



CHƯƠNG 8

TỐI ƯU WEBSITE TMĐT VỚI SEO

Nội dung

1

- Khái niệm về SEO

2

- Mục tiêu của SEO Onpage và SEO offpage

3

- Cơ chế hoạt động của máy tìm kiếm

4

- Các kỹ thuật tối ưu

5

- Kỹ thuật viết tựa bài viết

SEO là gì ?



Khái niệm về SEO

- SEO (Search Engine Optimization) là một tập hợp các phương pháp nhằm nâng cao thứ hạng của một website trong các trang kết quả của các công cụ tìm kiếm, bao gồm:
 - Tác động mã nguồn HTML và nội dung website → tối ưu hóa website
 - Xây dựng các liên kết đến trang để các công cụ tìm kiếm chọn lựa trang web phù hợp nhất phục vụ người tìm kiếm trên Internet ứng với một từ khóa cụ thể được người dùng truy vấn

SEO có tác dụng gì ?

- Giúp tăng thứ hạng website
- Giúp trang web tăng lượng truy cập
- Giúp tăng lượng khách hàng tiềm năng
- Giúp cải thiện thương hiệu

SEO cần cho đối tượng nào ?

- Nhà đầu tư, giám đốc,... muốn áp dụng SEO vào kinh doanh, tăng nguồn thu
- Các 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

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,...)

Mục tiêu của SEO Onpage



Mục tiêu của SEO Onpage

- SEO Onpage là tối ưu những gì trên trang web, gồm các mục tiêu:
 - Nghiên cứu từ khóa
 - Tối ưu thẻ Title
 - Tối ưu các thẻ Heading (H1-H6)
 - Tối ưu thuộc tính Alt của hình ảnh
 - Tối ưu mật độ từ khóa
 - Tối ưu liên kết nội bộ
 - Tối ưu sơ đồ trang web

