ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN
KHOA KHOA HỌC VÀ KỸ THUẬT THÔNG TIN

BÁO CÁO ĐỒ ÁN CUỐI KỲ
MÔN TỐI ƯU HOÁ CÔNG CỤ TÌM KIẾM

Đề tài:
THIẾT KẾ VÀ VẬN HÀNH CHIẾN LƯỢC SEO WEBSITE "SENDAUIT.COM"

GVHD: ThS. Võ Ngọc Tân

Nhóm sinh viên thực hiện:

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

ꕥ TP. Hồ Chí Minh, 08/2023 ꕥ

NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

……, ngày……..tháng……năm 20…

Người nhận xét

(Ký tên và ghi rõ họ tên)

BẢNG PHÂN CÔNG CÔNG VIỆC, ĐÁNH GIÁ THÀNH VIÊN

Họ và tên	MSSV	Phân công công việc	Đánh giá
Huỳnh Trương Hoàng Phúc	21522856	**Chương II. Kế hoạch SEO** (SEO keyword, SEO on-page - SEO content & SEO pageDesign, SEO off-page - tham gia xây dựng hệ thống backlinks, SEO evaluation - phân tích và đánh giá hiệu quả SEO) * Công cụ: GG Keyword Planner, GG Analytics, GG PageSpeed Insights **Chương IV: Đánh giá và kết luận** **Tổng hợp và hiệu chỉnh Báo cáo**	Hoàn thành tốt
Trần Nhất Huy	21522866	**Chương II. Kế hoạch SEO** (SEO content, SEO off-page - tham gia xây dựng hệ thống backlinks) * Công cụ: GG Search , Moz Link Explorer **Tổng hợp và hiệu chỉnh Slides**	Hoàn thành tốt
Lê Nguyễn Duy Khương	21522867	**Chương II. Kế hoạch SEO** (SEO content, SEO local, SEO evaluation - phân tích tính hiệu quả SEO) * Công cụ: GG My Business, iClick, KeyWord Density Checker, Ahrefs **Chương III. Kết quả SEO thực nghiệm**	Hoàn thành tốt
Nguyễn Tấn Phú	21522873	**Chương I. Giới thiệu website** **Chương II. Kế hoạch SEO** (SEO on-page – SEO pageDesign & SEO content & SEO pageSpeed, SEO off-page - tham gia xây dựng hệ thống backlinks) * Công cụ: GG Trends, GG Search Console	Hoàn thành tốt

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thiện đồ án, nhóm chúng tôi đã nhận được sự định hướng đề tài, cũng như sự giúp đỡ tận tình, sự góp ý quý báu, sự khích lệ, động viên của giáo viên hướng dẫn: ThS. Võ Ngọc Tân. Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới Thầy.

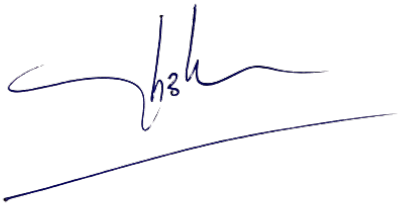
Chúng tôi cũng bày tỏ lòng biết ơn đến Trường Đại học Công nghệ Thông tin – ĐHQG Thành phố Hồ Chí Minh, Phòng Đào tạo Đại học đã tạo điều kiện cho chúng tôi được tham gia lớp học IE204.N21.VB2 – Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm (SEO) do Thầy ThS. Võ Ngọc Tân giảng dạy để có thể tiếp thu kiến thức mới về một lĩnh vực mới, đó là điều kiện tiên quyết nhất giúp nhóm chúng tôi hoàn thành đồ án này.

Đồng thời, chúng tôi cũng mong nhận được sự cảm thông, niệm tình bỏ qua nếu có bất kỳ sai sót nào trong bài báo cáo đồ án. Do hạn chế về thời gian và nhân lực tìm hiểu nên đồ án vẫn còn hạn chế, dù sao chúng tôi đã cố gắng hết sức có thể.

Thay mặt, nhóm trưởng đồ án xin chân thành cảm ơn!

Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 8 năm 2023

Nhóm trưởng đồ án



Huỳnh Trương Hoàng Phúc

LỜI MỞ ĐẦU

SEO (Search Engine Optimization) là quá trình tối ưu hóa một trang web để cải thiện vị trí, thứ hạng của nó trên các kết quả tìm kiếm của công cụ tìm kiếm như Google. SEO đóng một vai trò quan trọng và có ý nghĩa to lớn đối với truyền thông và tiếp thị trên trang web, cụ thể:

SEO giúp nâng cao nhận thức thương hiệu: sự xuất hiện ở vị trí cao hơn của một trang web trên các kết quả tìm kiếm là mục tiêu tôn chỉ của chiến lược SEO, từ đó trang web tồn tại bền vững và tăng khả năng được tìm thấy trên Internet, tạo ra một sự hiện diện trực tuyến cho doanh nghiệp hoặc tổ chức. Khi người dùng thường xuyên thấy tên và logo của trang web xuất hiện trên các kết quả tìm kiếm, điều này giúp tạo ra một nhận thức thương hiệu mạnh mẽ,

SEO giúp tăng hiệu quả cạnh tranh vì làm tăng lưu lượng truy cập: trang web SEO được tối ưu hóa tốt về nội dung hữu ích, giải pháp tối ưu tốc độ tải trang, cải thiện thiết kế và trải nghiệm người dùng sẽ tạo ra nhiều mối liên kết và tương tác với khách hàng truyền thống, tiếp cận với khách hàng tiềm năng thông qua khả năng thu hút nhiều lưu lượng truy cập hơn từ các công cụ tìm kiếm. Điều này đặc biệt quan trọng trong các ngành công nghiệp cạnh tranh.

SEO giúp tăng doanh số bán hàng hoặc chuyển đổi: vì một khi tiếng vang trực tuyến được định vị, trang web xuất hiện trên các kết quả tìm kiếm hàng đầu, nó tạo ra sự tin tưởng và uy tín trong tâm trí của người dùng, làm tăng khả năng họ thực hiện hành động như mua sắm sản phẩm hoặc đăng ký dịch vụ, giúp cho khả năng chuyển đổi cao.

Hiểu được những lợi ích tích cực trên, môn học Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm (SEO) được đào tạo bởi Trường Đại học Công nghệ Thông tin – ĐHQG TP.HCM dưới sự hướng dẫn của ThS. Võ Ngọc Tân là một môn học thật sự rất hữu ích và thú vị. Nó đã giới thiệu nhiều kiến thức mới trong lĩnh vực SEO, cung cấp cái nhìn đa chiều trong đa dạng các kỹ thuật và công cụ hỗ trợ, và tạo điều kiện vận dụng những kỹ năng, bài học kinh nghiệm trong cách triển khai một chiến lược SEO thực tế để học viên có thể tự tay xây dựng, thực hiện và đánh giá được một chiến lược SEO hoàn chỉnh cho riêng mình.

Bài báo cáo đồ án môn học này sẽ trình bày cách thức thiết kế, vận hành một chiến lược SEO thực tế cho trang web mua sắm trựuc tuyến Sen Đá UIT (https://sendauit.com)

Nội dung báo cáo gồm 04 chương sẽ được trình bày cụ thể ở Mục lục:

- Chương 1: Giới thiệu website Sen Đá UIT (https://sendauit.com)
- Chương 2: Kế hoạch SEO
- Chương 3: Kết quả SEO thực nghiệm
- Chương 4: Đánh giá và kết luận

Đây là đồ án sinh viên với kỹ năng và thời gian thực hiện còn hạn chế, nên sản phẩm cũng như nội dung báo cáo sẽ chưa thật sự hoàn thiện và cũng không tránh khỏi những sai sót, mong nhận được sự góp ý điều chỉnh và sự thông cảm từ chuyên gia và người đọc. Xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN 4
LỜI MỞ ĐẦU 5
DANH MỤC HÌNH ẢNH....9
Chương 1: Giới thiệu website Sen Đá UIT (https://sendauit.com) 12
I. Tổng quan 12
II. Các trang chức năng 13
1. Những điểm nổi bật về thiết kế của trang web Sen Đá UIT 13
2. Giới thiệu các trang chức năng của trang web Sen Đá UIT 14
Chương 2: Kế hoạch SEO 18
I. Nghiên cứu từ khoá (SEO keyword) 18
1. Kỹ thuật áp dụng....18
a. Đặt mình vào vị trí khách hàng 18
b. Phân tích từ khoá của đối thủ 19
c. Áp dụng công thức KBATL 20
2. Quy trình phân tích từ khoá phù hợp 21
3. Các công cụ hỗ trợ phân tích từ khoá 21
3.1. Công cụ hỗ trợ "đánh cắp" từ khoá của đối thủ 21
a. Keyword Density Checker – SEO Review Tools....21
b. Ahrefs – Competitor Research Tools & Backlinks Checker....23
3.2. Công cụ hỗ trợ phân tích và xây dựng từ khoá 25
a. Google Search....25
b. Google Trends 30
c. Google Keyword Planner 35
So sánh Google search - Google Keyword Planner - Google Trends 41
4. Tiến hành xây dựng và phân tích danh sách từ khoá mục tiêu 43
4.1. Xác định các loại từ khoá dựa trên nhu cầu tìm kiếm của người dùng....43
4.2. Sử dụng các công cụ phân tích tính hiệu quả của các loại từ khoá....45
5. Danh sách từ khoá phù hợp chọn lọc để SEO cho website Sen Đá UIT 58
II. Tối ưu hoá trang web (SEO on-page) 59
1. Kỹ thuật thiết kế nội dung (SEO content)....60
2. Nội dung các bài viết 62

3. Tối ưu hoá trải nghiệm người dùng 83
3.1. Phân tích các điểm nhấn trong thiết kế giao diện trang web Sen Đá UIT ..83
3.2. Tốc độ tải trang 97
Công cụ hỗ trợ kiểm tra tốc độ tải trang - Google PageSpeed Insights 98
III. Xây dựng liên kết (SEO off-page).....100
1. Kỹ thuật gắn các thẻ tag từ khoá lên trang.....100
2. Kỹ thuật xây dựng hệ thống liên kết (SEO backlinks) 102
2.1. Mô hình liên kết lưới – Link Web.....102
2.2. Tiến hành xây dựng liên kết (link building).....103
2.3. Mô tả hệ thống liên kết backlinks thực nghiệm 104
IV. Phân tích tính hiệu quả của chiến lược SEO 105
1. Quản lý định danh (SEO Local).....105
Công cụ phân tích và quản lý - Google My Business 105
2. Quản lý lưu lượng truy cập trang.....114
Công cụ phân tích và quản lý - Google Analytics.....114
3. Quản lý hệ thống liên kết (backlinks) 125
Công cụ phân tích và quản lý – Link Explorer và Google Search Console.....126
Chương 3: Kết quả SEO thực nghiệm.....132
 Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Search 132
 Kết quả SEO thực nghiệm trên Google My Business 136
 Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Analytics.....137
 Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Search Console.....139
Chương 4: Đánh giá và Kết luận.....141
 Những điều đã làm được 141
 Những điều cần cải thiện.....142
 Đánh giá và Kết luận 143
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO 144

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1. Giới thiệu trang web Sen Đá UIT (sendauit.com).....12
Hình 2. Sơ đồ sitemap của trang web Sen Đá UIT 13
Hình 3. Trang chủ web Sen Đá UIT.....14
Hình 4. Trang danh mục sản phẩm 14
Hình 5. Trang chi tiết sản phẩm 15
Hình 6. Trang giỏ hàng 15
Hình 7. Trang thanh toán.....16
Hình 8. Trang hướng dẫn chăm sóc 16
Hình 9. Trang giới thiệu 17
Hình 10. Trang liên hệ.....17
Hình 11. Công thức KBATL giúp xác định và chọn từ khóa SEO 20
Hình 12. Cung cấp website domain đối thủ để phân tích từ khoá.....21
Hình 13. Kết quả phân tích mật độ từ khoá của trang cayxinh.vn 22
Hình 14. Nhập domain sendauit.com để công cụ kiểm tra 22
Hình 15. Kết quả phân tích mật độ từ khoá của trang sendauit.com.....23
Hình 16. Trang chủ của công cụ Ahrefs.com.....23
Hình 17. Minh hoạ từ khoá "SEO" bằng công cụ Ahrefs. 24
Hình 18. Trang chủ tìm kiếm của Google (https://www.google.com).....25
Hình 19. Tính năng Google Autocomplete 28
Hình 20. Tính năng Related Searches 28
Hình 21. Tính năng People Also Ask.....29
Hình 22. Trang chủ Google Trends.....30
Hình 23. Ví dụ về tìm kiếm xu hướng của từ khoá "sen đá".....33
Hình 24. Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khoá "sen đá" theo thời gian ở Việt Nam.....33
Hình 25. Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khoá "sen đá" theo tiểu vùng ở Việt Nam. 33
Hình 26. Các từ chủ đề/cụm từ tìm kiếm có liên quan đến "sen đá" được gợi ý. 34
Hình 27. Giao diện công cụ Google Keyword Planner.....35
Hình 28. Tính năng Discover new keyword. 37
Hình 29. Giao diện phân tích kết quả tìm kiếm từ khoá "sen đá".....38
Hình 30. Tính năng Get search volume and forecasts.....39
Hình 31. Giao diện phân tích kết quả phân tích xu hướng từ khoá "sen đá". 40
Hình 32. Không có thông tin xu hướng tìm kiếm trên GG Trends. 46
Hình 33. Không có thông tin dữ liệu phân tích trên GG Keyword Planner.....47
Hình 34. Trang chủ website Sen Đá UIT (sendauit.com) 63

Hình 35. Sen đá mông Lithops Dorotheae 65
Hình 36. Sen đá nhung Echeveria cv Dorris Taylor 65
Hình 37. Sen đá kim cương Haworthia 66
Hình 38. Sen đá đế vương Echeveria Ebony Agavoid 67
Hình 39. Sen Đá Nâu Hắc Vương Tử (Echeveria Black Prince) 67
Hình 40. Sen đá Kỵ Sĩ Đen 69
Hình 41. Sen đá Nhím Đen 70
Hình 42. Sen đá Hoa Hồng Xanh 71
Hình 43. Sen đá Kim Tuyến 72
Hình 44. Sen đá Bánh bao - vẻ đẹp tự nhiên đáng yêu 73
Hình 45. Sen đá Cúc gai - sắc xanh hấp dẫn 74
Hình 46. Sen đá Giva - tinh tế thon dài 74
Hình 47. Sen đá Kim cương - quý hiếm và sang trọng 75
Hình 48. Sen đá Móng Rồng Sao - sắc sảo và thu hút 75
Hình 49. Sen đá Nhung - mềm mại và ấm áp 76
Hình 50. Sen đá Phật Bà trắng - thanh lịch và tinh khiết 76
Hình 51. Sen đá Tay gấu - đáng yêu và thú vị 77
Hình 52. Sen đá Thái - màu sắc tươi sáng và hấp dẫn 77
Hình 53. Sen đá Ruby - đỏ tươi sáng và quyến rũ 78
Hình 54. Hướng dẫn chăm sóc sen đá 79
Hình 55. Trồng sen đá trong chậu đất 81
Hình 56. Trồng sen đá thủy canh 82
Hình 57. Giao diện Trang chủ hoàn chỉnh 87
Hình 58. Giao diện trang Danh mục sản phẩm hoàn chỉnh.....89
Hình 59. Giao diện trang Chi tiết Sản phẩm, Giỏ hàng và Thanh toán hoàn chỉnh 93
Hình 60. Giao diện trang Tin tức và Chi tiết bài viết hoàn chỉnh. 95
Hình 61. Giao diện trang Giới thiệu và Liên hệ hoàn chỉnh 96
Hình 62. Trang chủ Google PageSpeed Insights.....99
Hình 63. Kết quả phân tích tốc độ tải trang trên phiên bản mobile và desktop 99
Hình 64. Gắn thẻ Geo Meta Tag 101
Hình 65. Mô hình hệ thống liên kết lưới cho trang web Sen Đá UIT 102
Hình 66. Giao diện Google My Business quản lý sendauit.com.....108
Hình 67. Thông tin Google thể hiện về doanh nghiệp Sen Đá UIT 109
Hình 68. Kết quả tìm kiếm địa phương Sen Đá UIT.....110
Hình 69. Đánh giá của khách hàng với doanh nghiệp qua Google My Business. 110
Hình 70. Tính năng phản hồi tin nhắn dễ dàng tương tác trực tuyến.....111
Hình 71. Tính năng cập nhật thông tin và sự kiện của Google My Business 112

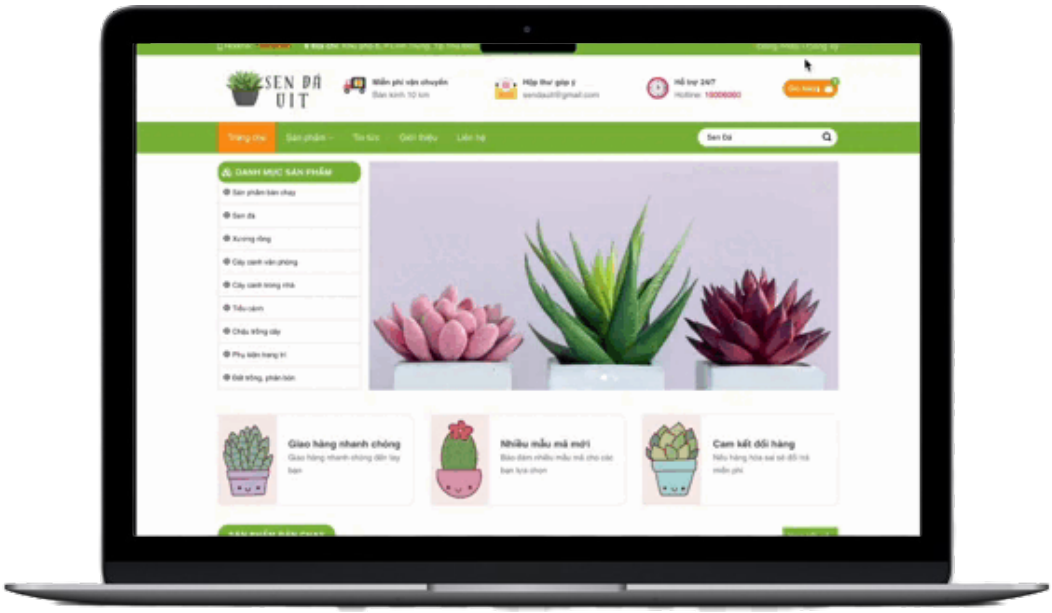
Hình 72. Một số thống kê, phân tích mà Google My Business cung cấp 113
Hình 73. Giao diện Google Analytics sau khi thiết lập hoàn tất. 122
Hình 74. Google Analytics thống kê thời gian tương tác và tỷ lệ giữ chân 123
Hình 75. Theo dõi nguồn lưu lượng thông qua báo cáo Google Analytics.....124
Hình 76. Các trang được xem nhiều nhất theo báo cáo của Google Analytics.....124
Hình 77. Đánh giá hiệu quả chuyển đổi của khách hàng theo thời gian 125
Hình 78. Giao diện Moz Link Explorer 127
Hình 79. Tính năng Google Search Console.....128
Hình 80. Google Search Console yêu cầu xác nhận quyền sở hữu.....129
Hình 81. Thêm record yêu cầu của Google thiết lập cho Google Search Console 129
Hình 82. Lượt hiển thị và tỷ lệ nhấp chuột (CTR) 130
Hình 83. Cụm tìm kiếm và hiển thị phổ biến nhất của trang 130
Hình 84. Công cụ gửi thông báo về lỗi xuất hiện trên trang web 131
Hình 85. Google Search Console cho phép thêm sơ đồ trang web 131
Hình 86. Sen Đá UIT được lập chỉ mục và xuất hiện trên tìm kiếm của Google 132
Hình 87. Bài viết chủ đạo giới thiệu về trang web Sen Đá UIT (sendauit.com).....132
Hình 88. Hình ảnh và các bài viết của Sen Đá UIT trên trang 1 kết quả tìm kiếm. 133
Hình 89. Kết quả tìm kiếm từ khoá SEO “sen đá sinh viên” 133
Hình 90. Kết quả tìm kiếm từ khoá SEO “sen đá làng đại học thủ đức” 134
Hình 91. Kết quả tìm kiếm từ khoá SEO “sen đá phong thuỷ”.....134
Hình 92. Tìm kiếm trang Facebook của Sen Đá UIT.....135
Hình 93. Một số bài viết xây dựng hệ thống liên kết SEO.....135
Hình 94. Hoàn chỉnh hồ sơ thương hiệu trên top 1 của trang tìm kiếm.....136
Hình 95. Trang web và thông tin nhận diện thương hiệu đứng top 1 136
Hình 96. Báo cáo tổng quan về lưu lượng và phương thức truy cập 137
Hình 97. Báo cáo tổng quan về vị trí, hoạt động truy cập của người dùng.....137
Hình 98. Báo cáo chi tiết về thuộc tính người dùng.....138
Hình 99. Báo cáo tính hình thu nạp người dùng 138
Hình 100. Báo cáo về tình hình lưu lượng truy cập thời gian thực.....139
Hình 101. Báo cáo tổng quan về hiệu suất và kết quả lập chỉ mục trang.....139
Hình 102. Báo cáo chi tiết về phân tích hiệu suất lưu lượng truy cập 140
Hình 103. Thống kê chi tiết tình hình lập chỉ mục trang 140
Hình 104. Phân tích hệ thống liên kết backlinks.....141

Chương 1: Giới thiệu website Sen Đá UIT (https://sendauit.com)

I. Tổng quan

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghệ thông tin và số hóa đang diễn ra mạnh mẽ, xu hướng bán hàng trực tuyến đã trở thành một phần không thể thiếu của hoạt động kinh doanh hiện đại. Người tiêu dùng ngày càng tìm kiếm trải nghiệm mua sắm tiện lợi và linh hoạt qua Internet, và doanh nghiệp phải tập trung vào chiến lược SEO (tối ưu hóa công cụ tìm kiếm) để nắm bắt cơ hội trong thị trường kinh doanh trực tuyến đầy cạnh tranh. Trang web Sen Đá UIT (https://sendauit.com) là một dự án đang trong giai đoạn thử nghiệm cho môn học SEO, với mục tiêu tối ưu hóa trang web và khám phá tiềm năng kinh doanh trực tuyến. Sen Đá UIT tập trung cung cấp cây cảnh về sen đá, xương rồng, các tiểu cảnh và phụ kiện liên quan, hướng đến đối tượng là những người đam mê sen đá và tiểu cảnh.

Bằng cách tối ưu hóa từ khóa, nội dung và cấu trúc trang web giúp Sen Đá UIT xuất hiện trên các kết quả tìm kiếm, thu hút lượng lớn lượt truy cập từ đối tượng mục tiêu. Sen Đá UIT cam kết mang đến cho khách hàng chất lượng tốt nhất với chính sách giá ưu đãi nhưng không đánh đổi chất lượng sản phẩm. Bằng sự tận tâm và cam kết, trang web này hy vọng sẽ trở thành một điểm đến đáng tin cậy cho những người yêu cây cảnh và sen đá, đem đến cho họ niềm vui và sự hài lòng trong việc tạo không gian sống xanh tươi và thư giãn.



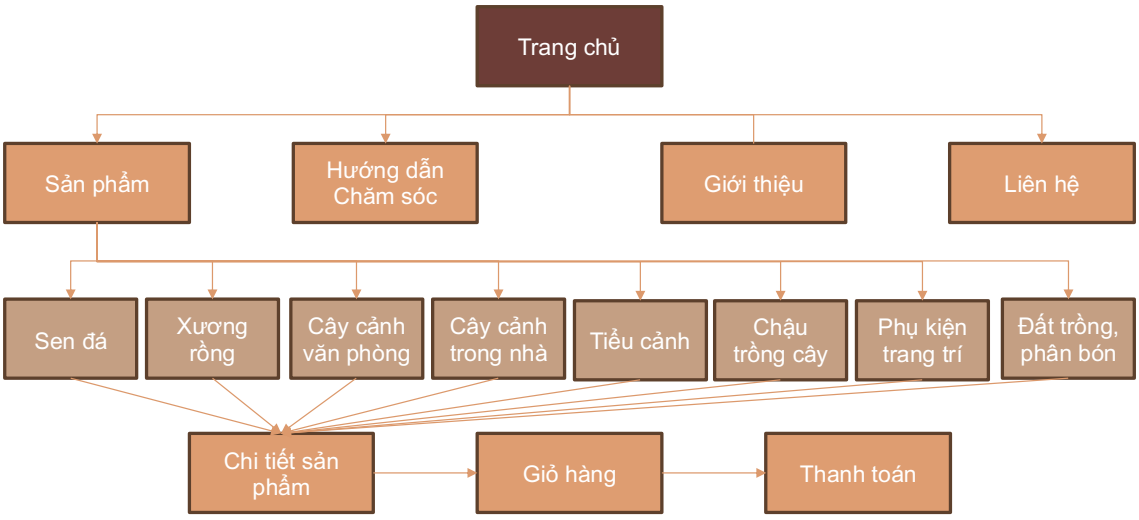
Hình 1. Giới thiệu trang web Sen Đá UIT (sendauit.com)

II. Các trang chức năng

Trang web Sen Đá UIT (sendauit.com) được thiết kế hợp lý và tối ưu cho SEO với đa dạng các trang chức năng, bên cạnh việc phục vụ cung cấp nội dung hữu ích, sản phẩm và dịch vụ chất lượng cho khách hàng mà còn nhằm tăng cường khả năng xuất hiện trên các công cụ tìm kiếm và thu hút lượng lớn lượt truy cập từ đối tượng mục tiêu.

1. Những điểm nổi bật về thiết kế của trang web Sen Đá UIT

• *Cấu trúc sitemap tổ chức rõ ràng:* Trang web Sen Đá UIT có một cấu trúc sitemap tổ chức rõ ràng, giúp các công cụ tìm kiếm dễ dàng hiểu và truy cập vào các trang con cũng như nội dung chính. Sự tổ chức hợp lý này giúp cải thiện khả năng tìm kiếm và xếp hạng của trang web.



Hình 2. Sơ đồ sitemap của trang web Sen Đá UIT (sendauit.com)

• *Tối ưu hóa từ khóa và nội dung:* Trang web sử dụng từ khóa liên quan đến ngành cây cảnh, sen đá và xương rồng một cách thông minh trong tiêu đề, mô tả và nội dung chính. Điều này giúp trang web hiển thị trong các kết quả tìm kiếm khi người dùng tìm kiếm các sản phẩm cây cảnh liên quan.

• *Tối ưu hóa hình ảnh:* Sen Đá UIT sử dụng hình ảnh đẹp, có mô tả và tên tập tin chứa từ khóa. Việc nén hình ảnh giúp giảm thời gian tải trang, tăng cường trải nghiệm người dùng và cải thiện SEO.

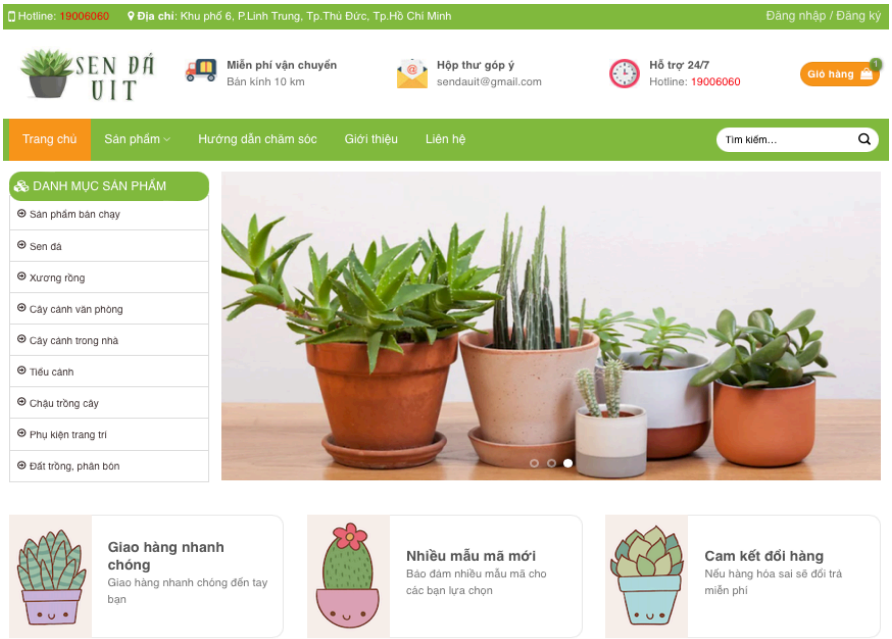
• *Liên kết nội bộ và liên kết chất lượng:* Trang web có cấu trúc liên kết nội bộ hợp lý, giúp người dùng dễ dàng điều hướng trong trang web. Đồng thời, liên kết chất lượng từ các trang web uy tín và có liên quan giúp cải thiện thứ hạng trang web trên các kết quả tìm kiếm.

• *Thân thiện với thiết bị di động:* Trang web được thiết kế thân thiện với các thiết bị di động, tạo trải nghiệm tốt cho người dùng di động và tăng cường thứ hạng trang web trên kết quả tìm kiếm di động.

2. Giới thiệu các trang chức năng của trang web Sen Đá UIT

- **Trang chủ**

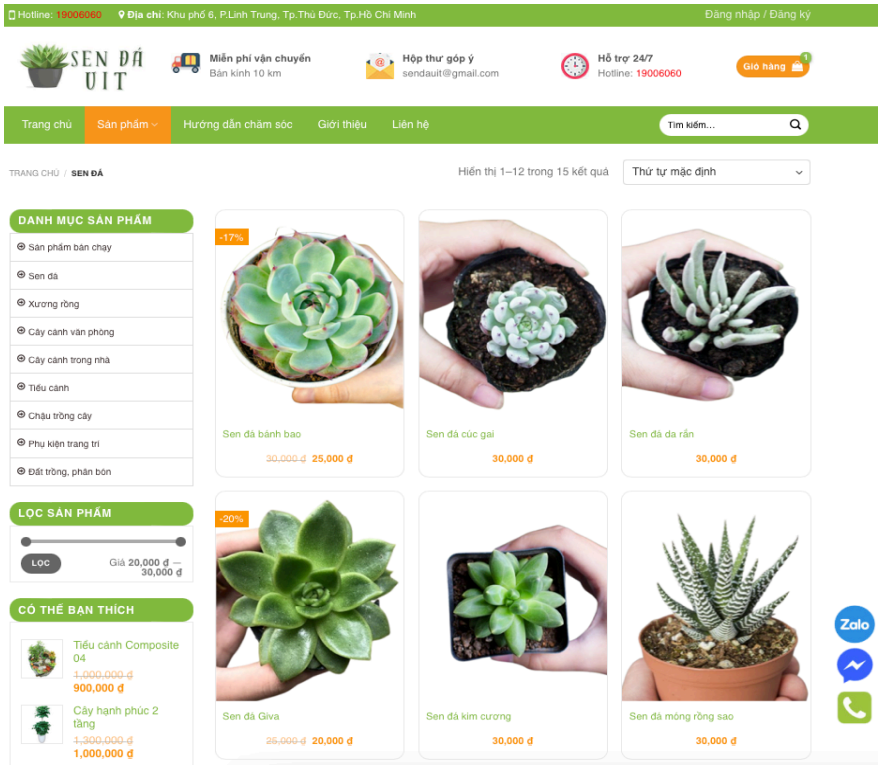
Trang này thể hiện các nội dung nổi bật như banner chào mừng, giới thiệu hình ảnh sen đá đẹp, và thông tin chính về sản phẩm. Việc tối ưu hóa từ khóa và nội dung trang chủ là quan trọng để cải thiện thứ hạng trang web trên các công cụ tìm kiếm.



Hình 3. Trang chủ web Sen Đá UIT (sendauit.com)

- **Trang danh mục sản phẩm**

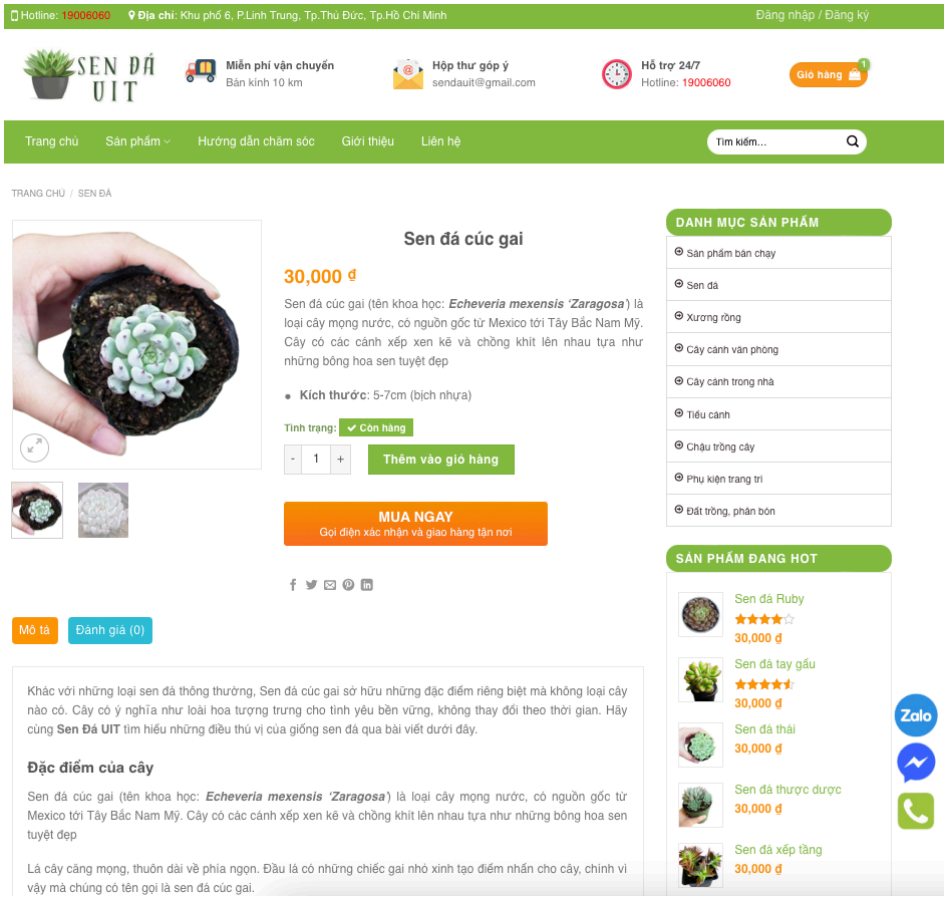
Trang này hiển thị các sản phẩm cùng loại, đi kèm với mô tả và thông tin chi tiết.



Hình 4. Trang danh mục sản phẩm

- **Trang chi tiết sản phẩm**

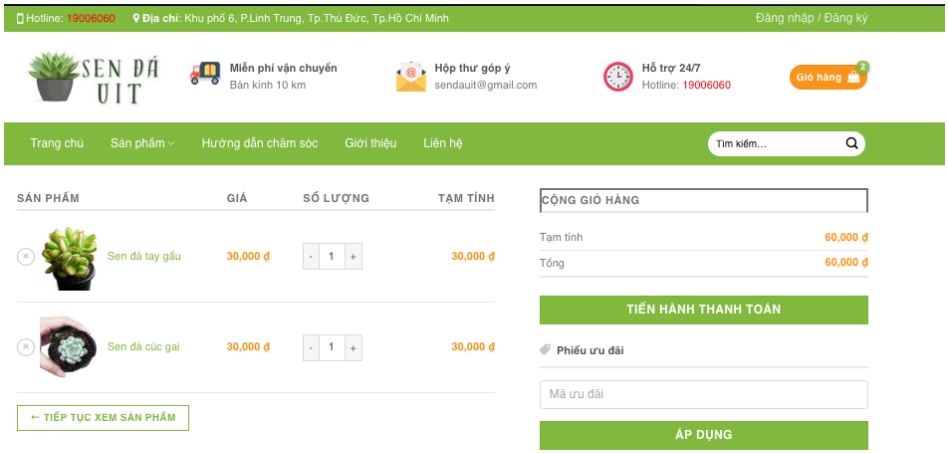
Trang này giới thiệu chi tiết về từng sản phẩm, cung cấp thông tin mua hàng và liên kết đến trang giỏ hàng.



Hình 5. Trang chi tiết sản phẩm

- **Trang giỏ hàng**

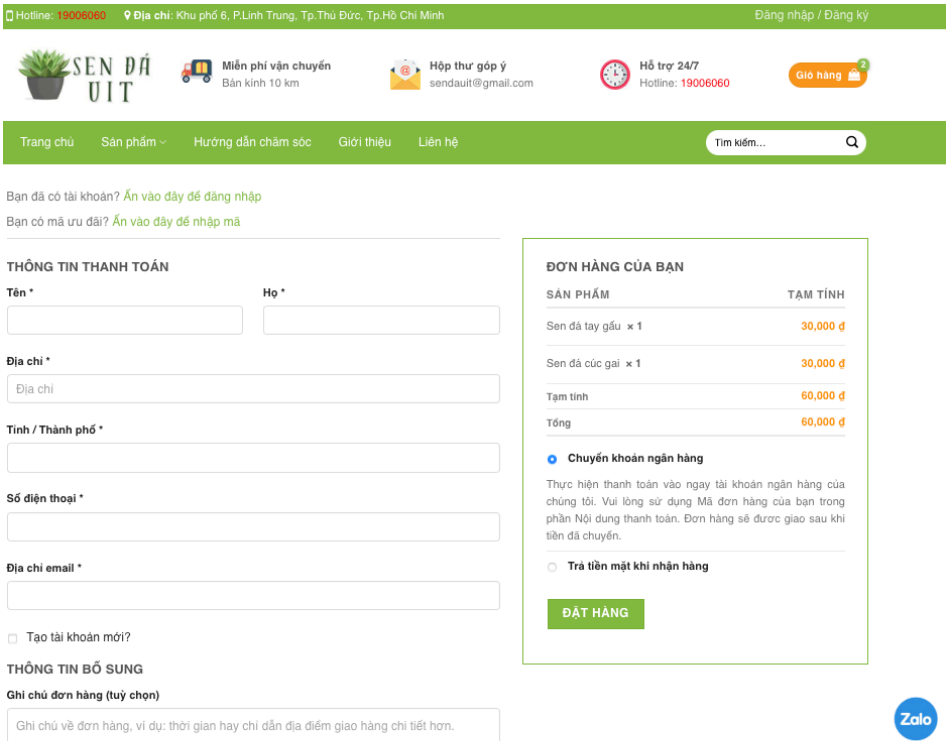
Trang này thể hiện các sản phẩm đã được thêm vào giỏ hàng của người dùng. Việc tối ưu hóa trang đảm bảo tính dễ sử dụng và thúc đẩy người dùng tiến hành thanh toán.



Hình 6. Trang giỏ hàng

- **Trang thanh toán**

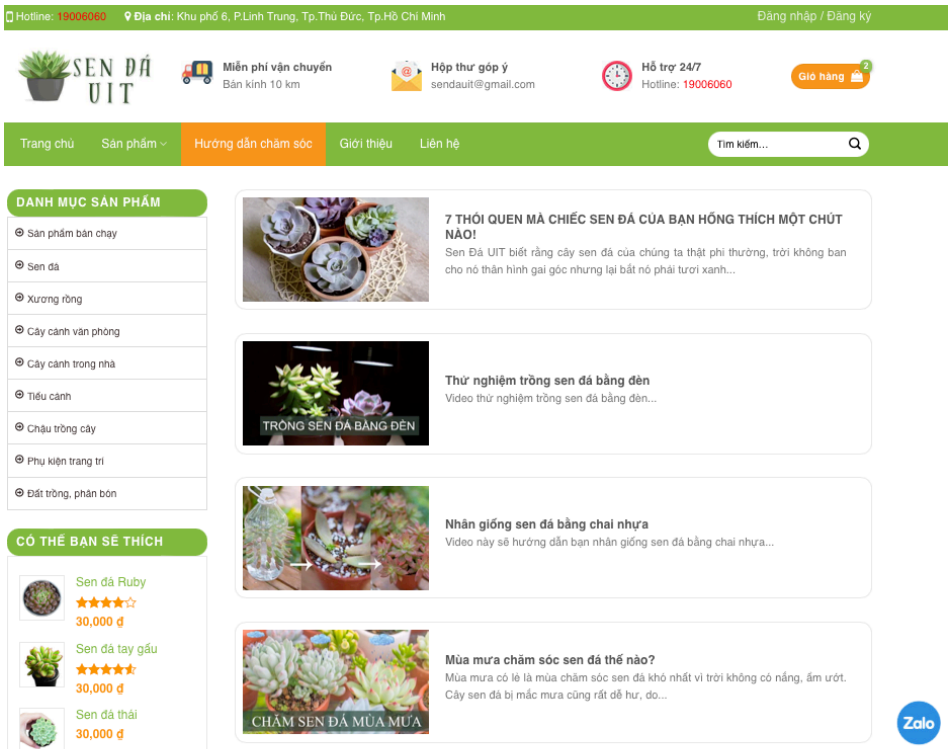
Trang này thể hiện quá trình thanh toán cho các sản phẩm trong giỏ hàng.



Hình 7. Trang thanh toán

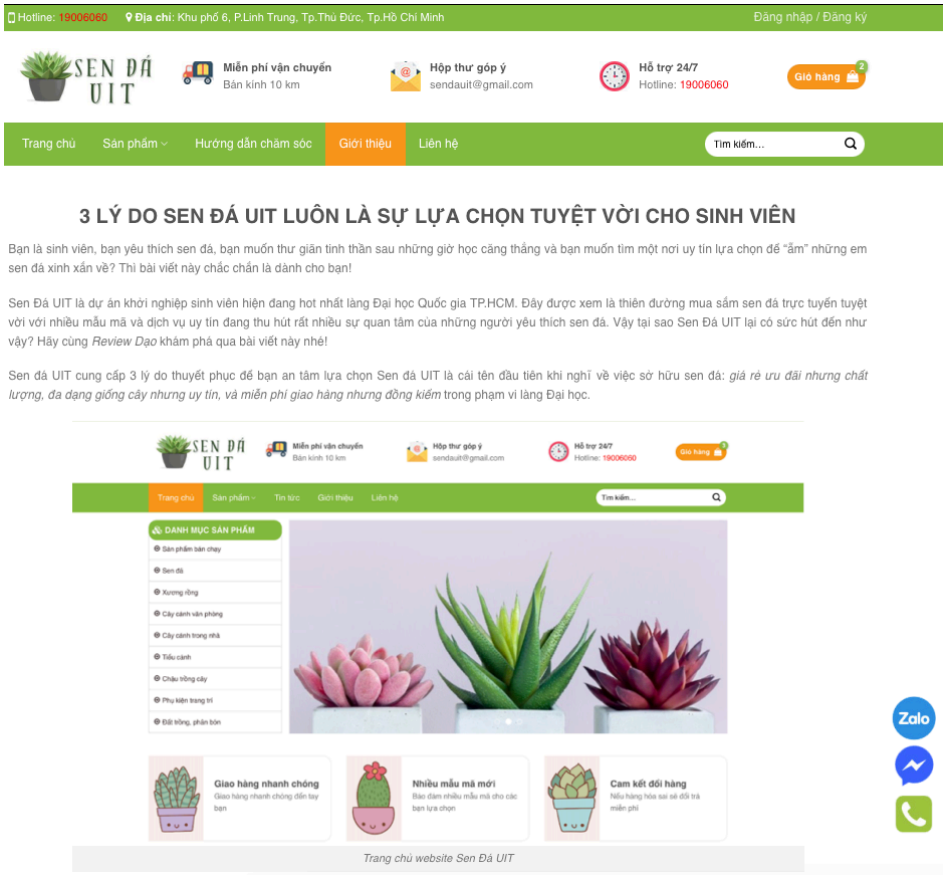
- **Trang hướng dẫn chăm sóc**

Trang này chứa các bài viết hướng dẫn chăm sóc cây cảnh và sen đá.



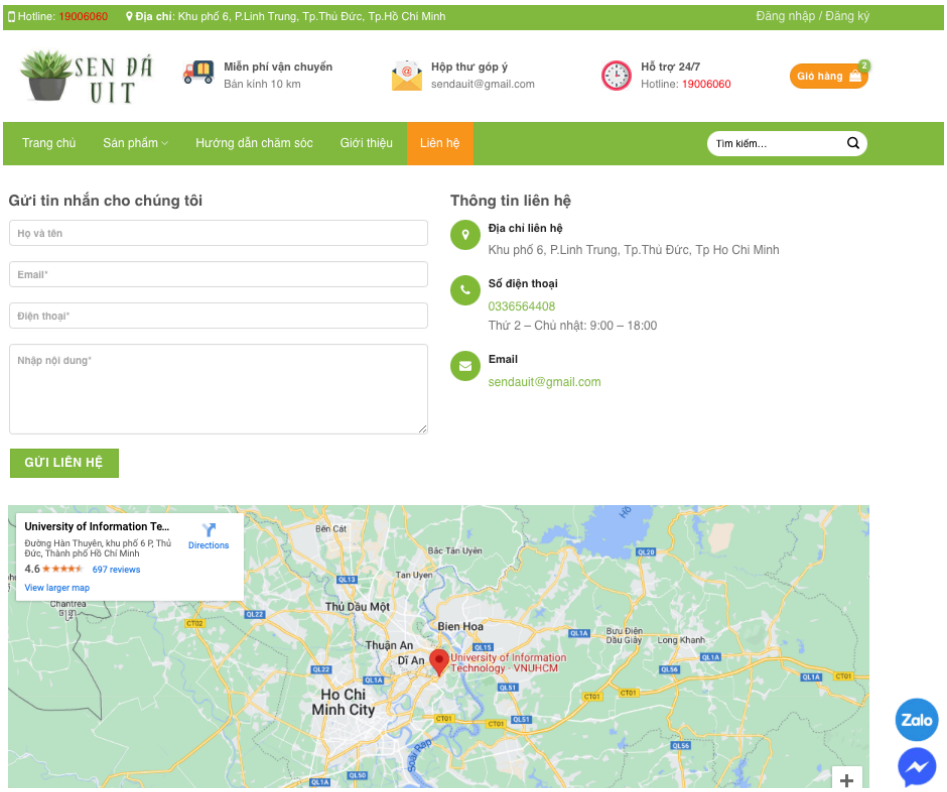
Hình 8. Trang hướng dẫn chăm sóc

- **Trang giới thiệu**



Hình 9. Trang giới thiệu

- **Trang liên hệ**



Hình 10. Trang liên hệ

Chương 2: Kế hoạch SEO

I. Nghiên cứu từ khoá (SEO keyword)

1. Kỹ thuật áp dụng

a. Đặt mình vào vị trí khách hàng

Đặt mình vào vị trí khách hàng là một phần quan trọng trong việc xác định từ khóa SEO hiệu quả. Khi chúng ta thực hiện việc này, chúng ta đang cố gắng hiểu rõ hơn về tâm trạng, nhu cầu và mong muốn của khách hàng tiềm năng khi họ tìm kiếm thông tin trên Internet. Việc này giúp chúng ta chọn và tối ưu hóa từ khóa một cách phù hợp, tạo điều kiện cho họ tìm thấy trang web của chúng ta một cách dễ dàng và hiệu quả.

Dưới đây là một số cách mà việc đặt mình vào vị trí khách hàng có ý nghĩa trong việc xác định từ khóa SEO:

- *Hiểu nhu cầu tìm kiếm:* chúng ta cần suy nghĩ về những gì mà khách hàng của chúng ta sẽ tìm kiếm khi họ muốn tìm thông tin liên quan đến sản phẩm, dịch vụ hoặc ngành của chúng ta. Điều này giúp chúng ta xác định các từ khóa mà họ có thể sử dụng trong tìm kiếm.

- *Xác định ý muốn và vấn đề:* chúng ta nên hỏi chính mình: "Khách hàng của tôi đang tìm kiếm điều gì?" hay "Họ đang gặp phải vấn đề gì mà sản phẩm hoặc dịch vụ của tôi có thể giải quyết?" Điều này giúp chúng ta tìm ra những từ khóa liên quan đến các ý muốn và vấn đề của họ.

- *Sử dụng ngôn ngữ khách hàng:* chúng ta cần sử dụng ngôn ngữ mà khách hàng sử dụng khi họ tìm kiếm. Điều này có thể bao gồm cụm từ tự nhiên, cụm từ hàng ngày, cụm từ ngữ cảnh và ngôn ngữ thân thiện với họ.

- *Hiểu biết về hành vi tìm kiếm:* chúng ta cần hiểu rõ hơn về cách mà khách hàng tiềm năng thực hiện tìm kiếm. Họ có thể sử dụng các từ khóa cụ thể hơn khi họ muốn tìm kiếm thông tin chi tiết, hoặc họ có thể sử dụng các cụm từ ngắn khi họ muốn tìm hiểu một lĩnh vực rộng hơn.

- *Kiểm tra thử nghiệm:* đặt mình vào vị trí khách hàng không chỉ là việc tưởng tượng, mà còn cần thử nghiệm thực tế. Chúng ta có thể thử tìm kiếm các từ khóa và cụm từ mà chúng ta đã chọn để xem liệu trang web của chúng ta có xuất hiện trong kết quả tìm kiếm hay không.

Tóm lại, việc đặt mình vào vị trí khách hàng giúp chúng ta xác định và tối ưu hóa từ khóa một cách chính xác hơn, đảm bảo rằng trang web của chúng ta sẽ xuất hiện trong tìm kiếm của khách hàng tiềm năng và cung cấp giá trị thực sự cho họ.

b. Phân tích từ khoá của đối thủ

Phân tích từ khóa của đối thủ là một phần quan trọng trong quá trình xác định từ khóa SEO của chúng ta. Điều này giúp chúng ta hiểu rõ hơn về cách mà đối thủ tối ưu hóa trang web của họ và sử dụng từ khóa nào để thu hút lưu lượng truy cập từ các công cụ tìm kiếm.

Dưới đây là một số lý do tại sao phân tích từ khóa của đối thủ có ý nghĩa quan trọng trong việc xác định từ khóa SEO:

- *Hiểu về thị trường:* phân tích từ khóa của đối thủ giúp chúng ta có cái nhìn tổng quan về các từ khóa chính mà các đối thủ của chúng ta đang tập trung. Điều này giúp chúng ta hiểu rõ hơn về thị trường của chúng ta, cũng như các mảng mà đối thủ đang tập trung.

- *Xác định những từ khóa có hiệu suất tốt:* khi chúng ta phân tích từ khóa của đối thủ, chúng ta có thể xác định những từ khóa mà họ đang sử dụng để thu hút lưu lượng truy cập. Điều này giúp chúng ta tìm ra những từ khóa có hiệu suất tốt và có thể sử dụng chúng trong chiến lược SEO của chúng ta.

- *Điều tra cạnh tranh:* chúng ta nên xem xét cách mà các đối thủ đang sử dụng từ khóa và cách họ tối ưu hóa nội dung. Điều này giúp chúng ta hiểu rõ hơn về môi trường cạnh tranh và tìm ra cách để đạt được lợi thế trong chiến lược SEO của mình.

- *Tìm kiếm cơ hội mới:* không chỉ có ý nghĩa trong việc hiểu về từ khóa mà đối thủ đang sử dụng, phân tích từ khóa của đối thủ còn giúp chúng ta tìm ra các cơ hội mới. Chúng ta có thể tìm những từ khóa mà đối thủ chưa tập trung hoặc thiếu nội dung, và tận dụng cơ hội này để thu hút lưu lượng truy cập.

- *Hiểu về chiến lược nội dung:* xem xét nội dung mà đối thủ đang tạo ra cho từng từ khóa có thể giúp chúng ta hiểu cách họ tối ưu hóa trang web và cung cấp giá trị cho người dùng. Điều này có thể cung cấp hướng dẫn cho chúng ta khi chúng ta xây dựng nội dung tương tự.

- *So sánh với chiến lược của chúng ta:* phân tích từ khóa của đối thủ giúp so sánh với chiến lược của chúng ta. Có thể xem xét những từ khóa đang tập trung và so sánh với từ khóa của đối thủ để xem liệu chúng ta có cơ hội cạnh tranh và tối ưu hóa tốt hơn.

Tóm lại, phân tích từ khóa của đối thủ là một phần quan trọng của quá trình xác định từ khóa SEO. Nó giúp chúng ta hiểu rõ hơn về cách mà người khác trong ngành sử dụng từ khóa và tối ưu hóa trang web của họ, từ đó cung cấp thông tin quan trọng cho chiến lược SEO.

c. Áp dụng công thức KBATL

Hình 11. Công thức KBATL giúp xác định và chọn từ khóa SEO

Công thức KBATL (Keyword, Brand, Adjective, Target Audience, and Local) là một phương pháp giúp xác định và chọn từ khóa SEO hiệu quả. Áp dụng công thức KBATL có ý nghĩa quan trọng trong việc xác định từ khóa SEO vì nó tập trung vào các yếu tố quan trọng mà chúng ta cần xem xét để tạo ra một danh sách từ khóa rộng rãi và chiến lược SEO toàn diện.

Dưới đây là ý nghĩa của mỗi yếu tố trong công thức KBATL:

- *Keywords (Từ khóa):* xác định các từ khóa chính liên quan đến nội dung, sản phẩm hoặc dịch vụ mà chúng ta cung cấp. Xem xét cả từ khóa ngắn và từ khóa dài hơn (cụm từ) mà người dùng có thể sử dụng khi tìm kiếm.
- *Branding (Thương hiệu):* đảm bảo rằng danh sách từ khóa của chúng ta bao gồm cả các từ khóa liên quan đến thương hiệu hoặc tên doanh nghiệp của chúng ta. Tối ưu hóa trang web để thương hiệu của chúng ta xuất hiện trong kết quả tìm kiếm và tạo sự nhận thức về thương hiệu.
- *Adjective (Tính chất):* sử dụng các tính chất, ví dụ "cao cấp, chính hãng, giá rẻ, tốt nhất, bền, đẳng cấp", ... là những cụm từ mà người dùng thị hiếu tìm kiếm.
- *Target Audience (Khách hàng mục tiêu):* hiểu rõ khánh hàng mục tiêu của chúng ta và cách họ thường tìm kiếm thông tin. Suy nghĩ về ngôn ngữ và cụm từ mà họ sử dụng khi tìm kiếm. Xem xét cả ngôn ngữ hàng ngày và ngôn ngữ chuyên ngành.
- *Local (Vị trí):* Nếu doanh nghiệp của chúng ta phụ thuộc vào vị trí địa lý, hãy xem xét từ khóa liên quan đến vị trí và khu vực cụ thể. Sử dụng cụm từ như "gần tôi", "ở gần", hoặc "tại địa điểm" nếu có thể.

Áp dụng công thức KBATL giúp chúng ta xác định từ khóa SEO một cách tổng thể và chi tiết, đảm bảo rằng chúng ta không bỏ sót các khía cạnh quan trọng. Việc kết hợp các yếu tố này sẽ giúp chúng ta xây dựng một danh sách từ khóa đa dạng và tối ưu hóa trang web của chúng ta để hướng tới nhiều phạm vi tìm kiếm khác nhau.

2. Quy trình phân tích từ khoá phù hợp

Quy trình 5 bước để xác định từ khóa phù hợp nhất cho từng trang:

- *Bước 1: Xác định chủ đề* - Xác định cụm từ quan trọng nhất của nội dung bài viết.

- *Bước 2: Phân tích và khai phá* - Sử dụng công cụ phân tích từ khóa để tìm danh sách các cụm từ cùng nghĩa.

- *Bước 3: Phân tích cạnh tranh* - Đánh giá và so sánh trữ lượng hiển thị trong tìm kiếm của các cụm từ, phân tích cạnh tranh.

- *Bước 4: Lập danh sách từ khóa* - Chiến lược lựa chọn cụm từ khóa quan trọng nhất và danh sách các cụm từ khóa bổ trợ.

- *Bước 5:* Phân bổ và đặt từ khóa trên trang.

3. Các công cụ hỗ trợ phân tích từ khoá

3.1. Công cụ hỗ trợ "đánh cắp" từ khoá của đối thủ

a. Keyword Density Checker – SEO Review Tools

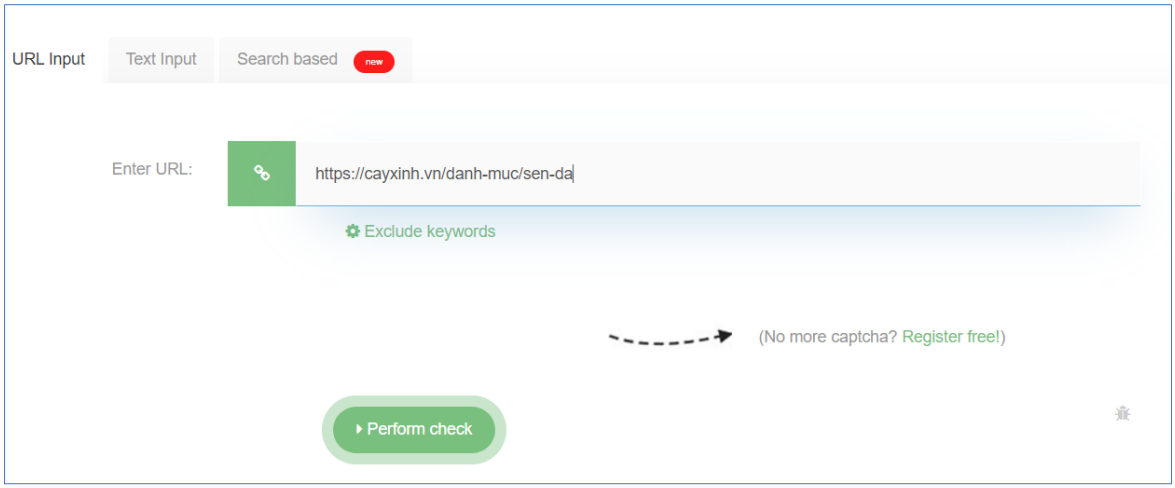
- Liên kết: https://www.seoreviewtools.com/keyword-density-checker/

- Nếu muốn "tận dụng" từ khóa mà đối thủ cạnh tranh đã tìm kiếm trước đó thì có rất nhiều công cụ được tạo ra chỉ với mục đích này. Một công cụ đơn giản và miễn phí là Keyword Density Checker.

