



TỐI ƯU HOÁ CÔNG CỤ TÌM KIẾM – SEO

Mã lớp: IE204.N21.VB2

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Võ Ngọc Tân

Nhóm sinh viên thực hiện:

1. Huỳnh Trương Hoàng Phúc – MSSV: 21522882
2. Trần Nhật Huy – MSSV: 21522866
3. Lê Nguyễn Duy Khương – MSSV: 21522867
4. Nguyễn Tân Phú – MSSV: 21522873

BÀI TẬP THỰC HÀNH 01 KEYWORDS SEO

MỤC LỤC

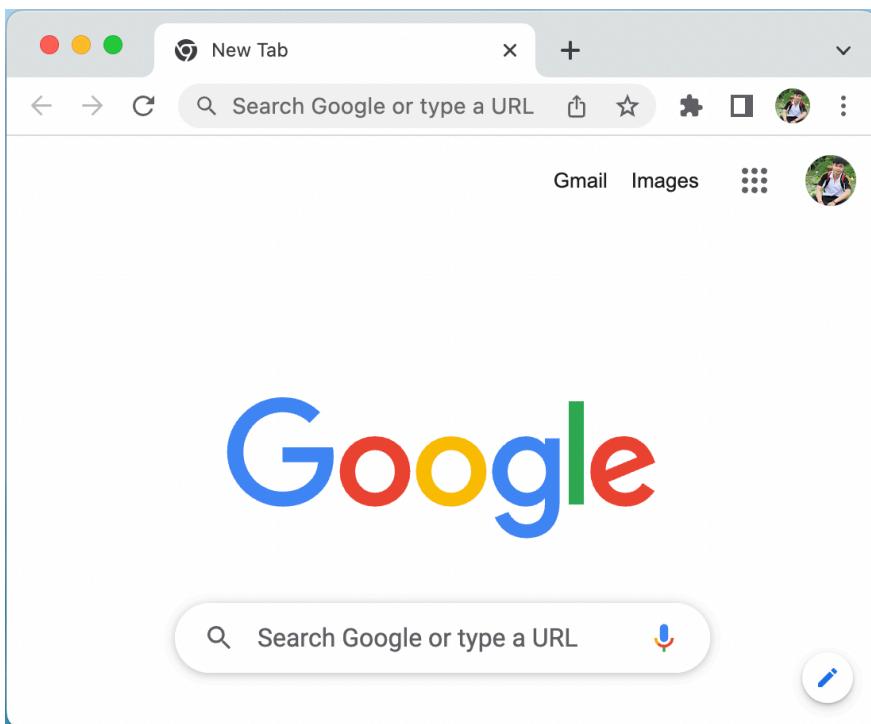
A. Giới thiệu các công cụ hỗ trợ xây dựng danh sách từ khóa (keyword)	2
I. Google Search.....	2
II. Google Trends	8
III. Google Keyword Planner.....	13
III. So sánh 03 công cụ Google search - Google Keyword Planner - Google Trends	19
B. Lập danh sách từ khoá phù hợp SEO cho website Sen Đá UIT	21
I. Xác định các loại từ khoá dựa trên nhu cầu tìm kiếm của người dùng	21
II. Sử dụng các công cụ phân tích tính hiệu quả của các loại từ khoá trên.....	23
III. Danh sách từ khoá phù hợp chọn lọc để SEO cho website Sen Đá UIT	37

A. Giới thiệu các công cụ hỗ trợ xây dựng danh sách từ khóa (keyword)

I. Google Search

1. Giới thiệu

Google Search là công cụ tìm kiếm trực tuyến phổ biến nhất trên thế giới, được phát triển bởi Google và cung cấp cho người dùng khả năng tìm kiếm thông tin trên Internet bằng cách nhập từ khóa hoặc cụm từ liên quan vào ô tìm kiếm.



Hình 1. Trang chủ tìm kiếm của Google (<https://www.google.com>).

2. Đặc điểm

Google Search được phát triển với ý tưởng cung cấp một công cụ tìm kiếm mạnh mẽ, nhanh chóng, đáng tin cậy và dễ sử dụng cho người dùng trên toàn cầu, vì thế nó có những đặc điểm chính sau đây:

- *Công nghệ tìm kiếm mạnh mẽ*: Google Search sử dụng các thuật toán tìm kiếm, dựa trên hàng triệu thông tin từ các trang web trên Internet và thu thập dữ liệu thông qua việc lập chỉ mục các trang web này để liên kết và chỉ định các trang web phù hợp với từ khóa mà người dùng nhập vào.

- *Kết quả tìm kiếm đa dạng*: bao gồm trang web, hình ảnh, video, tin tức, bản đồ, sách, và nhiều loại dữ liệu khác để phục vụ người dùng chuyển đổi giữa các tab tìm kiếm khác nhau để xem kết quả theo loại hình tìm kiếm mong muốn.

- *Hỗ trợ đa ngôn ngữ*: Google Search hỗ trợ nhiều ngôn ngữ khác nhau và cung cấp kết quả tìm kiếm phù hợp với ngôn ngữ và vị trí của người dùng.

3. Lịch sử phát triển và nâng cấp

- Năm 1997: Google Search ra đời với tên gọi “Backrub”, sử dụng thuật toán đánh giá liên kết (PageRank) để xếp hạng các trang web theo độ quan trọng và uy tín của chúng.
- Năm 1998: công cụ tìm kiếm này chính thức được đổi tên thành “Google Search”. Trang chủ đầu tiên của Google cung cấp ô tìm kiếm đơn giản và hiệu quả.
- Năm 2000: Google Search tiếp tục phát triển và cải tiến giao diện người dùng, giúp người dùng tìm kiếm nhanh hơn và dễ dàng hơn.
- Năm 2004: Google ra mắt tính năng Google Suggest, giúp người dùng nhập từ khóa tìm kiếm dễ dàng hơn bằng việc đề xuất các từ khóa liên quan trong quá trình nhập liệu.
- Năm 2005: Google Search giới thiệu tính năng Google Maps, cho phép người dùng tìm kiếm và xem bản đồ, chỉ đường và thông tin địa điểm trên toàn cầu.
- Năm 2009: Google Search bắt đầu tích hợp kết quả tìm kiếm thời gian thực từ các nền tảng mạng xã hội như Twitter và Facebook.
- Năm 2012: Google Search giới thiệu tính năng Knowledge Graph, cung cấp thông tin tổng quan và liên quan về các đối tượng và chủ đề tìm kiếm.
- Năm 2013: Google Search ra mắt tính năng ngoại tuyến (offline search), cho phép người dùng tìm kiếm khi không có kết nối Internet và xem lại kết quả tìm kiếm trước đó.
- Năm 2015: Google bắt đầu tích hợp các trang web di động thân thiện với người dùng vào kết quả tìm kiếm di động để cung cấp trải nghiệm tốt hơn trên các thiết bị di động.
- Từ năm 2015 đến nay: Google liên tục cập nhật và cải tiến Google Search với việc tăng cường tính năng như AMP (Accelerated Mobile Pages) và kết hợp với trí tuệ nhân tạo (AI) hỗ trợ tìm kiếm theo hình ảnh, giọng nói, video, vị trí, ... một cách tối ưu hơn và nhiều tính năng khác để cung cấp trải nghiệm tìm kiếm tốt hơn cho người dùng.

4. Các tính năng tìm kiếm

a. Tính năng chung

- *Tính năng Knowledge Graph*: Knowledge Graph là một tính năng của Google Search giúp cung cấp thông tin tổng quan về một đối tượng hoặc chủ đề cụ thể. Nó hiển thị các hộp thông tin bên cạnh kết quả tìm kiếm chính, cung cấp các thông tin liên quan, hình ảnh, sự kiện, dữ liệu thống kê và liên kết đến nguồn tin tức liên quan.

- *Tính năng Instant Answers*: Google Search cung cấp các câu trả lời tức thì cho các câu hỏi phổ biến mà người dùng thường đặt để có thể nhận được trả lời trực tiếp trên trang kết quả tìm kiếm mà không cần truy cập vào trang web khác.

- *Tính năng tùy chỉnh*: Google Search cho phép người dùng tùy chỉnh tùy chọn tìm kiếm để điều chỉnh kết quả hiển thị. Bằng cách sử dụng các bộ lọc và lệnh tìm kiếm nâng cao, người dùng có thể tìm kiếm theo ngôn ngữ, thời gian, địa điểm và nhiều tiêu chí khác.

- *Các tính năng bổ sung:* Google Search còn nhiều tính năng khác như bộ dụng cụ tính toán, chuyển đổi đơn vị, báo thức, thời tiết, lịch và nhiều tính năng khác được tích hợp trực tiếp vào trang kết quả tìm kiếm.

b. Tính năng hỗ trợ xác định keyword trong lĩnh vực SEO

- *Google Autocomplete:* là tính năng khi bắt đầu nhập từ khóa vào ô tìm kiếm của Google, nó sẽ tự động đề xuất và hiển thị các từ khóa liên quan phổ biến, giúp người dùng tìm kiếm có cái nhìn tổng quan về các từ khóa phổ biến trong lĩnh vực tương tự.

- *Related Searches:* Dưới kết quả tìm kiếm, Google cung cấp danh sách các từ khóa liên quan mà người dùng có thể quan tâm. Điều này giúp người dùng mở rộng phạm vi từ khóa của họ và tìm kiếm những ý tưởng mới.

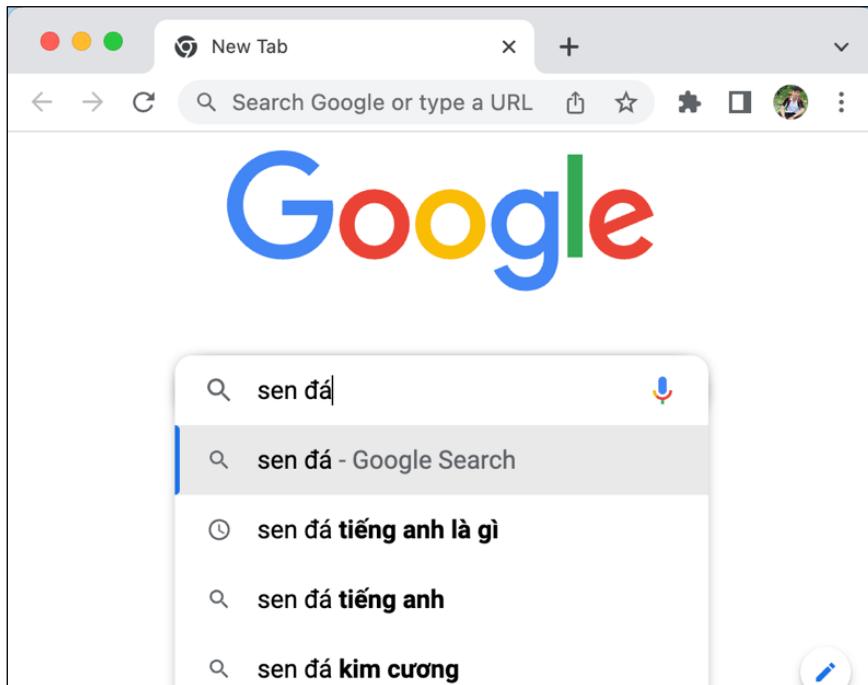
- *People Also Ask:* là một phần trong kết quả tìm kiếm hiển thị các câu hỏi phổ biến liên quan đến từ khóa mà người dùng đã tìm kiếm. Nó cung cấp thông tin về những gì người dùng quan tâm và có thể cung cấp những từ khóa phụ trợ.

- *Google Search Console:* là một công cụ quan trọng cho SEO, cung cấp thông tin về cách trang web hiển thị trong kết quả tìm kiếm Google. Nó cho phép theo dõi từ khóa mà trang web được xếp hạng, tỷ lệ bấm vào từ khóa, nhiều thông tin khác liên quan đến SEO.

5. Cách sử dụng các tính năng liên quan đến SEO

a. Google Autocomplete

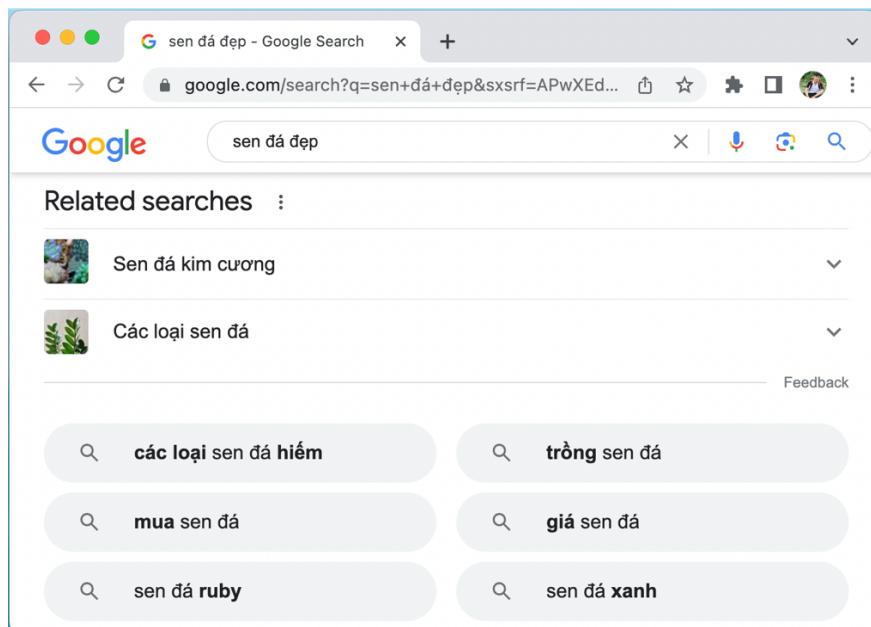
- Khi nhập từ khóa vào ô tìm kiếm, Google tự động đề xuất các từ khóa liên quan trong danh sách thả xuống. Xem qua các đề xuất để hiểu về từ khóa phổ biến, liên quan.



