

**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 KÌ
TỐI ƯU HÓA CÔNG CỤ TÌM KIẾM**

ĐỀ TÀI:

**THIẾT KẾ VÀ VẬN HÀNH CHIẾN LUỢC SEO
WEBSITE “PHUKIENUIT.COM”**

GVHD: ThS. Võ Ngọc Tân

Nhóm 5:

Trần Thị Hải – 21522037

Diệp Hương Giang – 21522020

Hồ Tấn Anh – 21521818

Nguyễn Nguyễn Thành An – 21521806

Phạm Doãn Cảnh – 21520642

Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 5 năm 2024

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	Đánh giá
Trần Thị Hải	21522037	Chương II. Kế hoạch SEO (Phần 2: Tối ưu hoá trang web) <u>Công cụ:</u> GG My Business, Traffic4seo Tổng hợp báo cáo	Hoàn thành tốt
Diệp Hương Giang	21522020	Chương III. Kết quả SEO thực nghiệm Thiết kế slide <u>Công cụ:</u> GG PageSpeed Insight, GG Keyword Planner, Ahrefs	Hoàn thành tốt
Hồ Tấn Anh	21521818	Chương II. Kế hoạch SEO (Phần 1. Nghiên cứu từ khoá) Chương IV: Đánh giá và kết luận <u>Công cụ:</u> Iclick, GG Search	Hoàn thành tốt
Nguyễn Nguyễn Thành An	21521806	Chương II. Kế hoạch SEO (Phần 1. Nghiên cứu từ khoá) Chương I. Giới thiệu website <u>Công cụ:</u> SEMrush, Keyword Density Checker, GG Trends	Hoàn thành tốt
Phạm Doãn Cảnh	21520642	Chương II. Kế hoạch SEO (Phần 3: Xây dựng liên kết) <u>Công cụ:</u> GG Search Console, GG Analytics, Moz Link Explorer	Hoàn thành tốt

LỜI MỞ ĐẦU

Đầu tiên, nhóm em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới thầy giáo hướng dẫn - ThS. Võ Ngọc Tân. Thầy đã tận tình chỉ bảo, khích lệ và động viên nhóm trong suốt thời gian qua, giúp nhóm em hoàn thành đề tài một cách tốt nhất.

Mặc dù đã nỗ lực hết mình, nhóm chúng tôi vẫn không thể tránh khỏi một số sai sót trong khi làm đề tài. Mong thầy và các bạn có thể góp ý về những thiếu sót đó của chúng em, để chúng em hoàn thiện hơn trong tương lai.

Một lần nữa, thay mặt nhóm, em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ quý báu của thầy. Những kinh nghiệm và bài học từ dự án này sẽ là nền tảng vững chắc để chúng em tiếp tục phát triển trong tương lai.

Em xin thay mặt nhóm chân thành cảm ơn!

LỜI MỞ ĐẦU

SEO (Search Engine Optimization) là quá trình tối ưu hóa trang web nhằm cải thiện vị trí, thứ hạng trên các kết quả tìm kiếm. SEO đóng vai trò quan trọng trong truyền thông và tiếp thị trực tuyến:

- Nâng cao nhận thức thương hiệu: Xuất hiện ở vị trí cao trên kết quả tìm kiếm tạo sự hiện diện mạnh mẽ, củng cố nhận diện thương hiệu.
- Tăng hiệu quả cạnh tranh: Tối ưu nội dung, tốc độ tải, trải nghiệm người dùng thu hút nhiều lưu lượng truy cập hơn.
- Thúc đẩy doanh số: Sự tin tưởng, uy tín từ vị trí cao trên kết quả tìm kiếm kích thích khách hàng thực hiện hành động mua hàng, đăng ký.

Môn học "Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm" tại trường Đại học Công nghệ Thông tin - ĐHQG TP.HCM đã giúp chúng em tiếp cận và vận dụng các kiến thức, kỹ thuật SEO vào trang web PhukienUIT.

Mặc dù còn nhiều hạn chế do kinh nghiệm và thời gian thực hiện, chúng em mong nhận được sự góp ý quý báu từ thầy và các bạn để tiếp tục hoàn thiện. Xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU WEBSITE PHUKIENUIT	10
I. Tổng quan.....	10
II. Chức năng	11
1. Những điểm nổi bật về thiết kế của trang web PhukienUIT	11
2. Giới thiệu các trang chức năng của trang web PhukienUIT	12
CHƯƠNG 2: KẾ HOẠCH SEO	19
I. Nghiên cứu từ khóa.....	19
1. Kỹ thuật áp dụng	19
2. Quy trình phân tích từ khoá phù hợp	22
3. Các công cụ hỗ trợ phân tích từ khoá.....	22
4. Tiến hành xây dựng và phân tích danh sách từ khoá mục tiêu.....	50
5. Danh sách từ khoá phù hợp chọn lọc để SEO cho website PhukienUIT	58
II. Tối ưu hóa trang web.....	60
1. Kỹ thuật thiết kế nội dung (SEO content)	61
2. Nội dung các bài viết.....	62
3. Tối ưu hoá trải nghiệm người dùng	70
III. Xây dựng liên kết	78
1. Kỹ thuật gắn các thẻ tag từ khoá lên trang	78
2. Kỹ thuật xây dựng hệ thống liên kết (SEO backlinks).....	80
IV. Phân tích tính hiệu quả của chiến lược SEO	82
1. Quản lý định danh (SEO Local).....	82
2. Quản lý lưu lượng truy cập trang	96
3. Quản lý hệ thống liên kết (backlinks)	108
CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ SEO THỰC NGHIỆM	121
CHƯƠNG 4: ĐÁNH GIÁ VÀ KẾT LUẬN.....	131

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1: Giới thiệu trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	11
Hình 2: Sơ đồ sitemap của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	11
Hình 3: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	13
Hình 4: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	13
Hình 5: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	14
Hình 6: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	14
Hình 7: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	15
Hình 8: Product của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	15
Hình 9: About của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	16
Hình 10: Contact của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	16
Hình 11: Product details của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	17
Hình 12: Shopping cart của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	17
Hình 13: Trang cart của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)	18
Hình 14: Cung cấp website domain đổi thủ để phân tích từ khoá	22
Hình 15: Nhập domain daydeothe.com.vn để công cụ kiểm tra.....	23
Hình 16: Nhập domain daydeothe.com.vn để công cụ kiểm tra.....	23
Hình 17: Nhập domain phukienuit.com để công cụ kiểm tra.....	24
Hình 18: Trang chủ Keyword Density Checker	24
Hình 19: Nhập domain daydeothe.com.vn để công cụ kiểm tra.....	25
Hình 20: Nhập domain phukienuit.com để công cụ kiểm tra.....	25
Hình 21: Trang tìm kiếm google.....	26
Hình 22: Tính năng Google Autocomplete	30
Hình 23: Tính năng Related Searches	31
Hình 24: Tính năng Map Pack	31
Hình 25: Giao diện Google Keyword Planner.....	32
Hình 26:Tính năng Công cụ lập kế hoạch từ khoá	34
Hình 27: Tính năng Công cụ lập kế hoạch từ khoá	35
Hình 28: Giao diện phân tích kết quả tìm kiếm từ khoá "balo"	36
Hình 29: Sử dụng chức năng "Nhận thông tin dự đoán và lượng tìm kiếm":	36
Hình 30: Tính năng Nhận thông tin dự đoán và lượng tìm kiếm	37
Hình 31: Giao diện phân tích kết quả phân tích xu hướng từ khoá "balo"	37
Hình 32: Giao diện phân tích kết quả phân tích xu hướng từ khoá "balo"	37
Hình 33: Trang chủ Google Trends	39
Hình 34: Ví dụ về tìm kiếm xu hướng của từ khoá "balo"	44
Hình 35: Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khoá "balo" theo thời gian ở Việt Nam.....	45
Hình 36: Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khoá "balo" theo tiểu vùng ở Việt Nam.....	45
Hình 37: Các từ chủ đề/cụm từ tìm kiếm có liên quan đến "balo" được gợi ý.....	45
Hình 38: Mức độ phổ biến và xu hướng tìm kiếm trên GG Trends.....	53

Hình 39: Phân tích trên GG Keyword Planner	53
Hình 40: Balo UIT k16 của bài số 2	64
Hình 41: Dây đeo UIT của bài số 2	65
Hình 42: Áo UIT của bài số 2.....	65
Hình 43: Dây đeo khoa mạng UIT của bài số 2	66
Hình 44: Balo UIT k18 của bài số 2	66
Hình 45: Balo UIT k18 của bài số 3	67
Hình 46: Logo phukienUIT bài số 4	69
Hình 47: Giao diện Google PageSpeed Insights.....	76
Hình 48: Kết quả Google PageSpeed Insights trên di động	77
Hình 49: Kết quả Google PageSpeed Insights trên máy tính	78
Hình 50: Mô hình liên kết lõi	80
Hình 51: Giao diện Google My Business quản lý phukienuit.com	89
Hình 52: Thông tin Google thể hiện cho khách hàng khi tìm kiếm về cửa hàng	90
Hình 53: Kết quả tìm kiếm địa phương trả về khi người dùng tìm kiếm từ khóa phukienuit	91
Hình 54: Đánh giá của khách hàng đối với doanh nghiệp thông qua nền tảng hỗ trợ của Google My Business.....	92
Hình 55: Tính năng cập nhật thông tin, ưu đãi và sự kiện mà Google My Business cung cấp....	94
Hình 56: Một số thống kê, phân tích mà Google My Business cung cấp	96
Hình 57: Thống kê thời gian tương tác trung bình của Google Analytics	106
Hình 58: Tỷ lệ giữ chân khách hàng của Google Analytics	106
Hình 59: Theo dõi nguồn lưu lượng thông qua báo cáo Google Analytics cung cấp.....	107
Hình 60: Các trang đích được xem nhiều nhất theo báo cáo của Google Analytics.....	108
Hình 61: Đánh giá hiệu quả chuyển đổi của khách hàng theo thời gian của Google Analytics..	108
Hình 62: Giao diện của Link Explorer	113
Hình 63: Nhập URL của trang web	114
Hình 64: Google Search Console yêu cầu xác nhận quyền sở hữu	115
Hình 65: Đăng nhập vào wordpress	116
Hình 66: Dán thẻ meta name vào head	116
Hình 67: Hoàn tất tạo GG Search Console.....	117
Hình 68: Lượt hiển thị và tỷ lệ nhấp chuột (CTR).....	118
Hình 69: Cụm tìm kiếm và hiển thị phổ biến nhất của trang	119
Hình 70: Công cụ gửi thông báo về lỗi xuất hiện trên trang web.....	119
Hình 71: Google Search Console cho phép thêm sơ đồ trang web	120
Hình 72: Trang web phukienUIT được lập chỉ mục và xuất hiện trên kết quả tìm kiếm của Google	121
Hình 73: Một số bài viết của phukienUIT	122
Hình 74: Một số hình ảnh tìm kiếm từ khóa trên gg search	125
Hình 75: Hoàn chỉnh hồ sơ và nhận dạng thương hiệu trên top 1 của trang tìm kiếm	125
Hình 76: GG Business hiện lên khi search phukienUIT	126

Hình 77: Báo cáo tổng quan về lưu lượng và phương thức truy cập của số lượng người dùng..	126
Hình 78: Báo cáo tổng quan về vị trí, hoạt động truy cập của người dùng	127
Hình 79: Các trang nội dung tiếp cận và hành vi người dùng trên trang web PhukienUIT	127
Hình 80: Báo cáo chi tiết về thuộc tính người dùng khi truy cập trang web.....	128
Hình 81: Báo cáo tình hình thu nạp người dùng thông qua phân tích các phương thức truy cập trang web	128
Hình 82: Báo cáo tổng quan về hiệu suất và kết quả lập Google chỉ mục trang web.....	129
Hình 83: Báo cáo chi tiết về phân tích hiệu suất lưu lượng truy cập tương tác và hiển thị trang	129
Hình 84: Thống kê chi tiết tình hình lập chỉ mục trang	130
Hình 85: Phân tích các liên kết bên trong và bên ngoài trong hệ thống liên kết backlinks	130

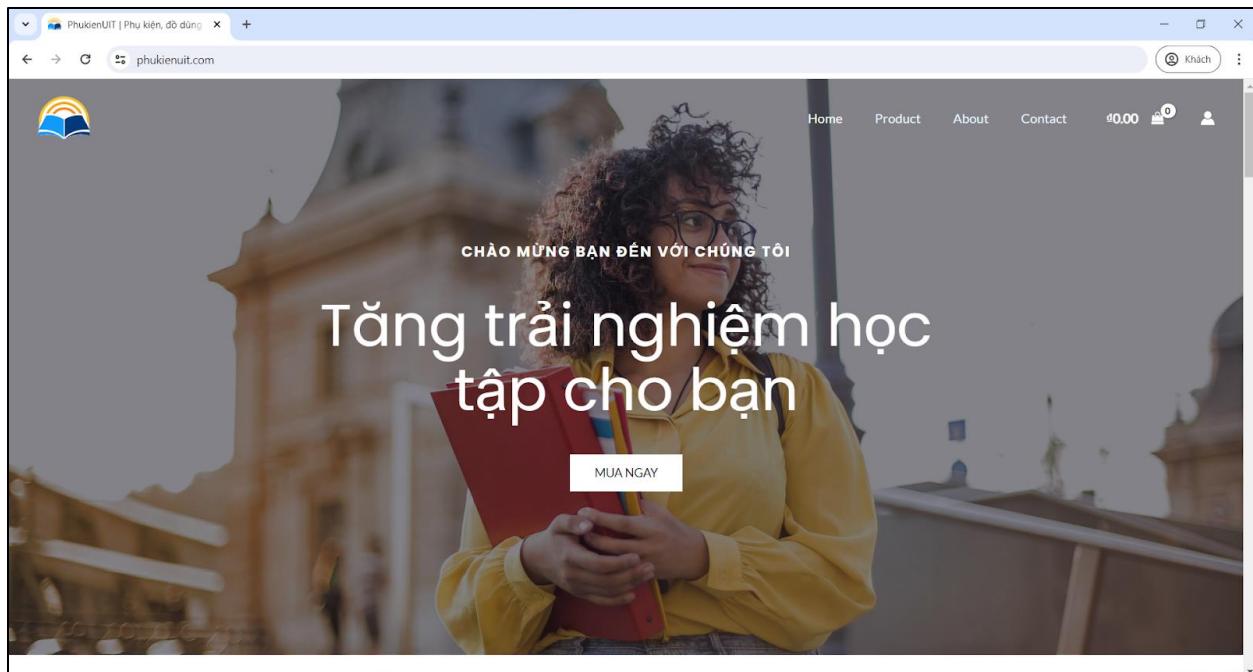
CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU WEBSITE PHUKIENUIT

(<https://phukienuit.com>)

I. Tổng quan

Hiện nay, công nghệ thông tin và số hóa đang bùng nổ và định hình lại thế giới một cách toàn diện. Sự tiến bộ trong lĩnh vực khoa học và công nghệ không chỉ thúc đẩy sự phát triển kinh tế và xã hội mà còn mang lại lợi ích, nâng cao nhu cầu cho đời sống cá nhân. Trong bối cảnh này, xu hướng mua bán hàng trực tuyến đã trở thành một yếu tố không thể thiếu trong hoạt động kinh doanh hiện đại. Người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng việc mua sắm trực tuyến nhờ vào sự tiện lợi và linh hoạt mà nó mang lại. Điều này tạo ra áp lực đặc biệt đối với các doanh nghiệp, buộc họ phải tập trung vào chiến lược SEO (tối ưu hóa công cụ tìm kiếm) để có thể tận dụng cơ hội phát triển trong thị trường trực tuyến ngày càng đầy cạnh tranh. Trang web PhukienUIT (<https://phukienuit.com>) là một dự án đang trong giai đoạn thử nghiệm của một nhóm sinh viên đầy nhiệt huyết cho môn học SEO, với mục tiêu tối ưu hóa trang web và khám phá tiềm năng kinh doanh trực tuyến. PhukienUIT tập trung cung cấp các sản phẩm từ balo, dây đeo thẻ, đến các vật dụng học tập phụ kiện liên quan khác, hướng đến đối tượng là những sinh viên những người đam mê sáng tạo và không ngừng nỗ lực để đạt được mục tiêu của mình.

Bằng cách tối ưu hóa từ khóa, nội dung và cấu trúc trang web, PhukienUIT đã xuất hiện trên các kết quả tìm kiếm và thu hút một lượng lớn lượt truy cập từ mọi người. PhukienUIT cam kết mang đến cho khách hàng những sản phẩm chất lượng cao, được chăm chút tỉ mỉ và quan tâm đến từng chi tiết. Với sự tận tâm trong chính sách và dịch vụ chăm sóc khách hàng chu đáo, chúng tôi hy vọng trang web sẽ trở thành một điểm đến đáng tin cậy khi nói về phụ kiện thời trang, đem đến cho khách hàng niềm vui và sự hài lòng khi sử dụng sản phẩm.

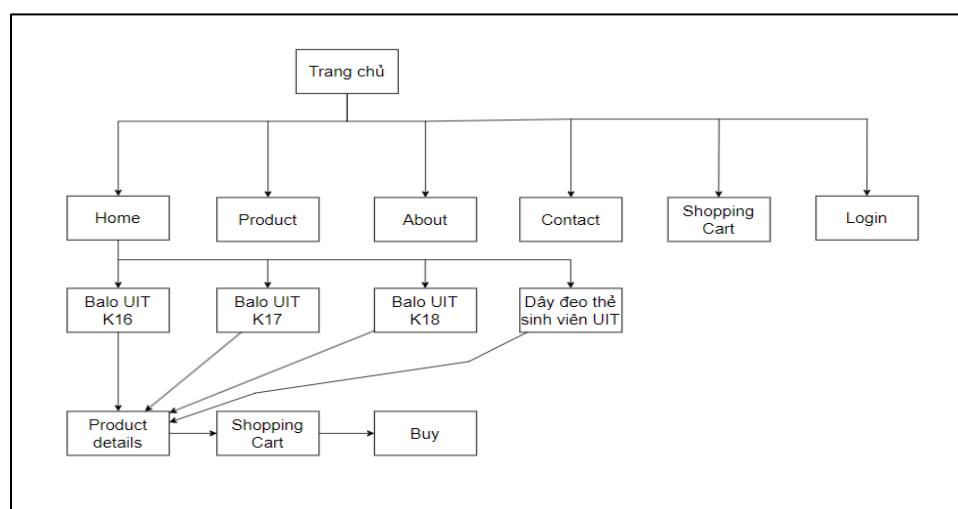


Hình 1: Giới thiệu trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

II. Chức năng

Trang web PhukienUIT (phukienuit.com) được thiết kế bô cục một cách hợp lý, kết hợp các với trang chức năng đa dạng khác của trang web đã giúp nâng cao trải nghiệm và dịch vụ chất lượng cho người dùng. Bên cạnh đó, cũng góp phần 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 PhukienUIT



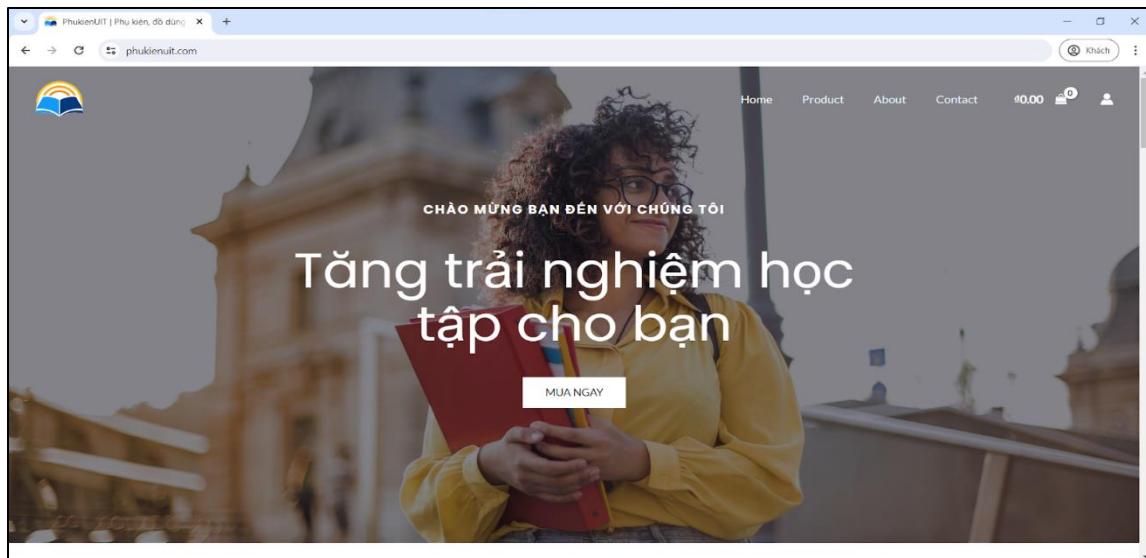
Hình 2: Sơ đồ sitemap của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

- **Cấu trúc sitemap rõ ràng:** Trang web PhukienUIT có một cấu trúc sitemap 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.
- **Tối ưu hóa từ khóa và nội dung:** Trang web sử dụng từ khóa liên quan đến các phụ kiện, đồ dùng học tập 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 về đồ dùng học tập, phụ kiện học tập liên quan.
- **Tốc Độ Tải Trang Nhanh:** PhukienUIT sử dụng hình ảnh có mô tả và tên tập tin chứa từ khóa. Việc nén hình ảnh giúp giảm thời gian tải trang, tăng cường trải nghiệm của người dùng và cải thiện khả năng SEO.
- **Liên kết nội bộ và liên kết khác:** 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.
- **Chức năng lưu trữ thông tin:** Cung cấp trang quản lý tài khoản người dùng. Có thể theo dõi đơn hàng, quản lý địa chỉ giao hàng và cập nhật thông tin cá nhân.
- **Nội Dung Tương Tác:** Giới thiệu sản phẩm và hình ảnh 360 độ, giúp người dùng có cái nhìn chi tiết hơn về sản phẩm. Cho phép người dùng đánh giá và bình luận về sản phẩm, tạo sự tương tác và cung cấp thông tin hữu ích cho người dùng khác.

