



TỐI ƯU HOÁ CÔNG CỤ TÌM KIẾM – SEO

Mã lớp: IE204.O22.CNCL

Giảng viên hướng dẫn: **ThS. Võ Ngọc Tân**

Nhóm sinh viên thực hiện:

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. Âu Trường Giang | MSSV: 21522019 |
| 2. Từ Quốc Anh | MSSV: 21521842 |
| 3. Đỗ Nguyễn Anh Khoa | MSSV: 21522219 |
| 4. Bùi Minh Huy | MSSV: 21520910 |
| 5. Lê Tấn Hòa | MSSV: 21522081 |

BÀI TẬP THỰC HÀNH 01

KEYWORDS SEO

MỤC LỤC

A. Giới thiệu các công cụ hỗ trợ xây dựng danh sách từ khóa (keyword)	3
I. Google Search.....	3
II. Google Trends	11
III. Google Keyword Planner.....	18
III. So sánh 03 công cụ Google search - Google Keyword Planner - Google Trends	26
B. Lập danh sách từ khoá phù hợp SEO cho website Học SEO cùng UIT	30
I. Xác định các loại từ khoá dựa trên nhu cầu tìm kiếm của người dùng	30
II. Sử dụng các công cụ phân tích tính hiệu quả của các loại từ khoá trên.....	32
III. Danh sách từ khoá phù hợp chọn lọc để SEO cho website Học Seo cùng UIT	44

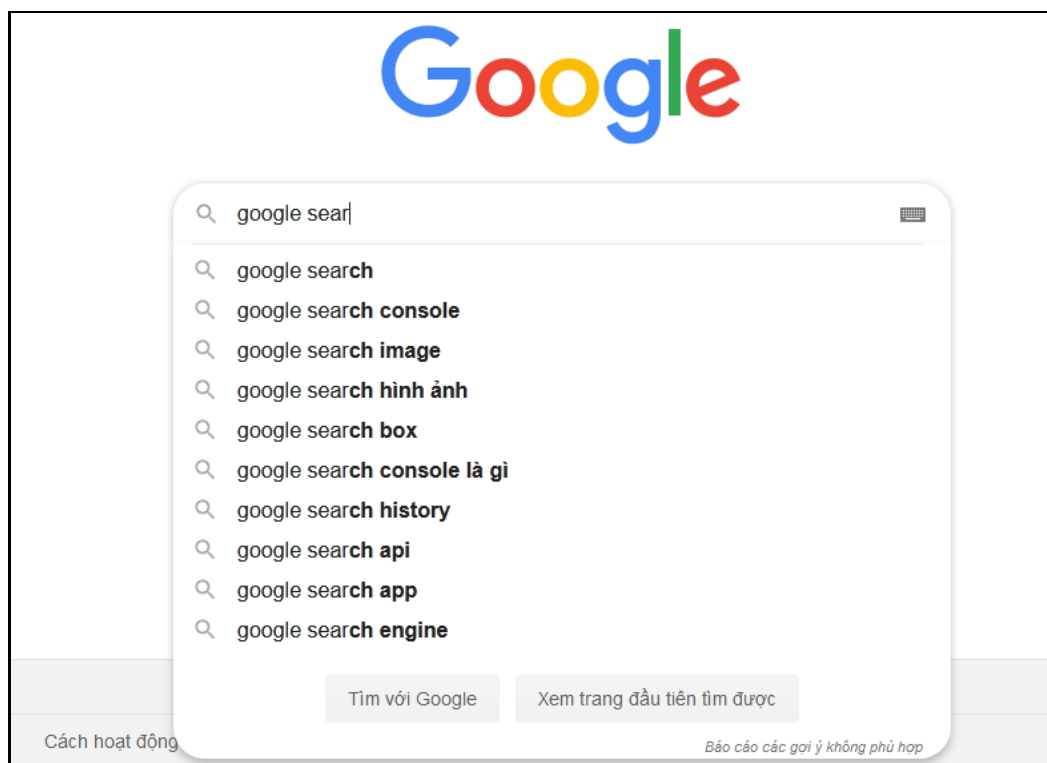
A. Giới thiệu các công cụ hỗ trợ xây dựng danh sách từ khóa (keyword)

I. Google Search

1. Giới thiệu

Google Search là dịch vụ tìm kiếm trực tuyến được phát triển bởi Google. Nó cho phép người dùng nhập các từ khóa hoặc cụm từ vào ô tìm kiếm để tìm kiếm thông tin trên Internet. Google sử dụng một thuật toán phức tạp để phân tích hàng tỷ trang web trên Internet và trả về kết quả phù hợp nhất với truy vấn của người dùng trong vài giây.

Kết quả tìm kiếm bao gồm một danh sách các liên kết đến các trang web, hình ảnh, video, tin tức, và nhiều nội dung khác có liên quan. Google Search đã trở thành công cụ tìm kiếm phổ biến nhất trên thế giới và là một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày của hàng triệu người dùng trên toàn cầu.



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

2. Đặc điểm

Google Search có một số đặc điểm chính sau::

- *Thuật toán tìm kiếm mạnh mẽ*: Google sử dụng một thuật toán phức tạp để xác định và sắp xếp kết quả tìm kiếm theo độ phù hợp với từ khóa mà người dùng nhập.

- *Kết quả đa dạng*: Google Search cung cấp các loại kết quả đa dạng như trang web, hình ảnh, video, tin tức, sản phẩm mua sắm và nhiều nội dung khác.

- *Tính năng bổ sung*: Bên cạnh các kết quả thông thường, Google Search còn cung cấp các tính năng bổ sung như tính toán, chuyển bay, thời tiết, định nghĩa từ điển, bản đồ và nhiều hơn nữa.

- *Tính nhanh chóng và hiệu quả*: Google Search cho phép người dùng truy cập thông tin một cách nhanh chóng và hiệu quả chỉ bằng cách nhập từ khóa vào ô tìm kiếm.

- *Hỗ trợ ngôn ngữ và vùng địa lý đa dạng*: Google Search hỗ trợ nhiều ngôn ngữ và cung cấp kết quả dựa trên vị trí địa lý của người dùng.

- *Dữ liệu cập nhật liên tục*: Google liên tục cập nhật dữ liệu và thuật toán của mình để cải thiện trải nghiệm tìm kiếm của người dùng và đáp ứng với các yêu cầu mới.

3. Lịch sử phát triển và nâng cấp

- Năm 1997: Larry Page và Sergey Brin, sinh viên tại Đại học Stanford, bắt đầu phát triển “BackRub”, tiền thân của Google Search sau này. Họ được hỗ trợ bởi Scott Hassan, một lập trình viên chính.

- Năm 2000: Quốc tế hóa với việc ra mắt công cụ tìm kiếm bằng 13 ngôn ngữ mới.

- Giai đoạn 2001–2004: Ra mắt nhiều loại hình tìm kiếm mới như Google News, Google Books và Google Scholar.

- Năm 2002: Công bố các cập nhật thuật toán tìm kiếm.