Hình 2. Tính năng Google Autocomplete

b. Related Searches

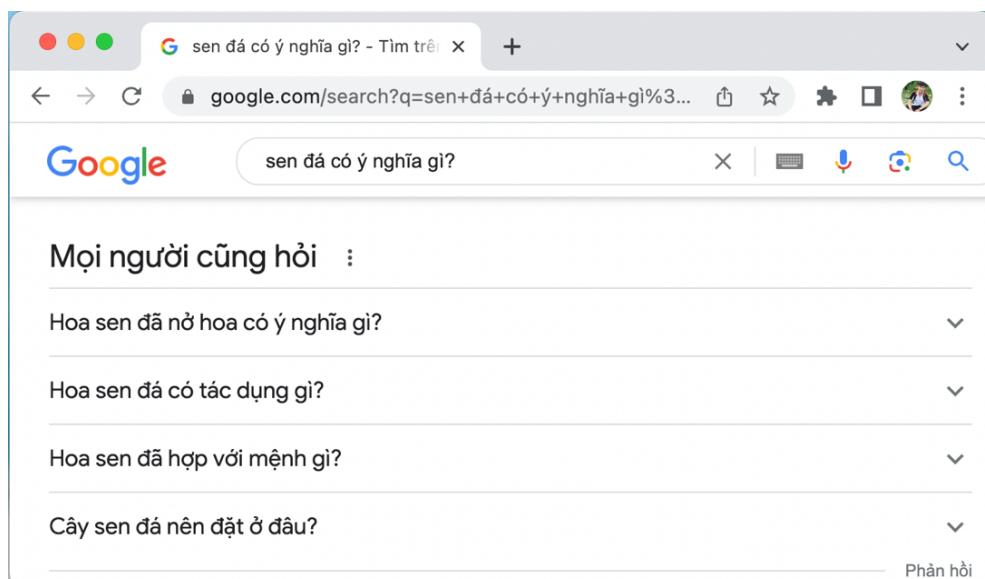
- Sau khi thực hiện một tìm kiếm, cuộn xuống phần “Tìm kiếm liên quan” trong kết quả tìm kiếm. Đây là danh sách các từ khóa khác mà nhiều người dùng cùng quan tâm và có thể cung cấp ý tưởng mới cho từ khóa.



Hình 3. Tính năng Related Searches

c. People Also Ask

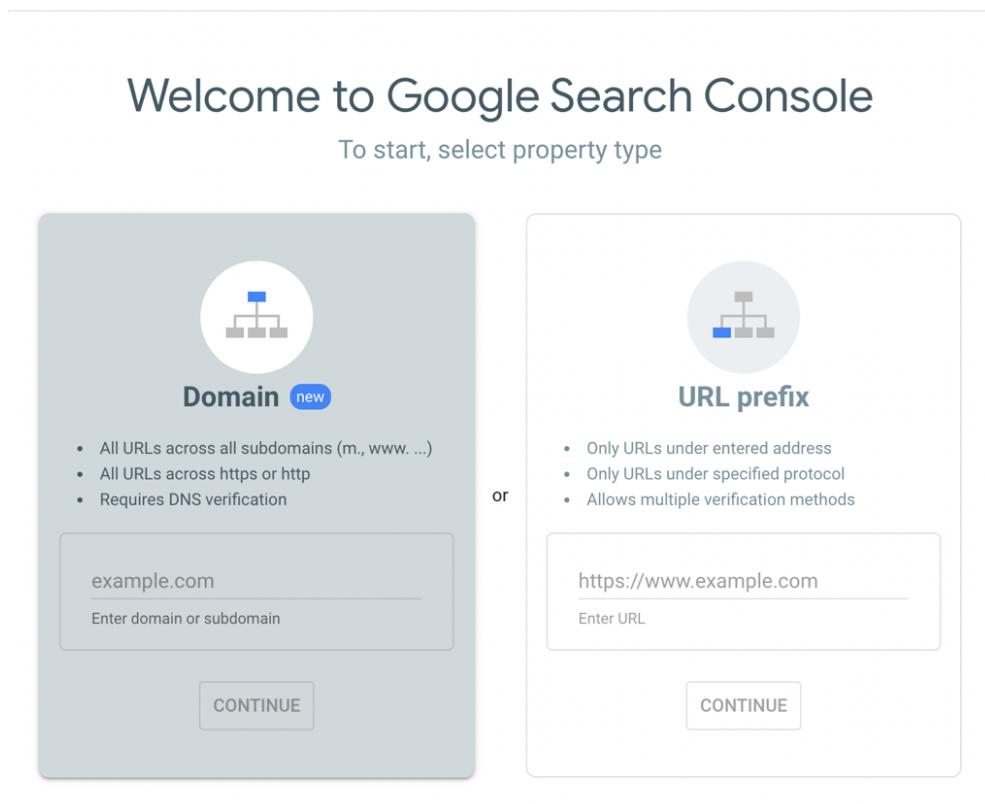
- Sau khi thực hiện một tìm kiếm, tìm “Mọi người cũng hỏi” trong kết quả tìm kiếm.
 - Đây là danh sách các câu hỏi liên quan đến từ khóa đã tìm kiếm.
 - Nhập vào câu hỏi để mở rộng và xem câu trả lời, hoặc nhập vào mũi tên "Thêm câu hỏi" để xem thêm câu hỏi liên quan.



Hình 4. Tính năng People Also Ask

d. Google Search Console:

- Truy cập Google Search Console (<https://search.google.com/search-console>).
- Đăng nhập bằng tài khoản Google và thêm trang web vào tài khoản.
- Theo dõi các báo cáo và dữ liệu liên quan đến SEO như từ khóa xếp hạng, bấm vào từ khóa, tốc độ tải trang và nhiều thông tin khác để đánh giá hiệu suất SEO của trang web.



Hình 5. Tính năng Google Search Console

6. Chi phí sử dụng

- Các tính năng liên quan đến SEO trên Google Search (như Google Autocomplete, Related Searches, People Also Ask) là miễn phí và có sẵn cho mọi truy cập (kể cả truy cập ẩn danh) cho tất cả người dùng trên toàn cầu.

- Đối với Google Search Console là một công cụ riêng biệt để hỗ trợ quản lý và theo dõi hiệu suất SEO của trang web (và có tính năng hỗ trợ đánh giá từ khóa) nên chỉ cung cấp cho người dùng có đăng ký tài khoản, và dĩ nhiên việc đăng ký này cũng miễn phí và có thể được sử dụng bởi tất cả người dùng.

- Tuy nhiên, đôi khi có thể có các công cụ và dịch vụ bên thứ ba được tích hợp với các tính năng liên quan đến SEO trên Google Search, và các công cụ này có thể yêu cầu phí dịch vụ. Ví dụ, có các công cụ phân tích từ khóa và công cụ theo dõi xếp hạng từ khóa riêng biệt khác Google mà có thể có giá phí sử dụng để sử dụng đầy đủ các tính năng của bên cung cấp này.

7. Ưu điểm và nhược điểm

Google Search với các tính năng hỗ trợ về SEO sẽ có những ưu, nhược điểm sau đây:

a. Ưu điểm

- *Phạm vi toàn cầu*: Google là công cụ tìm kiếm phổ biến nhất trên thế giới, với hàng tỷ lượt tìm kiếm mỗi ngày. Sử dụng Google Search cho SEO giúp tiếp cận đến một lượng lớn người dùng trên toàn cầu.

- *Tính nhanh chóng và chính xác*: Google Search cung cấp kết quả tìm kiếm nhanh chóng và chính xác, giúp người dùng tìm thấy thông tin một cách hiệu quả. Điều này cũng áp dụng cho việc xác định từ khóa và tìm hiểu xu hướng tìm kiếm.

- *Tính khách quan*: Google Search cung cấp kết quả tìm kiếm dựa trên thuật toán đánh giá và xếp hạng các trang web. Điều này đảm bảo tính khách quan và công bằng cho các trang web và từ khóa.

- *Các tính năng hỗ trợ SEO*: Google Search cung cấp nhiều tính năng hữu ích như Google Autocomplete, Related Searches, People Also Ask và Search Console giúp xác định từ khóa phù hợp, tìm hiểu thói quen tìm kiếm và mở rộng phạm vi từ khóa của.

b. Nhược điểm

- *Cạnh tranh cao*: Vì Google Search là công cụ tìm kiếm phổ biến nhất, cạnh tranh để xếp hạng cao trong kết quả tìm kiếm cũng rất lớn. Điều này có nghĩa là cần đầu tư thời gian và công sức để cải thiện vị trí xếp hạng của mình trong kết quả tìm kiếm.

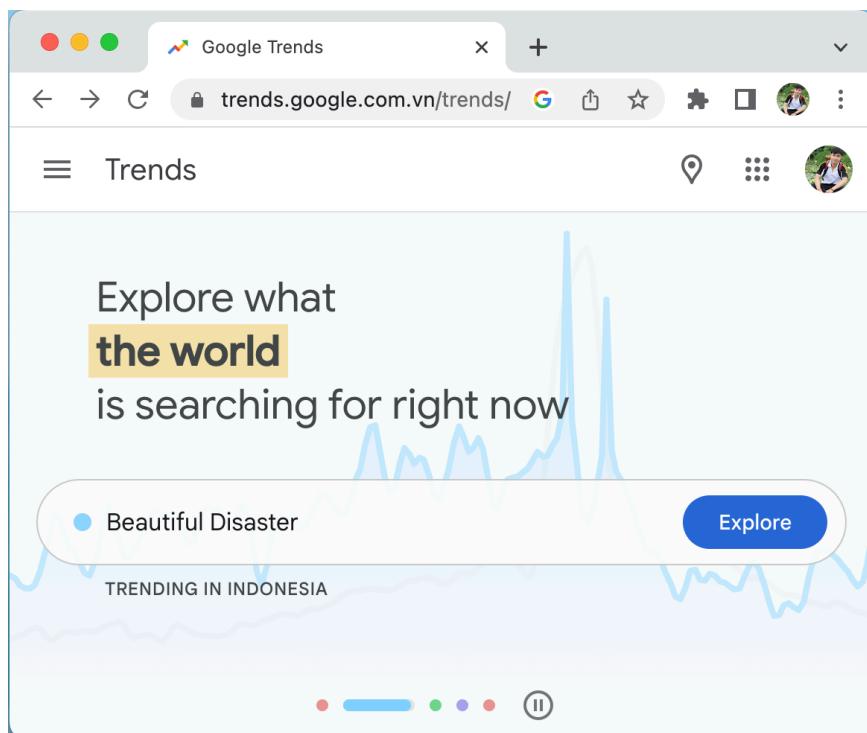
- *Thay đổi thuật toán*: Google thường xuyên cập nhật thuật toán tìm kiếm của mình, và những thay đổi này có thể ảnh hưởng đến hiệu suất SEO của trang web. Điều này yêu cầu cập nhật và điều chỉnh chiến lược SEO của mình theo các thay đổi này.

- *Phụ thuộc vào Google*: Vì Google Search là công cụ tìm kiếm của Google, phải phụ thuộc vào các quy định và chính sách của Google. Nếu không tuân thủ các quy định này, trang web có thể bị phạt hoặc không xuất hiện trong kết quả tìm kiếm.

II. Google Trends

1. Giới thiệu

Google Trends là công cụ cung cấp thông tin về xu hướng tìm kiếm của người dùng trên Google theo thời gian và vị trí địa lý, cho phép người dùng có thể tìm hiểu về mức độ phổ biến và sự thay đổi trong xu hướng tìm kiếm của từ khóa trong lĩnh vực SEO ở một thời gian cụ thể.



Hình 6. Trang chủ Google Trends

2. Các đặc trưng

- *Thời gian*: Google Trends cho phép xem xu hướng tìm kiếm theo thời gian, xác định khoảng thời gian cụ thể hoặc tìm hiểu xu hướng tìm kiếm trong một khoảng thời gian dài.
- *Địa điểm*: Google Trends cung cấp thông tin về các quốc gia, vùng lãnh thổ, thành phố hoặc khu vực cụ thể mà người dùng tìm kiếm để xem xu hướng tìm kiếm theo địa điểm.
- *Từ khóa*: Google Trends cung cấp thông tin về mức độ tìm kiếm của từ khóa trong thời gian, địa điểm và ngôn ngữ cụ thể để có thể xem xu hướng tìm kiếm của chúng.
- *So sánh*: có thể so sánh xu hướng tìm kiếm của nhiều từ khóa cùng một lúc, giúp tìm hiểu sự tương quan và sự phân bố của các từ khóa liên quan.
- *Phân loại*: Google Trends cung cấp các danh mục phân loại để giúp khám phá xu hướng tìm kiếm trong các lĩnh vực nhất định như tin tức, công nghệ, thể thao, giải trí và nhiều hơn nữa.
- *Tin tức liên quan*: có thể xem tin tức liên quan đến từ khóa quan tâm giúp hiểu rõ hơn về ngữ cảnh và sự kiện liên quan đến xu hướng tìm kiếm.

3. Lịch sử phát triển và nâng cấp

- Năm 2006, Google Trends được ra mắt tập trung vào việc hiển thị xu hướng tìm kiếm và sự phân phối địa lý của các từ khóa trên Google. Nó cung cấp một biểu đồ đơn giản và các số liệu thống kê cơ bản về mức độ tìm kiếm.

- Năm 2008, cập nhật giao diện được cải tiến, bao gồm thêm các biểu đồ và số liệu thống kê chi tiết hơn, giúp xem xu hướng tìm kiếm theo thời gian, địa điểm và ngôn ngữ.

- Năm 2008, giới thiệu tính năng "Google Hot Trends" cung cấp danh sách các từ khóa phổ biến đang được tìm kiếm nhiều nhất trong một khoảng thời gian ngắn.

- Năm 2009 – 2017: liên tục cập nhật, điều chỉnh và nâng cấp để cải thiện trải nghiệm người dùng. Các nâng cấp bao gồm việc thêm tính năng so sánh nhiều từ khóa, danh mục phân loại và tin tức liên quan.

- Năm 2015, Google mở cửa API của Google Trends, cho phép các nhà phát triển sử dụng dữ liệu từ Google Trends trong ứng dụng của họ.

- Năm 2018, Google Trends đã tích hợp với Google Data Studio, cho phép người dùng tạo các báo cáo và biểu đồ tùy chỉnh từ dữ liệu của Google Trends.

4. Các tính năng về xác định từ khóa

- *Tìm kiếm từ khoá xu hướng*: Google Trends cho phép tìm kiếm xu hướng tìm kiếm cho từ khóa cụ thể hoặc cụm từ trên toàn thế giới hoặc ở một khu vực cụ thể và xem biểu đồ về sự phổ biến của từ khóa đó trong một khoảng thời gian nhất định.

- *So sánh từ khoá xu hướng*: có thể so sánh đến tối đa 5 từ khóa hoặc cụm từ khác nhau để xem xu hướng tìm kiếm của chúng theo thời gian. Điều này giúp nhận ra sự tương quan hoặc khác biệt giữa các từ khóa, tạo danh sách từ khóa chủ đề nổi bật và sử dụng chúng để tối ưu hóa nội dung trang web của mình.

- *Định dạng và bộ lọc*: Google Trends cung cấp nhiều tùy chọn để tùy chỉnh và lọc dữ liệu xu hướng tìm kiếm: khoảng thời gian, địa điểm, ngôn ngữ, danh mục, loại tìm kiếm (tìm kiếm web, hình ảnh, tin tức, YouTube), và thậm chí cả phạm vi chỉ mục tìm kiếm trên Google (như tìm kiếm trên toàn thế giới hoặc chỉ tìm kiếm trên Google Images).