- Nếu nhập địa chỉ trang web cụ thể vào công cụ này, chỉ sau vài giây nó sẽ lấy ra danh sách các từ khóa mà nhà phát triển trang web đó đã tối ưu hóa trong trang của họ. Có thể sử dụng danh sách này để mở rộng danh sách từ khóa của mình.

- Các chức năng chính của Keyword Density Checker:

+ *Nhận diện từ khóa chính:* chúng ta cần xác định đối thủ cạnh tranh của mình (ví dụ: https://cayxinh.vn). Keyword Density Checker sẽ giúp chúng ta tìm ra những từ khóa chính mà họ đang sử dụng để tối ưu hóa nội dung trang web của mình.



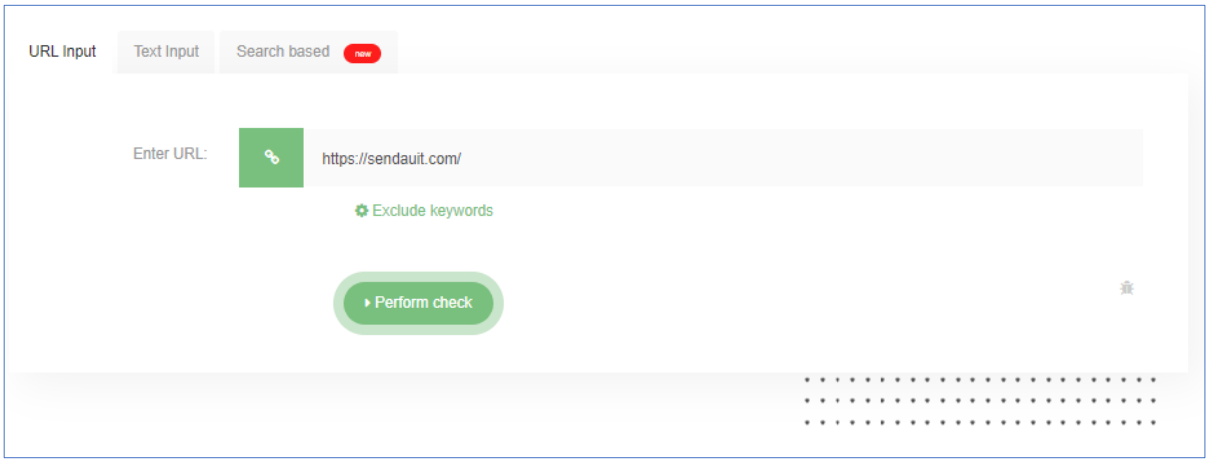
Hình 12. Cung cấp website domain đối thủ để phân tích từ khoá

+ *Phân tích mật độ từ khóa:* sau khi nhập domain đối thủ, công cụ sẽ phân tích mật độ từ khóa trên trang web của họ. Chúng ta sẽ biết được các từ khóa quan trọng mà họ tập trung sử dụng.

Result	Keyword	Frequency	Density	Keyword options
1	sen Đá	85	2.23%	KW options
2	cây cảnh	31	0.81%	KW options
3	hình ảnh	20	0.52%	KW options
4	ả sen	19	0.50%	KW options
5	chậu gốm	18	0.47%	KW options
6	có thể	18	0.47%	KW options
7	chăm sóc	17	0.45%	KW options
8	loài cây	16	0.42%	KW options
9	chậu cây	13	0.34%	KW options
10	phong thủy	12	0.31%	KW options

Hình 13. Kết quả phân tích mật độ từ khoá của trang cayxinh.vn

+ *So sánh với nội dung của chúng ta*: tiếp theo, nhập nội dung của chúng ta (https://sendauit.com) vào công cụ để so sánh mật độ từ khóa của chúng ta với đối thủ. Chúng ta sẽ biết được các từ khóa chúng ta đang thiếu hoặc chưa tối ưu hóa đúng cách.



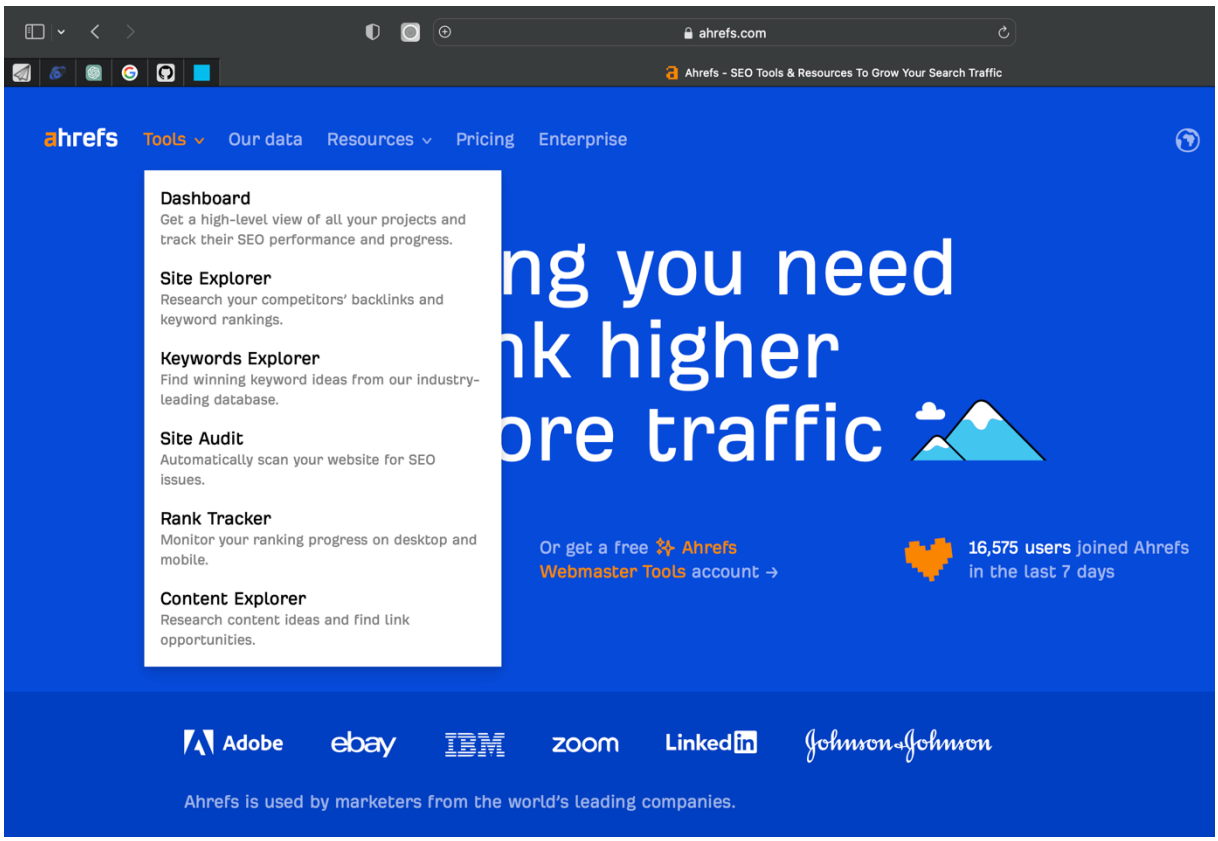
Hình 14. Nhập domain sendauit.com để công cụ kiểm tra

Result	Keyword	Frequency	Density	Keyword options
1	sen đá	42	3.94%	KW options
2	đ sen	19	1.78%	KW options
3	xương rồng	18	1.69%	KW options
4	tiểu cảnh	18	1.69%	KW options
5	đ đ	17	1.60%	KW options
6	cây cảnh	17	1.60%	KW options
7	chăm sóc	11	1.03%	KW options
8	gốm sứ	10	0.94%	KW options
9	cảnh gốm	10	0.94%	KW options
10	sứ đ	10	0.94%	KW options

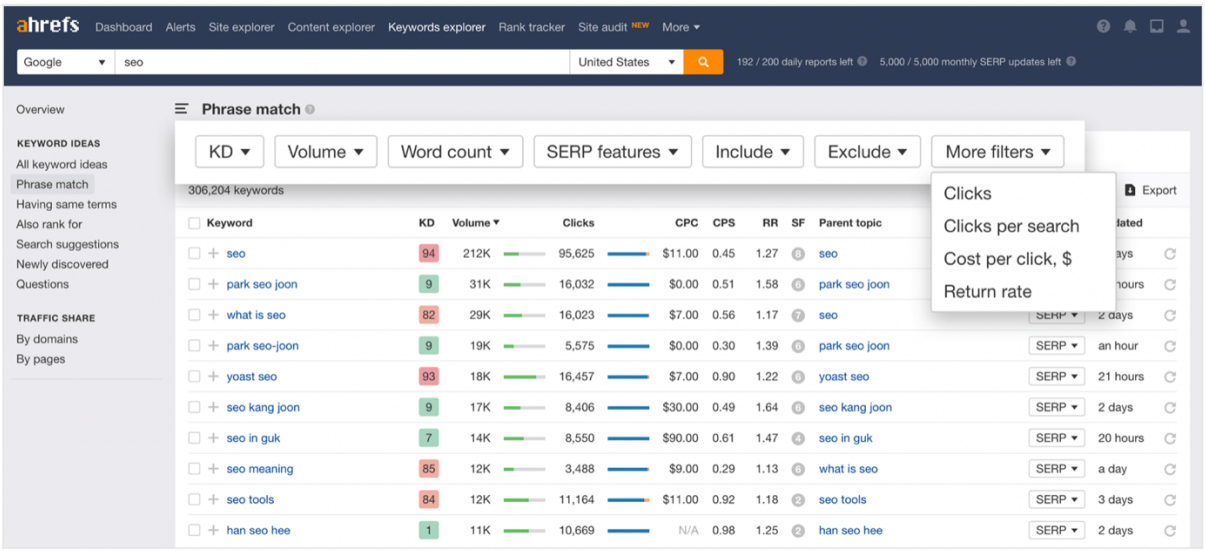
Hình 15. Kết quả phân tích mật độ từ khoá của trang sendauit.com

❖ b. Ahrefs – Competitor Research Tools & Backlinks Checker

- Liên kết: https://ahrefs.com



Hình 16. Trang chủ của công cụ Ahrefs.com



Hình 17. Minh hoạ từ khoá "SEO" bằng công cụ Ahrefs.

- Trong khi Keyword Density Checker là một công cụ tuyệt vời và đơn giản để xem các từ khóa mà đối thủ đã tối ưu hóa, một công cụ mạnh mẽ khác là Keywords Explorer của Ahrefs.

- Công cụ này ước tính các từ khóa đang gửi lượng truy cập lớn nhất đến trang web của đối thủ. Ước tính này khá chính xác và có thể là một nguồn tài nguyên quý giá để mở rộng danh sách từ khóa.

- Mặc dù báo cáo Ahrefs rất tốt nhưng có tính phí. Hóa đơn hàng tháng bắt đầu từ 99 đôla mỗi tháng.

- Các chức năng chính của Ahrefs.com:

+ *Tìm đối thủ cạnh tranh:* để bắt đầu, nhập tên của đối thủ cạnh tranh vào Ahrefs. Công cụ này sẽ hiển thị cho chúng ta thông tin về trang web của họ và các từ khóa họ đang sử dụng.

+ *Phân tích từ khóa đối thủ:* Ahrefs sẽ cung cấp danh sách các từ khóa mà đối thủ của chúng ta đang xếp hạng trên các công cụ tìm kiếm.

+ *So sánh với từ khóa của chúng ta:* chúng ta cũng có thể nhập các từ khóa mà Sen Đá UIT (sendauit.com) đang sử dụng vào Ahrefs để so sánh với từ khóa của đối thủ. Điều này giúp chúng ta biết đang thiếu những từ khóa quan trọng nào.

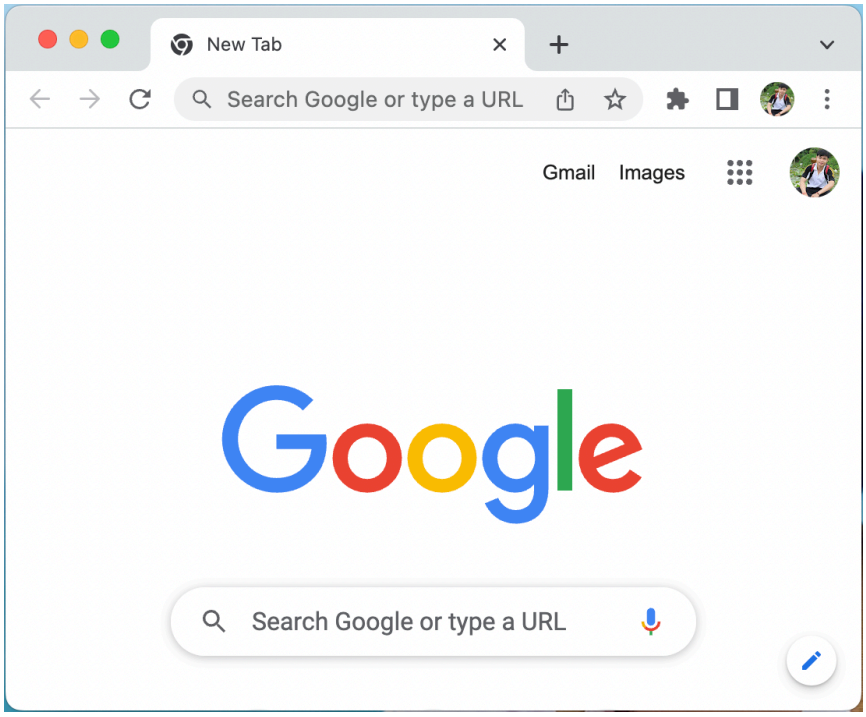
+ *Kiểm tra backlinks đối thủ:* ngoài việc nghiên cứu từ khóa, Ahrefs cũng cho phép kiểm tra backlinks của đối thủ. Điều này giúp tìm hiểu các nguồn liên kết quan trọng mà họ đang sử dụng.

3.2. Công cụ hỗ trợ phân tích và xây dựng từ khoá

a. Google Search

a.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 18. Trang chủ tìm kiếm của Google (https://www.google.com).

a.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.

a.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 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.

a.4. Các tính năng tìm kiếm

a.4.1. 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.

a.4.2. 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.

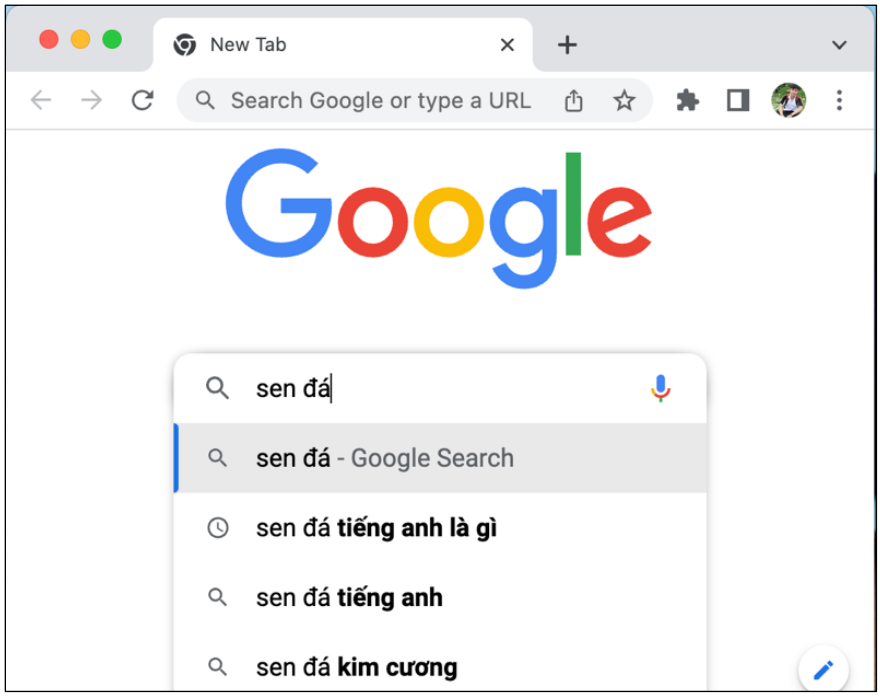
- *People Also Ask*: là một phần trong kết quả tìm kiếm hiển thị các câu hỏi phổ biến liên quan đến từ khóa mà người dùng đã tìm kiếm. Nó cung cấp thông tin về những gì người dùng quan tâm và có thể cung cấp những từ khóa phụ trợ.

- *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.

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

a.5.1. Google Autocomplete

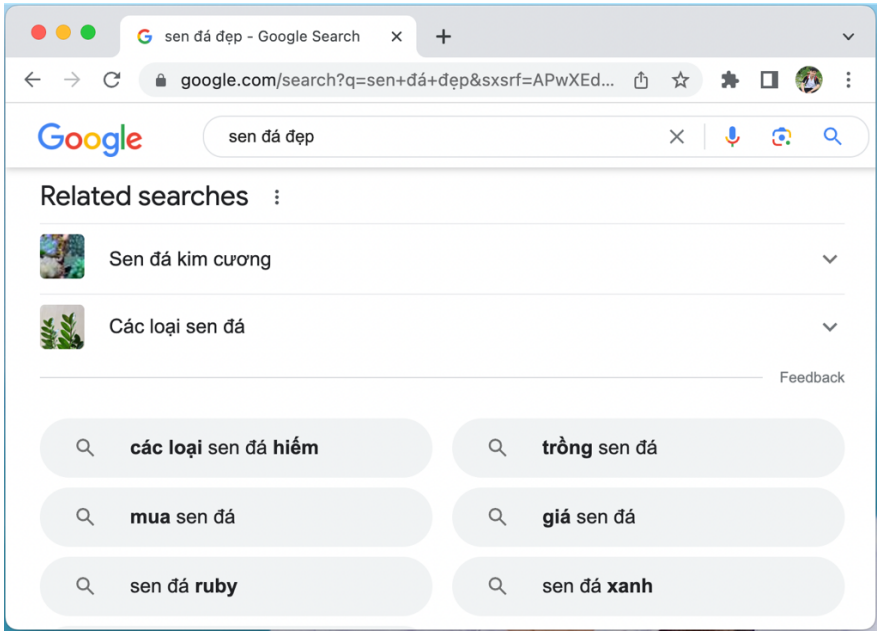
- Khi nhập từ khóa vào ô tìm kiếm, Google tự động đề xuất các từ khóa liên quan trong danh sách thả xuống. Xem qua các đề xuất để tìm hiểu về từ khóa phổ biến và có liên quan.



Hình 19. Tính năng Google Autocomplete

a.5.2. 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.



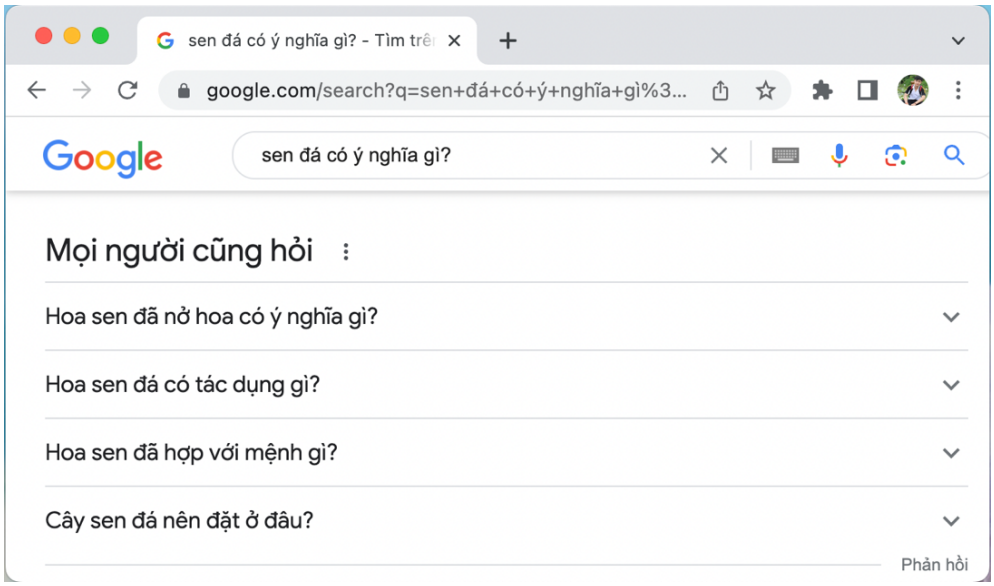
Hình 20. Tính năng Related Searches

a.5.3. 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.

- Nhấp vào câu hỏi để mở rộng và xem câu trả lời, hoặc nhấp vào mũi tên "Thêm câu hỏi" để xem thêm câu hỏi liên quan.



Hình 21. Tính năng People Also Ask

a.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.

a.7. Ưu điểm và nhược điểm

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

a.7.1. 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.

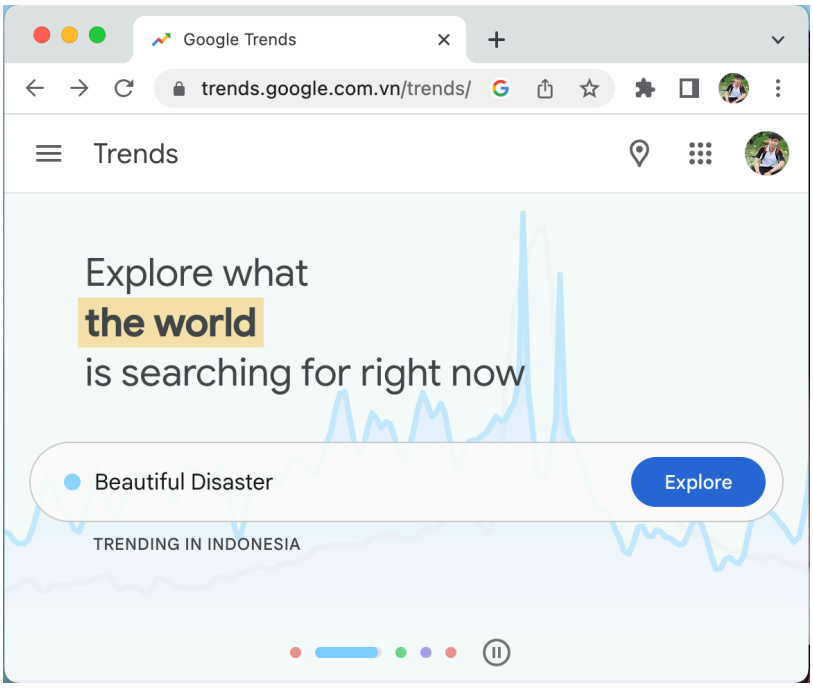
a.7.2. Nhược điểm

- *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.

b. Google Trends



Hình 22. Trang chủ Google Trends

b.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.

b.2. Các đặc trưng

- *Thời gian*: Google Trends cho phép xem xu hướng tìm kiếm theo thời gian, xác định 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 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 bổ 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.

b.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, 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.

b.4. Các tính năng về xác định từ khoá

- *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 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 khoá liên quan.

- *Tìm kiếm theo danh mục*: có thể khám phá xu hướng tìm kiếm theo danh mục như nghệ sĩ âm nhạc, nhãn hiệu, phim ảnh, chính trị, thể thao, công nghệ, … để giúp tìm hiểu sự phát triển xu hướng tìm kiếm của các từ khoá 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 lịch sử từ khóa yêu thích, cho phép xem các truy vấn tìm kiếm trước đó, theo dõi xu hướng của chúng theo thời gian.

- *Cung cấp đề xuất tìm kiếm cá nhân*: Google Trends 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.

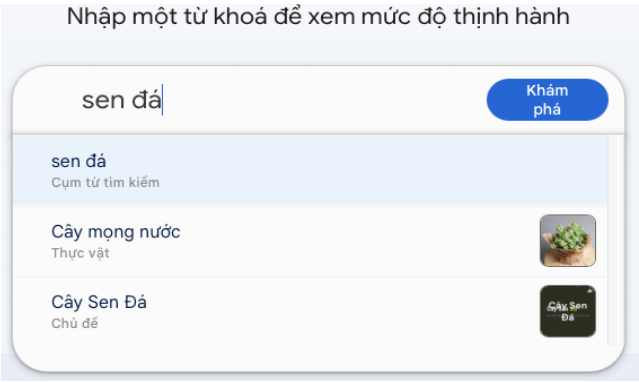
- *Chia sẻ và hợp tác*: có thể chia sẻ các xu hướng và dữ liệu từ Google Trends với người khác và làm việc cùng nhau trên các dự án nghiên cứu hoặc phân tích.

b.5. Cách sử dụng

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

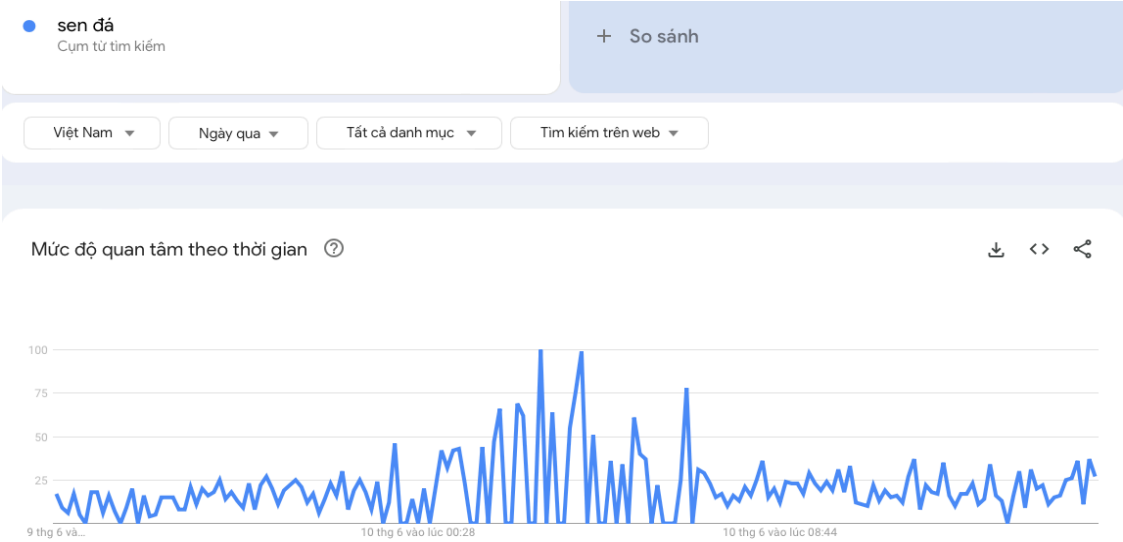
- Trang web sẽ hiển thị các từ khóa phổ biến và xu hướng tìm kiếm gần đây. Có thể xem trực quan các biểu đồ và số liệu liên quan đến xu hướng tìm kiếm.

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

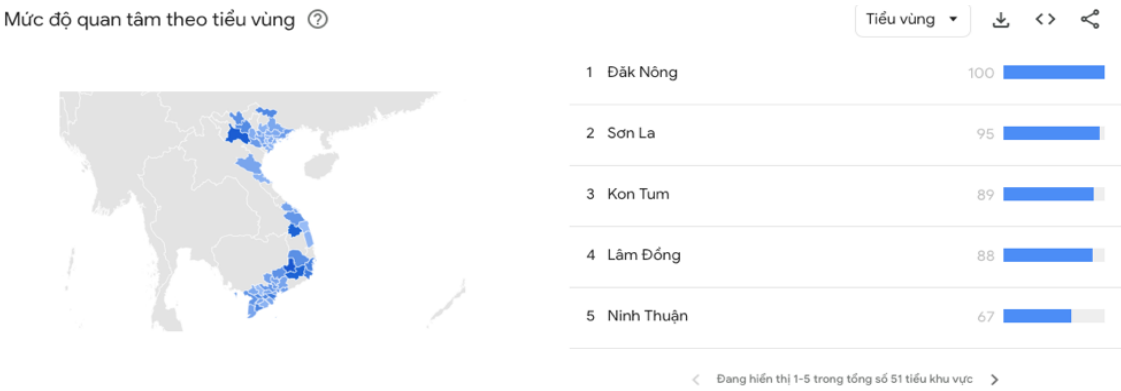


Hình 23. Ví dụ về tìm kiếm xu hướng của từ khoá "sen đá"

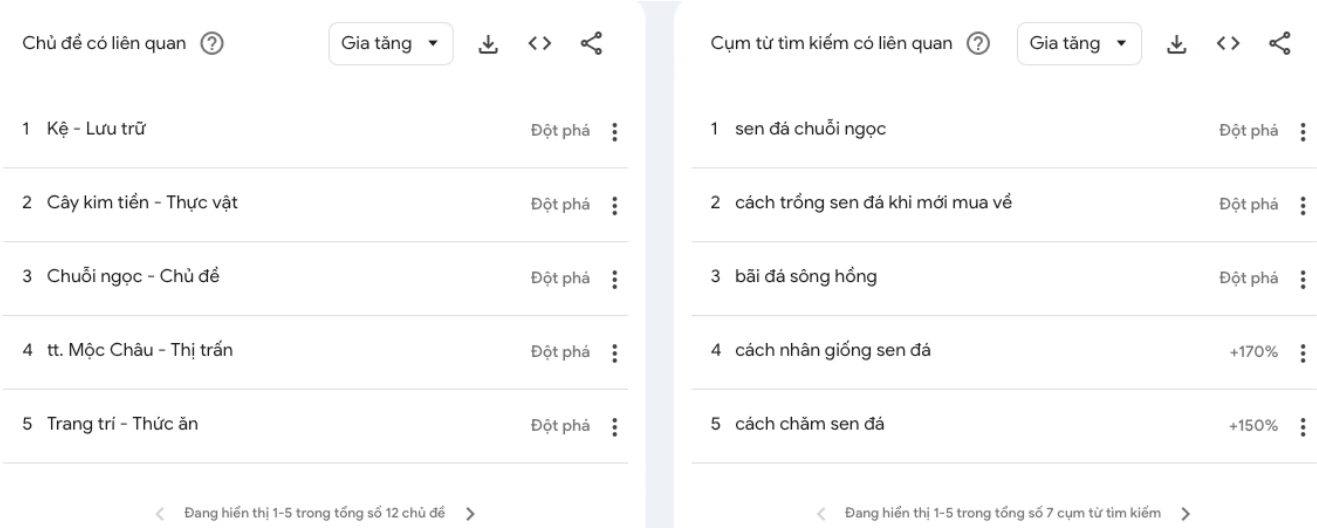
- Kết quả sẽ hiển thị các thông tin liên quan đến từ khóa đó, bao gồm xu hướng tìm kiếm theo thời gian, vị trí địa lý, các truy vấn liên quan và tin tức liên quan.



Hình 24. Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khoá "sen đá" theo thời gian ở Việt Nam.



Hình 25. Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khoá "sen đá" theo tiểu vùng ở Việt Nam.



Hình 26. 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.

b.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.

b.7. Ưu điểm và nhược điểm

b.7.1. 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.7.2. 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 quyết định kinh doanh.

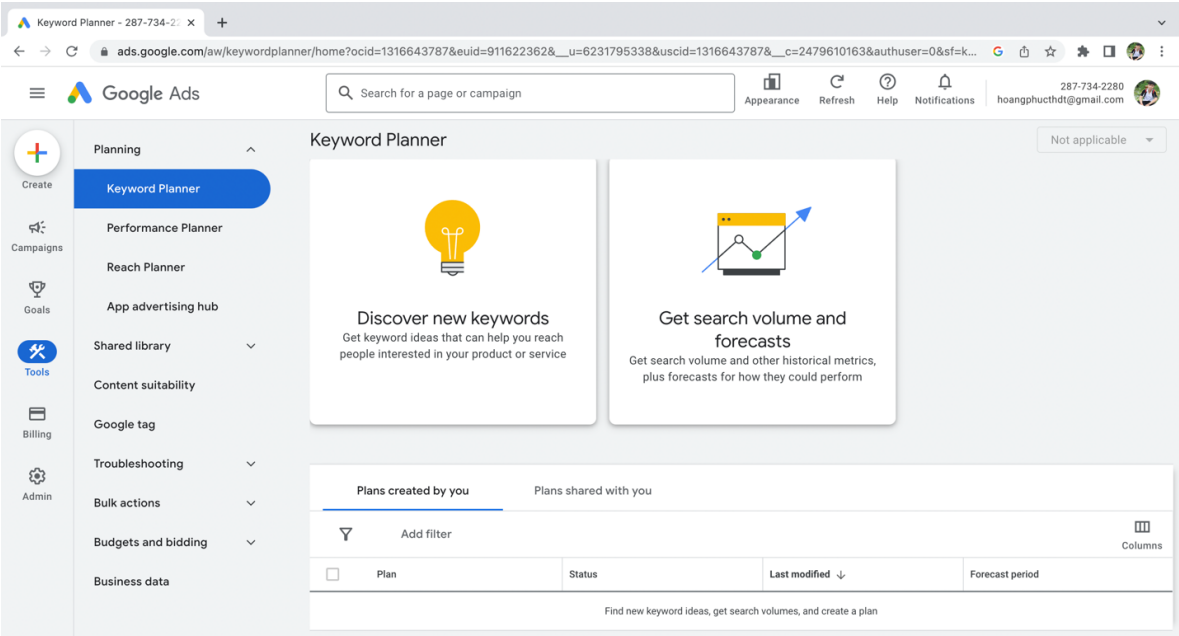
- *Hạn chế từ khóa*: Google Trends hạn chế số lượng từ khóa có thể so sánh trong mỗi tìm kiếm và không cho phép xem dữ liệu chi tiết như lượt tìm kiếm chính xác.

- *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, Yahoo. Điều này có thể làm hạn chế khả năng đánh giá toàn diện về xu hướng tìm kiếm trên Internet.

c. Google Keyword Planner

c.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 27. Giao diện công cụ Google Keyword Planner.

c.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, giá trị ước tính cho từ khóa cụ thể.

- Năm 2018: Công cụ được cải tiến để cung cấp “đề 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.

c.3. Các tính năng về xác định từ khoá

- *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.

- *Đề xuất từ khóa*: Google Keyword Planner cung cấp một danh sách các từ khóa liên quan và đề 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 đề 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, tạo các nhóm quảng cáo để tìm hiểu ngân sách, mức độ cạnh tranh, dự đoán hiệu quả quảng cáo.

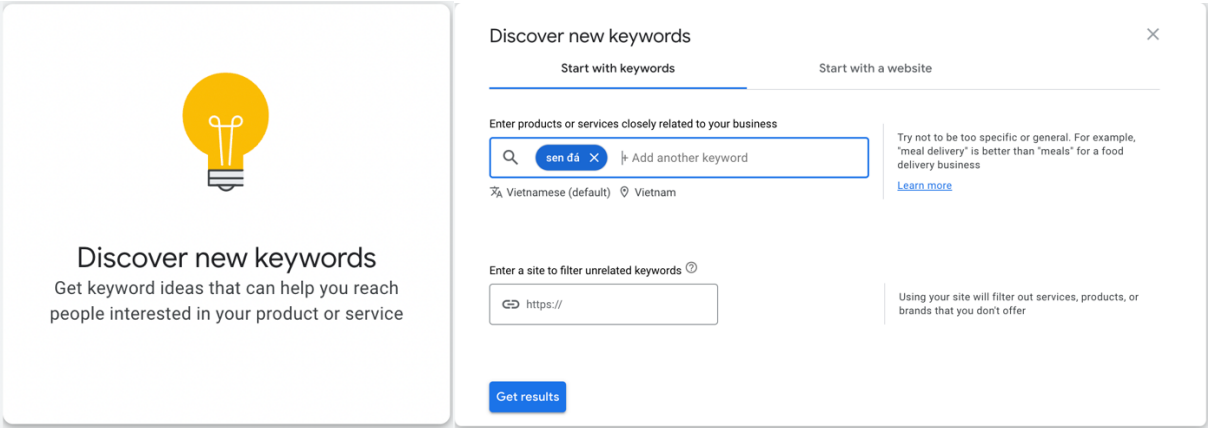
c.4. Cách sử dụng các tính năng

Truy cập Google Keyword Planner thông qua Google Ads

- Truy cập Google Ads (https://ads.google.com), đăng nhập 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 khoá (Keyword Planner).*
- Chọn nút *Go to Keyword Planner* để chuyển đến trang công cụ.

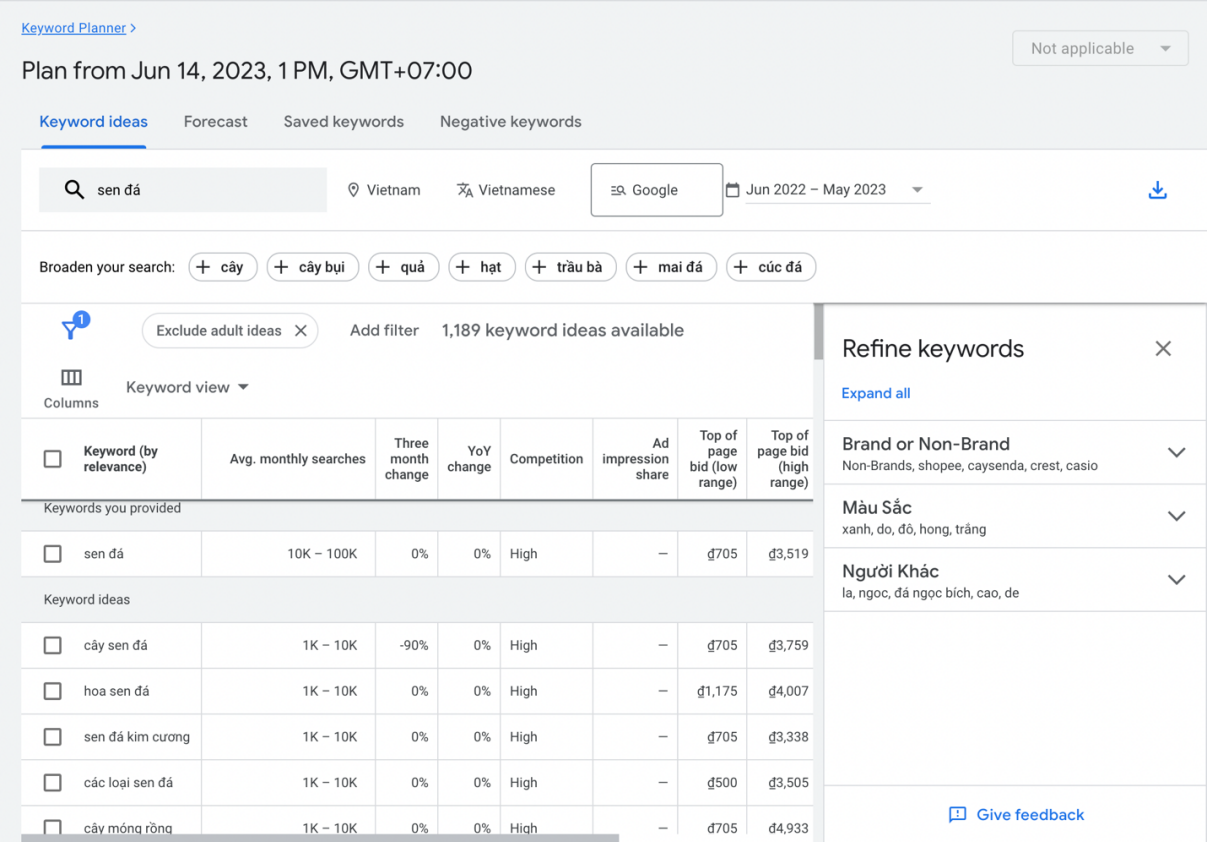
Sử dụng tính năng Discover new keyword

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



Hình 28. Tính năng Discover new keyword.

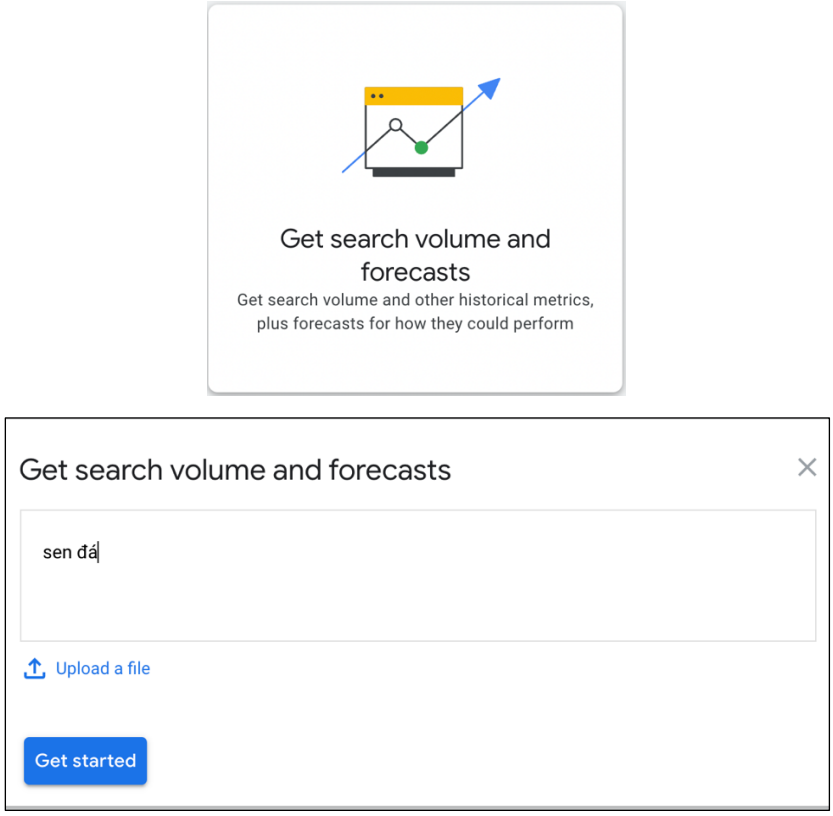
- Trong giao diện kết quả từ khoá có thể khám phá:
  + Thiết lập vị trí, ngôn ngữ, thời gian ưu tiên để xem dữ liệu từ khóa dựa trên khu vực cụ thể, ngôn ngữ mục tiêu và trong khoảng thời gian nghiên cứu.
  + Xem kết quả từ khóa: Keyword Planner sẽ hiển thị danh sách các từ khóa liên quan và lý tưởng 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.



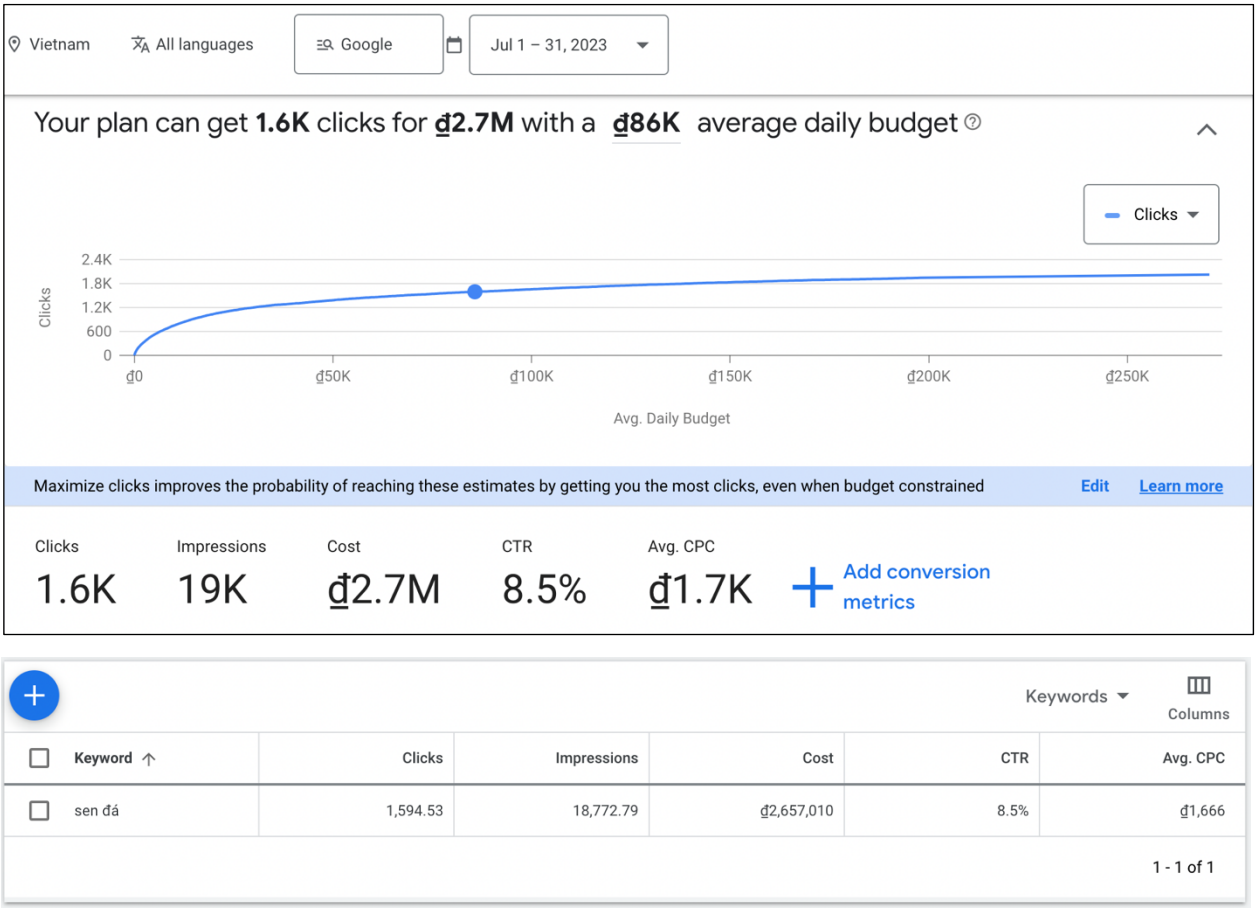
Hình 29. Giao diện phân tích kết quả tìm kiếm từ khoá "sen đá".

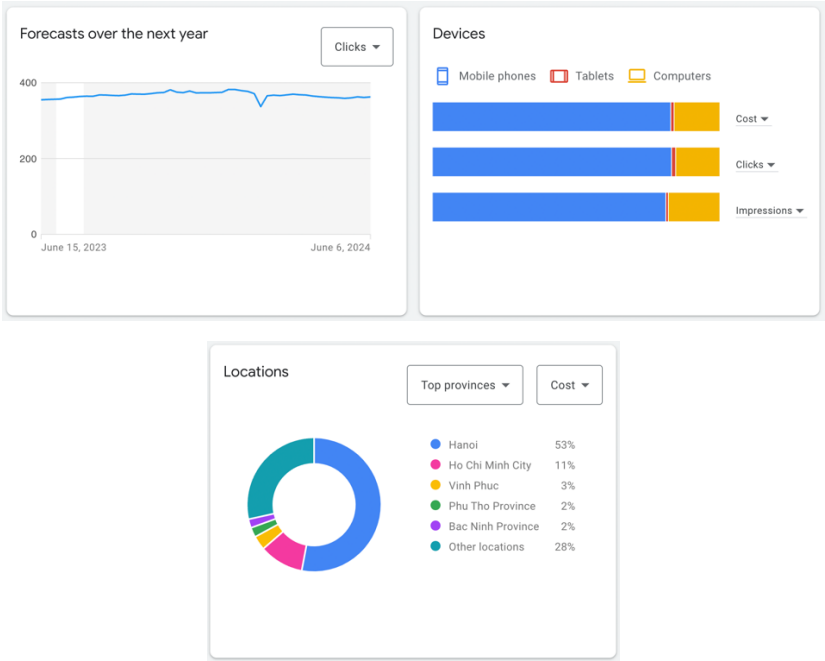
Sử dụng tính năng Get search volume and forecasts

- 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.



Hình 30. Tính năng Get search volume and forecasts.





Hình 31. Giao diện phân tích kết quả phân tích xu hướng từ khoá "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.

c.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 ngân sách, cách thiết lập và quản lý chiến dịch quảng cáo.

c.6. Ưu điểm và nhược điểm

c.6.1. 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.

c.6.2. 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.

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

Bảng: 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

	Google Search	Google Keyword Planner	Google Trends
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, vị trí địa lý, giúp đánh giá xu hướng, 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.

4. Tiến hành xây dựng và phân tích danh sách từ khoá mục tiêu

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

- **Từ khoá thương hiệu**:

Là từ khóa mang tên thương hiệu của doanh nghiệp, cung cấp các thông tin về doanh nghiệp đến khách hàng. Đây là loại từ khóa có chỉ số hiệu quả cao, dễ đẩy top, nên làm cho tất cả các chiến dịch SEO.

Các từ khoá thương hiệu xác định cho trang web Sen Đá UIT bao gồm:

- 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**:

Là từ khóa cung các thông tin hữu ích về sản phẩm, dịch vụ đến khách hàng. Đây là loại từ khóa được khách hàng tìm kiếm nhiều nhất (nhưng quyết định mua hàng thấp).

Các từ khoá thông tin xác định cho trang web Sen Đá UIT bao gồm:

- 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
- các loại/giống sen đá hiếm
- sen đá trồng 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**:

Là loại từ khóa miêu tả chính xác những thông tin khách hàng cần tìm. Khách hàng khi tìm kiếm từ khóa thương mại thì có nhu cầu mua hàng rất cao. Từ khóa này có độ khó trung bình, mang tính chất thương mại cao, cần làm cho tất cả các chiến dịch SEO.

Các từ khoá thương mại xác định cho trang web Sen Đá UIT bao gồm:

- 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

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

4.2.1. Tổng quan

Trong phần này, nhóm 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 năng 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 đề 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 Keywword Planner là từ tháng 5/2022 đến tháng 5/2023.

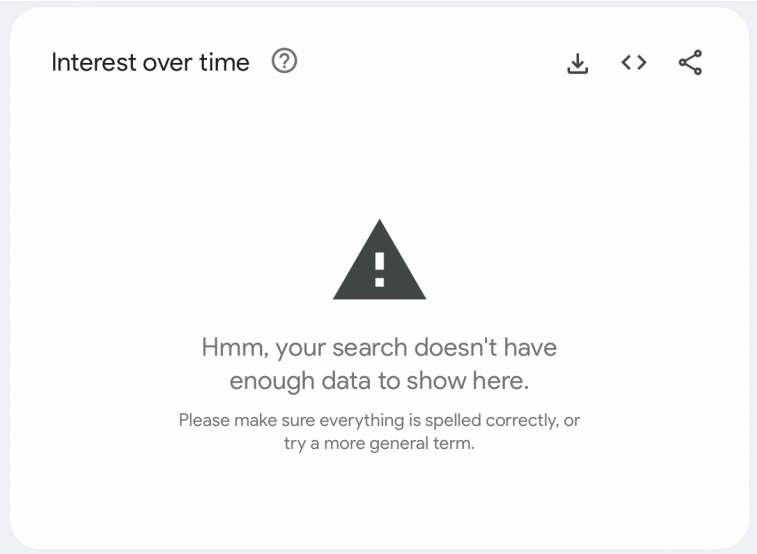
- Mỗi số liệu tìm kiếm giữa các "/" là tương ứng với các cụm từ khoá.

- 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.

4.2.2.Tiến hành phân tích từ khoá

- **Từ khoá thương 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 32. Không có thông tin thể hiện mức độ phổ biến và xu hướng tìm kiếm trên GG Trends.

sen đá UIT, sen đá UIT - Tinh tuý từ đất trời, Sen đá sinh viên IT, sen đá công nghệ thông tin, sen đá CNTT | Vietnam | Vietnamese | Google | May 2022 – May 2023

Use different keywords for more results Edit

Broaden your search: + công nghệ thông tin + sen đá + cntt + cây bụi + cây + nghề làm vườn + cây trồng

Exclude adult ideas × Add filter 5 keyword ideas available

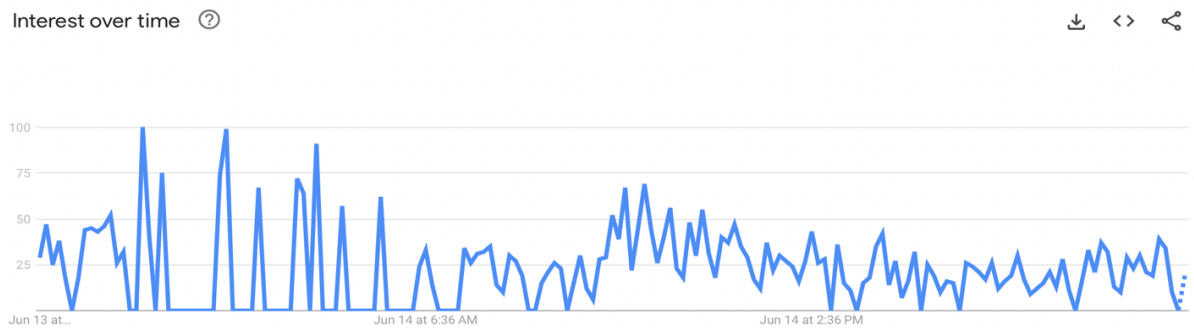
Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided							
sen đá uit	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá uit tinh tuý từ đất trời	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá sinh viên it	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá công nghệ thông tin	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá cntt	0 – 10	–	–	–	–	–	–

Hình 33. Không có thông tin dữ liệu phân tích trên GG Keyword Planner.

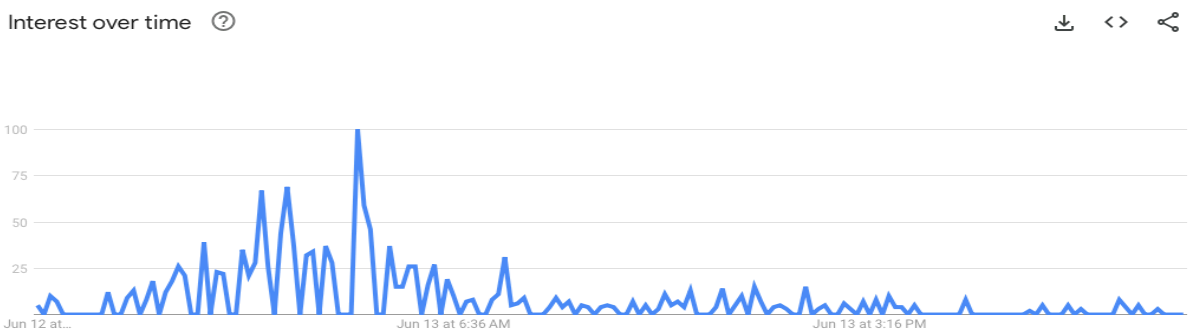
Kết luận:

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 ghi nhận được xu hướng tìm kiếm trên GG Trends và số liệu phân tích trên GG Keyword Planner cũng không có thông tin.