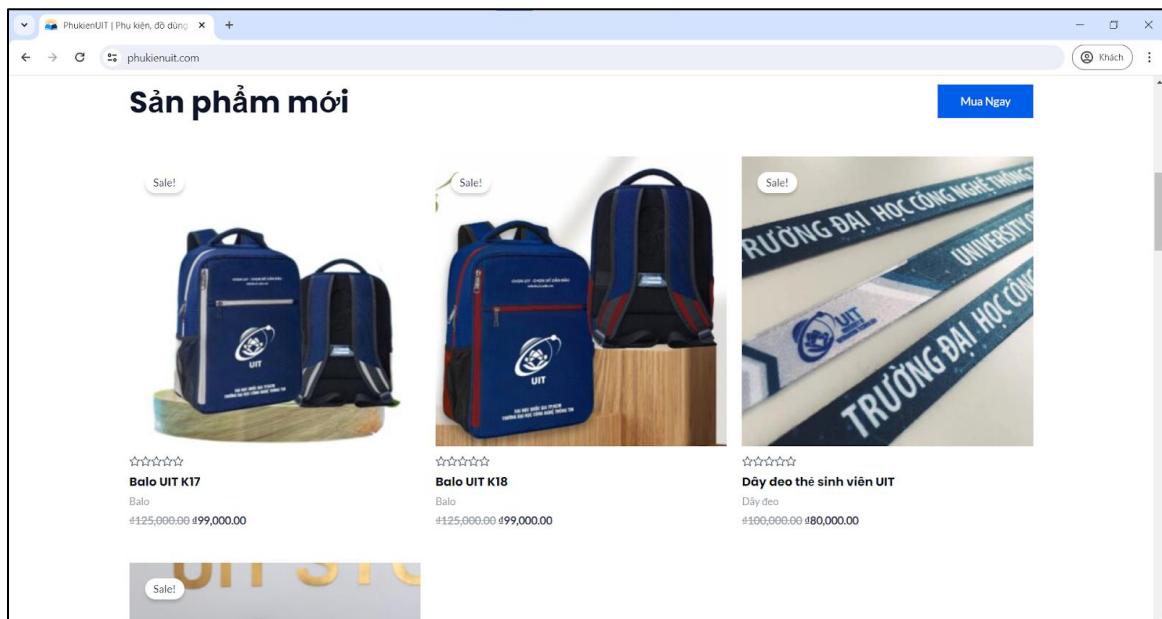
2. Giới thiệu các trang chức năng của trang web PhukienUIT

• Trang chủ

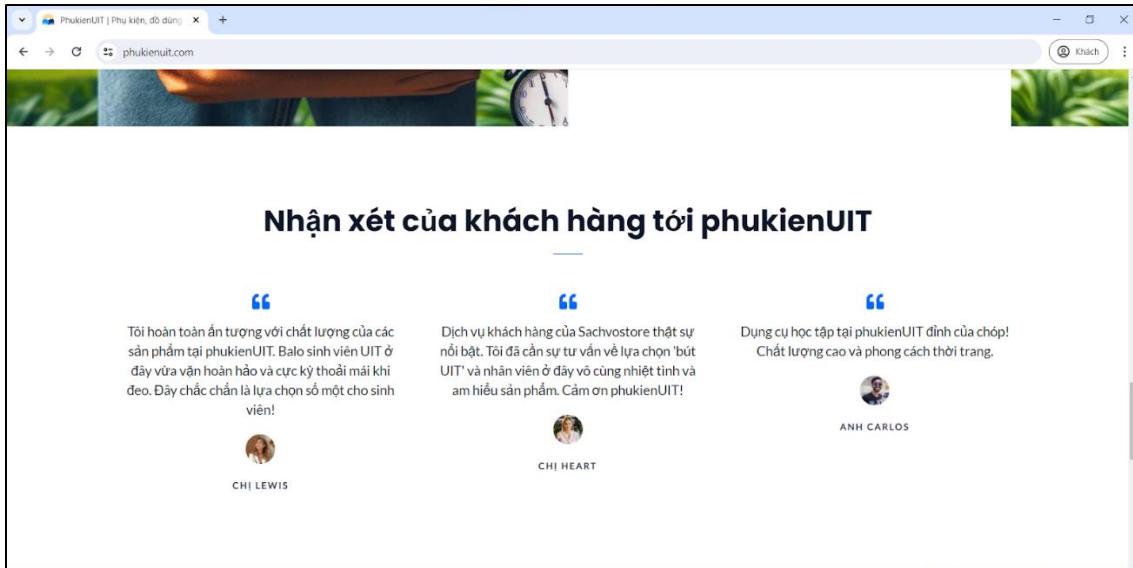
Trang này thể hiện các nội dung nổi bật như banner chào mừng, giới thiệu hình ảnh phụ kiện, thông tin chính về sản phẩm, câu chuyện về PhukienUIT, nhận xét của khách hàng và cuối cùng là các thông tin liên hệ. Việc tối ưu hóa từ khóa và nội dung trang chủ là một việc quan trọng để cải thiện thứ hạng trang web trên các công cụ tìm kiếm



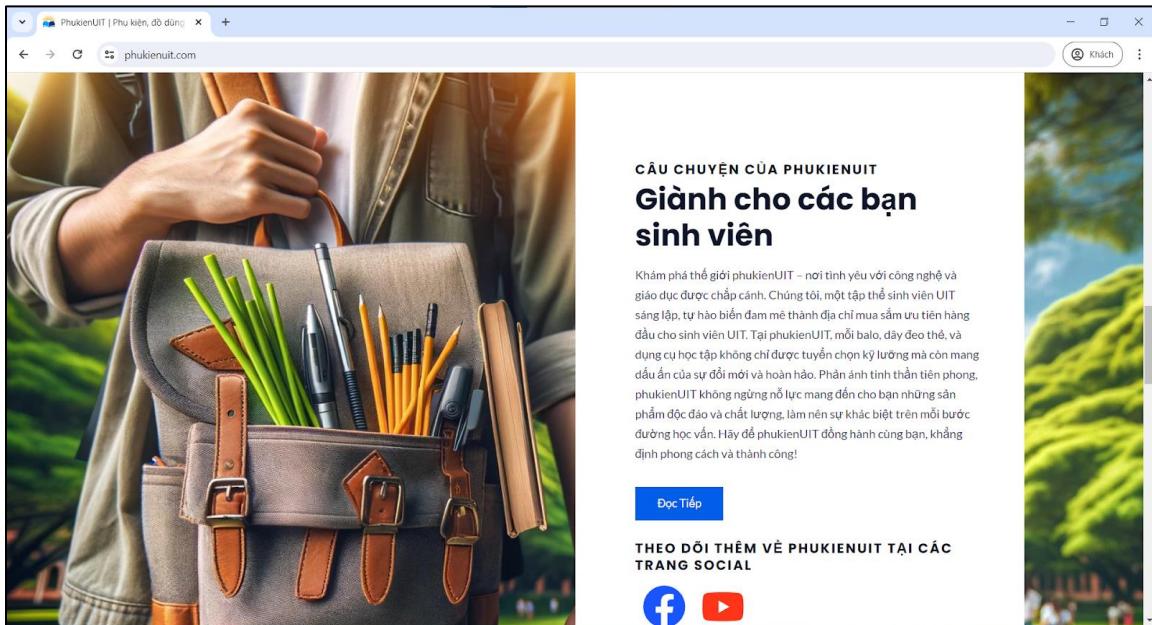
Hình 3: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)



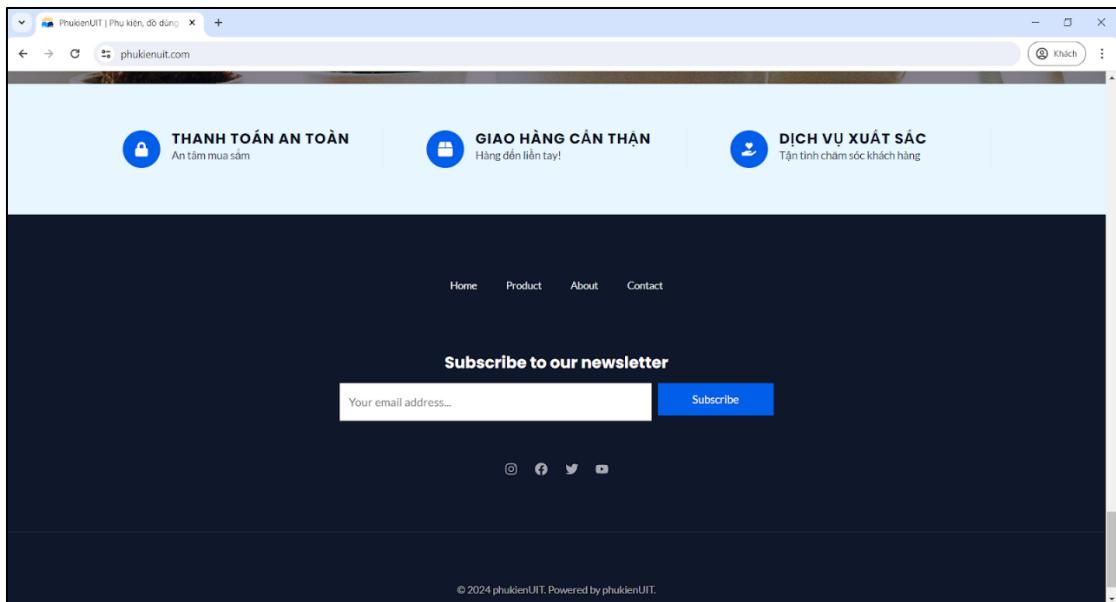
Hình 4: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)



Hình 5: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)



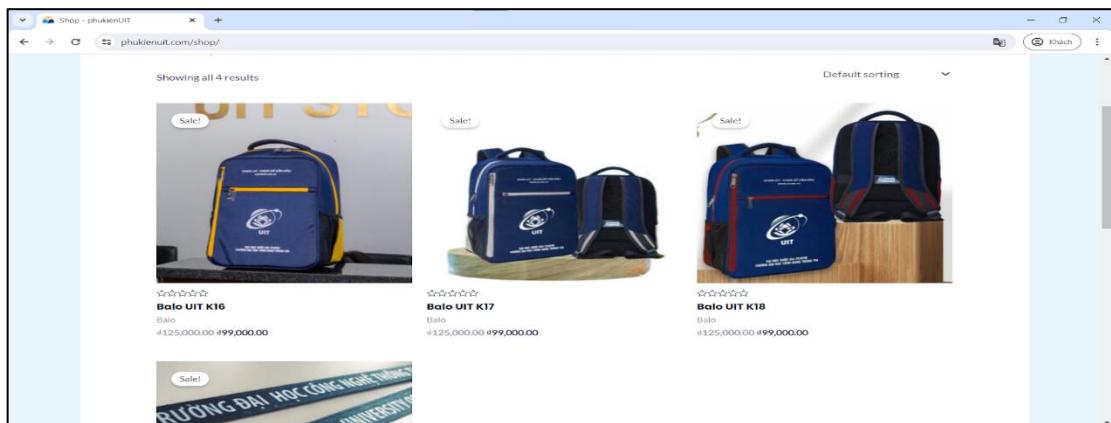
Hình 6: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)



Hình 7: Trang chủ của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

- **Product**

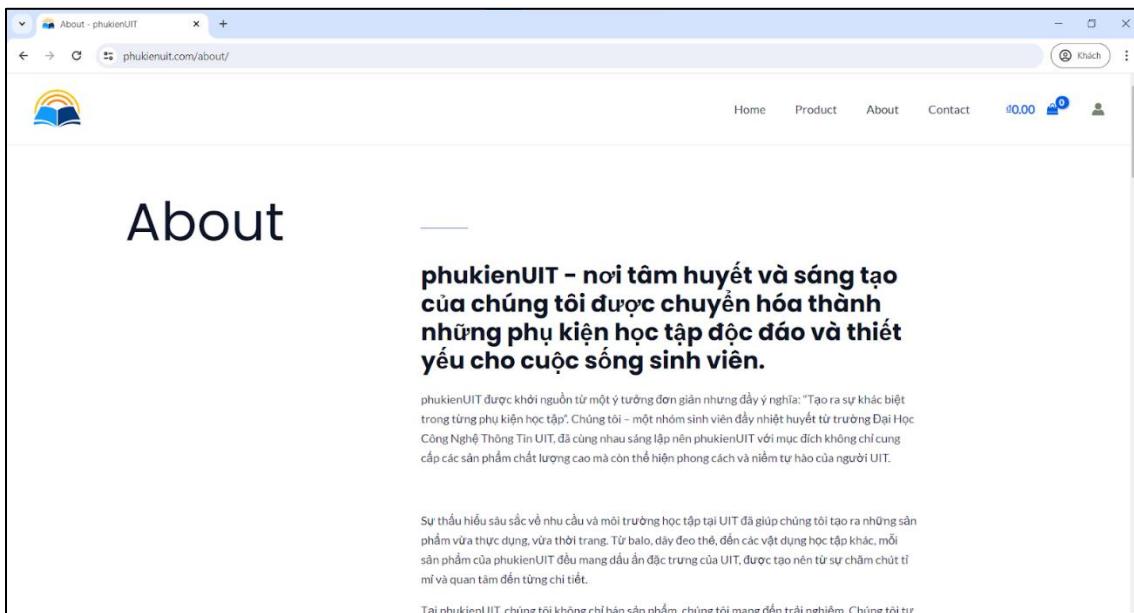
Trang này hiển thị các sản phẩm, mô tả sản phẩm và thông tin chi tiết.



Hình 8: Product của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

- **About**

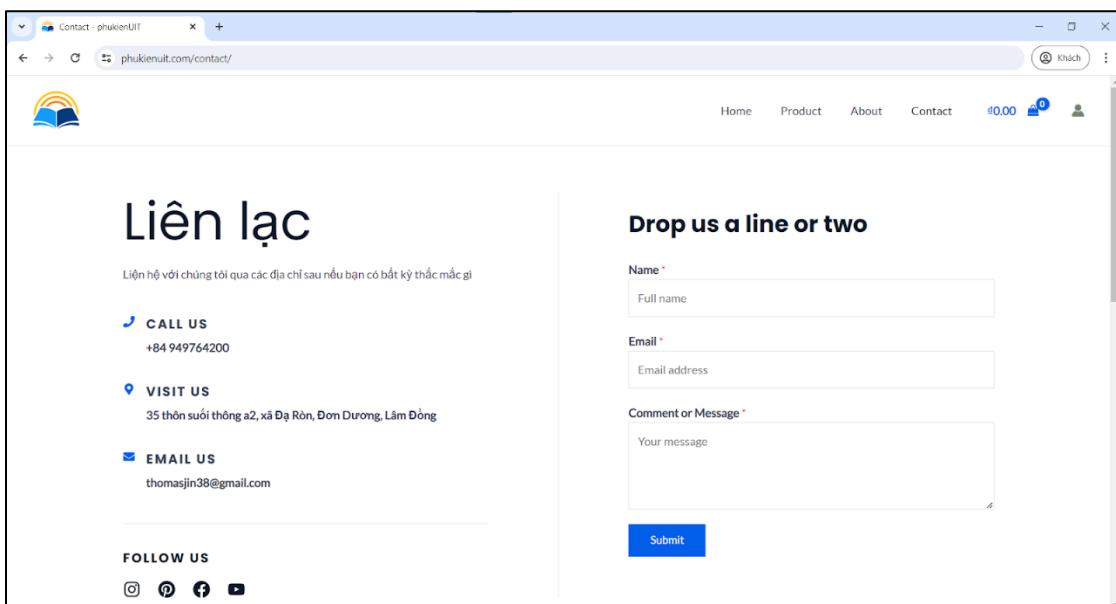
Trang này giới thiệu chung về PhukienUIT



Hình 9: About của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

• Contact

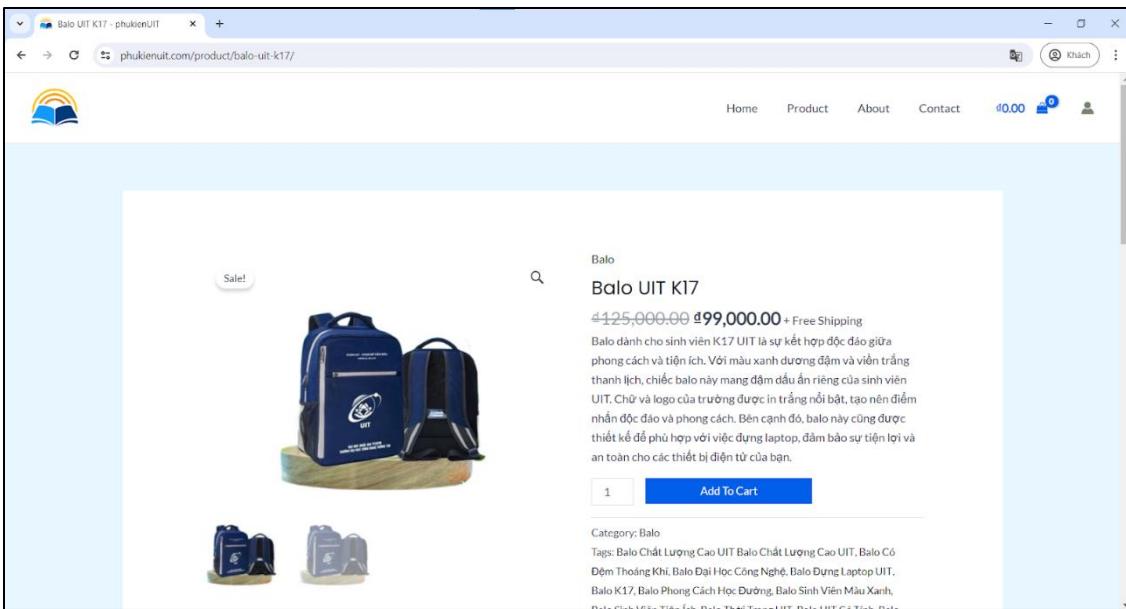
Trang liên hệ với PhukienUIT



Hình 10: Contact của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

• Product details

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

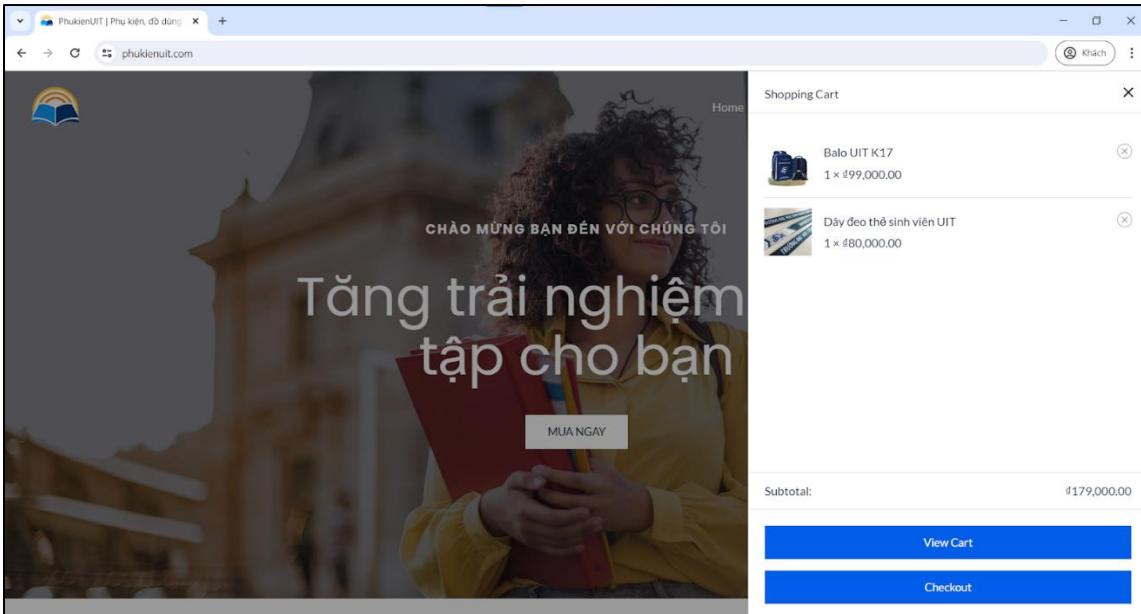


Hình 11: Product details của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

- **Shopping cart**

Trang này thể hiện các sản phẩm đã được thêm vào giỏ hàng của người dùng.