- *Tin tức liên quan*: Google Trends cung cấp các tin tức, sự kiện và cập nhật liên quan đến từ khóa đang quan tâm để nhanh chóng chuyển đổi sang tìm kiếm xu hướng từ khóa liên quan.

- *Tìm kiếm theo danh mục*: có thể khám phá xu hướng tìm kiếm theo các danh mục như nghệ sĩ âm nhạc, nhãn hiệu, phim ảnh, chính trị, thể thao, công nghệ và nhiều hơn nữa để giúp tìm hiểu sự phát triển xu hướng tìm kiếm của các từ khóa trong các lĩnh vực cụ thể.

- *Trực quan hóa dữ liệu*: Google Trends cung cấp biểu đồ và đồ thị minh họa cho dữ liệu xu hướng tìm kiếm về sự thay đổi theo thời gian, tương quan giữa các từ khóa và thậm chí xem các vùng đất có sự quan tâm cao nhất đối với một từ khóa cụ thể. Điều này giúp thấy rõ ràng sự biến đổi của các từ khóa theo thời gian và tạo ra một cái nhìn toàn diện về xu hướng tìm kiếm.

- *Lưu trữ lịch sử tìm kiếm*: Google Trends sẽ lưu trữ lịch sử danh sách từ khóa yêu thích, cho phép xem lại các truy vấn tìm kiếm trước đó và theo dõi xu hướng của chúng theo thời gian.

- *Cung cấp đề xuất tìm kiếm cá nhân*: Google Trends có thể cung cấp đề xuất dựa trên lịch sử tìm kiếm và sở thích. Điều này giúp dễ dàng tìm kiếm những xu hướng quan tâm.

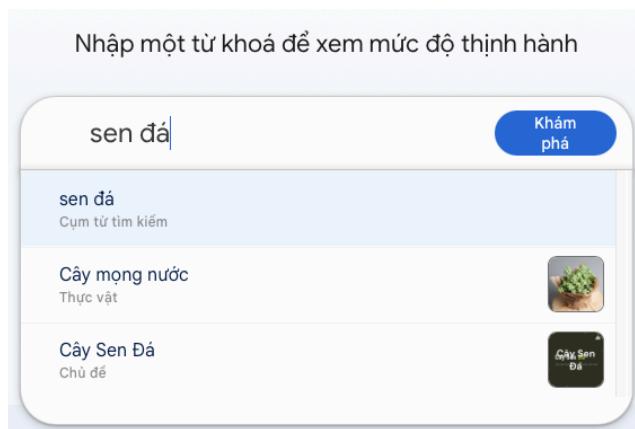
- *Chia sẻ và hợp tác*: có thể chia sẻ các xu hướng và dữ liệu từ Google Trends với người khác và làm việc cùng nhau trên các dự án nghiên cứu hoặc phân tích.

5. Cách sử dụng

- Truy cập vào <https://trends.google.com.vn/trends/> trên trình duyệt web.

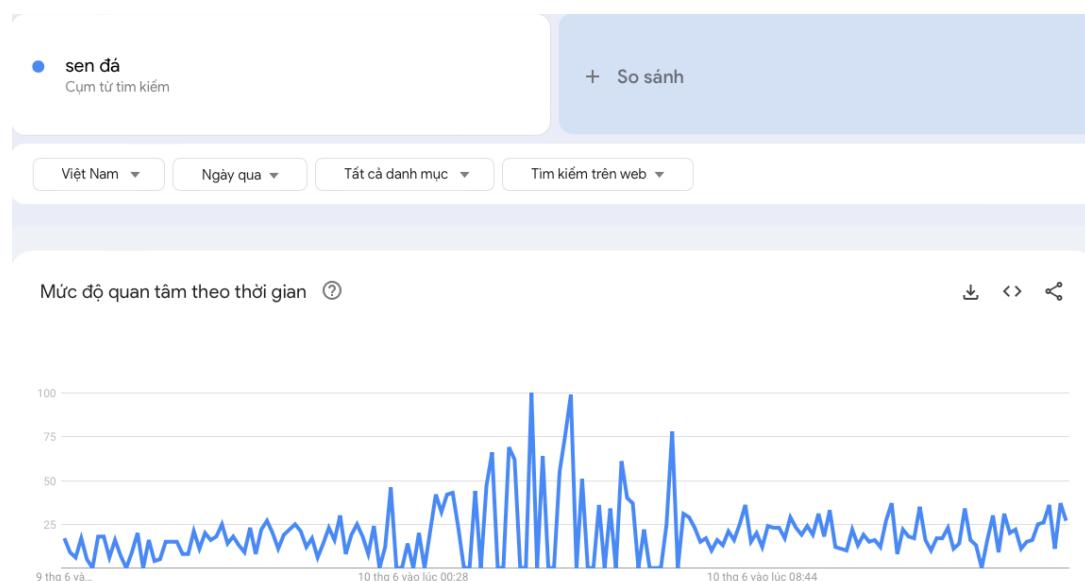
- Trang web sẽ hiển thị các từ khóa phổ biến và xu hướng tìm kiếm gần đây. Có thể xem trực quan các biểu đồ và số liệu liên quan đến xu hướng tìm kiếm.

- Để xem xu hướng tìm kiếm một từ khóa cụ thể, hãy sử dụng thanh tìm kiếm ở trên.

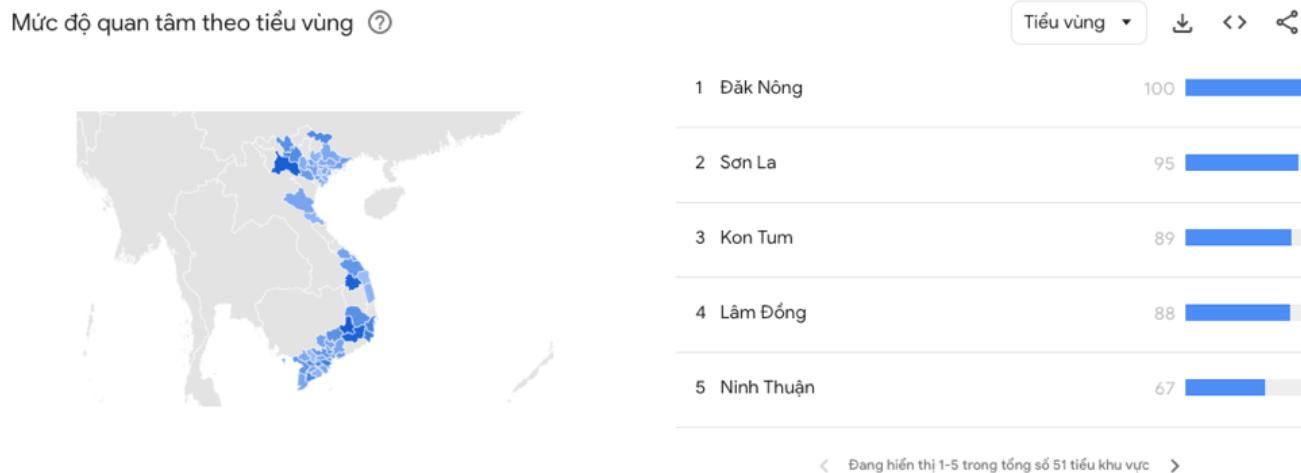


Hình 7. Ví dụ về tìm kiếm xu hướng của từ khóa "sen đá"

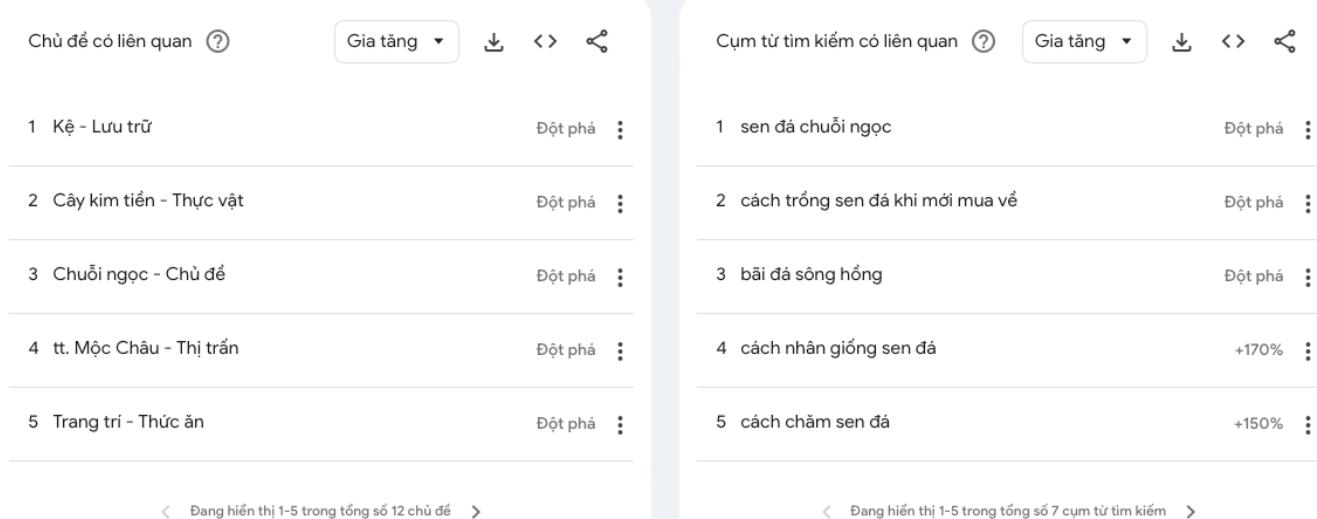
- Kết quả sẽ hiển thị các thông tin liên quan đến từ khóa đó, bao gồm xu hướng tìm kiếm theo thời gian, vị trí địa lý, các truy vấn liên quan và tin tức liên quan.



Hình 8. Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khóa "sen đá" theo thời gian ở Việt Nam.



Hình 9. Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khóa "sen đá" theo tiểu vùng ở Việt Nam.



Hình 10. Các từ chủ đề/cụm từ tìm kiếm có liên quan đến "sen đá" được gợi ý.

- Cũng có thể điều chỉnh phạm vi thời gian, vị trí địa lý và các tham số khác để tìm hiểu chi tiết hơn về xu hướng tìm kiếm.

- Ngoài ra, trang web cũng cung cấp một số tính năng khác như so sánh giữa các từ khóa, khám phá các danh mục xu hướng và xem các câu chuyện nổi bật.

Điều quan trọng là công cụ Trends của Google cung cấp cái nhìn tổng quan về xu hướng tìm kiếm và thông tin liên quan đến từ khóa được quan tâm, có thể sử dụng nó để nắm bắt các xu hướng thị trường, nghiên cứu từ khóa, và phân tích thị trường.

6. Chi phí sử dụng

Google Trends là một dịch vụ miễn phí được cung cấp bởi Google, mọi tính năng sử dụng đều không tính phí miễn có tài khoản đăng nhập, và dĩ nhiên việc tạo tài khoản cũng dễ dàng, nhanh chóng và hoàn toàn miễn phí.

7. Ưu điểm và nhược điểm

a. Ưu điểm

- *Xem xu hướng tìm kiếm:* Google Trends cung cấp thông tin về xu hướng tìm kiếm trên Google để biết được mức độ phổ biến và sự tăng giảm của các từ khóa và chủ đề theo thời gian và địa điểm.

- *Phân tích đối thủ:* Bằng cách so sánh nhiều từ khóa hoặc chủ đề, có thể phân tích và so sánh sự quan tâm của người dùng đối với các đối thủ cạnh tranh trong ngành.

- *Tìm kiếm từ khóa liên quan:* Google Trends cho phép tìm kiếm và khám phá các từ khóa liên quan đến chủ đề quan tâm. Điều này giúp tìm ra các ý tưởng nội dung và chủ đề mới để tăng cường hiệu quả tìm kiếm.

- *Theo dõi xu hướng địa phương:* có thể tùy chỉnh vị trí địa lý để xem xu hướng tìm kiếm của một khu vực cụ thể. Điều này rất hữu ích cho việc nghiên cứu thị trường và tiếp cận đối tượng khách hàng địa phương.

- *Dữ liệu thời gian thực:* Google Trends cung cấp dữ liệu thời gian thực, giúp theo dõi, phân tích xu hướng tìm kiếm và đưa ra các quyết định dựa trên thông tin mới nhất.

b. Nhược điểm

- *Dữ liệu tương đối:* Dữ liệu trên Google Trends phản ánh sự quan tâm tìm kiếm của người dùng, không phải con số chính xác về lượng truy cập hoặc doanh thu. Do đó, không nên sử dụng Google Trends làm nguồn thông tin duy nhất cho quyết định kinh doanh.

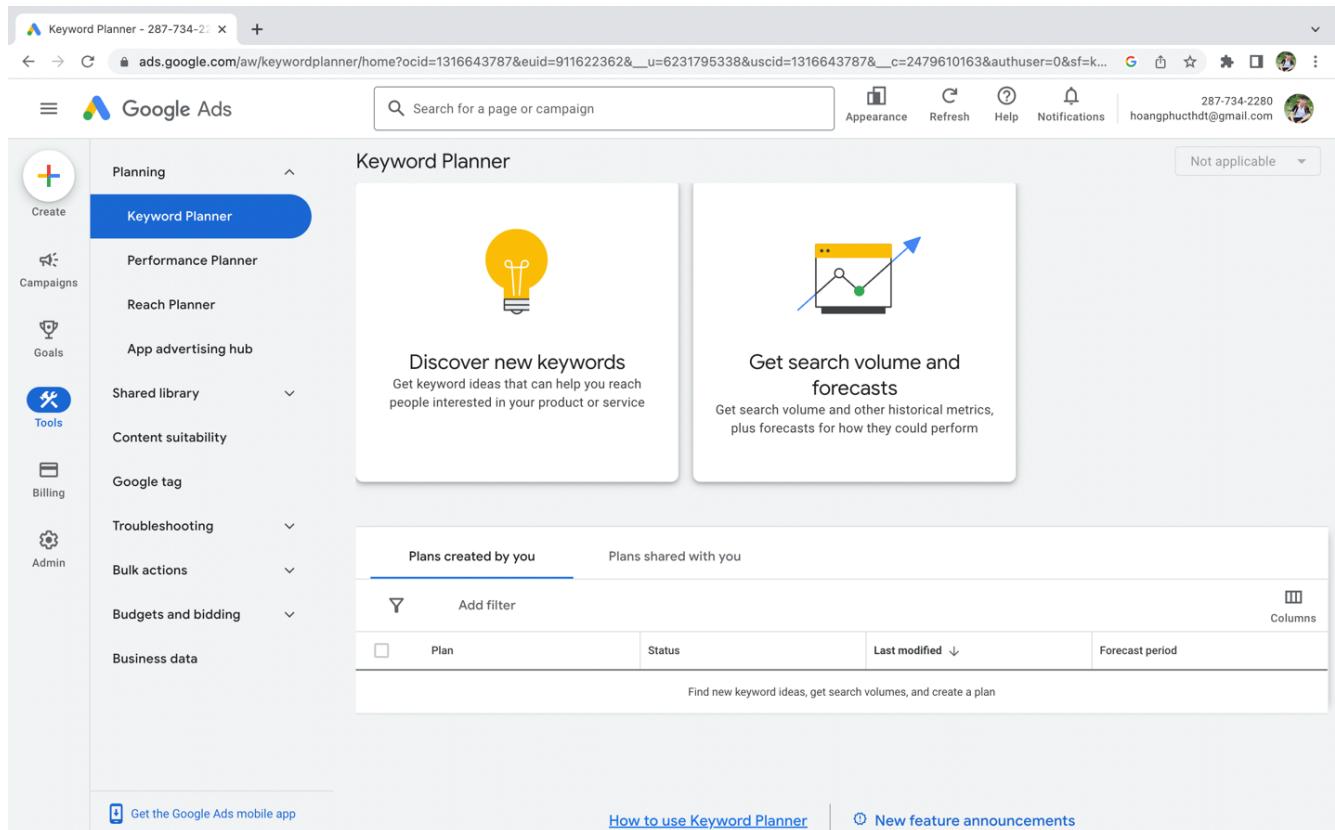
- *Hạn chế từ khóa:* Google Trends hạn chế số lượng từ khóa có thể so sánh trong mỗi tìm kiếm và không cho phép xem dữ liệu chi tiết như lượt tìm kiếm chính xác.