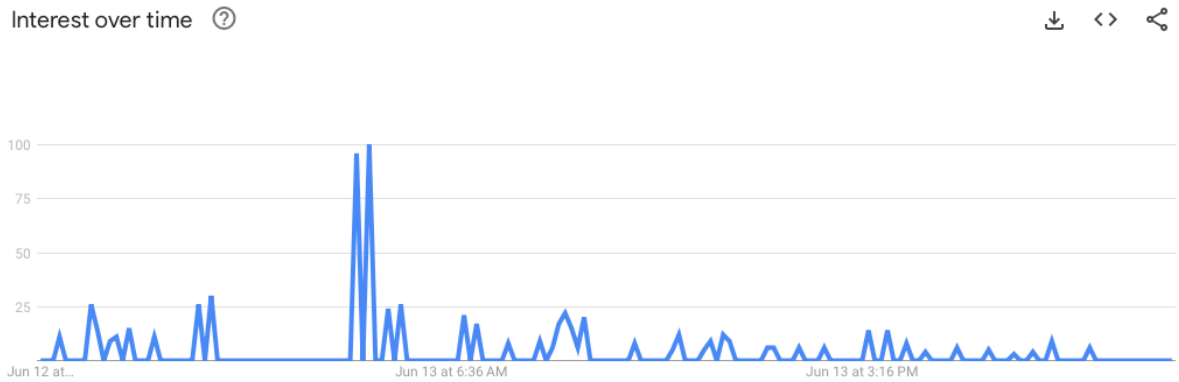
- **Từ khoá thông tin**:
  - sen đá sinh viên (10 kết quả)
  - **sen đá** (Khoảng 1.620.000 kết quả)



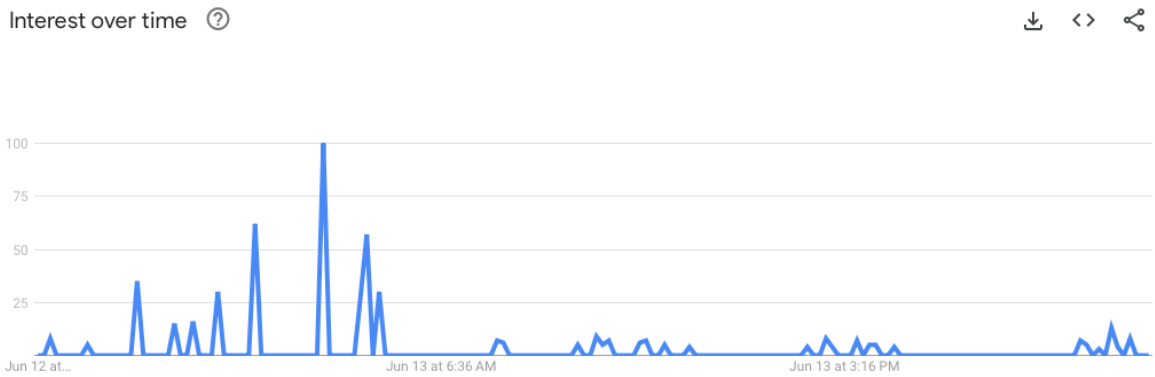
  - **cây sen đá** (Khoảng 275.000 kết quả)



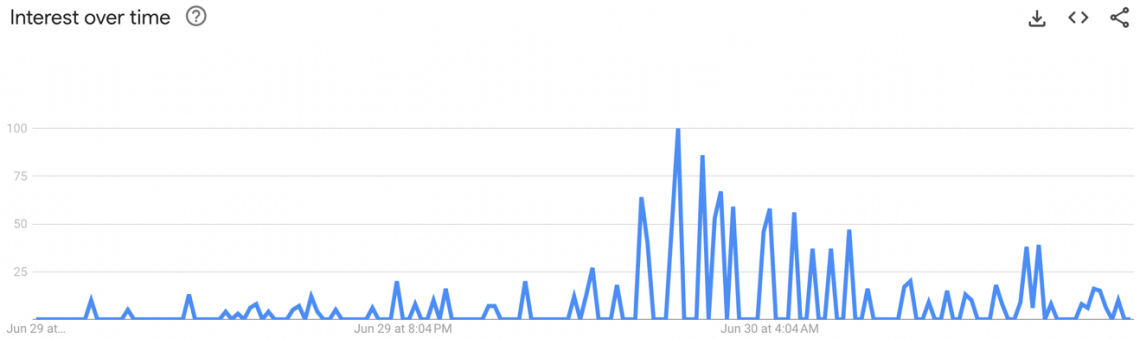
- **hoa sen đá** (Khoảng 150.000 kết quả)



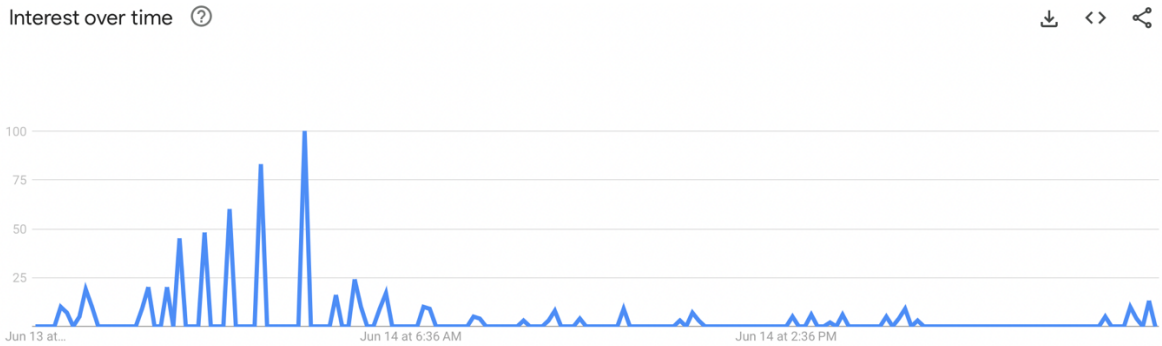
- sen đá thuỷ tinh (Khoảng 901 kết quả)
- **bông sen đá** (Khoảng 30.000 kết quả)



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

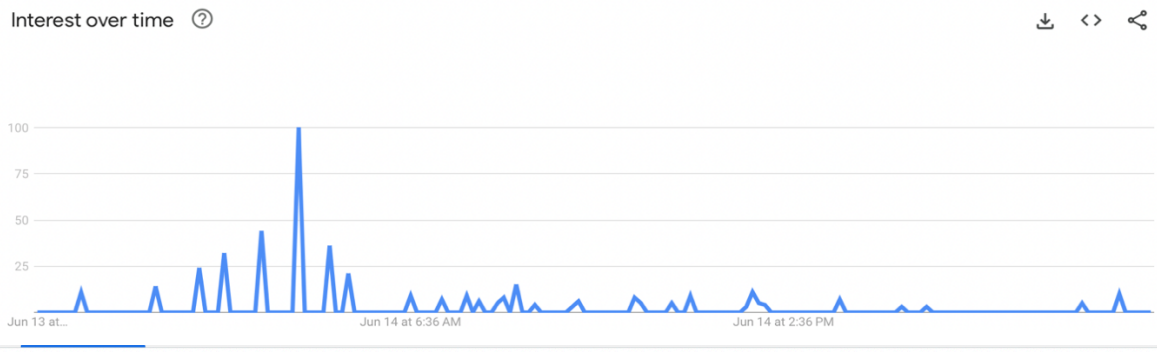


- **mua bán sen đá** (Khoảng 3.800 kết quả)



- 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)



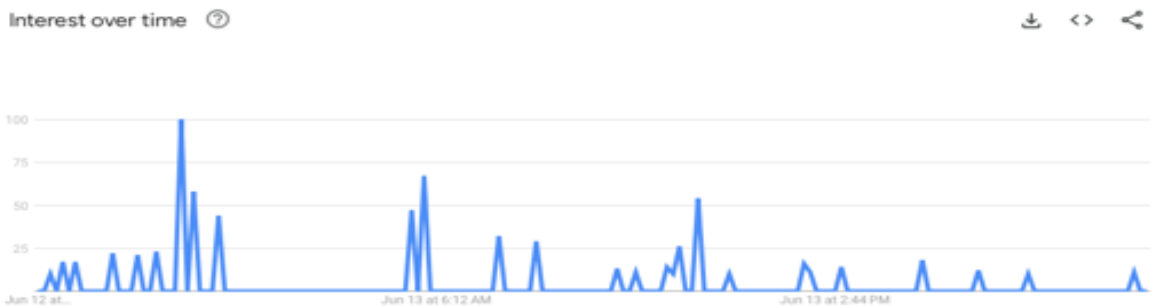
sen đá sinh viên, sen đá, cây sen đá, hoa sen đá, bông sen đá, mua bán sen đá, mua sen đá trực tuyến, sen đá tự nhiên, cây mọng nước, sen đá | Vietnam | Vietnamese | Google | May 2022 – May 2023

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

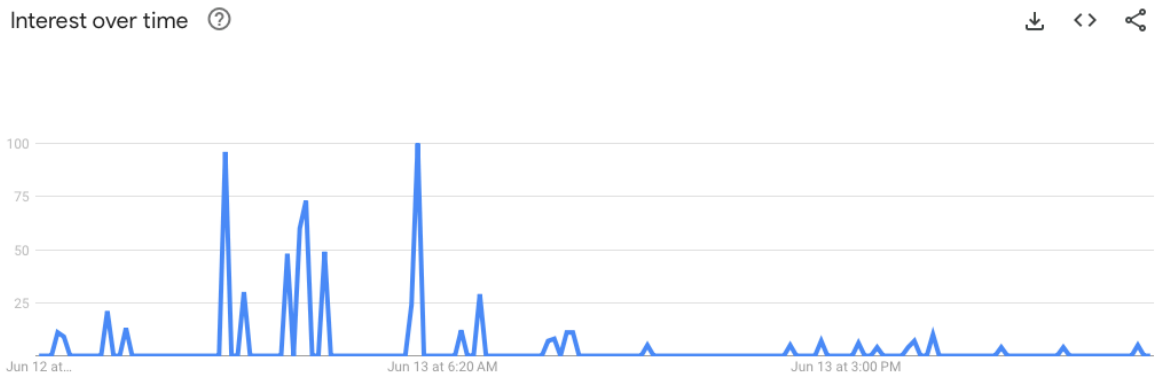
Exclude adult ideas | Add filter | 1,495 keyword ideas available

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							
sen đá sinh viên	10 – 100	–	-100%	–	–	-100%	–
sen đá	10K – 100K	High	0%	₫707	₫3,531	0%	–
cây sen đá	1K – 10K	High	-90%	₫707	₫3,771	0%	–
hoa sen đá	1K – 10K	High	0%	₫1,179	₫4,020	0%	–
bông sen đá	100 – 1K	High	0%	₫943	₫4,021	0%	–
mua bán sen đá	10 – 100	High	0%	₫943	₫2,357	0%	–
sen đá tự nhiên	10 – 100	High	-90%	–	–	0%	–
cây mọng nước	100 – 1K	High	0%	–	–	0%	–
sen đá thuỷ tinh	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
Keyword ideas							
cách trồng sen đá	1K – 10K	High	0%	₫200	₫4,012	0%	–
sen đá kim cương	1K – 10K	High	0%	₫707	₫3,349	0%	–
các loại sen đá	1K – 10K	High	0%	₫502	₫3,517	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)



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



- sen đá uy tín (Khoảng 6.270 kết quả)
- sen đá chất lượng/đa dạng (Khoảng 3.000/735 kết quả)
- sen đá nhập khẩu (Khoảng 2.020 kết quả)

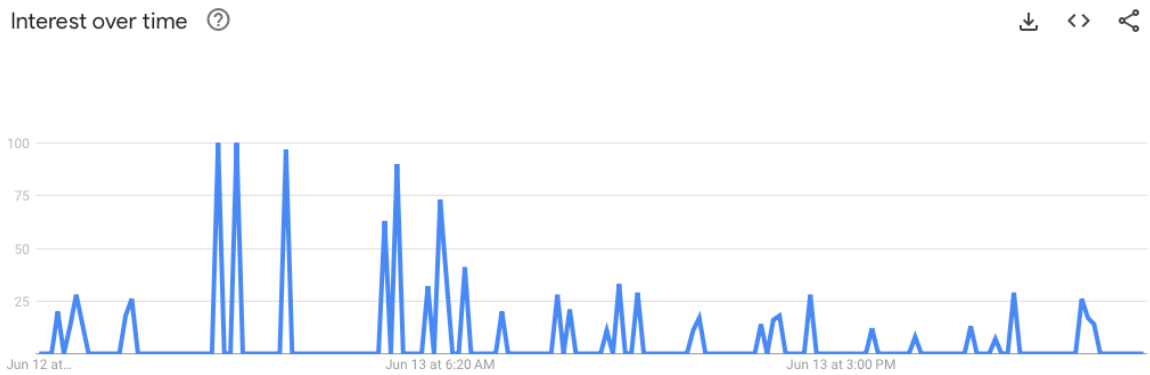
sen đá trong suốt, sen đá xinh, sen đá hot, sen đá cao cấp, sen đá độc lạ, sen đá đẹp, sen đá giá tốt, sen đá giá sinh viên, sen đá giá rẻ, sen đá uy tín | Vietnam | Vietnamese | Google | May 2022 – May 2023

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

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							
sen đá trong suốt	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
sen đá cao cấp	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
sen đá độc lạ	10 – 100	High	0%	–	–	+900%	–
sen đá đẹp	1K – 10K	High	0%	₫1,179	₫4,019	0%	–
sen đá giá tốt	10 – 100	–	-100%	–	–	0%	–
sen đá giá rẻ	100 – 1K	High	-90%	₫707	₫2,357	-90%	–
sen đá xinh	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá hot	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá giá sinh viên	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá uy tín	0 – 10	–	–	–	–	–	–
Keyword ideas							
hoa sen đá đẹp	100 – 1K	High	0%	₫1,999	₫4,280	0%	–
chậu trồng sen đá độc lạ	100 – 1K	High	0%	₫471	₫2,121	0%	–
các loại sen đá đẹp	100 – 1K	High	0%	₫502	₫2,030	0%	–

- **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)

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

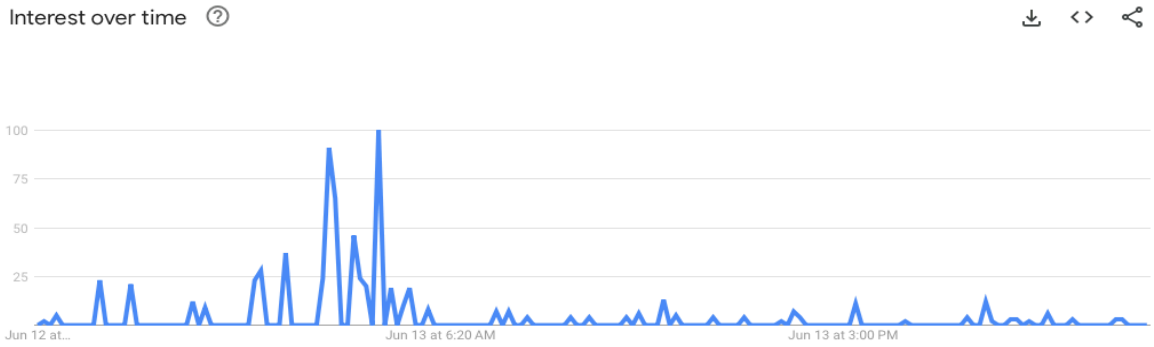
Broaden your search: + sen đá + facebook + sân vườn + cây bụi + cây + cây trồng + quả

Exclude adult ideas | Add filter | 90 keyword ideas available

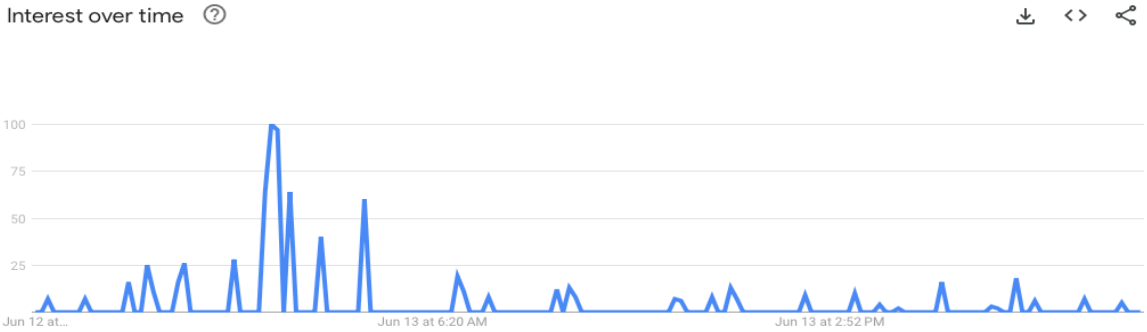
Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided							
sen đá nhập khẩu	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
chậu sen đá	1K – 10K	High	0%	₫943	₫3,681	0%	–
sen đá văn phòng	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
Keyword ideas							
chậu trồng sen đá	100 – 1K	High	0%	₫707	₫2,829	+900%	–
chậu sen đá đẹp	100 – 1K	High	-90%	₫1,179	₫3,683	0%	–
cach trong sen da	100 – 1K	High	0%	₫92	₫201	0%	–
chậu sen đá mini	100 – 1K	High	0%	₫707	₫3,517	0%	–
chậu trồng sen đá độc lạ	100 – 1K	High	0%	₫471	₫2,121	0%	–
chậu cây sen đá	100 – 1K	High	0%	₫735	₫3,556	0%	–

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							
sen đá chất lượng	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá đa dạng	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá sân vườn	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá hot nhất tiktok	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá hot nhất facebook	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá bán chạy	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá nhiều người mua	0 – 10	–	–	–	–	–	–

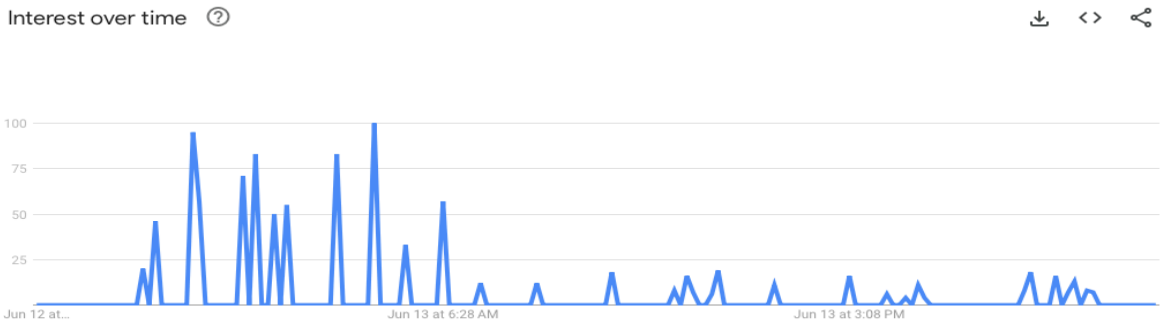
- **sen đá trang trí** (Khoảng 28.400 kết quả)



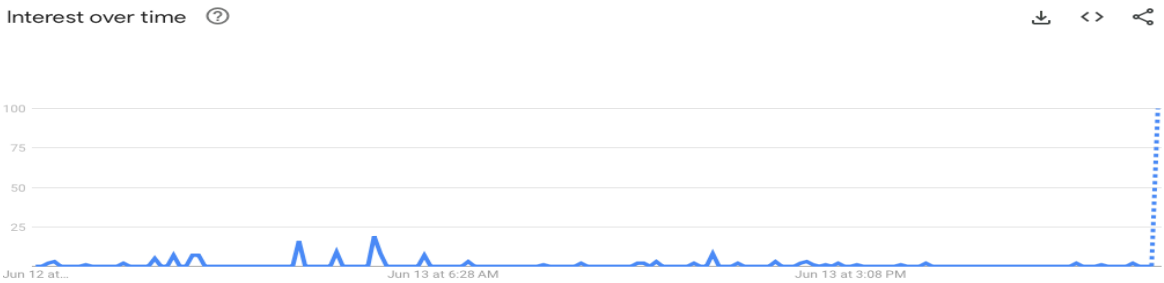
- sen đá phong thuỷ Khoảng 46.200 kết quả)
- sen đá tài lộc (Khoảng 2.360 kết quả)
- sen đá trồng trong nước (02 kết quả)
- **sen đá mini** (Khoảng 49.300 kết quả)



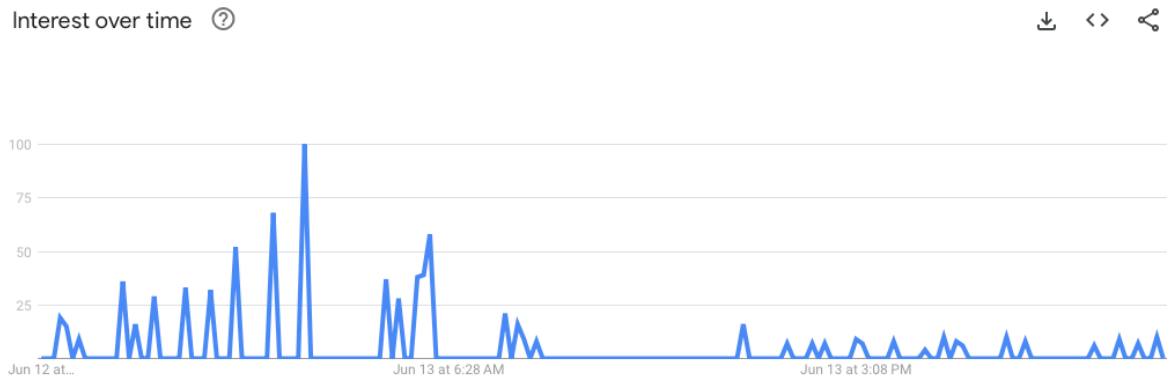
- loại/giống sen đá hiếm (Khoảng 929/9 kết quả)
- cửa hàng/shop sen đá gần đây (Khoảng 2/4 kết quả)
- **sen đá gần đây** (Khoảng 1.720 kết quả)



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



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



sen đá trang trí, sen đá phong thuỷ, loại sen đá hiếm, sen đá trồng trong nước, sen đá mini, sen đá tài lộc, cửa hàng sen đá gần đây, sen đá gần | Vietnam | Vietnamese | Google | May 2022 – May 2023

Broaden your search: + loại sen đá + sen đá + cây bụi + cây + thiết bị nhà kính + nghề làm vườn + thiết bị mẫu giáo

Exclude adult ideas × Add filter 629 keyword ideas available

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							
sen đá trang trí	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
sen đá phong thuỷ	100 – 1K	High	0%	₫1,338	₫4,714	0%	–
sen đá trồng trong nước	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
sen đá mini	100 – 1K	High	-90%	₫707	₫2,121	0%	–
cửa hàng sen đá gần đây	100 – 1K	High	0%	₫502	₫4,021	0%	–
sen đá gần đây	100 – 1K	High	0%	–	–	0%	–
cách trồng sen đá	1K – 10K	High	0%	₫200	₫4,012	0%	–
cách chăm sóc sen đá	1K – 10K	High	0%	₫200	₫3,518	0%	–
Keyword ideas							
đất trồng sen đá	1K – 10K	High	0%	₫471	₫2,075	0%	–
cách chăm sen đá	1K – 10K	High	0%	₫135	₫4,014	0%	–
chăm sóc sen đá	100 – 1K	High	-90%	₫188	₫3,517	0%	–
chậu trồng sen đá	100 – 1K	High	0%	₫707	₫2,829	+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 kế 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 công thức 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)

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

Vietnam | Vietnamese | Google | May 2022 – May 2023

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

Exclude adult ideas × Add filter 9 keyword ideas available

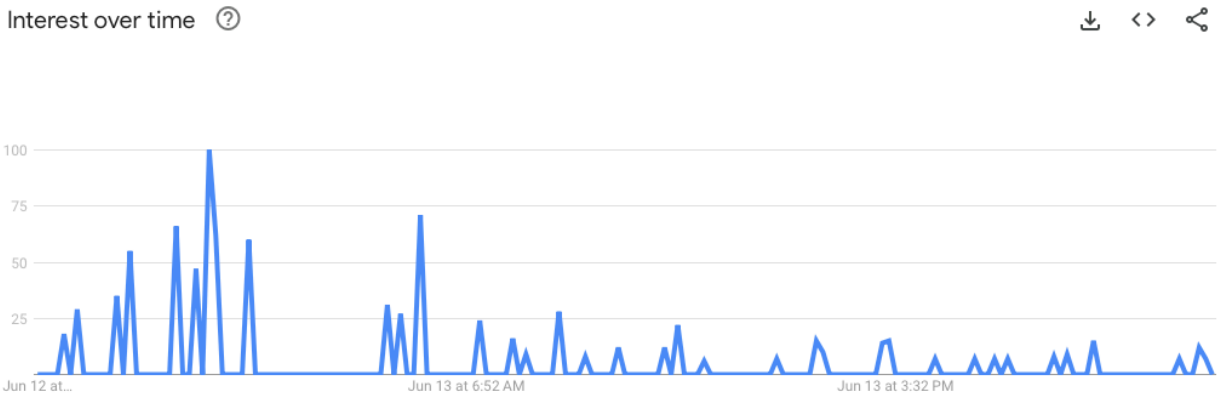
Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Three month change	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	YoY change	Ad impression share
Keywords you provided							
sen đá thủ đức	100 – 1K	High	0%	₫1,650	₫7,307	0%	–
sen đá làng đại học	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
sen đá đẹp giá sinh viên	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá giá rẻ dành cho sinh viên	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá công nghệ thông tin	0 – 10	–	–	–	–	–	–
trùm sen đá làng đại học thủ đức	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá cho người thu nhập thấp	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá đẹp giá sinh viên làng đại học	0 – 10	–	–	–	–	–	–
sen đá uit đẹp rẻ cho sinh viên làng đại học	0 – 10	–	–	–	–	–	–

Kết luận:

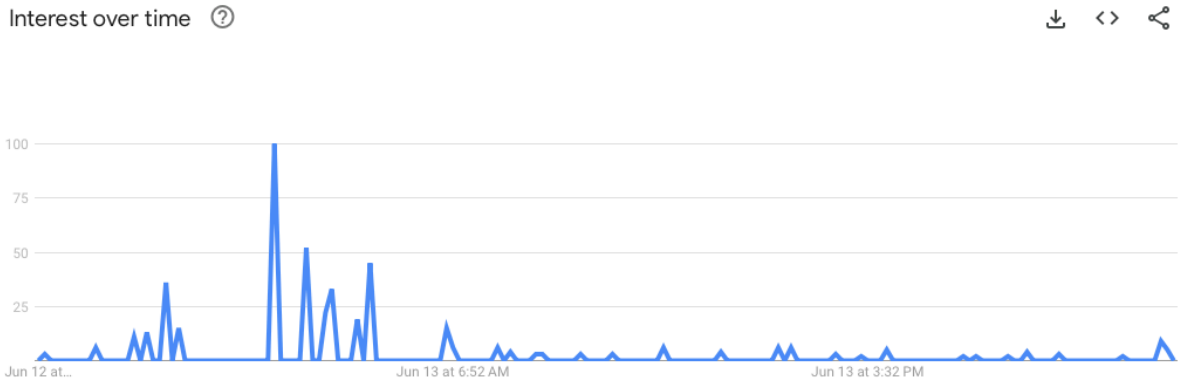
Những từ khoá áp dụng quy tắc KBATL là phù hợp SEO cho trang Sen Đá UIT, vì chúng là sự kết hợp những từ khoá mục tiêu, phù hợp nhất cho sản phẩm/dịch vụ của trang web. Do đó kết quả kiểm tra, phân tích không có hoặc ít có thông tin website khác cùng đang SEO trên thị trường.

- **Từ khoá thương mại**:
  - **Sen đá bánh bao** (Khoảng 2.890 kết quả)

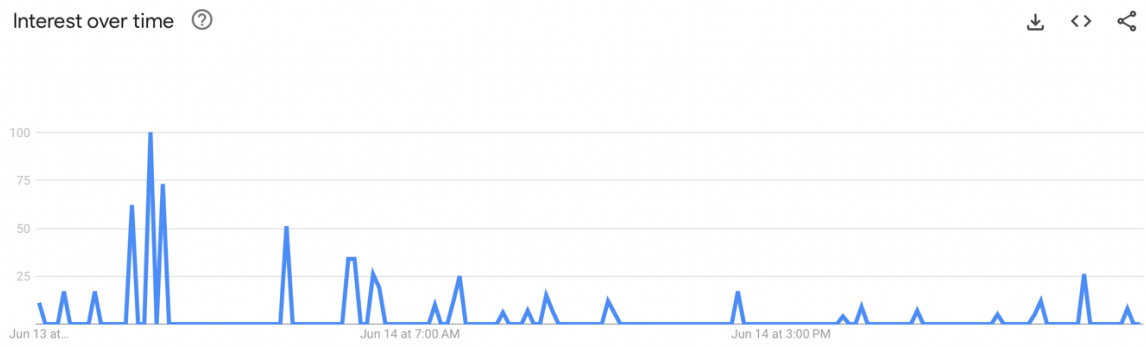
  - Sen đá cúc gai (Khoảng 925 kết quả)
  - Sen đá da rắn (Khoảng 957 kết quả)
  - Sen đá giva (Khoảng 1.310 kết quả)
  - **Sen đá kim cương** (Khoảng 27.700 kết quả)



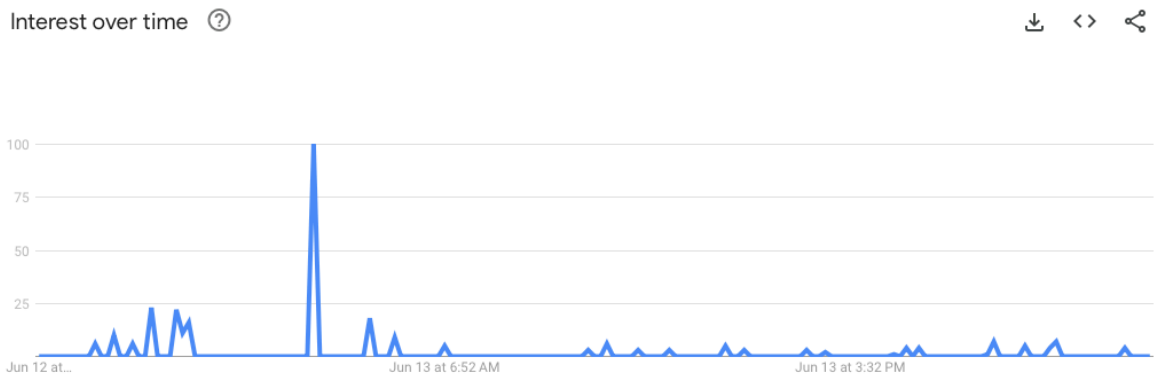
  - Sen đá móng rồng sao (Khoảng 788 kết quả)
  - **Sen đá nhung** (cóc) (Khoảng 2.180 (334) kết quả)



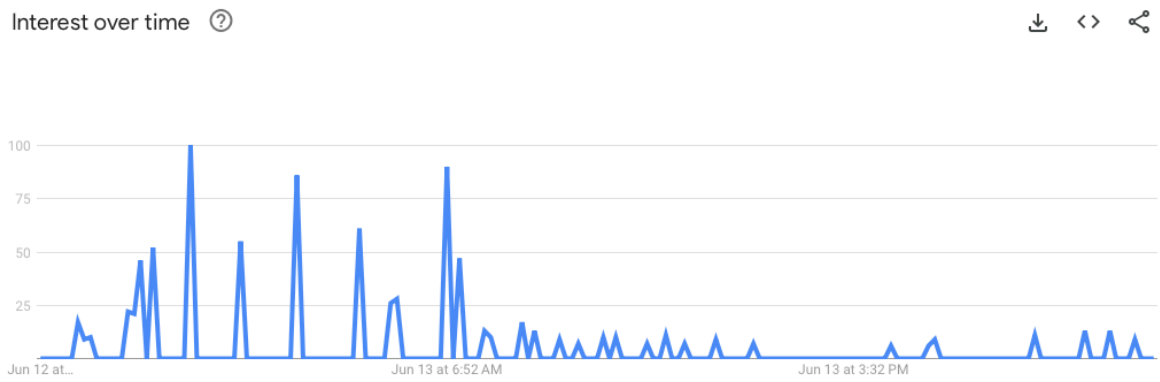
- **Sen đá phật bà** (Khoảng 10.900 kết quả)



- **Sen đá ruby** (Khoảng 14.200 kết quả)



- **Sen đá tay gấu** (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

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							
sen đá bánh bao	100 – 1K	High	0%	₫707	₫1,414	0%	–
sen đá cúc gai	10 – 100	High	-90%	–	–	0%	–
sen đá da rắn	10 – 100	High	+∞	–	–	+∞	–
sen đá giva	10 – 100	High	0%	₫707	₫943	+900%	–
sen đá kim cương	1K – 10K	High	0%	₫707	₫3,349	0%	–
sen đá nhung	10 – 100	High	-90%	–	–	-90%	–
sen đá phật bà	1K – 10K	High	0%	₫943	₫2,593	0%	–
sen đá ruby	100 – 1K	High	0%	₫1,414	₫2,000	0%	–
sen đá tay gấu	100 – 1K	High	0%	–	–	0%	–
sen đá thái	100 – 1K	High	0%	–	–	0%	–
sen đá thược dược	100 – 1K	High	0%	₫943	₫2,828	0%	–
sen đá xếp tầng	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
Keyword ideas							
sen đá thái xanh	10 – 100	High	-90%	–	–	0%	–
sen đá tay gấu var	10 – 100	High	0%	–	–	0%	–
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 muốn đẩy 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 thứ hạng cao trên trang tìm kiếm, dủ vậy sẽ mất phí quảng cáo.

5. 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) 100 – 1K[1]
- 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 quả[2].

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 canh trạnh 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

---

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

[2] 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 gần đây
- 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 gấu
  - Sen đá thái
  - Sen đá thược dược
  - …

II. Tối ưu hoá trang web (SEO on-page)

Tối ưu hoá trang web là những việc làm thiết thực nhằm nâng cao chất lượng về mặt nội dung bên cạnh thoả mãn được các yêu cầu về mặt hình thức, để có thể đáp ứng được thị hiếu và trải nghiệm người dùng. Điều này có ý nghĩa rất quan trọng đối với chiến lược SEO (Search Engine Optimization) bởi vì các công cụ tìm kiếm ngày càng quan tâm đến cách người dùng tương tác với trang web và đánh giá chất lượng trải nghiệm của họ để xem xét thứ hạng của trang web trên kết quả tìm kiếm.

Sau đây là một số cách tối ưu hoá trang web để nâng cao giá trị chiến lược SEO:

- *Nội dung chất lượng:* Bài viết nên cung cấp nội dung giá trị cho người dùng. Nội dung chất lượng có khả năng thu hút, giữ chân và cung cấp thông tin hữu ích. Các công cụ tìm kiếm ưu tiên hiển thị nội dung chất lượng trong kết quả tìm kiếm.

- *Dễ đọc và dễ tìm kiếm:* Trang web cần có cấu trúc dễ đọc, sắp xếp hợp lý và sử dụng các tiêu đề và đoạn mô tả để giúp người dùng dễ dàng đọc lướt qua nội dung. Điều này không chỉ giúp người dùng mà còn giúp các công cụ tìm kiếm hiểu rõ nội dung chủ đề của bài viết đang truyền tải.

- *Tốc độ tải trang:* Trang web nhanh chóng làm tăng trải nghiệm người dùng và giảm tỷ lệ thoát trang (bounce rate). Tốc độ tải trang cũng là một yếu tố SEO trực tiếp, vì Google ưa thích trang web nhanh chóng.

- *Responsive design:* Trang web phải hiển thị và phản hồi tốt trên các thiết bị khác nhau, bao gồm cả điện thoại di động và máy tính bảng. Google đã thực hiện việc ưu tiên trang web tương thích với thiết bị di động trong việc xếp hạng.

- *Trải nghiệm người dùng:* Nếu trang web cung cấp một trải nghiệm tốt cho người dùng, họ có thể ở lại lâu hơn, xem nhiều trang hơn và tương tác nhiều hơn. Điều này tạo ra tín hiệu tích cực về sự tương tác và quan tâm của người dùng, làm cải thiện hiệu suất SEO.

Tóm lại, tối ưu hoá trang web không chỉ giúp cải thiện tương tác và sự hài lòng của người dùng mà còn ảnh hưởng tích cực đến việc tối ưu hóa SEO thông qua sự đánh giá của con bọ tìm kiếm. Hai khía cạnh này tương hỗ nhau và làm cho trang web trở nên hấp dẫn và thân thiện cả với người dùng và công cụ tìm kiếm.

1. Kỹ thuật thiết kế nội dung (SEO content)

Một bài viết chuẩn SEO ngoài việc cung cấp những thông tin hữu ích, thiết thực cho người đọc, còn phục vụ cung cấp thông tin cho các cỗ máy tìm kiếm (Google) thông qua các từ khoá mà con bọ tìm kiếm (Google spider) sẽ đánh chỉ số (index) thích hợp để hiển thị bài viết trên kết qủa tìm kiếm, xác định thứ hạng cho trang (page rank).

Một bài viết chuẩn SEO sẽ có cấu trúc hợp lý, bao gồm: Tiêu đề, Mở bài, Thân bài và Kết bài, với nội dung được sắp xếp có chủ đích hợp lý theo mức độ ưu tiên về tầm quan trọng của thông tin mà bài viết muốn truyền tải.

Cụ thể các yêu cầu theo từng mục cấu trúc như sau:

1.1. Tiêu đề

- Tiêu đề bài viết chuẩn SEO thường dưới 70 ký tự và có chứa từ khóa chính nên nằm về phía bên trái của tiêu đề. Điều này với mục đích làm nổi bật từ khóa trong tiêu đề sẽ giúp người đọc dễ dàng hình dung chủ đề bài viết cũng như hỗ trợ google spider nhận dạng dữ liệu nhanh hơn.

- Các lưu ý khi tạo tiêu đề:
  - Mỗi bài viết nên chỉ có 1 tiêu đề và không nhồi nhét từ khoá.
  - Tạo tiêu đề ấn tượng và tránh trùng lắp với bài viết đã tồn tại:

    + Kiểm tra trùng lắp: Gõ Allintitle: <tên tiêu đề> trên thanh tìm kiếm Google.

    + Tiêu đề ấn tượng: kết hợp các con số và các tính từ cảm xúc hấp dẫn.

Ví dụ: "*3 lý do Sen Đá UIT là sự lựa chọn tuyệt vời dành cho sinh viên*"

1.2. Mở bài

- Mở bài, không quá 155 từ, cần bao quát và đi thẳng nội dung chính của bài viết, hứa hẹn giải pháp hoặc kết quả nào đó để tăng sự cuốn hút đọc tiếp của người đọc.
- Chèn từ khoá chính vào 100 từ đầu tiên, và các từ khoá phụ một cách tự nhiên nhất.
- Có thể áp dụng các thủ thuật giúp tăng tính hấp dẫn như:
  - Mở đầu bằng câu hỏi để phần thân bài trả lời cho câu hỏi đó.
  - Đưa ra lý do vì sao bài viết lại quan trọng, xứng đáng dành thời gian đọc.

1.3. Thân bài

a. Về mặt kỹ thuật

- Bố cục thân bài rõ ràng, chia thành nhiều đoạn nhỏ (chiều dài hợp lý và có tiều đề đoạn - heading).
- mỗi heading có thể chứa từ khóa chính hoặc từ khóa liên quan để tăng mật độ xuất hiện của chúng có ích đối với con bọ tìm kiếm.
- Phân bố các từ khóa đều và tự nhiên xuyên suốt bài viết với mật độ từ 1-3%. (Ví dụ bài viết 500 từ thì nên chứa 5 từ khóa)
- Chèn liên kết (internal link) vào đúng ngữ cảnh với anchor text phù hợp.

b. Về mặt nội dung

- Nội dung thân bài cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, có chiều sâu, và hình ảnh (hoặc video) minh hoạ để tăng tính hấp dẫn.
- Mỗi đoạn văn nhỏ là những phần giải đáp thực sự hữu ích cho câu hỏi hoặc lý do đã hứa hẹn ở mở bài.

1.4. Kết bài

• Phần kết bài, có độ dài từ 80-150 từ, phải đóng vai trò tóm tắt nội dung và nhấn mạnh tầm quan trọng của bài viết.

• Chèn từ khóa chính nhằm nhắc lại thương hiệu, là cơ hội tốt để ghi dấu ấn cuối cùng trước khi người đọc rời đi.

• Trích dẫn nguồn bài viết (nếu có) và gợi ý các bài viết khác trong hệ thống backlinks SEO của mình.

2. Nội dung các bài viết

Ghi chú:

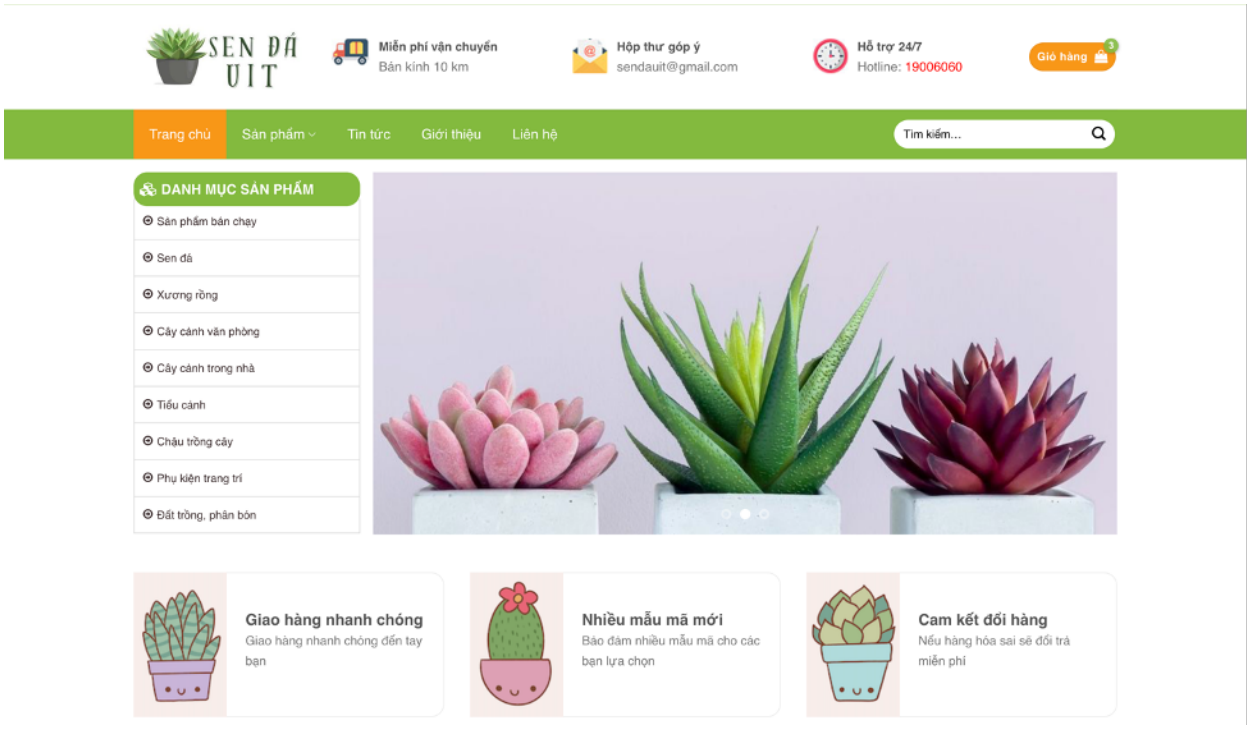
- Những từ khoá tô màu đỏ là từ khoá thương hiệu chính: Sen Đá UIT, sendauit.com
- Những từ khoá tô màu xanh là các từ khoá phụ liên quan: sen đá, sinh viên, sen đá giá rẻ, mua sắm sen đá trực tuyến, …

Bài 1:

3 LÝ DO SEN ĐÁ UIT LUÔN LÀ SỰ LỰA CHỌN TUYỆT VỜI CHO SINH VIÊN

Bạn là sinh viên, bạn yêu thích sen đá, bạn muốn thư giãn tinh thần sau những giờ học căng thẳng và bạn muốn tìm một nơi uy tín lựa chọn để "ẵm" những em sen đá xinh xắn về? Thì bài viết này chắc chắn là dành cho bạn!

Sen Đá UIT là dự án khởi nghiệp sinh viên hiện đang hot nhất làng Đại học Quốc gia TP.HCM. Đây được xem là thiên đường mua sắm sen đá trực tuyến tuyệt vời với nhiều mẫu mã và dịch vụ uy tín đang thu hút rất nhiều sự quan tâm của những người yêu thích sen đá. Vậy tại sao Sen Đá UIT lại có sức hút đến như vậy? Hãy cùng *Review Dạo* khám phá qua bài viết này nhé!



Hình 34. Trang chủ website Sen Đá UIT (sendauit.com)

Sen đá UIT cung cấp 3 lý do thuyết phục để bạn an tâm lựa chọn Sen đá UIT là cái tên đầu tiên khi nghĩ về việc sở hữu sen đá: giá rẻ ưu đãi nhưng chất lượng, đa dạng giống cây nhưng uy tín, miễn phí giao hàng nhưng đồng kiểm trong phạm vi làng Đại học.

1. Sen Đá UIT ưu đãi giá rẻ, chất lượng dành cho sinh viên

Xuất thân là những cô cậu sinh viên, hiểu được nỗi trăn trở khi có quá nhiều mối lo, nên những người sáng lập dự án khởi nghiệp sen đá sinh viên này luôn hy vọng trao gởi những điều tốt đẹp nhất, giúp san sẻ gánh nặng kinh tế và góp phần xoa dịu tâm hồn đang phải chịu những đè nén vốn có của chặng đường học hành vất vả.

Sen Đá UIT với sứ mệnh mang đến sự bình yên, lan toả tình yêu thiên nhiên đến với giới trẻ, những người có thu nhập thấp vẫn có thể "tậu" được những em sen đá xinh xắn và chất lượng vô cùng, với giá rẻ ưu đãi chỉ bằng một dĩa cơm tấm bữa sáng.

2. Thiên đường cung cấp sen đá đa dạng giống cây uy tín

Một nơi cung cấp rất nhiều giống cây với các thông tin chi tiết tiện lợi cho người mua hàng tìm kiếm, so sánh và cân nhắc luôn là một điểm cộng lớn. Hiểu được tâm lý đó, Sen Đá UIT luôn cố gắng ổn định nguồn hàng, tìm kiếm những giống sen đá đẹp, hiếm, độc và lạ, cũng như chăm chút hình ảnh và cung cấp thông tin chi tiết và trung thực, để giúp hài lòng những khách hàng khó tính nhất.

Ngoài những giống phổ thông như: sen đá bánh bao, sen đá thái, … Sen đá UIT còn độc quyền tại làng Đại học khi sở hữu những giống sen đá độc đáo như: sen đá tay

gấu, sen đá ruby, sen đá phật bà,… làm say đắm bao con tim yêu cái đẹp, đảm bảo một khi ghé qua người mua sẽ không nỡ vội rời đi…

3. Dịch vụ miễn phí giao hàng và kiểm hàng trong phạm vi làng Đại học Thủ Đức

Sẽ không còn mối lo đội mưa đội nắng, ngược dốc con đường "Sa mạc Linh Trung" đầy gió trên chiếc xe đạp cà tàng cũ kỹ nữa, Sen Đá UIT với biệt đội shipper siêu anh hùng sẽ đến "giải cứu" cơn lười biếng của bạn. Dù bạn ở đô thị KTX khu A hay sâu tận "biên cương" KTX khu B, thì shipper vẫn sẽ đến "ship tận giường".

Hơn nữa, sinh viên mua sen đá trực tuyến sẽ luôn được trấn an bởi dịch vụ đồng kiểm 4 đúng: đúng hàng, đúng số lượng, đúng thời gian hẹn giao và đúng số tiền hoá đơn mà không lo phát sinh thêm một "suất cơm thêm" nào!

Đúng như slogan của Sen đá UIT – Tinh tuý từ đất trời mang bình yên đến tâm hồn, cả về nghĩa mộng mơ lẫn nghĩa thực dụng với 03 lý do: giá rẻ nhưng chất lượng, đa dạng nhưng uy tín, miễn phí nhưng đồng kiểm. Đây chắn chắn là chìa khoá vạn năng mở khoá điện thoại của bạn và "thôi miên" bạn truy cập sendauit.com ngay và luôn trên tinh thần tự nguyện và hài lòng với sức hút không thể chối từ!

Tác giả: Hoàng Phúc

Bài 2:

5 LOẠI SEN ĐÁ PHONG THUỶ ĐƯỢC ƯU CHUỘNG NHẤT TẠI SEN ĐÁ UIT

Văn hoá phương Đông chúng ta luôn xem trọng vấn đề phong thuỷ trong mọi việc lớn nhỏ, từ chuyện "hôn nhân đại sự", hướng xây nhà xây tổ ấm cả đời lớn lao, cho đến những cái nhỏ nhặt như màu ốp điện thoại hoặc món phụ kiện như chậu sen đá trang trí góc học tập hay làm việc cũng không ngoại lệ. "Hợp mệnh" là từ khoá được đem ra làm cái cớ niềm tin nhiều nhất cho mọi quyết định trong cuộc sống, nó đem lại một sự an tâm vô hình, sự may mắn tương ngẫu khi chọn đúng màu thuộc hành mệnh của mình.

Ngũ hành tương sinh có 5 mệnh: Kim – Mộc – Thuỷ – Hoả – Thổ, mỗi một hành lại có những màu tương hợp đại diện. Vậy nếu bạn đã trót lỡ yêu thích sen đá phong thuỷ, muốn "tính chuyện nợ duyên" thì nên chọn loại nào? Hãy cùng Sen Đá UIT tìm hiểu ngay sau đây nhé!

1. Hành Kim – Sen đá mông hoa vàng (Lithops Dorotheae)

Màu vàng là màu phú quý, tương hợp nhất đối với người mệnh Kim. Sen đá mông với những đoá hoa vàng tươi mang trong mình ý nghĩa thu hút tài lộc, thịnh vượng, giàu sang vì bởi lẽ nó là màu của hoàng gia cao quý. Sen đá mông hoa vàng mọc tự nhiên trên đất fenspat và cũng thích nghi được với loại đất có nhiều sạn. Cây có màu xanh nhạt, bề mặt khối lá màu nâu hoặc xanh đậm, có nhiều đốm màu kem rất độc đáo.

Hình 35. Sen đá mông Lithops Dorotheae

2. Hành Mộc – Sen đá nhung (Echeveria cv Dorris Taylor)

Sen đá nhung có màu xanh nhẹ nhàng, tươi mát rất hợp với người mệnh Mộc yêu thích sự thư thái, bình yên. Cảm giác về sự êm dịu, mịn màng đến từ một lớp lông tơ dày màu trắng bao phủ bên ngoài những chiếc lá, khiến những ai hồn lỡ sa vào đôi mắt nhung cũng chẳng thể chối từ nỗi vẻ đẹp quyến rũ giản đơn đến mộng mị này. Sen đá nhung khoát bên ngoài vẻ đẹp mộc mạc, bình yên nhưng hàm chứa bên trong một ý nghĩa cầu may mắn, thuận lợi và tài lộc "nhung lụa" cho người nâng niu nó.

Hình 36. Sen đá nhung Echeveria cv Dorris Taylor

3. Hành Thuỷ – Sen đá kim cương xanh dương (Haworthia)

Màu xanh hy vọng, dịu dàng và trong suốt như pha lê của sen đá kim cương là mệnh màu cho người hành Thuỷ. Nó sở hữu những cánh lá tròn trịa với những đường vát kim cương viền trắng, trong veo và căng mọng nước, lấp lánh phản chiếu ánh sáng như những viên kim cương lung linh. Sen đá kim cương tương trưng cho mọi sự quý giá trên đời, sự vững bền đến trường cửu trong tình yêu hay tình cảm tinh khôi của bạn bè. Sen đá kim cương như người ta thường nói "áp lực tạo kim cương" còn mang tầng nghĩa ẩn chứa một sự sống bất diệt, vươn lên toả sáng từ trong gian khổ.

Hình 37. Sen đá kim cương Haworthia

4. Hành Hoả – Sen đá đế vương (Echeveria Ebony Agavoid)

Quyền lực, niềm hoài bão tột cùng, nỗi khát khao cháy bỏng là những trường nghĩa khi nói về màu đỏ. Nó là màu tương hợp với người mệnh Hoả, cũng là màu đặc trưng của sen đá đế vương. Màu đỏ rực như một ngọn lửa của nó sẽ thiêu đốt mọi ánh nhìn với vẻ đẹp kêu sa, lộng lẫy. Hình dáng sen đá quý hiếm này tựa như đài sen phật của Quan Thế Âm Bồ Tát, do vậy sen đá đế vương có ý nghĩa mang đến sự chở che, phù trợ thành công và may mắn, phú quý cho người đầy ý chí và nghị lực vươn lên.

Hình 38. Sen đá đế vương Echeveria Ebony Agavoid

5. Hành Thổ – Sen Đá Nâu Hắc Vương Tử (Echeveria Black Prince)

Người mệnh Thổ luôn được biết đến với tính cách ôn hoà, chịu khó và sắt son, như mảnh đất quê hương bao dung ngàn đời vậy. Sở hữu sắc nâu hợp mệnh, sen đá Hắc Vương Tử chứa đựng nhiều ý nghĩa sâu sắc về tình yêu thuỷ chung và cuộc sống vĩnh hằng. Cây sen đá nâu này có sức sống mãnh liệt và dẻo dai, chịu được thời tiết khắc nghiệt, vì vậy, sen đá Hắc Vương Tử tượng trưng cho tình thân cao đẹp, trường tồn theo thời gian và "vững kết đồng tâm" trong tình cảm đôi lứa.

Hình 39. Sen Đá Nâu Hắc Vương Tử (Echeveria Black Prince)

Vậy là Sen Đá UIT vừa điểm qua một số đại diện nổi bật đến từ muôn loài sen đá phong thuỷ biểu trưng cho Ngũ hành. Mỗi loại có nét độc đáo riêng mà tạo hoá đã ban tặng, từ đó lại mang những ý nghĩa vô cùng đẹp và giá trị trong đời sống tinh thần của người Á Đông chúng ta. Nếu các bạn muốn sở hữu những chiếc sen đá độc đáo này với giá rẻ dành cho sinh viên thì đừng ngần ngại ghé thăm gian hàng Sen Đá UIT của tụi mình tại địa chỉ sendauit.com để tham quan và mua sắm trong không gian xanh đa dạng các loại sen đá và cây kiểng trang trí khác nhé!

Tác giả: Hoàng Phúc

Bài 3:

TOP 4 Ở SEN ĐÁ UIT GIÚP BẠN HẤP DẪN HƠN TRONG MẮT BẠN ĐỜI

Cây sen đá có tên tiếng Anh là "Succulent plant", đây là một loại cây cảnh phổ biến và được ưa chuộng để trang trí văn phòng, bàn làm việc và không gian trong nhà. Cây sen đá ở Sen Đá UIT có những đặc điểm độc đáo như hình dáng giống như những cây hoa sen và khả năng tích trữ nước trong cơ quan lưu trữ của lá. Điều này giúp chúng thích nghi với môi trường khắc nghiệt và có khả năng sống sót trong điều kiện khô cằn.

Dưới đây là top 4 loại sen đá phù hợp với cá tính dành cho nam và nữ, những loài cây này không chỉ mang đến vẻ đẹp độc đáo của tự nhiên mà còn thể hiện sự tinh tế và sự độc đáo trong hình dáng, màu sắc và ý nghĩa. Với các tông màu từ cam, đỏ, vàng đến xám xanh và nâu sẫm, chúng thể hiện sự rực rỡ và mạnh mẽ, phù hợp với cá tính của cả nam và nữ. Bên cạnh việc trang trí, các loại sen đá này còn là biểu tượng của sự thích nghi và sức mạnh trong môi trường khắc nghiệt, như một lời nhắc nhở về tinh thần kiên định và sự bền bỉ trong cuộc sống.

Vậy hãy cùng Sen Đá UIT lựa chọn loại cây sen đá phù hợp với cá tính của bạn và biến không gian sống trở nên thêm phần thu hút và độc đáo.

****Top 2 sen đá Nam tính - sự mạnh mẽ và cuốn hút****

1. Sen đá Kỵ Sĩ Đen

Sen đá Kỵ Sĩ Đen (tên khoa học: Ginkgo biloba) là một trong những loại sen đá độc đáo và đẹp mắt, mang trong mình nét quyến rũ của cảm hứng kỵ sĩ và vẻ đẹp đá

quý. Được biết đến với tên gọi "Kỵ Sĩ Đen" vì màu sắc đặc biệt của lá, cây sen đá này mang đến cho không gian sống sự mới mẻ và hấp dẫn.

Tên gọi "Kỵ Sĩ Đen" đưa ta về những hình ảnh của những chiến binh dũng cảm, kiên định và bất khuất. Sen đá Kỵ Sĩ Đen tượng trưng cho sự can đảm, quyết tâm và tinh thần không bao giờ từ bỏ. Đặt cây Sen đá Kỵ Sĩ Đen trong không gian sống hoặc làm việc của bạn, bạn sẽ được gợi nhớ về những phẩm chất kiên nhẫn và đạo đức cao cả của các kỵ sĩ dũng cảm trong lịch sử.

Hình 40. Sen đá Kỵ Sĩ Đen

2. Sen đá Nhím Đen

Sen đá Nhím Đen (tên khoa học: Euphorbia obesa), còn được gọi là "Nhím Đen", là một loại cây cảnh kỳ lạ và độc đáo đến từ Nam Phi. Với hình dáng đặc biệt giống như nhím, cây Sen đá Nhím Đen mang đến vẻ đẹp tinh tế và cảm hứng tự nhiên cho không gian sống của bạn.

Nhím được biết đến là một biểu tượng của bảo vệ và sự bảo hộ. Trong nhiều văn hóa, hình ảnh nhím thể hiện sự tự vệ và kiên nhẫn, giúp chống lại những thách thức và mối nguy hiểm xung quanh. Sen đá Nhím Đen cũng mang trong mình ý nghĩa tâm linh tương tự, thể hiện sự mạnh mẽ và sự kiên nhẫn trong cuộc sống.

Với hình dáng độc đáo và vẻ đẹp tinh tế, Sen đá Nhím Đen là lựa chọn tuyệt vời để trang trí nội thất và làm nổi bật không gian sống của bạn. Đặt cây Sen đá Nhím Đen

trong phòng khách, phòng ngủ, văn phòng làm việc, hay các khu vực khác, nó sẽ tạo nên điểm nhấn độc đáo và mang đến không gian sống mới mẻ và tươi mới hơn.

Sen đá Nhím Đen là một lựa chọn tuyệt vời cho những ai yêu thích những loại cây cảnh độc đáo và có ý nghĩa tâm linh. Hãy để vẻ đẹp kỳ lạ của cây Sen đá Nhím Đen mang đến cho không gian sống của bạn sự mới mẻ và cuốn hút.

Hình 41. Sen đá Nhím Đen

****Top 2 sen đá Nữ tính - vẻ đẹp tinh khôi và quyến rũ****

1. Sen đá Hoa Hồng Xanh

Sen đá Hoa Hồng Xanh (tên khoa học: Rhodochrosite) là một loại cây sen đá độc đáo với sắc hoa hồng xanh tinh tế và quyến rũ. Với vẻ đẹp tinh túy và sắc màu độc đáo, cây Sen đá Hoa Hồng Xanh mang đến không gian sống của bạn một cảm giác mới lạ và lôi cuốn.