Mục tiêu của SEO Offpage



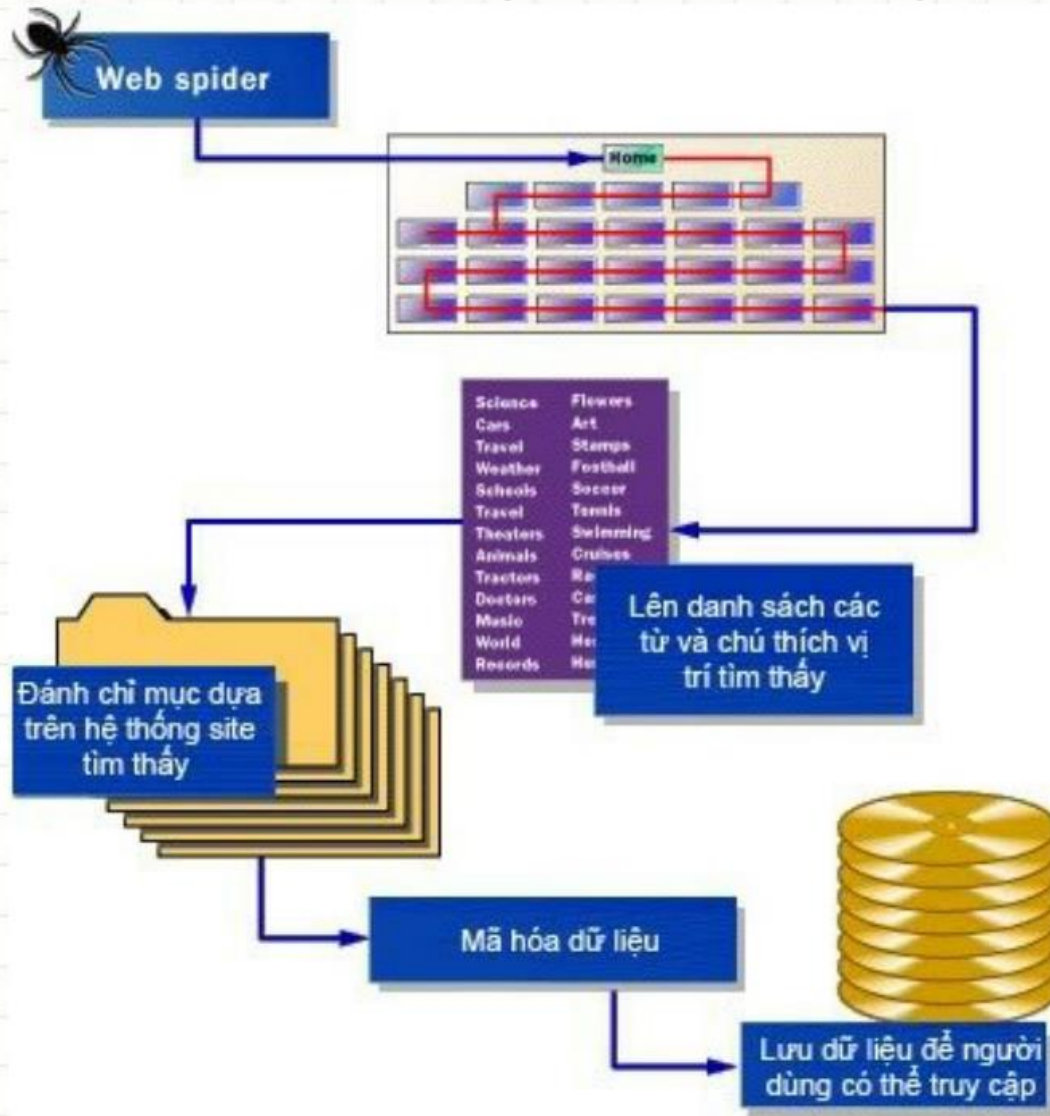
Mục tiêu của SEO Offpage

- SEO offpage là tối ưu những bài viết tiếp thị đặt bên ngoài trở về website của bạn, gồm:
 - Tối ưu bài viết ở diễn đàn
 - Tối ưu bài viết ở blog
 - Tối ưu bài viết trên mạng xã hội

Cơ chế hoạt động của công cụ tìm kiếm

- Công cụ tìm kiếm có 3 bộ phận chính:
 - Bộ phận thu thập dữ liệu
 - Bộ phận lập chỉ mục
 - Bộ phận xử lý tính toán

Cơ chế hoạt động của công cụ tìm kiếm



Bộ phận thu thập dữ liệu

- Bộ phận thu thập dữ liệu (Google gọi là Google Spider hay Google Bot):
 - Một chương trình thu thập dữ liệu dò theo các liên kết phát hiện ra các trang web mới để lên danh sách các từ khóa bên trong trang web và chú thích vị trí trang web đó

Bộ phận lập chỉ mục

- Sau quá trình thu thập dữ liệu, bộ phận lập chỉ mục sẽ xây dựng bảng chỉ mục các từ khóa, vị trí liên kết trang web chứa từ khóa đó,...

Bộ phận xử lý tính toán

- Sau khi lập chỉ mục, bộ phận xử lý tính toán sẽ mã hóa dữ liệu, lưu trữ vào cơ sở dữ liệu để phục vụ cho mục đích tìm kiếm của người dùng sau này
- Khi có một truy vấn tìm kiếm dựa trên từ khóa, hệ thống sẽ trả về kết quả có chứa từ khóa và danh sách các liên kết trang web nếu tìm thấy trong cơ sở dữ liệu

Bộ phận xử lý tính toán

- Kết quả tìm kiếm sẽ liệt kê theo thứ tự tìm thấy từ khóa với tương ứng vị trí trang web trong bảng chỉ mục
- Google sử dụng hơn 200 yếu tố để xếp hạng trang web
- Yếu tố quan trọng nhất để xếp hạng là dựa trên chất lượng nội dung và chất lượng của những liên kết đến trang web

Kỹ thuật tối ưu các thẻ HTML



Tối ưu thẻ tiêu đề Title



**Title Tag
Optimization**

Tối ưu thẻ tiêu đề Title

- Thẻ tiêu đề để khai báo tựa bài viết, là vị trí quan trọng nhất để giúp máy tìm kiếm xác định được chủ đề nội dung của bài viết
 - Xuất hiện ở dòng đầu tiên của kết quả tìm kiếm, là văn bản neo liên kết anchor text chỉ về website
 - Giúp người dùng quyết định xem bài viết có đúng kết quả mà họ cần hay không