- Giai đoạn 2008–2010: Cải thiện trải nghiệm tìm kiếm với các tính năng như Google Suggest, Google Instant và Google Instant Previews.
- Năm 2005: Bắt đầu sử dụng lịch sử web để hỗ trợ tìm kiếm.
- Năm 2009: Thử nghiệm tìm kiếm trên mạng xã hội.
- Giai đoạn 2009 – 2010: Cập nhật Caffeine để tìm kiếm nhanh hơn và kết quả tìm kiếm cập nhật và liên quan hơn.
- Giai đoạn 2011–2014: Ra mắt các cập nhật như Google Panda và Google Penguin để chống lại spam và cải thiện chất lượng tìm kiếm.
- Năm 2012: Ra mắt Search Plus Your World, tích hợp Google Knowledge Graph vào kết quả tìm kiếm.
- Năm 2013: Phát hành Google Hummingbird, một cập nhật có thể kích hoạt tìm kiếm ngữ nghĩa trong tương lai và tích hợp tốt hơn với Knowledge Graph.
- Năm 2014: Cập nhật lớn cho tìm kiếm địa phương với tên gọi Google Pigeon.
- Năm 2015: Cảnh báo vấn đề sử dụng di động và cập nhật thuật toán tìm kiếm cho thiết bị di động.

4. Các tính năng tìm kiếm

a. Tính năng chung

- *Google Images*: Tìm kiếm hình ảnh trực tuyến dựa trên từ khóa hoặc URL của hình ảnh.
- *Google Finance*: Cung cấp thông tin về thị trường tài chính, cổ phiếu, và chỉ số tài chính từ nhiều thị trường trên thế giới.

- *Google Shopping*: Tìm kiếm và so sánh giá cả của các sản phẩm từ các nhà bán lẻ trực tuyến khác nhau, giúp họ mua sắm một cách thông minh và tiết kiệm.

- *Google Scholar*: Tìm kiếm thông tin từ các bài báo khoa học, luận án, sách và tài liệu học thuật khác, giúp họ tìm kiếm thông tin phức tạp và chuyên sâu.

- *Google Weather*: Cung cấp thông tin thời tiết trực tuyến từng giờ và dự báo trong một khoảng thời gian cụ thể cho các địa điểm trên toàn thế giới, giúp người dùng chuẩn bị kế hoạch hoạt động ngoài trời.

- *Google Search tích hợp với Google Maps*: Cho phép người dùng tìm kiếm địa điểm, chỉ đường và khám phá thông tin về địa điểm trực tiếp từ kết quả tìm kiếm.

- *Google Arts & Culture*: Tính năng này cho phép người dùng khám phá và tìm hiểu về nghệ thuật, văn hóa và di sản từ khắp nơi trên thế giới thông qua ảnh, video và các bộ sưu tập trực tuyến.

- *Google 3D Animals*: Là một tính năng thú vị cho phép người dùng xem và tương tác với các con vật 3D trong môi trường thực tế ảo thông qua điện thoại di động.

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

Trong lĩnh vực SEO (tối ưu hóa công cụ tìm kiếm), việc xác định từ khóa là một phần quan trọng trong việc tạo nội dung và tối ưu hóa trang web để thu hút lưu lượng truy cập từ các công cụ tìm kiếm như Google. Google Search cung cấp một số tính năng hỗ trợ xác định từ khóa trong lĩnh vực SEO:

- *Google Keyword Planner*: Công cụ miễn phí được cung cấp trong Google Ads (trước đây là Google AdWords). Nó cho phép người dùng nghiên cứu và phân tích từ khóa, đề xuất từ khóa mới dựa trên các từ khóa liên quan, và xem dự đoán về hiệu suất từ khóa (từ lượng tìm kiếm hàng tháng đến mức độ cạnh tranh).

- *Google Autocomplete*: Khi người dùng bắt đầu nhập từ khóa vào thanh tìm kiếm của Google, tính năng Autocomplete sẽ gợi ý các từ khóa liên quan dựa trên những gì

người dùng đã nhập. Điều này giúp người dùng xác định các từ khóa phổ biến mà họ có thể muốn tối ưu hóa.

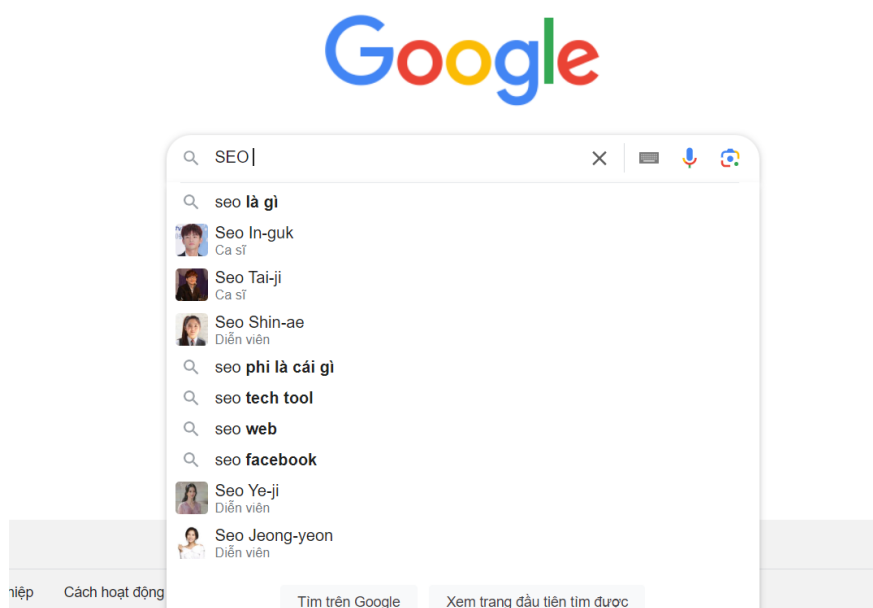
- *Related Searches*: Dưới phần kết quả tìm kiếm, Google cung cấp danh sách các từ khóa liên quan (Related Searches) mà người dùng khác cũng đã tìm kiếm, cho phép người dùng tìm hiểu thêm về các từ khóa có thể liên quan đến nội dung của họ.

- *Google Search Console*: Cung cấp dữ liệu về cách trang web của bạn hiển thị trong kết quả tìm kiếm Google. Nó cung cấp thông tin về từ khóa mà trang web của bạn hiển thị và được tìm thấy thông qua các trang, giúp bạn hiểu rõ hơn về cách mà từ khóa ảnh hưởng đến hiệu suất của trang web của bạn.

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

a. Google Autocomplete

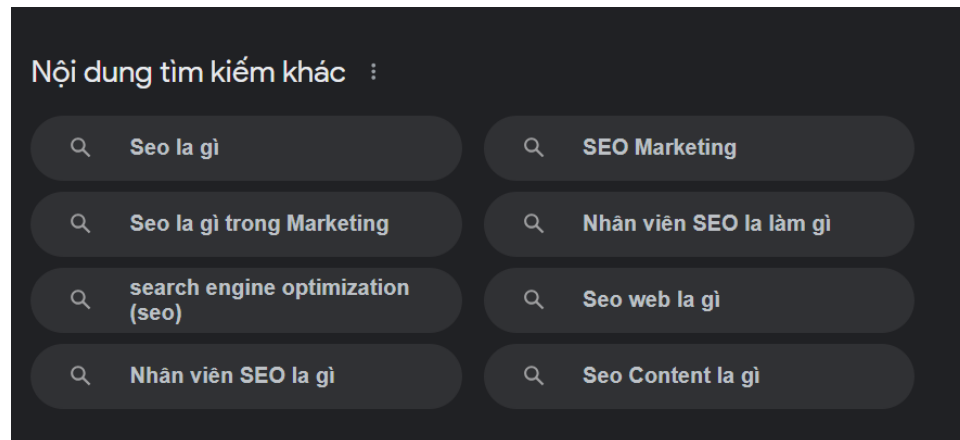
- Khi nhập từ khóa vào ô tìm kiếm, Google tự động đề xuất các từ khóa liên quan trong danh sách thả xuống. Xem qua các đề xuất để tìm hiểu về từ khóa phổ biến, liên quan.