Sen đá Hoa Hồng Xanh là một trong những loại sen đá hiếm hoi có màu sắc hoa hồng xanh độc đáo. Những chiếc lá nhỏ và gọn với màu sắc đặc biệt này tạo nên vẻ đẹp độc đáo, thu hút và gợi nhớ về vẻ đẹp tuyệt diệu của hoa hồng.

Hoa hồng thường được xem là biểu tượng của tình yêu, sự lãng mạn và sự quý phái. Sen đá Hoa Hồng Xanh mang trong mình ý nghĩa tinh túy này, thể hiện sự nồng nàn và tình cảm cao cả. Nó cũng có thể thể hiện sự lãng mạn và tình yêu vĩnh cửu, là món quà tuyệt vời dành tặng người bạn yêu thương.

Màu xanh trong cây Sen đá Hoa Hồng Xanh thể hiện sự tươi mới và sự sống đầy màu sắc. Màu xanh còn liên kết với sự hòa hợp và cân bằng trong cuộc sống. Khi đặt Sen đá Hoa Hồng Xanh trong không gian sống của bạn, nó sẽ tạo nên một môi trường thư thái và yên bình, giúp bạn cảm nhận được sự thanh thản và hạnh phúc.

Sen đá Hoa Hồng Xanh là một lựa chọn tuyệt vời để trang trí nội thất và làm nổi bật không gian sống của bạn. Đặt cây Sen đá Hoa Hồng Xanh trên bàn làm việc, kệ sách, hay bàn trà, nó sẽ tạo nên điểm nhấn độc đáo và mang đến không gian sống mới mẻ và sang trọng hơn.

Hình 42. Sen đá Hoa Hồng Xanh

2. Sen đá Kim Tuyến

Sen đá Kim Tuyến (tên khoa học: Pyrite) là một loại sen đá độc đáo với sắc vàng lấp lánh, mang đến không gian sống của bạn sự rực rỡ và quý phái từ tia nắng mặt trời.

Sen đá Kim Tuyến thể hiện vẻ đẹp nổi bật với màu vàng sặc sỡ và các tinh thể lấp lánh tỏa ánh sáng như kim tuyến. Với kiểu dáng độc đáo và bề mặt bóng bẩy, cây Sen đá Kim Tuyến trở thành một điểm nhấn nổi bật và thu hút ánh nhìn trong không gian trang trí của bạn.

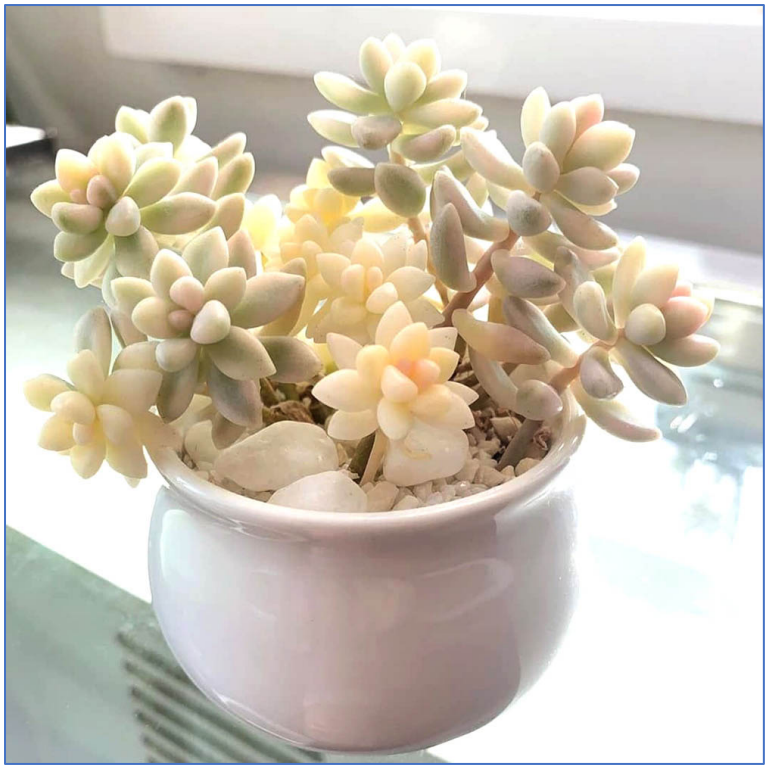
Vàng từ lâu đã được xem là biểu tượng của sự giàu có và sự sung túc. Sen đá Kim Tuyến mang trong mình ý nghĩa về sự thịnh vượng, may mắn và tài lộc. Nó còn được cho là mang lại năng lượng tích cực và đem lại cảm giác tự tin, giúp bạn thể hiện bản thân một cách tự tin và quyết đoán.

Sen đá Kim Tuyến là một sản phẩm thiên nhiên tuyệt vời với cấu trúc phức tạp của các tinh thể và sắc vàng độc đáo. Nó là một minh chứng cho sự tinh tế và quý phái của

thiên nhiên. Đặt cây Sen đá Kim Tuyến trong không gian sống của bạn, bạn sẽ trải nghiệm sự hài hòa và tinh tế mà nó mang lại.

Sen đá Kim Tuyến là một lựa chọn tuyệt vời để trang trí nội thất và làm nổi bật không gian sống của bạn. Đặt cây Sen đá Kim Tuyến trên bàn trà, bàn làm việc, hay kệ sách, nó sẽ tạo nên điểm nhấn độc đáo và mang đến không gian sống mới mẻ và sang trọng hơn.

Sen đá Kim Tuyến là món quà thiên nhiên tuyệt vời để bạn tỏa sáng và thể hiện sự quý phái trong không gian sống của mình. Hãy để sắc vàng lấp lánh của cây Sen đá Kim Tuyến đi vào cuộc sống của bạn, và trải nghiệm cảm giác phấn chấn và giàu có mà nó mang lại.



Hình 43. Sen đá Kim Tuyến

Nhớ đến Sen Đá UIT để tìm hiểu thêm về các loại sen đá tuyệt vời và được tư vấn chu đáo về cách lựa chọn và bảo quản chúng tại sendauit.com. Chúng tôi hy vọng rằng bạn sẽ tìm thấy cây sen đá đặc biệt và ý nghĩa nhất cho riêng mình! Hãy để Sen Đá UIT đồng hành cùng bạn trong hành trình khám phá vẻ đẹp tuyệt vời của các loại sen đá!

Tác giả: Nhất Huy

Bài 4:

TOP 10 CÂY SEN ĐÁ BÁN CHẠY NHẤT TẠI CỬA HÀNG SEN ĐÁ UIT

Sen đá một trong những loại cây được ưa chuộng phổ biến trong trang trí không gian nội thất và ngoại thất. Tại cửa hàng Sen Đá UIT, chúng tôi tự hào cung cấp những loại sen đá độc đáo và hấp dẫn, mang lại vẻ đẹp tự nhiên và tính thẩm mỹ cao cho không gian sống của bạn. Trong bài viết này, chúng tôi xin giới thiệu "Top 10 cây sen đá bán chạy nhất" tại Sen Đá UIT, dựa trên sự ưu ái và phản hồi tích cực từ khách hàng.

1. Sen đá Bánh bao - vẻ đẹp tự nhiên đáng yêu

Sen đá Bánh bao là một trong những cây sen đá phổ biến nhất với hình dáng chiếc bánh bao đáng yêu và hấp dẫn. Với màu sắc tươi tắn và hình dáng độc đáo, sen đá Bánh bao sẽ là điểm nhấn hấp dẫn trong không gian sống của bạn.

Hình 44. Sen đá Bánh bao - vẻ đẹp tự nhiên đáng yêu

2. Sen đá Cúc gai - sắc xanh hấp dẫn

Sen đá Cúc gai thu hút ánh nhìn với các lớp lá màu xanh dương đặc biệt và hấp dẫn. Hình dáng hoa sen đá độc đáo của cây mang lại sự mới mẻ và hấp dẫn cho không gian nội thất.

Hình 45. Sen đá Cúc gai - sắc xanh hấp dẫn

3. Sen đá Giva - tinh tế thon dài

Sen đá Giva gây ấn tượng với hình dáng thon dài và những dải màu xanh đậm trên lá cây. Đây là lựa chọn hoàn hảo để tăng thêm vẻ đẹp tự nhiên cho vườn hoặc không gian sống của bạn.

Hình 46. Sen đá Giva - tinh tế thon dài

4. Sen đá Kim cương - quý hiếm và sang trọng

Sen đá Kim cương là một trong những loại sen đá quý hiếm, với hình dáng mềm mại và màu sắc bóng loáng. Được coi là biểu tượng của sự quý phái và sang trọng, sen đá Kim cương thể hiện sự tinh tế trong trang trí nội thất.

Hình 47. Sen đá Kim cương - quý hiếm và sang trọng

5. Sen đá Móng Rồng Sao - sắc sảo và thu hút

Sen đá Móng Rồng Sao thu hút sự chú ý với các cánh lá dài và sắc sảo, tạo nên vẻ đẹp độc đáo và phong cách. Với màu xanh đậm và hình dáng đặc biệt, sen đá Móng Rồng Sao là một lựa chọn ưa thích trong việc trang trí không gian sống.

Hình 48. Sen đá Móng Rồng Sao - sắc sảo và thu hút

6. Sen đá Nhung - mềm mại và ấm áp

Sen đá Nhung mang đến vẻ đẹp mềm mại và ấm áp như nhung, tạo nên sự thoải mái và thư giãn trong không gian sống. Với sắc xanh nhẹ nhàng, sen đá Nhung là lựa chọn hoàn hảo cho không gian nội thất ấm cúng.

Hình 49. Sen đá Nhung - mềm mại và ấm áp

7. Sen đá Phật Bà trắng - thanh lịch và tinh khiết

Sen đá Phật Bà trắng tạo nên vẻ đẹp thanh lịch và tinh khiết, thích hợp để trang trí các khu vực tôn kính và linh thiêng. Màu trắng trong suốt của cây tạo nên sự thanh nhã và phong cách cho không gian sống.

Hình 50. Sen đá Phật Bà trắng - thanh lịch và tinh khiết

8. Sen đá Tay gấu - đáng yêu và thú vị

Sen đá Tay gấu có hình dáng như tay gấu đáng yêu và thú vị, tạo nên điểm nhấn độc đáo cho không gian sống. Sự đa dạng trong hình dáng và màu sắc của sen đá Tay gấu làm cho cây trở thành lựa chọn hấp dẫn trong việc trang trí.

Hình 51. Sen đá Tay gấu - đáng yêu và thú vị

9. Sen đá Thái - màu sắc tươi sáng và hấp dẫn

Sen đá Thái thu hút ánh nhìn với sự kết hợp các dải màu tươi sáng và hình dáng hoa sen đá độc đáo, là một trong những loại sen đá phổ biến và được ưa chuộng nhất.

Hình 52. Sen đá Thái - màu sắc tươi sáng và hấp dẫn

10. Sen đá Ruby - đỏ tươi sáng và quyến rũ

Sen đá Ruby gây ấn tượng với màu đỏ tươi sáng và hình dáng hoa sen đá độc đáo. Với vẻ đẹp nổi bật, sen đá Ruby là lựa chọn phổ biến và tạo điểm nhấn quyến rũ trong không gian sống.

Hình 53. Sen đá Ruby - đỏ tươi sáng và quyến rũ

Những cây sen đá phổ biến và độc đáo tại Cửa hàng Sen Đá UIT đem lại vẻ đẹp tự nhiên và tính thẩm mỹ cao cho không gian sống của bạn. Hãy ghé sendauit.com lựa chọn cho mình một trong những loại cây sen đá này để tăng thêm vẻ đẹp và sắp xếp không gian sống thêm sinh động và hấp dẫn!

Tác giả: Tấn Phú

Bài 5:

07 THÓI QUEN MÀ CHIẾC SEN ĐÁ CỦA BẠN HỐNG THÍCH MỘT CHÚT NÀO!

Sen Đá UIT biết rằng cây sen đá của chúng ta thật phi thường, trời không ban cho nó thân hình gai góc nhưng lại bắt nó phải tươi xanh giữa khắc nghiệt. Nên việc bạn "xót xa" và "nuông chiều" chúng là điều không thể tránh khỏi. Tuy nhiên, không phải việc gì mình nghĩ hợp logic là sẽ đúng cho mọi trường hợp, vạn vật đều có những quy luật riêng mà tạo hoá đã sắp đặt, và với cây sen đá này cũng vậy. Không thể phủ nhận việc chăm sóc cây sen đá không quá phức tạp, nhưng những sai lầm thông thường sau đây có thể khiến bạn "khóc hết nước mắt" đấy. Để Sen Đá UIT mách bạn biết để phòng tránh nhen.

Hình 54. Hướng dẫn chăm sóc sen đá

1. Tưới nước cho sen đá thường xuyên

Sen đá là cây mọng nước, việc tích trữ nước trong cơ thể sẽ giúp chúng có đủ "pin" để chống chọi với các cơn nắng nóng oi bức. Bạn sẽ nghĩ rằng thường xuyên cung cấp nước cho sen đá sẽ giúp nó "đỡ khát" và có nhiều nghị lực sống hơn. Nhưng mà bản tính sinh tồn của sen đá là thích nghi với môi trường khô cằn nên việc "nuông chiều" tưới quá nhiều nước cho chúng khiến bị úng cây là điều chúng không hề thích một chút nào đâu.

2. Sử dụng chậu không thoát nước để trồng sen đá

Sẽ là một hệ luỵ khác của việc tưới nhiều nước khi không thể thoát nước ra ngoài vì dùng chậu bít đáy. Việc giải phóng lượng nước dư thừa mà cây sen đá và đất không hấp thụ sẽ có ích trong việc phòng tránh ngập lụt, đất bị ẩm ướt quá lâu, là nguyên nhân chính gây ra mục rữa hoặc thối rễ sen đá. Bạn hãy đảm bảo rằng đất trong chậu phải khô hoàn toàn trước khi tưới lại và lượng nước dư phải được xả ra ngoài không để cây sen đá "đứng trong nước".

3. Đặt cây sen đá trong môi trường quá ẩm ướt

Độ ẩm không khí cao đối với loại cây thích sự khô khan, cằn cỗi như sen đá mà nói thì tốt nhất thà không có thì hơn. Mặc dù 80% cơ thể của chúng ta là nước, chúng ta thích sự mát mẻ, dễ chịu với độ ẩm cao cho da dẻ tươi mướt hồng hào, nhưng ngược lại cô cậu sen đá thì không, phải chăng vì 95% nước trong cơ thể chúng đã vượt ngưỡng về lượng nên dẫn đến sự biến đổi về chất là không thèm ưa nước nữa nhỉ?

4. Sen đá thiếu "ánh nắng trong tim"

Một nghịch lý muôn thuở là khi yêu người ta thường mù quáng, cứ lao đầu vào tình yêu điên cuồng vì nghĩ rằng trong tim mình có nắng. Nhưng đúng vào giây phút đó, chúng ta được sống trọn với cảm xúc của mình và con tim không bao giờ thấy hối tiếc. Vì thế, rõ biết tình yêu là đau khổ, rõ biết ánh nắng là gắt gay nhưng đừng vì thế mà bê ngay sen đá vào trong mát. Nó sẽ rất "phẫn uất" nếu bạn "cấm cản" tình yêu của chúng nó đấy. Hãy để nàng sen đá được hạnh phúc bên chàng nắng chứa chan để tình yêu được ra hoa kết trái… Nhưng đừng vì thương mà vun vén nước cho nó, sen đá sẽ không chết vì tình yêu bỏng cháy với nắng mà sẽ lụi tàn vì nước sôi đấy.

5. Không bón phân cho sen đá đúng cách

Mặc dù cây sen đá không yêu cầu nhiều phân bón, nhưng cần thiết vẫn phải đảm bảo cho chúng nhận đủ dinh dưỡng để khoẻ mạnh. Hãy là người chơi kiểng có trách nhiệm khi sử dụng đúng loại phân bón dành cho cây cảnh và tuân thủ hướng dẫn sử dụng để đạt được hiệu quả tốt nhất và tránh lạm dụng sẽ gây ra các tác dụng phụ không mong muốn.

6. Chăm sóc cây sen đá trong mùa đông

Đây cũng là một thói quen vì quá thương đâu ngờ lại hại. Nhiều loài sen đá cần thời gian nghỉ ngơi trong mùa đông sau khi đã yêu say đắm anh nắng mùa hè và chị gió mùa thu trong thời gian dài. Mùa đông thời tiết khô hanh, bứt rứt đối với chúng ta, nhưng dễ chịu đối với sen đá. Bạn hãy giảm lượng tưới nước và đừng nghĩ chúng sẽ lạnh mà đặt cây gần nguồn nhiệt, cứ mặc nhiên để giữ cho chúng được thư giãn trong mùa lạnh.

7. Chậm chữa trị khi sen đá bị bệnh hoặc nhiễm sâu

Sen đá mọng nước và tươi ngon, xanh mỡn như thế đến chúng ta còn thèm thuồng huống gì loài sâu bệnh đang hăm he, thèm khát ngoài kia. Nhưng lỡ một mai cây sen đá mỏng manh, xinh đẹp bị bệnh hoặc nhiễm sâu, hãy nhanh chóng tách cây bệnh ra khỏi

các cây khác và thực hiện điều trị kịp thời. Ông bà thường nói "*gần mực thì đen, gần đèn thì sáng*" nên việc tạm thời chia rẽ, cách li chúng nó âu cũng là điều nên làm để tránh ảnh hưởng, lây lan.

"*Thương cho roi cho vọt, ghét cho ngọt cho bùi*" nên Sen Đá UIT (sendauit.com) nhắc bạn đừng quá thương mà quên mất các quy tắc vàng trong việc nuôi trồng và chăm sóc sen đá. Có thể đối với các loại cây sen đá khác nhau sẽ có những yêu cầu chăm sóc riêng và điều kiện sống khác biệt, nhưng trên đây là những điều mà bất kỳ em sen đá nào cũng sẽ lắc đầu không thích, vậy nên các bạn đừng quên nhé!

Tác giả: Hoàng Phúc

Bài 6:

SEN ĐÁ UIT MÁCH BẠN 2 CÁCH TRỒNG SEN ĐÁ PHỔ BIẾN NHẤT

Sen đá, là một loại cây cảnh phổ biến với vẻ đẹp tinh tế, mang ý nghĩa phong thủy tốt lành trong truyền thống Đông Á. Sen đá UIT sẽ mách bạn 2 cách trồng sen đá phổ biến nhất: trồng sen đá trong chậu đất và trồng sen đá thủy canh. Hãy cùng tìm hiểu nhé!

1. Cách trồng sen đá trong chậu đất

Hình 55. Trồng sen đá trong chậu đất

Bước 1: Chuẩn bị đất và chậu

Sen đá thích hợp với đất có độ thoát nước tốt. Bạn có thể tự pha trộn đất bằng cát, sỏi, và đất thúc. Tránh sử dụng đất nhiều chất hữu cơ hoặc quá bón phân, vì đây là loại cây ít yêu cầu dinh dưỡng.

Chọn một chậu vừa vặn, đảm bảo có lỗ thoát nước ở đáy để tránh ngập úng đất và gây hại cho rễ sen.

Bước 2: Trồng sen đá

Lấy cây sen đá khỏi bao bì và tách rời các cành cây nhỏ với nhau nếu cần thiết.

Đặt một số viên sỏi hoặc cát nhỏ lên đáy chậu để tạo lớp thoát nước.

Đặt sen đá vào chậu sao cho rễ được bao phủ đều bởi lớp đất pha trộn đã chuẩn bị.

Nhấn nhẹ lên đất để đảm bảo cây ổn định và tiếp xúc tốt với đất.

Bước 3: Chăm sóc sen đá

Đặt chậu sen đá ở nơi có ánh sáng tự nhiên, tránh ánh nắng trực tiếp quá mạnh.

Tưới nước nhẹ nhàng và đều đặn, tránh để nước ngấm quá sâu vào lòng đất.

Đảm bảo không để nước đọng lại ở đáy chậu, tránh tình trạng thấm nước chậu và gây hại cho rễ sen.

Theo dõi sự phát triển của cây sen đá và cắt tỉa các cành cây non không cần thiết để giữ cho sen luôn đẹp và cân đối.

2. Cách trồng sen đá thủy canh

Hình 56. Trồng sen đá thủy canh

Bước 1: Chuẩn bị hệ thống thủy canh

Chọn một hệ thống thủy canh phù hợp như lọ thủy tinh, chậu thủy tinh, hoặc hệ thống thủy canh tự làm.

Đổ một lượng nước vừa đủ vào hệ thống thủy canh.

Bước 2: Trồng sen đá

Giữ cây sen đá ngâm nhẹ bên trong hệ thống thủy canh, đảm bảo rễ cây tiếp xúc với nước.

Không nhồi quá nhiều rễ vào hệ thống thủy canh, để cây sen đá dễ dàng hấp thụ nước và chắc chắn đứng vững.

Bước 3: Chăm sóc sen đá thủy canh

Đặt hệ thống thủy canh ở nơi có ánh sáng tốt, tránh ánh nắng trực tiếp quá mạnh.

Theo dõi mức nước trong hệ thống thủy canh và bổ sung thêm khi cần thiết.

Nếu thấy nước bị đục bẩn, hãy thay nước mới để đảm bảo sạch sẽ cho cây sen đá.

Trên đây là 2 cách trồng sen đá phổ biến nhất mà Sen Đá UIT đã mách bạn. Tùy theo điều kiện và sở thích của bạn, bạn có thể ghé sendauit.com lựa chọn cách trồng phù hợp nhất để thưởng thức vẻ đẹp của loài cây này và nhận được những lợi ích phong thủy tốt lành mà sen đá mang lại. Chúc bạn thành công và hãy yêu thương và chăm sóc cây cảnh của mình nhé!

Tác giả: Duy Khương

3. Tối ưu hoá trải nghiệm người dùng

3.1. Phân tích các điểm nhấn trong thiết kế giao diện trang web Sen Đá UIT

Thiết kế trang web đẹp không chỉ là về việc làm cho trang web trông hấp dẫn mà còn có tác động sâu sắc đến trải nghiệm người dùng và chiến lược SEO. Cụ thể là:

- *Thu hút sự chú ý và tăng tương tác* vì trang web nổi bật, dễ dàng thao tác giúp tạo ra ấn tượng tích cực và khơi dậy sự quan tâm ban đầu từ phía người truy cập.

- *Nâng cao niềm tin* vì trang web thiết kế chuyên nghiệp có xu hướng tạo nội dung và dịch vụ chất lượng

- *Giữ chân người dùng, tăng thời gian ở lại trang web* khám phá và tương tác nhiều hơn và nó có thể ảnh hưởng đến xếp hạng trang web trên kết quả tìm kiếm.

- *Giảm tỷ lệ thoát trang* vì trang web có thiết kế hấp dẫn có thể tương đương với việc người dùng tìm thấy thông tin họ cần và tìm kiếm thêm nội dung trên trang web.

a. Chung – phân tích chi tiết thiết kế trên Đầu trang và Chân trang

a.1. Đầu trang (header)

- Hình ảnh logo thương hiệu ưa nhìn, thể hiện được ý nghĩa trang web được bày trí cân đối cùng với các hình ảnh, thông tin mô tả các dịch vụ giúp cho người dùng xác định được đúng nơi mà họ cần tìm cho nhu cầu mua sen đá của mình và an tâm, trải nghiệm các dịch vụ mà cửa hàng cung cấp khi mua sắm.

- Một dòng thông tin Hotline màu đỏ nổi bật với Địa chỉ trên nền xanh để người dùng biết chính xác nơi nguồn hàng cung cấp, an tâm không phải website ảo.

- Mục quản lý tài khoản với chức năng Đăng nhập/Đăng ký đi kèm với những tuỳ chọn sau đăng nhập, giúp người dùng quản lý, theo dõi tốt hơn đơn hàng.

- Giỏ hàng nổi bật với sắc cam, thể hiện số lượng món hàng. Khi nhấp chuột vào sẽ hiện thông tin nhanh về các sản phẩm trong giỏ, kèm hai phím chức năng chính: Xem giỏ hàng và Tiến hành thanh toán được phối màu nổi bật.

- Thanh điều hướng trang nội dung được tô xanh tách biệt nền trắng trang web, điểm xuyến với các nút menu sẽ nổi bật màu cam khi được chọn. Nó được đính kèm khi cuộn trang để giúp người dùng dễ dàng điều hướng nơi muốn đến.

- Một submenu với mũi tên gợi ý xổ xuống ở mục Sản phẩm trên thanh điều hướng, bao gồm danh mục tất cả các sản phẩm trang web đang kinh doanh. Submenu này đính kèm trên thanh điều hướng và cuộn theo trang, giúp người dùng chọn nhanh loại sản phẩm, không cần phải về đầu trang hoặc ở trang Giới thiệu hoặc trang Liên hệ không có danh mục sản phẩm vẫn có thể vào để chọn.

- Thanh tìm kiếm cung cấp chức năng gợi ý tên sản phẩm (hoặc bài viết tin tức) khi người dùng gõ cụm từ thích hợp. Nó cũng được đính kèm thanh điều hướng và cuộn theo trang để hỗ trợ người dùng thao tác nhanh ở bất kỳ nơi nào.

a.2. Chân trang (footer)

- Các thông tin Liên hệ, Danh mục, Hỗ trợ khách hàng và Kết nối với UIT được sắp xếp phân khu theo cột, trong đó liệt kê các tiểu mục chi tiết với font và kích thước chữ khác giúp người dùng có thể chọn nhanh chỉ với một cú nhấp chuột.

- Chúng được phối màu trắng trên nền xanh, sẽ hiện màu cam khi nhấp vào và vì được nhúng liên kết nên sẽ điều hướng đến mọi trang nội dung theo từng tiểu mục để

mang lại cảm giác thuận tiện cho người dùng vì được phục vụ ở mọi nơi trên trang web, kể cả nơi gọi là "tận cùng" – chân trang.

- Phần Kết nối với UIT có đính kèm hình ảnh thực của trang fanpage Facebook, một phần giúp cho chân trang bớt đơn điệu, một màu, và phần khác khiến cho người dùng cảm thấy độ uy tín, rộng lớn của một hệ thống bán hàng đa nền tảng.

- Hơn nữa, một thanh tiện ích dọc thể hiện logo các liên kết ngoài dẫn đến các kênh thông tin khác như Facebook, Zalo, Điện thoại được thiết kế bên ngoài lề, và cuộn theo trang. Ngoài việc giúp người dùng thao tác nhanh, vị trí của nó còn giúp dễ dàng tìm kiếm nó khi cần.

- Đặc biệt, nút về đầu trang được thiết kế tinh tế ở chân trang sẽ tiện lợi hơn nhiều so với thao tác cuộn trang thủ công.

b. Riêng – phân tích chi tiết thiết kế trên Thân trang của từng trang nội dung

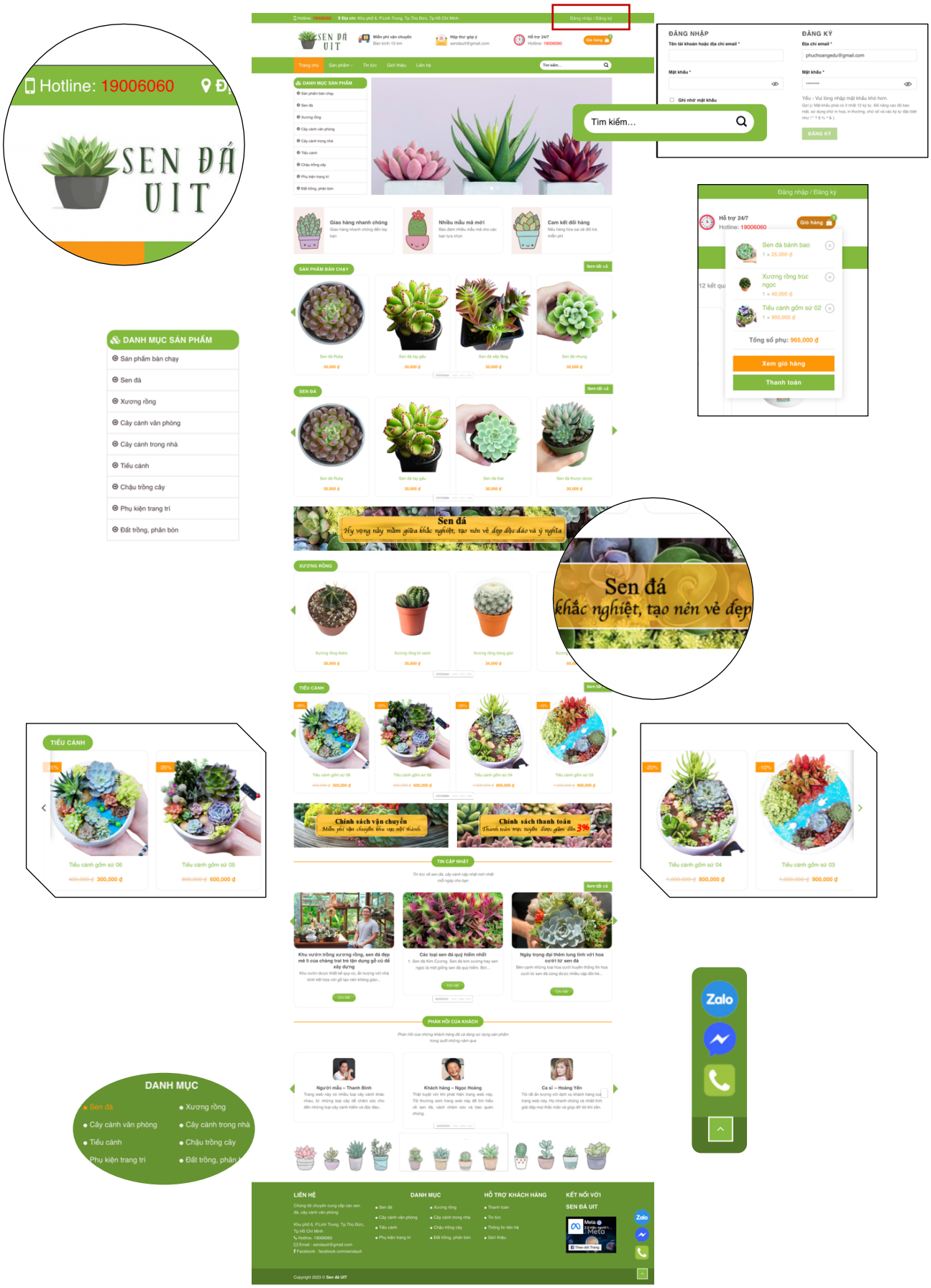
b.1. Trang chủ

Trang chủ là cơ hội duy nhất "níu chân" người dùng khi lần đầu tiên họ truy cập bất kỳ một trang web nào. Bởi Trang chủ là bộ mặt của một trang web, là nơi thể hiện các nội dung nổi bật mà trang web có cũng như là nơi gởi gắm các thông điệp mà trang web muốn truyền tải đến với người dùng.

Vì thế, Trang chủ *Sen Đá UIT* đã thể hiện đầy đủ các nội dung và điểm nhấn sau:

- Danh mục sản phẩm (side bar mini): thể hiện đầy đủ danh sách các loại sản phẩm đang kinh doanh trong một cột, có nhãn bo góc màu xanh nổi bật trên nền trắng, và các mục sản phẩm có đường kẻ phân cách, dễ nhìn.
- Phông nền (banner) chào mừng, giới thiệu 03 hình ảnh sen đá đẹp, được tự động chuyển đổi nhau qua lại trong mỗi vài giây, giúp tôn lên ý nghĩa trang web và tạo sự sống động trong một trang web tĩnh.
- Tiếp theo có 3 hình ảnh chủ lực của trang web (sen đá và xương rồng) được ký hoạ vẽ chì màu, mục đích là để: 1) mang ý nghĩa biểu trưng, tránh nhầm lẫn với sản phẩm kinh doanh (ảnh thật), 2) không gây cảm giác nhàm chán cho người xem và 3) minh hoạ cho các thông tin chính sách thêm về dịch vụ của cửa hàng.
- Bố cục xuyên suốt từ sau khu vực giới thiệu là danh sách các loại mặt hàng và nội dung nổi bật của trang web được sắp xếp theo mức độ ưu tiên quan tâm của người dùng, cụ thể: Sản phẩm bán chạy, Sen đá, Xương rồng, Tiểu cảnh, Tin cập nhật (và Hướng dẫn chăm sóc), Phản hồi của khách hàng đã trải nghiệm.

- Trong mỗi một phân loại sản phẩm, đều có nhãn ghi tên phân loại được thiết kế đồng nhất với nhau (thanh bo góc, nền xanh, chữ in, đậm và trắng) ở phía trái, nút chức năng "Xem tất cả" ở phía phải (nút cạnh vuông, nền xanh chữ trắng). Nhãn và nút đều nhúng đường dẫn dẫn đến trang phân loại sản phẩm đầy đủ mà chúng thể hiện, dù người dùng có nhầm lẫn giữa chúng vẫn có thể thao tác.
- Trong mỗi một phân loại, thể hiện 04 sản phẩm nổi bật nhất được trình bày chỉn chu, đặt đối tượng chủ thể sản phẩm vào trọng tâm khung hình, kèm tên sản phẩm, giá và nhãn khuyến mãi – nếu có (được phối màu cam nổi bật), vì theo khảo sát đây là 04 thứ người dùng quan tâm nhất đối với một sản phẩm, trình bày súc tích, đánh trọng tâm.
- Trong mỗi một phân loại, ngoài 04 sản phẩm tượng trưng dàn ngang, còn có 02 mũi tên hai bên, gợi ý người dùng nhấp vào, cuộn ngang trái - phải để xem thêm sản phẩm khác trong danh sách chúng được phân loại, và có chỉ mục (dạng thanh ngắn) được thiết kế tinh tế, khéo léo gợi ý người dùng về kết quả hiển thị.
- Tương tự thiết kế dàn ngang và có mũi tên gợi ý cuộn ngang đối với Tin cập nhật và Phản hồi của khách hàng, tuy nhiên có 02 điểm khác biệt để phân biệt bài viết với sản phẩm: 1) nhãn tiểu mục được căn giữa (kèm dòng mô tả) và 2) nội dung trình bày khác nhau, cụ thể: a) đối với Tin cập nhật: 03 bài, mỗi bài gồm hình ảnh tượng trưng, tiêu đề tin (in đậm), trích dẫn nội dung tin ngắn gọn và có nút chức năng "Chi tiết" để điều hướng đến bài viết đầy đủ, b) đối với Phản hồi: 03 phản hồi, mỗi phản hồi có thông tin của khách hàng (chân dung và tên khách hàng) và nội dung tin nhắn được trình bày ngắn gọn và thẩm mỹ.
- Để tạo điểm nhấn và tránh cảm giác rối mắt khi trình bày quá nhiều loại sản phẩm liên tiếp nhau, bố cục được thiết kế xen kẽ các banner thể hiện các thông điệp ý nghĩa về sản phẩm và các ưu đãi kèm theo khi mua sắm. Chúng được thiết kế nghệ thuật, lồng ghép hình - chữ cùng với các độ tương phản hợp lý.
- Đặc biệt ở cuối phần thân của Trang chủ, một dãy hình ảnh ký hoạ màu gồm sen đá và xương rồng được trưng bày cách điệu để tạo điểm nhất kết trang vui mắt khi người dùng cuộn đến cuối cùng. Nó như một món quà tinh thần gửi đến người dùng yêu sen đá nói riêng và cây cảnh nhỏ nhắn trang trí nói chung, với thông điệp chúng "đẹp như tranh vẽ". Đồng thời nếu xét về mặt kỹ thuật trình bày, nó như một loại bố cục tương hỗ và đối xứng cho các hình vẽ màu ở phần giới thiệu đầu phần thân trang của Trang chủ.



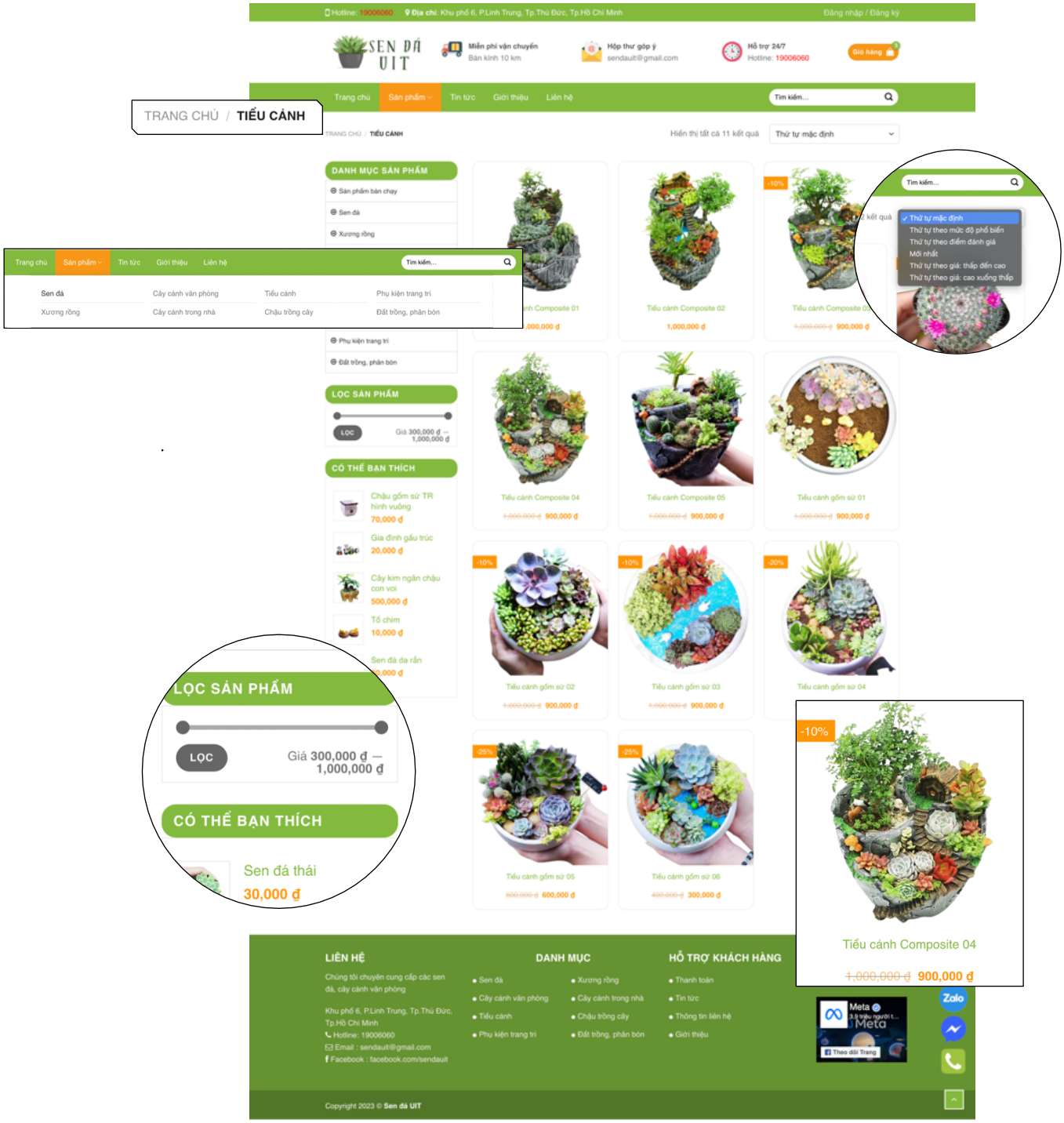
Hình 57. Giao diện Trang chủ hoàn chỉnh

b.2. Trang Danh mục sản phẩm

Trang Danh mục sản phẩm cũng như tất cả các trang phân loại sản phẩm cụ thể khác (như: sen đá, xương rồng, tiểu cảnh, chậu trồng, vật trang trí, …) đều được thiết kế với một bố cục và phong cách bày trí giống nhau vì chúng cùng một chức năng là thể hiện toàn bộ sản phẩm trong một phân loại. Điều này phù hợp với nguyên tắc nhất quán. Việc thiết kế tương đồng với các trang cùng chức năng giúp cho người dùng cảm thấy quen thuộc, quen sử dụng mà không cần phải học cách làm quen tương tác lại từ đầu khi đến mỗi trang (phù hợp tính dễ học dễ hiểu và nhanh chóng, hiệu quả).

Cụ thể, bố cục chính gồm 03 phần:

- *Phần đầu Thân trang:* phía trái thể hiện thanh đường dẫn vị trí nơi mà người dùng đang đứng trong sơ đồ sitemap (breadcrumbs), phía phải thể hiện kết quả hiển thị số lượng sản phẩm trong phân loại và một bộ lọc nhiều tuỳ chọn giúp cho người dùng sắp xếp hoặc tìm kiếm nhanh các sản phẩm theo ý mình.
- *Lề trang (side bar)* bao gồm 03 phần chính: 1) Danh mục sản phẩm (giống mô tả ở Trang chủ), 2) Bộ lọc sản phẩm theo giá: có nhãn định danh được thiết kế đồng bộ với các nhãn tiểu mục khác ở mọi trang (thanh bo góc, nền xanh, chữ in, đậm và trắng), một thang mức giá (giá thấp nhất - cao nhất thể hiện tuỳ theo mức giá khác nhau của từng phân loại sản phẩm) và một nút chức năng "Lọc" được thiết kế đồng màu với thang mức giá, xác định một bộ công cụ đi chung. 3) Có thể bạn thích là mục gợi ý danh sách các sản phẩm (gồm hình ảnh, tên và giá phối màu cam nổi bật) được sắp xếp theo chiều dọc của side bar, tạo cảm giác thuận mắt. Sự xen kẽ giữa tên và giá (xanh và cam) với một khoảng cách hợp lý giúp dễ phân biệt giữa các sản phẩm đồng thời có một cảm giác vui tươi.
- *Chính trang (main content)*: một danh sách các sản phẩm có trong phân loại được sắp xếp theo bố cục dạng lưới với kích thước các khung hình được căn đều phù hợp với chiều rộng của trang. Mỗi sản phẩm đều có hình ảnh được trình bày chỉn chu, tên sản phẩm màu xanh, tương phản với giá và nhãn khuyến mãi (nếu có) được phối màu cam nổi bật. Tất cả các chi tiết đã tạo nên sự hài hoà trong bố cục và độ tương phản giữa hình – chữ, chữ - chữ trong một ô, cũng như của cả danh sách lưới. Nếu phân loại có nhiều hơn 1 trang danh sách sản phẩm thì bên dưới có một thanh chỉ mục trang, kết hợp với dòng kết quả hiển thị ở đầu trang sẽ giúp người dùng nhận biết được số lượng hiện có của phân loại.



Hình 58. Giao diện trang Danh mục sản phẩm hoàn chỉnh.

b.3. Trang Chi tiết sản phẩm, trang Giỏ hàng và trang Thanh toán

Sở dĩ gộp chung 03 trang này lại không phải vì chúng tương đồng trong thiết kế, mà vì mỗi trang là một mắc xích trong một quy trình mua hàng, cụ thể:

1) Bắt đầu ở trang Chi tiết sản phẩm: bố cục trang gồm 02 phần chính:

- *Lề trang (side bar):* được thiết kế tương đồng với side bar trong trang Danh mục sản phẩm được trình bày trước đó. Duy chỉ có 02 điểm khác biệt chính: a) lề trang của trang Chi tiết sản phẩm chỉ có hai mục là Danh mục sản phẩm và Sản phẩm đang Hot (bán chạy) – thay cho mục Có thể bạn thích, và b) lề trang được đặt phía bên phải (thay vì đặt phía bên trái như trang Danh mục sản phẩm). Lý giải cho điểm khác biệt "đắt giá" này có thể đến từ 02 lý do: *thứ nhất*, tạo sự khác biệt với các trang khác, mục đích để người dùng dễ phân biệt nó với các trang phân loại sản phẩm, chính vì sự khác biệt về chức năng nên dụng ý muốn người dùng không quen thao tác như các trang kia để tránh cảm giác hụt hẫng vì sự nhầm lẫn không đáng có của người dùng, và *thứ hai*, muốn cho người dùng tập trung vào chủ thể chính của trang – là chi tiết sản phẩm đang được chọn xem hơn là các tiểu tiết bên lề khác. Thói quen đọc của người dùng Việt (không xét đến các văn hoá đặc biệt khác, vì trang web đang sử dụng ngôn ngữ tiếng Việt) là hướng mắt từ trái sang phải, do đó việc bày trí nội dung chính của trang ở bên trái giúp đạt được hiệu quả tập trung xem sản phẩm đang chọn của người dùng nhiều hơn, tăng cơ hội bán được hàng của cửa hàng.
- *Chính trang (main content):* bố cục gồm các khu vực nội dung như sau:

  + Hình ảnh sản phẩm là thứ người dùng quan tâm đầu tiên, cũng theo lý giải phía trên nên được xếp nổi bật bên trái, đính kèm là nhãn khuyến mãi phối màu cam nổi bật (nếu có) và tiện ích xem hình ảnh phóng to của sản phẩm được đặt khéo léo trong khuôn hình. Nếu sản phẩm có nhiều hình ảnh, thì chúng được xếp dàn ngang phía dưới ảnh chính để cung cấp thêm cho người dùng.

  + Bên cạnh hình ảnh là thông tin sản phẩm (được in đậm với kích thước lớn hơn), bên dưới là dãy sao đánh giá được điểm màu cam (nếu có), giá sản phẩm được phối màu cam nổi bật thể hiện thông tin về giá trước và sau khuyến mãi (nếu có), tình trạng hàng được trình bày nổi bật, tính năng chọn số lượng sản phẩm cần mua (có thể thao tác tăng (+), giảm (-) hoặc nhập số trực tiếp).

+ Hai nút chức năng Thêm vào giỏ hàng và Mua ngay được cung cấp cho người dùng tuỳ nhu cầu của họ: 1) nhấn nút Thêm vào giỏ hàng (được thiết kế dạng nút cạnh vuông, nền xanh chữ trắng) sẽ hiển thị thông báo nhỏ (pop up) với lời nhắn "Thêm vào giỏ hàng thành công" và hiển thị nhanh thông tin sản phẩm đã chọn (gồm hình ảnh, tên, giá, số lượng), thông tin số tiền tổng cộng và nút Xoá nhanh sản phẩm người dùng không muốn mua nữa. Đồng thời, thông báo này cũng gợi ý 02 nút chức năng Xem giỏ hàng và Tiến hành thanh toán dẫn đến các trang tương ứng để tiếp tục quy trình mua sản phẩm. 2) nhấn nút Mua ngay sẽ hiển thị thông báo nhỏ khác yêu cầu người dùng nhập nhanh các thông tin về người mua hàng (gồm tên, số điện thoại, địa chỉ, phương thức thanh toán) và hiển thị thông tin sản phẩm được chọn mua ngay mà thôi, vì chức năng kích thích người dùng mua ngay sản phẩm nên nó được thiết kế nổi bật (nút cạnh vuông, nền cam chữ trắng, kích thước lớn hơn).

+ Giữa trang là khu vực dành cho 02 nút chức năng Mô tả và Đánh giá. Đây là hai nội dung rất được người dùng quan tâm khi chọn mua bất kỳ một sản phẩm nào. Hai nút được đặt cạnh nhau và phía dưới là khu vực hiển thị nội dung có khả năng chuyển đổi qua lại tương ứng với nút chức năng nào được chọn. Nút được chọn sẽ đổi màu cam nổi bật so với màu xanh của nút còn lại, kèm theo một thanh gạch chân dưới đáy nút để giúp nhận diện nội dung đang hiển thị thuộc nút chức năng nào. 1) Mô tả: nội dung hiển thị dạng văn bản gồm các thông tin giới thiệu, ý nghĩa, cách chăm sóc, kích thước sản phẩm và các thông tin liên quan khác,… 2) Đánh giá: khi được chọn sẽ hiển thị một bảng kết quả đánh giá của người dùng về sản phẩm được hiển thị dưới dạng số lượng sao (từ 1 sao đến 5 sao), tỷ lệ %, số lượng đánh giá được mô phỏng dạng thanh ngang và điểm trung bình sao được đánh giá. Các sao được đánh giá và điểm trung bình được phối nổi bật với màu cam. Bên cạnh đó có nút chức năng Đánh giá ngay. Nút này được nhấn sẽ hiển thị một bảng biểu mẫu (form pop up) tiện cho người dùng để lại thông điệp đánh giá, số lượng sao bình chọn và thông tin người đánh giá để Gửi đánh giá. Một điểm đáng chú ý trong thiết kế bảng đánh giá là nút Đánh giá ngay và nút Gửi đánh giá được phối màu xanh dương. Lý do cho việc phối màu này là tạo một sự khác biệt trong khi các nút chức năng khác (được phối màu xanh, cam) là phục vụ cho quy trình chọn mua hàng, thì 02 nút chức năng này chỉ đơn thuần là ghi nhận thông tin cùng với một màu "xanh hy vọng" – hy vọng nhận được thông điệp đánh giá tốt từ khách hàng.

+ Cuối phần thân trang Chi tiết sản phẩm là mục Sản phẩm tương tự, giúp gợi ý các sản phẩm trong cùng một phân loại sản phẩm được chọn, cho người dùng nhiều sự lựa chọn hơn để có thể so sánh hoặc mua thêm. Nguyên lý thiết kế quen thuộc (giống với ở Trang chủ) là 04 sản phẩm tượng trưng được thiết kế dàn ngang, mỗi sản phẩm có những thông tin chính yếu được phối nổi bật, hai bên có mũi tên gợi ý cuộn ngang để xem thêm sản phẩm gợi ý và có chỉ mục.

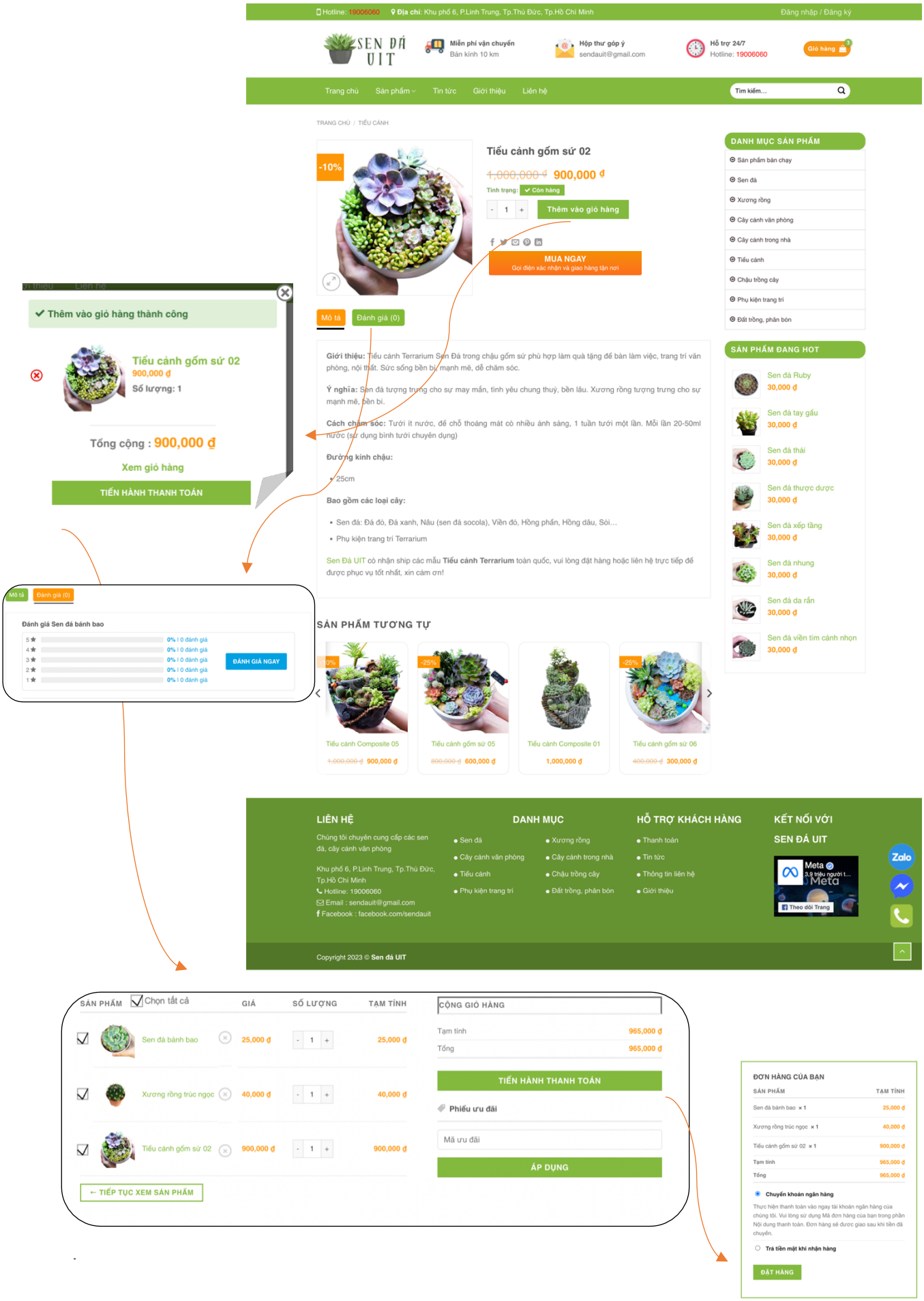
2) *Tiếp theo quy trình mua hàng ở trang Giỏ hàng*: có những điểm thiết kế sau:

- Trên đầu phần thân trang là thanh breadcrumbs quen thuộc, biểu thị vị trí hiện tại của người dùng đang thao tác trong sitemap (sơ đồ trang web).
- Nội dung chính của trang Giỏ hàng gồm 02 phần:

+ *Thông tin sản phẩm trong giỏ hàng*: bao gồm các cột: sản phẩm (hình ảnh và tên sản phẩm), giá, số lượng (có tiện ích tăng giảm số lượng) và giá tạm tính. Trong phần này có các chức năng hữu ích: 1) nút Chọn tất cả được đặt ở trên cùng, tiện thao tác hơn so với đặt ở cuối danh sách, cùng với các ô chọn từng sản phẩm muốn mua, 2) các nút xoá cho từng sản phẩm không muốn mua nữa, dĩ nhiên sẽ không có nút Xoá tất cả các sản phẩm, vì mục đích cuối cùng của trang web là bán được hàng, không thể thiết kế một nút nguy hiểm như thế được! 3) nút chức năng Tiếp tục xem sản phẩm để quay lại trang danh mục sản phẩm. Tuy nhiên, nút này được thiết kế chìm hơn hẳn các nút chức năng khác, vì không ai muốn đã đến bước này rồi lại phải "tạo điều kiện" cho người dùng quay lại bước đầu tiên của quy trình mua hàng cả, dù "buộc lòng" phải có chức năng này nhưng cố tình thiết kế nó ít thu hút người dùng một chút là một sự thông minh.

+ *Thông tin giá cuối cùng khi cộng giỏ hàng:* tất cả các loại giá đều tuân theo nguyên tắc đề ra ban đầu là chi tiết quan trọng nên thiết kế nổi bật với gam màu nóng (cam). Có 02 nút chức năng Tiến hành thanh toán và Áp dụng mã ưu đãi được thiết kế đồng bộ giống như các nút chức năng khác đã mô tả.

3) *Cuối cùng ở trang Thanh toán:* khi nhấn nút Tiến hành thanh toán cũng là lúc chính thức bắt đầu quy trình thanh toán. Nội dung trang Thanh toán gồm form thông tin người mua và thông tin cụ thể đơn hàng. Sau khi điền form, nhấn nút Đặt hàng để kết thúc bước đầu tiên trong quy trình. Bước thứ hai cũng là bước hoàn thành, đơn giản chỉ là trang điểm lại thông tin đặt hàng trước khi bàn giao. Cuối mỗi trang có một thanh tiến trình, thể hiện các bước đã được thực hiện trong quy trình mua hàng, bước chưa thực hiện được chỉnh màu chìm hơn giúp người dùng biết chính xác vị trí hiện tại đang ở đâu trong cả quy trình mua sắm.



