều từ khóa mới và các từ khóa này có xu hướng là những từ khóa dài hơn, và có mức độ cạnh tranh thấp hơn so với từ khóa ngắn.

Tuy nhiên các từ khóa dài này lại có lưu lượng tìm kiếm khá thấp và vì vậy bạn có thể SEO lên TOP nhanh hơn.

Bước 2: Phân tích 10 kết quả trên trang nhất Google

Bạn đã có một số từ khóa từ bước 1, bây giờ là lúc bạn có thể nhập các từ khóa đó lên thanh tìm kiếm của Google và hãy bắt đầu nghiên cứu 10 kết quả đầu tiên trên **SERP**.



Hình 2.5. Top 10 kết quả tìm kiếm của từ khóa trên Google

Ví dụ như ảnh trên, đã thực hiện truy vấn kế hoạch SEO và nhận thấy các website trả về khá nhiều chủ đề khác nhau. Nhưng nổi bật nhất vẫn là một số bài viết được biên tập theo hướng danh sách/các bước lập kế hoạch SEO.

Bước 3: Tối ưu hóa ý định tìm kiếm

Ý định tìm kiếm (**Search intent**) từ lâu đã trở thành một trong những tín hiệu xếp hạng quan trọng của Google. Để SEO thành công trong những năm tiếp theo chắc chắn bạn không thể không tìm hiểu về khái niệm này.

Bạn hãy hình dung trước đây những người quản lý trang web thường dành thời gian để viết rất nhiều nội dung để tương ứng với những từ khóa cần SEO. Phương

thức này thực ra cũng rất hiệu quả, tuy nhiên nó cũng kèm theo những rủi ro nhất định như:

Có quá nhiều bài viết cùng nói về 1 chủ đề trong khi chủ đề đó gần như không có nhiều sự thay đổi. Từ đây xuất hiện sự trùng lặp về nội dung trên trang web của họ.

Mặc dù những người quản lý website cũng cố gắng thực hiện các kỹ thuật như tối ưu liên kết nội bộ, hoặc sử dụng các thẻ canonical cho những bài viết đó tuy nhiên vẫn không thể giúp website chiếm vị trí cao trên bảng xếp hạng của Google.

Search intent ra đời như 1 kỹ thuật giúp chúng ta hiểu rõ ý định tìm kiếm của người dùng hơn để từ đó có thể tạo ra những bài viết phù hợp hơn thỏa mãn nhu cầu tìm kiếm của người dùng.

Về cơ bản người dùng có một số ý định tìm kiếm sau:

- Tìm kiếm thông tin
- Tìm kiếm mua hàng
- Tìm kiếm điều hướng

Bằng việc thấu hiểu ý định chính xác mà người dùng đang mong muốn, bạn có thể tạo ra được những nội dung tuyệt vời.

Bước 4: Sáng tạo nội dung chất lượng hơn

Nội dung luôn luôn là điều quan trọng nhất đối với bất kỳ website nào. Khi nói tới sáng tạo nội dung chất lượng bạn có thể chọn cách xây dựng sau:

- Nội dung nổi bật hơn
- Nội dung khác biệt
- Tạo ra nội dung nổi bật hơn

Tất cả những gì bạn cần làm là hãy làm cho nội dung của bạn tốt hơn nhiều lần so với đang có sẵn.

Ví dụ: Giả sử khi cần SEO từ khóa: “**cách tối ưu thẻ tiêu đề**”, và trên kết quả tìm kiếm đang có khoảng 10-15 cách tối ưu. Nên lúc này, nếu bạn tạo bài viết với khoảng 20 hay 30 cách tối ưu thì có vẻ như không có gì nổi bật hơn. Để chắc chắn có vị trí cao, bạn cần thực hiện nhiều cách làm SEO khác mới để có thể đẩy TOP từ khóa này.