Hình 2. Tính năng Google Autocomplete

b. Related Searches

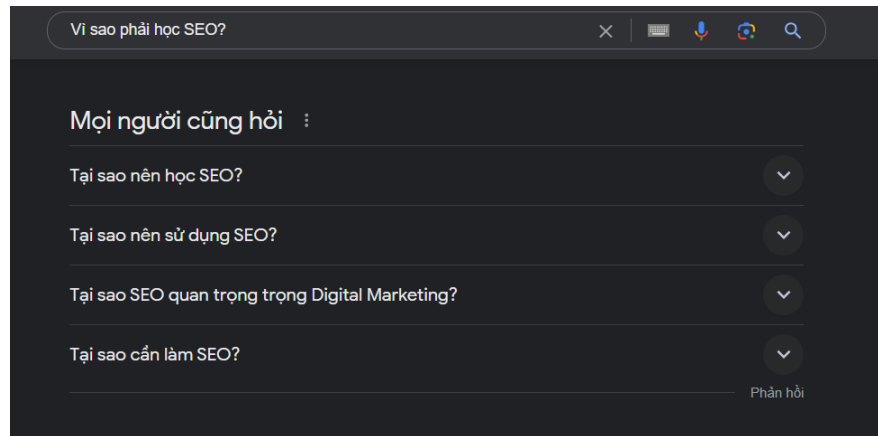
- Sau khi thực hiện một tìm kiếm, cuộn xuống phần “Tìm kiếm liên quan” trong kết quả tìm kiếm. Đây là danh sách các từ khóa khác mà nhiều người dùng cùng quan tâm và có thể cung cấp ý tưởng mới cho từ khóa.



Hình 3. Tính năng Related Searches

c. People Also Ask

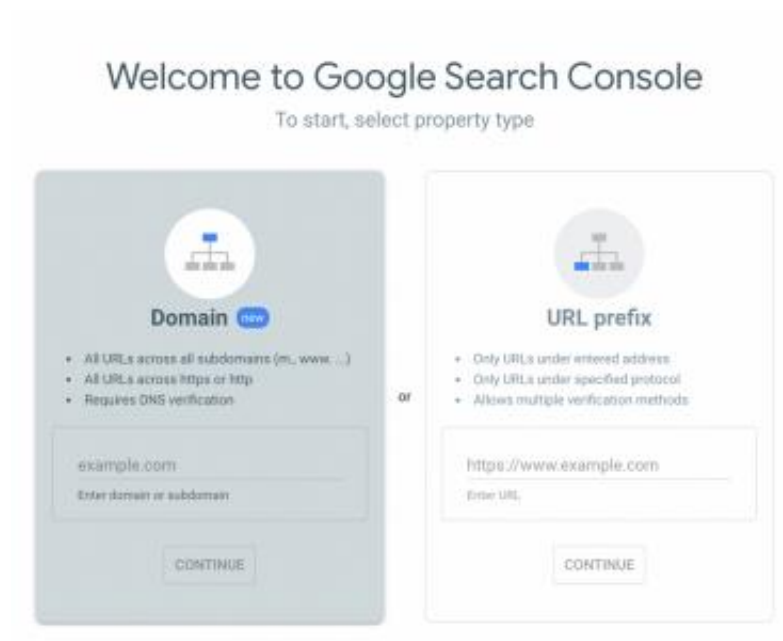
- Sau khi thực hiện một tìm kiếm, tìm “Mọi người cũng hỏi” trong kết quả tìm kiếm.
- Đây là danh sách các câu hỏi liên quan đến từ khóa đã tìm kiếm.
- Nhấp vào câu hỏi để mở rộng và xem câu trả lời, hoặc nhấp vào mũi tên "Thêm câu hỏi" để xem thêm câu hỏi liên quan.



Hình 4. Tính năng People Also Ask

d. Google Search Console:

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



Hình 5. Tính năng Google Search Console

6. Chi phí sử dụng

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

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

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

7. Ưu điểm và nhược điểm

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

a. Ưu điểm

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

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

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

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

b. Nhược điểm

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

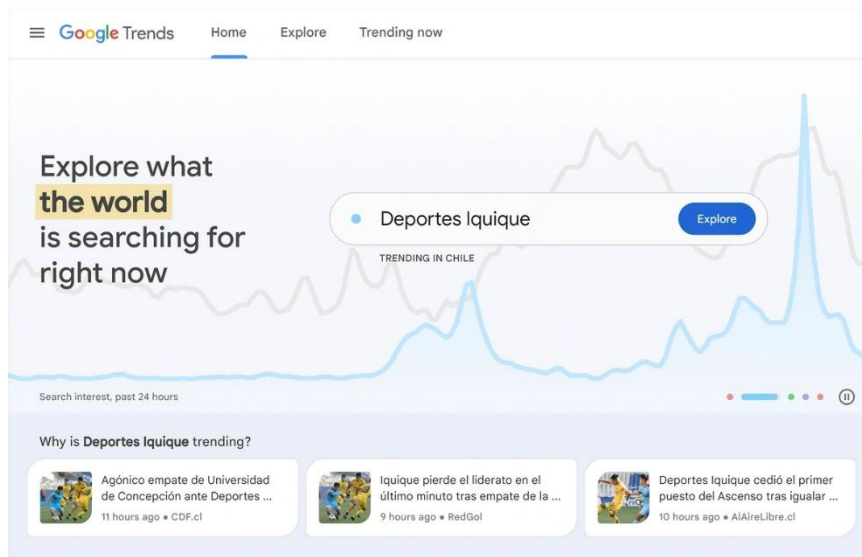
- *Thay đổi thuật toán*: Google thường xuyên cập nhật thuật toán tìm kiếm của mình, và những thay đổi này có thể ảnh hưởng đến hiệu suất SEO của trang web. Điều này yêu cầu cập nhật và điều chỉnh chiến lược SEO của mình theo các thay đổi này.

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

II. Google Trends

1. Giới thiệu

Google Trends là một công cụ của Google cho phép người dùng theo dõi xu hướng tìm kiếm trên Internet. Nó cung cấp thông tin về mức độ phổ biến của các từ khóa qua thời gian và địa điểm khác nhau. Người dùng có thể sử dụng Google Trends để nghiên cứu thị trường, phân tích xu hướng, và dự đoán sự quan tâm của công chúng đối với các chủ đề cụ thể.



Hình 6. Trang chủ Google Trends

2. Các đặc trưng

- *Thời gian*: Google Trends cho phép xem xu hướng tìm kiếm theo thời gian, xác định khoảng thời gian cụ thể hoặc tìm hiểu xu hướng tìm kiếm trong một khoảng thời gian dài.

- *Địa điểm*: Google Trends cung cấp thông tin về các quốc gia, vùng lãnh thổ, thành phố hoặc khu vực cụ thể mà người dùng tìm kiếm để xem xu hướng tìm kiếm theo địa điểm.

- *Từ khóa*: Google Trends cung cấp thông tin về mức độ tìm kiếm của từ khóa trong thời gian, địa điểm và ngôn ngữ cụ thể để có thể xem xu hướng tìm kiếm của chúng.

- *So sánh*: có thể so sánh xu hướng tìm kiếm của nhiều từ khóa cùng một lúc, giúp tìm hiểu sự tương quan và sự phân 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.

3. Lịch sử phát triển và nâng cấp

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

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

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

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

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

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

4. Các tính năng về xác định từ 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 kiếm web, hình ảnh, tin tức, YouTube), và thậm chí cả phạm vi chỉ mục tìm kiếm trên Google (như tìm kiếm trên toàn thế giới hoặc chỉ tìm kiếm trên Google Images).