Hình 59. Giao diện trang Chi tiết Sản phẩm, Giỏ hàng và Thanh toán hoàn chỉnh

b.4. Trang Tin tức và trang Chi tiết bài viết

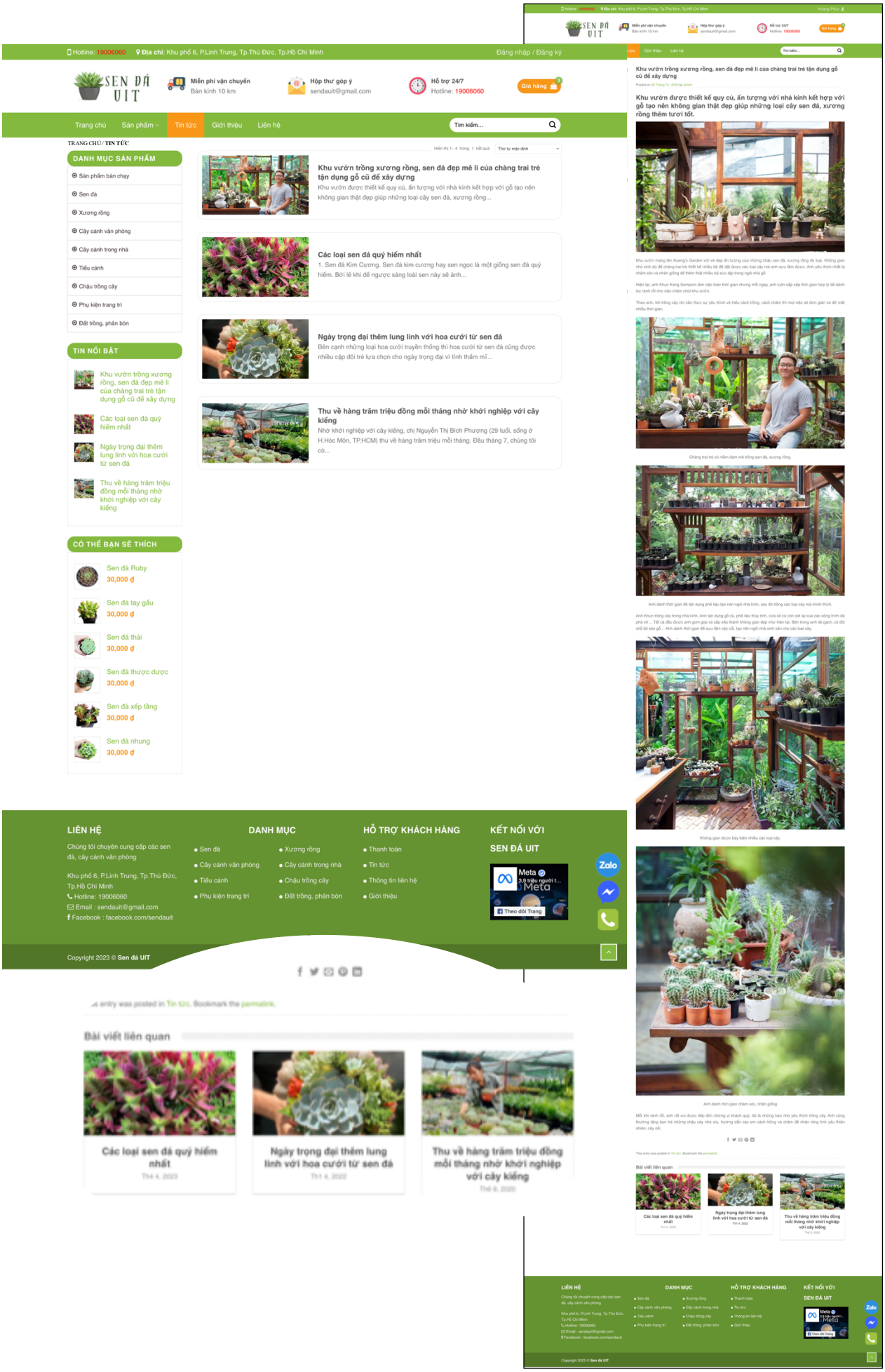
Trang Tin tức (tổng hợp) và trang Chi tiết bài viết cũng không ngoại lệ khi đầu trang là một thanh breadcrumbs ở phía trái biểu thị vị trí hiện tại trong sitemap, trong khi phía phải của riêng trang Tin tức thể hiện kết quả hiển thị số lượng bài viết và một bộ lọc nhiều tuỳ chọn giúp cho người dùng chọn được các bài viết theo phân loại Tin cập nhật mới nhất, Hướng dẫn chăm sóc cây, tin được nhiều người xem nhất,… theo ý muốn của mình.

Bố cục các trang cũng tuân theo tính tương đồng chung của các trang chức năng khác là gồm 02 phần chính:

- *Lề trang (side bar)*: tương tự với lề trang đã trình bày ở trang Danh mục sản phẩm, tuy nhiên, có một điểm khác biệt: thay vì có mục Lọc theo giá sản phẩm thì được thay thế bằng mục Tin nổi bật. Ở đây thể hiện một danh sách các bài viết nổi bật về các nội dung được quan tâm nhiều nhất: tin cập nhật về sen đá, xương rồng, các loại cây cảnh khác hoặc tin bài về cách hướng dẫn chăm sóc cây. Mỗi bài được trích dẫn đầy đủ tiêu đề của nó, giúp người dùng hình dung được rõ nội dung bài viết sẽ trình bày những gì.
- *Chính trang (main content)*:

  + *Đối với trang Tin tức*: một danh sách dọc các bài viết được thể hiện đầy đủ các thông tin: hình ảnh tượng trưng mô tả bài viết, tiêu đề bài viết được tin đậm với kích thước chữ to hơn so với nội dung trích dẫn ở phía dưới. Nếu có nhiều hơn 1 trang danh sách bài viết thì bên dưới có một thanh chỉ mục trang, kết hợp với dòng kết quả hiển thị ở đầu trang sẽ giúp người dùng nhận biết được số lượng trang bài viết hiện có của trang Tin tức.

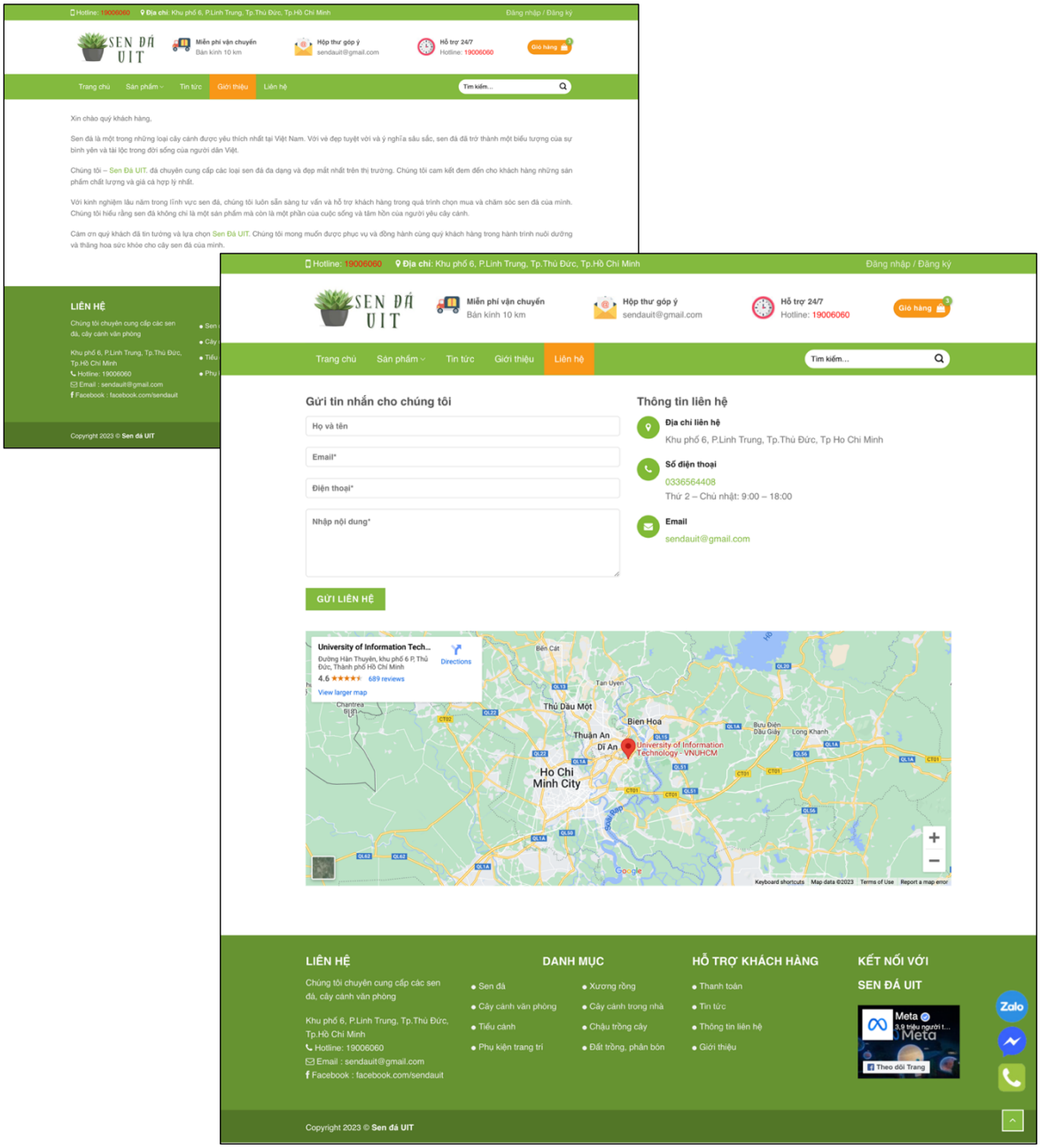
  + *Đối với trang Chi tiết bài viết*: thiết kế dành trọn phần chính trang để trình bày bài viết được chọn thể hiện. Bài viết được hiển thị dưới dạng văn bản có kích thước chữ và khoảng cách giãn dòng phù hợp, kết hợp với các hình ảnh minh hoạ được căn chỉnh đồng đều với nhau tạo cảm giác đồng bộ, thẩm mỹ. Tiêu đề bài viết có cỡ chữ lớn hơn và được in đậm, phía dưới có thông tin thời gian đăng bài. Cuối bài viết có thông tin trích dẫn nguồn hoặc tác giả. Cuối cùng, giao diện dành một khu vực cho mục Bài viết liên quan, là nơi gợi ý các bài viết khác cùng chủ đề. Chúng được thiết kế tương tự mục Tin cập nhật ở Trang chủ: 03 bài viết gợi ý dàn ngang, mỗi bài đều có hình ảnh, tiêu đề (in đậm) và thời gian đăng tải.



Hình 60. Giao diện trang Tin tức và Chi tiết bài viết hoàn chỉnh.

b.5. Trang Giới thiệu và trang Liên hệ

"Không cầu kỳ" là nhận xét cho 02 trang này, bởi lẽ đây là các trang phụ, là trang thông tin thêm, không đảm nhiệm chức năng trình bày sản phẩm vá các điểm nhấn nổi bật để thu hút sự chú ý để tham gia quy trình mua sắm. Đối với trang Giới thiệu, thiết kế chủ yếu là một bài viết ngắn dạng văn bản, không loè loẹt, không phô trương để thể hiện đúng tinh thần đơn giản và tinh tế. Đối với trang Liên hệ, bố cục gồm 03 phần: 1) form thông tin ghi nhận gửi lời nhắn, 2) Thông tin liên hệ: địa chỉ, số điện thoại và email của cửa hàng được thiết kế áp dụng độ tương phản chữ - chữ và đầu mỗi mục có biểu tượng (icon) tượng trưng cho nội dung thể hiện, 3) một bản đồ địa lý trực quan định vị địa chỉ của cửa hàng giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm.



Hình 61. Giao diện trang Giới thiệu và Liên hệ hoàn chỉnh

3.2. Tốc độ tải trang

a. Ý nghĩa tốc độ tải trang đến trải nghiệm người dùng và chiến lược SEO

Tốc độ tải trang (page load speed) là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến cả trải nghiệm của người dùng và chiến lược SEO của một trang web. Dưới đây là cách tốc độ tải trang ảnh hưởng đến cả hai khía cạnh này:

- **Tác động đến trải nghiệm người dùng**

- *Tạo ấn tượng ban đầu:* Một trang web tải trang nhanh chóng sẽ tạo ra ấn tượng tích cực ngay từ ban đầu. Người dùng sẽ không phải đợi lâu để xem nội dung và sẽ cảm thấy hài lòng về trải nghiệm của họ.

- *Giảm tỷ lệ thoát trang (bounce rate):* Tốc độ tải trang kém có thể dẫn đến việc người dùng rời khỏi trang web trước khi nội dung hiển thị. Điều này dẫn đến tăng tỷ lệ thoát trang, tức là người dùng không tương tác nhiều với trang web và quay lại kết quả tìm kiếm. Google và các công cụ tìm kiếm đánh giá tỷ lệ thoát trang và có thể ảnh hưởng đến thứ hạng của trang web.

- *Cải thiện tương tác:* Trang web nhanh chóng tạo điều kiện tốt để người dùng tương tác với nội dung hơn. Họ có thể dễ dàng duyệt qua các trang, xem hình ảnh và video, hoặc tham gia vào các hoạt động tương tác khác.

- **Tác động đến chiến lược SEO**

- *Thứ hạng tìm kiếm:* Google và các công cụ tìm kiếm khác đã xác nhận rằng tốc độ tải trang là một yếu tố xếp hạng. Trang web nhanh chóng và tải nhanh hơn có xu hướng đứng trên các kết quả tìm kiếm.

- *Crawlability*[3]*:* Tốc độ tải trang cũng ảnh hưởng đến khả năng của các robot tìm kiếm như Googlebot đọc các trang web. Nếu trang web tải chậm, các robot tìm kiếm có thể không thể đọc hết nội dung, ảnh hưởng đến việc đánh giá nội dung của trang web.

- Mobile-First Indexing[4]: Với việc Google chuyển sang mobile-first indexing, tốc độ tải trang trên thiết bị di động càng trở nên quan trọng hơn. Trang web phải tải nhanh và phản hồi tốt trên điện thoại di động để duy trì thứ hạng tốt trên các thiết bị di động.

---

[3] Crawlability là khả năng của các máy chủ tìm kiếm, như các robot tìm kiếm của Google (còn gọi là Googlebot), để "craw" (duyệt qua) và thu thập thông tin từ các trang web trên internet. Quá trình crawlability có thể được coi như việc "đọc" và "hiểu" nội dung của các trang web để sau đó có thể xếp hạng chúng trong kết quả tìm kiếm.

[4] Mobile-First Indexing là một chiến lược của Google để đảm bảo rằng trang web phải tối ưu hóa cho thiết bị di động, đồng thời nội dung và thông tin từ phiên bản di động của trang web cũng sẽ được sử dụng để xác định xếp hạng trang web của bạn trên kết quả tìm kiếm.

Tóm lại, tốc độ tải trang không chỉ ảnh hưởng đến trải nghiệm của người dùng mà còn có tác động mạnh mẽ đến chiến lược SEO. Trang web nhanh chóng tạo ra sự hài lòng của người dùng và cải thiện khả năng xếp hạng và hiển thị trong kết quả tìm kiếm của các công cụ tìm kiếm.

b. Công cụ hỗ trợ kiểm tra tốc độ tải trang - Google PageSpeed Insights

b.1. Tổng quan

Google PageSpeed Insights là một công cụ miễn phí của Google giúp kiểm tra và đánh giá tốc độ tải trang web trên cả phiên bản di động và phiên bản desktop. Nó cung cấp thông tin chi tiết về hiệu suất của trang web và đề xuất cách để tối ưu hóa nó để cải thiện trải nghiệm người dùng và cũng có thể ảnh hưởng đến xếp hạng trang web trên kết quả tìm kiếm.

b.2. Chức năng

Chức năng chính của Google PageSpeed Insights bao gồm:

- *Điểm xếp hạng tốc độ:* Công cụ sẽ cung cấp một điểm số từ 0-100 cho cả phiên bản di động và desktop của trang web dựa trên hiệu suất tải trang.

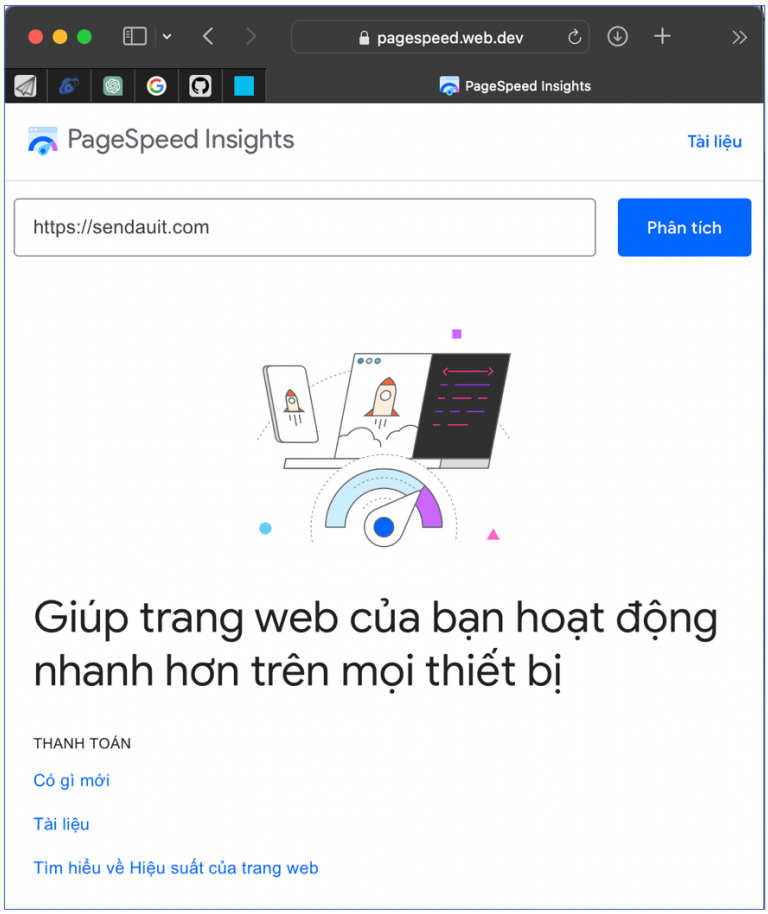
- *Hiển thị thời gian tải trang:* Thời gian cần thiết để trang web tải hoàn toàn trên các thiết bị di động và máy tính.

- *Các đề xuất tối ưu hóa:* Google PageSpeed Insights sẽ đề xuất những cách cụ thể để cải thiện tốc độ tải trang. Điều này bao gồm việc nén ảnh, loại bỏ tài liệu CSS và JavaScript không cần thiết, cải thiện việc sử dụng bộ nhớ cache và nhiều cách khác.

b.3. Cách thiết lập và sử dụng

Truy cập Google PageSpeed Insights:

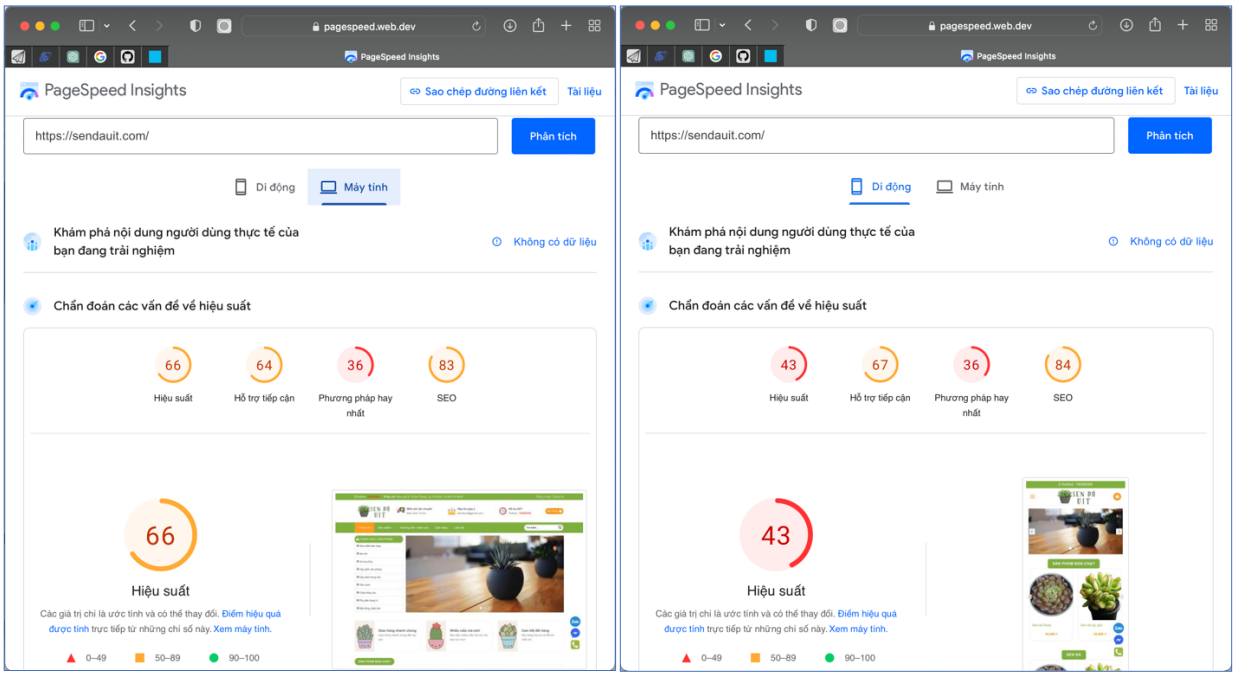
https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/.



Hình 62. Trang chủ Google PageSpeed Insights

Nhập URL trang web và nhấn nút Phân tích (Analyze).

Chờ kết quả: Công cụ sẽ tiến hành phân tích tốc độ tải trang và hiển thị kết quả cho cả phiên bản di động và desktop.



Hình 63. Kết quả phân tích tốc độ tải trang trên phiên bản mobile và desktop của sendauit.com

III. Xây dựng liên kết (SEO off-page)

1. Kỹ thuật gắn các thẻ tag từ khoá lên trang

- Bài viết phải luôn được gắn thẻ <titile> có chứa từ khoá SEO trên phần <header>, điều này nhằm mục đích: một là giúp người truy cập xác định được chủ đề chính của bài viết, hai là giúp cho con bọ tìm kiếm (spider) dễ dàng và nhanh chóng nhận diện từ khoá để đánh chỉ mục (index trang) cho trang web.

Ví dụ:

```
<title>3 lý do Sen Đá UIT luôn là sự lựa chọn tuyệt vời cho sinh viên</title>
```

- Hình ảnh đính kèm trong bài viết phải được đặt tên file là từ khoá chính mà nội dung bài viết đang muốn đề cập đến. Hơn nữa, hình ảnh phải có các thuộc tính như "title" để đặt chủ đề cho hình ảnh và "alt" để mô tả nội dung của hình ảnh phòng khi lỗi tải trang có xảy ra. Tất cả đều để phục vụ cho con bọ tìm kiếm có thể nhận diện và gợi ý chính xác hơn nội dung bài viết đến người dùng.

Ví dụ:

```
<img src="images/SenDaUIT.png"
     alt="Sen Đá UIT là thiên đường mua sắm sen đá trực tuyến giá tốt tuyệt vời dành cho sinh viên khu vực làng Đại học Thủ Đức"
     title="Trang chủ website Sen Đá UIT" >
```

- Các thẻ anchors text <a> được gắn thuộc tính "href" để trỏ về trang web của mình. Đây cũng là một backlinks hữu ích trong hệ thống các liên kết khi các bài viết được đăng tải trên các trang web ngoại vi nhằm truyền thông và quảng bá thương hiệu.

```
<a href=https://www.sendauit.com/ title="Trang chu Sen Da UIT">sendauit.com</a>
```

- Các từ khoá chính và phụ cũng cần được phân bổ trên các thẻ meta data:

+ Meta Description:

```
<meta name="description" content="Sen Đá UIT trang mua sen đá trực tuyến giá rẻ, uy tín, chất lượng cho sinh viên làng Đại học Thủ Đức. Đa dạng mẫu mã, miễn phí giao hàng và đồng kiểm." />
```

+ Meta Keywords:

```
<meta name="keywords" content="sen đá, sen đá uit, sen đá sinh viên, sen đá giá rẻ, mua sen đá trực tuyến, sen đá uy tín chất lượng, sen đá xinh xắn đẹp hiếm độc lạ, sen đá độc đáo, sen đá bánh bao, sen đá thái, sen đá tay gấu, sen đá ruby, sen đá phật bà, sen đá làng đại học Thủ Đức"/>
```

+ Meta Robots

```
<meta name="robots" content="all"/>
```

+ Meta Content Language:

```
<meta http-equiv="content-language" content="vi"/>
```

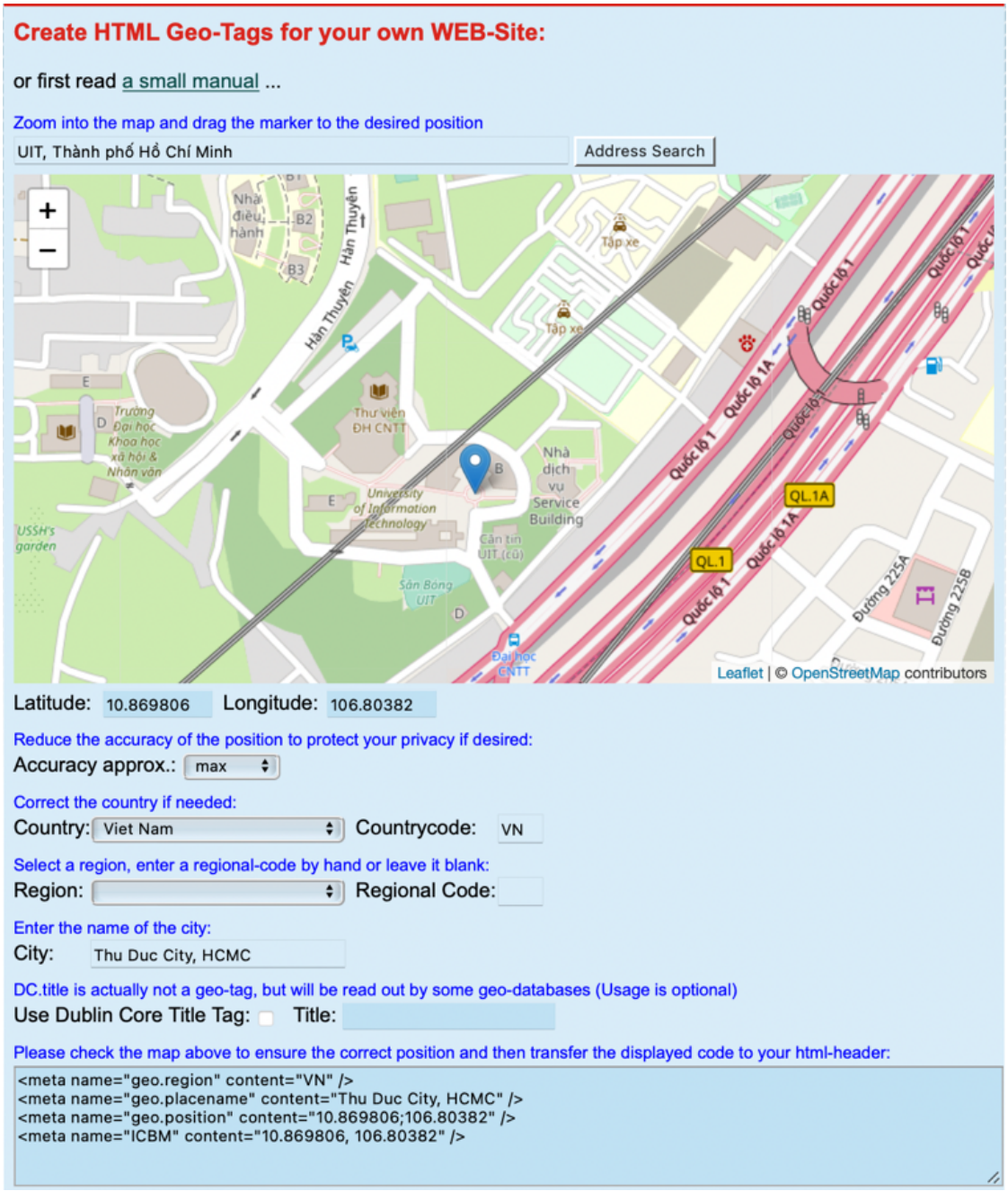
+ Meta Content Type:

```
<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=utf-8"/>
```

- Bên cạnh đó cũng nên chú ý đến việc gắn tag định vị Geo Meta Tag nhằm hỗ trợ cho mục đích SEO địa phương (local).

+ Geo Meta Tag: http://www.geo-tag.de/generator/en.html

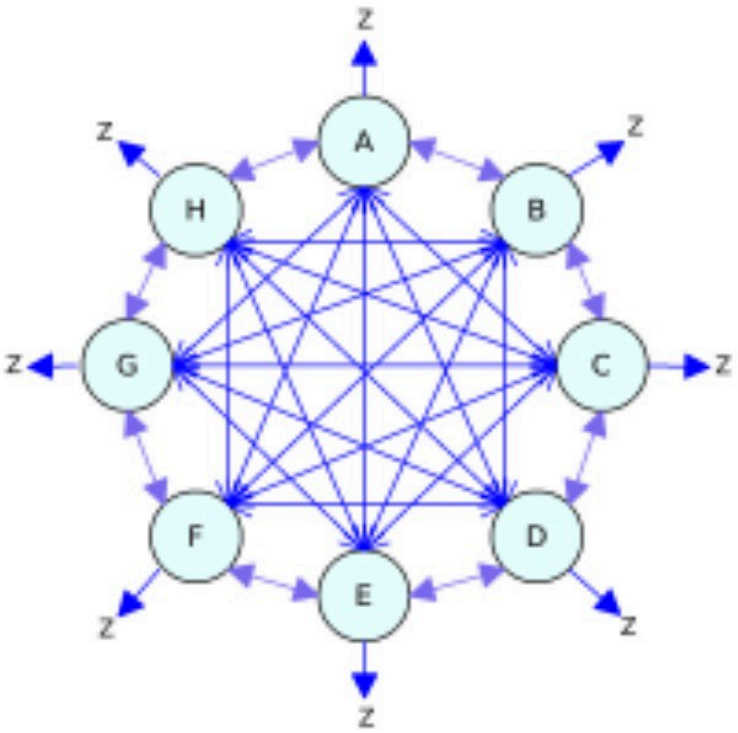
```
<head>
    <meta name="geo.region"
   content="VN"/>
    <meta name="geo.placename"
   content="Thu Duc City, HCMC"/>
    <meta name="geo.position"
   content="10.869806;106.80382"/>
    <meta name="ICBM"
   content="10.869806, 106.80382"/>
</head>
```

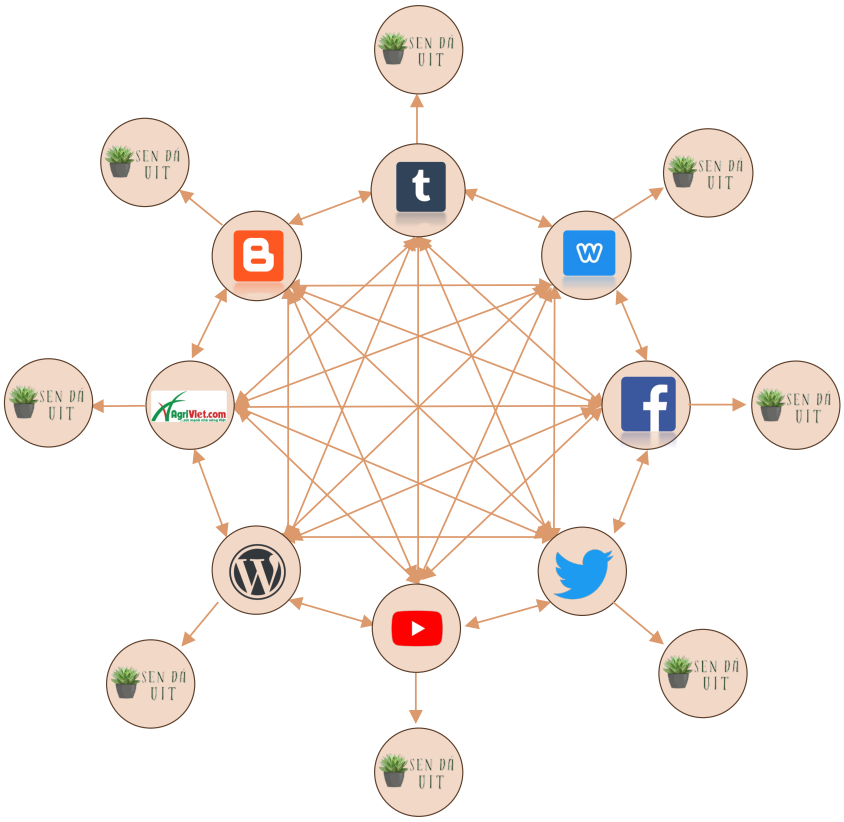


Hình 64. Gắn thẻ Geo Meta Tag

2. Kỹ thuật xây dựng hệ thống liên kết (SEO backlinks)

2.1. Mô hình liên kết lưới – Link Web





Hình 65. Mô hình hệ thống liên kết lưới cho trang web Sen Đá UIT (sendauit.com)

2.2. Tiến hành xây dựng liên kết (link building)

- **Danh sách các trang ngoại vi và bài viết xây dựng hệ thống backlinks**

#1: Agriviet.com

Bài viết: *5 loại sen đá phong thuỷ được ưu chuộng nhất tại Sen Đá UIT*

https://agriviet.com/threads/5-loai-sen-da-phong-thuy-duoc-uu-chuong-nhat-tai-sen-da-uit.404080/

#2: Facebook.com

Bài viết: *3 lý do Sen đá UIT luôn là sự lựa chọn tuyệt vời cho sinh viên*

https://www.facebook.com/uitsenda/posts/pfbid02nNHGyZFs2E8YUkXx1KjPpfiZ9vEHZ8E87Ckt1kYCJZ3kEcHnMJcXYwz28JXWoGtal

#3. Weebly.com

Bài viết: *Sen đá UIT mách bạn 2 cách trồng sen đá phổ biến nhất*

https://sendauit.weebly.com/blog

#4. Tumblr.com

Bài viết: *Top 4 ở Sen Đá UIT giúp bạn hấp dẫn hơn trong mắt bạn đời*

https://www.tumblr.com/sendauitcom/723988494583824384/top-4-lo%E1%BA%A1i-sen-%C4%91%C3%A1-gi%C3%BAp-b%E1%BA%A1n-h%E1%BA%A5p-d%E1%BA%ABn-h%C6%A1n-trong-m%E1%BA%AFt?source=share

#5. Blogger.com

Bài viết: *Top 10 cây sen đá bán chạy nhất tại cửa hàng Sen Đá UIT*

https://sendauit.blogspot.com/2023/07/top-10-cay-sen-ban-chay-nhat-tai-cua.html

#6. WordPress.com

Bài viết: *7 thói quen chiếc sen đá của bạn hổng thích một chút nào!*

https://sendauit.wordpress.com/2023/07/27/7-thoi-quen-ma-chiec-sen-da-cua-ban-hong-thich-mot-chut-nao/

#7. YouTube.com

Bài viết: *Chào mừng bạn đến với sendauit.com*

https://www.youtube.com/watch?v=kERHHw5ykt8&t=12s

#8. Twitter.com

Bài viết: *Tổng hợp link 6 bài viết của Sen Đá UIT*

https://twitter.com/SenUit84097/status/1688419023560790021?s=20

2.3. Mô tả hệ thống liên kết backlinks thực nghiệm

Trang ngoại vi		Tiêu đề bài viết	Keyword		URL bài viết (backlink)	Trỏ đến	
STT	Trang		Keyword chính	Keyword phụ		Trang chính	Trang ngoại vi
1	**Agriviet**	5 loại sen đá phong thuỷ được ưu chuộng nhất tại Sen Đá UIT	Sen Đá UIT	sen đá phong thủy, sen đá trang trí, sen đá mông hoa vàng, sen đá nhung, sen đá kim cương, sen đá đế vương, sen đá quý hiếm, sen đá nâu hắc vương tử, sen đá độc đáo, sen đá giá rẻ cho sinh viên, đa dạng loại sen đá	https://agriviet.com/threads/5-loai-sen-da-phong-thuy-duoc-uu-chuong-nhat-tai-sen-da-uit.404080/	https://sendauit.com	facebook.com weebly.com tumblr.com blogger.com wordpress.com
2	**Facebook**	3 lý do Sen đá UIT luôn là sự lựa chọn tuyệt vời cho sinh viên	Sen Đá UIT	sen đá giá rẻ cho sinh viên, sen đá xinh xắn, mua sắm sen đá trực tuyến, sen đá chất lượng đa dạng uy tín, sen đá làng đại học, sen đá đẹp hiếm độc và lạ, sen đá bánh bao, sen đá thái, sen đá độc đáo, sen đá tay gấu, sen đá phật bà, sen đá ruby	https://www.facebook.com/uitsenda/posts/pfbid02nNHGyZFs2E8YUkXx1KjPpfiZ9vEHZ8E87Ckt1kYCJZ3kEcHnMJcXYwz28JXWoGtal		agriviet.com weebly.com tumblr.com blogger.com wordpress.com
3	**Weebly**	Sen đá UIT mách bạn 2 cách trồng sen đá phổ biến nhất	Sen Đá UIT	cách trồng sen đá phổ biến, trồng sen đá chậu đất, trồng sen đá thuỷ canh, chăm sóc sen đá	https://sendauit.weebly.com/blog		agriviet.com facebook.com tumblr.com blogger.com wordpress.com
4	**Tumblr**	Top 4 ở sen đá UIT giúp bạn hấp dẫn hơn trong mắt bạn đời	Sen Đá UIT	sen đá succulent plant, cây hoa sen, sen đá độc đáo và đẹp mắt, sen đá hiếm, loại sen đá, sen đá nam tính, sen đá nữ tính, sen đá tuyệt vời, se đá đặc biệt, sen đá kỵ sĩ đen ginkgo biloba, sen đá nhím đen euphorbia obesa, sen đá hoa hồng xanh rhodochrosite, sen đá kim tuyến pyrite	https://www.tumblr.com/sendauitcom/723988494583824384/top-4-lo%E1%BA%A1i-sen-%C4%91%C3%A1-gi%C3%BAp-b%E1%BA%A1n-h%E1%BA%A5p-d%E1%BA%ABn-h%C6%A1n-trong-m%E1%BA%AFt?source=share		agriviet.com facebook.com weebly.com blogger.com wordpress.com
5	**Blogger**	Top 10 cây sen đá bán chạy nhất tại cửa hàng Sen Đá UIT	Sen Đá UIT	sen đá độc đáo hấp dẫn, sen đá quý hiếm, sen đá bán chạy nhất, sen đá phổ biến nhất, sen đá bánh bao, sen đá cúc gai, sen đá giva, sen đá kim cương, sen đá móng rồng sao, sen đá nhung, sen đá phật bà trắng, sen đá tay gấu, sen đá thái, sen đá ruby	https://sendauit.blogspot.com/2023/07/top-10-cay-sen-ban-chay-nhat-tai-cua.html		agriviet.com facebook.com weebly.com tumblr.com wordpress.com
6	**WordPress**	7 thói quen chiếc sen đá của bạn hổng thích một chút nào!	Sen Đá UIT	cây sen đá, chăm sóc sen đá, cây sen đá mọng nước, trồng sen đá, cây sen đá mỏng manh xinh đẹp, loại cây sen đá	https://sendauit.wordpress.com/2023/07/27/7-thoi-quen-ma-chiec-sen-da-cua-ban-hong-thich-mot-chut-nao/		agriviet.com facebook.com weebly.com tumblr.com blogger.com

IV. Phân tích tính hiệu quả của chiến lược SEO

1. Quản lý định danh (SEO Local)

1.1. Ý nghĩa

Ý nghĩa của quản lý định danh trong SEO rất quan trọng vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến việc xây dựng và duy trì thương hiệu trực tuyến của một doanh nghiệp. Dưới đây là một số điểm ý nghĩa cốt yếu:

+ *Tạo sự nhất quán:* quản lý định danh giúp đảm bảo rằng thông tin về doanh nghiệp như tên, địa chỉ, số điện thoại và các thông tin liên hệ khác đều được cung cấp một cách nhất quán và chính xác trên nhiều nền tảng khác nhau. Điều này giúp người dùng và cả các công cụ tìm kiếm nhận diện được doanh nghiệp một cách dễ dàng và tin tưởng.

+ *Xuất hiện trong kết quả tìm kiếm địa phương:* thông tin định danh chính xác và cập nhật giúp doanh nghiệp xuất hiện trong kết quả tìm kiếm địa phương, đặc biệt là khi người dùng tìm kiếm sản phẩm hoặc dịch vụ ở gần địa điểm của họ. Điều này giúp tối ưu hóa khả năng tiếp cận đối tượng khách hàng địa phương.

+ *Tạo uy tín và tín cậy:* thông tin định danh chính xác và được cập nhật thường được xem như một dấu hiệu của sự chuyên nghiệp và tín cậy. Khách hàng có xu hướng tin tưởng hơn vào các doanh nghiệp có thông tin định danh rõ ràng và chính xác.

+ *Tối ưu hóa trải nghiệm người dùng:* thông tin định danh đầy đủ và chính xác giúp người dùng dễ dàng tìm thấy và liên hệ với doanh nghiệp. Điều này tạo ra trải nghiệm tích cực và thuận lợi, giúp tăng cơ hội tương tác và giao dịch.

+ *Tương tác trên các nền tảng xã hội:* thông tin định danh cũng được sử dụng trên các nền tảng xã hội. Quản lý định danh đảm bảo rằng thông tin trên các nền tảng này khớp nhau và thể hiện đúng hình ảnh của doanh nghiệp.

–Tóm lại, quản lý định danh trong SEO có ý nghĩa quan trọng trong việc xây dựng, duy trì thương hiệu trực tuyến và tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác và giao dịch với khách hàng.

1.2. Công cụ phân tích và quản lý - Google My Business

a. Giới thiệu về Google My Business

Google My Business là một công cụ dành cho doanh nghiệp quản lý sự hiện diện trực tuyến trên Google Search và Google Map.

Công dụng mà Google My Business mang lại là có thể giúp khách hàng tìm thấy doanh nghiệp, sản phẩm của mình trên đầu danh sách kết quả tìm kiếm. Từ đó, có thể giới thiệu về doanh nghiệp cũng như các sản phẩm, dịch vụ mà mình cung cấp.

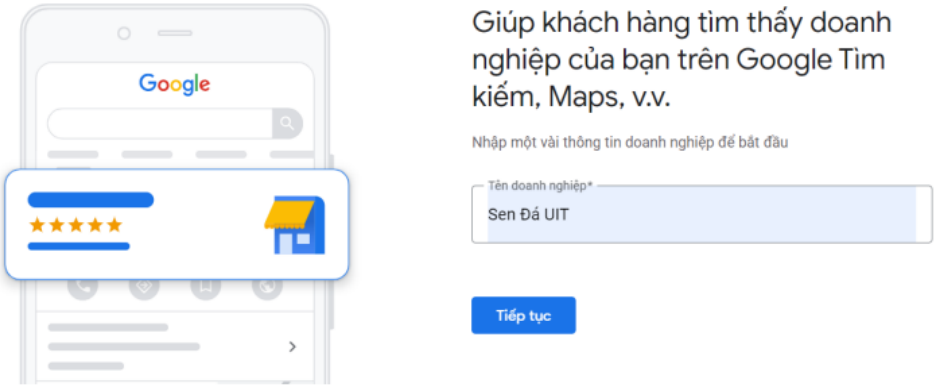
Tóm lại, Google My Business là một công cụ dễ sử dụng dành cho các doanh nghiệp và tổ chức để quản lý sự hiện diện trực tuyến của họ trên Google, đồng thời để giúp khách hàng tìm thấy doanh nghiệp của người dùng, người dùng có thể xác minh doanh nghiệp và chỉnh sửa thông tin doanh nghiệp của mình.

b. Cách đăng ký Google My Business

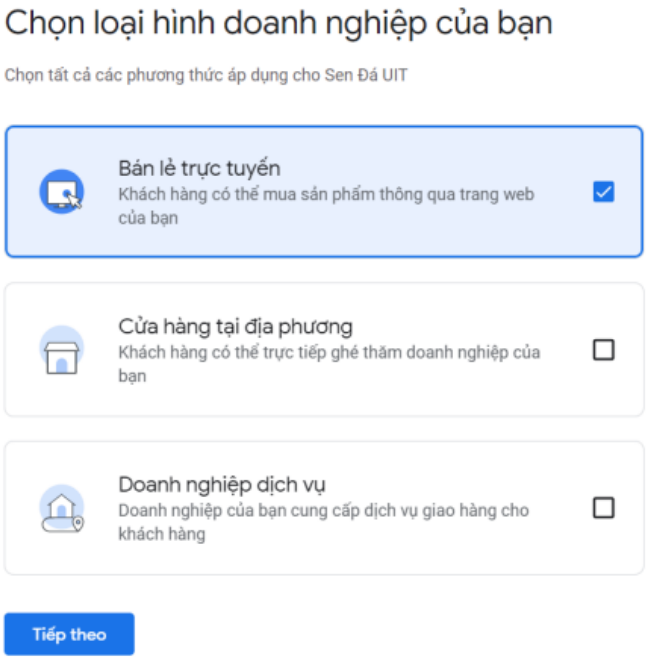
Trước tiên, người dùng truy cập địa chỉ website đăng ký tài khoản theo đường link: https://www.google.com/business/ và nhấn nút Start now để bắt đầu đăng ký.

Bước 1: Điền tên doanh nghiệp của người dùng

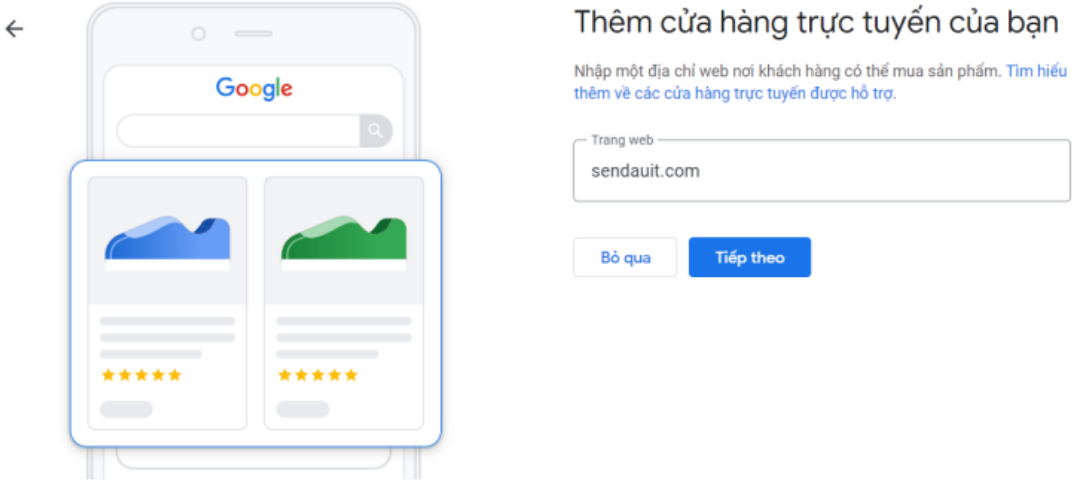
Sau khi điền tên nhấn vào Next để đồng ý với các Điều khoản dịch vụ và Chính sách bảo mật của Google đã đưa ra, sau đó ấn tiếp tục.



Bước 2: Chọn loại hình doanh nghiệp



Bước 3: Nhập địa chỉ của doanh nghiệp

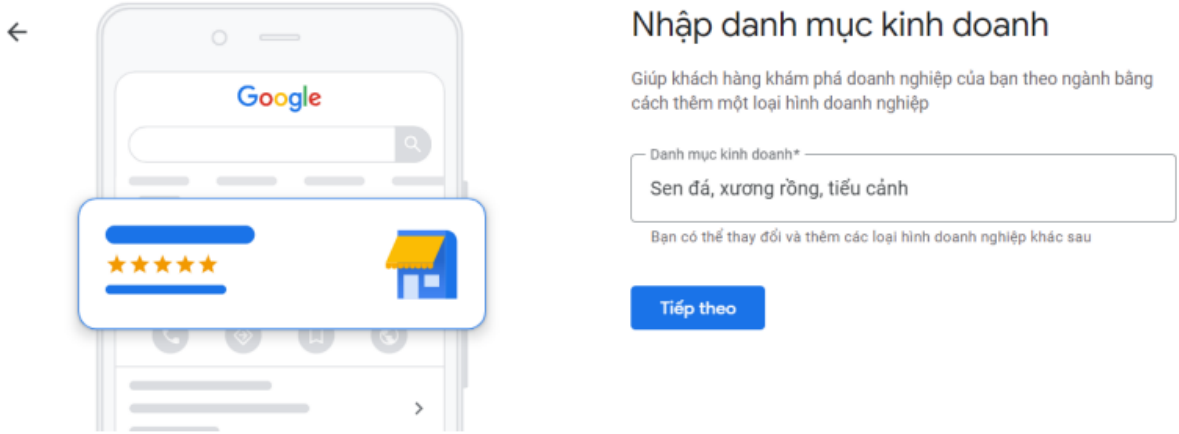


Địa chỉ này sẽ hiển thị trên Google Search và Google Maps khi khách hàng tìm kiếm thông tin về doanh nghiệp của người dùng.

Sau khi ấn Yes, một bảng địa chỉ sẽ hiện lên. Việc của người dùng đó là nhập đúng thông tin địa chỉ doanh nghiệp của mình, sau đó nhấn Next và tiếp tục xác nhận vị trí của người dùng khi hiển thị trên Google Maps để hoàn thành bước này.

Tiếp theo, Google sẽ hỏi người dùng "có địa chỉ nào khác không?" Nếu doanh nghiệp của người dùng có nhiều địa chỉ thì ấn Yes và nhập thêm địa chỉ mới, còn nếu không thì hãy ấn No.

Bước 4: Chọn danh mục phù hợp nhất với doanh nghiệp của người dùng



Khi chọn danh mục, người dùng không nên liệt kê hết tất cả các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp. Ví dụ, doanh nghiệp người dùng kinh doanh quán trà sữa người dùng nên chọn trà chân trâu thay vì chọn trà sữa. Hãy chọn một danh mục chính, cụ thể để mô tả toàn bộ doanh nghiệp của người dùng. Sau đó, sử dụng các danh mục bổ sung để khách hàng của mình biết thêm về các sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp người dùng cung cấp.

Bước 5: Lựa chọn những chi tiết liên hệ mà người dùng muốn hiển thị cho khách hàng.

Đến bước này, Google sẽ hỏi người dùng "Người dùng có muốn nhận thông tin liên lạc với các mẹo và đề xuất được cá nhân hóa để cải thiện sự hiện diện của doanh nghiệp trên Google không?". Nếu người dùng đồng ý hãy nhấn Yes còn không đồng ý thì chọn No, sau đó nhấn Next.

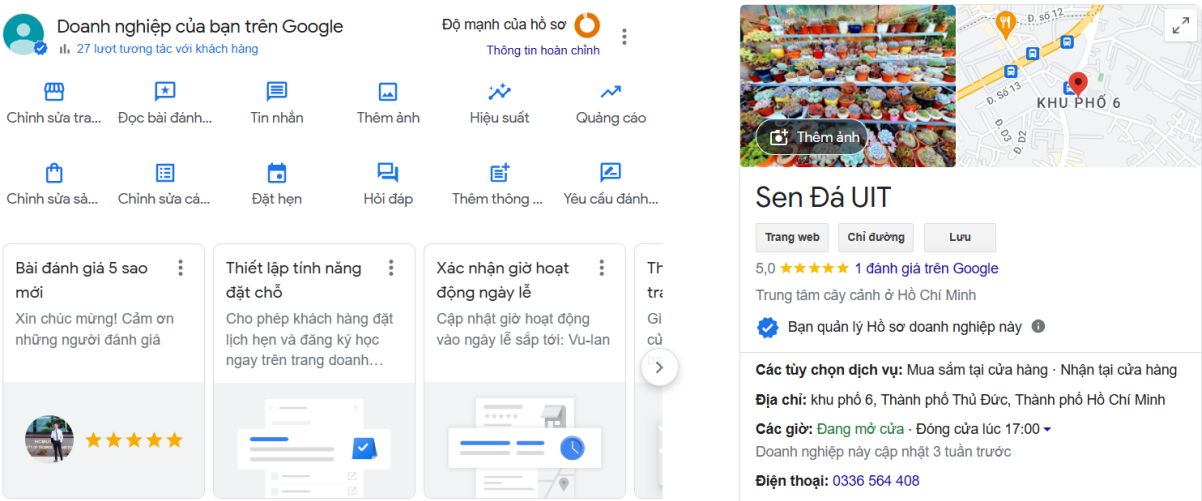
Cuối cùng, người dùng hãy nhấn Finish (hoàn thành) sau khi đã hoàn tất các bước ở trên để đăng ký sử dụng với Google My Business.

Trong trường hợp cần xác minh Google Map người dùng phải điền thông tin chính xác về địa chỉ của doanh nghiệp để Google gửi mã số xác nhận về cho người dùng qua đường bưu điện.

c. Ý nghĩa Google My Business trong quản lý định danh trang sendauit.com

Google My Business cho phép doanh nghiệp sendauit.com cung cấp thông tin chính xác về mình trực tiếp trên trang kết quả tìm kiếm của Google. Điều này giúp sendauit.com dễ dàng xuất hiện khi khách hàng tìm kiếm sản phẩm hoặc dịch vụ phân phối sen đá, xương rồng mà doanh nghiệp cung cấp.

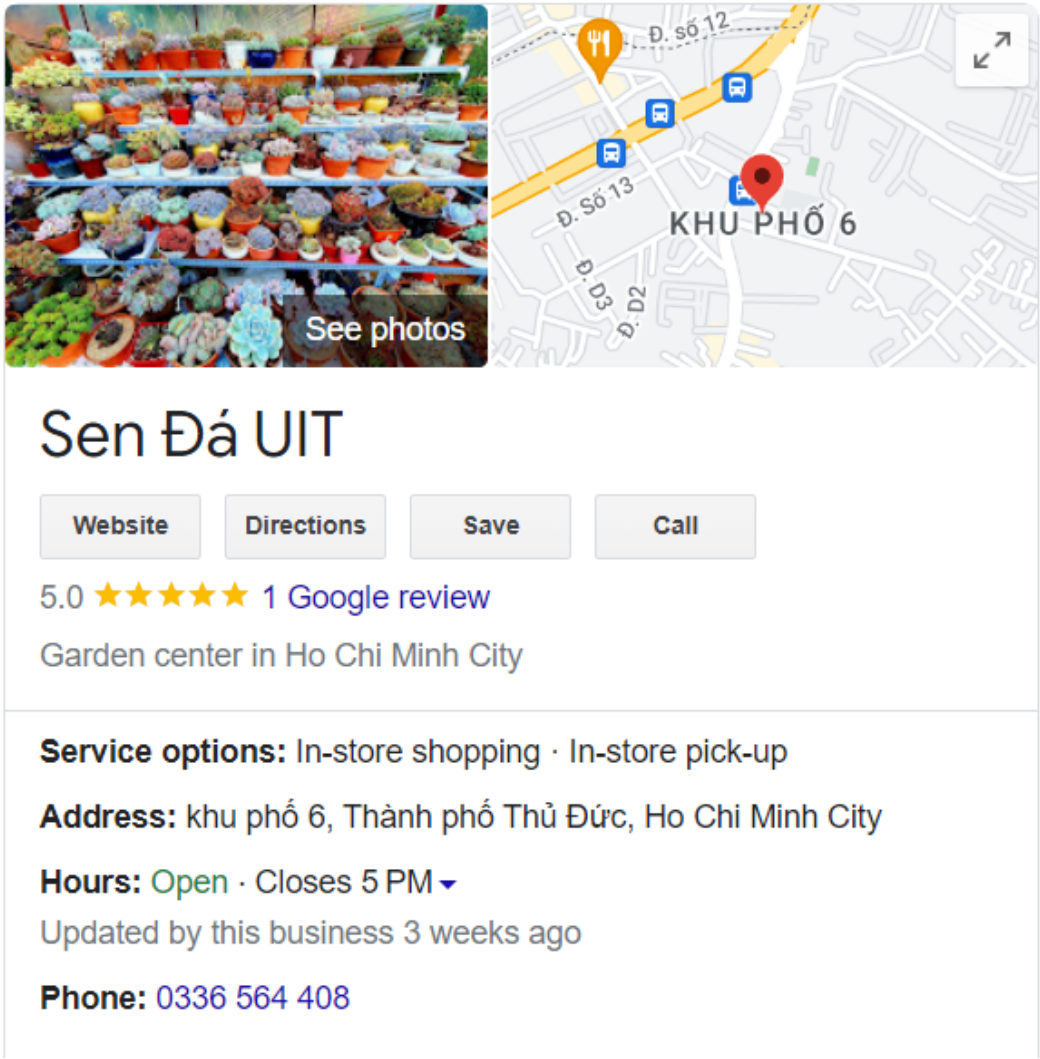
Việc cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác và cập nhật trên Google My Business giúp sendauit.com tối ưu hóa khả năng xuất hiện trong kết quả tìm kiếm địa phương ở khu vực thành phố Thủ Đức, thành phố Hồ Chí Minh. Đồng thời, nó còn giúp tạo dựng uy tín và sự tin tưởng từ phía khách hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình tương tác và giao dịch.