- *Chỉ áp dụng cho Google Search:* Dữ liệu trên Google Trends chỉ áp dụng cho Google Search và không bao gồm các nền tảng tìm kiếm khác như Bing hoặc Yahoo. Điều này có thể làm hạn chế khả năng đánh giá toàn diện về xu hướng tìm kiếm trên Internet.

III. Google Keyword Planner

1. Giới thiệu

Google Keyword Planner là một công cụ miễn phí của Google Ads (trước đây là Google AdWords - nền tảng quảng cáo trực tuyến của Google) được thiết kế để hỗ trợ các nhà quảng cáo nghiên cứu và lựa chọn từ khóa phù hợp cho chiến dịch quảng cáo trên Google. Nó cung cấp thông tin về lượng tìm kiếm hàng tháng, cạnh tranh và giá trị ước tính cho các từ khóa.



Hình 11. Giao diện công cụ Google Keyword Planner.

2. Lịch sử phát triển và nâng cấp

Sự ra đời và các nâng cấp và cải tiến của Google Keyword Planner nhằm cung cấp cho người dùng những thông tin quan trọng và dữ liệu chi tiết để họ có thể tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo và tìm kiếm từ khóa hiệu quả trên Google, cụ thể:

- Năm 2008: Google Keyword Planner được phát hành dưới dạng một phần của Google AdWords, giúp người dùng tạo và quản lý chiến dịch quảng cáo trên Google.
- Năm 2013: Google đã bổ sung tính năng "Từ khóa liên quan" cho phép người dùng tìm kiếm và khám phá các từ khóa liên quan đến lĩnh vực hoặc ngành nghề của họ.
- Năm 2016: Google đã bổ sung thông tin “dữ liệu thống kê từ khóa” chi tiết, bao gồm lượng tìm kiếm hàng tháng, mức độ cạnh tranh và giá trị ước tính cho từ khóa cụ thể.

- Năm 2018: Công cụ được cải tiến để cung cấp “đè xuất từ khóa mới” và ý tưởng cho người dùng, giúp mở rộng phạm vi từ khóa và tìm ra các từ khóa mới.

- Năm 2019: Thay đổi giao diện và tích hợp trực tiếp vào Google Ads, giúp người dùng dễ dàng quản lý từ khóa và chiến dịch quảng cáo.

- Năm 2020: Thống kê xu hướng từ khóa: Tính năng mới này cho phép người dùng xem xu hướng tìm kiếm từ khóa trong một khoảng thời gian cụ thể và cung cấp thông tin biểu đồ và dữ liệu thống kê để phân tích xu hướng tìm kiếm.

- Năm 2021: Google đã cập nhật cải tiến giao diện người dùng và cung cấp báo cáo chi tiết hơn về từ khóa và hiệu suất quảng cáo.

3. Các tính năng về xác định từ khóa

- *Nghiên cứu từ khóa*: Google Keyword Planner giúp tìm kiếm từ khóa liên quan đến lĩnh vực hoặc ngành nghề quan tâm. có thể nhập từ khóa hoặc URL của trang web liên quan để tìm kiếm ý tưởng từ khóa.

- *Thống kê từ khóa*: Công cụ sẽ hiển thị thông tin về lượng tìm kiếm hàng tháng cho từ khóa cụ thể, cung cấp một cái nhìn về mức độ phổ biến của từ khóa đó. Bên cạnh đó, nó cũng sẽ cho biết về mức độ cạnh tranh giữa các quảng cáo sử dụng từ khóa đó.

- *Đè xuất từ khóa*: Google Keyword Planner cung cấp một danh sách các từ khóa liên quan và đè xuất mới dựa trên từ khóa đã nhập. Điều này giúp mở rộng phạm vi từ khóa và tìm ra những ý tưởng mới cho chiến dịch quảng cáo của mình.

- *Phân tích xu hướng*: có thể xem xu hướng tìm kiếm từ khóa trong một khoảng thời gian cụ thể. Nó cung cấp biểu đồ và dữ liệu thống kê cho phép nhìn thấy sự thay đổi trong sự tìm kiếm của từ khóa theo thời gian.

- *Phân tích cạnh tranh*: Công cụ này cung cấp thông tin về mức độ cạnh tranh của từ khóa. Có thể xem đánh giá và mức độ cạnh tranh dựa trên điểm số của từ khóa trên thị trường.

- *Lọc và sắp xếp*: có thể lọc và sắp xếp kết quả theo nhiều tiêu chí khác nhau, bao gồm số lượt tìm kiếm hàng tháng, mức độ cạnh tranh và mức đè xuất. Điều này giúp tìm kiếm và lựa chọn từ khóa phù hợp với nhu cầu của mình.

- *Vị trí và ngôn ngữ*: có thể đặt vị trí và ngôn ngữ ưu tiên để xem dữ liệu từ khóa dựa trên khu vực cụ thể và ngôn ngữ mục tiêu.

- *Kế hoạch quảng cáo*: Ngoài việc tìm kiếm từ khóa, Google Keyword Planner còn cho phép xây dựng kế hoạch quảng cáo. có thể thêm từ khóa vào danh sách và tạo các nhóm quảng cáo để tìm hiểu về ngân sách, mức độ cạnh tranh, dự đoán hiệu quả quảng cáo.

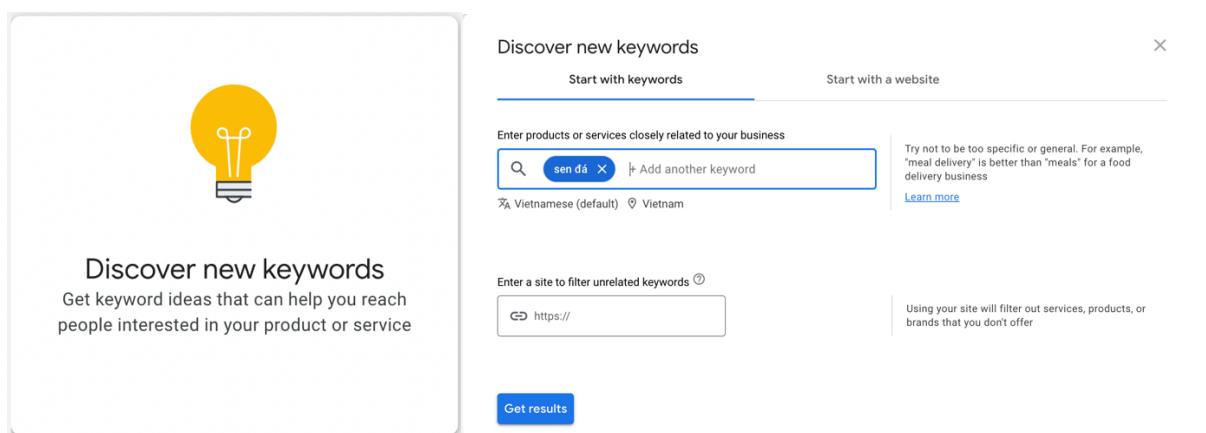
4. Cách sử dụng các tính năng

Truy cập Google Keyword Planner thông qua Google Ads

- Truy cập Google Ads (<https://ads.google.com>) và đăng nhập bằng tài khoản Google.
- Trên thanh điều hướng (Navigation Bar), chọn *Tài nguyên (Resources)*.
- Cuộn trang đến mục *Tìm hiểu về các công cụ quảng cáo (Learn about advertising tools)*, và chọn *Công cụ lập kế hoạch từ khóa (Keyword Planner)*.
- Chọn nút *Go to Keyword Planner* để chuyển đến trang công cụ.

Sử dụng tính năng Discover new keyword

- Tìm kiếm từ khóa: chọn “Discover new keyword”, nhập một hoặc nhiều từ khóa hoặc URL liên quan đến lĩnh vực hoặc chủ đề. Có thể thiết lập tùy chọn vị trí địa lý.



Hình 12. Tính năng Discover new keyword.

- Trong giao diện kết quả từ khóa có thể khám phá:
 - + Thiết lập vị trí, ngôn ngữ và thời gian ưu tiên để xem dữ liệu từ khóa dựa trên khu vực cụ thể, ngôn ngữ mục tiêu và trong một khoảng thời gian nghiên cứu.
 - + Xem kết quả từ khóa: Keyword Planner sẽ hiển thị danh sách các từ khóa liên quan và lý tưởng dựa trên từ khóa đã nhập. Có thể xem thông tin về lượng tìm kiếm hàng tháng, mức độ cạnh tranh và giá trị ước tính cho từng từ khóa.
 - + Đề xuất từ khóa: Google Keyword Planner cung cấp các đề xuất từ khóa khác dựa trên từ khóa ban đầu. Có thể xem danh sách các đề xuất và chọn những từ khóa phù hợp.
 - + Lọc và sắp xếp: có thể sử dụng các tùy chọn lọc và sắp xếp để hiển thị kết quả theo các tiêu chí khác nhau, chẳng hạn số lượt tìm kiếm hàng tháng, mức độ cạnh tranh và các đề xuất.

The screenshot shows the Keyword Planner interface with the following details:

- Search Query:** sen đá
- Location:** Vietnam
- Language:** Vietnamese
- Network:** Google
- Date Range:** Jun 2022 – May 2023
- Results:** 1,189 keyword ideas available
- Columns:** Keyword (by relevance), Avg. monthly searches, Three month change, YoY change, Competition, Ad impression share, Top of page bid (low range), Top of page bid (high range)
- Keywords you provided:** sen đá
- Keyword Ideas:**
 - cây sen đá
 - hoa sen đá
 - sen đá kim cương
 - các loại sen đá
 - cây móng rồng
- Refine keywords:**
 - Brand or Non-Brand:** Non-Brands, shopee, caysenda, crest, casio
 - Màu Sắc:** xanh, do, đỏ, hồng, trắng
 - Người Khác:** la, ngọc, đá ngọc bích, cao, de

Hình 13. Giao diện phân tích kết quả tìm kiếm từ khóa "sen đá".

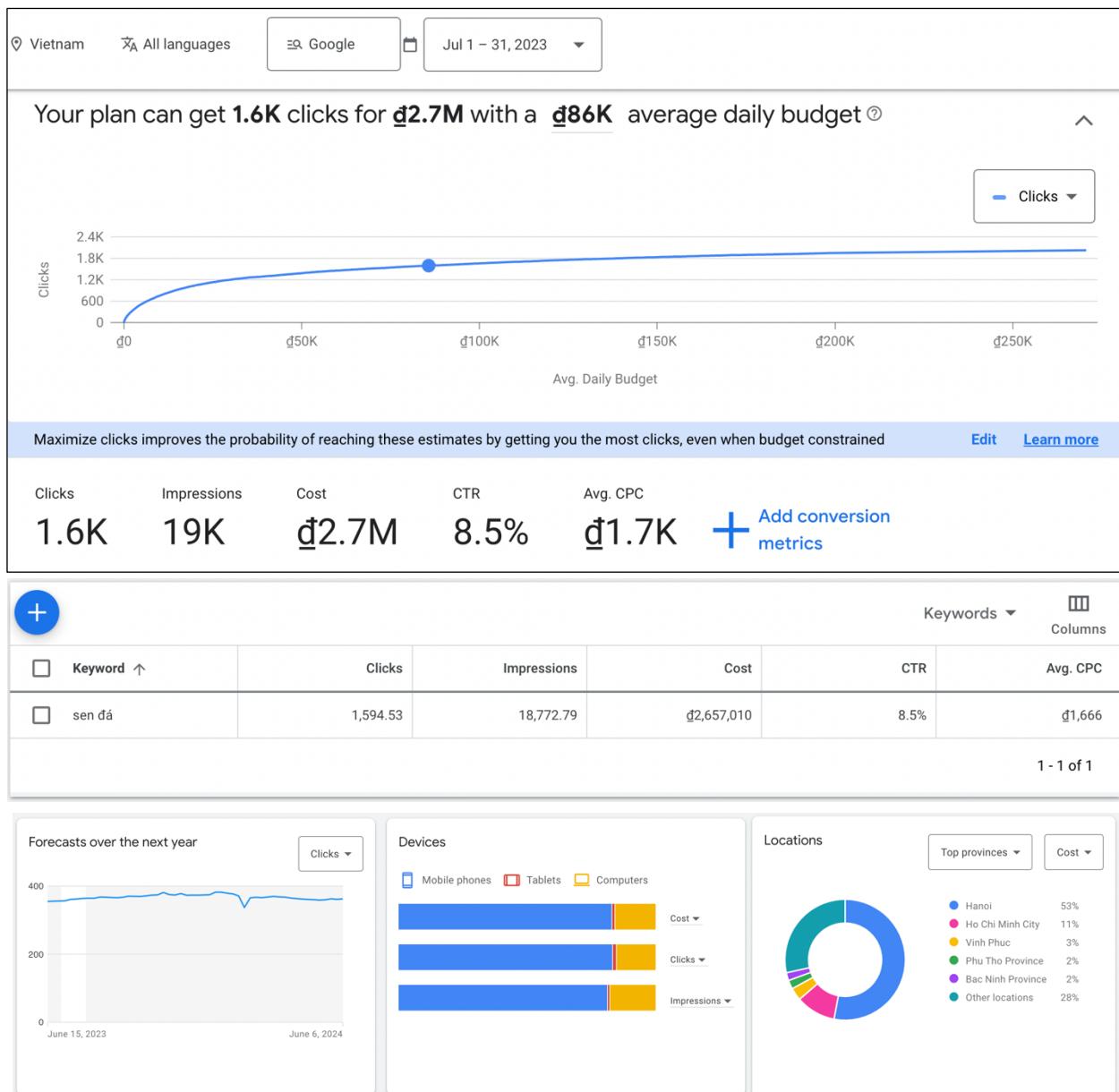
Sử dụng tính năng Get search volume and forecasts

- Phân tích xu hướng tìm kiếm: Nếu muốn xem xu hướng tìm kiếm của một từ khóa trong khoảng thời gian cụ thể, chọn tab “Get search volume and forecasts” và nhập từ khóa để xem biểu đồ và dữ liệu thống kê.