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

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

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

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

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

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

5. Cách sử dụng

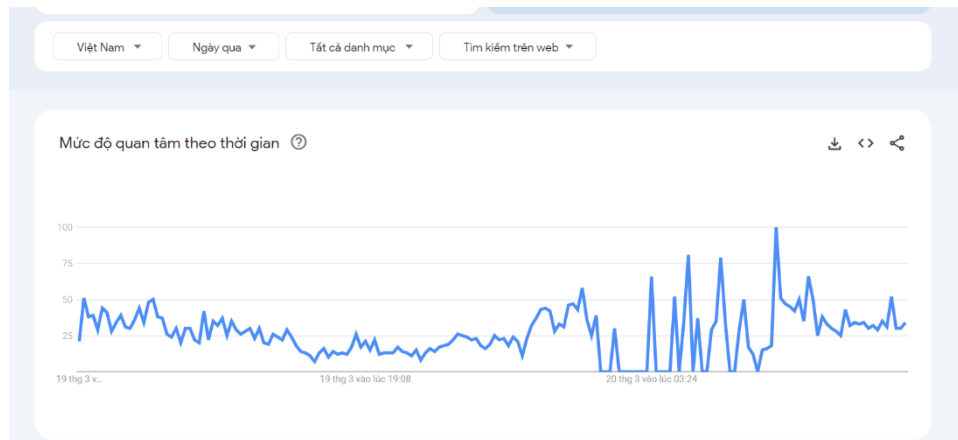
- Truy cập vào <https://trends.google.com.vn/trends/> trên trình duyệt web. - Trang web sẽ hiển thị các từ khóa phổ biến và xu hướng tìm kiếm gần đây. Có thể xem trực quan các biểu đồ và số liệu liên quan đến xu hướng tìm kiếm.

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

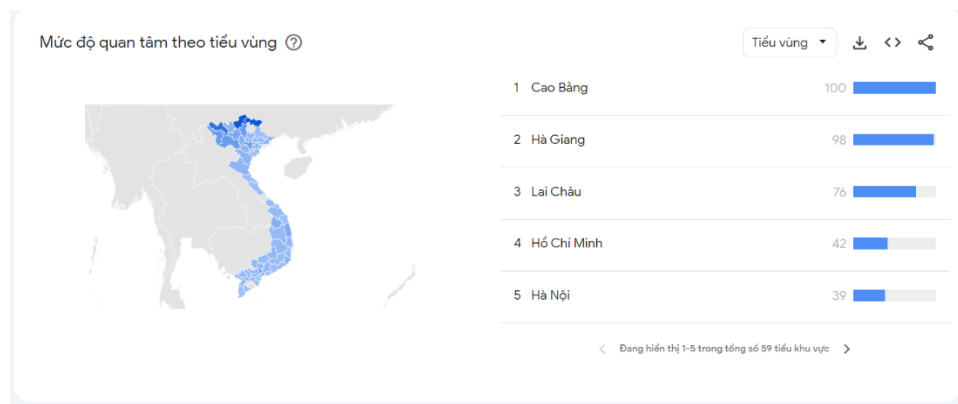


Hình 7. Ví dụ về tìm kiếm xu hướng của từ khoá "SEO UIT"

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



Hình 8. Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khoá "SEO" theo thời gian ở Việt Nam.



Hình 9. Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khoá "SEO" theo tiểu vùng ở Việt Nam.

Chủ đề có liên quan	Gia tăng	Cụm từ tìm kiếm có liên quan	Gia tăng
1 Song Hye-kyo - Diễn viên	Đột phá	1 sv388 tk	Đột phá
2 BJ88 - Chủ đề	+600%	2 cách chặn tag trên facebook	Đột phá
3 dịch vụ SEO - Chủ đề	+500%	3 360news	Đột phá
4 Best practice - Chủ đề	+250%	4 song hye kyo	Đột phá
5 Checklist - Chủ đề	+250%	5 code oze	Đột phá

< Đang hiển thị 1-5 trong tổng số 14 chủ đề >

< Đang hiển thị 1-5 trong tổng số 16 cụm từ tìm kiếm >

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

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

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

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

6. Chi phí sử dụng

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

7. Ưu điểm và nhược điểm

a. Ưu điểm

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

- *Phân tích đối thủ*: Bằng cách so sánh nhiều từ khóa hoặc chủ đề, có thể phân tích và so sánh sự quan tâm của người dùng đối với các đối thủ cạnh tranh trong ngành. - *Tìm kiếm từ khóa liên quan*: Google Trends cho phép tìm kiếm và khám phá các từ khóa liên quan đến chủ đề quan tâm. Điều này giúp tìm ra các ý tưởng nội dung và chủ đề mới để tăng cường hiệu quả tìm kiếm.

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

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

b. Nhược điểm

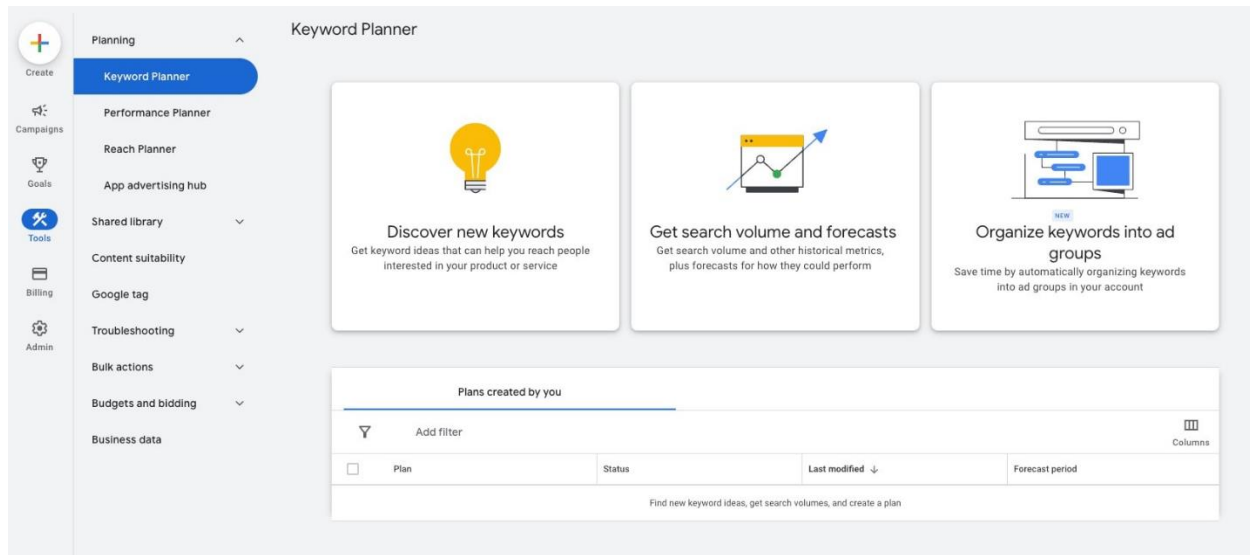
- *Dữ liệu tương đối*: Dữ liệu trên Google Trends phản ánh sự quan tâm tìm kiếm của người dùng, không phải con số chính xác về lượng truy cập hoặc doanh thu. Do đó, không nên sử dụng Google Trends làm nguồn thông tin duy nhất cho quyết định kinh doanh.