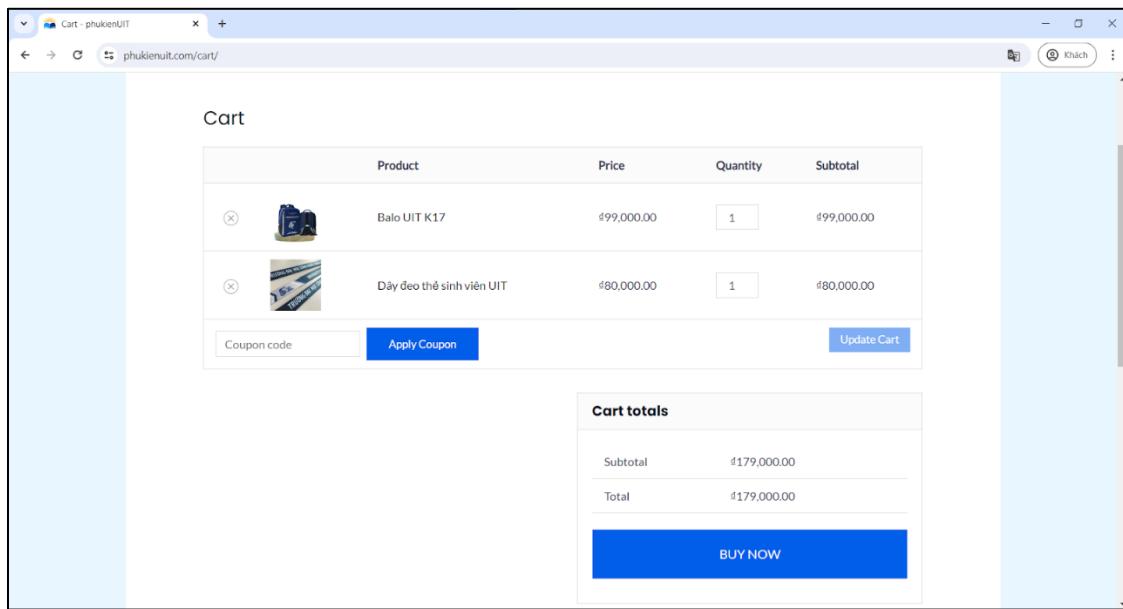
Việc tối ưu hóa trang đảm bảo tính dễ sử dụng và thúc đẩy người dùng tiến hành thanh toán



Hình 12: Shopping cart của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

- **Buy**

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



Hình 13: Trang cart của trang web PhukienUIT (phukienuit.com)

CHƯƠNG 2: KẾ HOẠCH SEO

I. Nghiên cứu từ khóa

1. Kỹ thuật áp dụng

1.1 Phân tích từ khoá của khách hàng

- Phân tích từ khoá của khách hàng là một phần quan trọng trong việc xác định từ khoá SEO hiệu quả. Khi chúng ta thực hiện việc này, chúng ta đang cố gắng hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng khi họ tìm kiếm thông tin trên Internet thông qua các câu hỏi khảo sát. Việc này giúp chúng ta chọn và tối ưu hóa từ khoá 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 vài cách:
 - **Thiết kế câu hỏi khảo sát:** "Bạn thường tìm kiếm sản phẩm gì?", "Bạn thường tìm kiếm thông tin về sản phẩm như thế nào?" để thu thập những nhu cầu của khách hàng khi họ tìm kiếm một thông tin liên quan đến sản phẩm nào đó. Điều này giúp chúng ta xác định các từ khoá, cụm từ tự nhiên, cụm từ hàng ngày mà họ thường sử dụng nhiều trong tìm kiếm.
 - **Hiểu về cách thức tìm kiếm:** Dựa trên câu trả lời của câu hỏi "Bạn thường tìm kiếm thông tin về sản phẩm như thế nào?", chúng ta sẽ biết khách hàng có xu hướng dùng nhiều từ khóa liên quan, một từ khóa ngắn, hay một cụm từ cụ thể để tìm kiếm.
 - **Phân Tích Dữ Liệu:** Sử dụng các công cụ như Excel hoặc các công cụ khảo sát trực tuyến để tổng hợp và phân tích dữ liệu. Tìm ra các từ khóa và xu hướng phổ biến mà khách hàng thường sử dụng. Phân loại từ khóa dựa trên các yếu tố như độ dài (từ khóa ngắn, từ khóa dài), tính cụ thể (chung chung, cụ thể), và mức độ liên quan. Đánh giá các từ khóa và cụm từ dựa trên tần suất xuất hiện, mức độ quan trọng và các xu hướng nổi bật từ dữ liệu khảo sát.
 - **Kiểm tra thử nghiệm:** Đặt mình vào vị trí khách hàng 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, xuất hiện ở vị trí thứ mấy.

- Tóm lại, việc phân tích 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 một cách nhanh chóng.

1.2 Phân tích từ khóa đối thủ

- Phân tích từ khóa đối thủ là quá trình nghiên cứu và xem xét các từ khóa mà đối thủ của chúng ta đang sử dụng để tối ưu hóa trang web của họ nhằm thu hút lưu lượng truy cập từ các công cụ tìm kiếm. Điều này bao gồm việc xác định những từ khóa mà đối thủ xếp hạng cao, hiểu rõ chiến lược từ khóa của họ, và tìm ra những cơ hội mới để cải thiện chiến lược SEO của chúng ta. Sau đây là những lợi ích ta có được khi phân tích từ khóa đối thủ:
 - **Hiểu về thị trường:** Cung cấp cái nhìn tổng quan về các từ khóa chính mà đối thủ đang tập trung sử dụng SEO. Giúp chúng ta hiểu rõ hơn về thị trường mà chúng ta SEO và các lĩnh vực mà đối thủ đang chú trọng.
 - **Xác định những từ khóa có hiệu suất tốt:** Giúp chúng ta nhận diện những từ khóa mà đối thủ sử dụng để thu hút lưu lượng truy cập. Tổng hợp danh sách các từ khóa và cụm từ phổ biến mà đối thủ sử dụng. Từ đó cho phép chúng ta tìm ra những từ khóa có hiệu suất tốt để áp dụng vào chiến lược SEO của mình.
 - **Điều tra cạnh tranh:** Xem xét cách mà đối thủ sử dụng từ khóa và cách tối ưu hóa từ khóa trong tiêu đề, mô tả, thẻ meta và nội dung. Hiểu rõ môi trường cạnh tranh và tìm ra cách để đạt lợi thế trong chiến lược SEO.
 - **Khám phá cơ hội mới:** Khám phá từ khóa mà đối thủ chưa sử dụng hoặc chưa có nội dung phù hợp. Tận dụng những cơ hội này để thu hút lượng truy cập mới, nâng cao hiệu quả SEO thông qua từ khóa áy.
 - **Hiểu về chiến lược nội dung:** Xem xét nội dung mà đối thủ tạo ra cho từng từ khóa để hiểu cách đối thủ tối ưu hóa trang web và cung cấp giá trị cho người dùng. Cung cấp hướng dẫn cho chúng ta khi xây dựng nội dung tương tự.

- **So sánh với chiến lược của bạn:** Xem xét những từ khóa mà chúng ta đang tập trung và so sánh với từ khóa của đối thủ để xác định cơ hội cạnh tranh và cải thiện chiến lược SEO của chúng ta giúp tối ưu hóa tốt hơn.
- Tóm lại, phân tích từ khóa đối thủ không chỉ giúp chúng ta xác định và tối ưu hóa từ khóa một cách chính xác hơn, mà còn cung cấp cái nhìn sâu sắc về cách mà đối thủ trong ngành sử dụng từ khóa và tối ưu hóa trang web của họ. Thông qua việc này, chúng ta có được thông tin quan trọng để điều chỉnh và cải thiện chiến lược SEO của mình.

1.3 Khám Phá Từ Khóa Dài (Long-tail Keywords)

- Từ khóa dài, hay còn gọi là long-tail keywords, là những cụm từ hoặc câu hỏi dài hơn mà người dùng nhập vào công cụ tìm kiếm để tìm kiếm thông tin cụ thể hơn. Trong nghiên cứu từ khóa, việc khám phá và sử dụng long-tail keywords có nhiều ảnh hưởng tích cực:
- **Mục Tiêu Hướng Khách Hàng:** Long-tail keywords thường phản ánh nhu cầu cụ thể của người dùng. Khi sử dụng chúng, chúng ta có thể định hình nội dung của mình để phù hợp với những người dùng đang tìm kiếm thông tin rõ ràng và cụ thể hơn. Điều này giúp tăng cơ hội thu hút lưu lượng truy cập chất lượng.
- **Giảm Cạnh Tranh:** Do ít người tìm kiếm các long-tail keywords hơn so với từ khóa chung, cạnh tranh cho những từ khóa này thường ít hơn. Bằng cách tập trung vào long-tail keywords, chúng ta có thể cải thiện khả năng xếp hạng của mình một cách nhanh chóng và dễ dàng hơn.
- **Hiểu Rõ Hơn Về Nhu Cầu Người Dùng:** Khi tập trung vào long-tail keywords, chúng ta có cơ hội hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của đối tượng mục tiêu của mình. Việc này có thể giúp chúng ta tạo ra nội dung phù hợp hơn và cải thiện trải nghiệm người dùng trên trang web của mình.
- Tóm lại, việc khám phá và sử dụng long-tail keywords trong nghiên cứu từ khóa không chỉ giúp chúng ta tối ưu hóa SEO mà còn giúp chúng ta tạo ra nội dung chất lượng hơn và cải thiện trải nghiệm người dùng.

2. Quy trình phân tích từ khóa phù hợp

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

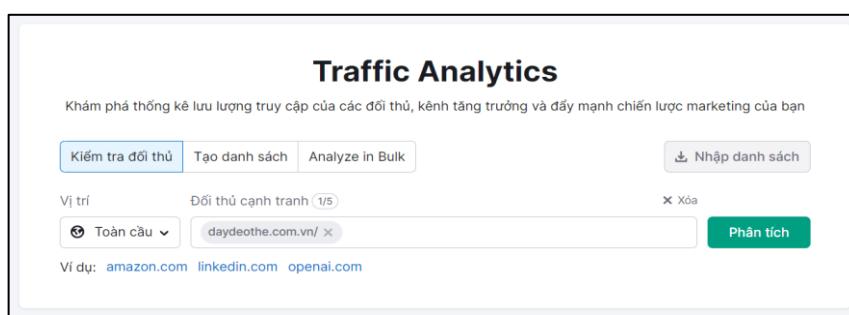
- Bước 1: Xác định chủ đề - Xác định cụm từ quan trọng nhất của nội dung bài viết (cụm từ chúng ta sẽ SEO).
- Bước 2: Phân tích đối thủ - Đánh giá và so sánh tìm kiếm của các cụm từ mà đối thủ sử dụng để SEO, đồng thời loại trừ những từ đã được sử dụng.
- Bước 3: Phân tích và khai phá - Sử dụng công cụ phân tích từ khóa để tìm và lập danh sách các cụm từ cùng nghĩa. Điều này giúp chúng ta mở rộng phạm vi của nội dung mà bạn muốn tối ưu hóa.
- 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. Loại bỏ các từ khóa không liên quan hoặc quá chung.
- Bước 5: Phân bổ và tối ưu từ khóa trên trang.

3. Các công cụ hỗ trợ phân tích từ khóa

3.1 Công cụ hỗ trợ “đánh cắp” từ khóa của đối thủ

a. SEMrush

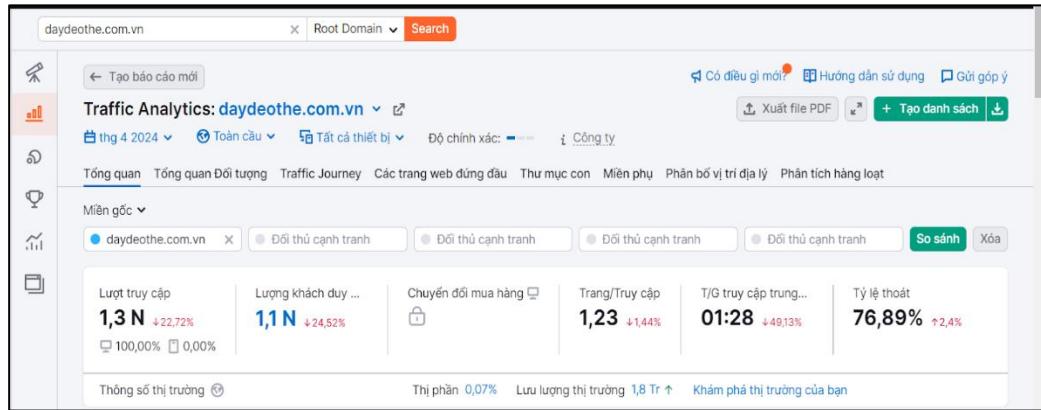
- Liên kết: <https://vi.semrush.com/>
- Có rất nhiều công cụ được tạo ra chỉ với phân tích từ khóa của đối thủ. Một công cụ đơn giản và miễn phí là SEMrush
- Các chức năng chính của SEMrush:



Hình 14: Cung cấp website domain đối thủ để phân tích từ khóa

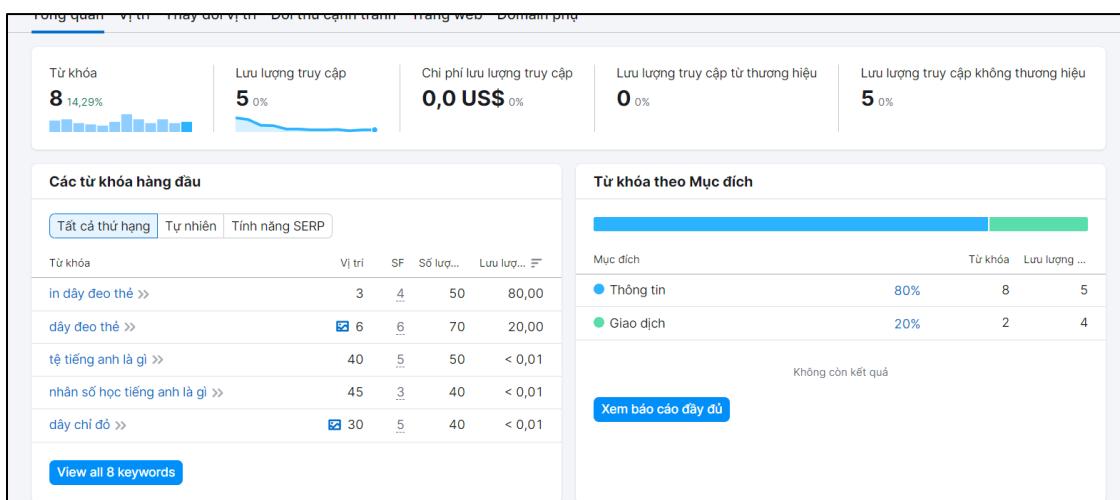
- Nhận diện thông tin đối thủ: chúng ta cần xác định đối thủ cạnh tranh của mình (ví dụ: <https://daydeothe.com.vn>). Sau khi nhập domain đối

thủ công cụ sẽ cho ta biết thông tin lượt truy cập, tốc độ truy cập, thời gian truy cập và tỷ lệ thoát. Từ đó biết được đối thủ thiếu, tối ưu chưa đúng cách chỗ nào

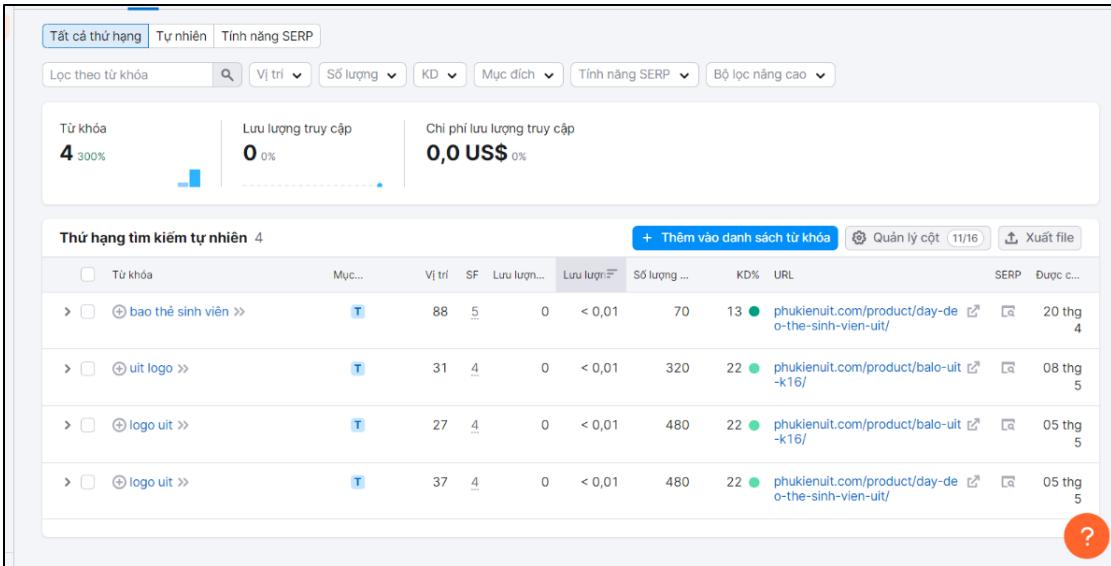


Hình 15: Nhập domain daydeothe.com.vn để công cụ kiểm tra

- Phân tích từ khoá: Ngoài ra khi sử dụng “tìm kiếm tự nhiên” thì cũng cung cấp thông tin liên quan như số lượng từ khoá, các từ khóa quan trọng mà họ tập trung sử dụng. Tiếp theo, nhập nội dung của chúng ta (<https://phukienuit.com>) vào công cụ để so sánh với đối thủ. Từ đó chúng ta sẽ biết được các từ khóa chúng ta đang thiếu hoặc chưa tối ưu hóa đúng cách



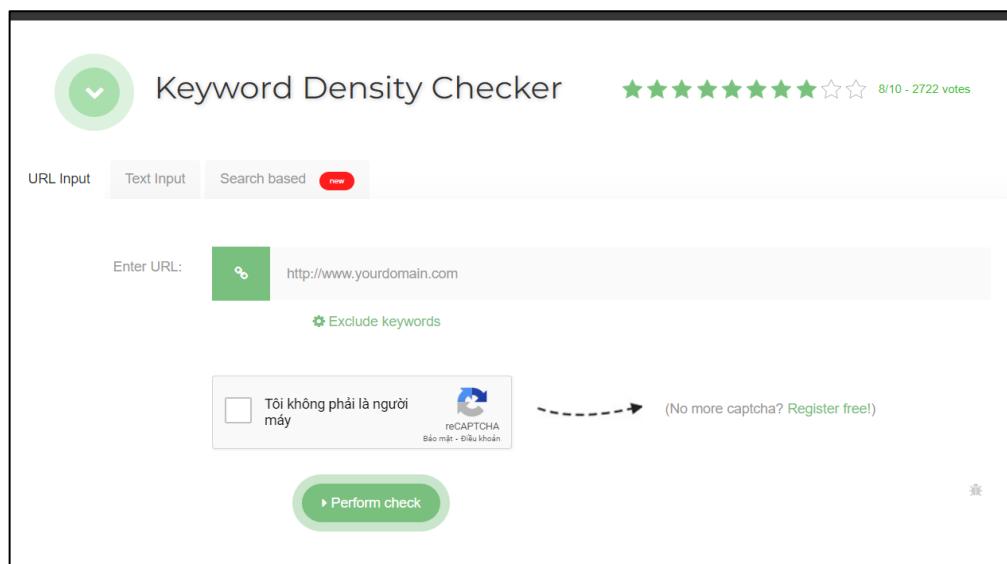
Hình 16: Nhập domain daydeothe.com.vn để công cụ kiểm tra



Hình 17: Nhập domain phukienuit.com để công cụ kiểm tra

b. Keyword Density Checker – SEO Review Tools

- Liên kết: <https://www.seoreviewtools.com/keyword-density-checker/>
- Khi bạn nhập địa chỉ trang web đối thủ vào công cụ này, chỉ sau vài giây, nó sẽ hiển thị danh sách các từ khóa mà trang web đó đã tối ưu hóa. Bạn có thể dựa vào danh sách này để mở rộng và cải thiện danh sách từ khóa của mình.



Hình 18: Trang chủ Keyword Density Checker

- 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://daydeothe.com.vn>). Keyword Density Checker sẽ giúp chúng ta tìm ra những từ khóa chính, từ khóa quan trọng mà họ đang sử dụng để tối ưu hóa nội dung trang web của mình.