The screenshot shows the 'Get search volume and forecasts' feature with the following details:

- Icon:** A line graph icon with an upward arrow.
- Title:** Get search volume and forecasts
- Input:** sen đá
- Buttons:**
 - Upload a file
 - Get started

Hình 14. Tính năng Get search volume and forecasts.



Hình 15. Giao diện phân tích kết quả phân tích xu hướng từ khóa "sen đá".

Sử dụng các công cụ Xây dựng kế hoạch quảng cáo

- Nếu muốn sử dụng Keyword Planner để xây dựng kế hoạch quảng cáo, có thể thêm từ khóa vào danh sách và tạo các nhóm quảng cáo để tìm hiểu về ngân sách, mức độ cạnh tranh và dự đoán hiệu quả quảng cáo.

Sử dụng chức năng Lưu và xuất dữ liệu

- Có thể lưu lại danh sách từ khóa và xuất dữ liệu cho việc sử dụng trong các công cụ khác hoặc phân tích thêm.

5. Chi phí sử dụng

- Google Keyword Planner là một công cụ miễn phí sử dụng để có thể truy cập, tìm kiếm và nghiên cứu từ khóa phù hợp.

- Tuy nhiên, để sử dụng toàn bộ tính năng của Google Keyword Planner và chạy các chiến dịch quảng cáo trên Google, cần có tài khoản Google Ads và ngân sách quảng cáo tương ứng. Google Ads hoạt động theo hình thức CPC (Cost Per Click - chi phí trên mỗi lượt nhấp chuột) hoặc CPM (Cost Per Mile - chi phí trên mỗi nghìn hiển thị), vì vậy chi phí cụ thể sẽ phụ thuộc vào ngân sách, cách thiết lập và quản lý chiến dịch quảng cáo.

6. Ưu điểm và nhược điểm

a. Ưu điểm

- *Tính chính xác và đáng tin cậy*: Google Keyword Planner cung cấp thông tin từ khóa dựa trên dữ liệu thực tế của Google. Do đó, nó có tính chính xác cao và đáng tin cậy trong việc cung cấp thông tin về lượng tìm kiếm hàng tháng và mức độ cạnh tranh.

- *Tích hợp với Google Ads*: Google Keyword Planner tích hợp trực tiếp với Google Ads, cho phép người dùng dễ dàng chuyển đổi từ tìm kiếm từ khóa sang việc xây dựng và quản lý chiến dịch quảng cáo trên Google.

- *Đề xuất từ khóa mới*: Công cụ cung cấp đề xuất từ khóa mới và ý tưởng, giúp tìm ra các từ khóa liên quan và mở rộng phạm vi từ khóa của mình.

- *Phân tích xu hướng tìm kiếm*: Tính năng xu hướng tìm kiếm cho phép xem biểu đồ và dữ liệu thống kê về xu hướng tìm kiếm từ khóa theo thời gian, giúp hiểu rõ hơn về sự phát triển và biến đổi của từ khóa.

- *Miễn phí sử dụng cơ bản*: Google Keyword Planner có phiên bản miễn phí, cho phép người dùng truy cập và sử dụng một số tính năng cơ bản mà không phải trả phí.

b. Nhược điểm

- *Giới hạn dữ liệu*: Mặc dù Google Keyword Planner cung cấp thông tin từ khóa đáng tin cậy, nhưng nó có thể hạn chế trong việc cung cấp chi tiết về lượng tìm kiếm cụ thể và mức độ cạnh tranh.

- *Giới hạn tính năng miễn phí*: Một số tính năng nâng cao của Google Keyword Planner có thể yêu cầu tài khoản Google Ads hoặc phải trả phí để sử dụng.

- *Không cung cấp thông tin về chất lượng từ khóa*: Mặc dù Google Keyword Planner cung cấp thông tin về mức độ cạnh tranh, nhưng nó không cung cấp thông tin về chất lượng từ khóa, ví dụ như khả năng chuyển đổi hoặc độ liên quan với lĩnh vực cần phân tích.

III. So sánh 03 công cụ Google search - Google Keyword Planner - Google Trends

Bảng 1. So sánh các tính năng hỗ trợ xác định từ khoá SEO của 03 công cụ.

	Google Search	Google Keyword Planner	Google Trends
Tìm kiếm từ khóa	Có	Có	Không
Phân tích từ khóa	Không	Có	Không
Số lượt tìm kiếm	Không	Có	Có
Cạnh tranh từ khóa	Không	Có	Có
Đề xuất từ khóa	Có	Có	Có
Xu hướng tìm kiếm	Không	Có	Có
Địa điểm tìm kiếm	Có	Có	Có
Ngôn ngữ tìm kiếm	Có	Có	Có
Lưu và xuất dữ liệu	Không	Có	Không
Tính năng mở rộng	Tìm kiếm liên quan, gợi ý từ khoá	Phân tích cạnh tranh, đề xuất từ khóa	So sánh từ khóa, xu hướng tìm kiếm
Trình độ cạnh tranh	Không	Có	Có
Tương quan quảng cáo	Không	Có (thuộc Google Ads)	Không
Tìm kiếm liên quan	Có	Có	Có
Lọc và sắp xếp	Không	Có	Có

Tổng quan:

- Google Search cung cấp kết quả tìm kiếm chính xác và đề xuất từ khóa liên quan ngay khi người dùng nhập vào, là công cụ quan trọng nhất trong việc tìm kiếm và xác định từ khóa.
- Google Keyword Planner tập trung vào phân tích từ khóa cụ thể, cung cấp thông tin về lượng tìm kiếm và cạnh tranh, giúp tìm ra từ khóa phù hợp và hiệu quả.
- Google Trends cho phép xem xu hướng tìm kiếm và sự phổ biến của từ khóa theo thời gian và vị trí địa lý, giúp đánh giá xu hướng và điều chỉnh chiến lược từ khóa của mình.

Diễn giải So sánh:

Tuy ba công cụ này có tính năng hỗ trợ xây dựng từ khóa SEO, mỗi công cụ có tính chất và ưu điểm riêng biệt đáp ứng cho một mục tiêu sử dụng khác nhau. Nếu xét trong việc kết hợp sử dụng ở các khía cạnh chúng có mối tương quan lẫn nhau, thì được các phân tích cụ thể sau:

- Tìm kiếm liên quan và đề xuất từ khóa: Google Search hiển thị các tìm kiếm liên quan và đề xuất từ khóa ngay khi nhập từ vào ô tìm kiếm. Điều này giúp mở rộng phạm vi từ khóa và tìm kiếm các từ khóa liên quan một cách hiệu quả. Google Keyword Planner và Google Trends cũng cung cấp đề xuất từ khóa để giúp tìm ra những từ khóa phù hợp hơn nhưng chỉ nhằm phục vụ mục đích so sánh.

- Phân tích xu hướng tìm kiếm của từ khoá: Google Trends cung cấp những số liệu, biểu đồ xác đáng theo thời gian thực, giúp phân tích cụ thể, hiệu quả về mức độ phổ biến của các từ khoá đang được quan tâm hơn Google Keyword Planner, tuy nhiên Google Search lại không cung cấp tính năng này.

- Cung cấp thông tin về trình độ cạnh tranh: Google Keyword Planner cung cấp thông tin về mức độ cạnh tranh của từ khóa, giúp đánh giá khả năng xếp hạng và cạnh tranh của từ khóa đó trên kết quả tìm kiếm. Google Search và Google Trends không cung cấp thông tin chi tiết về trình độ cạnh tranh.

- Tính năng liên quan đến quảng cáo trực tuyến: Google Keyword Planner thuộc Google Ads, nơi có thể xem và quản lý chiến dịch quảng cáo trực tuyến. Nếu quan tâm đến việc quảng cáo trực tuyến và SEO kết hợp, Google Keyword Planner có thể cung cấp thông tin hữu ích trong việc phân tích từ khóa và lên kế hoạch quảng cáo.

- Lọc và sắp xếp kết quả: Google Keyword Planner cho phép lọc và sắp xếp kết quả tìm kiếm theo nhiều tiêu chí khác nhau, chẳng hạn như số lượt tìm kiếm hàng tháng, mức độ cạnh tranh và mức đề xuất. Điều này giúp tìm kiếm và chọn lọc từ khóa phù hợp. Google Search không cung cấp tính năng lọc và sắp xếp tương tự.

B. Lập danh sách từ khoá phù hợp SEO cho website Sen Đá UIT

Giới thiệu về website:

- Trang website: **Sen Đá UIT (sendaudit.com)** – là một trang bán hàng trực tuyến, cung cấp sản phẩm chủ lực là sen đá¹.
- Sản phẩm SEO: **Sen đá.**

I. Xác định các loại từ khoá dựa trên nhu cầu tìm kiếm của người dùng

- **Từ khoá thương hiệu:**
 - sen đá UIT
 - sen đá UIT – Tinh tuý từ đất trời
 - sen đá sinh viên IT
 - sen đá công nghệ thông tin (CNTT)
- **Từ khoá thông tin:**
 - sen đá sinh viên
 - (cây/hoa/bông) sen đá
 - mua/bán sen đá
 - mua bán sen đá trực tuyến
 - sen đá tự nhiên
 - sen đá thuỷ tinh/trong suốt
 - sen đá đẹp/xinh/hot/cao cấp/độc lạ
 - sen đá giá rẻ/giá tốt/gía sinh viên
 - sen đá uy tín/chất lượng/đa dạng
 - sen đá nhập khẩu
 - chậu sen đá
 - sen đá trang trí
 - sen đá văn phòng/sân vườn
 - sen đá hot nhất TikTok/Facebook
 - sen đá bán chạy/nhiều người mua
 - sen đá phong thuỷ

¹ Ngoài ra, website còn cung cấp các loại cây cảnh khác như: xương rồng, cây cảnh trang trí, tiểu cảnh và các phụ kiện trồng cây, chăm sóc khác như chậu cây, đất trồng, phân bón, phụ kiện trang trí.

- các loại/giống sen đá hiếm
- sen đá tròn trong nước
- sen đá mini
- sen đá tài lộc
- (cửa hàng) sen đá gần đây
- cách trồng/chăm sóc sen đá
- sen đá đẹp giá sinh viên
- sen đá giá rẻ dành cho sinh viên
- sen đá trường gì đó
- sen đá Thủ Đức
- sen đá ở làng Đại học
- trùm/vựa sen đá làng Đại học Thủ Đức
- sen đá cho người thu nhập thấp
- sen đá đẹp giá sinh viên làng Đại học
- sen đá UIT đẹp rẻ cho sinh viên ở làng Đại học

- **Từ khoá thương mại:**

- Sen đá bánh bao
- Sen đá cúc gai
- Sen đá da rắn
- Sen đá giva
- Sen đá kim cương
- Sen đá móng rồng sao
- Sen đá nhung (cóc)
- Sen đá phật bà trắng
- Sen đá ruby
- Sen đá tay gấu
- Sen đá thái
- Sen đá thược dược
- Sen đá viền tím cánh nhọn
- Sen đá xếp tầng

II. Sử dụng các công cụ phân tích tính hiệu quả của các loại từ khoá trên

1. Tổng quan

Trong phần này chủ yếu sử dụng các công cụ đã tìm hiểu để đánh giá sơ bộ về danh sách các từ khoá vừa lập để tìm ra được các từ khoá tìm nang mang lại hiệu quả SEO, cụ thể:

1) Sử dụng Google Search để kiểm tra kết quả tìm kiếm (số lượng trang web có hiển thị các từ khoá đã lập), tham khảo và thu thập thêm các từ khoá mới có liên quan;

2) Sử dụng Google Trends để đánh giá mức độ phổ biến trong xu hướng tìm kiếm của các từ khoá này trên thị trường qua biểu đồ;

3) Sử dụng Google Keyword Planner dùng để tham khảo các điểm số về: lượng tìm kiếm trung bình tháng, tính cạnh tranh, tỷ lệ thay đổi xu hướng tìm kiếm trong 3 tháng gần nhất, giá đấu thầu từ khoá,... để đánh giá độ khó SEO của các từ khoá này.

Các công cụ này có tính tương quan vì dùng chung số liệu của Google và có đủ các tính năng để xuất từ khoá liên quan, cho cái nhìn tổng quan về việc phân tích khả năng SEO và tính hiệu quả SEO của các từ khoá này, đủ để xây dựng một danh sách từ khoá chọn lọc tiềm năng.

* Lưu ý:

- Số liệu tìm kiếm trên GG Search được ghi nhận vào ngày 13/06/2023.

- Khoảng thời gian đo mức độ phổ biến trong xu hướng tìm kiếm trên GG Keyword Planner là từ tháng 5/2022 đến tháng 5/2023.

- Mỗi số liệu tìm kiếm giữa các “/” là tương ứng với các cụm từ khoá.

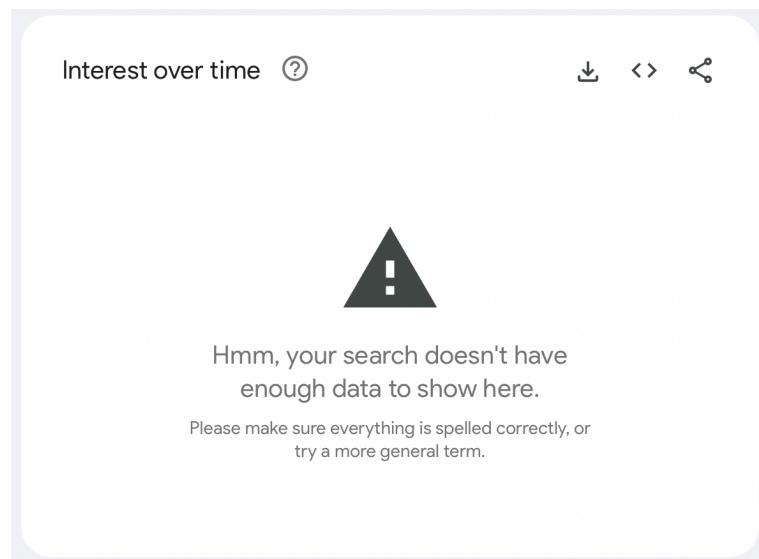
- Những từ khoá in đậm là từ khoá có biểu đồ xu hướng trên GG Trends.