- *Hạn chế từ khóa*: Google Trends hạn chế số lượng từ khóa có thể so sánh trong mỗi tìm kiếm và không cho phép xem dữ liệu chi tiết như lượt tìm kiếm chính xác. - *Chỉ áp dụng cho Google Search*: Dữ liệu trên Google Trends chỉ áp dụng cho Google Search và không bao gồm các nền tảng tìm kiếm khác như Bing hoặc Yahoo. Điều này có thể làm hạn chế khả năng đánh giá toàn diện về xu hướng tìm kiếm trên Internet.

III. Google Keyword Planner

1. Giới thiệu

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



Hình 11. Giao diện công cụ Google Keyword Planner.

2. Lịch sử phát triển và nâng cấp

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

- Năm 2008: Google Keyword Planner được phát hành dưới dạng một phần của Google AdWords, giúp người dùng tạo và quản lý chiến dịch quảng cáo trên Google.

- Năm 2013: Google đã bổ sung tính năng "Từ khóa liên quan" cho phép người dùng tìm kiếm và khám phá các từ khóa liên quan đến lĩnh vực hoặc ngành nghề của họ.

- Năm 2016: Google đã bổ sung thông tin “dữ liệu thống kê từ khóa” chi tiết, bao gồm lượng tìm kiếm hàng tháng, mức độ cạnh tranh và giá trị ước tính cho từ khóa cụ thể.

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

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 và tạo các nhóm quảng cáo để tìm hiểu về ngân sách, mức độ cạnh tranh, dự đoán hiệu quả quảng cáo.

4. Cách sử dụng các tính năng

Truy cập Google Keyword Planner thông qua Google Ads

- Truy cập Google Ads (<https://ads.google.com>) và đăng nhập bằng tài khoản Google.
- Trên thanh điều hướng (Navigation Bar), chọn *Tài nguyên (Resources)*.
- Cuộn trang đến mục *Tìm hiểu về các công cụ quảng cáo (Learn about advertising tools)*, và chọn *Công cụ lập kế hoạch từ 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 hoặc chủ đề. Có thể thiết lập tùy chọn vị trí địa lý.

Hình 12. Tính năng Discover new keyword.

- Trong giao diện kết quả từ khoá có thể khám phá:

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

[Công cụ lập kế hoạch từ khóa](#)

Kế hoạch đã tạo vào lúc thg 3 20, 2024, 9 CH, GMT+07:00

Ý tưởng từ khóa | Dự báo | Từ khóa đã lưu | Từ khóa phủ định

học SEO cùng UIT, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm, học seo, UIT, SEO WordPress, khóa học seo, seo IT làm SEO IT SEO on bản

Việt Nam | Tiếng Việt | Google | thg 3 2023 – thg 2 2024 | [Tải ý tưởng từ khóa xuống](#)

Mở rộng thông tin tìm kiếm: + seo + đào tạo + ẩm thực + dạy seo + học marketing online + học marketing + khóa học marketing online | [Điều chỉnh từ khóa](#)

Y Loại trừ ý tưởng người lớn X Thêm bộ lọc Có 335 ý tưởng từ khóa [Cột](#) Chế độ xem từ khóa

<input type="checkbox"/> Từ khóa (theo mức độ liên quan)	Số lần tìm kiếm trung bình hàng tháng	Thay đổi trong ba tháng	Thay đổi so với cùng kỳ năm trước	Cạnh tranh	Tỷ lệ hiển thị quảng cáo	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá thấp)	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá cao)	Trạng thái tài khoản
<input type="checkbox"/> seo it	10 – 100	0%	0%	Thấp	–	–	–	
<input type="checkbox"/> seo cơ bản	10 – 100	0%	0%	Thấp	–	165 đ	8.504 đ	

Ý tưởng từ khóa

<input type="checkbox"/> yoast seo	1 N – 10 N	-90%	-90%	Thấp	–	4.889 đ	19.022 đ	
<input type="checkbox"/> yoast	100 – 1 N	-90%	-90%	Thấp	–	295 đ	21.806 đ	
<input type="checkbox"/> yoast seo premi...	100 – 1 N	0%	-90%	Thấp	–	4.888 đ	29.404 đ	

Hình 13. Giao diện phân tích kết quả tìm kiếm từ khoá "seo uit".

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.

Get search volume and forecasts



keyword research
SEO
link building
backlinks
on page SEO
Google rankings

 Upload a file

Get started

Hình 14. Tính năng Get search volume and forecasts.

Sử dụng các công cụ Xây dựng kế hoạch quảng cáo

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

Sử dụng chức năng Lưu và xuất dữ liệu

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

5. Chi phí sử dụng

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

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

6. Ưu điểm và nhược điểm

a. Ưu điểm

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

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

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

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

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

b. Nhược điểm

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

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

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

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

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

	Google Search	Google Keyword Planner	Google Trends
Tìm kiếm từ khóa	Có	Có	Không
Phân tích từ khóa	Không	Có	Không
Số lượt tìm kiếm	Không	Có	Có
Cạnh tranh từ khóa	Không	Có	Có

Đề xuất từ khóa	Có	Có	Có
Xu hướng tìm kiếm	Không	Có	Có
Địa điểm tìm kiếm	Có	Có	Có
Ngôn ngữ tìm kiếm	Có	Có	Có
Lưu và xuất dữ liệu	Không	Có	Không
Tính năng mở rộng	Tìm kiếm liên quan, gợi ý từ khoá	Phân tích cạnh tranh, đề xuất từ khóa	So sánh từ khóa, xu hướng tìm kiếm
Trình độ cạnh tranh	Không	Có	Có
Trương quan quảng cáo	Không	Có (thuộc Google Ads)	Không
Tìm kiếm liên quan	Có	Có	Có

Lọc và sắp xếp	Không	Có	Có
-----------------------	-------	----	----

Tổng quan:

- Google Search cung cấp kết quả tìm kiếm chính xác và đề xuất từ khóa liên quan ngay khi người dùng nhập vào, là công cụ quan trọng nhất trong việc tìm kiếm và xác định từ khóa. - Google Keyword Planner tập trung vào phân tích từ khóa cụ thể, cung cấp thông tin về lượng tìm kiếm và cạnh tranh, giúp tìm ra từ khóa phù hợp và hiệu quả.

- Google Trends cho phép xem xu hướng tìm kiếm và sự phổ biến của từ khóa theo thời gian và vị trí địa lý, giúp đánh giá xu hướng và điều chỉnh chiến lược từ khóa của mình.

Diễn giải So sánh:

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

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

- Phân tích xu hướng tìm kiếm của từ khóa: 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 khóa đang được quan tâm hơn Google Keyword Planner, tuy nhiên Google Search lại không cung cấp tính năng này.

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

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

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

B. Lập danh sách từ khoá phù hợp SEO cho website Học SEO cùng UIT

Giới thiệu về website:

- Trang website: **Học SEO cùng UIT (hocseocunguit.com)** – là một trang cung cấp các khóa học liên quan đến SEO.
- Sản phẩm SEO: **Khóa học SEO.**

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

• Từ khoá thương hiệu:

- học SEO cùng UIT
- HocSEOCungUIT
- khóa học SEO UIT
- làm SEO IT
- SEO đại học công nghệ thông tin (CNTT)

• Từ khoá thông tin:

- SEO UIT
- học SEO sinh viên
- khóa học SEO
- khóa SEO đại học miễn phí/chất lượng
- học SEO trực tuyến
- học SEO online
- SEO miễn phí
- học SEO uy tín/chất lượng
- SEO hay/đa dạng
- học SEO tiếng Việt
- khóa SEO sinh viên

- học SEO đại học
- khóa học SEO WordPress
- SEO WordPress miễn phí
- SEO UIT WordPress
- học SEO miễn phí chất lượng
- khóa SEO UIT
- SEO nâng cao
- SEO bài tập
- (khóa học) SEO gần đây
- SEO luyện tập
- SEO bài 1
- khóa học SEO cơ bản

• Từ khoá thương mại:

- Khóa học SEO UIT
- Khóa SEO miễn phí
- Khóa SEO cơ bản
- SEO từ A đến Z
- Đào tạo SEO chuyên sâu
- Tối ưu hóa website
- Tăng thứ hạng trang web
- Làm SEO hiệu quả
- Hướng dẫn SEO từng bước
- Công cụ SEO
- SEO local
- SEO on-page
- SEO off-page

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

1. Tổng quan

Trong phần này chủ yếu sử dụng các công cụ đã tìm hiểu để đánh giá sơ bộ về danh sách các từ khoá vừa lập để tìm ra được các từ khoá tìm kiếm 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.