Result	Keyword	Frequency	Density	Keyword options
1	dây	49	3.82%	KW options ▾
2	thẻ	38	3.89%	KW options ▾
3	đeo	30	3.97%	KW options ▾
4	mẫu	18	1.84%	KW options ▾
5	công	18	1.84%	KW options ▾
6	nhân	18	1.84%	KW options ▾
7	cao	17	1.74%	KW options ▾

Hình 19: Nhập domain daydeothe.com.vn để công cụ kiểm tra

- So sánh mật độ từ khoá: Khi nhập domain của chúng ta 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

Result	Keyword	Frequency	Density	Keyword options
1	phukienuit	15	3.92%	KW options ▾
2	vá	9	2.35%	KW options ▾
3	ult	8	2.09%	KW options ▾
4	balo	8	2.09%	KW options ▾
5	viên	7	1.83%	KW options ▾
6	hàng	6	1.57%	KW options ▾
7	sinh	6	1.57%	KW options ▾

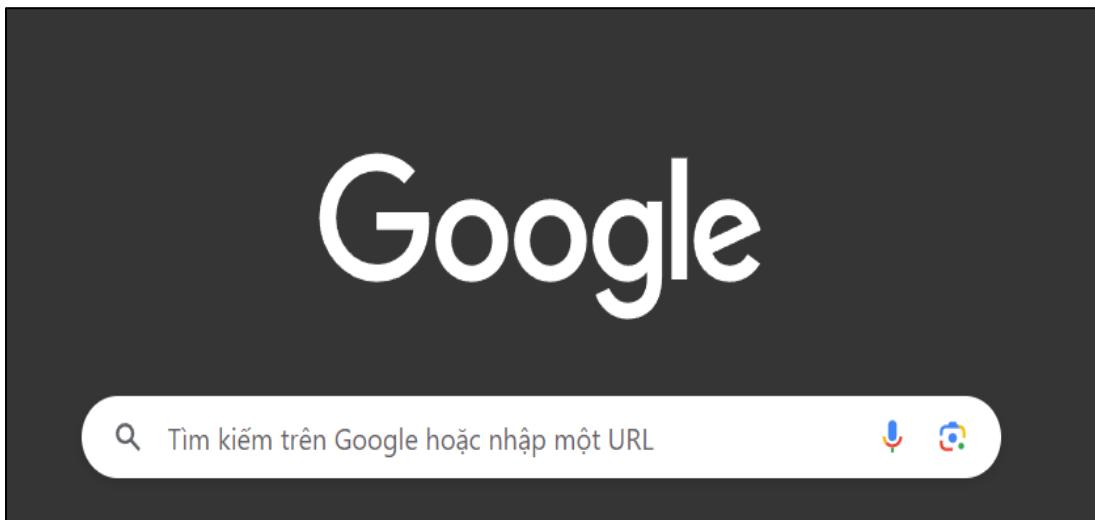
Hình 20: Nhập domain phukienuit.com để công cụ kiểm tra

3.2 Công cụ hỗ trợ phân tích và xây dựng từ khóa

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 21: Trang tìm kiếm google

a.2. Đặc điểm

- Công nghệ tìm kiếm mạnh mẽ: Google Search sử dụng các thuật toán tiên tiến để tìm kiếm và thu thập dữ liệu từ hàng triệu trang web trên Internet. Quá trình lập chỉ mục các trang web này giúp liên kết và xác định các trang web phù hợp với từ khóa mà người dùng nhập vào.
- Kết quả tìm kiếm đa dạng: Google cung cấp kết quả tìm kiếm đa dạng bao gồm các trang web, hình ảnh, video, tin tức, bản đồ, sách và nhiều loại dữ liệu khác. Người dùng có thể dễ dàng 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, đảm bảo trải nghiệm tìm kiếm tốt nhất cho người dùng trên toàn thế giới.

a.3. Lịch sử phát triển và nâng cấp

- Google Search, kể từ khi ra mắt, đã trải qua nhiều giai đoạn phát triển và nâng cấp để trở thành công cụ tìm kiếm hàng đầu thế giới. Dưới đây là một số cột mốc quan trọng trong lịch sử phát triển của Google Search:
 - Năm 1996 - Khởi đầu với Backrub:
 - Google bắt đầu như một dự án nghiên cứu của Larry Page và Sergey Brin tại Đại học Stanford. Họ phát triển một công cụ tìm kiếm có tên là Backrub, dựa trên khả năng phân tích các liên kết ngược của trang web.
 - Năm 1998 - Thành lập Google Inc.:
 - Google Inc. chính thức được thành lập vào ngày 4 tháng 9 năm 1998. Công cụ tìm kiếm Google được ra mắt với mục tiêu cung cấp kết quả tìm kiếm có liên quan và nhanh chóng.
 - Năm 2000 - Giới thiệu Google AdWords:
 - Google ra mắt Google AdWords, một nền tảng quảng cáo trực tuyến, giúp tạo nguồn thu nhập chính cho công ty và hỗ trợ mở rộng các dịch vụ tìm kiếm.
 - Năm 2001 - PageRank và Thuật toán Tìm kiếm:
 - Google cải tiến thuật toán tìm kiếm của mình với công nghệ PageRank, giúp xếp hạng các trang web dựa trên tầm quan trọng và độ tin cậy của chúng.
 - Năm 2004 - Giới thiệu Google Scholar và Google Maps:
 - Google Scholar ra mắt, cung cấp công cụ tìm kiếm cho các tài liệu học thuật. Cùng năm đó, Google Maps được giới thiệu, cung cấp dịch vụ bản đồ và chỉ đường.
 - Năm 2007 - Universal Search:
 - Google ra mắt Universal Search, tích hợp kết quả tìm kiếm từ nhiều nguồn khác nhau như video, tin tức, hình ảnh, và sách vào trong một trang kết quả duy nhất.

- Năm 2010 - Real-Time Search và Google Instant:
 - Google triển khai tính năng Real-Time Search, cung cấp kết quả từ các bài đăng trên mạng xã hội và các nguồn tin tức ngay lập tức. Cùng năm, Google Instant được ra mắt, hiển thị kết quả tìm kiếm ngay khi người dùng nhập liệu.
- Năm 2011 - Google Panda Update:
 - Thuật toán Google Panda được triển khai nhằm giảm thứ hạng của các trang web có nội dung kém chất lượng và nâng cao thứ hạng của các trang web có nội dung chất lượng.
- Năm 2012 - Google Knowledge Graph:
 - Google giới thiệu Knowledge Graph, cung cấp thông tin liên quan đến các đối tượng, sự kiện và địa điểm trực tiếp trong trang kết quả tìm kiếm.
- Năm 2013 - Google Hummingbird:
 - Google ra mắt thuật toán Hummingbird, cải thiện khả năng hiểu ngữ nghĩa và mục đích của các truy vấn tìm kiếm phức tạp.
- Năm 2015 - RankBrain:
 - Google tích hợp RankBrain, một hệ thống trí tuệ nhân tạo, giúp cải thiện khả năng xử lý và hiểu các truy vấn tìm kiếm mới và phức tạp.
- Năm 2018 - Google Mobile-First Indexing:
 - Google chuyển sang Mobile-First Indexing, ưu tiên lập chỉ mục và xếp hạng các phiên bản di động của trang web để đáp ứng xu hướng sử dụng di động ngày càng tăng.
- Năm 2019 - BERT Update:
 - Google triển khai BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers), một mô hình ngôn ngữ giúp Google hiểu rõ hơn ngữ cảnh và ý nghĩa của các từ trong truy vấn tìm kiếm.
- Năm 2020 - Core Web Vitals và Page Experience Update:

- Google công bố Core Web Vitals và cập nhật trải nghiệm trang (Page Experience), tập trung vào các yếu tố như tốc độ tải trang, tính ổn định của nội dung và khả năng tương tác để cải thiện trải nghiệm người dùng.
- Những cải tiến và nâng cấp liên tục này đã giúp Google Search duy trì vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực công cụ tìm kiếm, cung cấp kết quả tìm kiếm nhanh chóng, chính xác và phù hợp với nhu cầu của người dùng.
- Từ năm 2021 đến nay:
 - Google Search tiếp tục nâng cấp với các cải tiến như Passage Ranking, mô hình AI MUM, cập nhật Trải nghiệm Trang, đánh giá sản phẩm, xử lý spam, hoàn tất Mobile-First Indexing, nội dung hữu ích, tích hợp Bard AI, tìm kiếm hình ảnh và video nâng cao, cùng khả năng cá nhân hóa kết quả tìm kiếm.

a.4. Các tính năng tìm kiếm

a.4.1 Các tính năng chung

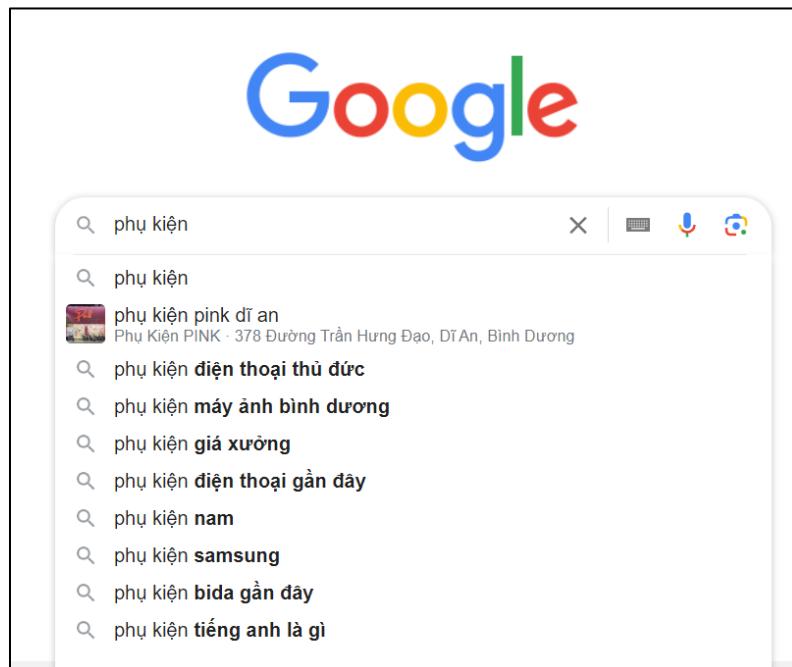
- Kết quả Tìm kiếm Cơ bản: Hiển thị kết quả tìm kiếm tổng quát cho các truy vấn tìm kiếm của người dùng.
- Hình ảnh và Video: Cung cấp kết quả tìm kiếm liên quan đến hình ảnh và video, giúp người dùng trải nghiệm tìm kiếm đa phương tiện.
- Tin tức và Bản đồ: Đưa ra thông tin tin tức mới nhất và kết quả bản đồ địa lý cho các vị trí hoặc điểm địa điểm cụ thể.
- Các tính năng bổ sung: Google Search còn cung cấp nhiều tính năng khác như bộ dụng cụ tính toán, chuyển đổi đơn vị, báo thức, thời tiết, lịch, các công cụ như máy tính, bộ chuyển đổi đơn vị và máy tính thời gian giúp người dùng thực hiện các tính toán và chuyển đổi một cách nhanh chóng.

a.4.2 Tính năng hỗ trợ trong lĩnh vực SEO

- Google Autocomplete: Tính năng này xuất hiện khi người dùng bắt đầu nhập từ khóa vào ô tìm kiếm của Google. Nó tự động đề xuất và hiển thị các từ khóa liên quan phổ biến, giúp người dùng 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.
- Map Pack (Kết quả Bản đồ): Hiển thị các kết quả địa lý và doanh nghiệp cục bộ. Tối ưu hóa thông tin doanh nghiệp và địa lý có thể giúp trang web xuất hiện ở vị trí cao trong Map Pack, đặc biệt là cho các doanh nghiệp có vị trí vật lý.

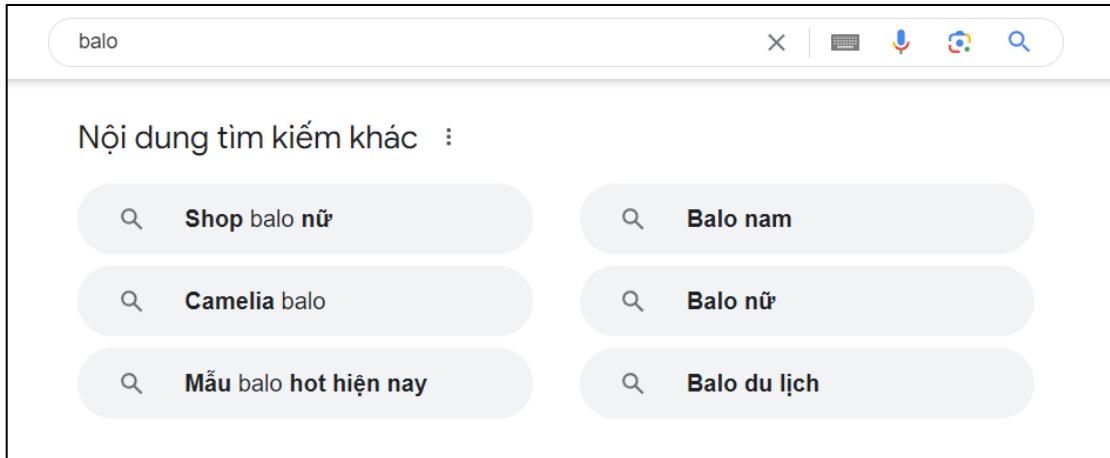
a.5. Sử dụng tính năng hỗ trợ trong lĩnh vực SEO

a.5.1 Google Autocomplete:



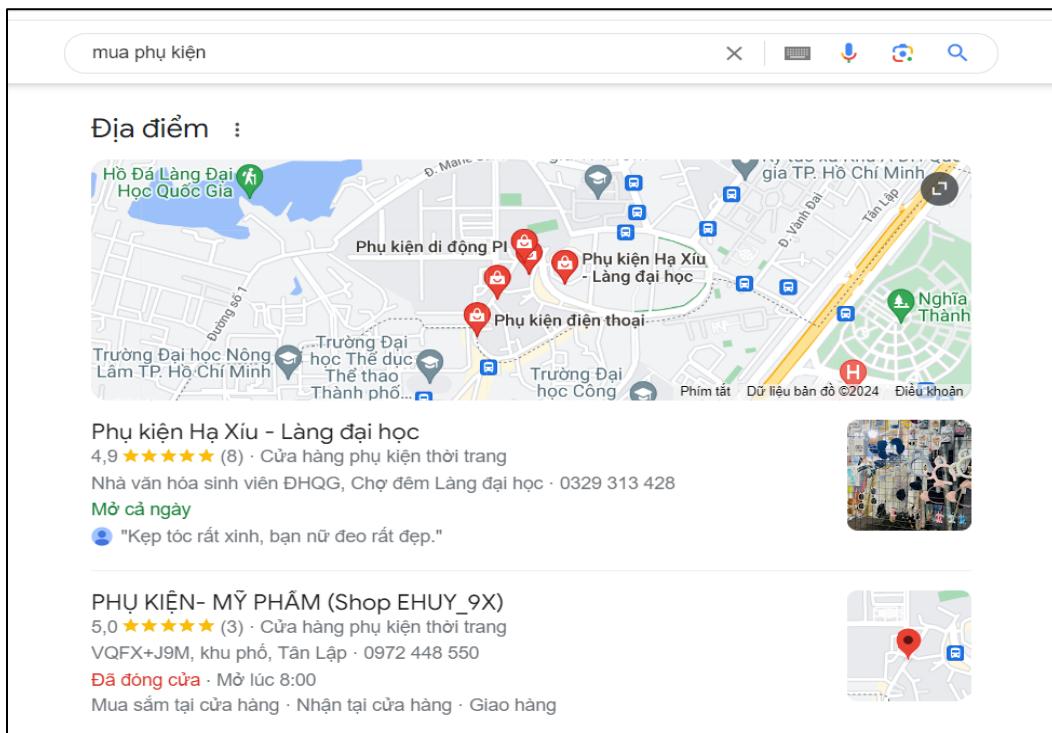
Hình 22: Tính năng Google Autocomplete

a.5.2 Related Searches:



Hình 23: Tính năng Related Searches

a.5.3 Map Pack:



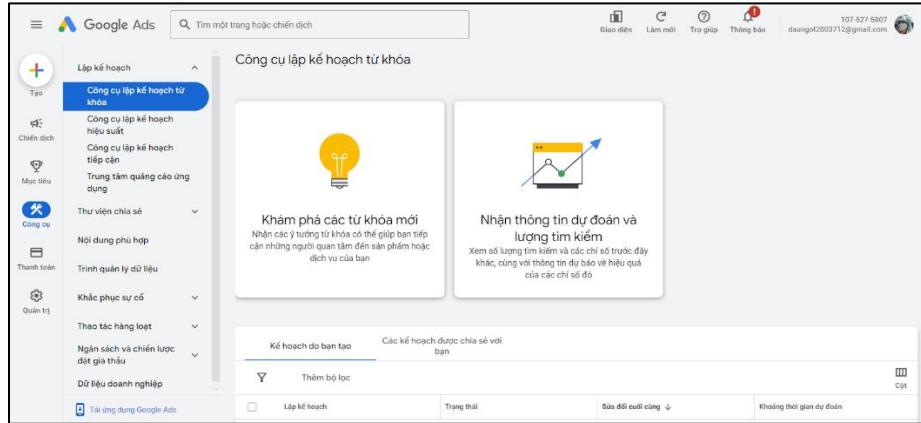
Hình 24: Tính năng Map Pack

b. Google Keyword Planner

b.1. Giới thiệu

Google Keyword Planner là một công cụ từ Google được thiết kế để giúp các nhà quảng cáo tìm kiếm từ khóa phù hợp để quảng cáo trên Google Ads. Nó cung cấp thông tin về lượng tìm kiếm hàng tháng, mức độ cạnh tranh

và giá đề xuất cho các từ khóa cụ thể, giúp người dùng xác định và chọn lựa các từ khóa hiệu quả để tối ưu chiến dịch quảng cáo của họ trên Google Ads.



Hình 25: Giao diện Google Keyword Planner

b.2. Đặc điểm

- **Tìm kiếm từ khóa:** Cung cấp cho người dùng khả năng tìm kiếm từ khóa liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ quan tâm quảng cáo trên Google Ads.
- **Dữ liệu về lượng tìm kiếm:** Hiển thị thông tin về số lượt tìm kiếm trung bình hàng tháng cho các từ khóa cụ thể trên Google.
- **Mức độ cạnh tranh:** Cung cấp thông tin về mức độ cạnh tranh của từ khóa, giúp người dùng hiểu được mức độ khó khăn khi cạnh tranh với các quảng cáo khác trên cùng một từ khóa.
- **Giá đề xuất:** Cho biết mức giá đề xuất để quảng cáo trên Google Ads cho từng từ khóa, giúp người dùng ước tính ngân sách quảng cáo của họ.
- **Phân tích xu hướng:** Hiển thị xu hướng tìm kiếm của từ khóa qua thời gian, giúp người dùng hiểu được biến động và phát triển của các từ khóa theo thời gian.

- Lọc và tùy chỉnh kết quả: Cho phép người dùng lọc và tùy chỉnh kết quả tìm kiếm theo nhiều tiêu chí khác nhau, bao gồm vị trí địa lý, ngôn ngữ, và phạm vi thời gian.

b.3. Lịch sử phát triển và nâng cấp

- Năm 2013:
 - Google Keyword Planner được giới thiệu lần đầu vào tháng 5 năm 2013, thay thế cho công cụ tìm kiếm từ khóa trước đó là Google Keyword Tool và Google Traffic Estimator. Keyword Planner kết hợp cả hai tính năng vào một giao diện duy nhất, mang lại trải nghiệm thuận tiện hơn cho người dùng quảng cáo trên Google Ads.
- Năm 2017:
 - Vào năm 2017, Google đã cập nhật giao diện của Keyword Planner, làm cho nó trở nên hiện đại và dễ sử dụng hơn. Cập nhật này bao gồm việc cải thiện trải nghiệm người dùng và tối ưu hóa hiển thị dữ liệu.
- Năm 2018:
 - Trong nỗ lực liên tục cải thiện và mở rộng tính năng, Google đã thêm một số tính năng mới vào Keyword Planner vào năm 2018. Điều này bao gồm việc cải thiện dữ liệu về lượng tìm kiếm và mức độ cạnh tranh, cung cấp thông tin chi tiết hơn về xu hướng tìm kiếm và khả năng lọc dữ liệu theo thời gian.
- Năm 2020:
 - Google liên tục cập nhật và tích hợp Keyword Planner với nền tảng quảng cáo Google Ads. Tích hợp này giúp người dùng dễ dàng chuyển đổi từ việc nghiên cứu từ khóa sang việc tạo và quản lý chiến dịch quảng cáo trên Google Ads một cách liền mạch hơn.
- Năm 2021 đến nay:
 - Google liên tục cải tiến và nâng cấp Keyword Planner để cung cấp cho người dùng những công cụ mạnh mẽ và thông tin chi tiết nhất về

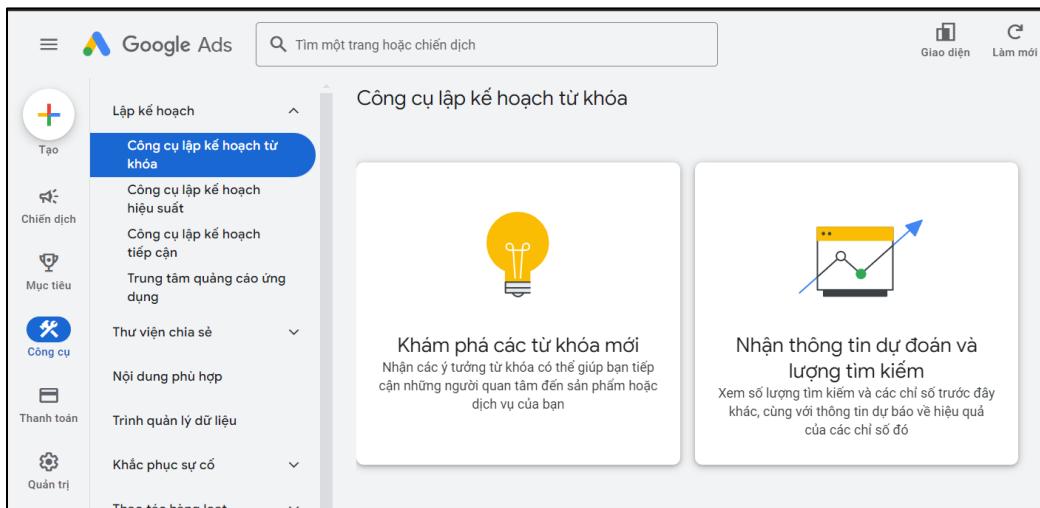
từ khóa và xu hướng tìm kiếm. Các cập nhật thường xuyên được thực hiện để cải thiện hiệu suất và tính năng của công cụ này, giúp người dùng tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo của họ trên Google Ads.

b.4. Cách sử dụng các tính năng

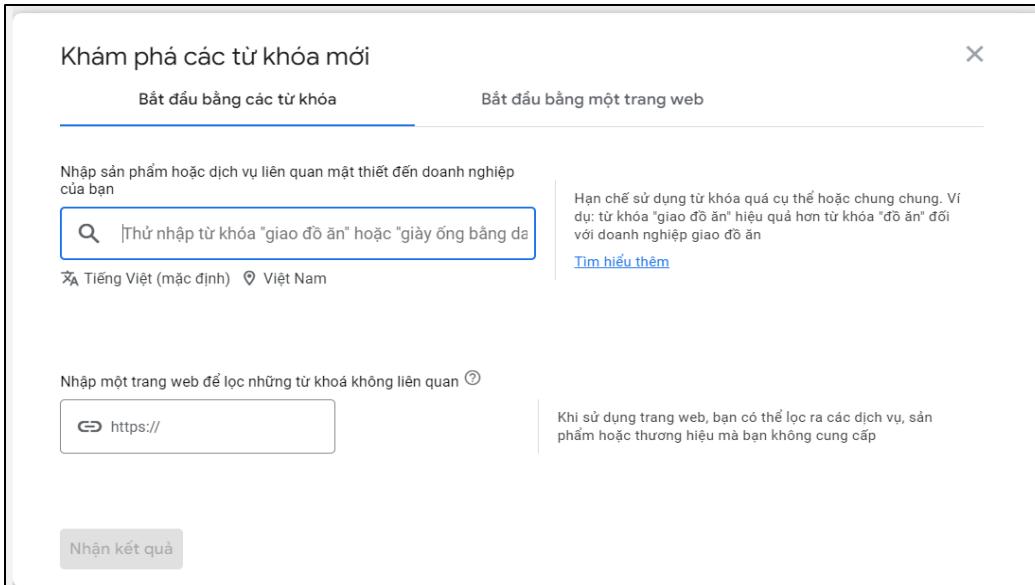
Truy cập “Khám phá các từ khoá mới” thông qua Google Ads

Truy cập Google Ads (<https://ads.google.com>), đăng nhập tài khoản Google.