- Những từ khoá không thể hiện biểu đồ xu hướng là vì nó chưa đủ hoặc không có dữ liệu thống kê, và không thể hiện được thông tin trên bảng phân tích GG Keyword Planner.

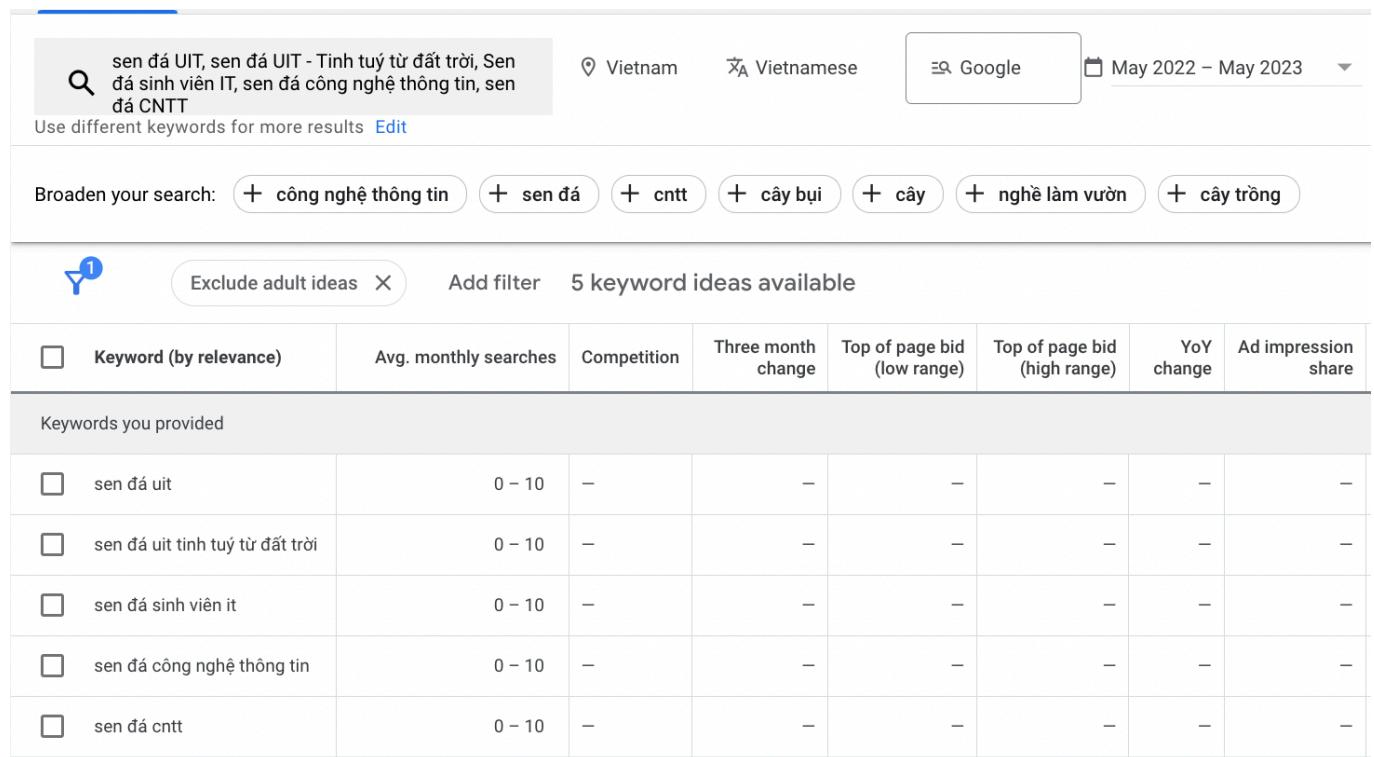
2. Tiến hành phân tích từ khoá

- Từ khoá thường hiệu:

- sen đá UIT (0 kết quả)
- sen đá UIT – Tinh tuý từ đất trời (0 kết quả)
- sen đá sinh viên IT (0 kết quả)
- sen đá công nghệ thông tin (CNTT) (0 kết quả)



Hình 16. Không có thông tin thể hiện mức độ phổ biến và xu hướng tìm kiếm trên GG Trends.



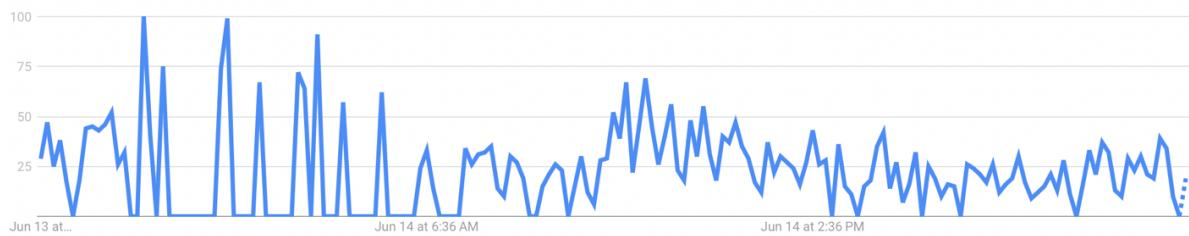
Hình 17. Không có thông tin dữ liệu phân tích trên GG Keyword Planner.

Kết luận:

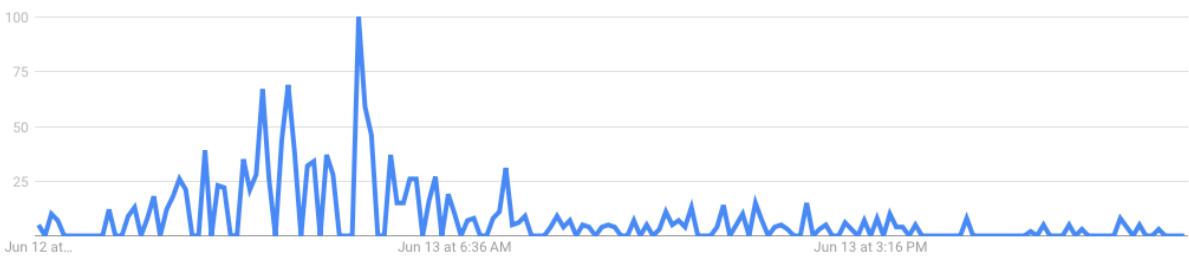
Những từ khoá trên phù hợp làm từ khoá thương hiệu cho trang web Sen Đá UIT, vì chúng là duy nhất và chưa có website nào đang SEO trên thị trường nên lượt tìm kiếm trên GG Search là 0 kết quả, không nhận được xu hướng tìm kiếm trên GG Trends và số liệu phân tích trên GG Keyword Planner cũng không có thông tin.

- **Từ khoá thông tin:**

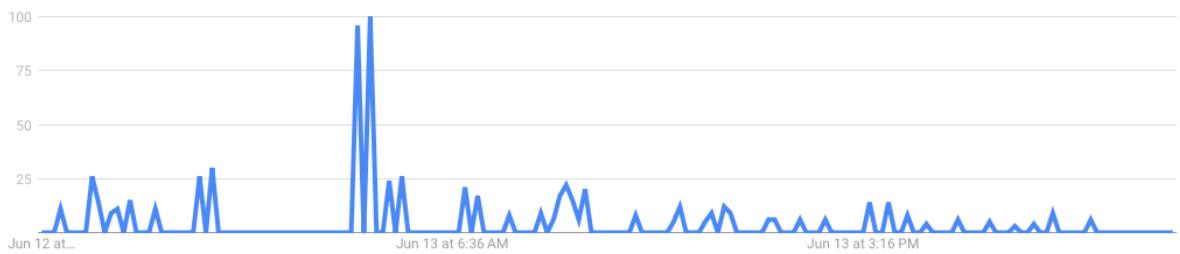
- sen đá sinh viên (10 kết quả)
- **sen đá** (Khoảng 1.620.000 kết quả)

Interest over time [?](#)

- **cây sen đá** (Khoảng 275.000 kết quả)

Interest over time [?](#)

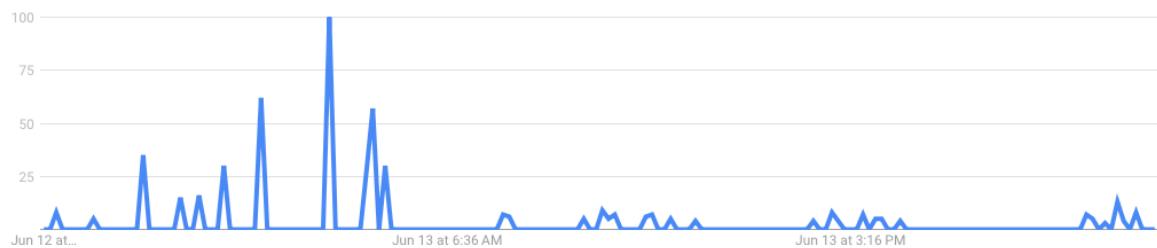
- **hoa sen đá** (Khoảng 150.000 kết quả)

Interest over time [?](#)

- **sen đá thuỷ tinh** (Khoảng 901 kết quả)

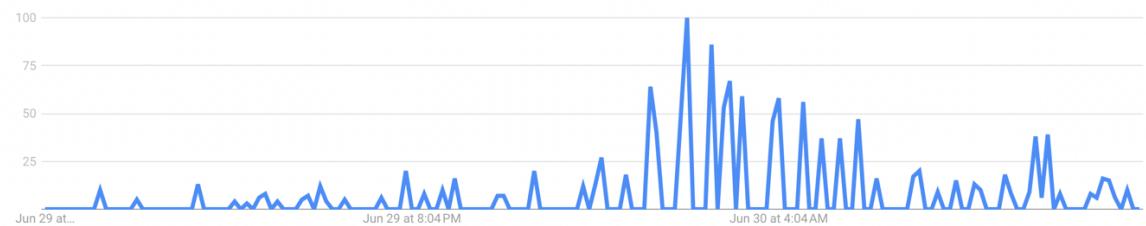
- **bông sen đá** (Khoảng 30.000 kết quả)

Interest over time [?](#)



- **mua sen đá** (Khoảng 17.500 kết quả)

Interest over time [?](#)



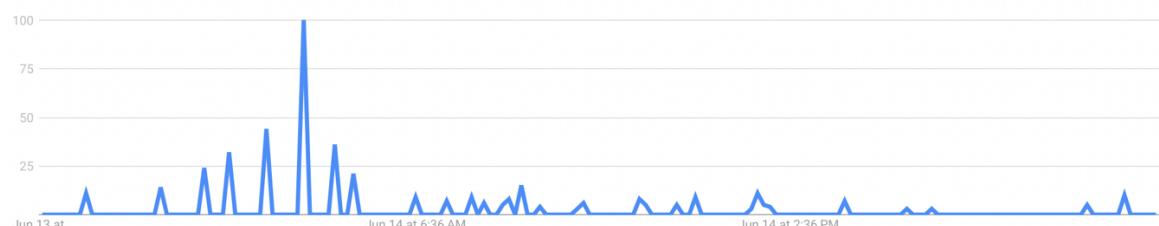
- **mua bán sen đá** (Khoảng 3.800 kết quả)

Interest over time [?](#)



- **mua bán sen đá trực tuyến** (0 kết quả)
- **sen đá tự nhiên** (Khoảng 15.000 kết quả)
- **cây mọng nước** (Khoảng 118.000 kết quả)

Interest over time [?](#)



sen đá sinh viên, sen đá, cây sen đá, hoa sen đá, bông sen đá, mua bán sen đá, mua sen đá trực tuyến, sen đá tự nhiên, cây mọng nước, sen đá

Vietnam Vietnamese Google May 2022 – May 2023

Broaden your search: + chậu cây + cây + cây nước + mua sen đá + cây bụi + nghề làm vườn + cây trồng

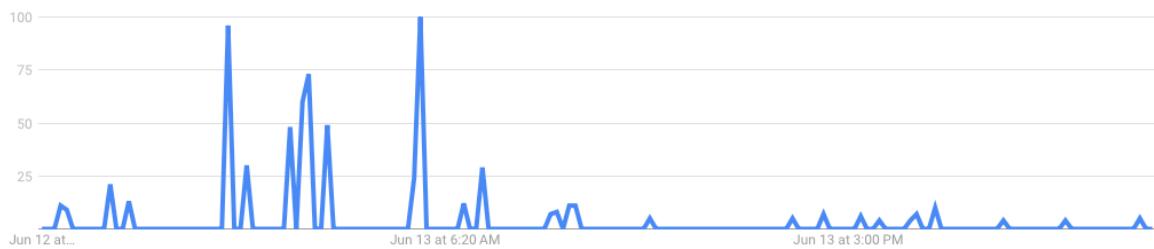
Y! Exclude adult ideas Add filter 1,495 keyword ideas available

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided							
<input type="checkbox"/> sen đá sinh viên	10 – 100	–	-100%	–	–	-100%	–
<input type="checkbox"/> sen đá	10K – 100K	High	0%	đ707	đ3,531	0%	–
<input type="checkbox"/> cây sen đá	1K – 10K	High	-90%	đ707	đ3,771	0%	–
<input type="checkbox"/> hoa sen đá	1K – 10K	High	0%	đ1,179	đ4,020	0%	–
<input type="checkbox"/> bông sen đá	100 – 1K	High	0%	đ943	đ4,021	0%	–
<input type="checkbox"/> mua bán sen đá	10 – 100	High	0%	đ943	đ2,357	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá tự nhiên	10 – 100	High	-90%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> cây mọng nước	100 – 1K	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá thủy tinh	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
Keyword ideas							
<input type="checkbox"/> cách trồng sen đá	1K – 10K	High	0%	đ200	đ4,012	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá kim cương	1K – 10K	High	0%	đ707	đ3,349	0%	–
<input type="checkbox"/> các loại sen đá	1K – 10K	High	0%	đ502	đ3,517	0%	–

- sen đá trong suốt (Khoảng 2.300 kết quả)
- sen đá xinh/hot/cao cấp/độc lạ (khoảng 4.220/2.710/7.550/1.330 kết quả)
- **sen đá đẹp** (Khoảng 39.300 kết quả)

Interest over time

- sen đá giá tốt/giá sinh viên (Khoảng 3.270/4 kết quả)
- **sen đá giá rẻ** (Khoảng 7.930 kết quả)

Interest over time [?](#)

- sen đá uy tín (Khoảng 6.270 kết quả)

sen đá trong suốt, sen đá xinh, sen đá hot, sen đá cao cấp, sen đá độc lạ, sen đá đẹp, sen đá giá tốt, sen đá giá sinh viên, sen đá giá rẻ, sen đá uy tín