Tối ưu thẻ tiêu đề Title

- Kỹ thuật tối ưu:
 - Tiêu đề không quá 11 từ và 70 ký tự
 - Mô tả chính xác chủ đề nội dung bài viết
 - Kết hợp từ khóa vào tiêu đề một cách hợp lý
 - Từ khóa nên đặt trong cặp thẻ <h1> </h1>
 - Tạo duy nhất một thẻ tiêu đề cho mỗi trang giúp Google phân biệt các trang, tránh lỗi trùng lặp nội dung, và tạo sự đa dạng từ khóa

Tối ưu thẻ Meta Description

- Thẻ Meta Description để khai báo mô tả tóm tắt nội dung bài viết, là thành phần quan trọng thứ hai để xác định website có được thứ hạng cao hay không

Tối ưu thẻ Meta Description

- Kỹ thuật tối ưu thẻ Meta Description:
 - Nội dung tóm tắt hấp dẫn, không quá 140 ký tự
 - Chứa từ khóa nhằm tăng độ phủ từ khóa
 - Không viết nội dung thẻ mô tả trùng lặp giữa các bài viết, tránh mô tả chung chung
 - Không viết thẻ mô tả không liên quan gì đến bài viết, vì google sẽ coi như spam
 - Tránh nhồi nhét từ khóa gây dị ứng cho người dùng và google

Tối ưu thẻ Meta Description

- Ví dụ khai báo tối ưu thẻ Meta Description

Getting started - Bitcoin

<https://bitcoin.org/en/getting-started> ▼

You can get bitcoins by accepting them as a payment for goods and services or by buying them from a friend or someone near you. You can also buy them ...

not optimized

Buy Bitcoin With Credit Card - CEX.IO

<https://cex.io/buy-bitcoins> ▼

★★★★★ Rating: 83% - 100 votes

Need Bitcoins? Buy Bitcoins for USD or EUR with a payment cards or bank transfer. It has never been so easy and quick!

optimized

Tối ưu thẻ Heading

- Các thẻ tiêu đề phụ Heading để sắp xếp các phần trong bài viết theo thứ tự ưu tiên từ size lớn đến size nhỏ của đoạn text
 - Gồm có các thẻ theo thứ tự size giảm dần: h1, h2, h3, h4, h5, h6
 - Dùng nhấn mạnh một nội dung nào đó giúp tăng khả năng seo onpage cho website

Tối ưu thẻ Heading

- Kỹ thuật tối ưu thẻ Heading:
 - Mỗi trang chỉ có duy nhất một thẻ h1
 - Thẻ h2 chỉ tiêu đề phụ của bài viết, tóm tắt nội dung của đoạn văn bản phía dưới
 - Các thẻ từ h3 đến h6 ít quan trọng có thể dùng tùy thuộc nhu cầu bài viết

Tối ưu thuộc tính alt của thẻ Image

- Thuộc tính alt của thẻ Image là phần chú thích tiêu đề của hình ảnh, được dùng khi hình ảnh trên trang bị lỗi không thể hiển thị được thì phần chú thích trong alt sẽ hiển thị thay cho biểu tượng thông báo ảnh bị lỗi