- Trên thanh dọc bên trái ta chọn mục “Công cụ”
- Chọn “Lập kế hoạch” sau đó chọn “Công cụ lập kế hoạch từ khóa”
- Cuối cùng chọn “khám phá các từ khóa mới”



Hình 26: Tính năng Công cụ lập kế hoạch từ khóa



Hình 27: Tính năng Công cụ lập kế hoạch từ khóa

- 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: 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: 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 5 15, 2024, 1 SA, GMT+07:00

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

balo ⚙ Việt Nam ⚙ Tiếng Việt ⚙ Google ⚙ thg 5 2023 – thg 4 2024 ⚙

Tải ý tưởng từ khóa xuống

Mở rộng thông tin tìm kiếm: (+ giày) (+ đôi giày) (+ quần áo) (+ giày thể thao) (+ túi xách) (+ túi đeo chéo) (+ vali)

Loại trừ ý tưởng người lớn Thêm bộ lọc Có 2.714 ý tưởng từ khóa

Cột Chế độ xem từ khóa

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 trang (phar mức giá th)

Tùy chỉnh từ khóa

Mở rộng tất cả

Thương hiệu hoặc không có thương hiệu

Non-Brands, adidas, louis vuitton, sakos, vans

Giới Tính

nam, nữ, cho bé gái, trẻ em, cho bé trai

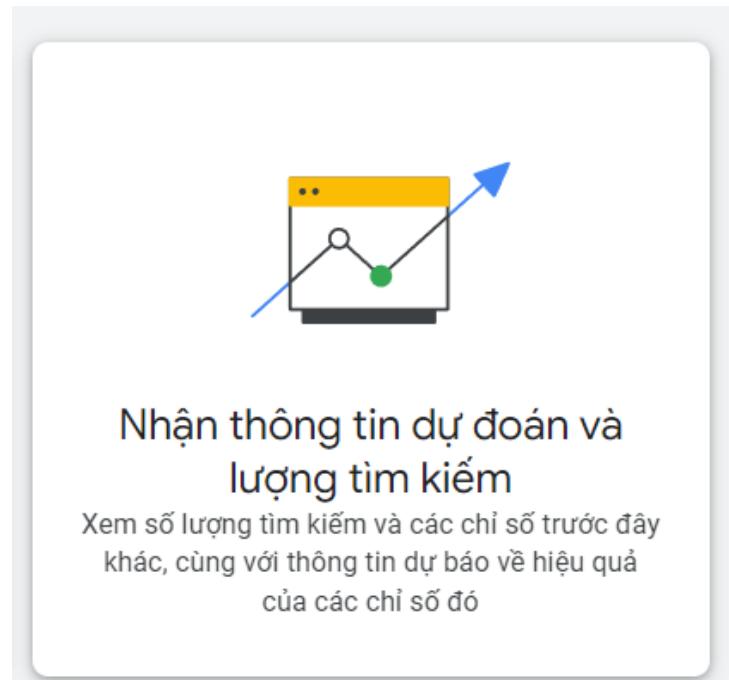
Nguồn Khác

local brand, xanh

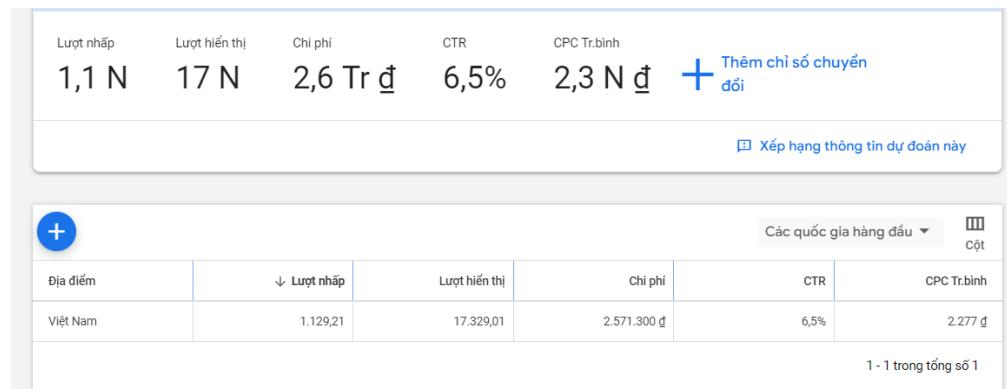
Gửi ý kiến phản hồi

Từ khóa bạn cung cấp	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 trang (phar mức giá th)
<input type="checkbox"/> balo	10N – 100 N	0%	0%	Cao	–	1.5%
<input type="checkbox"/> balo laptop	1 N – 10 N	0%	0%	Cao	–	1.7%
<input type="checkbox"/> balo nam	1 N – 10 N	0%	0%	Cao	–	1.5%
<input type="checkbox"/> balo nữ	1 N – 10 N	0%	0%	Cao	–	1.2%
<input type="checkbox"/> balo du lịch	1 N – 10 N	0%	0%	Cao	–	1.7%
<input type="checkbox"/> balo ưng nọc	1 N – 10 N	0%	0%	Ưng	–	1.4%

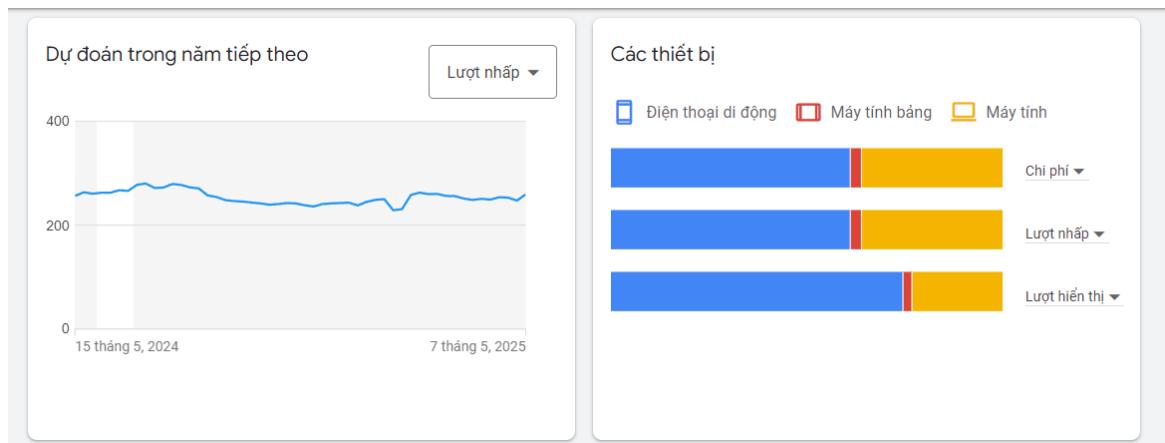
Hình 28: Giao diện phân tích kết quả tìm kiếm từ khóa "balo"



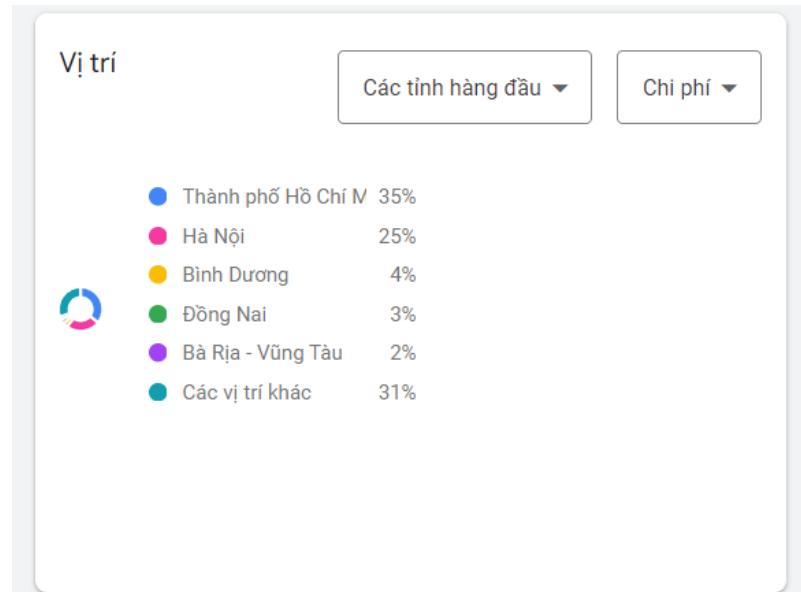
Hình 29: Sử dụng chức năng "Nhận thông tin dự đoán và lượng tìm kiếm":



Hình 30: Tính năng Nhận thông tin dự đoán và lượng tìm kiếm



Hình 31: Giao diện phân tích kết quả phân tích xu hướng từ khóa "balo"



Hình 32: Giao diện phân tích kết quả phân tích xu hướng từ khóa "balo"

- 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.

b.5. Chi phí sử dụng

Google Keyword Planner là một công cụ miễn phí cho phép người dùng truy cập, tìm kiếm và nghiên cứu từ khóa phù hợp. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa các tính năng của Google Keyword Planner và triển khai các chiến dịch quảng cáo trên Google, người dùng cần có tài khoản Google Ads và ngân sách quảng cáo phù hợp. Google Ads hoạt động theo mô hình CPC (Cost Per Click - chi phí mỗi lượt nhấp chuột) hoặc CPM (Cost Per Mile - chi phí mỗi nghìn hiển thị), do đó, chi phí cụ thể sẽ tùy thuộc vào ngân sách cũng như cách thiết lập và quản lý chiến dịch quảng cáo.

b.6. Ưu điểm và nhược điểm

b.6.1 Ưu điểm

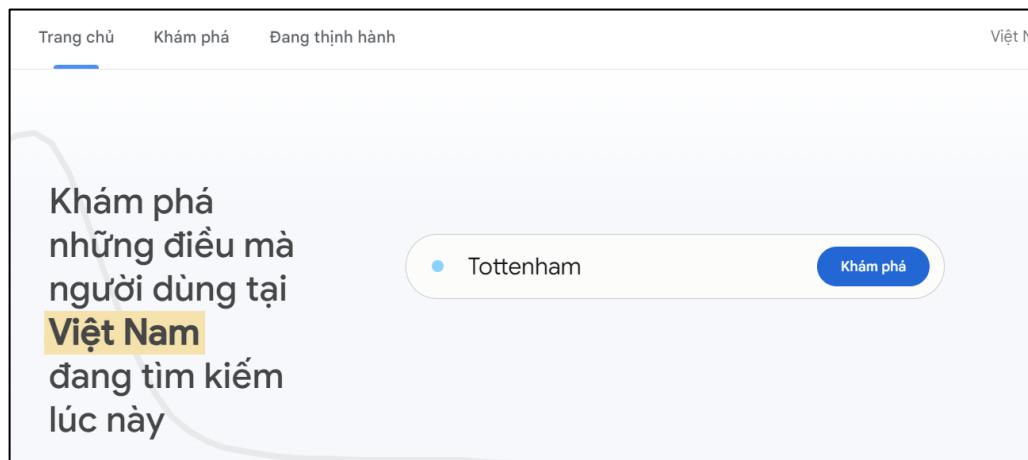
- Miễn phí sử dụng: Công cụ này hoàn toàn miễn phí để truy cập và sử dụng, cung cấp dữ liệu từ khóa mà không đòi hỏi chi phí ban đầu.
- Dữ liệu chính xác và cập nhật: Do được cung cấp bởi Google, dữ liệu về lượng tìm kiếm, mức độ cạnh tranh và giá thầu quảng cáo rất chính xác và cập nhật.
- Giao diện thân thiện: Giao diện người dùng của Keyword Planner rất dễ sử dụng, ngay cả đối với những người mới bắt đầu.
- Phân tích xu hướng: Cung cấp thông tin về xu hướng tìm kiếm của từ khóa qua thời gian, giúp người dùng dự đoán và lập kế hoạch cho chiến dịch quảng cáo hiệu quả.
- Lọc và tùy chỉnh kết quả: Người dùng có thể lọc kết quả tìm kiếm theo nhiều tiêu chí khác nhau như vị trí địa lý, ngôn ngữ, và phạm vi thời gian, giúp tối ưu hóa chiến lược từ khóa.

- Tích hợp với Google Ads: Dễ dàng chuyển đổi từ việc nghiên cứu từ khóa sang việc tạo và quản lý chiến dịch quảng cáo trên Google Ads, tạo nên quy trình làm việc liền mạch.

b.6.2 Nhược điểm

- Yêu cầu tài khoản Google Ads: Để sử dụng toàn bộ các tính năng của công cụ, người dùng cần có tài khoản Google Ads và thiết lập một chiến dịch quảng cáo.
- Dữ liệu khái quát: Đôi khi, dữ liệu về lượng tìm kiếm và giá thầu chỉ được cung cấp ở mức khái quát, không chi tiết như một số công cụ trả phí khác.
- Cạnh tranh cao: Vì nhiều người sử dụng công cụ này, các từ khóa phổ biến thường có mức độ cạnh tranh cao, đòi hỏi người dùng phải có chiến lược cụ thể để đạt hiệu quả.
- Giới hạn cho người dùng miễn phí: Một số tính năng nâng cao chỉ khả dụng khi người dùng đã chi tiêu quảng cáo đáng kể trên Google Ads.
- Không cung cấp nhiều từ khóa dài: Công cụ này chủ yếu tập trung vào các từ khóa phổ biến và đôi khi bỏ qua các từ khóa dài ít cạnh tranh hơn nhưng lại có thể mang lại hiệu quả cao.

c. Google Trends



Hình 33: Trang chủ Google Trends

c.1. Giới thiệu

Google Trends là một dịch vụ trực tuyến miễn phí của Google, cung cấp thông tin và phân tích về xu hướng tìm kiếm trên Internet. Công cụ này cho phép người dùng xem mức độ phổ biến của các truy vấn tìm kiếm cụ thể theo thời gian, địa điểm và ngôn ngữ. Google Trends giúp người dùng nhận biết các xu hướng tìm kiếm, so sánh khối lượng tìm kiếm giữa các cụm từ và khám phá các chủ đề mới nổi trên toàn cầu hoặc trong khu vực cụ thể.

c.2. Đặc điểm

- Phân tích xu hướng theo thời gian: Người dùng có thể xem mức độ quan tâm đối với một từ khóa cụ thể theo thời gian, từ vài giờ đến vài năm, giúp nhận biết được sự thay đổi trong sự quan tâm của công chúng.
- Phân tích theo khu vực địa lý: Google Trends cung cấp dữ liệu tìm kiếm theo khu vực địa lý, từ các quốc gia, vùng lãnh thổ đến các thành phố, giúp người dùng hiểu rõ hơn về sự phổ biến của các từ khóa trong các khu vực cụ thể.
- So sánh từ khóa: Công cụ cho phép so sánh mức độ quan tâm giữa nhiều từ khóa, giúp người dùng đánh giá sự phổ biến tương đối của các cụm từ tìm kiếm khác nhau.
- Khám phá các chủ đề liên quan và xu hướng: Google Trends cung cấp các chủ đề và truy vấn liên quan, giúp người dùng phát hiện các xu hướng mới nổi và các từ khóa có liên quan.
- Dữ liệu thời gian thực: Cung cấp thông tin về xu hướng tìm kiếm gần đây nhất, thường chỉ chậm hơn vài phút, cho phép người dùng nắm bắt các xu hướng nóng hổi.

c.3. Lịch sử phát triển và nâng cấp

- Năm 2006:

- Google Trends được giới thiệu vào tháng 5 năm 2006, cho phép người dùng xem mức độ phổ biến của các từ khóa tìm kiếm theo thời gian và khu vực địa lý. Ban đầu, công cụ này cung cấp dữ liệu lịch sử từ năm 2004 trở đi và cho phép so sánh giữa các từ khóa.
- Năm 2008:
 - Vào năm 2008, Google ra mắt Google Insights for Search, một công cụ tương tự nhưng cung cấp dữ liệu chi tiết hơn và khả năng phân tích nâng cao. Insights for Search cho phép người dùng phân tích xu hướng tìm kiếm theo các danh mục cụ thể và lọc dữ liệu theo thời gian, khu vực, và loại tìm kiếm.
- Năm 2012:
 - Năm 2012, Google hợp nhất Google Insights for Search với Google Trends, tích hợp các tính năng nâng cao từ Insights vào Trends. Điều này giúp người dùng truy cập tất cả các công cụ phân tích xu hướng trong một nền tảng duy nhất.
- Năm 2015:
 - Google Trends nhận được một nâng cấp lớn về giao diện người dùng vào năm 2015, làm cho công cụ trở nên trực quan và dễ sử dụng hơn. Cùng với giao diện mới, Google cũng bổ sung thêm dữ liệu thời gian thực, cho phép người dùng theo dõi xu hướng tìm kiếm gần đây nhất.
- Năm 2016:
 - Trong năm 2016, Google Trends được cập nhật để cung cấp dữ liệu chi tiết hơn về các truy vấn liên quan và các chủ đề mới nổi. Công cụ này cũng bắt đầu cung cấp thông tin chi tiết hơn về các tìm kiếm trên YouTube, giúp người dùng có cái nhìn toàn diện hơn về xu hướng tìm kiếm trên các nền tảng khác nhau của Google.
- Năm 2017:
 - Google Trends ra mắt một phần đặc biệt dành cho báo chí, cung cấp các công cụ và dữ liệu hỗ trợ cho các nhà báo trong việc tìm kiếm

và phân tích các xu hướng tin tức. Điều này bao gồm việc cung cấp các báo cáo xu hướng tìm kiếm chi tiết và khả năng tạo ra các đồ thị dữ liệu trực quan.

- Năm 2018:
 - Google tiếp tục cải thiện khả năng cung cấp dữ liệu thời gian thực, cho phép người dùng theo dõi các xu hướng nóng hổi gần như ngay lập tức. Ngoài ra, tính năng tương tác với dữ liệu được cải thiện, giúp người dùng dễ dàng khám phá và phân tích xu hướng một cách trực quan và linh hoạt hơn.
- Năm 2019 đến nay:
 - Google Trends liên tục được tối ưu hóa và cập nhật để cung cấp dữ liệu chính xác và chi tiết hơn. Google đã cải thiện các thuật toán để nhận diện và phân loại các xu hướng tìm kiếm, đồng thời mở rộng phạm vi dữ liệu bao gồm các xu hướng tìm kiếm trên nhiều ngôn ngữ và khu vực địa lý hơn.

c.4. Các tính năng về xác định từ khóa

- So sánh từ khóa:Người dùng có thể so sánh mức độ phổ biến của tối đa năm từ khóa cùng một lúc. Google Trends hiển thị dữ liệu so sánh này dưới dạng biểu đồ, giúp người dùng dễ dàng nhận thấy từ khóa nào được tìm kiếm nhiều hơn.
- Xu hướng tìm kiếm theo thời gian:Công cụ này cho phép người dùng xem mức độ quan tâm đến một từ khóa cụ thể theo thời gian. Người dùng có thể điều chỉnh khoảng thời gian từ vài giờ, vài ngày, vài tuần, vài tháng, hoặc thậm chí là nhiều năm để hiểu rõ hơn về sự thay đổi trong sự quan tâm.
- Xu hướng theo khu vực địa lý:Google Trends cung cấp dữ liệu về mức độ quan tâm đối với các từ khóa theo khu vực địa lý, từ các quốc gia đến các thành phố. Điều này giúp người dùng hiểu được từ khóa nào

phổ biến ở đâu, từ đó có thể tối ưu hóa chiến lược nội dung hoặc quảng cáo cho từng khu vực cụ thể.