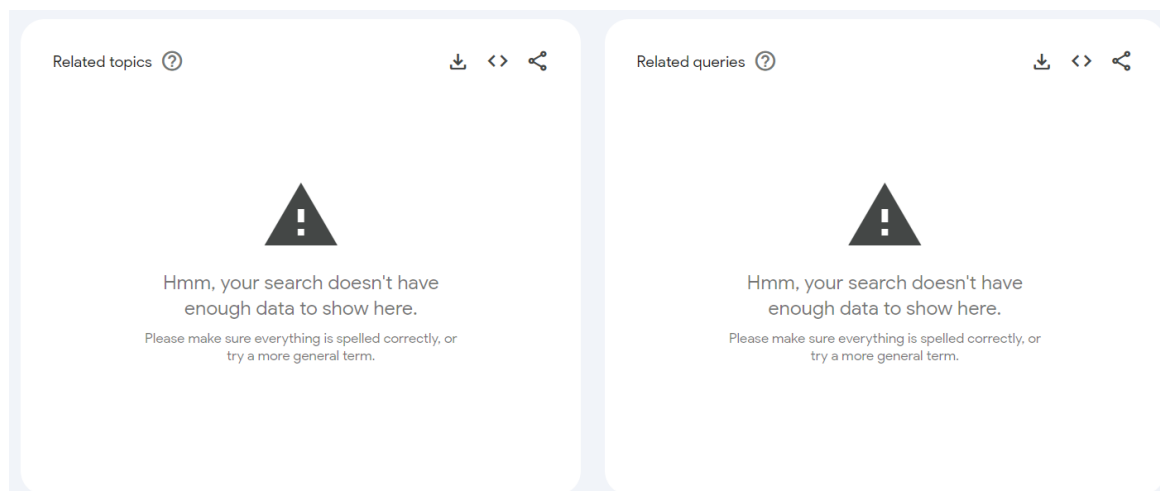
* Lưu ý:

- Số liệu tìm kiếm trên GG Search được ghi nhận vào ngày 20/03/2024.
- Khoảng thời gian đo mức độ phổ biến trong xu hướng tìm kiếm trên GG Keyword Planner là từ tháng 2/2023 đến tháng 2/2024.
- Mỗi số liệu tìm kiếm giữa các “/” là tương ứng với các cụm từ khoá.
- Những từ khoá in đậm là từ khoá có biểu đồ xu hướng trên GG Trends.
- Những từ khoá không thể hiện biểu đồ xu hướng là vì nó chưa đủ hoặc không có dữ liệu thống kê, và không thể hiện được thông tin trên bảng phân tích GG Keyword Planner.

2. Tiến hành phân tích từ khoá

• Từ khoá thương hiệu:

- học SEO cùng UIT (0 kết quả)
- HocSeoCungUIT (0 kết quả)
- khóa học SEO UIT (0 kết quả)
- làm SEO IT (0 kết quả)
- SEO đại học công nghệ thông tin (0 kết quả)



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

Ý tưởng từ khoá									
Dự báo Từ khoá đã lưu Từ khoá phù định									
<div> <div> <div>học SEO cùng UIT, HocSeoCungUIT, khóa học SEO UIT, làm SEO IT, SEO đại học công nghệ thông tin</div> <div>Việt Nam</div> <div>Tiếng Việt</div> <div>Google</div> <div>thg 3 2023 – thg 2 2024</div> <div>Tải ý tưởng từ khoá xuống</div> </div> <div> <div>học SEO cùng UIT, HocSeoCungUIT, khóa học SEO UIT, làm SEO IT, SEO đại học công nghệ thông tin</div> <div>Nhập các từ khóa khác nhau để nhận thêm kết quả</div> <div>Chỉnh sửa</div> </div> </div>									
<div> <div>Mở rộng thông tin tìm kiếm:</div> <div> <div>+ khóa học seo</div> <div>+ học seo</div> <div>+ seo</div> <div>+ đại học công nghệ thông tin</div> <div>+ tối ưu hóa công cụ tìm kiếm</div> <div>+ đào tạo</div> </div> <div> <div>+ ẩm thực</div> </div> <div>Điều chỉnh từ khoá</div> </div>									
<div> <div>Loại trừ ý tưởng người lớn</div> <div>Thêm bộ lọc</div> <div>Có 5 ý tưởng từ khoá</div> <div>Cột</div> <div>Chế độ xem từ khoá</div> </div>									
<input type="checkbox"/> Từ khoá	↓ Số lần tìm kiếm trung bình hàng tháng	Thay đổi trong ba tháng	Thay đổi so với cùng kỳ năm trước	Cạnh tranh	Tỷ lệ hiển thị quảng cáo	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá thấp)	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá cao)	Trạng thái tài khoản	
Từ khoá bạn cung cấp									
<input type="checkbox"/> học seo cùng uit	0 – 10	–	–	–	–	–	–		
<input type="checkbox"/> hocseocunguit	0 – 10	–	–	–	–	–	–		
<input type="checkbox"/> khóa học seo uit	0 – 10	–	–	–	–	–	–		
<input type="checkbox"/> làm seo it	0 – 10	–	–	–	–	–	–		
<input type="checkbox"/> seo đại học công nghệ thông tin	0 – 10	–	–	–	–	–	–		

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

Kết luận:

Những từ khoá trên phù hợp làm từ khoá thương hiệu cho trang web học SEO cùng 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:

- SEO UIT (2.800 kết quả)
- học SEO sinh viên (Khoảng 10.900 kết quả)
- khóa học SEO (Khoảng 5.530 kết quả)
- khóa SEO đại học miễn phí/chất lượng (Khoảng 36.800/ 60.300 kết quả)
- học SEO trực tuyến (Khoảng 10.900 kết quả)
- **học SEO online** (Khoảng 12.200 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?