Tối ưu thuộc tính alt của thẻ Image

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<body>

<h2>Spectacular Mountain</h2>


</body>
</html>
```



Tối ưu thuộc tính alt của thẻ Image

- Kỹ thuật tối ưu thuộc tính alt:
 - Nên có từ khóa tiêu đề của hình ảnh, tránh gõ nội dung có dấu tiếng Việt
 - Giúp người dùng biết tiêu đề của hình ảnh khi di chuyển chuột vào ảnh
 - Không được đặt tiêu đề ảnh trùng nhau

Kỹ thuật tối ưu liên kết URL

- URL (uniform resource locator) là một địa chỉ của một tài nguyên trên internet (các trang html, file hình ảnh, file tài liệu,...)

Kỹ thuật tối ưu liên kết URL

- Kỹ thuật tối ưu URL:
 - Chuyển url động thành url tĩnh, không nên để url có các ký tự đặc biệt
 - Sử dụng dấu gạch nối (-) để phân cách giữa các từ trong url giúp công cụ tìm kiếm hiểu chính xác cấu trúc url và từ khóa trong đó
 - Giới hạn ký tự trong url không quá 115 ký tự
 - Không nên thay đổi cấu trúc url khi đã được index, nếu bắt buộc phải thay đổi hãy dùng redirect 301 để chuyển url cũ sang url mới
 - Kết hợp từ khóa chính trong Url

Kỹ thuật tối ưu liên kết URL

- Kỹ thuật tối ưu URL:
 - Hãy chắc chắn mỗi Url là duy nhất, để tránh bị lỗi duplicate content
 - Giữ độ sâu url phù hợp, phụ thuộc vào danh mục website giới hạn cấp độ con ở 2 hoặc 3 là hợp lý
 - Tránh sử dụng “www” trong url nên cấu hình url là “http://” điều này giúp url thân thiện với hơn và ít ký tự hơn nữa tránh google hiểu lầm www.abc.com và <http://abc.com> là 2 website khác nhau có nội dung giống hệt nhau

Kỹ thuật tối ưu liên kết URL

 example.com/skinny-jeans.html



use of descriptive keywords,
short and sweet

 example.com/skinny_jeans.html



hyphens are generally not
preferred and hard to read

 example.com/?p=123



permalinks with non-readable
text is not a good idea

 example.com/jeans/skinny



categorization and nesting of
pages helps organize the site

 example.com/skinnnny-jeanz



cute misspellings aren't so cute,
and are hard to remember

 example.com/clothing/skinny/denim



deep nesting is also ok as long
as it makes sense and is natural

Kỹ thuật viết tiêu đề hiệu quả

- Tiêu đề tạo sự bất ngờ
 - Tạo hiệu ứng hưng phấn và kích thích lên não
- Tiêu đề dạng câu hỏi
 - Khi nhìn thấy câu hỏi, người đọc thường nghĩ ngay ra một câu trả lời, và họ sẽ click vào bài viết xem đáp án có giống không

Kỹ thuật viết tiêu đề hiệu quả

- Tiêu đề gợi trí tò mò
 - Hé lộ những thông tin sắp được diễn ra.
Hãy “nhử mồi” trước bằng việc đưa ra một mẫu thông tin thú vị nhưng không đầy đủ
- Dùng các hình ảnh tiêu cực
 - Các so sánh nhất tiêu cực mang ý nghĩa cảnh báo cho các đối tượng mục tiêu – vì vậy mang lại lợi ích cho họ

Kỹ thuật viết tiêu đề hiệu quả

- Tiêu đề dạng đưa ra hướng dẫn
 - Các tiêu đề dạng “Làm thế nào...?”, “Các cách...”, “Mẹo...”, “Bí kíp...” nhấn mạnh vào lợi ích về mặt thông tin, hứa hẹn sẽ mang đến cho đối tượng mục tiêu khả năng kiểm soát và khả năng xử lý tốt hơn các tình huống trong cuộc sống của họ
- Dùng số trong tiêu đề
 - Những con số thường mang lại sự rõ ràng, và sẽ hiệu quả hơn khi kết hợp chữ số với các cách đặt tiêu đề khác

Kỹ thuật viết tiêu đề hiệu quả

- Tiêu đề hướng trực tiếp đối tượng
 - Người đọc có thiên hướng đọc những bài viết dành cho chính họ. Trong tiêu đề, có thể sử dụng những cụm từ như: “Dành cho những ai...”, “Nếu bạn là...”,...
- Tiêu đề rõ ràng
 - Những tiêu đề cho thấy rõ ràng đối tượng nên đọc, thông tin được bao gồm, hoặc chi tiết cụ thể luôn mang lại lượng click lớn hơn



Time for Q&A