- Chủ đề và truy vấn liên quan:Google Trends hiển thị các chủ đề và truy vấn liên quan đến từ khóa người dùng tìm kiếm. Điều này giúp người dùng khám phá các từ khóa mới và xu hướng tìm kiếm liên quan mà họ có thể chưa nghĩ tới.
- Từ khóa tăng đột biến:Google Trends cung cấp danh sách các từ khóa đang tăng đột biến trong tìm kiếm. Những từ khóa này thường liên quan đến các sự kiện, tin tức hoặc xu hướng mới nổi, giúp người dùng nắm bắt được các chủ đề nóng hổi.
- Tìm kiếm theo danh mục:Người dùng có thể lọc kết quả tìm kiếm theo các danh mục cụ thể như Kinh doanh, Sức khỏe, Thể thao, Giải trí, v.v. Điều này giúp người dùng tập trung vào các từ khóa liên quan đến lĩnh vực cụ thể mà họ quan tâm.
- Tìm kiếm theo loại nội dung: Google Trends cho phép người dùng lọc dữ liệu theo loại nội dung, chẳng hạn như tìm kiếm web, tìm kiếm hình ảnh, tìm kiếm tin tức, tìm kiếm trên Google Shopping và tìm kiếm trên YouTube. Điều này cung cấp cái nhìn sâu sắc về cách từ khóa được tìm kiếm trên các nền tảng khác nhau.
- Dữ liệu thời gian thực: Google Trends cung cấp dữ liệu thời gian thực về các xu hướng tìm kiếm, cho phép người dùng theo dõi sự thay đổi trong mức độ quan tâm ngay khi nó diễn ra. Điều này đặc biệt hữu ích trong việc theo dõi các sự kiện hoặc xu hướng đột ngột xuất hiện.
- Xu hướng hàng ngày và hàng năm: Công cụ này cung cấp danh sách các xu hướng tìm kiếm phổ biến hàng ngày và hàng năm, giúp người dùng nắm bắt các chủ đề được quan tâm nhiều nhất trong khoảng thời gian nhất định.

- Báo cáo tùy chỉnh: Người dùng có thể tạo và tải xuống các báo cáo tùy chỉnh từ Google Trends, giúp họ phân tích dữ liệu một cách chi tiết và phù hợp với nhu cầu nghiên cứu hoặc chiến lược cụ thể của mình.

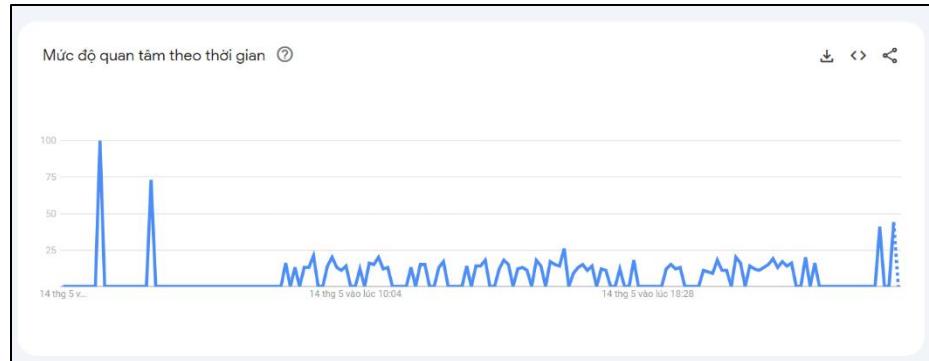
c.5. Cách sử dụng

- Truy cập vào <https://trends.google.com.vn/trends/> trên trình duyệt web.
- Để xem xu hướng tìm kiếm từ khóa cụ thể, hãy sử dụng thanh tìm kiếm.

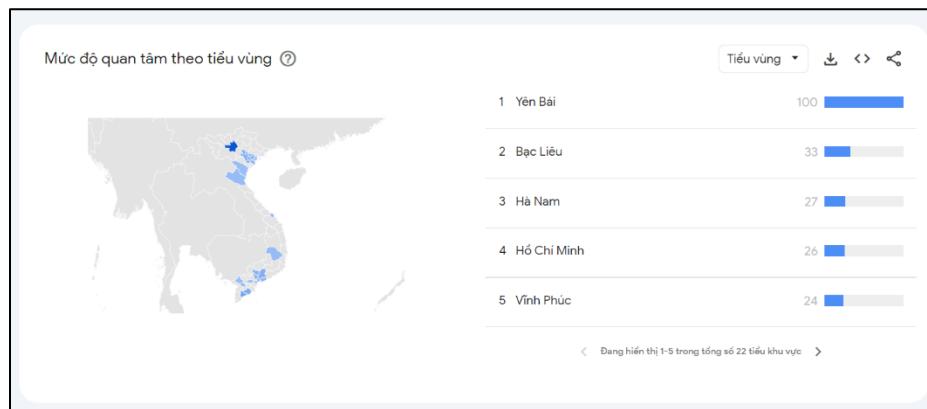


Hình 34: Ví dụ về tìm kiếm xu hướng của từ khóa "balo"

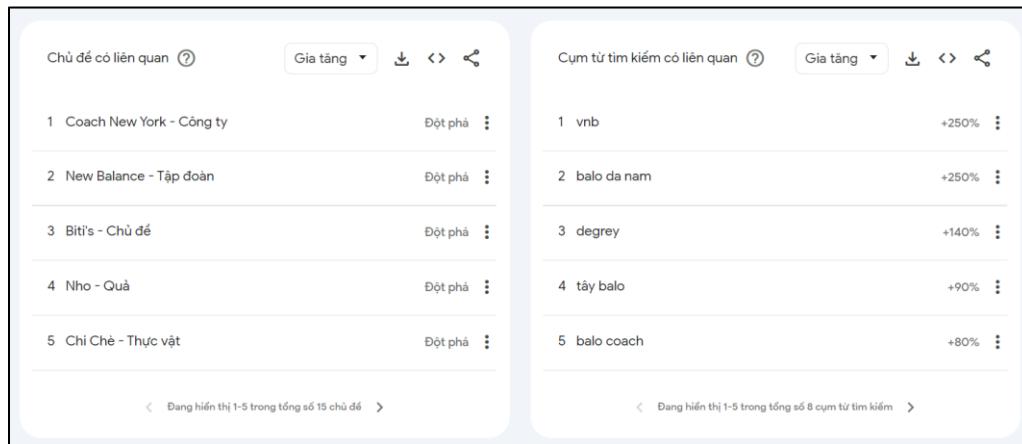
- Kết quả sẽ hiển thị các thông tin liên quan đến từ khóa đó, bao gồm xu hướng tìm kiếm theo thời gian, vị trí địa lý, các truy vấn liên quan và tin tức liên quan



Hình 35: Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khóa "balo" theo thời gian ở Việt Nam



Hình 36: Mức độ quan tâm tìm kiếm từ khóa "balo" theo tiểu vùng ở Việt Nam



Hình 37: Các từ chủ đề/cụm từ tìm kiếm có liên quan đến "balo" được gợi ý.

- Công cụ này cũng cho phép người dùng điều chỉnh phạm vi thời gian, vị trí địa lý và các tham số khác để khám phá chi tiết hơn về xu hướng tìm kiếm.
- Ngoài ra, trang web cung cấp các tính năng như so sánh từ khóa, khám phá các danh mục xu hướng và theo dõi các câu chuyện nổi bật.

→ Điều quan trọng là Google Trends cung cấp một cái nhìn tổng quan về xu hướng tìm kiếm và thông tin liên quan đến từ khóa đang được quan tâm. Công cụ này có thể được sử dụng để nắm bắt các xu hướng thị trường, nghiên cứu từ khóa, và phân tích thị trường một cách hiệu quả.

c.6. Chi phí sử dụng

Google Trends là một dịch vụ miễn phí do Google cung cấp, cho phép người dùng truy cập tất cả các tính năng mà không phải trả phí. Người dùng chỉ cần có tài khoản Google để sử dụng, và quá trình tạo tài khoản rất nhanh chóng, dễ dàng và hoàn toàn miễn phí.

c.7. Ưu điểm và nhược điểm

c.7.1 Ưu điểm

- Miễn phí sử dụng: Google Trends là một công cụ miễn phí, không yêu cầu bất kỳ khoản phí nào để truy cập và sử dụng các tính năng của nó.
- Dữ liệu thời gian thực: Cung cấp dữ liệu tìm kiếm gần như ngay lập tức, cho phép người dùng theo dõi xu hướng nóng hổi và các sự kiện đang diễn ra.
- Phân tích xu hướng theo thời gian: Cho phép người dùng xem mức độ quan tâm đối với các từ khóa theo thời gian, từ đó giúp nhận diện các thay đổi trong sở thích và hành vi của người dùng.
- Phân tích theo khu vực địa lý: Cung cấp dữ liệu tìm kiếm chi tiết theo khu vực địa lý, giúp người dùng hiểu rõ hơn về sự phổ biến của từ khóa trong các khu vực cụ thể.
- So sánh từ khóa: Cho phép so sánh mức độ phổ biến của tối đa năm từ khóa cùng lúc, giúp người dùng đánh giá sự quan tâm tương đối giữa các từ khóa.

- Khám phá các chủ đề và truy vấn liên quan: Giúp người dùng phát hiện các từ khóa mới và các chủ đề liên quan, mở rộng khả năng nghiên cứu và phân tích.
- Dữ liệu chi tiết và đa dạng: Cung cấp dữ liệu về xu hướng tìm kiếm trên các nền tảng khác nhau của Google, bao gồm tìm kiếm web, tìm kiếm hình ảnh, tìm kiếm tin tức và tìm kiếm trên YouTube.
- Không yêu cầu kỹ năng kỹ thuật cao: Dễ sử dụng với giao diện thân thiện, không đòi hỏi người dùng phải có kỹ năng kỹ thuật cao để khai thác dữ liệu.

c.7.2 Nhược điểm

- Dữ liệu khái quát: Dữ liệu của Google Trends thường mang tính khái quát và không cung cấp số liệu cụ thể về lượng tìm kiếm, mà thay vào đó là chỉ số tương đối.
- Giới hạn về chi tiết dữ liệu: Đôi khi dữ liệu không đủ chi tiết để phân tích sâu, đặc biệt là với các từ khóa có lượng tìm kiếm thấp hoặc trong các khu vực nhỏ.
- Cạnh tranh cao: Vì là công cụ phổ biến và miễn phí, nhiều người sử dụng Google Trends, dẫn đến mức độ cạnh tranh cao trong việc tìm kiếm và khai thác từ khóa.
- Phụ thuộc vào dữ liệu Google: Google Trends chỉ cung cấp dữ liệu từ nền tảng của Google, do đó, không thể phản ánh toàn bộ hành vi tìm kiếm trên Internet, đặc biệt là từ các công cụ tìm kiếm khác.
- Không phải lúc nào cũng chính xác: Mặc dù cung cấp dữ liệu thời gian thực, nhưng đôi khi các sự kiện đột ngột hoặc các từ khóa mới nổi có thể không được cập nhật ngay lập tức.
- Giới hạn về lịch sử dữ liệu: Mặc dù cung cấp dữ liệu từ năm 2004, nhưng có những giới hạn về độ sâu của lịch sử dữ liệu cho một số từ khóa hoặc khu vực nhất định.

d. 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.

Tính năng	Google Search	Google Keyword Planner	Google Trends
Chi phí	Miễn phí	Miễn phí nhưng cần tài khoản Google Ads	Miễn phí
Yêu cầu tài khoản	Không yêu cầu	Yêu cầu tài khoản Google Ads	Yêu cầu tài khoản Google
Phân tích xu hướng tìm kiếm theo thời gian	Không	Có	Có (chi tiết hơn)
Phân tích theo khu vực địa lý	Không	Có	Có (chi tiết hơn)
So sánh từ khóa	Có thẻ thủ công so sánh trên SERP	Có	Có (lên đến 5 từ khóa cùng lúc)
Dữ liệu tìm kiếm thời gian thực	Có (trên SERP)	Không	Có
Khám phá từ khóa liên quan	Có (Google Suggest và Related Searches)	Có	Có (chủ đề và truy vấn liên quan)
Ước tính lưu lượng tìm kiếm	Không	Có (lượng tìm kiếm hàng tháng)	Không (cung cấp chỉ số tương đối)
Đánh giá mức độ cạnh tranh	Không	Có	Không
Phân tích theo danh mục	Không	Có (ngành nghề, chủ đề)	Có (danh mục xu hướng)
Phân tích theo loại tìm kiếm	Không	Không	Có (tìm kiếm web, hình ảnh, tin tức, YouTube)

Xu hướng hàng ngày và hàng năm	Không	Không	Có
Phát hiện từ khóa mới nổi	Không	Không	Có (từ khóa tăng đột biến)
Báo cáo tùy chỉnh	Không	Có thể xuất báo cáo	Có thể tải xuống dữ liệu tùy chỉnh

- **Tổng quan:**

- Google Search: Tốt cho việc tìm kiếm nhanh và nhận gợi ý từ khóa liên quan nhưng thiếu dữ liệu chi tiết.
- Google Keyword Planner: Phù hợp cho nghiên cứu từ khóa chuyên sâu và quảng cáo, cung cấp dữ liệu chi tiết về lượng tìm kiếm và cạnh tranh.
- Google Trends: Lý tưởng để theo dõi xu hướng tìm kiếm theo thời gian và khu vực, so sánh từ khóa và khám phá các chủ đề mới nổi.

- **Điểm giải So sánh:**

- Chi phí và yêu cầu tài khoản:
 - Google Search: Hoàn toàn miễn phí và không yêu cầu tài khoản, dễ dàng truy cập và sử dụng.
 - Google Keyword Planner: Miễn phí nhưng cần có tài khoản Google Ads để sử dụng, phù hợp cho các chiến dịch quảng cáo và nghiên cứu từ khóa chuyên sâu.
 - Google Trends: Miễn phí nhưng yêu cầu đăng nhập tài khoản Google, cung cấp dữ liệu chi tiết về xu hướng tìm kiếm.
- Phân tích xu hướng tìm kiếm theo thời gian và khu vực địa lý:
 - Google Search: Không cung cấp dữ liệu phân tích xu hướng chi tiết theo thời gian và khu vực.
 - Google Keyword Planner: Cung cấp dữ liệu về lượng tìm kiếm hàng tháng và xu hướng theo thời gian và khu vực.

- Google Trends: Cung cấp dữ liệu chi tiết hơn về xu hướng theo thời gian thực và khu vực địa lý, giúp theo dõi sự thay đổi của xu hướng tìm kiếm.
- So sánh từ khóa và khám phá từ khóa liên quan:
 - Google Search: Cung cấp các gợi ý từ khóa thông qua Google Suggest và Related Searches, so sánh từ khóa thủ công.
 - Google Keyword Planner: Cho phép so sánh từ khóa và đề xuất các từ khóa liên quan, hữu ích cho việc tối ưu hóa SEO và quảng cáo.
 - Google Trends: Cho phép so sánh tối đa năm từ khóa cùng lúc, khám phá các chủ đề và truy vấn liên quan, và phát hiện từ khóa mới nổi.
- Ước tính lưu lượng tìm kiếm và đánh giá mức độ cạnh tranh:
 - Google Search: Không cung cấp thông tin về lượng tìm kiếm hay mức độ cạnh tranh.
 - Google Keyword Planner: Cung cấp ước tính lưu lượng tìm kiếm hàng tháng và đánh giá mức độ cạnh tranh cho các từ khóa, cùng với thông tin về giá thầu quảng cáo.
 - Google Trends: Không cung cấp số liệu cụ thể về lượng tìm kiếm, mà thay vào đó là chỉ số tương đối về mức độ quan tâm.
- Phân tích theo danh mục và loại tìm kiếm:
 - Google Search: Không có tính năng phân tích theo danh mục hay loại tìm kiếm.
 - Google Keyword Planner: Cho phép lọc kết quả theo ngành nghề và chủ đề.
 - Google Trends: Cung cấp phân tích theo danh mục xu hướng và loại tìm kiếm (web, hình ảnh, tin tức, YouTube), giúp có cái nhìn toàn diện hơn về xu hướng tìm kiếm.

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

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

- **Từ khóa 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 từ khóa có chỉ số hiệu quả cao và dễ dàng đạt được vị trí hàng đầu trên các công cụ tìm kiếm, là một phần không thể thiếu trong mọi chiến dịch SEO. Các từ khóa thương hiệu xác định cho trang web PhukienUIT bao gồm:

- PhukienUIT
- Phụ kiện UIT
- UIT – Phụ kiện

- **Từ khóa thông tin**

Đây là loại từ khóa cung cấp các thông tin hữu ích về sản phẩm và dịch vụ đến khách hàng. Dù được tìm kiếm nhiều nhất, loại từ khóa này thường có quyết định mua hàng thấp. Các từ khóa thông tin được xác định cho trang web PhukienUIT bao gồm:

- Thông tin về PhukienUIT
- Thông tin balo k16
- Thông tin balo k18
- Thông tin dây đeo UIT
- Thông tin dây đeo khoa mạng
- Dây đeo thẻ sinh viên làng đại học
- Đồ dùng học tập UIT
- Review dây đeo uit

- **Từ khóa thương mại**

Từ khóa thương mại là những từ khóa mô tả chính xác thông tin mà khách hàng đang tìm kiếm và thường gắn liền với nhu cầu mua hàng cao. Các từ khóa này có mức độ cạnh tranh trung bình và mang tính chất thương mại cao, nên được sử dụng trong tất cả các chiến dịch SEO. Các từ khóa thương mại xác định cho trang web PhukienUIT bao gồm:

- Balo uit

- Balo k18
- Balo k16
- Dây đeo uit
- Balo đựng laptop uit
- Dây đeo khoa mạng uit

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

4.2.1. Tổng quan

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

- Sử dụng Google Search để kiểm tra kết quả tìm kiếm, đo lường số lượng trang web hiển thị các từ khóa đã lập, từ đó tham khảo và thu thập thêm các từ khóa mới có liên quan.
- Sử dụng Google Trends để đánh giá mức độ phổ biến của các từ khóa trong xu hướng tìm kiếm trên thị trường thông qua biểu đồ.
- Sử dụng Google Keyword Planner để tham khảo các điểm số liên quan đến từ khóa như lượng tìm kiếm trung bình hàng tháng, mức độ cạnh tranh, tỷ lệ thay đổi xu hướng tìm kiếm trong 3 tháng gần nhất, giá đấu thầu từ khóa, vv. Điều này giúp đánh giá độ khó SEO của các từ khóa này.

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

*** Lưu ý:**

- Số liệu tìm kiếm trên GG Search được ghi nhận vào ngày 30/03/2024.
- Khoảng thời gian đo mức độ phổ biến trong xu hướng tìm kiếm trên GG Keyword Planner là từ tháng 4/2023 đến tháng 4/2024.
- Mỗi số liệu tìm kiếm giữa các “/” là tương ứng với các cụm từ khóa.

- *Những từ khoá in đậm là từ khoá có biểu đồ xu hướng trên GG Trends.*
- *Những từ khóa 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 khóa thương hiệu**
 - PhukienUIT (0 kết quả)
 - Phụ kiện UIT (4 kết quả)
 - UIT – Phụ kiện (4 kết quả)



Hình 38: Mức độ phổ biến và xu hướng tìm kiếm trên GG Trends

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
phukienuit	0 - 10	-	-	-	-	-	-	-
phu kien uit	0 - 10	-	-	-	-	-	-	-
uit phu kien	0 - 10	-	-	-	-	-	-	-

1 - 3 trong tổng số 3

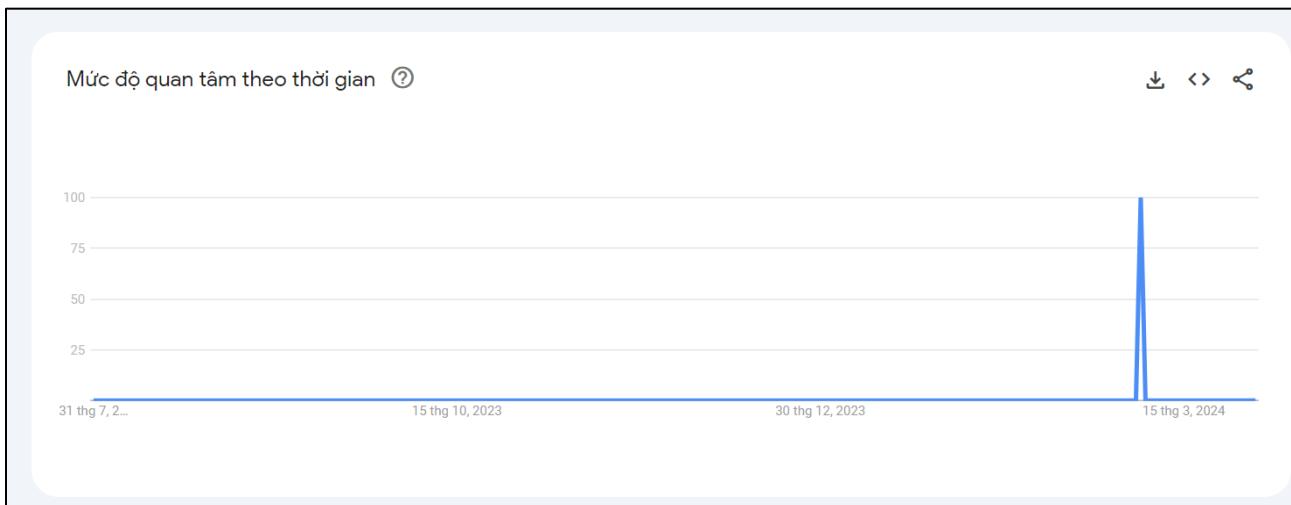
Hình 39: Phân tích trên GG Keyword Planner

Kết luận: Những từ khóa trên phù hợp làm từ khóa thương hiệu cho trang web PhukienUIT, vì chúng là duy nhất và chưa có website nào đang SEO trên thị trường nên lượt tìm kiếm trên GG Search là khá thấp là 0 và 4 kết quả, không

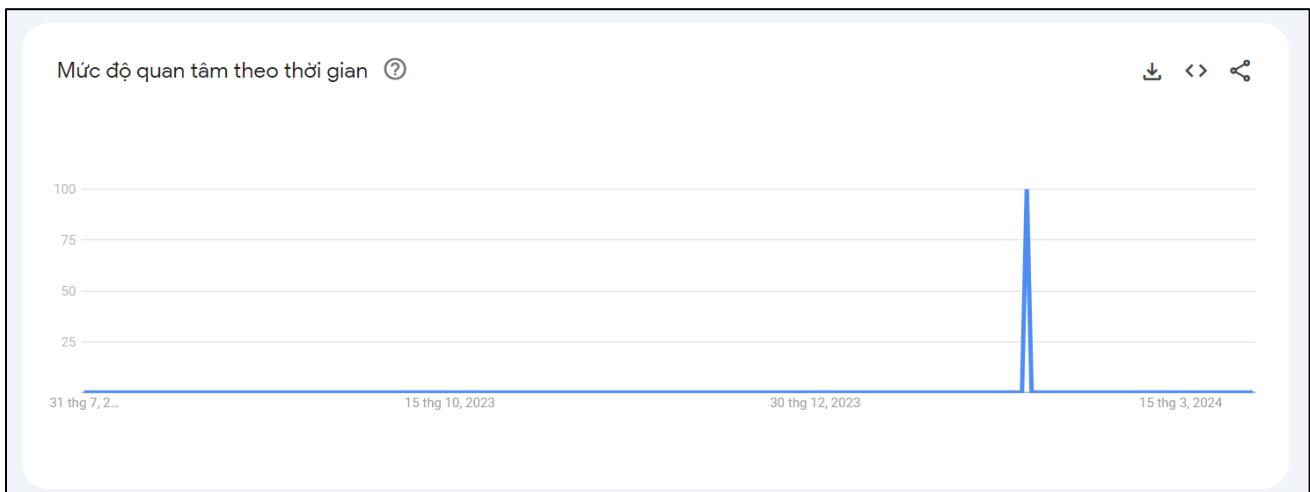
ghi nhận được xu hướng tìm kiếm trên GG Trends và số liệu phân tích trên GG Keyword Planner cũng không có thông tin.