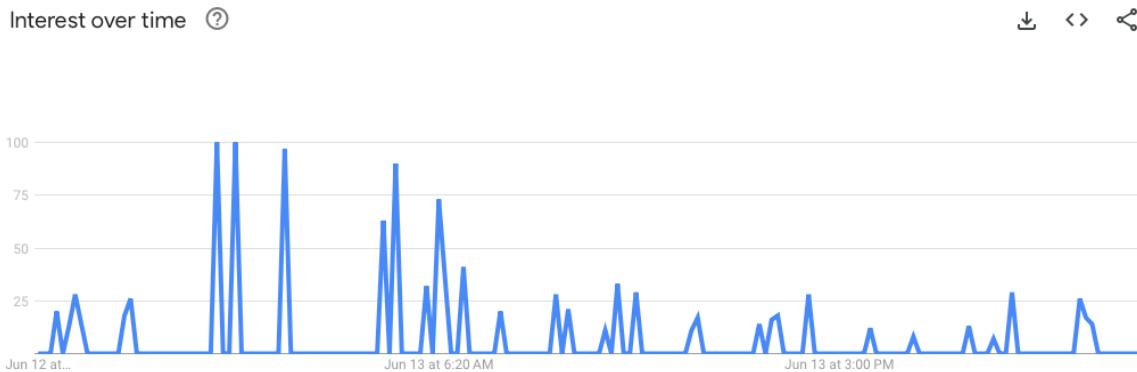
Vietnam Vietnamese Google May 2022 – May 2023

Broaden your search: + sen đá giá + sen đá + thiết bị + nhà bếp + đồ gia dụng + thiết kế cảnh quan + cảnh quan

Exclude adult ideas Add filter 52 keyword ideas available

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided							
<input type="checkbox"/> sen đá trong suốt	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá cao cấp	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá độc lạ	10 – 100	High	0%	–	–	+900%	–
<input type="checkbox"/> sen đá đẹp	1K – 10K	High	0%	đ1,179	đ4,019	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá giá tốt	10 – 100	–	-100%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá giá rẻ	100 – 1K	High	-90%	đ707	đ2,357	-90%	–
<input type="checkbox"/> sen đá xinh	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá hot	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá giá sinh viên	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá uy tín	0 – 10	–	–	–	–	–	–
Keyword ideas							
<input type="checkbox"/> hoa sen đá đẹp	100 – 1K	High	0%	đ1,999	đ4,280	0%	–
<input type="checkbox"/> chậu trồng sen đá độc lạ	100 – 1K	High	0%	đ471	đ2,121	0%	–
<input type="checkbox"/> các loại sen đá đẹp	100 – 1K	High	0%	đ502	đ2,030	0%	–

- sen đá chất lượng/đa dạng (Khoảng 3.000/735 kết quả)
- sen đá nhập khẩu (Khoảng 2.020 kết quả)
- **chậu sen đá** (Khoảng 59.600 kết quả)



- sen đá văn phòng/sân vườn (Khoảng 1.080/ 3.960 kết quả)
- sen đá hot nhất TikTok/Facebook (0 kết quả)
- sen đá bán chạy/nhiều người mua (Khoảng 1.760/8 kết quả)

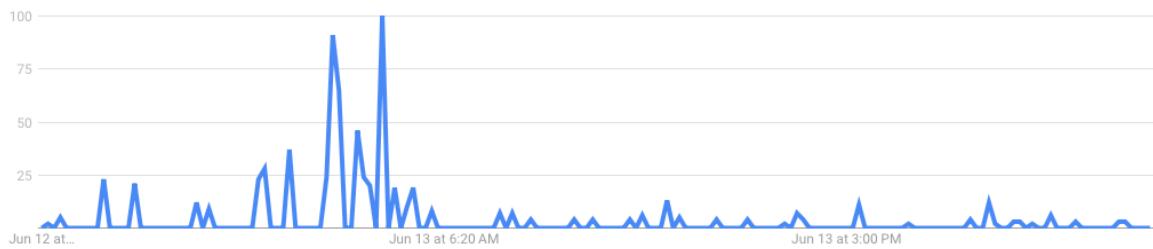
Q
sen đá chất lượng, sen đá đa dạng, sen đá nhập khẩu, chậu sen đá, sen đá văn phòng, sen đá sân vườn, sen đá hot nhất TikTok, sen đá hot nhất
Vietnam
Vietnamese
Google
May 2022 – May 2023

Broaden your search: + sen đá + facebook + sân vườn + cây bụi + cây + cây tròn + quà

Y¹	Exclude adult ideas X	Add filter	90 keyword ideas available					
<input type="checkbox"/>	Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided								
<input type="checkbox"/>	sen đá nhập khẩu	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/>	chậu sen đá	1K – 10K	High	0%	đ943	đ3,681	0%	–
<input type="checkbox"/>	sen đá văn phòng	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
Keyword ideas								
<input type="checkbox"/>	chậu tròn sen đá	100 – 1K	High	0%	đ707	đ2,829	+900%	–
<input type="checkbox"/>	chậu sen đá đẹp	100 – 1K	High	-90%	đ1,179	đ3,683	0%	–
<input type="checkbox"/>	cach trong sen da	100 – 1K	High	0%	đ92	đ201	0%	–
<input type="checkbox"/>	chậu sen đá mini	100 – 1K	High	0%	đ707	đ3,517	0%	–
<input type="checkbox"/>	chậu tròn sen đá độc lạ	100 – 1K	High	0%	đ471	đ2,121	0%	–
<input type="checkbox"/>	chậu cây sen đá	100 – 1K	High	0%	đ735	đ3,556	0%	–

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided							
<input type="checkbox"/> sen đá chất lượng	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá đa dạng	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá sân vườn	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá hot nhất tiktok	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá hot nhất facebook	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá bán chạy	0 – 10	–	–	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> sen đá nhiều người mua	0 – 10	–	–	–	–	–	–

- **sen đá trang trí** (Khoảng 28.400 kết quả)

Interest over time [?](#)

- **sen đá phong thuỷ** Khoảng 46.200 kết quả)

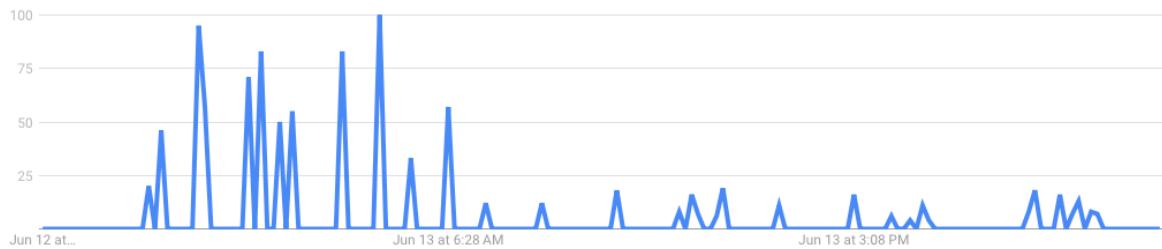
- **sen đá tài lộc** (Khoảng 2.360 kết quả)

- **sen đá tròn trong nước** (02 kết quả)

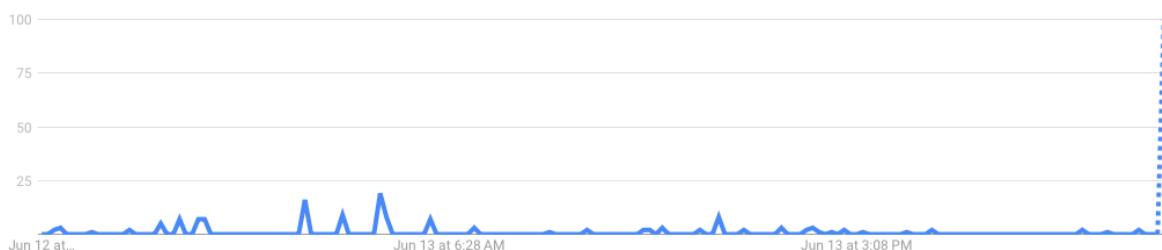
- **sen đá mini** (Khoảng 49.300 kết quả)

Interest over time [?](#)

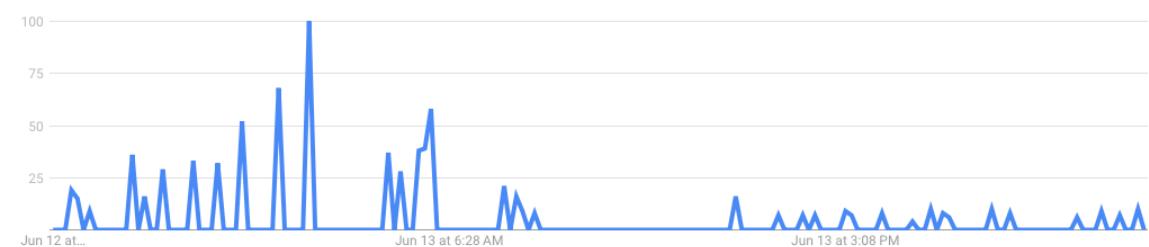
- loại/giống sen đá hiếm (Khoảng 929/9 kết quả)
- cửa hàng/shop sen đá gần đây (Khoảng 2/4 kết quả)
- **sen đá gần đây** (Khoảng 1.720 kết quả)

Interest over time [?](#)

- **cách trồng sen đá** (Khoảng 37.800 kết quả)

Interest over time [?](#)

- **cách chăm sóc sen đá** (Khoảng 10.700 kết quả)

Interest over time [?](#)

The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. At the top, there's a search bar with the query "sen đá trang trí, sen đá phong thuỷ, loại sen đá hiếm, sen đá tròn trong nước, sen đá mini, sen đá tài lộc, cửa hàng sen đá gân đây, sen đá gân". Below the search bar are filters for "Vietnam", " Vietnamese", "Google", and a date range from "May 2022 – May 2023". A button "Exclude adult ideas" is present. The main area displays 629 keyword ideas available, with a table showing various keywords along with their average monthly searches, competition level, three-month change, and bid information.

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided							
<input type="checkbox"/> sen đá trang trí	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá phong thuỷ	100 – 1K	High	0%	đ1,338	đ4,714	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá tròn trong nước	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá mini	100 – 1K	High	-90%	đ707	đ2,121	0%	–
<input type="checkbox"/> cửa hàng sen đá gân đây	100 – 1K	High	0%	đ502	đ4,021	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá gân đây	100 – 1K	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> cách trồng sen đá	1K – 10K	High	0%	đ200	đ4,012	0%	–
<input type="checkbox"/> cách chăm sóc sen đá	1K – 10K	High	0%	đ200	đ3,518	0%	–
Keyword ideas							
<input type="checkbox"/> đất trồng sen đá	1K – 10K	High	0%	đ471	đ2,075	0%	–
<input type="checkbox"/> cách chăm sen đá	1K – 10K	High	0%	đ135	đ4,014	0%	–
<input type="checkbox"/> chăm sóc sen đá	100 – 1K	High	-90%	đ188	đ3,517	0%	–
<input type="checkbox"/> chậu trồng sen đá	100 – 1K	High	0%	đ707	đ2,829	+900%	–

Kết luận:

Đối với những từ khoá thông tin có số lượng kết quả tìm kiếm cao trên GG Search nghĩa là đang có nhiều trang web cùng đang SEO từ khoá này, tuy nhiên có những từ khoá lại không có dữ liệu thống kê xu hướng tìm kiếm trên GG Trends (không có biểu đồ) chứng tỏ mức độ quan tâm tìm kiếm những từ khoá này trong giai đoạn kiểm tra không cao. Nên không thể chỉ dựa vào duy nhất số lượt kết quả tìm kiếm, hoặc biểu đồ xu hướng, mà còn phải quan tâm đến các chỉ số được phân tích trên GG Keyword Planner về số lượng tìm kiếm trung bình trong tháng và tỷ lệ thay đổi xu hướng tìm kiếm trong 3 tháng gần nhất có ổn định hay không... Do đó, việc chọn lọc các từ khoá tiềm năng cho SEO nên cân nhắc tất cả các yếu tố dựa trên số liệu mà cả 3 công cụ cung cấp.

- **Từ khoá theo quy tắc KBATL (Keyword - Brand - Adjective - Target Audience - Local)**
 - sen đá đẹp giá sinh viên (02 kết quả)
 - sen đá giá rẻ dành cho sinh viên (03 kết quả)
 - sen đá trường gì đó (0 kết quả)
 - sen đá Thủ Đức (Khoảng 1.820 kết quả)
 - sen đá làng Đại học (07 kết quả)
 - trùm/vựa sen đá làng Đại học Thủ Đức (0 kết quả)
 - sen đá cho người thu nhập thấp (0 kết quả)
 - sen đá đẹp giá sinh viên làng Đại học (0 kết quả)
 - sen đá UIT đẹp rẻ cho sinh viên làng Đại học (0 kết quả)

The screenshot shows a search interface with the following details:

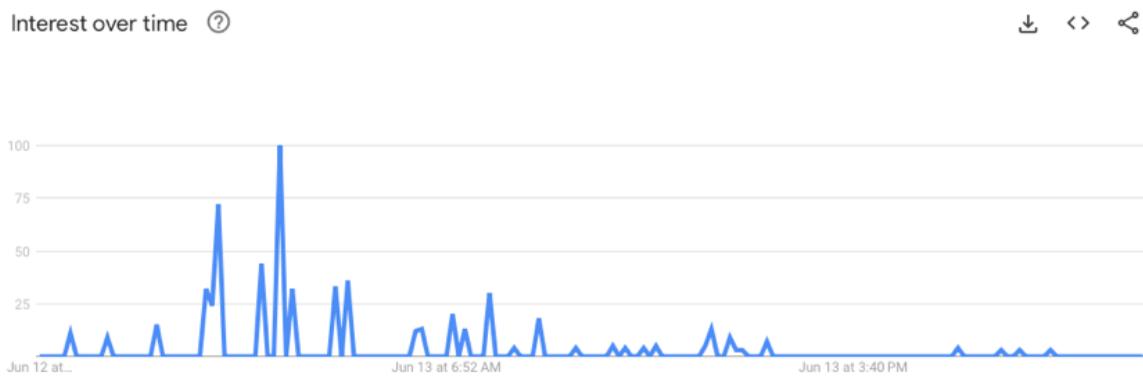
- Location:** Vietnam (Việt Nam)
- Language:** Vietnamese (Tiếng Việt)
- Search Engine:** Google
- Date Range:** May 2022 – May 2023
- Keywords Searched:** sen đá đẹp giá sinh viên, sen đá giá rẻ dành cho sinh viên, sen đá công nghệ thông tin, sen đá Thủ Đức, sen đá làng đại học, trùm sen đá làng đại
- Text:** Use different keywords for more results [Edit](#)
- Broaden your search:** + công nghệ thông tin, + thủ đức, + đại học, + sen đá đẹp, + sen đá, + cho sinh viên, + đẹp
- Keyword Ideas Available:** 9 keyword ideas available
- Table Headers:** Keyword (by relevance), Avg. monthly searches, Competition, Three month change, Top of page bid (low range), Top of page bid (high range), YoY change, Ad impression share
- Keywords Provided:** sen đá thủ đức, sen đá làng đại học, sen đá đẹp giá sinh viên, sen đá giá rẻ dành cho sinh viên, sen đá công nghệ thông tin, trùm sen đá làng đại học thủ đức, sen đá cho người thu nhập thấp, sen đá đẹp giá sinh viên làng đại học, sen đá uit đẹp rẻ cho sinh viên làng đại học
- Table Data:** A detailed table showing the performance metrics for each keyword.