Hình 66. Giao diện Google My Business quản lý sendauit.com

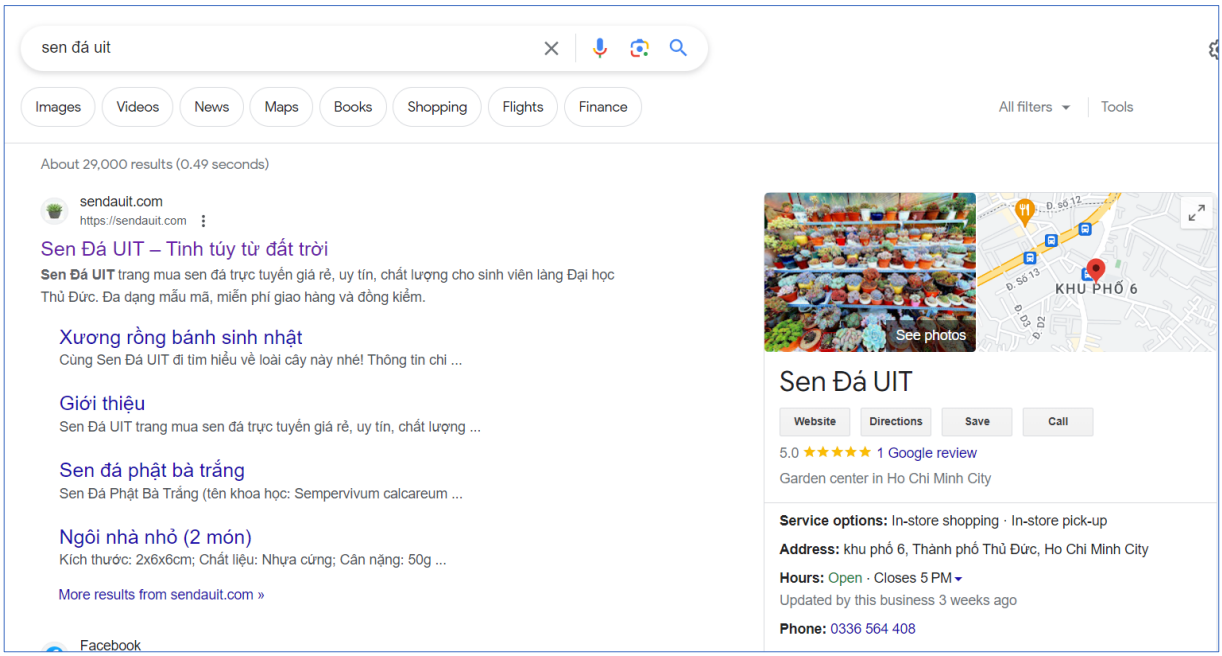
Dưới đây là một số vai trò quan trọng của Google My Business trong việc quản lý định danh mà Google My Business đã đem lại cho trang sendauit.com:

+ *Xác thực và hiển thị thông tin*: Google My Business cho phép sendauit.com xác thực và hiển thị thông tin NAP (Name – Address – Phone) quan trọng như tên cửa hàng Sen Đá UIT; địa chỉ ở khu phố 6, thành phố Thủ Đức, thành phố Hồ Chí Minh; số điện thoại của cửa hàng: 0336564408; giờ làm việc từ 06 – 17 giờ hằng ngày; và địa điểm được đánh dấu trên kết quả tìm kiếm từ Google Search và Google Maps. Điều này giúp đảm bảo thông tin của doanh nghiệp được hiển thị chính xác và nhất quán trên các nền tảng quan trọng và giúp khách hàng dễ dàng sắp xếp để tiếp cận doanh nghiệp.



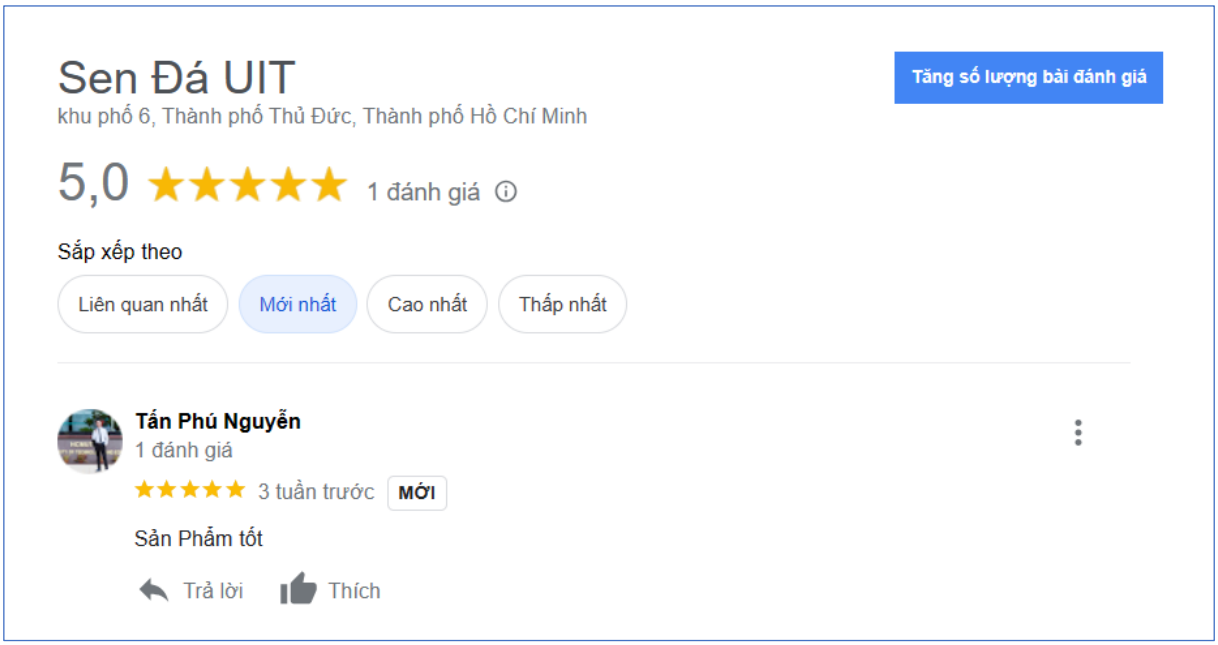
Hình 67. Thông tin Google thể hiện cho khách hàng khi tìm kiếm về doanh nghiệp Sen Đá UIT

+ *Tối ưu hóa kết quả tìm kiếm địa phương:* Google My Business giúp sendauit.com xuất hiện trong kết quả tìm kiếm địa phương, cung cấp cho người dùng thông tin cơ bản về doanh nghiệp một cách nhanh chóng và dễ dàng. Điều này tạo điều kiện thuận lợi để tăng cơ hội tiếp cận và tương tác với khách hàng địa phương.

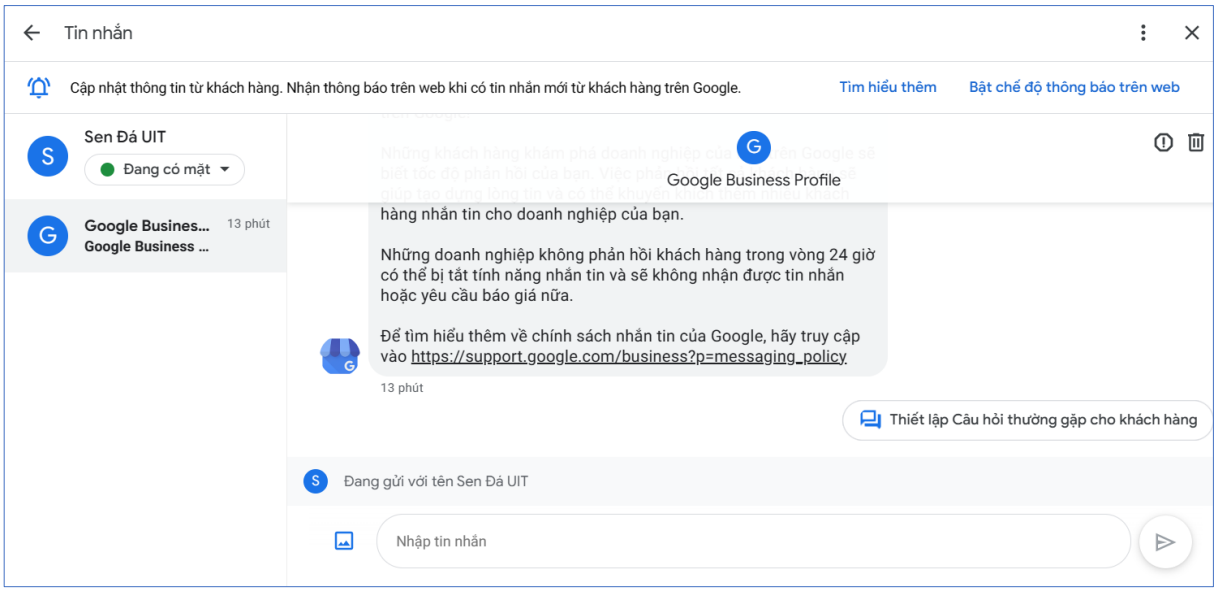


Hình 68. Kết quả tìm kiếm địa phương trả về khi người dùng tìm kiếm từ khóa Sen Đá UIT

+ *Tương tác khách hàng:* Google My Business cung cấp tích hợp chức năng đánh giá và nhận xét từ khách hàng khi sử dụng dịch vụ từ doanh nghiệp sendauit.com . Doanh nghiệp có thể tương tác trực tiếp với khách hàng thông qua phản hồi và trả lời câu hỏi mà nền tảng cung cấp. Điều này giúp tạo một môi trường tương tác tích cực và tạo niềm tin cho khách hàng.

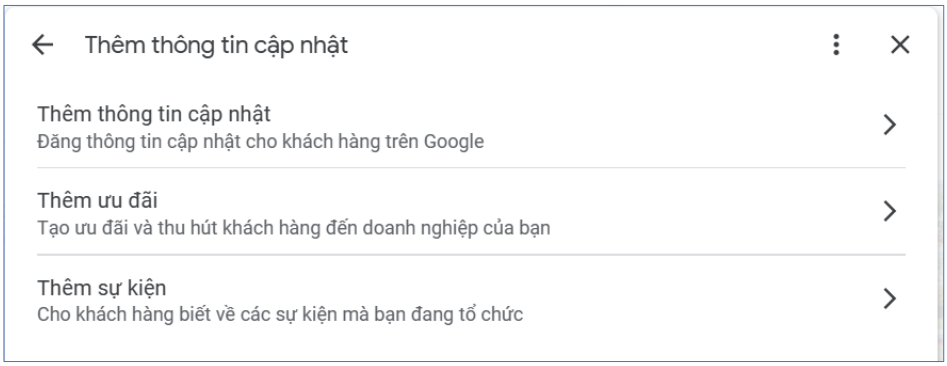


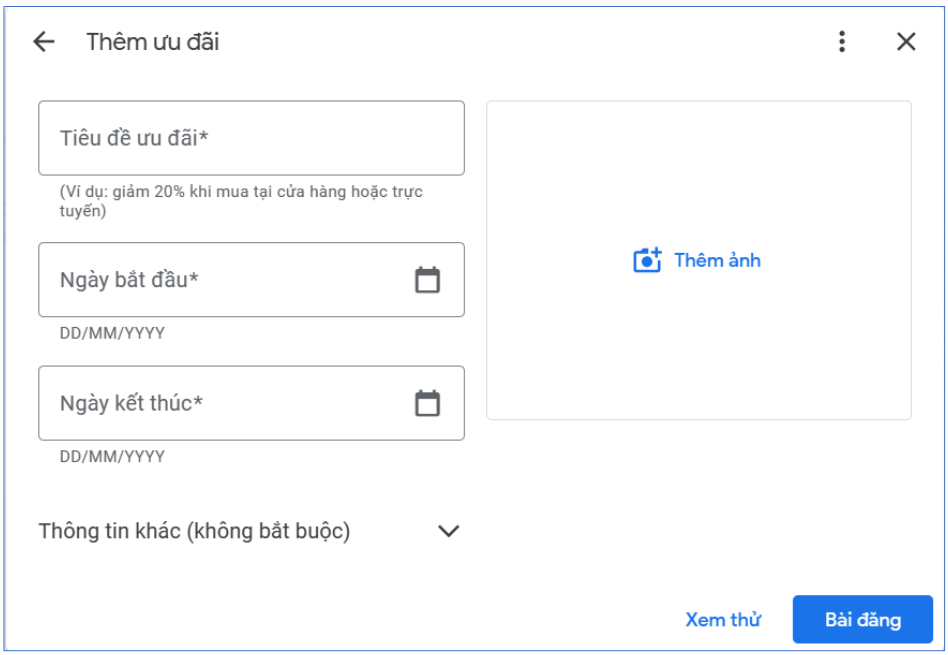
Hình 69. Đánh giá của khách hàng đối với doanh nghiệp thông qua nền tảng hỗ trợ của Google My Business.

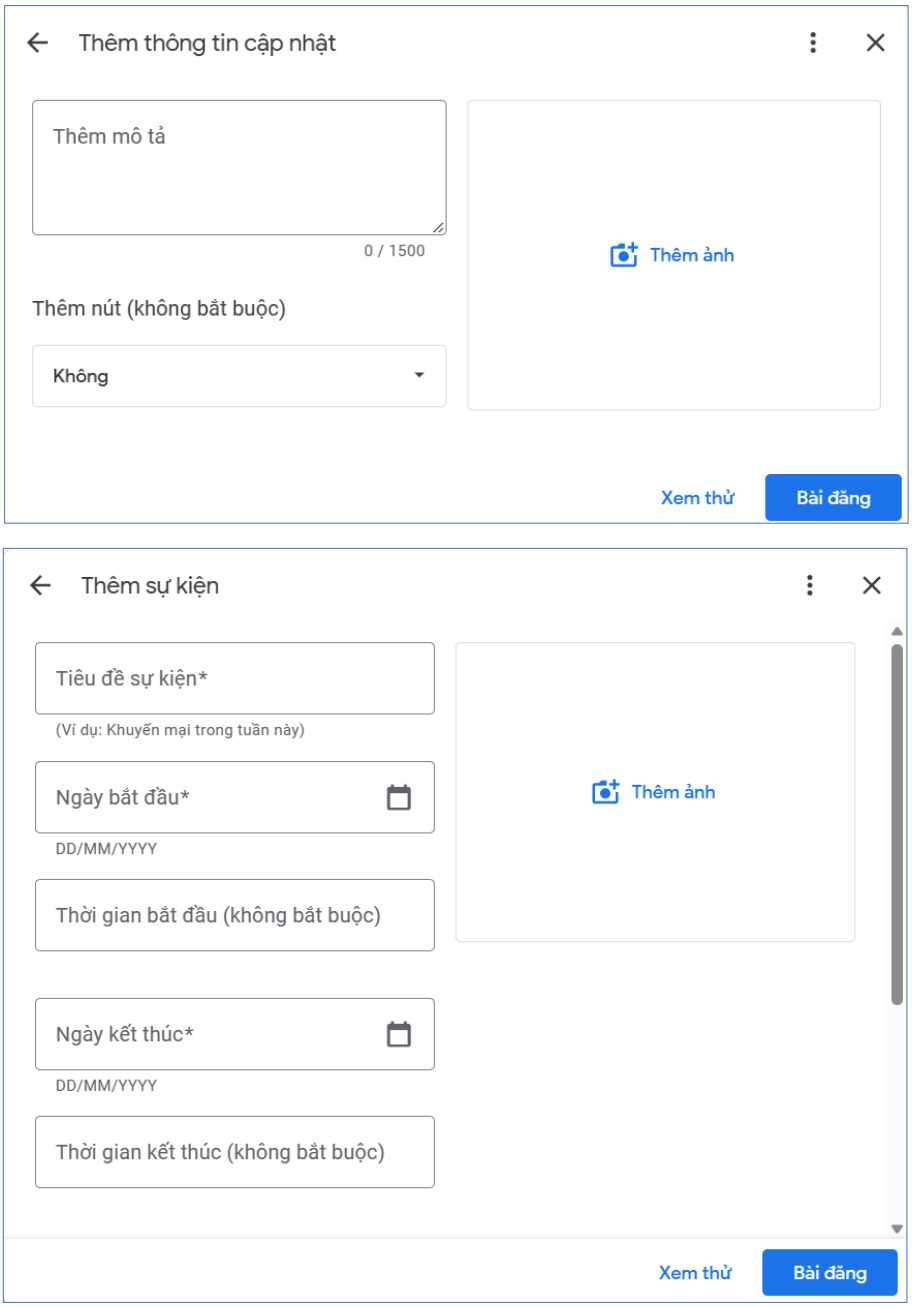


Hình 70. Tính năng phản hồi tin nhắn giúp doanh nghiệp Sen Đá UIT và người dùng dễ dàng tương tác trực tuyến

+ *Thông báo cập nhật:* Google My Business cung cấp khả năng đăng thông báo cập nhật về sự kiện, khuyến mãi, tin tức mới, và các thông tin quan trọng khác. Điều này giúp doanh nghiệp thường xuyên cập nhật thông tin và duy trì sự quan tâm từ phía khách hàng.

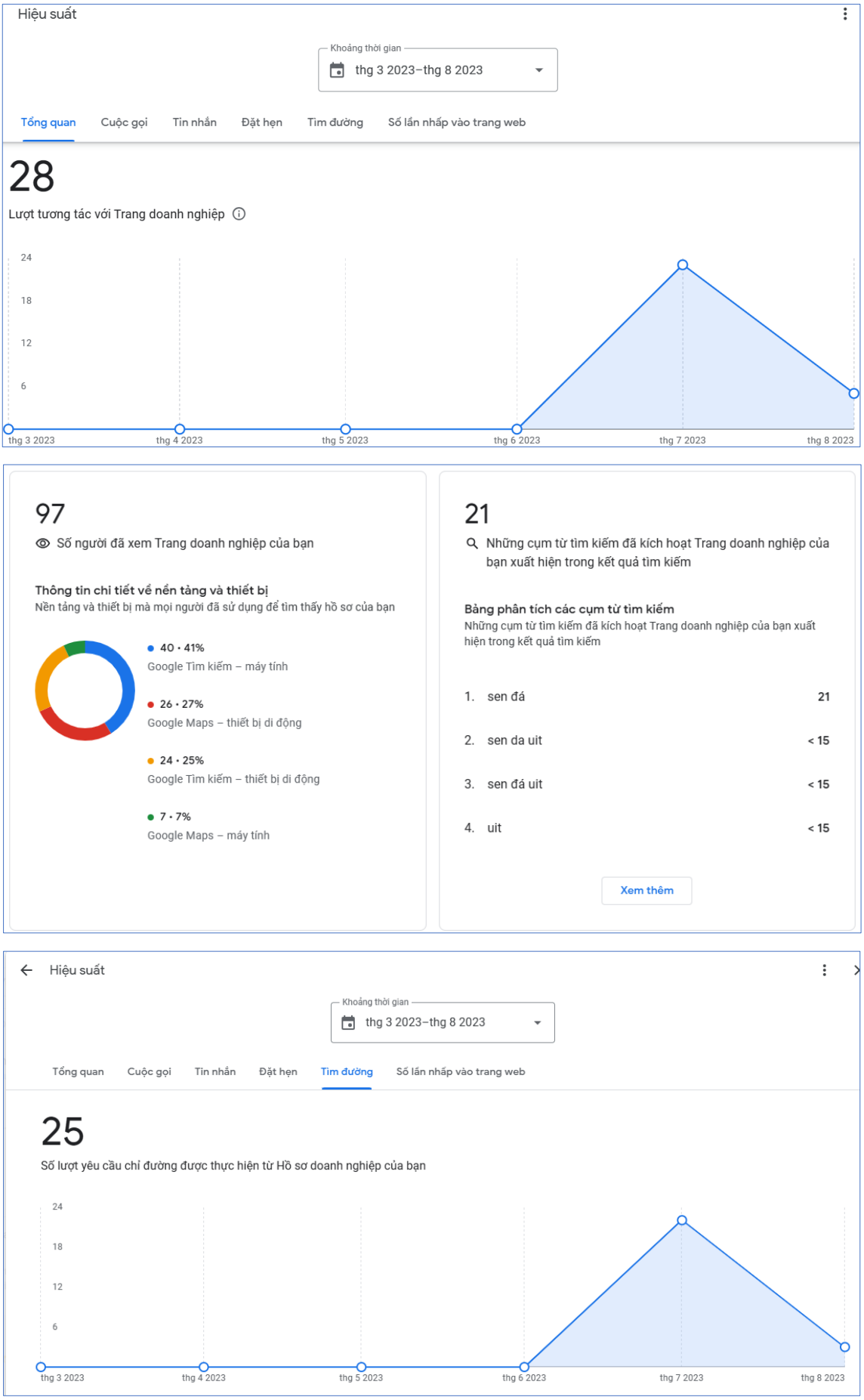






Hình 71. Tính năng cập nhật thông tin, ưu đãi và sự kiện mà Google My Business cung cấp

+ **T***hống kê và phân tích*: Google My Business cung cấp các dữ liệu thống kê và phân tích về lượt tìm kiếm, lượt xem, lượt tương tác và đánh giá. Điều này giúp doanh nghiệp sendauit.com đánh giá hiệu suất và hiểu rõ hơn về cách khách hàng tương tác với thông tin của cửa hàng.



Hình 72. Một số thống kê, phân tích mà Google My Business cung cấp

2. Quản lý lưu lượng truy cập trang

2.1. Ý nghĩa

Quản lý lưu lượng truy cập trang trong một dự án SEO có ý nghĩa quan trọng trong việc tối ưu hóa hiệu suất và đạt được mục tiêu kinh doanh. Dưới đây là những ý nghĩa chính của việc quản lý lưu lượng truy cập trang trong dự án SEO:

- *Đo lường hiệu quả:* Quản lý lưu lượng truy cập trang giúp đo lường hiệu quả của chiến dịch SEO. Bằng cách theo dõi số lượng truy cập, thời gian ở lại trang (thời gian trung bình mà người dùng dành cho trang web), tỷ lệ thoát (số lượng người rời khỏi trang sau khi chỉ xem một trang duy nhất), bạn có cái nhìn rõ ràng về cách người dùng tương tác với trang web của bạn.

- *Định hướng chiến lược:* Dữ liệu lưu lượng truy cập trang cung cấp thông tin quý báu để định hướng chiến lược SEO. Giúp xác định được những trang hoặc nội dung có hiệu suất tốt, từ đó tập trung phát triển và tối ưu hóa những phần này để thu hút thêm lưu lượng truy cập.

- *Xác định xu hướng:* Theo dõi lưu lượng truy cập theo thời gian giúp xác định xu hướng tăng hoặc giảm lưu lượng truy cập trang web. Điều này có thể giúp phát hiện ra các thay đổi trong hành vi người dùng, như sự gia tăng trong số lượt truy cập sau một chiến dịch quảng cáo hoặc sự giảm thiểu sau khi thực hiện thay đổi trang web.

- *Đối thủ cạnh tranh*: Quản lý lưu lượng truy cập trang còn giúp bạn theo dõi hoạt động của đối thủ cạnh tranh. Bằng cách so sánh lưu lượng truy cập của bạn với các đối thủ, bạn có thể đánh giá được vị trí của mình trên thị trường và đối mặt với những thách thức từ đối thủ.

- *Tối ưu hóa trang web:* Dữ liệu lưu lượng truy cập giúp bạn xác định được những trang hoặc phần của trang web cần tối ưu hóa để cải thiện trải nghiệm người dùng và tăng khả năng chuyển đổi (conversion) từ người dùng thành khách hàng.

2.2. Công cụ phân tích và quản lý - Google Analytics

a. Giới thiệu Google Analytics

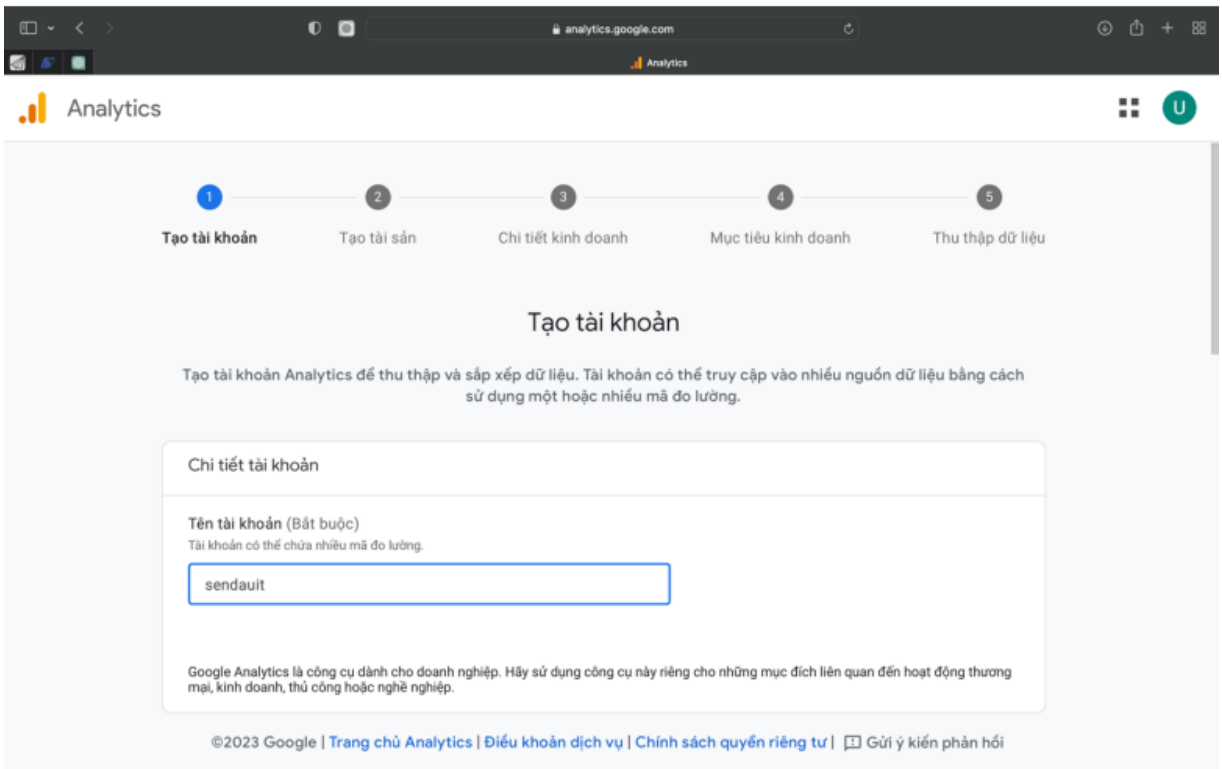
Google Analytics là một dịch vụ phân tích web cung cấp thông tin về lưu lượng truy cập trang web và hoạt động của người dùng. Nó được phát triển bởi Google và giúp các chủ sở hữu trang web hiểu rõ hơn về cách người dùng tương tác với trang web của họ. Google Analytics giúp thu thập và phân tích các dữ liệu quan trọng, từ đó đưa ra

thông tin chi tiết và báo cáo về hiệu suất trang web, giúp chủ sở hữu đưa ra các quyết định chiến lược và cải thiện trải nghiệm người dùng.

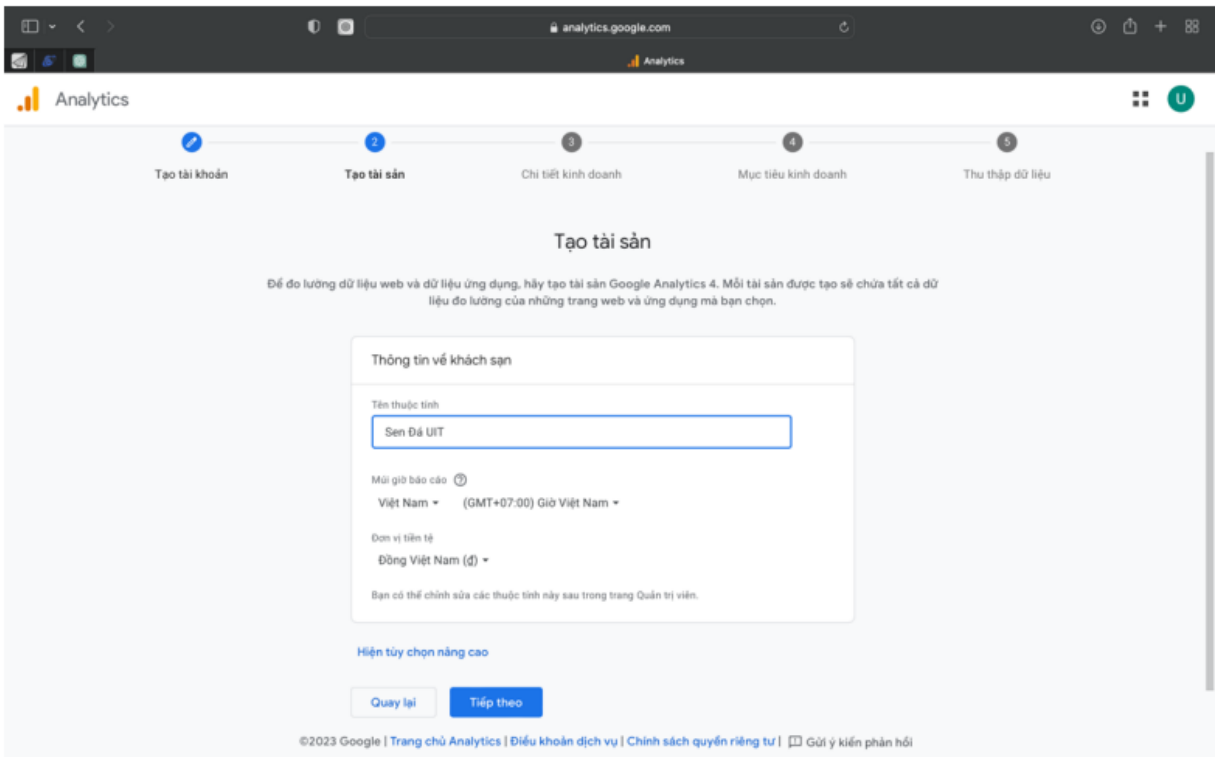
b. Cách đăng ký thiết lập Google Analytics

Truy cập website https://analytics.google.com > chọn Bắt đầu đo lường

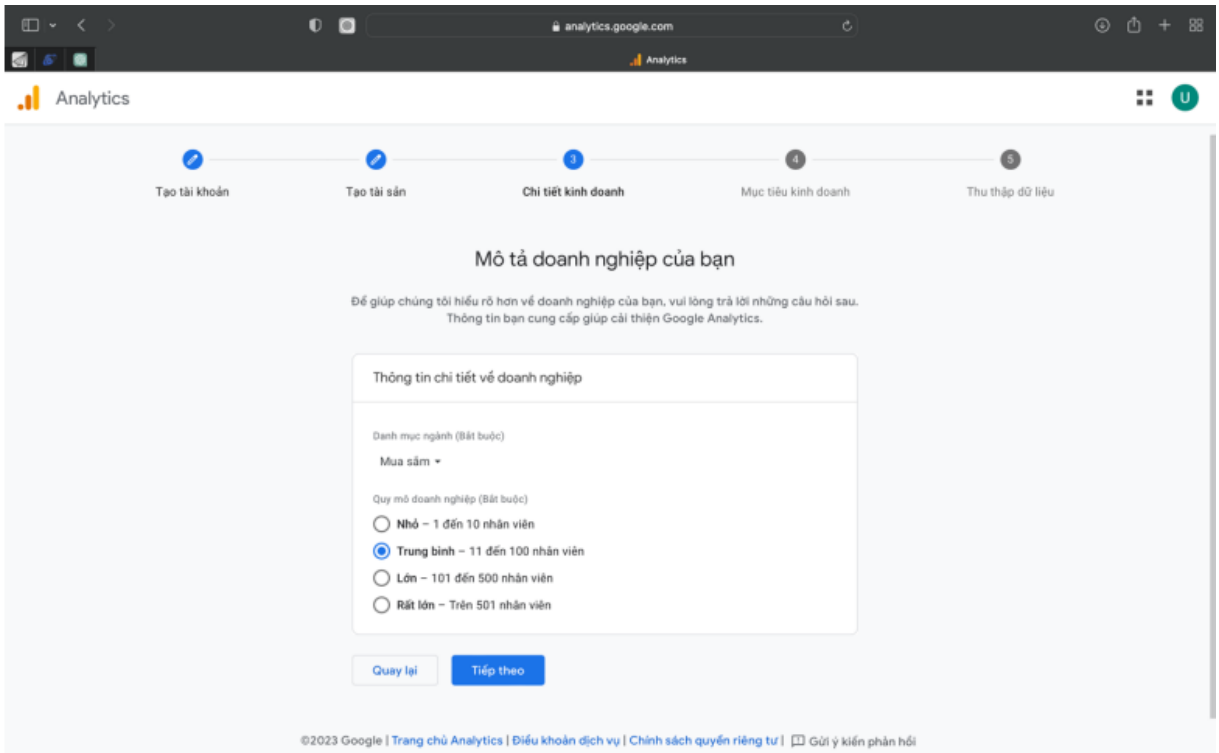
Bước 1: Tạo tài khoản > nhập Tên tài khoản



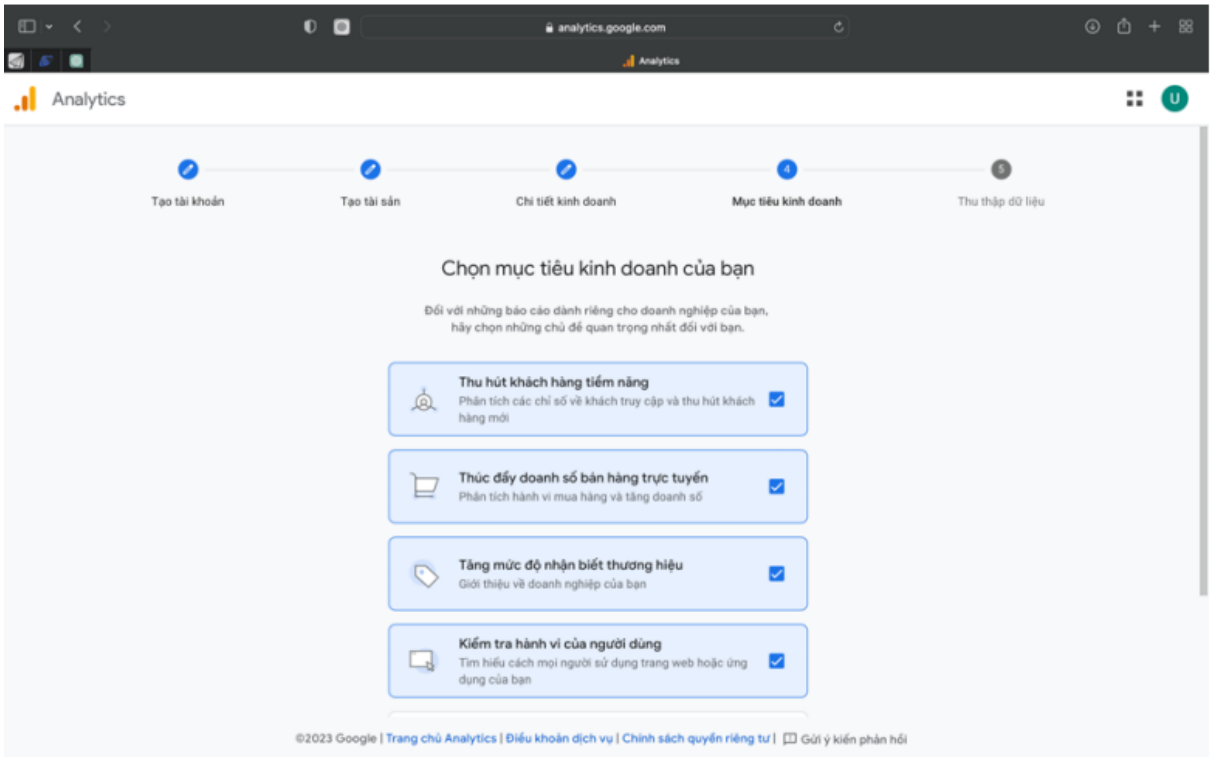
Bước 2: Tạo tài sản > nhập Tên thuộc tính > chọn múi giờ báo cáo, đơn vị tiền tệ



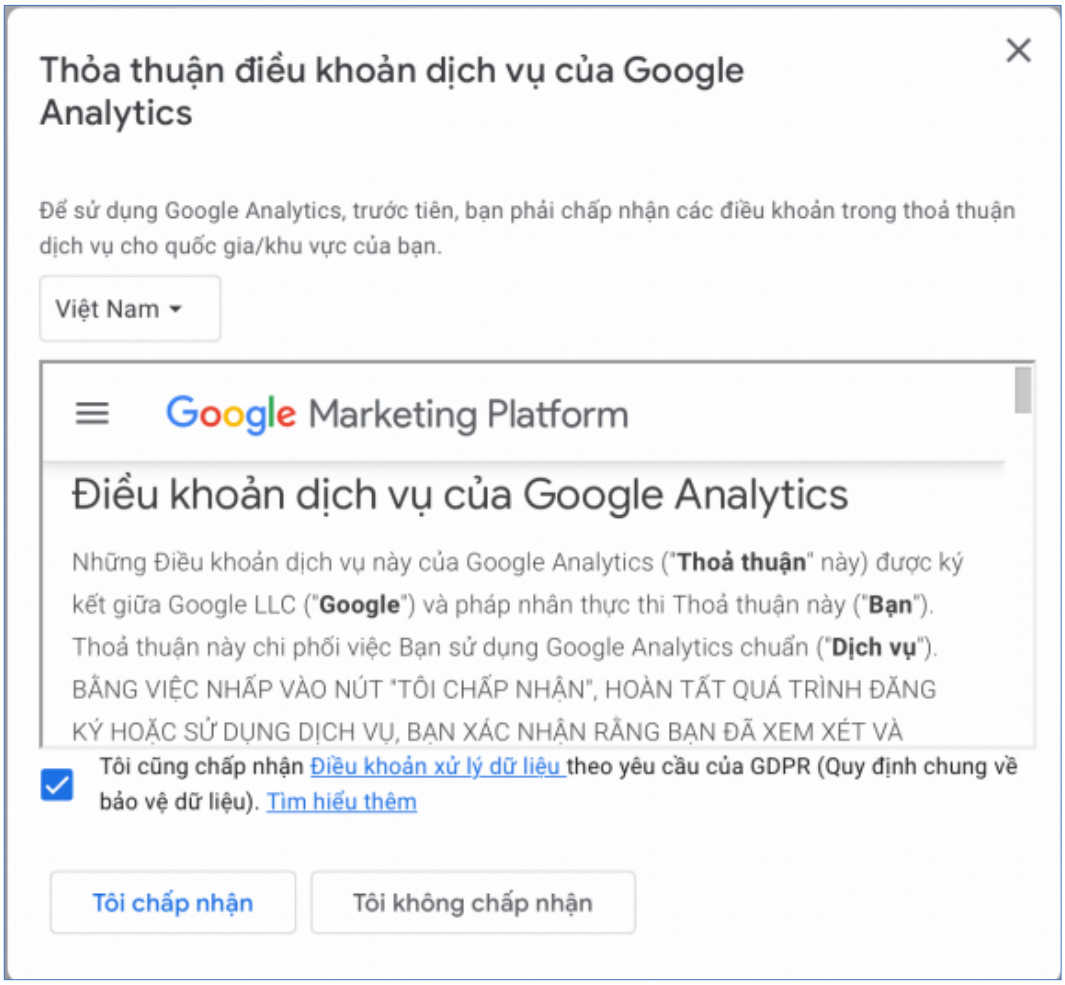
Bước 3: Thiết lập Chi tiết kinh doanh > Danh mục ngành và Quy mô doanh nghiệp



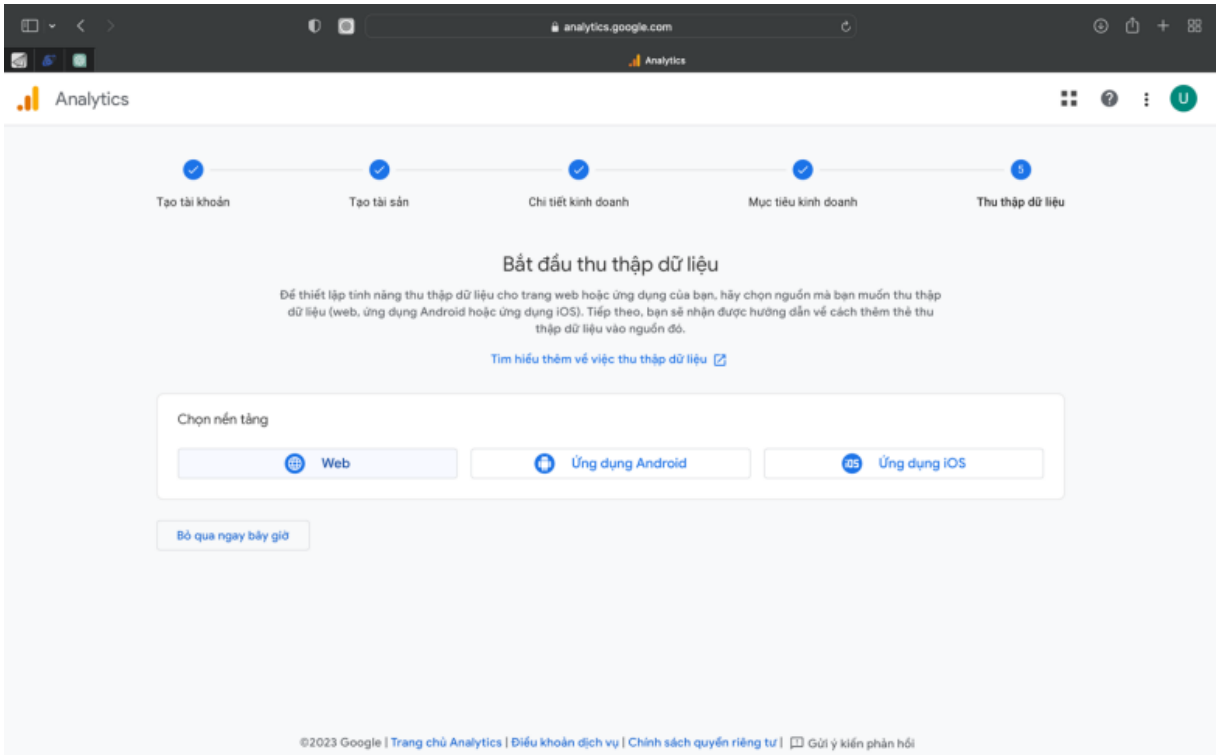
Bước 4: Thiết lập Mục tiêu kinh doanh



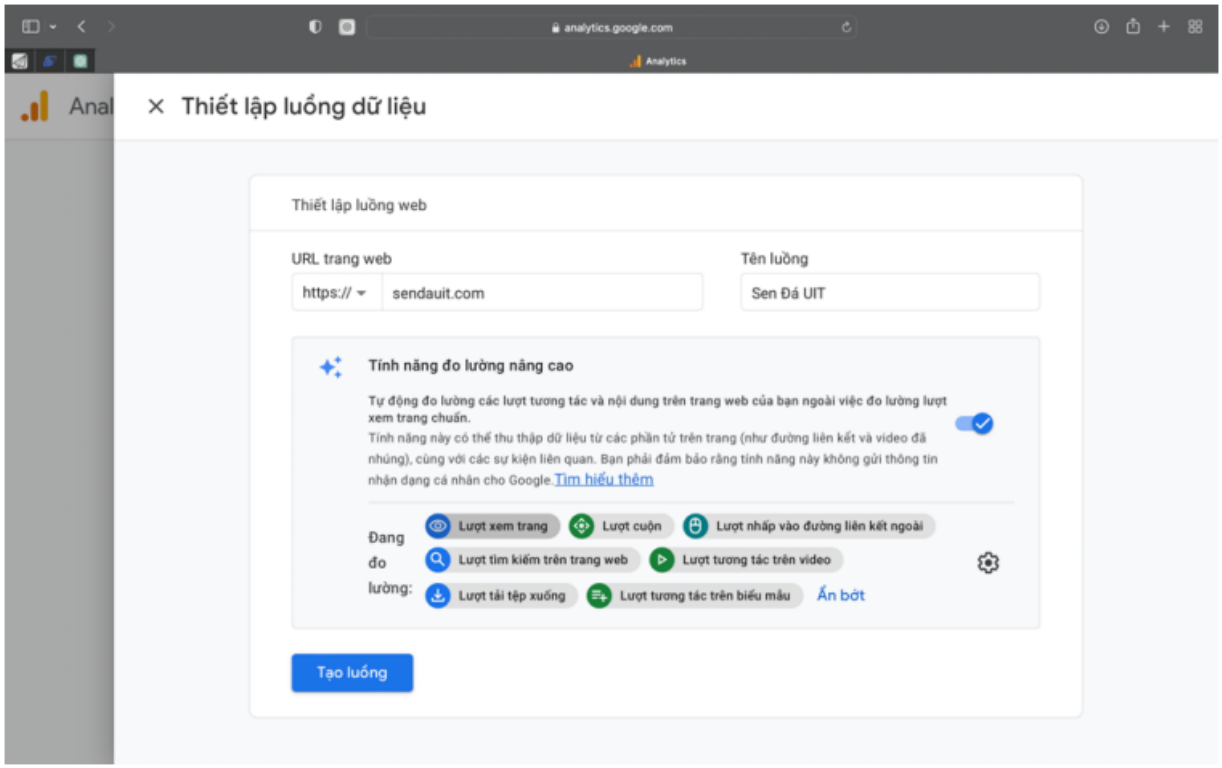
Bước 5: Chọn Tôi chấp nhận Thoả thuận điều khoản dịch vụ của Google Analytics

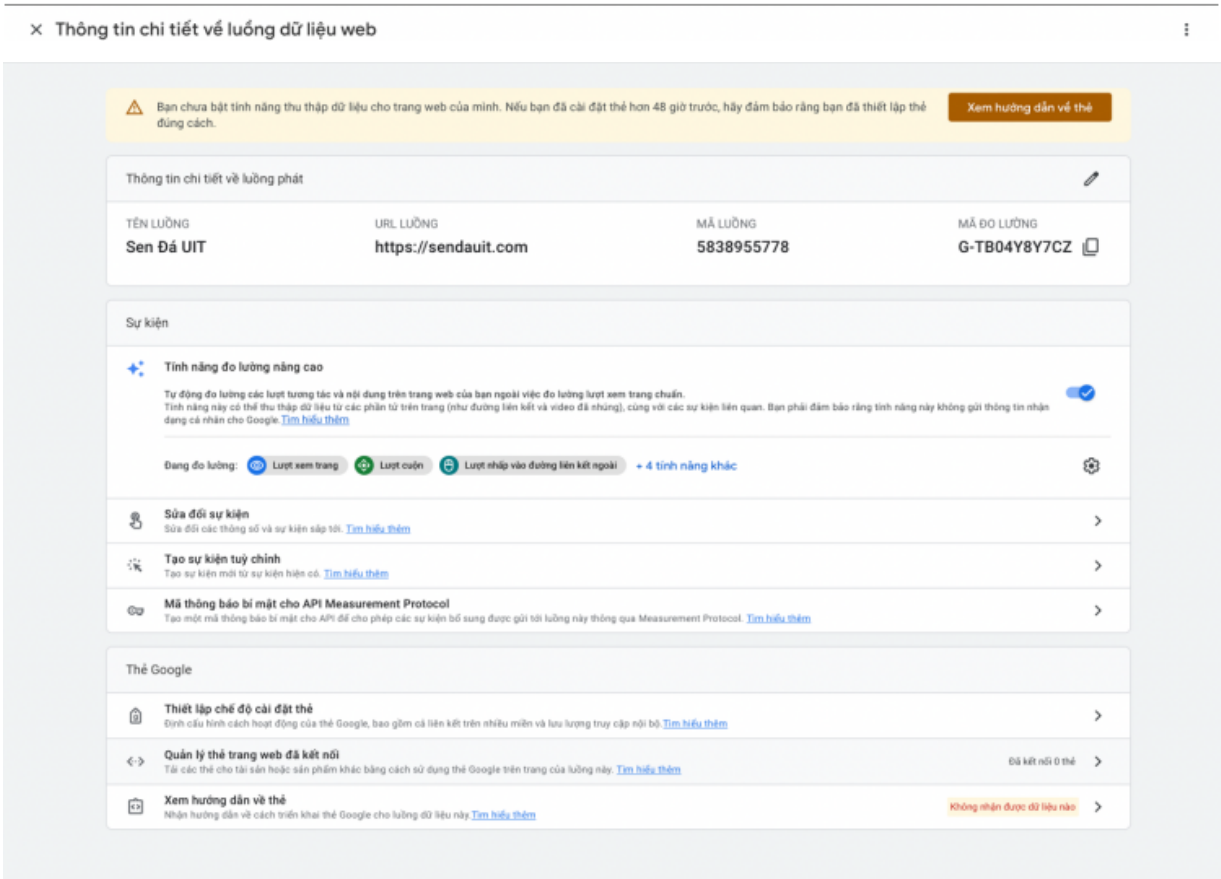


Bước 6: Chọn nền tảng (Web) để bắt đầu thu thập dữ liệu

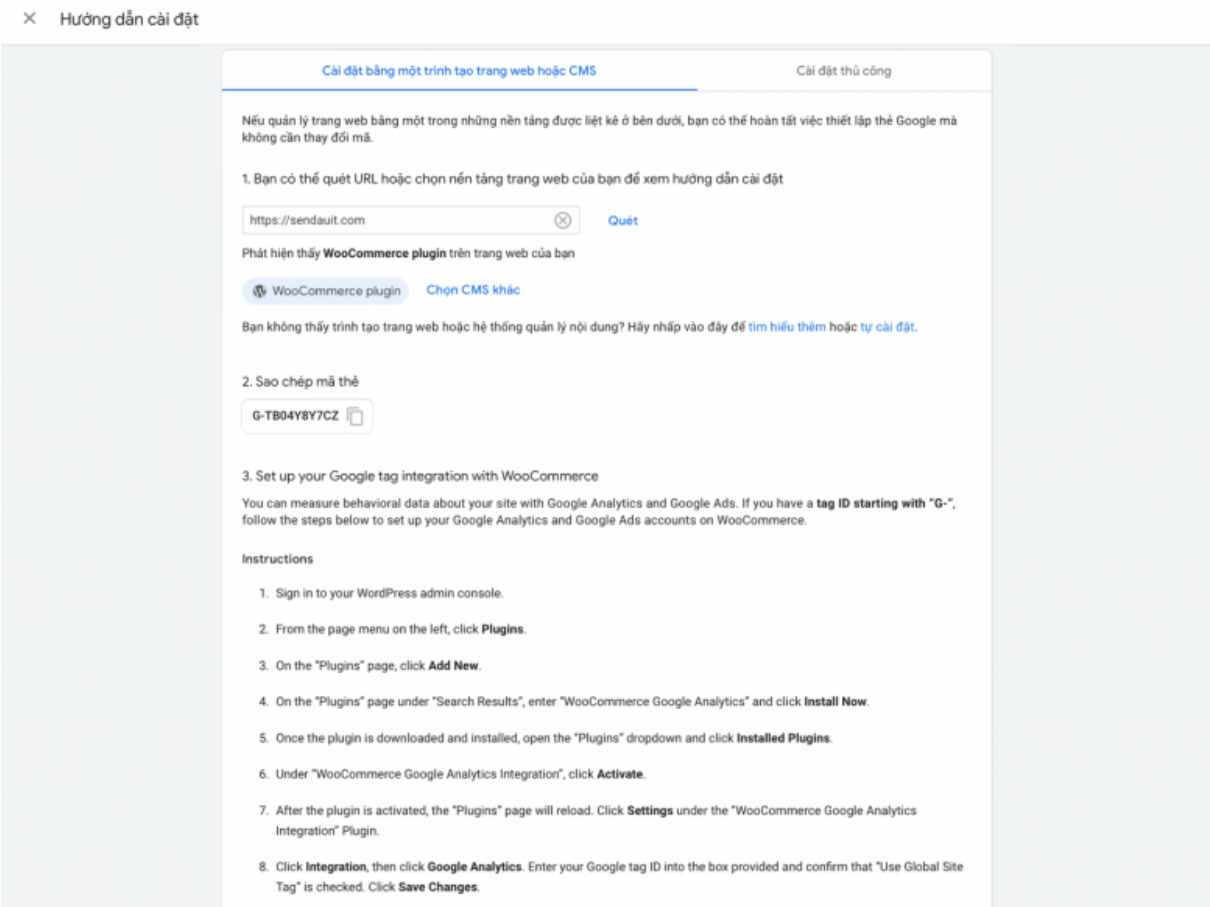


Bước 7: Thiết lập luồng dữ liệu web > Nhập địa chỉ trang web, đặt tên luồng > chọn các tính năng đo lường nâng cao để tạo luồng dữ liệu

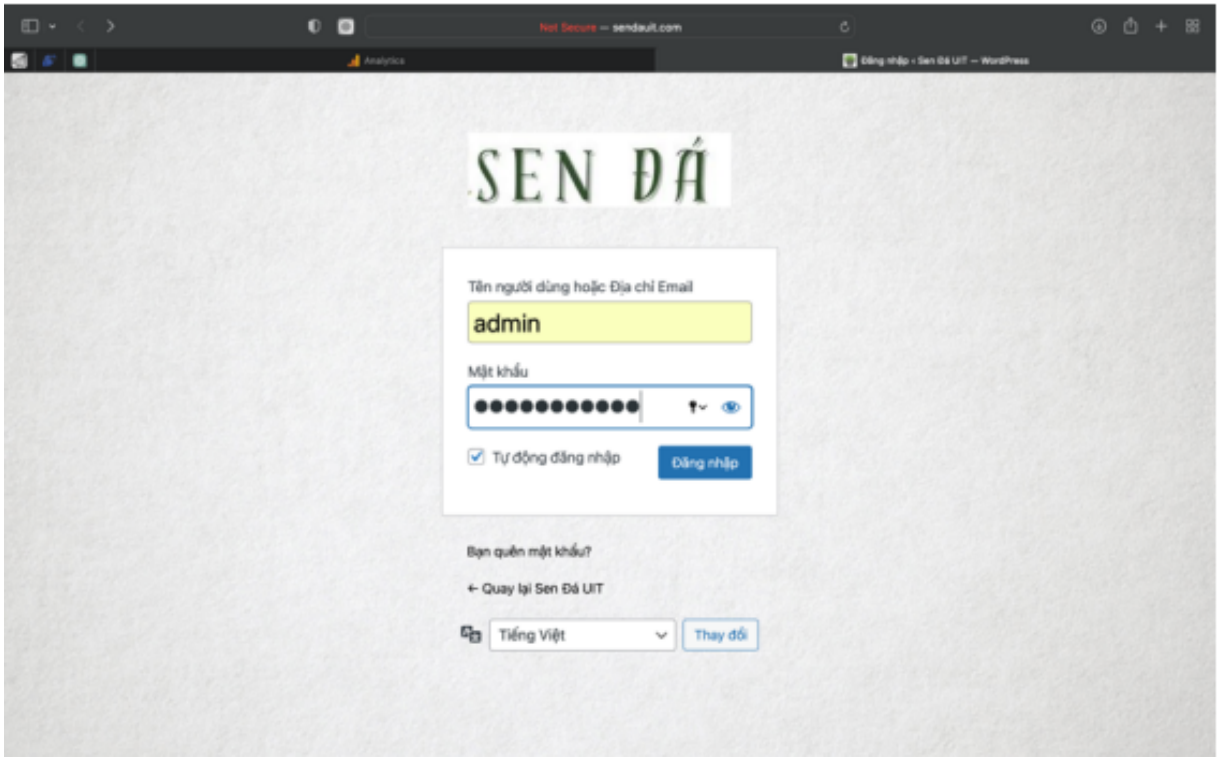




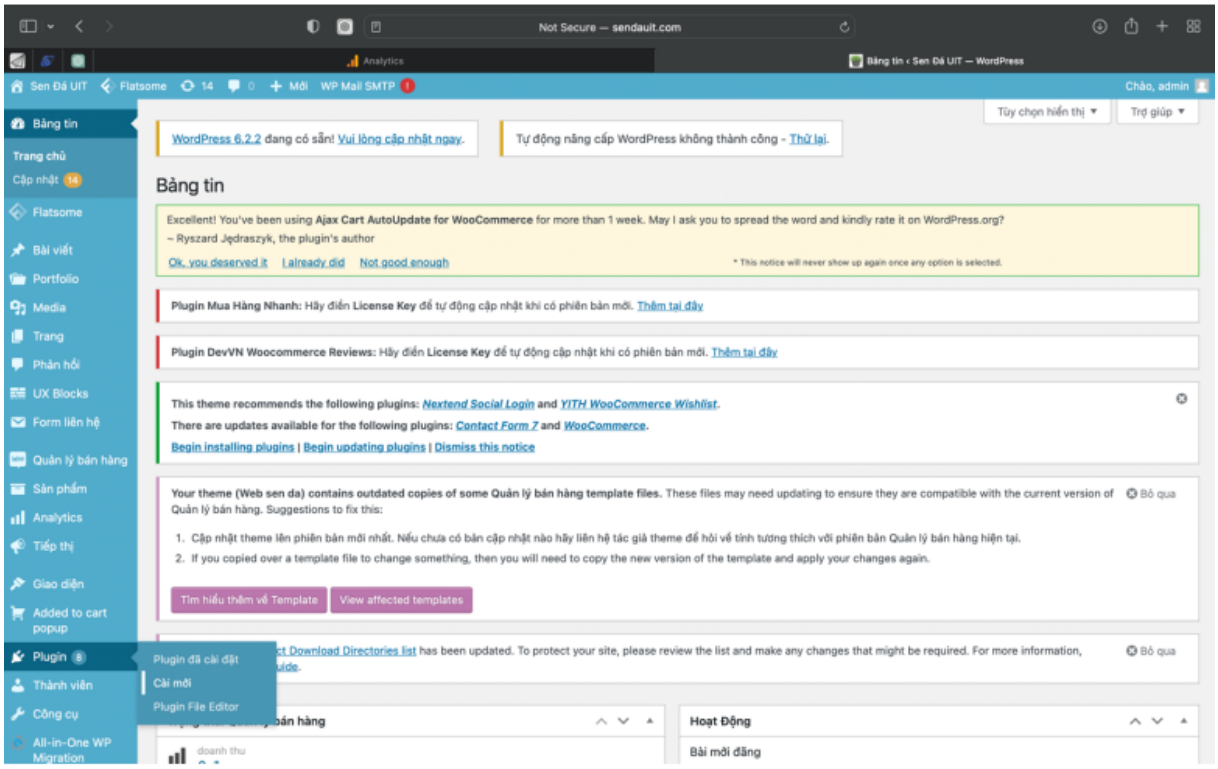
Bước 8: Cài đặt thẻ Google cho trang web theo hướng dẫn - Sao chép mã Google