- **Từ khóa thông tin**

- Thông tin về PhukienUIT (3 kết quả)



- Thông tin balo k16 (400 kết quả)
 - Thông tin balo k18 (367 kết quả)



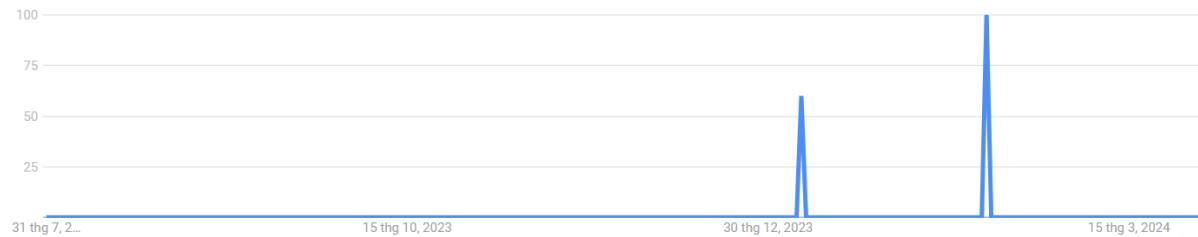
- Thông tin dây đeo UIT (3.523 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian [?](#)



- Thông tin dây đeo khoa mạng (5.760 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian [?](#)

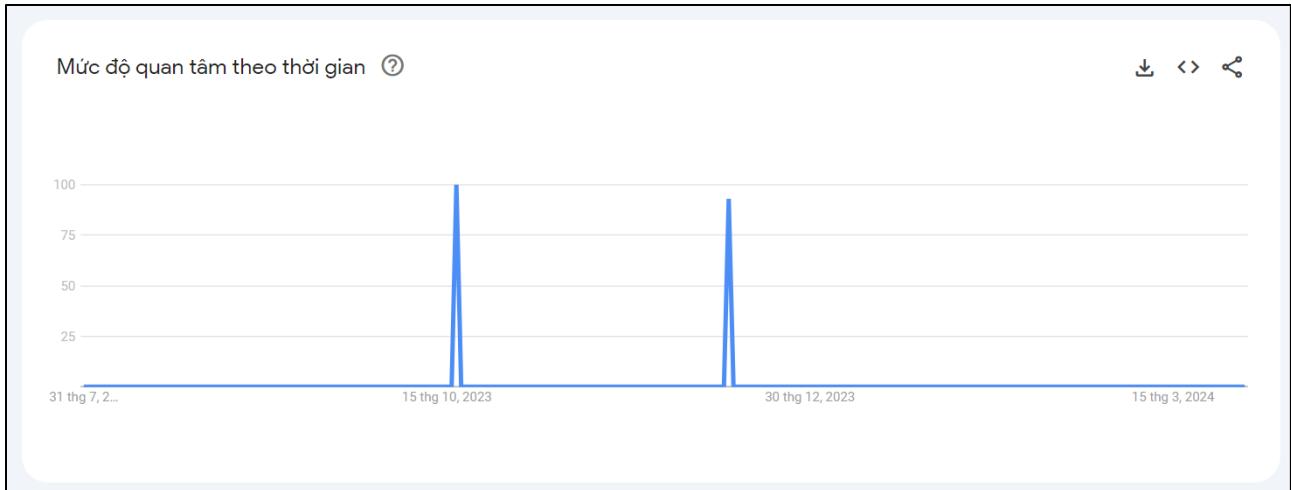


- Dây đeo thẻ sinh viên làng đại học (5.710 kết quả)

Mức độ quan tâm theo thời gian [?](#)



- Đồ dùng học tập UIT (1.324 kết quả)



○ Review dây đeo uit (2.347 kết quả)

The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. The search term entered is 'Review dây đeo uit'. The results table includes columns for keyword, search volume (Số lần tìm kiếm tr. bình hàng tháng), competition (Thay đổi trong ba tháng), and other metrics like CPC and landing page quality scores.

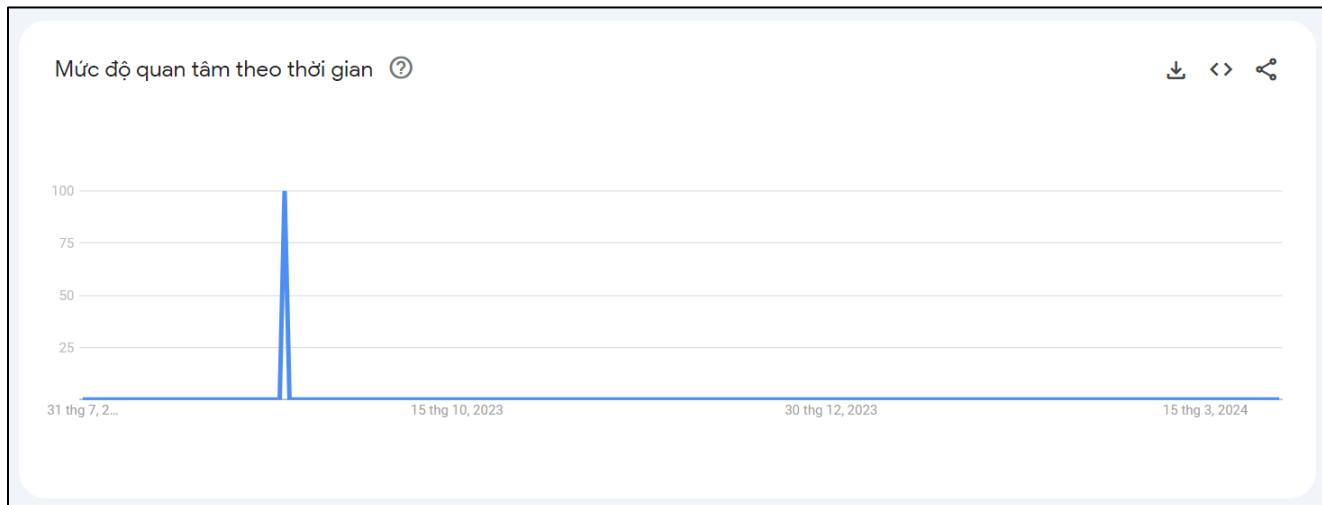
Từ khóa (theo mức độ liên quan)	Số lần tìm kiếm tr. bình hàng tháng	Thay đổi trong ba tháng	Thay đổi so với cùng kỳ năm trước	Cạnh tranh	Tỷ lệ hiển thị quảng cáo	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá thấp)	Giá thầu đầu trang (phạm vi mức giá cao)	Trạng thái tài khoản
Thông tin về PhukienUIT	0 - 10	—	—	—	—	—	—	—
Thông tin balo k16	0 - 10	—	—	—	—	—	—	—
Thông tin balo k18	0 - 10	—	—	—	—	—	—	—
Thông tin dây đeo uit	0 - 10	—	—	—	—	—	—	—
Thông tin dây đeo khoa mạng	0 - 10	—	—	—	—	—	—	—
Dây đeo thẻ sinh viên làng đại học	0 - 10	—	—	—	—	—	—	—
Dõi dùng học tập uit	0 - 10	—	—	—	—	—	—	—
Review dây đeo uit	0 - 10	—	—	—	—	—	—	—

Kết luận: Đối với các từ khóa có số lượng kết quả tìm kiếm cao trên Google Search, điều này thường cho thấy nhiều trang web đang cùng SEO cho từ khóa đó. Tuy nhiên, nếu một từ khóa không có dữ liệu thống kê trên Google Trends (không có biểu đồ), điều đó chứng tỏ mức độ quan tâm tìm kiếm từ khóa này trong giai đoạn kiểm tra không cao. Vì vậy, không thể chỉ dựa vào số lượng kết quả tìm kiếm hay biểu đồ xu hướng để đánh giá tiềm năng của một từ khóa. Cần phải xem xét thêm các chỉ số từ Google Keyword Planner như số lượng tìm kiếm trung bình hàng tháng và sự thay đổi xu hướng tìm kiếm trong 3 tháng gần nhất để xem có ổn định hay không. Do đó, việc lựa chọn từ khóa

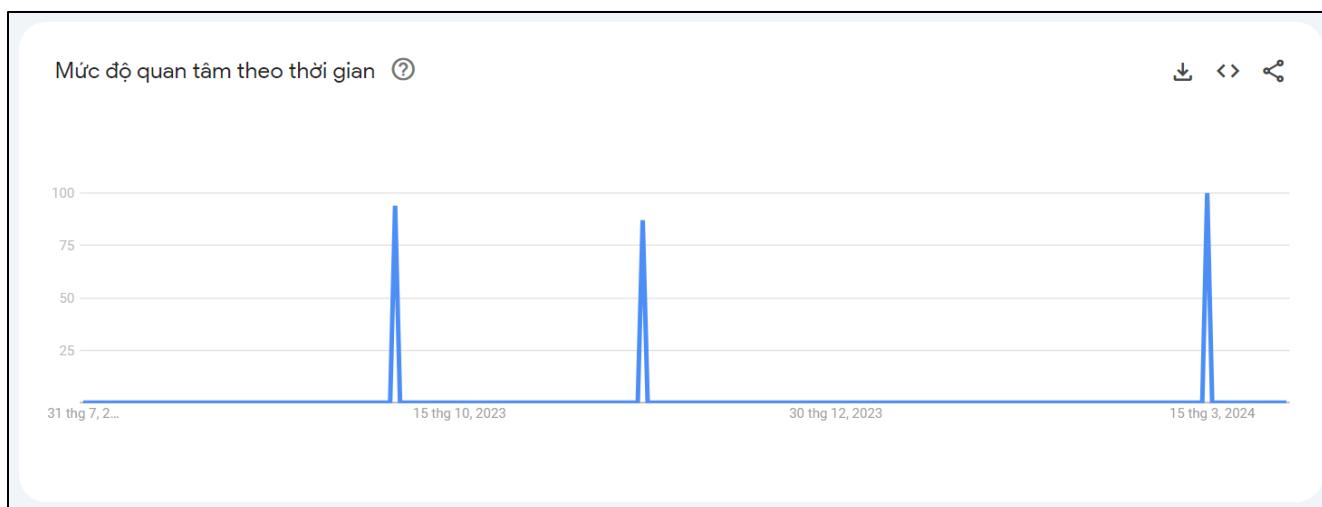
tiềm năng cho SEO nên cân nhắc tổng hợp các yếu tố và số liệu từ cả ba công cụ trên.

- **Từ khóa thương mại**

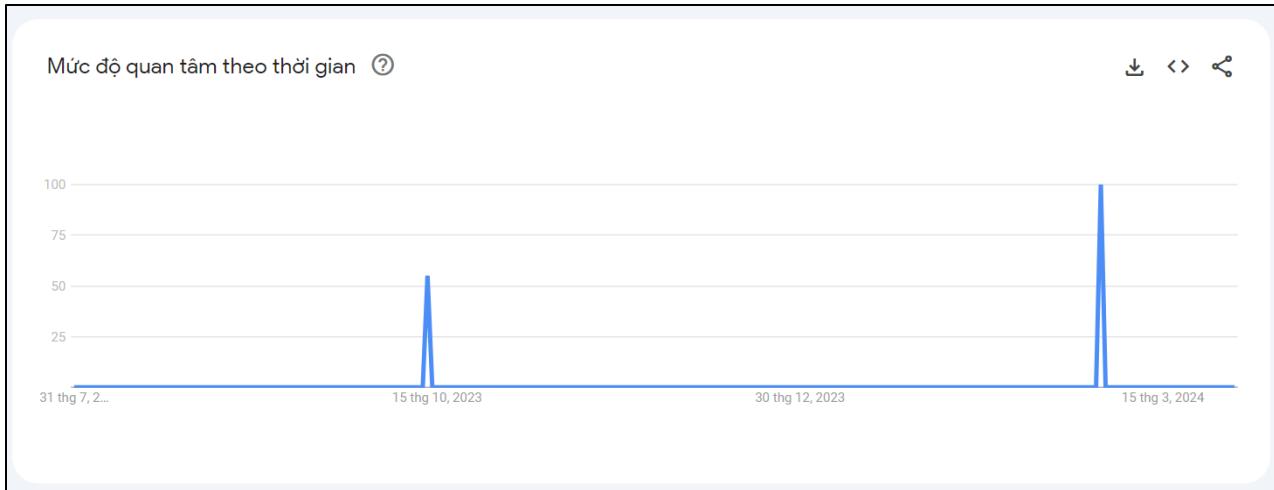
- Balo uit (583 kết quả)
- Balo k18 (468 kết quả)



- Balo k16 (958 kết quả)
- Dây đeo uit (856 kết quả)



- Balo đựng laptop uit (352 kết quả)
- Dây đeo khoa mạng uit (291 kết quả)



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

Balo uit, Balo k18, Balo k16, Dây đeo uit, Balo đựng laptop uit, Dây đeo khóa mang uit ⚙ Việt Nam ⚙ Tiếng Việt ⚙ Google ⚙ thg 4 2023 – thg 4 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: [+ balo đựng laptop](#) [+ balo](#) [+ dây đeo](#) [+ uit](#) [+ laptop](#) [+ giày](#) [+ đôi giày](#) [Điều chỉnh từ khóa](#)

Thêm bộ lọc		Có 6 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				
<input type="checkbox"/> Từ khóa bạn cung cấp													
<input type="checkbox"/> balo uit		10 – 100	+900%	+900%	Vừa	–	–	–					
<input type="checkbox"/> balo k18		0 – 10	–	–	–	–	–	–					
<input type="checkbox"/> balo k16		0 – 10	–	–	–	–	–	–					
<input type="checkbox"/> dây đeo uit		0 – 10	–	–	–	–	–	–					
<input type="checkbox"/> balo đựng laptop uit		0 – 10	–	–	–	–	–	–					
<input type="checkbox"/> dây đeo khóa mang uit		0 – 10	–	–	–	–	–	–					

Kết luận: Những từ khóa thương mại có tính cạnh tranh rất cao vì chúng thường là danh từ riêng của các sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể. Bất kỳ trang web nào cung cấp những sản phẩm hoặc dịch vụ này đều phải hiển thị đúng tên trên trang của mình. Vì vậy, khi muốn đẩy mạnh doanh thu hoặc tập trung vào các sản phẩm/dịch vụ chủ lực trong một khoảng thời gian cụ thể, nên kết hợp chiến lược SEO với việc sử dụng các dịch vụ quảng cáo tài trợ của Google. Mặc dù việc sử dụng quảng cáo có thể tốn kém, nhưng nó giúp đạt được thứ hạng cao trên trang tìm kiếm.

5. Danh sách từ khoá phù hợp chọn lọc để SEO cho website PhukienUIT

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 PhukienUIT, từ khóa 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 phụ kiện UIT cho sinh viên
- Chọn từ khoá có lượt tìm kiếm trung bình tháng (GG Keyword Planner) 10 – 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 100 – 10.000 kết quả

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

- Từ khóa thương hiệu
 - PhukienUIT
 - Phụ kiện UIT
 - UIT – Phụ kiện
- Từ khóa thông tin
 - Thông tin về PhukienUIT
 - Thông tin balo k16
 - Thông tin balo k18
 - Thông tin dây đeo UIT
 - Thông tin dây đeo khoa mạng
 - Dây đeo thẻ sinh viên làng đại học
 - Đồ dùng học tập UIT
 - Review dây đeo uit
- Từ khóa thương mại
 - Balo uit
 - Balo k18

- Balo k16
- Dây đeo uit
- Balo đựng laptop uit
- Dây đeo khoa mạng uit

II. Tối ưu hóa trang web

Tối ưu hóa trang web - Chìa khóa để nâng cao hiệu quả SEO. Trong kỷ nguyên công nghệ số hiện nay, việc tối ưu hóa trang web đóng vai trò then chốt trong chiến lược SEO (Search Engine Optimization). Bởi vì các công cụ tìm kiếm ngày càng quan tâm đến cách người dùng tương tác và trải nghiệm với trang web, đây chính là yếu tố quyết định thứ hạng của website trong kết quả tìm kiếm.

Vậy, những điều gì cần quan tâm khi tối ưu hóa trang web? Dưới đây là một số giải pháp chính:

- Nội dung chất lượng
 - Tạo nội dung có giá trị thực sự cho người dùng - nội dung thu hút, cung cấp thông tin hữu ích. Các công cụ tìm kiếm sẽ ưu tiên hiển thị những trang web có nội dung chất lượng trong kết quả tìm kiếm.
- Đễ đọc, dễ tìm kiếm
 - Cấu trúc trang web phải logic, sử dụng tiêu đề và mô tả phù hợp. Điều này không chỉ giúp người dùng dễ dàng đọc và tìm kiếm thông tin, mà còn giúp công cụ tìm kiếm hiểu rõ nội dung trang web.
- Tốc độ tải trang nhanh
 - Trang web tải nhanh sẽ cải thiện trải nghiệm người dùng, giảm tỷ lệ thoát trang. Tốc độ tải trang cũng là một yếu tố SEO quan trọng, vì Google ưa thích những trang web nhanh chóng.
- Thiết kế responsive

- Trang web phải hiển thị và phản hồi tốt trên mọi thiết bị, từ máy tính để bàn đến điện thoại di động. Google ưu tiên xếp hạng các trang web tương thích với thiết bị di động.
- Trải nghiệm người dùng tốt
 - Khi trang web cung cấp trải nghiệm tuyệt vời, người dùng sẽ ở lại lâu hơn, xem nhiều trang hơn và tương tác nhiều hơn. Điều này tạo ra tín hiệu tích cực về sự quan tâm của người dùng, giúp cải thiện hiệu suất SEO.
- ➔ Tóm lại, tối ưu hóa trang web không chỉ nâng cao trải nghiệm người dùng, mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến việc tối ưu hóa SEO. Hai khía cạnh này hỗ trợ lẫn nhau, giúp trang web trở nên hấp dẫn và thân thiện với cả người dùng và công cụ tìm kiếm.

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

Một bài viết chuẩn SEO không chỉ cung cấp thông tin hữu ích cho người đọc, mà còn phục vụ cho các công cụ tìm kiếm như Google. Cụ thể, bài viết cần được tối ưu về cấu trúc, nội dung và sử dụng từ khóa, để giúp Google spider có thể đánh chỉ số (index) và hiển thị bài viết phù hợp trong kết quả tìm kiếm.

Cấu trúc của một bài viết chuẩn SEO bao gồm:

1.1 Tiêu đề (Headline):

- Tiêu đề dưới 70 ký tự, có chứa từ khóa chính ở bên trái.
- Tạo tiêu đề ấn tượng, tránh trùng lặp với bài viết khác.

1.2 Mở bài (Introduction):

- Mở bài ngắn gọn (dưới 155 từ), bao quát và đi thẳng vào nội dung chính.
- Chèn từ khóa chính trong 100 từ đầu tiên, kết hợp các từ khóa phụ một cách tự nhiên.
- Sử dụng các thủ thuật hấp dẫn như câu hỏi, lý do quan trọng của bài viết.

1.3 Thân bài (Body):

- Bố cục rõ ràng, chia thành nhiều đoạn có tiêu đề (heading).
- Sử dụng các từ khóa chính hoặc liên quan trong các heading.
- Phân bố các từ khóa đều và tự nhiên, với mật độ khoảng 1-3%.

- Chèn liên kết nội bộ (internal link) với anchor text phù hợp.
- Cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, sâu sắc, kết hợp hình ảnh/video.
- Mỗi đoạn văn là giải đáp thực sự hữu ích cho câu hỏi/lý do ở mở bài.

1.4 Kết bài (Conclusion):

- Kết bài từ 80-150 từ, tóm tắt nội dung và nhấn mạnh tầm quan trọng.
- Chèn từ khóa chính để nhắc lại thương hiệu.
- Trích dẫn nguồn bài viết (nếu có) và gợi ý các bài viết liên quan.
- Với cấu trúc và nội dung được tối ưu như vậy, bài viết sẽ đáp ứng tốt cả yêu cầu của người đọc và của công cụ tìm kiếm, giúp nâng cao thứ hạng và hiệu quả SEO.