Kết luận:

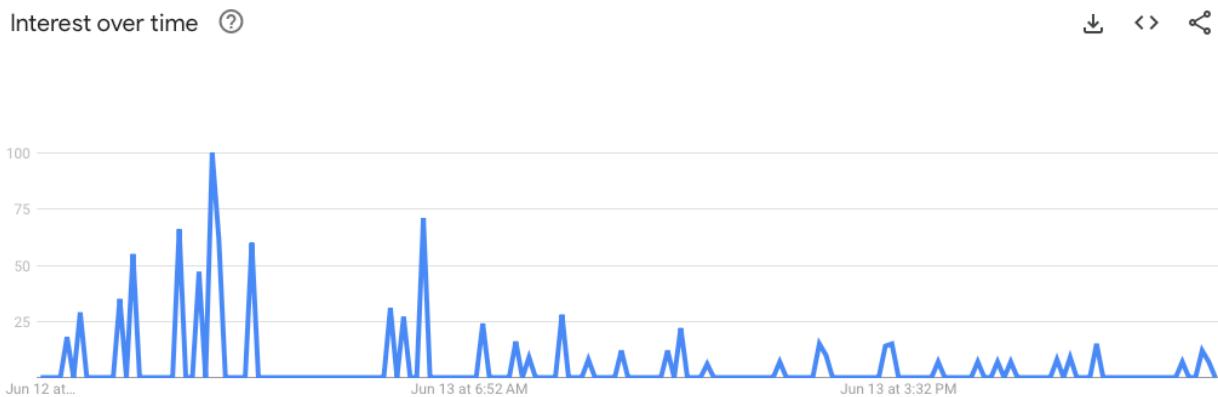
Những từ khoá áp dụng quy tắc KBATL là phù hợp SEO cho trang Sen Đá UIT, vì chúng là sự kết hợp những từ khoá mục tiêu, phù hợp nhất cho sản phẩm/dịch vụ của trang web. Do đó kết quả kiểm tra, phân tích không có hoặc ít có thông tin website khác cùng đang SEO trên thị trường.

- **Từ khoá thương mại:**

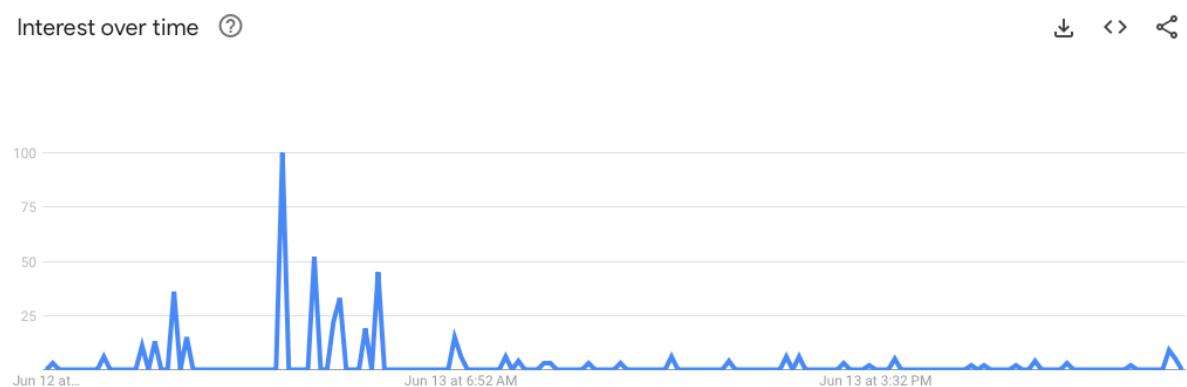
- **Sen đá bánh bao** (Khoảng 2.890 kết quả)



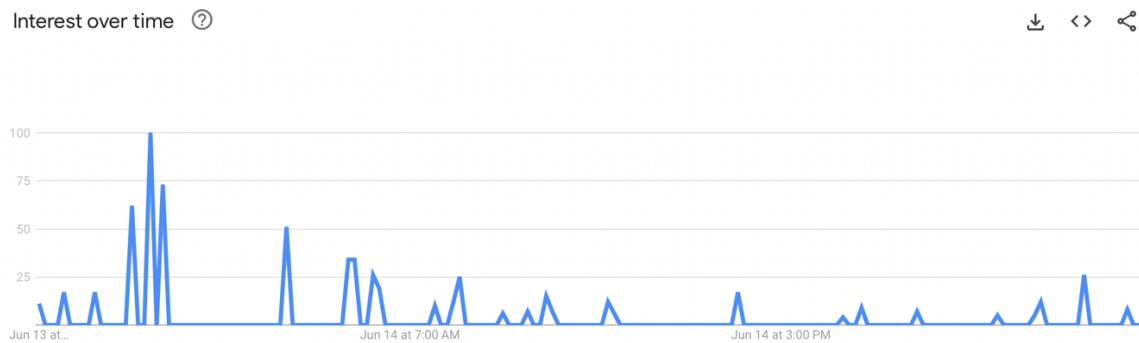
- **Sen đá cúc gai** (Khoảng 925 kết quả)
- **Sen đá da rắn** (Khoảng 957 kết quả)
- **Sen đá giva** (Khoảng 1.310 kết quả)
- **Sen đá kim cương** (Khoảng 27.700 kết quả)



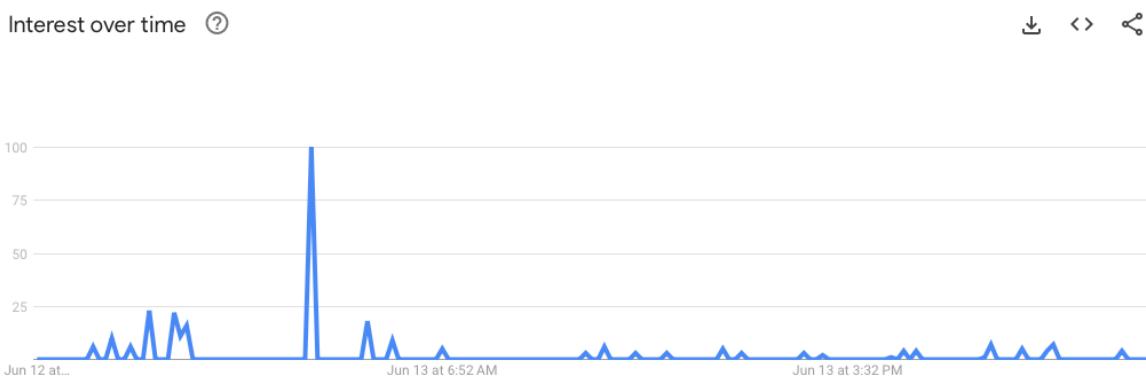
- **Sen đá móng rồng sao** (Khoảng 788 kết quả)
- **Sen đá nhung** (cóc) (Khoảng 2.180 (334) kết quả)



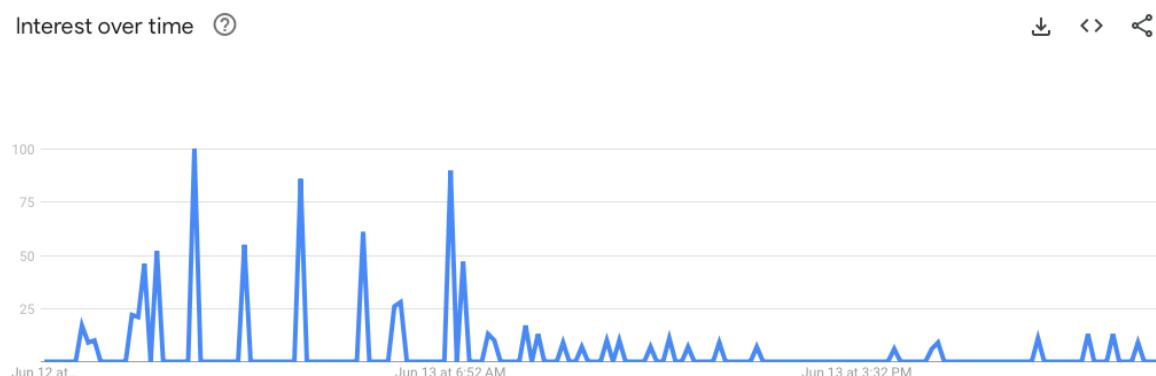
- Sen đá phật bà (Khoảng 10.900 kết quả)



- Sen đá ruby (Khoảng 14.200 kết quả)



- Sen đá tay gáu (Khoảng 1.430 kết quả)



- Sen đá thái (Khoảng 5.620 kết quả)
- Sen đá thược dược (Khoảng 1.290 kết quả)
- Sen đá viền tím cánh nhọn (Khoảng 337 kết quả)
- Sen đá xếp tầng (Khoảng 619 kết quả)

sen đá bánh bao, sen đá cúc gai, sen đá da rắn, sen đá giva, sen đá kim cương, sen đá móng rồng sao, sen đá nhung, sen đá nhung cóc, sen đá phật

Vietnam Vietnamese Google May 2022 – May 2023

Broaden your search: + sen đá móng rồng + sen đá cúc + sen đá + quả + cây trồng + cây bụi + hạt

Exclude adult ideas Add filter 120 keyword ideas available

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided							
<input type="checkbox"/> sen đá bánh bao	100 – 1K	High	0%	đ707	đ1,414	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá cúc gai	10 – 100	High	-90%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá da rắn	10 – 100	High	+∞	–	–	+∞	–
<input type="checkbox"/> sen đá giva	10 – 100	High	0%	đ707	đ943	+900%	–
<input type="checkbox"/> sen đá kim cương	1K – 10K	High	0%	đ707	đ3,349	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá nhung	10 – 100	High	-90%	–	–	-90%	–
<input type="checkbox"/> sen đá phật bà	1K – 10K	High	0%	đ943	đ2,593	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá ruby	100 – 1K	High	0%	đ1,414	đ2,000	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá tay gấu	100 – 1K	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá thái	100 – 1K	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá thược dược	100 – 1K	High	0%	đ943	đ2,828	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá xếp tầng	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
Keyword ideas							
<input type="checkbox"/> sen đá thái xanh	10 – 100	High	-90%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá tay gấu var	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
<input type="checkbox"/> sen đá mười giờ thái	10 – 100	Medium	0%	–	–	0%	–

Kết luận:

Những từ khoá thương mại là những từ khoá có tính cạnh tranh rất cao, vì nó là danh từ riêng của những sản phẩm/dịch vụ cụ thể mà bất cứ một trang web nào có cung cấp sản phẩm/dịch vụ đó đều phải thể hiện đúng tên trên trang web của mình. Do đó cần cân nhắc những sản phẩm/dịch vụ chủ lực hoặc muôn đầy mạnh doanh thu trong khoảng thời gian cụ thể nào thì hãy áp dụng SEO kết hợp dùng các dịch vụ quảng cáo được tài trợ của Google để có được thứ hạng cao trên trang tìm kiếm, dù vậy sẽ mất phí quảng cáo.

III. Danh sách từ khoá phù hợp chọn lọc để SEO cho website Sen Đá UIT

Sau khi sử dụng các công cụ hỗ trợ để đánh giá, phân tích tính phù hợp và hiệu quả SEO của các từ khoá đối với trang web Sen Đá UIT, từ khoá tiềm năng sẽ dựa trên các tiêu chí chọn lọc theo mức độ đánh giá ưu tiên sau đây:

- Chọn từ khoá phù hợp nhất đối với mục tiêu SEO sen đá giá rẻ cho sinh viên
 - Chọn từ khoá có lượt tìm kiếm trung bình tháng (GG Keyword Planner) là 100 – 1K²
 - Chọn từ khoá có tỷ lệ cạnh tranh Medium hoặc không được đánh giá (GG Keyword Planner)
 - Chọn từ khoá có biểu đồ xu hướng biểu thị mức độ phổ biến (GG Trends)
 - Chọn từ khoá có kết quả tìm kiếm (GG Search) từ 10.000 – 100.000 kết quả³.
-

Dưới đây là danh sách các từ khoá tiềm năng được chọn lọc phù hợp nhất:

- **Từ khoá thương hiệu:** (có chỉ số hiệu quả cao, dễ đẩy top nếu PR xây dựng thương hiệu)
 - sen đá UIT
 - sen đá UIT – Tinh tuý từ đất trời
 - sen đá sinh viên IT
 - sen đá công nghệ thông tin (CNTT)
- **Từ khoá thông tin:** (có lượt tìm kiếm nhiều, mức độ phổ biến và cạnh tranh phù hợp)
 - sen đá sinh viên
 - bông sen đá
 - mua sen đá
 - cây mọng nước
 - sen đá độc lạ
 - sen đá giá sinh viên
 - sen đá giá rẻ
 - chậu cây sen đá

² Theo kết quả phân tích trên GG Keyword Planner, phổ giá trị lượt tìm kiếm trung bình tháng có các mức độ:

- 10 – 100: độ dễ (không có hoặc không nhiều lượt tìm kiếm)
- 100 – 1K: độ khó trung bình (lượt tìm kiếm phù hợp SEO)
- 1K – 10K: độ cao (nhiều lượt tìm kiếm, khó SEO)
- 10K – 100K: độ khó cực kỳ cao (rất nhiều lượt tìm kiếm, cực kỳ khó SEO)

³ Sử dụng phương pháp tìm kiếm chính xác: dùng cặp ngoặc kép “ ”, ví dụ: gõ “sen đá sinh viên” trên Search Box.

- sen đá hot nhất TikTok/Facebook
- sen đá trang trí
- sen đá phong thuỷ
- sen đá mini
- sen đá gân dây
- sen đá đẹp giá sinh viên
- sen đá giá rẻ dành cho sinh viên
- sen đá Thủ Đức
- sen đá ở làng Đại học
- sen đá đẹp giá sinh viên làng Đại học
- sen đá UIT đẹp rẻ cho sinh viên ở làng Đại học
- **Từ khoá thương mại:** (*có tỷ lệ chuyển đổi – mua hàng cao, đáp ứng nhu cầu tìm kiếm*)
 - Sen đá bánh bao
 - Sen đá ruby
 - Sen đá tay gáu
 - Sen đá thái
 - Sen đá thược dược

- **Tài liệu tham khảo:**

- ThS. Võ Ngọc Tân, “**Bài giảng “Từ khoá (Keywords)**” – môn: Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm. Khoa Khoa học và Kỹ thuật thông tin, Trường ĐH Công nghệ Thông tin ĐHQG TP. HCM.