Bước 9: Đăng nhập vào trang quản trị của trang web: <domain_name>/wp-admin

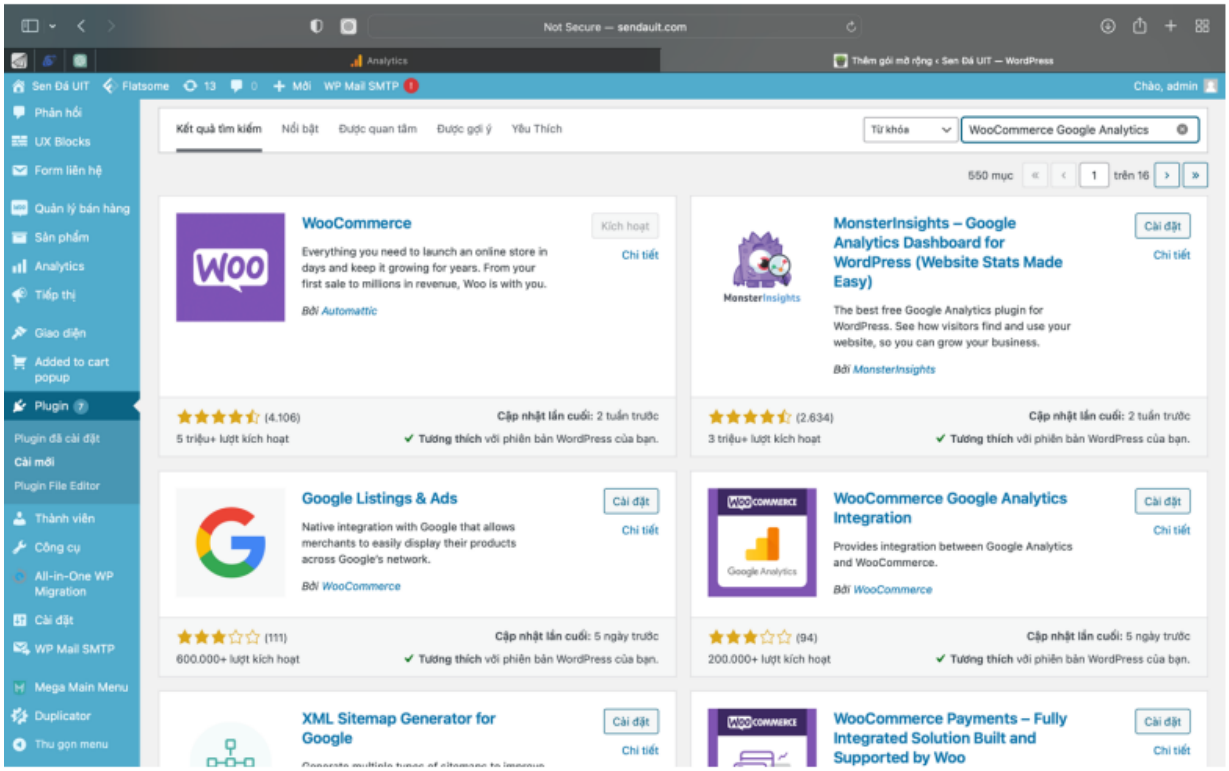


Bước 10: Trong giao diện chính, chọn Plugin > Cài mới



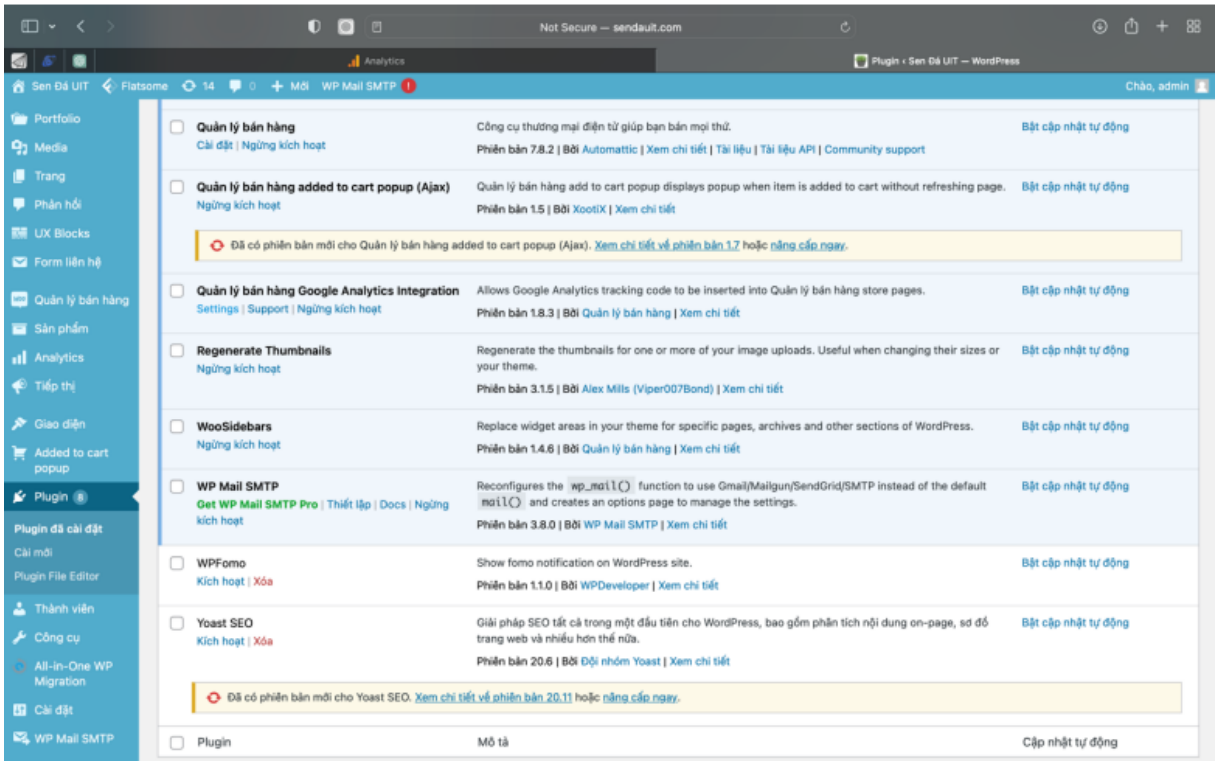
Bước 11: Tìm kiếm plugin "WooCommerce Google Analytics integration" > Cài đặt

• Lưu ý: MonsterInsights cũng hỗ trợ Google Analytics cho WordPress, cài đặt tương tự

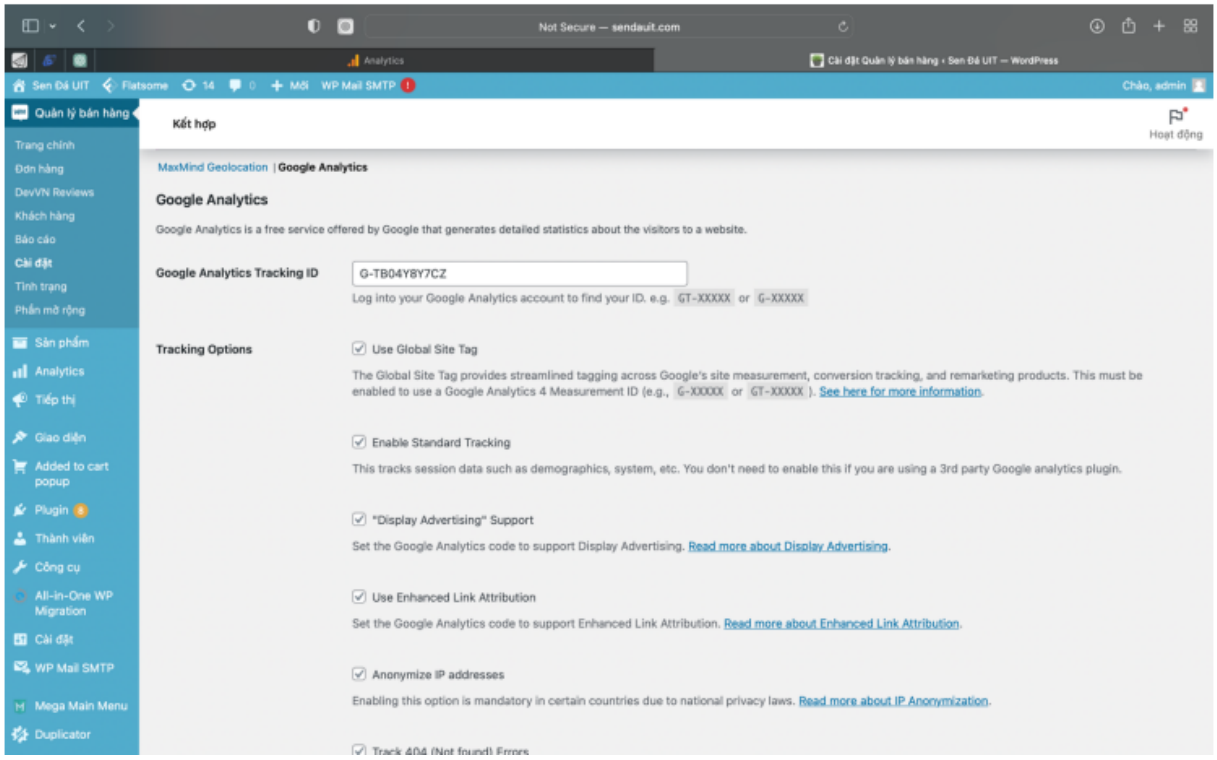


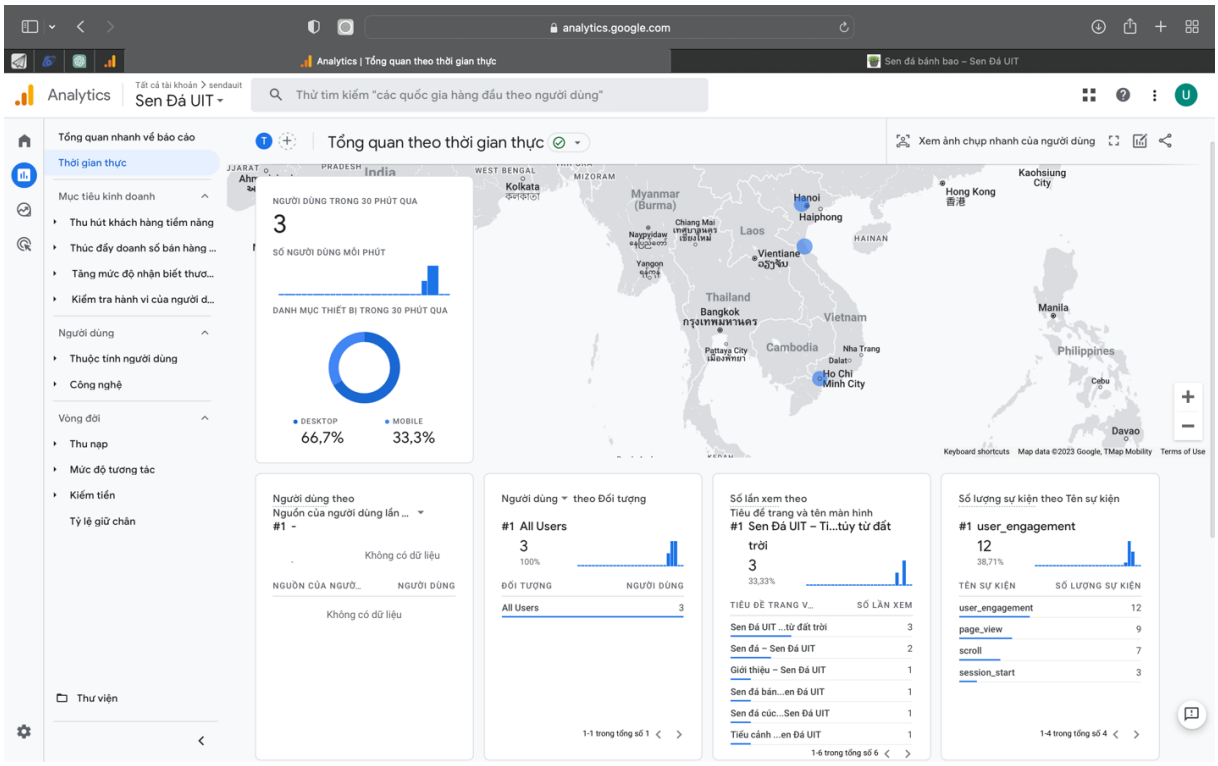
Bước 12: Giao diện giới thiệu plugin sau khi đã cài đặt thành công

Bước 13: Về trang chính quản lý, chọn Plugin > Plugin đã cài đặt > chọn đến Quản lý bán hàng Google Analytics Integration vừa cài đặt > chọn Settting.



Bước 14: Dán mã thẻ Google đã sao chép ở bước b.1.1 vào ô Google Analytics Tracking ID và chọn các Tracking Options mong muốn > Lưu thay đổi.



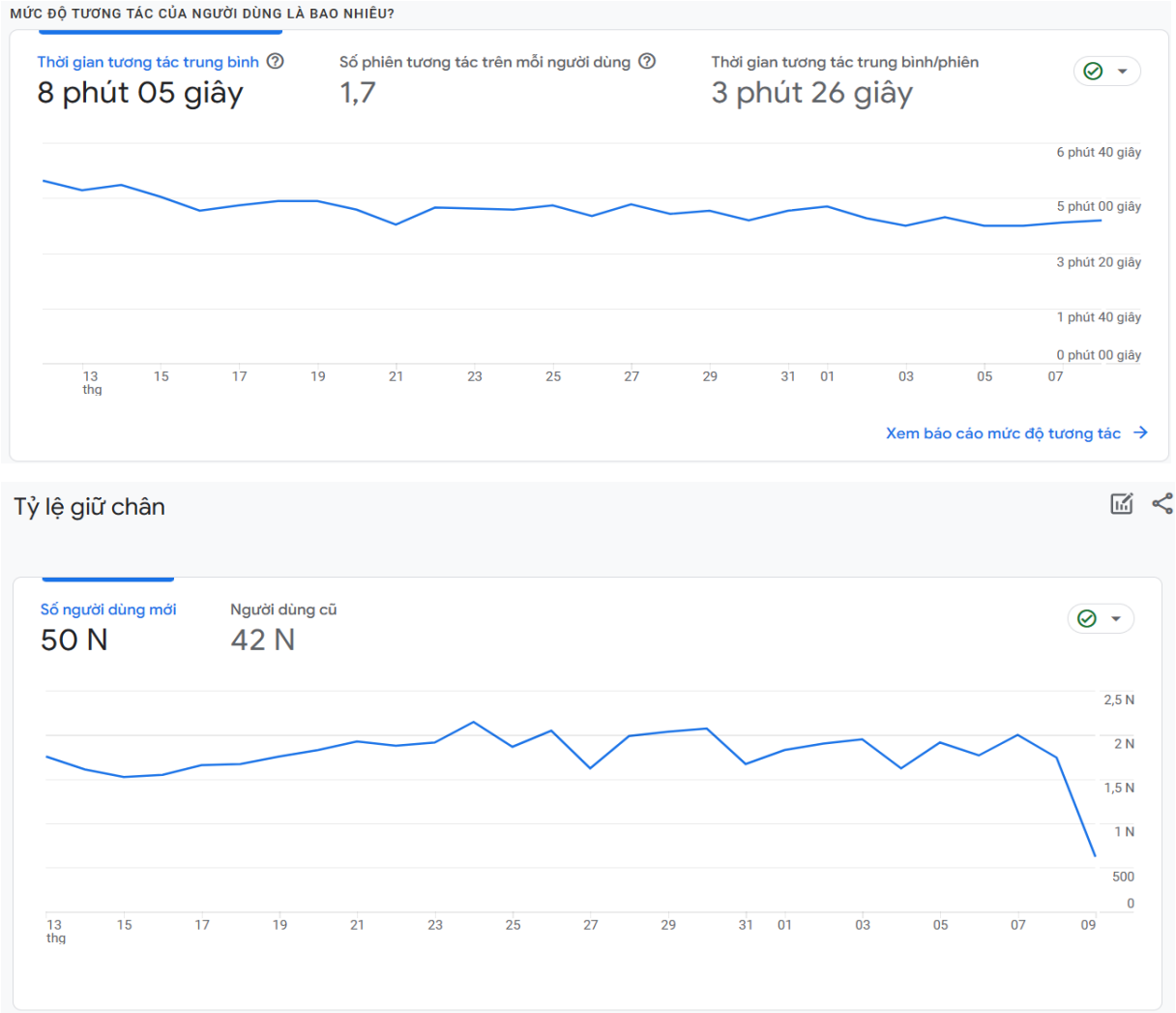


Hình 73. Giao diện Google Analytics sau khi thiết lập hoàn tất.

c. Ý nghĩa của Google Analytics trong quản lý lưu lượng truy cập trang sendauit.com

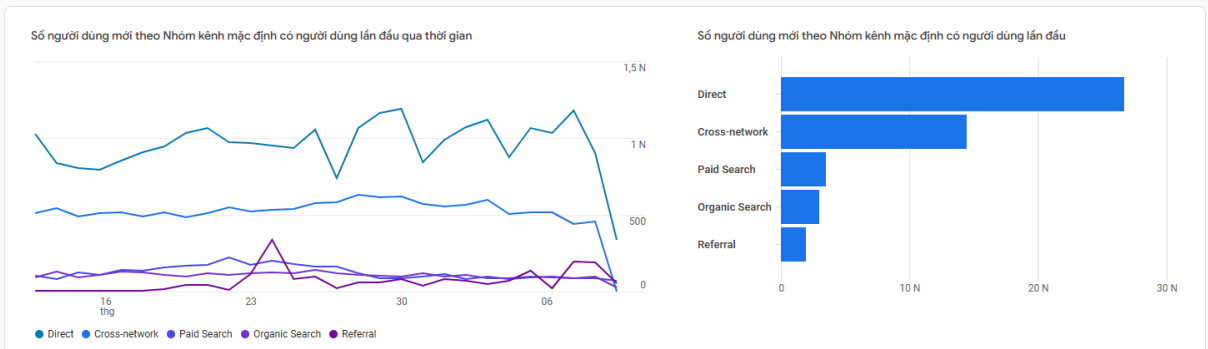
Google Analytics có vai trò quan trọng trong một dự án SEO vì nó cung cấp thông tin chi tiết và đáng tin cậy về lưu lượng truy cập và hiệu suất trang web. Dưới đây là các ý nghĩa chính của Google Analytics trong dự án SEO của Sen Đá UIT:

+ *Đo lường hiệu quả*: Google Analytics giúp sendauit.com đo lường hiệu quả của chiến dịch SEO bằng cách cung cấp thông tin về số lượt truy cập, tỷ lệ thoát, thời gian ở lại trang và các hành vi khác của người dùng trên trang web. Điều này giúp người quản trị biết được liệu chiến dịch SEO có đạt được mục tiêu hay không.



Hình 74. Google Analytics cung cấp thống kê thời gian tương tác trung bình và tỷ lệ giữ chân cho trang sendauit.com

+ *Xác định nguồn lưu lượng*: có thể biết được nguồn lưu lượng truy cập từ đâu đến, chẳng hạn như từ tìm kiếm Google, trang web khác, mạng xã hội hay quảng cáo trực tiếp. Điều này giúp định hình chiến lược quảng cáo và tối ưu hóa nguồn lưu lượng quan trọng.

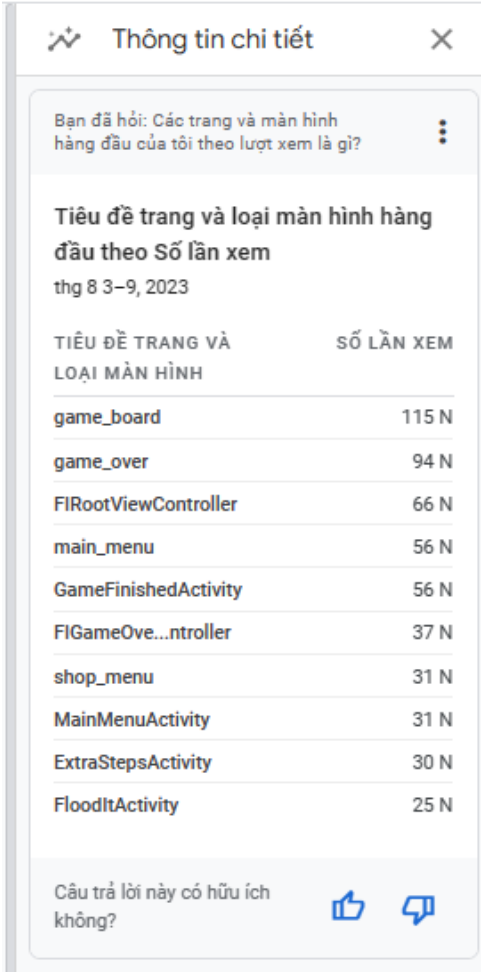


Tìm kiếm... Số hàng mỗi trang: 10 Đến: 1 1–10/11

	Nhóm kênh mặc đ...i dùng lần đầu	Số người dùng mới	Số phiên tương tác	Tỷ lệ tương tác	Số phiên tương tác trên mỗi người dùng	Thời gian tương tác trung bình	Số lượng sự kiện Tất cả các sự kiện	Lượt chuyển đổi Tất cả các sự kiện	Tổng doanh thu
		49.878 100% trong tổng số	138.862 100% trong tổng số	74,07% Trung bình 0%	1,73 Trung bình 0%	7 phút 59 giây Trung bình 0%	7.103.798 100% trong tổng số	299.232,00 100% trong tổng số	537,73 $ 100% trong tổng số
1	Direct	26.725	86.530	72,23%	1,79	8 phút 43 giây	4.539.227	155.126,00	537,71 $
2	Cross-network	14.456	33.548	78,18%	1,88	8 phút 33 giây	1.766.566	100.559,00	0,00 $
3	Paid Search	3.509	7.031	56,56%	1,11	4 phút 00 giây	287.450	21.415,00	0,00 $
4	Organic Search	2.951	7.326	73,84%	1,74	8 phút 54 giây	327.087	17.487,00	0,02 $
5	Referral	1.931	2.476	81,5%	1,13	0 phút 04 giây	13.115	2.643,00	0,00 $
6	Organic Video	143	152	86,86%	1,03	0 phút 02 giây	726	171,00	0,00 $
7	Display	138	695	67,61%	1,44	8 phút 19 giây	33.922	1.631,00	0,00 $
8	Mobile Push Notifications	13	42	84%	1,83	8 phút 23 giây	2.580	111,00	0,00 $
9	Unassigned	10	28	7,61%	0,10	4 phút 03 giây	132.786	75,00	0,00 $
10	Organic Social	2	3	60%	1,50	10 phút 55 giây	333	13,00	0,00 $

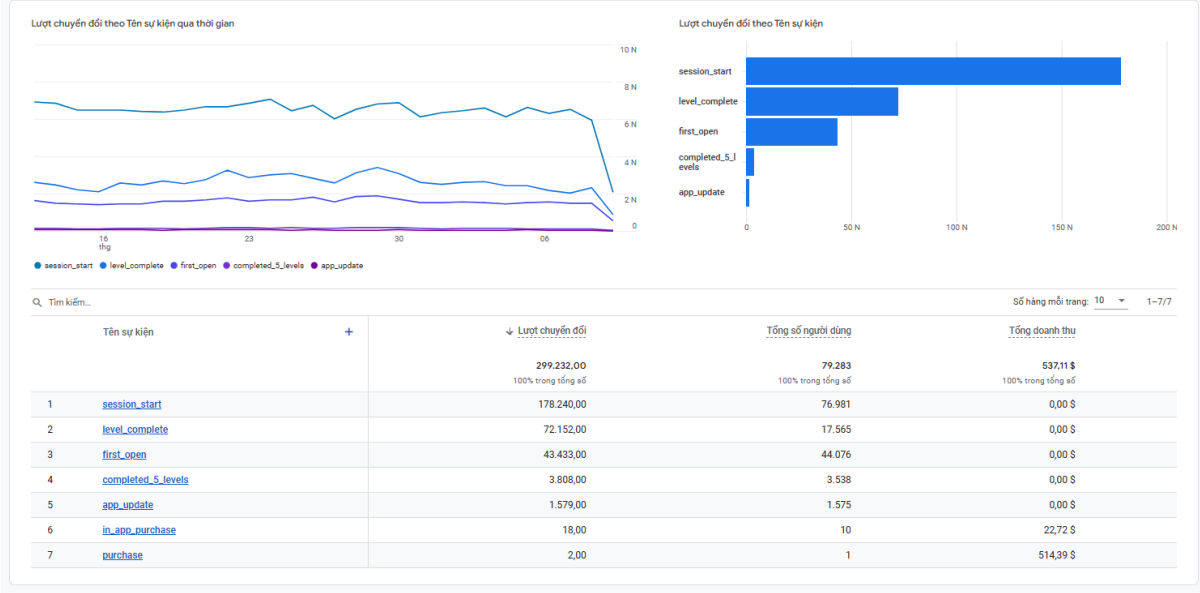
Hình 75. Theo dõi nguồn lưu lượng thông qua báo cáo Google Analytics cung cấp

+ *Phân tích trang đích và tối ưu hóa trang web:* Bằng cách theo dõi dữ liệu trang đích, Sen Đá UIT có thể biết được trang nào thu hút nhiều lượt truy cập nhất và gây ấn tượng tích cực với người dùng. Điều này giúp tập trung tối ưu hóa các trang chủ chốt trong chiến dịch SEO. Dữ liệu từ Google Analytics cung cấp thông tin về trang nào có hiệu suất tốt và trang nào cần tối ưu hóa hơn. Điều này giúp bạn cải thiện trải nghiệm người dùng và tăng khả năng chuyển đổi.



Hình 76. Các trang đích được xem nhiều nhất theo báo cáo của Google Analytics

+ *Đánh giá hiệu quả chuyển đổi:* Google Analytics cho phép Sen Đá UIT theo dõi chuyển đổi từ người dùng thành khách hàng hoặc từng giai đoạn chuyển đổi khác trên trang web. Bằng cách này, chúng tôi có thể đánh giá hiệu quả của chiến dịch SEO trong việc thúc đẩy hành động mục tiêu.



	Tên sự kiện	Lượt chuyển đổi	Tổng số người dùng	Tổng doanh thu
		299.232,00 100% trong tổng số	79.283 100% trong tổng số	537,11 $ 100% trong tổng số
1	session_start	178.240,00	76.981	0,00 $
2	level_complete	72.152,00	17.565	0,00 $
3	first_open	43.433,00	44.076	0,00 $
4	completed_5_levels	3.808,00	3.538	0,00 $
5	app_update	1.579,00	1.575	0,00 $
6	in_app_purchase	18,00	10	22,72 $
7	purchase	2,00	1	514,39 $

Hình 77. Đánh giá hiệu quả chuyển đổi của khách hàng theo thời gian của Google Analyctics

3. Quản lý hệ thống liên kết (backlinks)

3.1. Ý nghĩa

Quản lý backlinks là một phần quan trọng trong chiến dịch SEO vì nó đóng vai trò quyết định trong việc cải thiện độ tin cậy, uy tín và vị trí của trang web trên các công cụ tìm kiếm. Dưới đây là các ý nghĩa chính của việc quản lý backlinks trong dự án SEO:

+ **Cải Thiện Thứ Hạng Tìm Kiếm:** Các backlinks chất lượng từ các trang web có uy tín và liên quan có thể giúp cải thiện thứ hạng của trang web trên các kết quả tìm kiếm. Các công cụ tìm kiếm như Google xem xét backlinks như là một yếu tố quan trọng để xác định độ tin cậy và chất lượng của trang web.

+ *Xây dựng độ uy tín*: Khi có nhiều backlinks từ các trang web có chất lượng cao và uy tín, trang web của bạn cũng sẽ được coi là đáng tin cậy và uy tín. Điều này có thể giúp tạo sự tin tưởng từ phía người dùng và các công cụ tìm kiếm.

+ *Tăng lưu lượng truy cập*: Các backlinks từ các trang web khác có thể đưa người dùng từ những nơi khác đến trang web. Điều này có thể tăng lưu lượng truy cập và giúp tiếp cận một lượng lớn khách hàng tiềm năng.

+ *Xây dựng mối quan hệ*: Quản lý backlinks cũng liên quan đến việc xây dựng mối quan hệ với các chủ sở hữu trang web khác. Bằng cách thiết lập mối quan hệ tốt và hợp tác trao đổi backlinks, có thể tạo ra những liên kết có lợi cho cả hai bên.

+ *Kiểm soát chất lượng:* Quản lý backlinks cũng giúp kiểm soát chất lượng của các liên kết trên trang web. Có thể loại bỏ các liên kết không mong muốn hoặc có nguồn gốc không rõ ràng, giúp duy trì sự chất lượng và uy tín của trang web.

3.2. Công cụ phân tích và quản lý – Link Explorer và Google Search Console

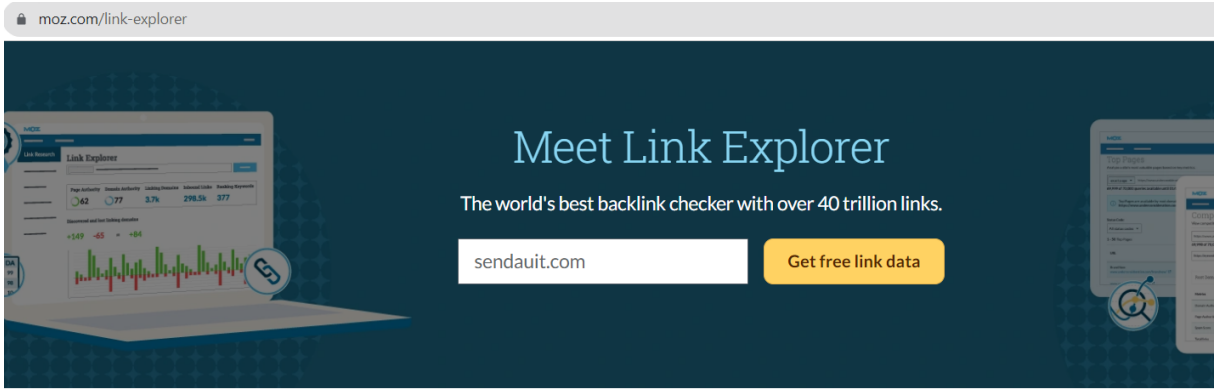
3.2.1. Link Explorer

a. Giới thiệu Link Explorer

Link Explorer, còn được gọi là Moz Link Explorer, là một công cụ tìm kiếm và phân tích liên kết được cung cấp bởi Moz, một công ty chuyên về tối ưu hóa công cụ tìm kiếm. Link Explorer giúp theo dõi và phân tích liên kết trỏ đến trang web, cung cấp thông tin về số lượng liên kết, chất lượng của các liên kết, tầm ảnh hưởng của chúng, và nhiều thông tin khác liên quan đến chiến lược backlinks. Công cụ này giúp hiểu rõ hơn về cách liên kết ảnh hưởng đến hiệu suất tìm kiếm của trang web và giúp xác định các cơ hội để cải thiện chiến lược backlinks của mình.

b. Đăng ký Link Explorer cho Sendauit.com.

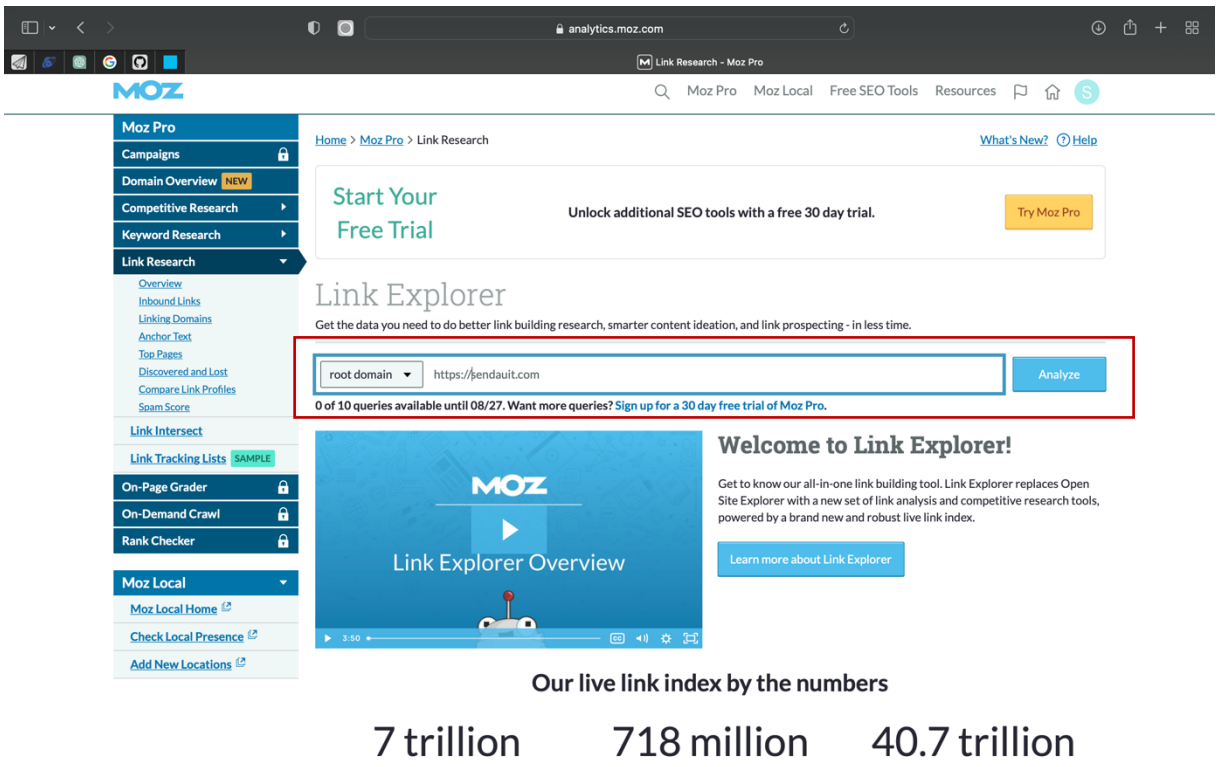
–**Bước 1:** truy cập vào đường link https://moz.com/link-explorer và nhập thông tin domain vào thanh tìm kiếm "Get free link data"



–Bước 2: Nhập các thông tin được yêu cầu.

–Bước 3: Xác thực tài khoản qua email đã đăng ký.

–Bước 4: Sử dụng công cụ trong 30 ngày miễn phí.



Hình 78. Giao diện Moz Link Explorer

c. Ý nghĩa của Link Explorer trong quản lý backlinks của sendauit.com

- *Theo dõi sự phát triển của liên kết:* Link Explorer cho phép người quản trị của Sen Đá UIT theo dõi và ghi nhận các liên kết mới đến Sendauit.com từ các trang web khác. Điều này giúp xác định chiến dịch SEO và chiến lược liên kết của mình có hiệu quả hay không.

- *Đánh giá chất lượng liên kết:* Công cụ này cung cấp thông tin về chất lượng của các liên kết đến Sendauit.com, bao gồm Domain Authority (DA) và Page Authority (PA) của các trang web liên kết. Điều này giúp đánh giá mức độ uy tín của các trang web đang liên kết đến sendauit.com.

- *Phân tích cơ cấu liên kết:* Link Explorer cung cấp thông tin về cách các trang web khác liên kết đến sendauit.com, bao gồm số lượng liên kết, các từ khóa liên kết, và cách mà các liên kết này được phân bố trên trang web.

- *Phát hiện và xử lý liên kết không mong muốn:* Bằng cách sử dụng Link Explorer, có thể phát hiện các liên kết không mong muốn hoặc có hại đến Sendauit.com. Điều này giúp thực hiện các biện pháp cần thiết để xử lý và loại bỏ những liên kết này để bảo vệ sự uy tín của trang web.

- *So sánh với đối thủ:* Link Explorer cho phép so sánh hiệu suất liên kết của sendauit.com với các đối thủ cạnh tranh. Điều này giúp biết được vị trí của mình trong ngành và điều chỉnh chiến lược liên kết để cạnh tranh hiệu quả hơn.

3.2.2. Google Search Console

a. Giới thiệu Google Search Console

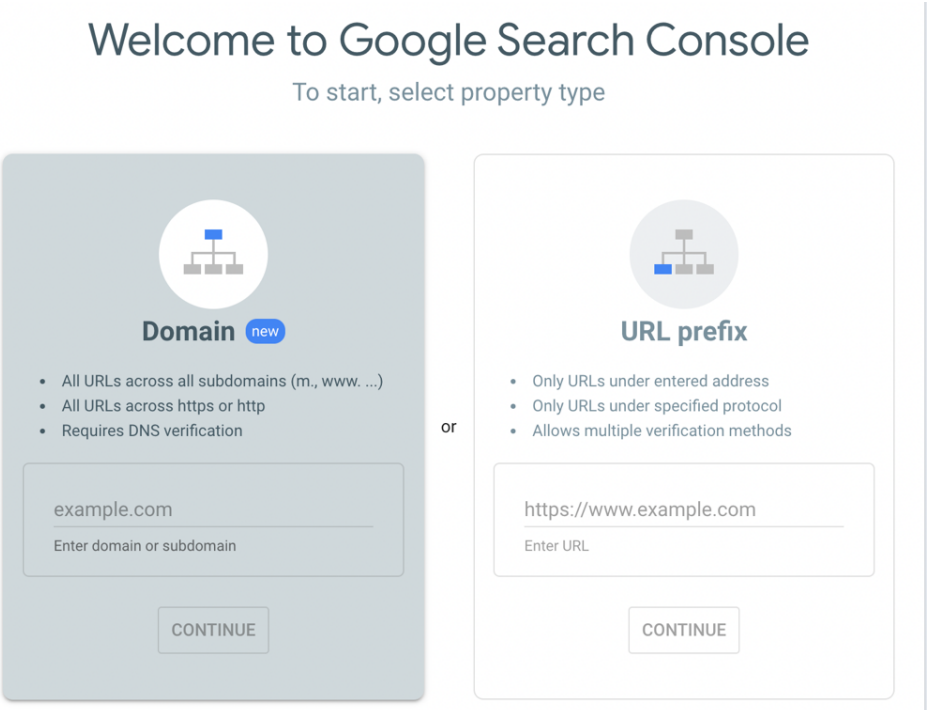
Google Search Console là một dịch vụ của Google cung cấp cho các chủ sở hữu trang web và quản trị viên một loạt các công cụ và thông tin liên quan đến hiệu suất tìm kiếm của trang web trên Google. Điều này bao gồm thông tin về lượng tìm kiếm trang web nhận được, từ khóa mà trang web xuất hiện trong kết quả tìm kiếm, một phần thông tin về các liên kết trỏ đến trang web, và nhiều thông số khác giúp tối ưu hóa trang web của mình để có hiệu suất tốt trên kết quả tìm kiếm. Bên cạnh quản lý hệ thống liên kết, Google Search Console còn 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.

b. Đăng ký Google Search Console cho sendauit.com

–**Bước 1:** Truy cập vào trang đăng ký: https://search.google.com/search-console/

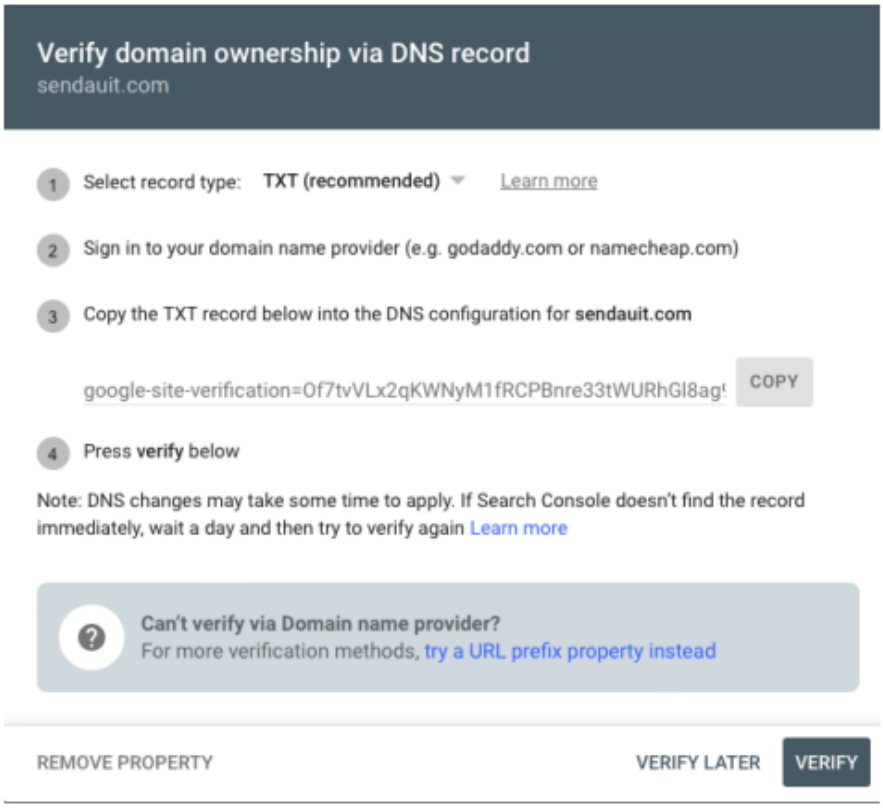
–**Bước 2:** Nếu người dùng chưa đăng nhập bằng tài khoản Google, hãy đăng nhập vào tài khoản của người dùng. Nếu đã đăng nhập, người dùng sẽ tự động được chuyển đến bước tiếp theo.

–**Bước 3:** Google sẽ yêu cầu người dùng nhập URL hoặc Domain trang web người dùng muốn thêm vào Google Search Console. Hãy nhập Domain trang web đó và nhấp vào nút "Tiếp theo".



Hình 79. Tính năng Google Search Console

–**Bước 4:** Google sẽ yêu cầu người dùng xác nhận quyền sở hữu tên miền bằng cách thêm một bản ghi DNS hoặc tạo một tệp HTML trên trang web của người dùng.



Hình 80. Google Search Console yêu cầu xác nhận quyền sở hữu

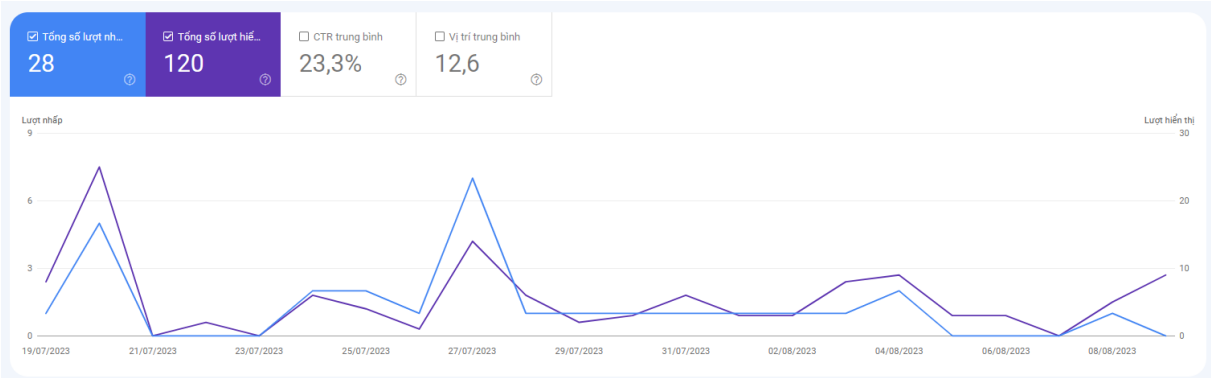
–**Bước 5:** Truy cập vào trang quản lý tên miền của website và cập nhập DNS với loại là TXT theo đường dẫn mà Google Search Console đã cung cấp ở Bước 4.

Hình 81. Thêm record như yêu cầu của Google thiết lập cho Google Search Console

–**Bước 6:** Sau khi xác nhận quyền sở hữu, tên miền của người dùng sẽ được thêm vào Google Search Console và người dùng có thể bắt đầu sử dụng các công cụ và thông tin phân tích hiệu suất trang web của mình.

c. Ý nghĩa của Google Search Console trong quản lý từ khóa và liên kết trong dự án SEO của sendauit.com

– *Kiểm tra và cải thiện hiển thị trang web trên kết quả tìm kiếm:* Google Search Console cho phép theo dõi cách trang web sendauit.com xuất hiện trên kết quả tìm kiếm Google. Có thể xem số lượt hiển thị, tỷ lệ nhấp chuột (CTR) và vị trí trung bình của các từ khóa mà trang web đang xếp hạng. Thông tin này giúp tối ưu hóa tiêu đề, mô tả và các thẻ meta khác để tăng CTR và cải thiện hiển thị trang web trên kết quả tìm kiếm.



Hình 82. Lượt hiển thị và tỷ lệ nhấp chuột (CTR)

– *Phân tích từ khóa và trang web*: Google Search Console cung cấp thông tin về các từ khóa mà trang web sendauit.com xuất hiện trên kết quả tìm kiếm. Điều này giúp hiểu được cách người dùng tìm kiếm trang web và điều chỉnh nội dung để tối ưu hóa cho các từ khóa quan trọng.

CỤM TỪ TÌM KIẾM | TRANG | QUỐC GIA | THIẾT BỊ | HÌNH THỨC XUẤT HIỆN TRONG KẾT QUẢ TÌM KIẾM | NGÀY

Truy vấn phổ biến nhất	Lượt nhấp	Lượt hiển thị
xương rồng bánh sinh nhật	0	3
sen đá tay gấu	0	3
đất trồng sen đá	0	2
chó mini	0	2
sen đá phật bà	0	2
xương rồng sinh nhật	0	1
hoa xương rồng bánh sinh nhật	0	1
sen đá mon	0	1
sen đá thược dược	0	1
xương rồng sen đá	0	1

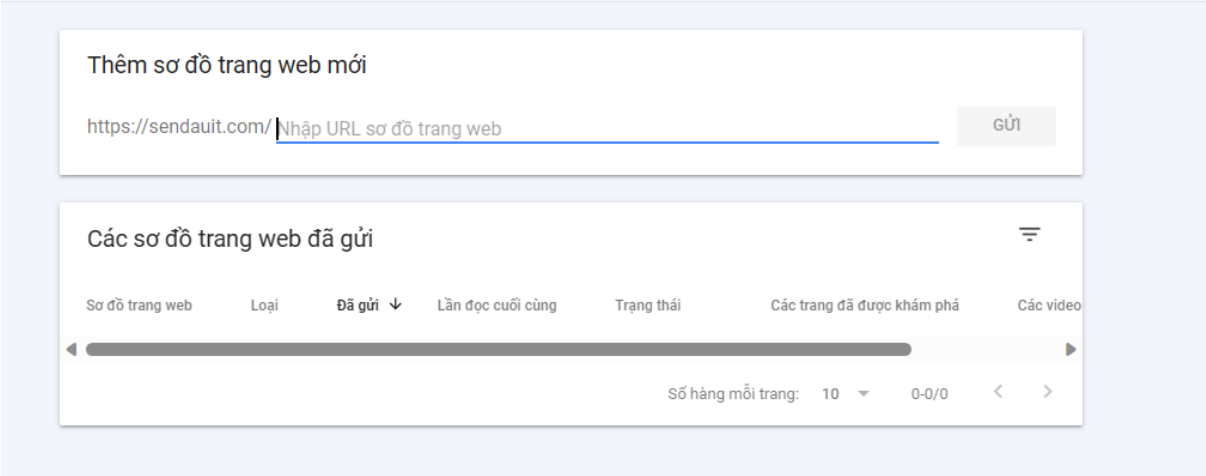
Số hàng mỗi trang: 10 1-10/10

Hình 83. Cụm tìm kiếm và hiển thị phổ biến nhất của trang

– *Kiểm tra và xử lý lỗi trên trang web:* Google Search Console thông báo về các lỗi trên trang web như các trang không tìm thấy (404), lỗi máy chủ và lỗi phân tích cú pháp. Điều này giúp phát hiện và khắc phục các vấn đề kỹ thuật để đảm bảo trang web hoạt động một cách trơn tru và tối ưu.

Hình 84. Công cụ gửi thông báo về lỗi xuất hiện trên trang web

– *Quản lý sitemap và robot.txt:* Có thể gửi sitemap của trang web đến Google Search Console để giúp Google bot hiểu cấu trúc của trang web và lập chỉ mục nội dung một cách hiệu quả. Ngoài ra, cũng có thể kiểm soát robot.txt để chỉ định các phần của trang web không được lập chỉ mục.



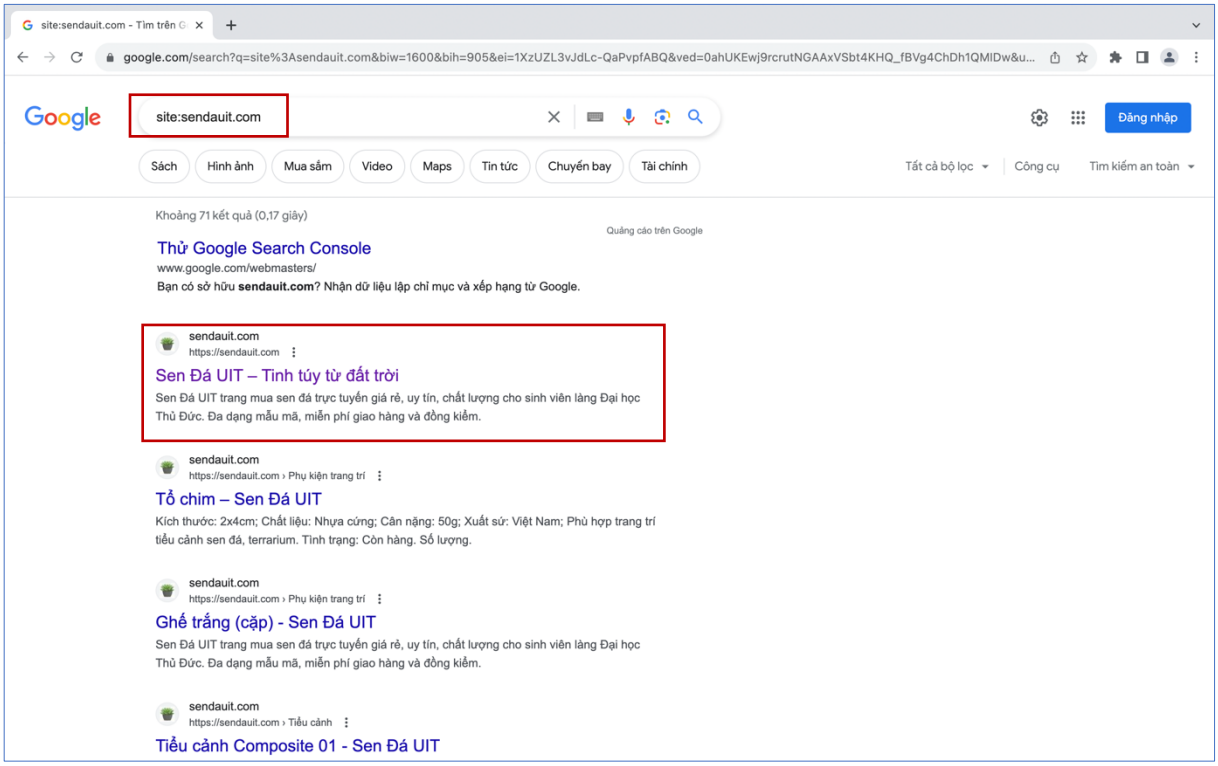
Hình 85. Google Search Console cho phép thêm sơ đồ trang web giúp phần mềm lập chỉ mục nội dung một cách hiệu quả

Chương 3: Kết quả SEO thực nghiệm

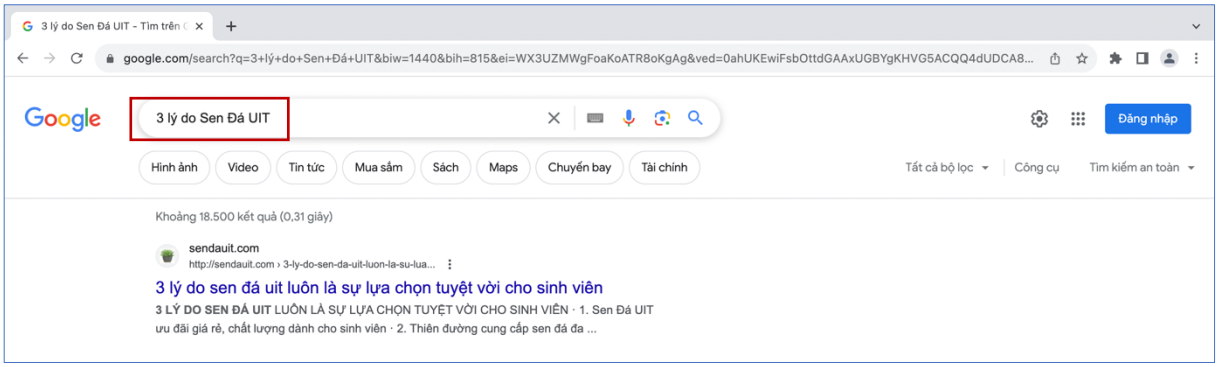
Sau khoảng 02 tháng thiết kế, xây dựng và tiến hành chiến lược SEO trên website Sen Đá UIT (https://sendauit.com), nhóm đã thu đạt được nhiều kết quả SEO nhất định. Sau đây là một vài dẫn chứng cho kết quả của quá trình định vị thứ hạng tìm kiếm trên trang tìm kiếm Google Search, cũng như những báo cáo phân tích cụ thể kế hoạch SEO trên Google My Business, Google Analytics và Google Search Console.

Dữ liệu kết quả được ghi nhận vào ngày 18.08.2023.