↓ <> ↗



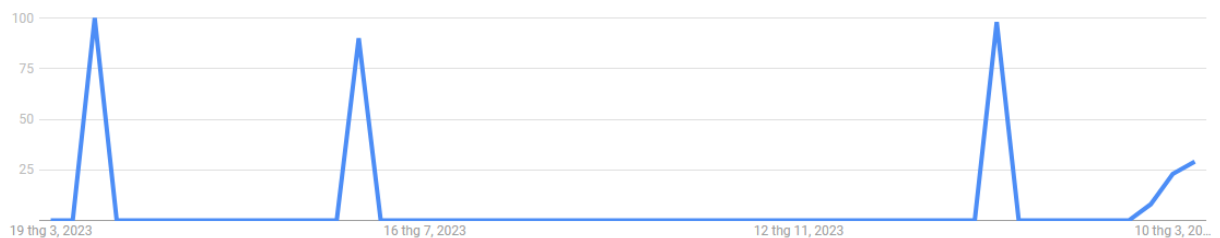
- **SEO miễn phí** (Khoảng 202.000 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



- học SEO uy tín/chất lượng (Khoảng 8.130/11.500 kết quả)
- SEO hay/đa dạng (Khoảng 5.400/8.150 kết quả)
- học SEO tiếng Việt (Khoảng 12.200 kết quả)
- khóa SEO sinh viên (Khoảng 9.840 kết quả)
- **học SEO đại học** (Khoảng 17.500 kết quả)

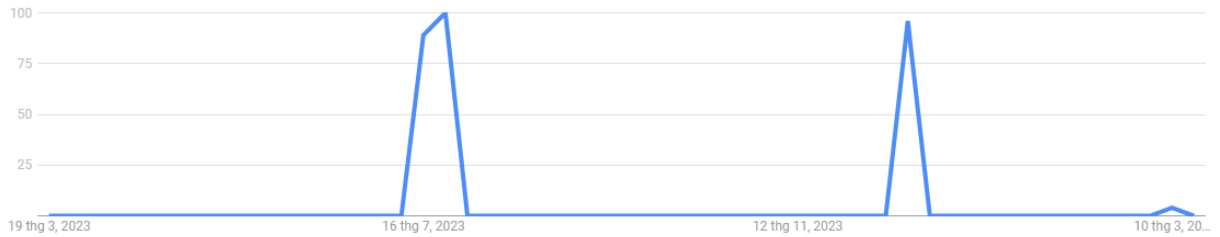
Mức độ quan tâm theo thời gian ?



- khóa học SEO WordPress (220 kết quả)
- SEO WordPress miễn phí (Khoảng 273 kết quả)
- SEO UIT WordPress (Khoảng 304 kết quả)

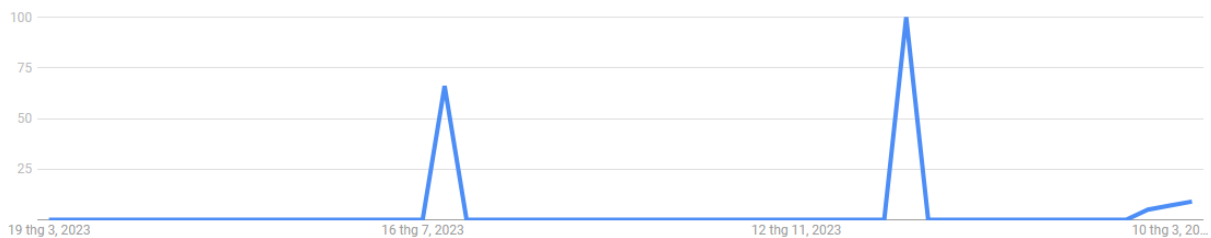
- **học SEO miễn phí chất lượng** (Khoảng 48.900 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



- khóa SEO UIT (4 kết quả)
- SEO nâng cao (Khoảng 6.900 kết quả)
- **SEO bài tập** (Khoảng 13.100 kết quả)

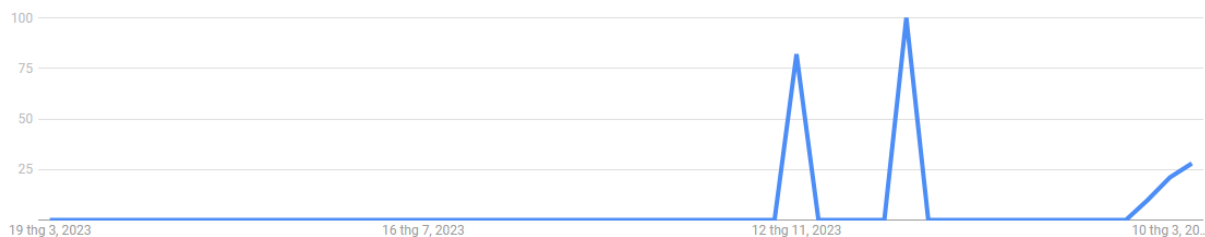
Mức độ quan tâm theo thời gian ?



- (khóa học) SEO gần đây (Khoảng 272.000/8.440 kết quả)
- SEO luyện tập (Khoảng 6.110 kết quả)

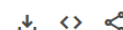
○ **SEO bài 1** (Khoảng 21.800 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



○ **khóa học SEO cơ bản** (Khoảng 42.600 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



Ý tưởng từ khóa Dự báo Từ khóa đã lưu Từ khóa phụ định

Một số từ khóa đã bị xóa và sẽ không được dùng để gợi ý từ khóa. Tim hiểu thêm Đóng

học SEO online, SEO miễn phí, học SEO đại học, học SEO miễn phí chất lượng, SEO bài bản, SEO bài 1, SEO cơ bản, SEO nâng cao Việt Nam Tiếng Việt Google thg 3 2023 – thg 2 2024 Tải ý tưởng từ khóa xuống

Mở rộng thông tin tìm kiếm: + seo + học seo + tối ưu hóa công cụ tìm kiếm + trò chơi trực tuyến + trò chơi + ứng dụng + phần mềm internet

Từ khóa	Số lần tìm kiếm trung bình hàng tháng	Thay đổi trong ba tháng	Thay đổi so với cùng kỳ năm trước	Cạnh tranh	Tỷ lệ hiển thị quảng cáo	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá thấp)	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá cao)	Trạng
<input type="checkbox"/> seo cơ bản	10 – 100	0%	0%	Thấp	–	165 đ	8.502 đ	
<input type="checkbox"/> seo nâng cao	10 – 100	0%	0%	Thấp	–	–	–	

Ý tưởng từ khóa

<input type="checkbox"/> học seo web	10 – 100	0%	0%	Vừa	–	3.220 đ	12.996 đ	
<input type="checkbox"/> 1 bài content...	10 – 100	0%	0%	Thấp	–	–	–	

Điều chỉnh từ khóa

Mở rộng tất cả

Thương hiệu hoặc không có thương hiệu ▼

Non-Brands, google, ahrefs, shopee, yoast

Người Khác ▼

[Gửi ý kiến phản hồi](#)

Kết luận:

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

• Từ khoá theo quy tắc KBATL (Keyword - Brand - Adjective - Target Audience - Local)

- khóa học SEO UIT miễn phí dành cho sinh viên thủ đức (0 kết quả)
- khóa học SEO sinh viên trường UIT đại học quốc gia thành phố HCM (0 kết quả)
- khóa học SEO sinh viên làng đại học thủ đức (0 kết quả)
- học SEO ở Thủ Đức (0 kết quả)
- SEO làng Đại học (0 kết quả)
- SEO miễn phí uit (0 kết quả)
- khóa SEO cho sinh viên uit (0 kết quả)
- học SEO chất lượng miễn phí làng Đại học (0 kết quả)
- học SEO cùng UIT cho sinh viên làng Đại học (0 kết quả)

Ý tưởng từ khóa

Dự báo

Từ khóa đã lưu

Từ khóa phù định

khóa học SEO UIT miễn phí dành cho sinh viên thủ đức, khóa học SEO sinh viên trường UIT đại học quốc gia thành phố

Việt Nam

Tiếng Việt

Google

thg 3 2023 – thg 2 2024

Tải ý tưởng từ khóa xuống

Nhập các từ khóa khác nhau để nhận thêm kết quả

Chỉnh sửa

Mở rộng thông tin tìm kiếm:

+ học seo

+ seo

+ khóa học seo

+ đào tạo

+ các trường đại học

+ cao đẳng

+ tối ưu hóa công cụ tìm kiếm

Điều chỉnh từ khóa

Y

Loại trừ ý tưởng người lớn

Thêm bộ lọc

Có 9 ý tưởng từ khóa

Cột

Chế độ xem từ khóa

<input type="checkbox"/> Từ khóa (theo mức độ liên quan)	Số lần tìm kiếm tr.bình hàng tháng	Thay đổi trong ba tháng	Thay đổi so với cùng kỳ năm trước	Cạnh tranh	Tỷ lệ hiển thị quảng cáo	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá thấp)	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá cao)	Trạng thái tài khoản
Từ khóa bạn cung cấp								
<input type="checkbox"/> khóa học seo ui...	0 – 10	–	–	–	–	–	–	
<input type="checkbox"/> khóa học seo si...	0 – 10	–	–	–	–	–	–	
<input type="checkbox"/> khóa học seo si...	0 – 10	–	–	–	–	–	–	
<input type="checkbox"/> học seo ở thủ đ...	0 – 10	–	–	–	–	–	–	
<input type="checkbox"/> ...	0 – 10	–	–	–	–	–	–	

Kết luận:

Những từ khoá áp dụng quy tắc KBATL là phù hợp SEO cho trang Học SEO cùng 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:**

- khóa học SEO UIT (3 kết quả)
- khóa SEO miễn phí (khoảng 4.560 kết quả)

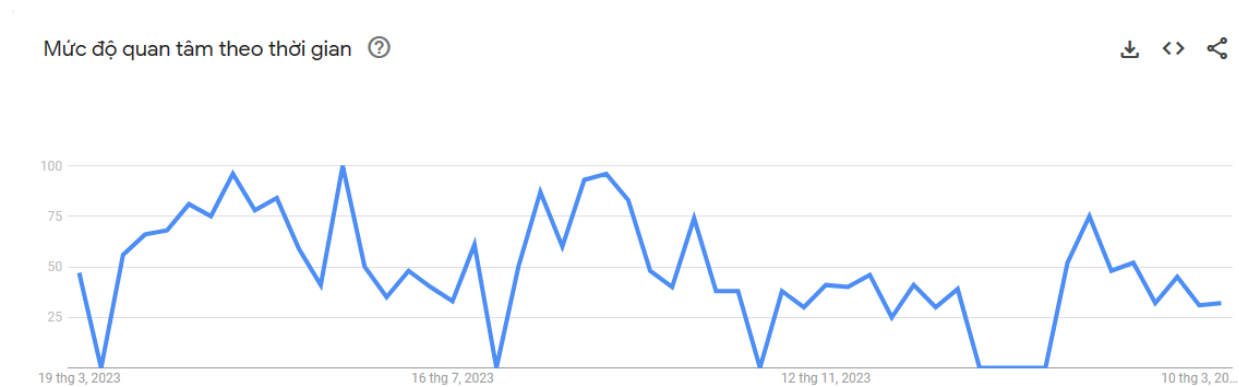
○ **khóa SEO cơ bản** (12.800 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



○ **SEO từ A đến Z** (khoảng 2.030 kết quả)

○ **đào tạo SEO chuyên sâu (40.300 kết quả)**



○ **tối ưu hóa website (15.300 kết quả)**



○ **tăng thứ hạng trang web (10.400 kết quả)**

○ **làm SEO hiệu quả (9.930 kết quả)**

○ hướng dẫn SEO từng bước (59.800 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?

↓ <> ↻



○ công cụ SEO (7.550 kết quả)

○ **SEO local** (139.000 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?

↓ <> ↻



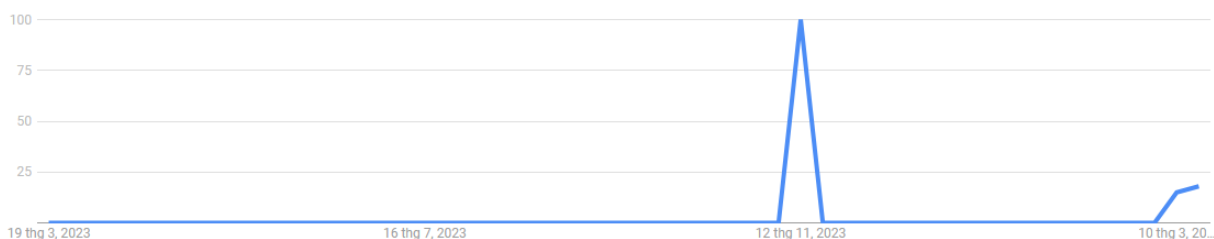
- SEO on-page (146.000 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



- SEO off-page (57.700 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian ?



Ý tưởng từ khoá								
Dự báo Từ khoá đã lưu Từ khoá phù định								
khóa học SEO UIT, khóa SEO cơ bản, đào tạo SEO chuyên sâu, tối ưu hóa website, hướng dẫn SEO từng bước, SEO local, SEO								
Việt Nam Tiếng Việt Google thg 3 2023 – thg 2 2024 Tải ý tưởng từ khoá xuống								
Mở rộng thông tin tìm kiếm: + seo + khóa học seo + seo page + học seo + tối ưu hóa công cụ tìm kiếm + đào tạo + thiết kế web								
Từ khoá (theo mức độ liên quan)	Số lần tìm kiếm trung bình hàng tháng	Thay đổi trong ba tháng	Thay đổi so với cùng kỳ năm trước	Cạnh tranh	Tỷ lệ hiển thị quảng cáo	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá thấp)	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá cao)	Trạng
<input type="checkbox"/> seo local	100 – 1 N	-90%	-90%	Thấp	–	225 đ	17.593 đ	
<input type="checkbox"/> seo on page	100 – 1 N	-90%	0%	Thấp	–	1.497 đ	21.310 đ	
<input type="checkbox"/> seo off page	1 N – 10 N	-90%	-90%	Thấp	–	214 đ	5.699 đ	
Ý tưởng từ khoá								
<input type="checkbox"/> seo google b...	10 – 100	0%	0%	Thấp	–	–	–	
<input type="checkbox"/> test seo page	10 – 100	-100%	-100%	–	–	–	–	

Điều chỉnh từ khoá
 Mở rộng tất cả
 Thương hiệu hoặc không có thương hiệu
 Non-Brands, google, facebook, yeast
 Người Khác
 Gửi ý kiến phản hồi

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 được thứ hạng cao trên trang tìm kiếm, dù vậy sẽ mất phí quảng cáo.

III. Danh sách từ khoá phù hợp chọn lọc để SEO cho website Học Seo cùng 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 Khóa học Seo cùng 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 tìm khóa học SEO giá rẻ cho sinh viên
- Chọn từ khoá có lượt tìm kiếm trung bình tháng (GG Keyword Planner) là 100 – 1K.
- 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.

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)*
 - học SEO cùng UIT
 - khóa học SEO UIT
 - SEO đại học công nghệ thông tin

- **Từ khoá thông tin:** *(có lượt tìm kiếm nhiều, mức độ phổ biến và cạnh tranh phù hợp)*

- khóa học SEO online
- tạo backlink miễn phí
- học seo trực tuyến
- học seo từ cơ bản đến nâng cao
- khóa học seo marketing miễn phí
- khóa học SEO WordPress
- khóa học seo cơ bản
- học seo cơ bản
- SEO miễn phí
- khóa học seo free
- lớp học seo online
- tạo backlink miễn phí

- **Từ khoá thương mại:** *(có tỷ lệ chuyển đổi – mua hàng cao, đáp ứng nhu cầu tìm kiếm)*

- khóa SEO cơ bản
- đào tạo SEO chuyên sâu
- SEO local
- SEO on-page
- SEO off-page

- **Tài liệu tham khảo:**

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