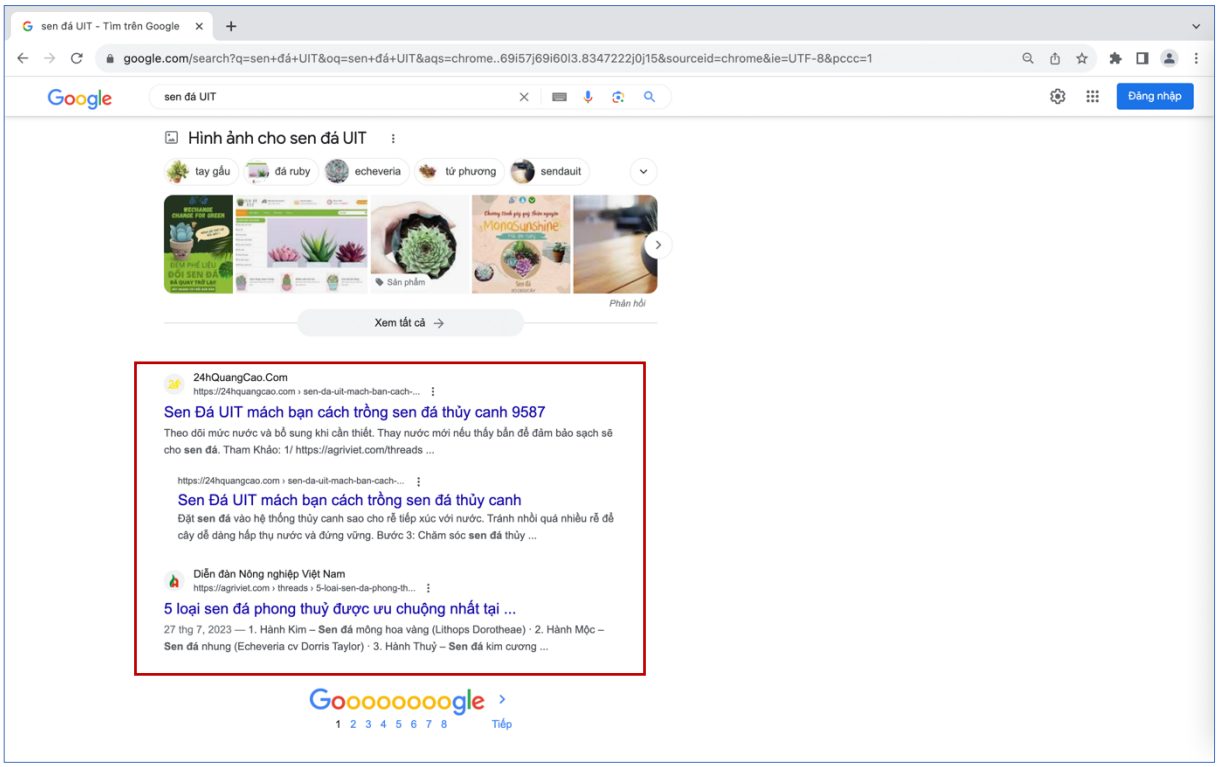
- **Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Search**



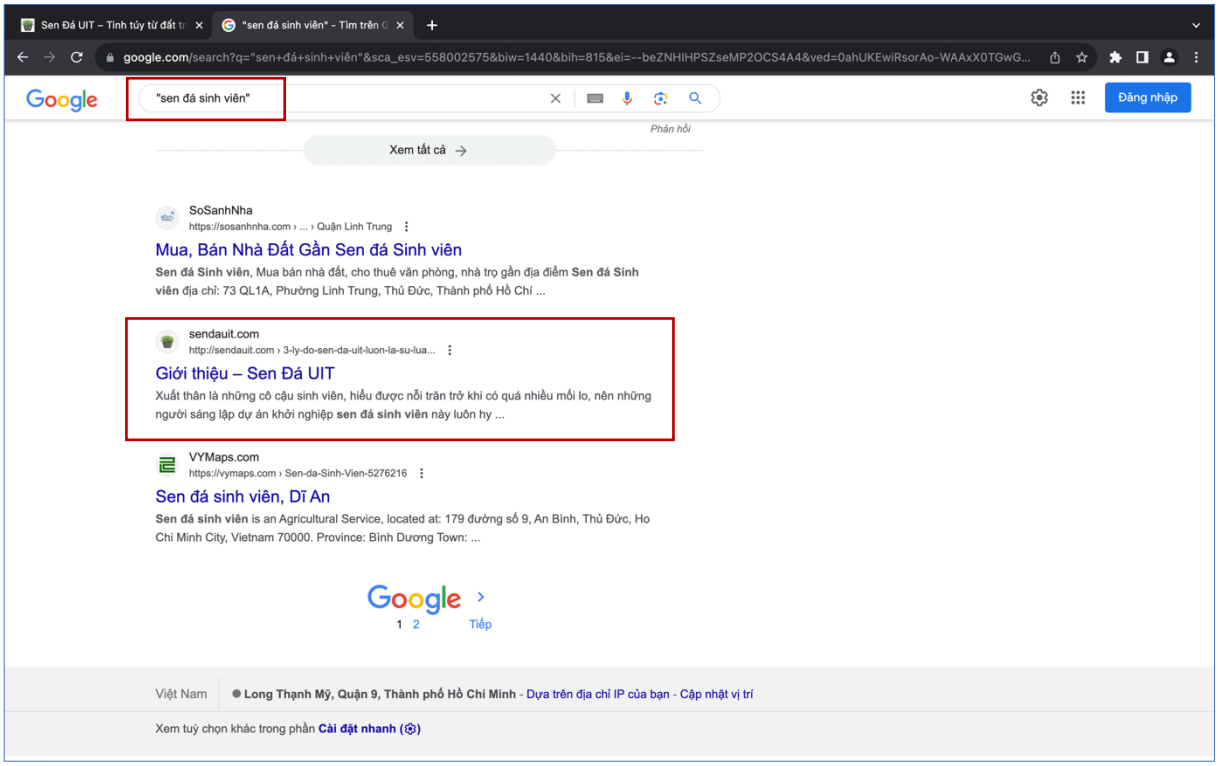
Hình 86. Trang web Sen Đá UIT (sendauit.com) được lập chỉ mục và xuất hiện trên kết quả tìm kiếm của Google



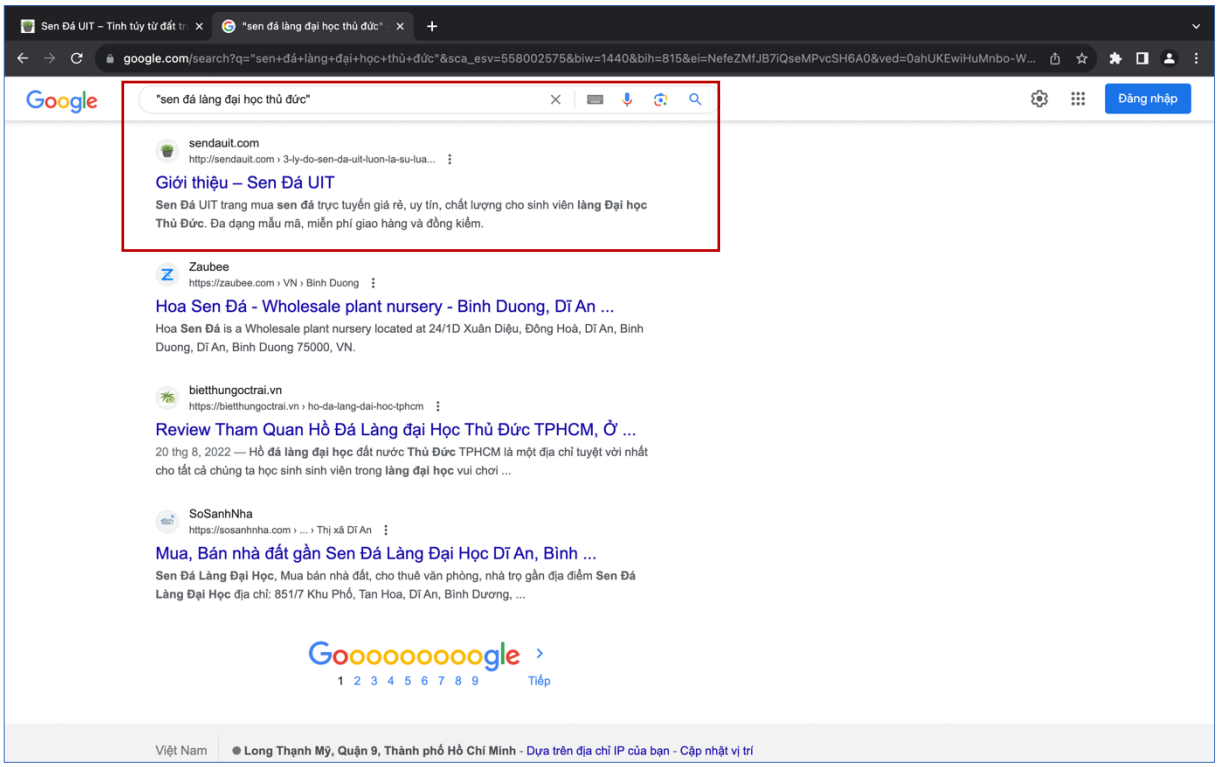
Hình 87. Bài viết chủ đạo giới thiệu về trang web Sen Đá UIT (sendauit.com)



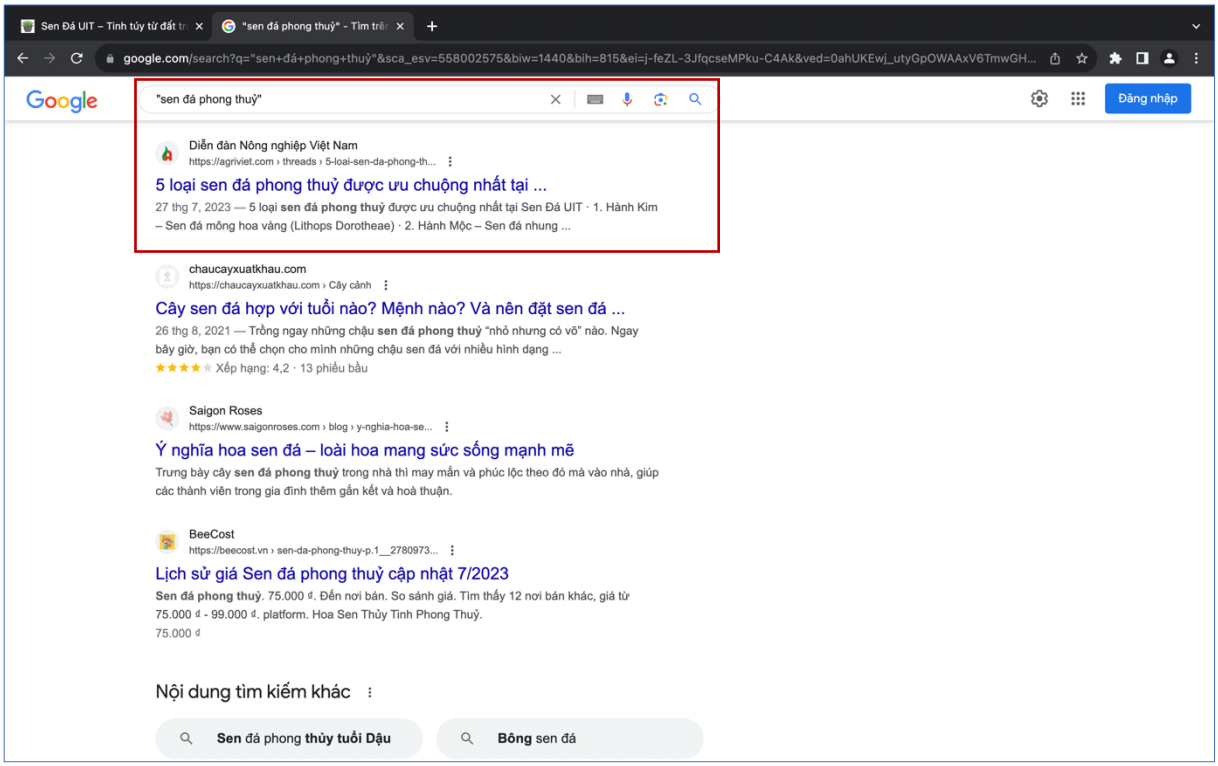
Hình 88. Hình ảnh và các bài viết của trang Sen Đá UIT (sendauit.com) xuất hiện trên trang 1 kết quả tìm kiếm.



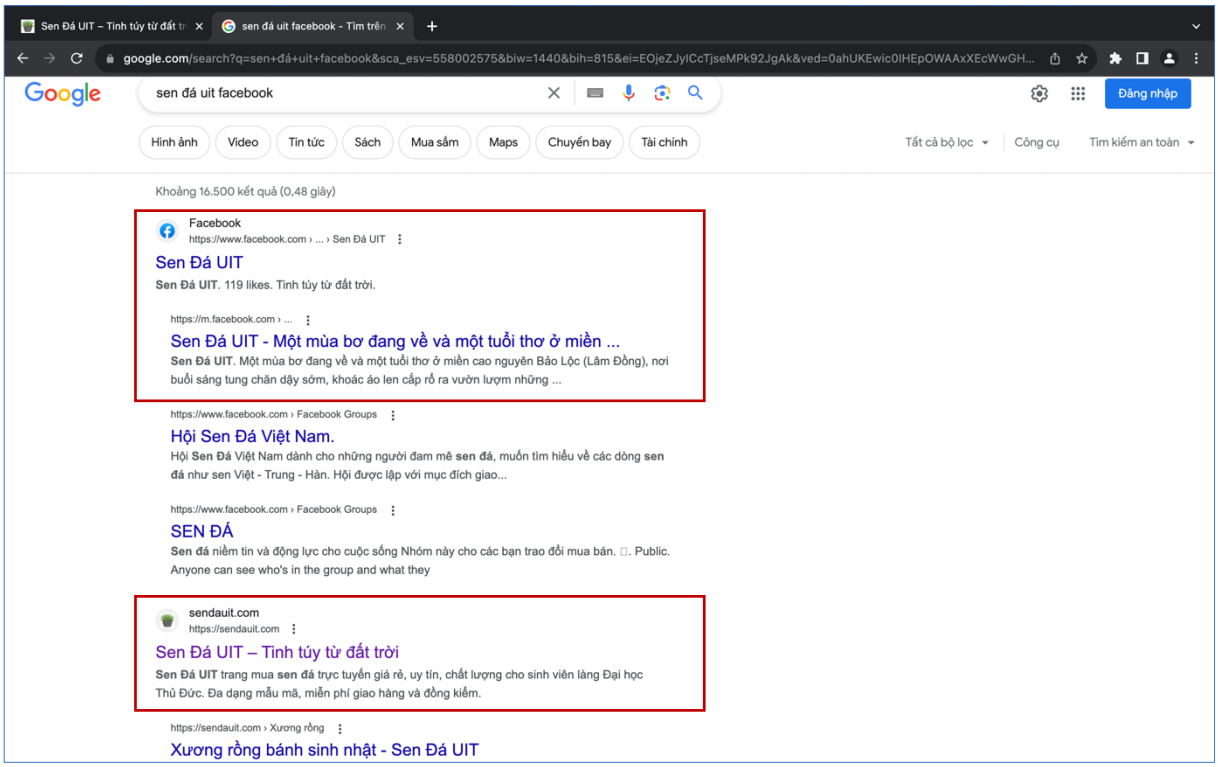
Hình 89. Kết quả tìm kiếm từ khoá SEO "sen đá sinh viên" của trang web Sen Đá UIT (sendauit.com)



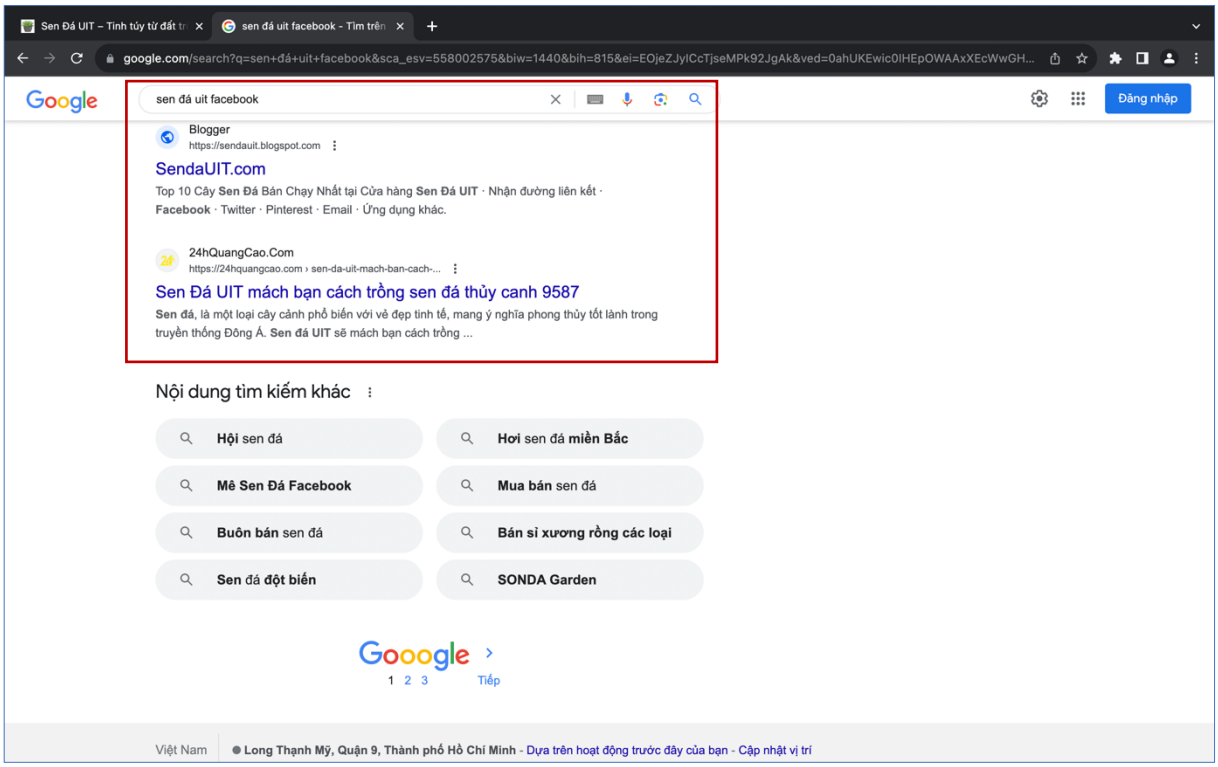
Hình 90. Kết quả tìm kiếm từ khoá SEO "sen đá làng đại học thủ đức" của trang web Sen Đá UIT (sendauit.com)



Hình 91. Kết quả tìm kiếm từ khoá SEO "sen đá phong thuỷ" của trang web Sen Đá UIT (sendauit.com)

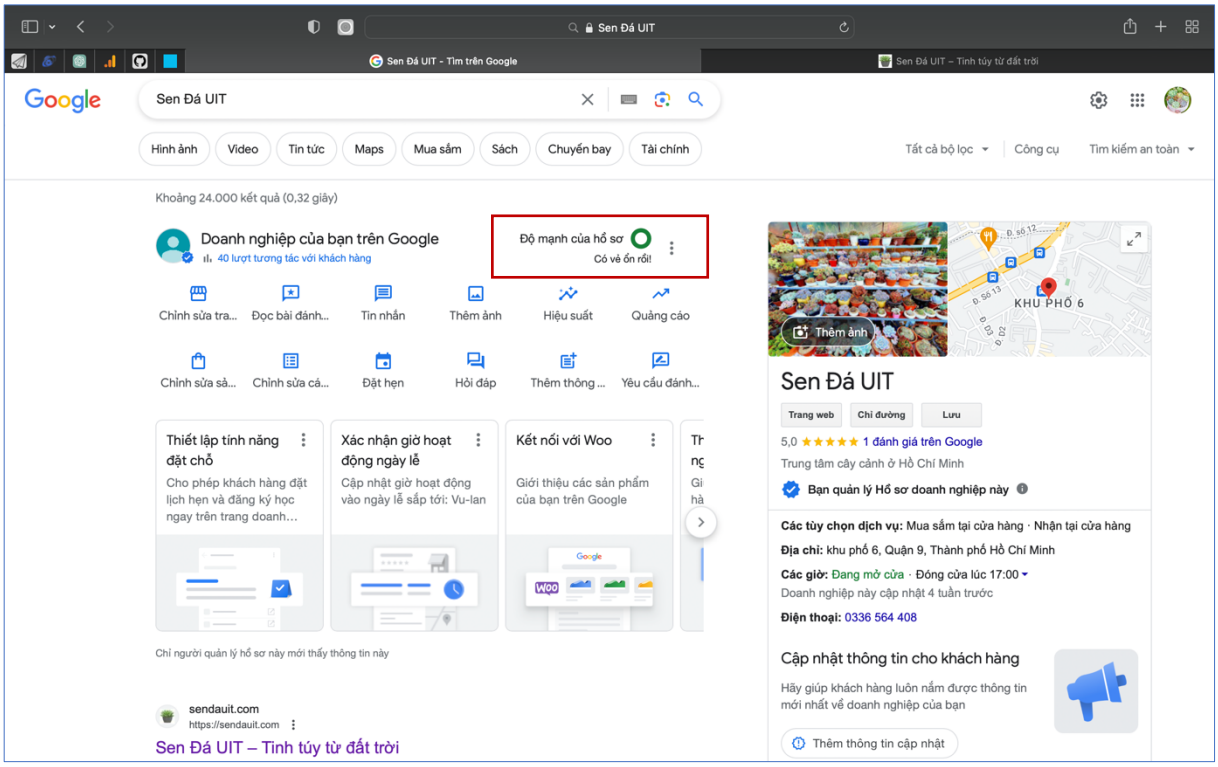


Hình 92. Tìm kiếm trang Facebook của Sen Đá UIT

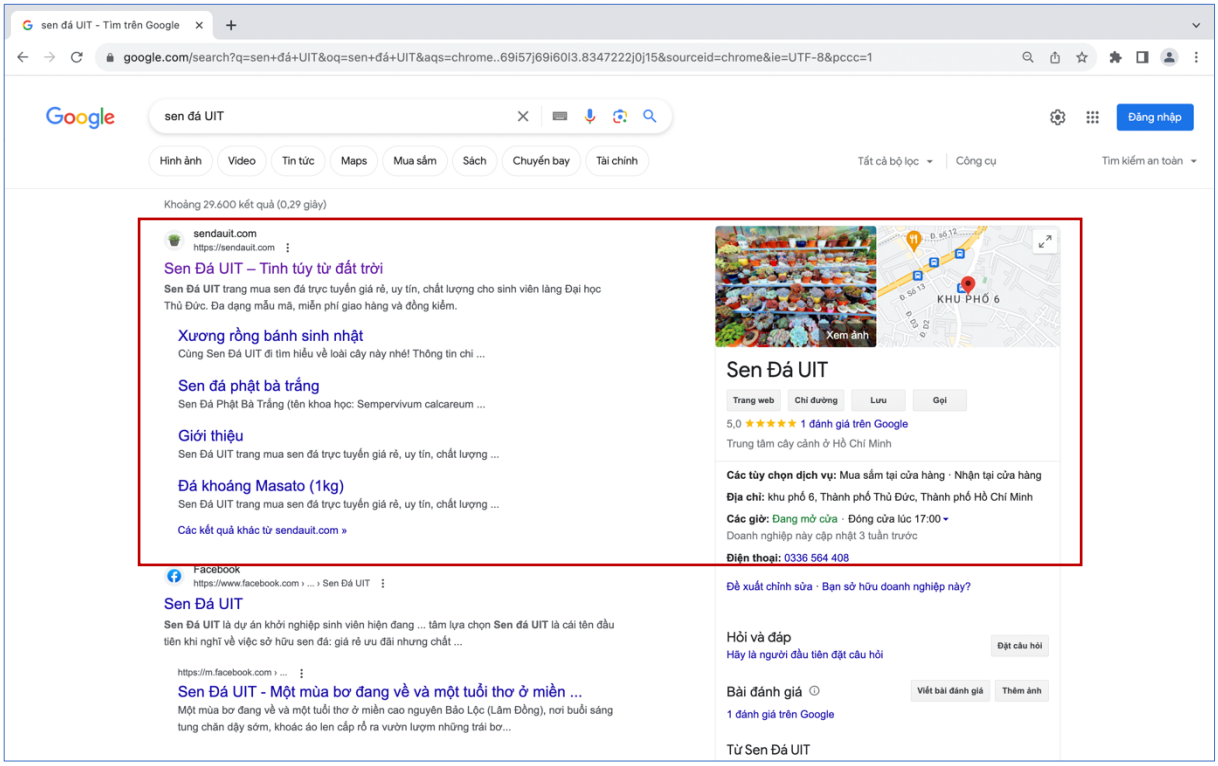


Hình 93. Một số bài viết xây dựng hệ thống liên kết SEO cũng xuất hiện khi tìm kiếm các từ khoá

- **Kết quả SEO thực nghiệm trên Google My Business**

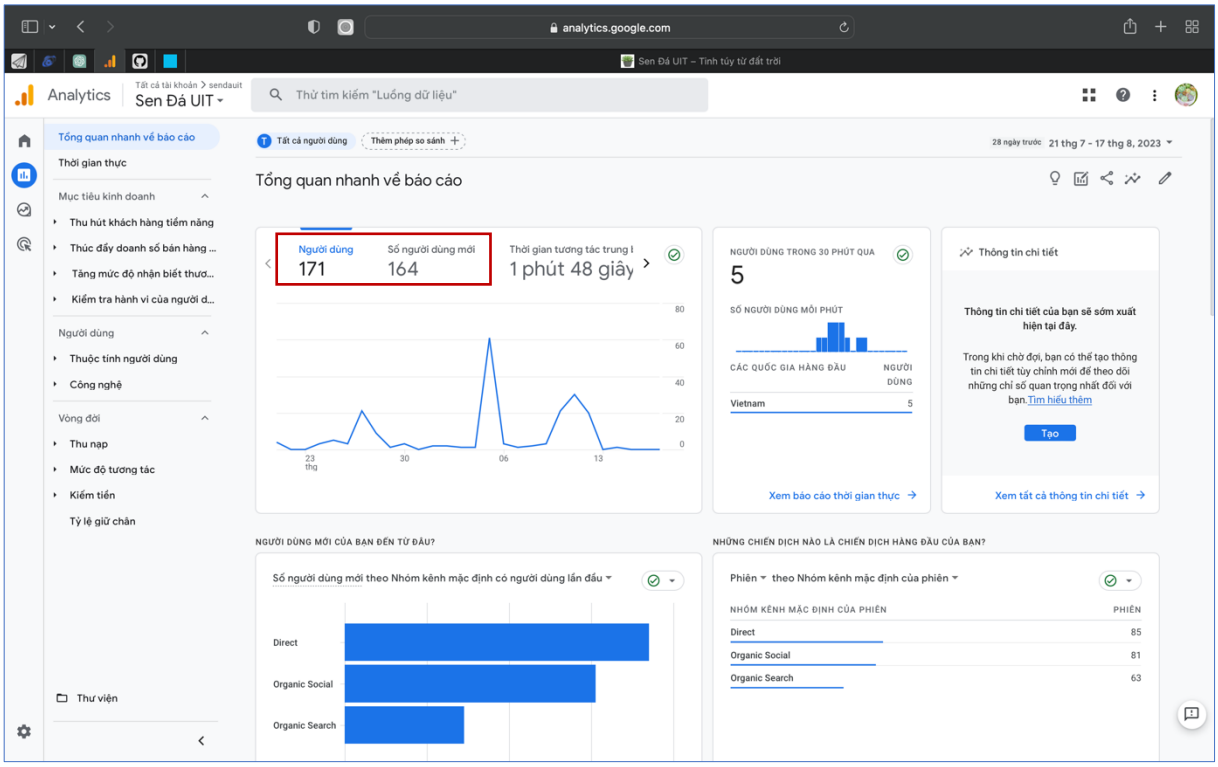


Hình 94. Hoàn chỉnh hồ sơ và nhận dạng thương hiệu trên top 1 của trang tìm kiếm

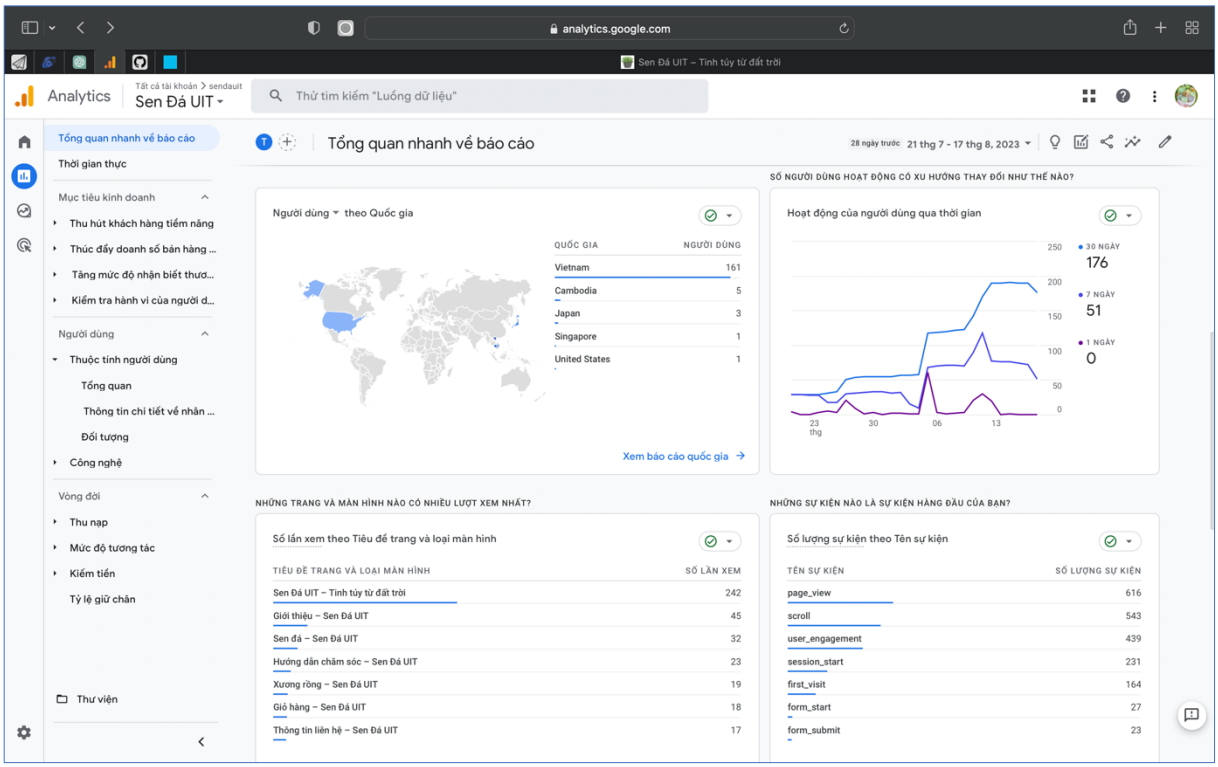


Hình 95. Trang web và thông tin nhận diện thương hiệu đứng top 1 khi người dùng tìm kiếm từ khoá thương hiệu Sen Đá UIT (sendauit.com)

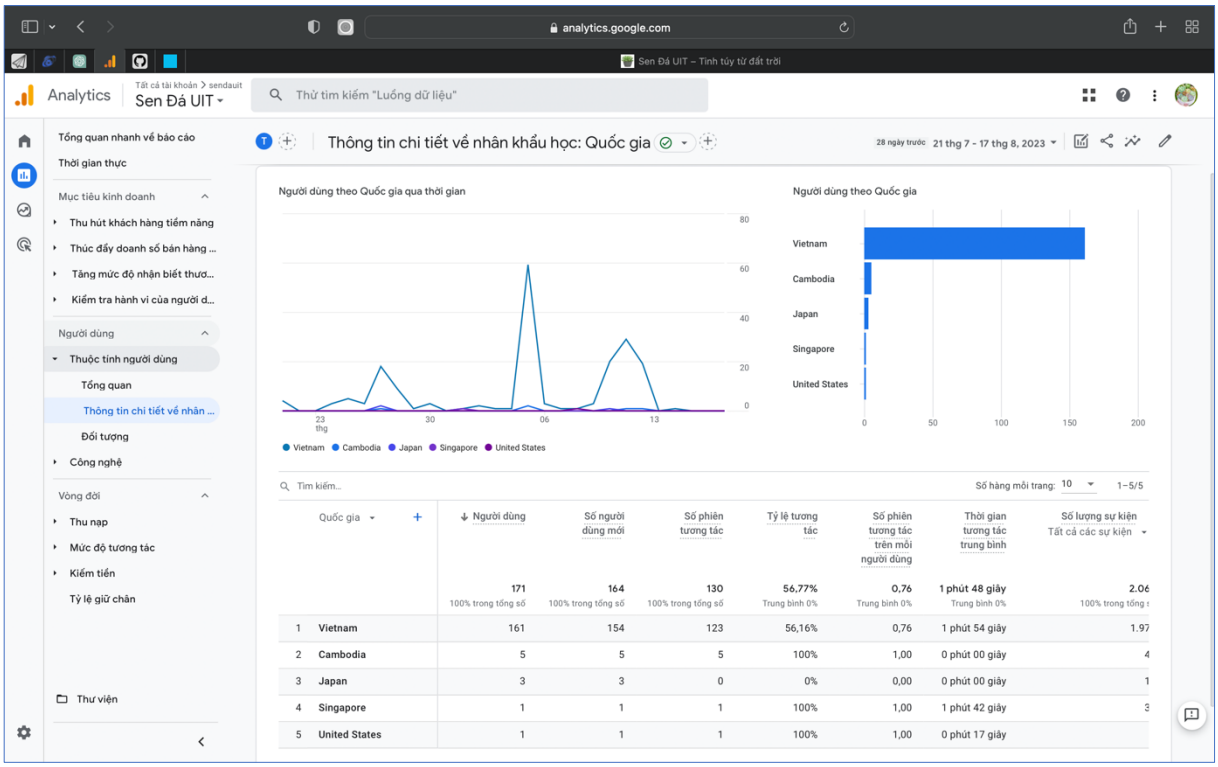
- **Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Analytics**



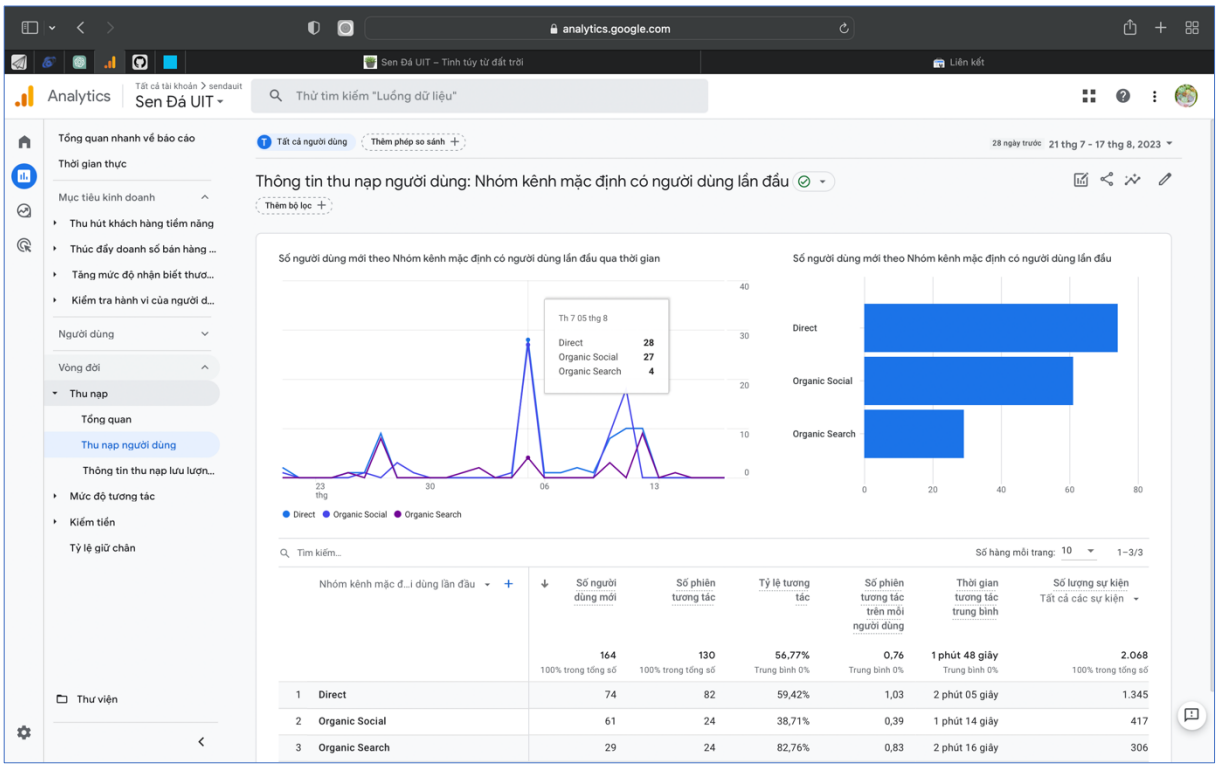
Hình 96. Báo cáo tổng quan về lưu lượng và phương thức truy cập của số lượng người dùng



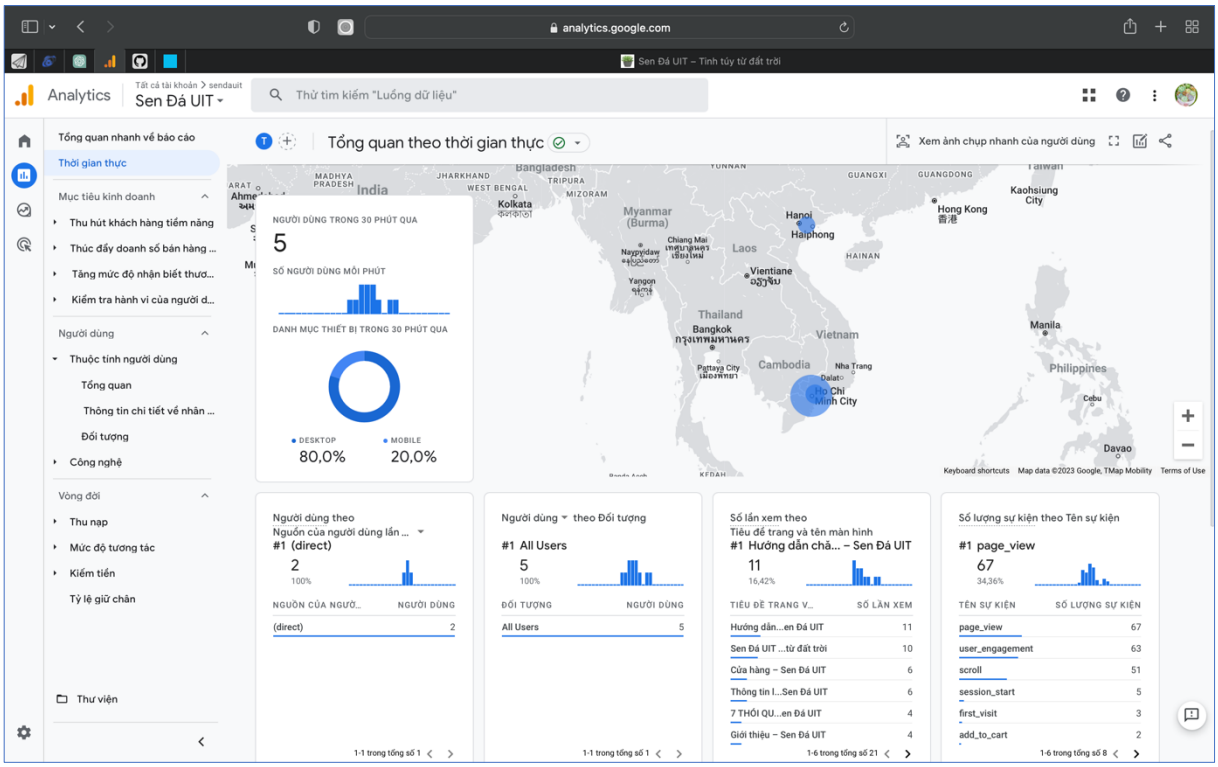
Hình 97. Báo cáo tổng quan về vị trí, hoạt động truy cập của người dùng, các trang nội dung tiếp cận và hành vi của họ trên trang Sen Đá UIT (sendauit.com)



Hình 98. Báo cáo chi tiết về thuộc tính người dùng khi truy cập trang Sen Đá UIT (sendauit.com)

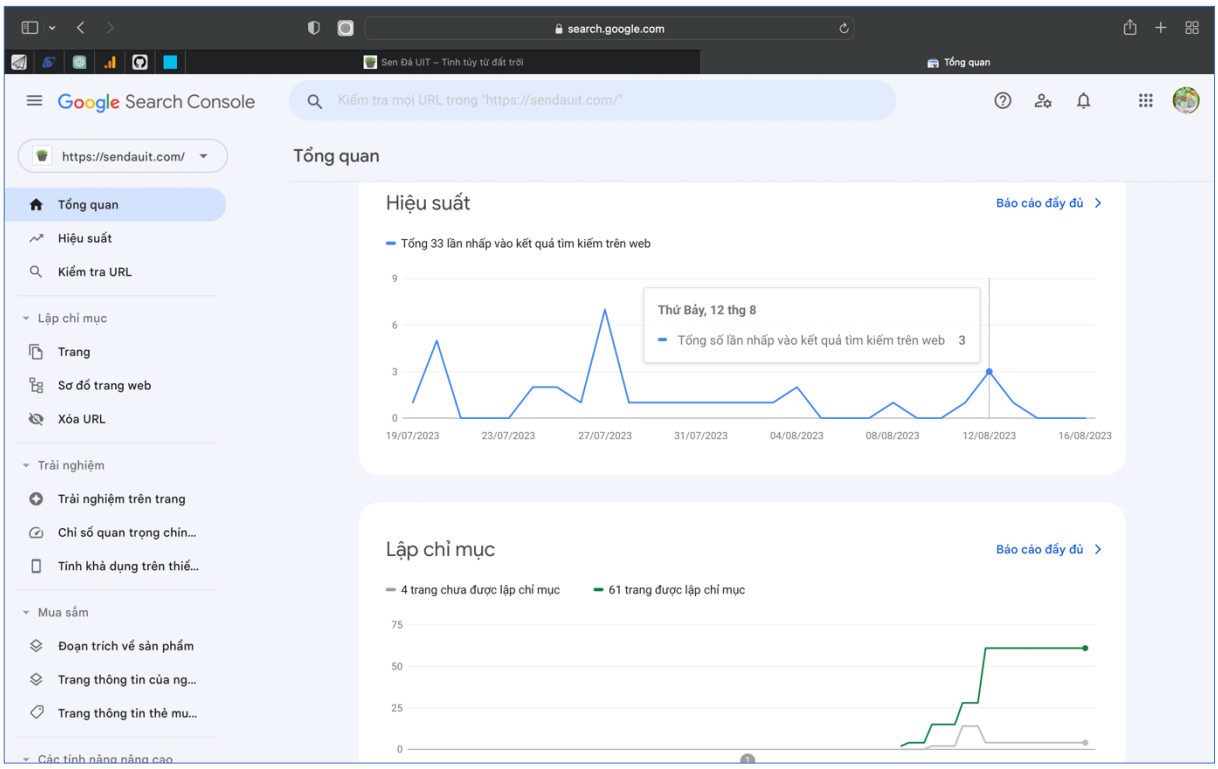


Hình 99. Báo cáo tính hình thu nạp người dùng thông qua phân tích các phương thức truy cập trang web

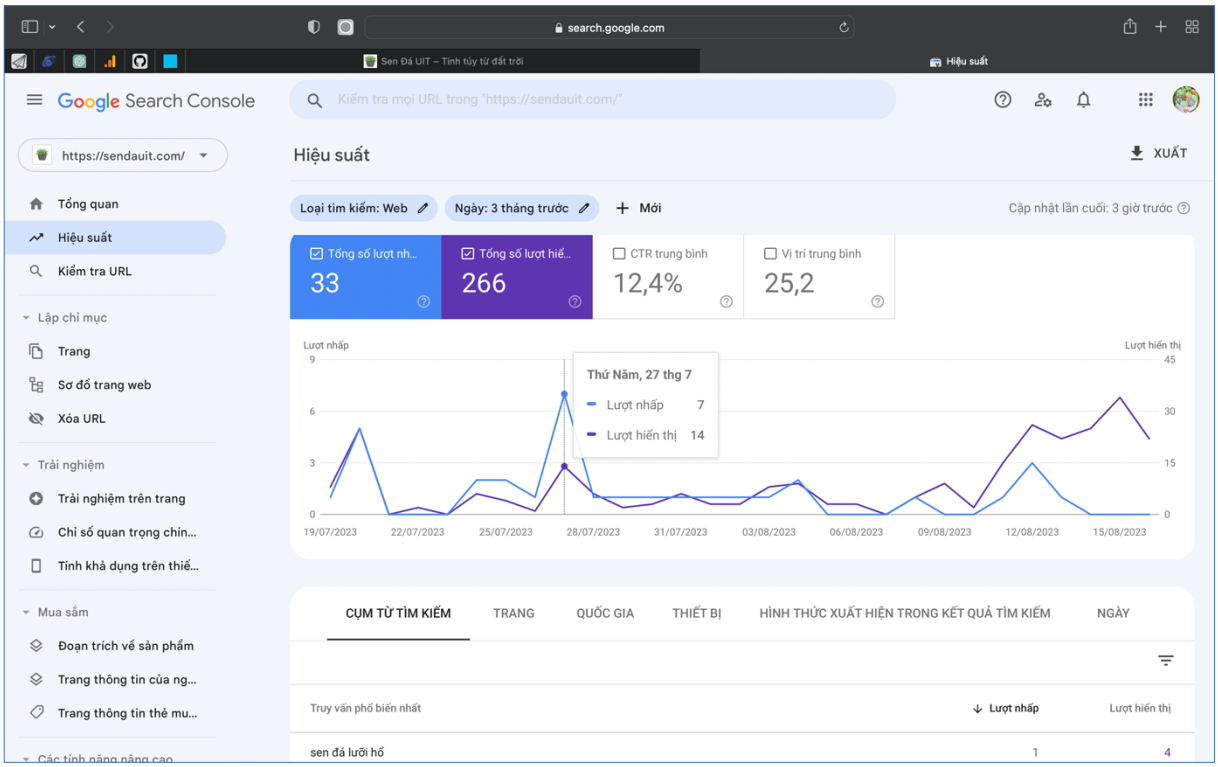


Hình 100. Báo cáo về tình hình lưu lượng truy cập và các thao tác trên trang của người dùng theo thời gian thực (30 phút)

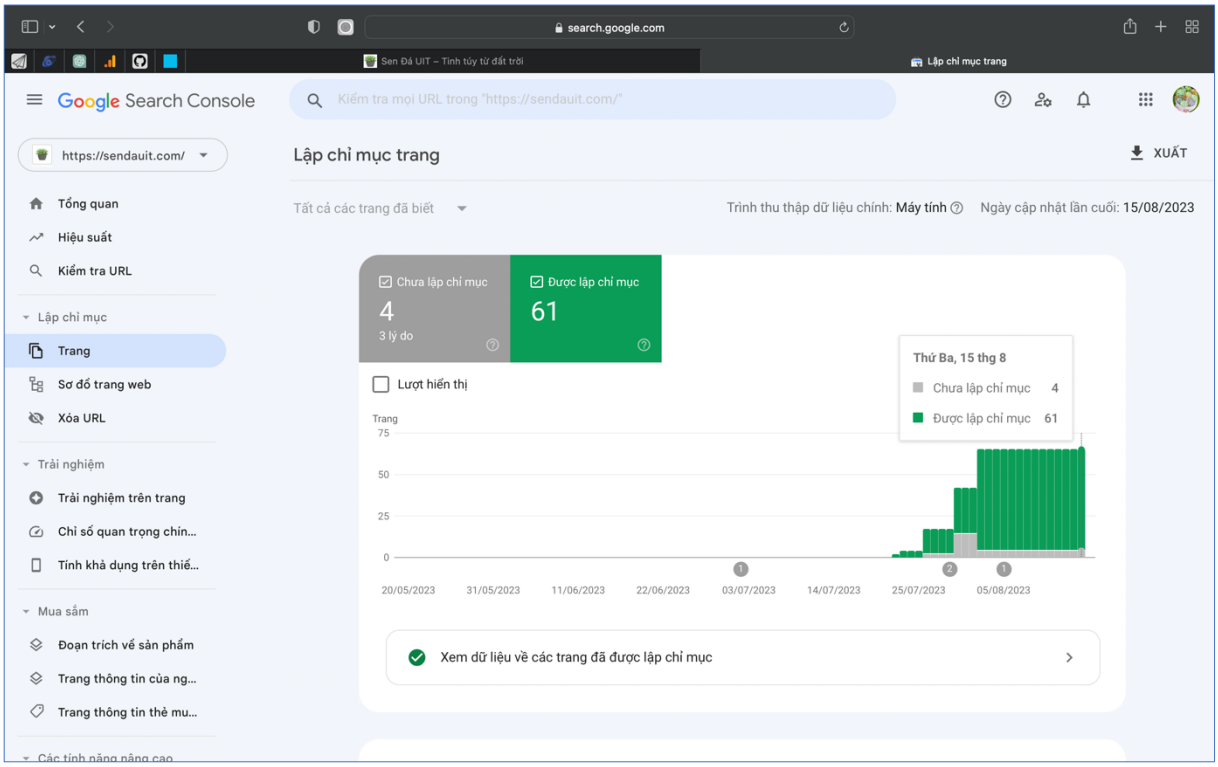
- **Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Search Console**



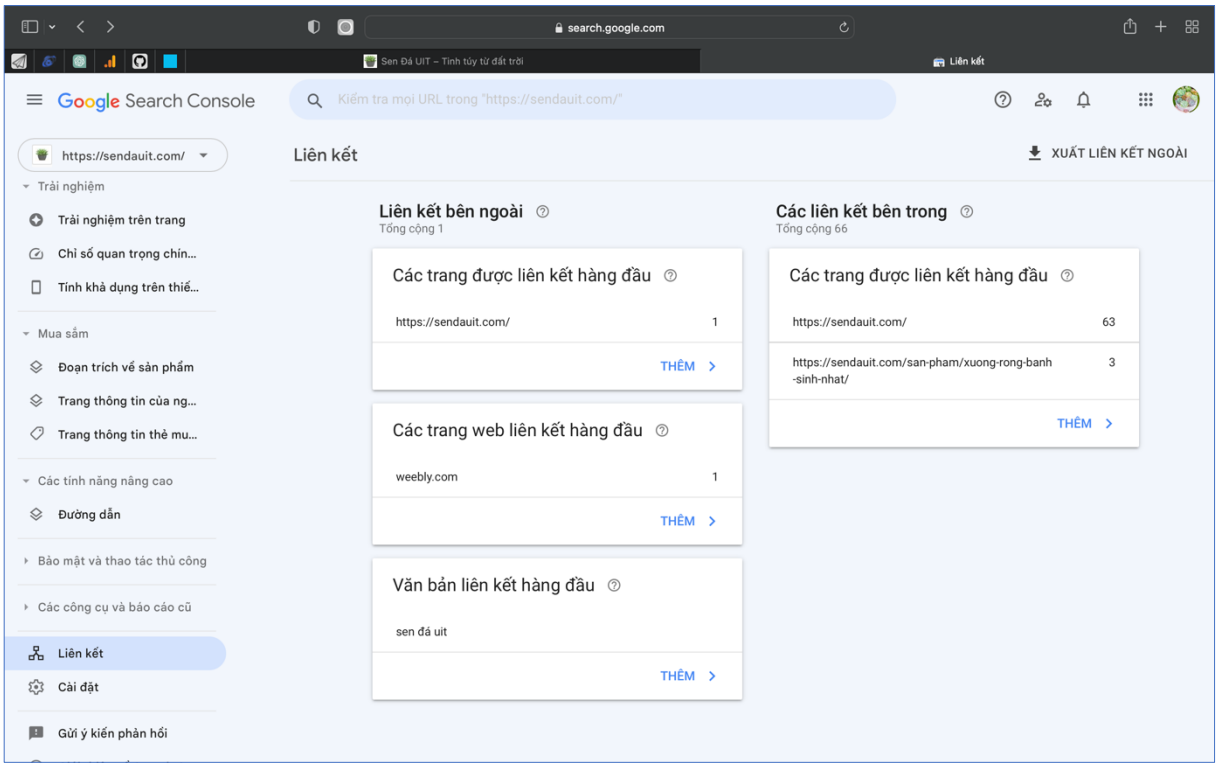
Hình 101. Báo cáo tổng quan về hiệu suất và kết quả lập Google chỉ mục trang của Sen Đá UIT



Hình 102. Báo cáo chi tiết về phân tích hiệu suất lưu lượng truy cập tương tác và hiển thị trang



Hình 103. Thống kê chi tiết tình hình lập chỉ mục trang



Hình 104. Phân tích các liên kết bên trong và bên ngoài trong hệ thống liên kết backlinks (cần nhiều thời gian)

Chương 4: Đánh giá và Kết luận

Trải qua quá trình thực nghiệm kế hoạch SEO thực tế cho một trang web cụ thể, nhóm đá rút ra được nhiều bài học kinh nghiệm trong cách thiết kế, xây dựng, vận hành và đánh giá lại chiến lược SEO cho trang web Sen Đá UIT (sendauit.com) của mình.

- **Những điều đã làm được**

Đồ án thực hiện được hầu như toàn bộ các nội dung của một kế hoạch SEO, cụ thể:

- *SEO keyword*: xây dựng được một danh sách từ khoá phù hợp và tiềm năng dựa trên các kỹ thuật và sự hỗ trợ của các công cụ hỗ trợ phân tích, đánh giá, đo lường,…

- *SEO on-page*: cải thiện được những điều cơ sở nhất trước khi đem đi tiếp thị truyền thông, đó là cải cách thiết kế, đề cao nội dung hữu ích và tối ưu tốc độ tải trang.

+ *SEO pageDesign*: áp dụng lối thiết kế chuyên nghiệp trong giao diện, chủ đề (theme) hài hoà phù hợp với sản phẩm là cây cảnh sen đá, đồng thời trang web được thiết kế có các trang nội dung riêng biệt, rõ ràng trong cấu trúc phân cấp từng mức độ và có các mối liên kết nội bộ chặt chẽ và hợp logic giữa các trang nội dung và các bài viết,… giúp cho người dùng biết được họ đang ở đâu, thao tác với đối tượng nào trong khi khám phá.

+ *SEO content*: nội dung các bài viết được đầu tư tìm hiểu chủ đề, nghiên cứu kiến thức và trình bày chỉn chu, áp dụng các kỹ thuật SEO và khả năng diễn đạt ngôn ngữ khiến cho các bài viết sinh động, hữu ích, có giá trị đánh trọng tâm yêu cầu tìm kiếm của người dùng và hỗ trợ các con bọ tìm kiếm nhận diện và đánh chỉ mục trang.

+ *SEO pageSpeed*: các chỉ số đánh giá về tốc độ tải trang trên cả phiên bản desktop và mobile khá khả quan, dù vẫn còn nhiều khía cạnh cần được cải tiến, đã phản ánh được tính thân thiện về giao diện giữa các thiết bị. Việc đáp ứng được tính tinh chỉnh, phù hợp với từng kích thước màn hình thiết bị truy cập đã được nhóm đặc biệt chú ý, giúp tối ưu hơn trải nghiệm của người dùng.

- *SEO off-page*: các bài viết hữu ích được đăng tải trên một hệ thống các liên kết backlinks chất lượng (trên các trang danh bạ, tạp chí, diễn đàn, blog chuyên ngành, trang mạng xã hội uy tín và lan toả,…) và độ phủ sóng cao (mô hình liên kết lưới - web links với các liên kết dày đặc, thể hiện ưu thế vượt trội hơn các mô hình đơn giản khác) mang lại hiệu quả SEO tốt hơn cho chiến lược tiếp thị và quảng bá thương hiệu Sen Đá UIT.

- *SEO evaluation*: nhờ vào các công cụ hỗ trợ như Google Analytics, Google Search Console, Moz Link Explorer,… nhóm đã chủ động phân tích các báo cáo, đánh giá tình hình vận hành và điều chỉnh kế hoạch SEO cho phù hợp với trạng thái SEO mới. Nhờ vậy, các kết quả SEO đạt được cho đến hiện tại đã đáp ứng các yêu cầu tôn chỉ của môn "Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm" đặt ra, cũng như mở ra nhiều hướng phát triển mới.

- **Những điều cần cải thiện**

Những điều cần cải thiện của đồ án chủ yếu xoay quanh về khả năng tối ưu hoá trang web (SEO on-page) và khả năng mở rộng các mối liên kết mới (SEO off-page) hiệu quả hơn, chất lượng hơn để có thể nâng cao hơn nữa vị thế của trang web Sen Đá UIT trên thứ tự bảng xếp hạng các kết quả tìm kiếm.

+ *SEO on-page:* việc tối ưu hóa tốc độ tải trang không phải là trọng tâm trong chiến lược SEO, nhưng đóng góp một phần quan trọng trong việc níu chân khách hàng ở giai đoạn "hậu kết nối" sau khi họ đã tiếp cận trang web. Đây là một trong những tiêu chí giúp Google đánh giá được chất lượng của trang web và nâng cao thứ hạng đề bạt. HIện tại tốc độ tải trang của trang web Sen Đá UIT chưa thật sự đạt mức tối ưu, cần được cải tiến nhiều hơn nữa, ví dụ một vài việc có thể áp dụng sau:

- Sử dụng hình ảnh nén tối ưu về kích thước và định dạng hợp lý có thể giúp cải thiện tốc độ tải trang và mang lại trải nghiệm tốt cho người dùng.

- Sử dụng bộ đệm trình duyệt (browser caching) bằng cách thiết lập header cho tệp tin để trình duyệt lưu lại dữ liệu trang để tải nhanh hơn khi người dùng quay lại.
- Loại bỏ các mã JavaScript và CSS không cần thiết để giảm tải trang, …

+ *SEO off-page:* dù mất rất nhiều thời gian để con bọ tìm kiếm có thể nhận diện, đánh giá, đánh chỉ mục trang cho các bài viết trong hệ thống liên kết backlinks của trang web, tuy nhiên việc trang bị tốt kiến thức về backlink trong việc lựa chọn những trang web ngoại vi uy tín, tập trung cao và liên quan trong lĩnh vực cây cảnh sẽ giups ích nhiều hơn nữa trong việc cải thiện sự hiện diện trực tuyến của trang web trên kết quả tìm kiếm.

- **Đánh giá và Kết luận**

Xây dựng kế hoạch và thực hiện chiến lược SEO không khó, cái khó là mức độ tham gia, tập trung và tính quyết liệt của người thực hiện. Điều đó có nghĩa là áu dụng các kỹ thuật SEO thôi thì chưa đủ, người tiến hành SEO phải thể hiện được khả năng nắm bắt tình hình và biết phân tích, đánh giá và điều chỉnh chiến lược SEO một cách phù hợp.

Việc phân tích và đánh giá này thể hiện ở các khía cạnh liên quan và nhất quán nhau trong xuyên suốt quá trình thực hiện, cụ thể:

- Đánh giá hiệu suất tổng thể của trang web về thiết kế cấu trúc trang, tốc độ tải trang, tính tương thích, thân thiện với mọi kích thước hiển thị nội dung,…

- Đánh giá tính khả thi cạnh tranh, phù hợp và xu hướng tìm kiếm phổ biến của danh sách các từ khoá mục tiêu có góp phần gây tăng lưu lượng truy cập và ảnh hưởng đến tỷ lệ chuyển đổi hay không.

- Đánh giá tính giá trị, hữu ích của nội dung các bài viết để tạo ra nhiều sự truy cập, tương tác, quan tâm, chia sẻ và bình luận từ người đọc.

- Đánh giá tính chất lượng của hệ thống liên kết backlinks đã xây dựng về độ uy tín và có liên quan của các trang ngoại vi, về độ phù hợp và thú vi của từng nội dung chia sẻ, đồng thời tạo dựng được mối quan hệ tương tác tích cực trong mạng xã hội, kết nối với cộng đồng.

- Đánh giá lưu lượng và khả năng tiếp cận trang web nhờ vào các công cụ hỗ trợ phân tích, báo cáo hiệu quả SEO để khắc phục các rủi ro, xem xét lại kế hoạch, hoạch định lại chiến lược với nhiều bài học kinh nghiệm thực tế đã trải qua.

Cuối cùng không quên không ngừng nâng cao kiến thức SEO và luôn đặt cái tâm trong mọi việc dù là nhỏ nhặt nhất trong bức tranh tổng thể về vận hành chiến lược SEO.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ThS. Võ Ngọc Tân, ***"Bài giảng 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.
2. Adam Clarke, "***SEO 2020 – Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies***".
3. Jeremy Preace, "***Social Media Marketing 2021***".
4. Tim Cameron-Kitchen & Exposure Ninja, "***How to get to the top of Google***".
5. Tobias Ebner & Levin Granitza, "***The SEO book – The way to Nr. 1***".