2. Nội dung các bài viết

Bài 1:

PHUKIENUIT CÓ GÌ?

Bạn đang tò mò và quan tâm đến phong cách cũng như gu thời trang của các sinh viên UIT tại Trường Đại học Công nghệ Thông tin. Hoặc đơn giản bạn là một sinh viên UIT, đang muôn tìm kiếm những sản phẩm phụ kiện thời trang không chỉ đáp ứng nhu cầu sử dụng mà còn thể hiện phong cách và cá nhân của mình. Nếu thế thì Phụ kiện UIT là điểm đến lý tưởng dành cho bạn. Đây không chỉ đơn thuần là một thương hiệu phụ kiện thời trang, mà Phụ kiện UIT còn là người bạn đồng hành trong cuộc sống học đường, đem đến những sản phẩm chất lượng cao và dịch vụ tận tình nhất cho mọi người. Vậy Phụ kiện UIT có gì? Hãy cùng Phụ kiện UIT chúng tôi khám phá ngay nhé!

Sứ mệnh của chúng tôi:

- Mang đến cho sinh viên UIT những sản phẩm chất lượng cao.
- Góp phần xây dựng hình ảnh UIT năng động, sáng tạo và chuyên nghiệp.

Chất lượng sản phẩm:

- **Chất liệu cao cấp:** Chúng tôi sử dụng chất liệu cao cấp để đảm bảo sản phẩm bền.

- **Thiết kế độc đáo:** Các sản phẩm được thiết kế độc đáo, mang đậm dấu ấn UIT.
- **In ấn sắc nét:** Logo UIT được in ấn sắc nét.

Vì sao nên chọn PhukienUIT:

- **Chất lượng cao:** Chúng tôi cam kết cung cấp cho khách hàng những sản phẩm chất lượng cao nhất.
- **Thiết kế độc đáo:** Các sản phẩm của chúng tôi được thiết kế độc đáo và riêng biệt.
- **Giá cả hợp lý:** Chúng tôi cung cấp các sản phẩm với giá cả hợp lý, phù hợp với sinh viên.

Hơn thế nữa, khi mua hàng tại PhukienUIT, bạn còn nhận được:

- **Chế độ bảo hành uy tín:** Chúng tôi bảo hành 1 đổi 1 cho tất cả sản phẩm trong vòng 12 tháng.
- **Dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tình:** Chúng tôi luôn sẵn sàng hỗ trợ bạn mọi lúc mọi nơi.

Với sứ mệnh xây dựng không chỉ là một thương hiệu phụ kiện thời trang, mà còn là một phần của cuộc sống sinh viên UIT, **PhukienUIT** tự hào là điểm đến lý tưởng cho những ai đang tìm kiếm sự đa dạng, chất lượng và phong cách.

Từ thiết kế độc đáo đến chất liệu cao cấp và dịch vụ khách hàng tận tình, chúng tôi cam kết mang đến cho bạn những trải nghiệm mua sắm không chỉ đơn giản là mua hàng, mà còn là việc khám phá và thể hiện bản thân.

Hãy để **PhukienUIT** điều chỉnh phong cách và tạo ra những khoảnh khắc đáng nhớ trong cuộc sống của bạn. Ghé thăm cửa hàng trực tuyến của chúng tôi ngay hôm nay và khám phá thêm về sự phong phú của thế giới thời trang dành cho sinh viên UIT!

Bài 2:

PhukienUIT

Top 5 Sản Phẩm Bán Chạy Nhất tại Cửa Hàng Phụ Kiện UIT

Phụ kiện đi học là một trong những đồ vật cần thiết đối với mỗi sinh viên. Tại cửa hàng **PhukienUIT**, chúng tôi tự hào cung cấp những loại phụ kiện độc đáo và hấp dẫn, mang lại nhiều sự tiện ích và tạo nên vẻ đẹp của riêng bạn. Trong bài viết này chúng tôi xin giới thiệu "Top 5 Sản Phẩm Bán Chạy Nhất" tại cửa hàng **PhukienUIT**, dựa vào sự ưu ái và phản hồi tích cực từ khách hàng.

1/ Balo K16 - Thời Trang Năng Động

Balo dành cho sinh viên K16 UIT là biểu tượng của tinh thần đoàn kết và tự hào của cộng đồng sinh viên UIT. Với màu xanh dương đậm kết hợp cùng viền vàng láp lánh, chiếc balo này nổi bật và thể hiện sự tự tin và cá tính của sinh viên UIT. Chữ và logo của trường được in trắng nổi bật, là điểm nhấn tinh tế giữa không gian xanh dương và vàng rực rỡ. Balo này không chỉ thể hiện phong cách mà còn đảm bảo tiện ích với khả năng chứa đựng laptop an toàn và tiện lợi.



Hình 40: Balo UIT k16 của bài số 2

2/ Dây Đeo Thẻ Sinh Viên - Chất Lượng và Phong Cách

Một chiếc dây màu xanh navy với logo Trường Đại học Công nghệ Thông tin TP.HCM (UIT) màu vàng nổi bật ở mặt trước và sau. Đây là chiếc dây đeo để chúng có thể là một cách để thể hiện niềm tự hào của bạn đối với trường học của mình. Dây đeo thẻ sinh viên UIT không chỉ đơn giản là một phụ kiện, mà còn là biểu tượng của tinh thần đoàn kết, tự hào và sự gắn kết với trường. Với mỗi họa tiết, mỗi màu sắc và mỗi chi tiết được chăm chút kỹ lưỡng, dây đeo thẻ UIT không chỉ

là phương tiện để nhận diện danh tính mà còn là cách thể hiện cá nhân và sự đa dạng của cộng đồng sinh viên UIT.



Hình 41: Dây đeo UIT của bài số 2

3/ Áo UIT - Nét Đẹp Văn Hóa Nơi Giảng Đường

Áo có màu trắng chủ đạo, tạo cảm giác thanh lịch và trẻ trung. Logo và họa tiết trên áo có màu xanh dương, tạo điểm nhấn cho chiếc áo. Áo thun có thể được sử dụng cho nhiều mục đích khác nhau như đi học, đi làm,... Áo polo của UIT không chỉ là một phần của trang phục hàng ngày mà còn là biểu tượng của sự đoàn kết và tự hào với trường. Logo của UIT được thêu hoặc in trên áo, tạo nên điểm nhấn đặc biệt và giúp bạn tỏa sáng trong đám đông.



Hình 42: Áo UIT của bài số 2

4/ Dây Đeo Khoa Mạng - Độc Đáo Sáng Tạo

Dây đeo thẻ có thiết kế đơn giản nhưng tinh tế có màu đen chủ đạo, tạo cảm giác sang trọng và lịch sự, thể hiện sự năng động và trẻ trung. Chất liệu dây đeo tốt, mang lại cảm giác thoải mái khi sử dụng. Logo và chữ viết trên dây đeo là điểm nhấn ấn tượng, thể hiện niềm tự hào về UIT.



Hình 43: Dây đeo khoa mạng UIT của bài số 2

5/ Balo K18 - Trẻ Trung Năng Động

Balo dành cho sinh viên K18 UIT là biểu tượng của sự tự tin và quyết đoán trong hành trình học tập và phát triển cá nhân. Với màu xanh dương đậm kết hợp cùng viền đỏ mạnh mẽ, chiếc balo này thể hiện sự năng động và kiên định của sinh viên UIT. Chữ và logo của trường được in trắng nổi bật trên nền màu đỏ sôi động. Bên trong, balo này được thiết kế để đựng laptop một cách an toàn và tiện lợi, đồng thời còn đủ không gian để chứa đựng các vật dụng học tập khác.



Hình 44: Balo UIT k18 của bài số 2

Những sản phẩm độc đáo và phổ biến tại Cửa Hàng **PhukienUIT** đem lại vẻ đẹp tự nhiên và tính thẩm mỹ phục vụ cho việc đến trường của bạn. Hãy lựa chọn cho mình những sản phẩm tại Cửa Hàng của chúng tôi để có thể giúp cho bạn có những trải nghiệm tuyệt vời hơn tại UIT.

Bài 3:

REVIEW BALO UIT K18

Balo dành cho sinh viên K18 UIT là biểu tượng của sự tự tin và quyết đoán trong hành trình học tập và phát triển cá nhân.

Với màu xanh dương đậm kết hợp cùng viền đỏ mạnh mẽ, chiếc balo này thể hiện sự năng động và kiên định của sinh viên UIT. Chữ và logo của trường được in trắng nổi bật trên nền màu đỏ sôi động.



Hình 45: Balo UIT k18 của bài số 3

Bên trong, balo này được thiết kế để đựng laptop một cách an toàn và tiện lợi, đồng thời còn đủ không gian để chứa đựng các vật dụng học tập khác.

Còn chờ gì nữa mà không ghé thăm cửa hàng **PhukienUIT** của chúng tôi để săm ngay một chiếc balo cực ngầu và tiện lợi này!

Bài 4:

PHUKIENUIT – CHẤT LƯỢNG CAO GIÁ TỐT

PhukienUIT - điểm đến lý tưởng cho những ai đang tìm kiếm những sản phẩm phụ kiện học tập chất lượng và độc đáo. Với cam kết mang đến sự khác biệt trong từng sản phẩm, chúng tôi tự hào là địa chỉ mua sắm tin cậy của cộng đồng người tiêu dùng.

Được ra mắt thị trường vào ngày 29/03/2024. **PhukienUIT** được ra đời với sứ mệnh làm nổi bật phong cách và niềm tự hào của những ai thuộc cộng đồng sinh viên UIT. Được thành lập bởi một nhóm sinh viên trẻ trung và đầy nhiệt huyết từ trường Đại Học Công Nghệ Thông Tin, chúng tôi cam kết mang đến những sản phẩm phụ kiện học tập độc đáo và chất lượng nhất.

Tại **PhukienUIT**, bạn sẽ tìm thấy một loạt các sản phẩm phụ kiện học tập đa dạng, từ balo, túi xách, dây đeo thẻ cho đến các vật dụng học tập khác. Sản phẩm tại đây đều được chế tác từ chất liệu cao cấp, được chăm chút tỉ mỉ và quan tâm đến từng chi tiết nhỏ nhất. Đặc biệt, mỗi sản phẩm còn mang trong mình dấu ấn đặc trưng của UIT, thể hiện niềm tự hào của cộng đồng sinh viên UIT. Những sản phẩm mà **PhukienUIT** mang lại đều là các sản phẩm chất lượng cao, giá cả hợp lý, đi kèm là sự tiện lợi và phong cách cho người sử dụng.



Hình 46: Logo PhukienUIT bài số 4

PhukienUIT cam kết mang lại cho khách hàng trải nghiệm mua sắm tuyệt vời nhất, với dịch vụ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp và giao hàng nhanh chóng. Niềm vui và sự hài lòng của khách hàng luôn là tiêu chí hàng đầu.

Hãy đến với **PhukienUIT** để trải nghiệm sự khác biệt và phục vụ tận tình từ đội ngũ của chúng tôi. Chúng tôi tin rằng bạn sẽ không chỉ tìm thấy những sản phẩm phụ kiện học tập lý tưởng mà còn nhận được sự hỗ trợ và chia sẻ những kiến thức, kinh nghiệm và trải nghiệm đáng giá từ cộng đồng.

Bài 5:

HƯỚNG DẪN MUA HÀNG TẠI PHUKIENUIT

Bước 1: Chọn sản phẩm:

- Truy cập website <https://phukienuit.com> của **PhukienUIT**.
- Duyệt qua các sản phẩm dây đeo, áo và balo được bày bán.
- Lựa chọn sản phẩm bạn yêu thích và click vào để xem chi tiết thông tin sản phẩm.

Bước 2: Đặt hàng:

- Chọn size và số lượng sản phẩm bạn muốn mua.
- Click vào nút "Thêm vào giỏ hàng".
- Tiếp tục mua sắm hoặc click vào "Thanh toán" để tiến hành đặt hàng.

Bước 3: Điền thông tin thanh toán và giao hàng:

- Điền đầy đủ thông tin cá nhân của bạn bao gồm: Họ tên, số điện thoại, email, địa chỉ giao hàng.
- Chọn hình thức thanh toán: Thanh toán trực tuyến qua thẻ ATM hoặc thanh toán khi nhận hàng (COD).
- Xác nhận thông tin đặt hàng và click vào nút "Đặt hàng".

Bước 4: Xác nhận đơn hàng:

- Nhân viên **PhukienUIT** sẽ liên hệ với bạn qua số điện thoại để xác nhận đơn hàng.
- Sau khi xác nhận đơn hàng, sản phẩm sẽ được giao đến bạn trong vòng 2-3 ngày làm việc (tùy thuộc vào khu vực giao hàng).

Lưu ý:

- Vui lòng kiểm tra kỹ thông tin sản phẩm và thông tin cá nhân trước khi đặt hàng.
- Nếu bạn có bất kỳ câu hỏi nào, vui lòng liên hệ với **PhukienUIT**.

Chúc bạn mua sắm vui vẻ tại **PhukienUIT**!

3. Tối ưu hóa trải nghiệm người dùng

3.1 Phân tích các điểm nhấn trong thiết kế giao diện trang web PhukienUIT

Thiết kế trang web là một yếu tố then chốt không chỉ trong việc tạo ra một trang web đẹp mắt, mà còn ảnh hưởng đến trải nghiệm người dùng và chiến lược SEO của web:

- Tăng tương tác và thu hút sự chú ý: Một trang web được thiết kế thu hút sẽ gây ấn tượng mạnh mẽ với người truy cập, khơi dậy sự quan tâm của họ và thúc đẩy họ tương tác nhiều hơn.
- Xây dựng niềm tin: Khi trang web có thiết kế chuyên nghiệp, người dùng sẽ có cảm giác rằng nội dung và dịch vụ trên trang cũng chất lượng, từ đó tăng niềm tin của họ.

- Giữ chân người dùng: Một trang web hấp dẫn sẽ khiến người dùng lưu lại lâu hơn, khám phá và tương tác nhiều hơn. Điều này có thể tác động tích cực đến xếp hạng trang web.
 - Giảm tỷ lệ thoát trang: Khi thiết kế trang web hấp dẫn, người dùng có thể dễ dàng tìm thấy thông tin họ cần và khám phá thêm nội dung, từ đó giảm tỷ lệ thoát trang.
- ➔ Tóm lại, thiết kế trang web không chỉ là về vẻ ngoài, mà còn là một yếu tố then chốt để tối ưu hóa trải nghiệm người dùng và cải thiện chiến lược SEO.
- a. *Phân tích thiết kế header và footer trang web*
- *Header*
 - Header của trang web có một thiết kế khá sáng tạo và chuyên nghiệp. Ở góc trái trên cùng, logo và tên cửa hàng "PhukienUIT" được đặt nổi bật, tạo ấn tượng mạnh về thương hiệu. Thanh menu chính nằm bên phải trang web, sử dụng các mục menu đơn giản như "Home", "Product", "About", "Contact". Việc sử dụng các mục menu này giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm và truy cập các nội dung chính trên trang web.
 - Banner chiếm toàn bộ phần trên của trang web, chứa hình ảnh quảng cáo và tiêu đề.
 - Ở góc phải trên cùng, có biểu tượng giỏ hàng giúp người dùng có thể thực hiện mua hàng, xem giỏ hàng một cách dễ dàng. Nhìn chung, header được thiết kế rất rõ ràng và chức năng, với các thành phần được bố trí hợp lý và dễ quan sát.
 - *Footer*
 - Footer của trang web chứa các thông tin liên hệ, kênh mạng xã hội của cửa hàng. Bộ cục ở footer khá gọn gàng, dễ quan sát các thông tin cần thiết. Việc bố trí các thông tin này ở footer giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm và liên hệ với cửa hàng nếu cần.
- b. *Phân tích thiết kế body trang web*
- Home

- Phần body của trang Home bao gồm các sản phẩm mới và một số bài viết liên quan đến cửa hàng. Đây là một cách tổ chức và trình bày nội dung hiệu quả giúp thu hút sự quan tâm của khách hàng.
 - Trong phần sản phẩm mới, khách hàng sẽ dễ dàng tìm thấy những mặt hàng vừa được cập nhật, có thể là các mẫu mới, phiên bản nâng cấp hoặc các sản phẩm độc đáo. Việc đưa những sản phẩm mới lên vị trí nổi bật trên trang chủ sẽ giúp thu hút sự quan tâm của khách hàng, kích thích họ khám phá và mua sắm.
 - Bên cạnh đó, phần bài viết liên quan đến cửa hàng cũng rất quan trọng. Đây có thể là các bài chia sẻ về lịch sử hình thành, văn hóa của cửa hàng, các chương trình ưu đãi, khuyến mãi đang diễn ra hoặc các thông tin về hoạt động cộng đồng mà cửa hàng tham gia. Những nội dung này giúp khách hàng hiểu rõ hơn về cửa hàng, tạo niềm tin và thiện cảm, từ đó thúc đẩy quá trình mua sắm.
 - Việc kết hợp các sản phẩm mới và các bài viết liên quan tạo nên một trang Home hấp dẫn, giúp thu hút sự chú ý của khách hàng và góp phần thúc đẩy doanh số bán hàng. Đây là một phương pháp trình bày nội dung hiệu quả mà nhiều cửa hàng đang áp dụng với kết quả tích cực.
- Product và product detail
 - Phần product của trang web được thiết kế rất rõ ràng và chi tiết cho từng sản phẩm. Bên cạnh đó, trang web còn cung cấp các bộ lọc giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm và lọc sản phẩm theo các tiêu chí cụ thể.
 - Về thiết kế sản phẩm, mỗi sản phẩm được trình bày với đầy đủ thông tin như hình ảnh, tên sản phẩm, giá cả, đánh giá sản phẩm... Việc cung cấp đầy đủ thông tin về sản phẩm giúp khách hàng có cái nhìn toàn diện, từ đó có thể đưa ra quyết định mua hàng tốt hơn. Các hình ảnh sản phẩm được chụp sắc nét, góc nhìn đa dạng, giúp khách hàng có thể quan sát sản phẩm từ nhiều góc độ.

- Bộ lọc sản phẩm của trang web rất tiện lợi. Khách hàng có thể lọc sản phẩm theo phân loại, sản phẩm mới, giá cả, đánh giá,... Nhờ đó, khách hàng có thể dễ dàng tìm kiếm và so sánh các sản phẩm phù hợp với nhu cầu và yêu cầu của mình. Điều này giúp giảm thiểu thời gian tìm kiếm, tăng trải nghiệm mua sắm tích cực cho khách hàng.
 - Việc thiết kế phần sản phẩm một cách rõ ràng, chi tiết và bổ sung các bộ lọc hiệu quả là một điểm nổi trội của trang web. Nó góp phần nâng cao trải nghiệm người dùng, thu hút khách hàng và hỗ trợ quá trình mua sắm. Đây chính là một trong những yếu tố quan trọng giúp trang web dễ dàng cạnh tranh với các trang web khác.
- Product detail là thông tin chi tiết của từng sản phẩm
 - Viết mô tả chi tiết về sản phẩm, bao gồm đặc điểm, tính năng, chất liệu, kích thước, v.v. Sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu, súc tích, tránh lặp lại thông tin.
 - Hình ảnh sản phẩm: Cung cấp nhiều góc độ và chi tiết hình ảnh sản phẩm, giúp khách hàng có cái nhìn tổng quan. Hình ảnh rõ nét, chất lượng cao, phản ánh đúng bản chất sản phẩm.
 - Bên cạnh đó còn có nút thêm vào giỏ hàng, giúp khách hàng lưu trữ sản phẩm mình muốn mua.
 - Thông tin liên quan như giá và tên sản phẩm cũng được trình bày rõ ràng
- About
 - Phần about là các bài viết về cửa hàng. Các bài viết này không chỉ là hành trình của một thương hiệu, mà còn là tâm huyết của những người yêu phụ kiện UIT. Bắt đầu từ lòng yêu mến trường Đại Học Công Nghệ Thông Tin – UIT, chúng tôi những sinh viên đã tạo dựng nên PhukienUIT với khát vọng mang đến cho cộng đồng UIT một địa chỉ tin cậy, nơi mỗi sản phẩm từ balo đến dây đeo thẻ không chỉ đậm nét cá tính, mà còn vượt lên trên sự mong đợi về chất lượng và thiết kế.

- Hình ảnh minh họa về các bài viết của PhukienUIT được trưng bày rõ nét cho từng bài viết, góp phần minh họa và làm rõ hơn câu chuyện đằng sau .
- Với sự kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, PhukienUIT mong muốn trở thành người bạn đồng hành tin cậy của sinh viên UIT, cùng nhau vượt qua mọi thử thách, chinh phục những đỉnh cao mới về tri thức và sáng tạo
- Contact
 - Ở phần này sẽ đóng vai trò quan trọng, giúp khách hàng dễ dàng liên lạc với cửa hàng để được hỗ trợ kịp thời. Trong phần này, sẽ bao gồm các thông tin sau:
 - Địa chỉ cửa hàng: Cung cấp đầy đủ địa chỉ, bao gồm số nhà, tên đường, quận/huyện, thành phố để khách hàng dễ dàng tìm đến cửa hàng.
 - Số điện thoại: Đưa ra số điện thoại chính thức của cửa hàng, giúp khách hàng liên hệ trực tiếp khi cần hỗ trợ.
 - Email liên hệ: Địa chỉ email chính thức của cửa hàng, để khách hàng có thể gửi yêu cầu, thắc mắc hoặc phản hồi qua email.
 - Các kênh mạng xã hội: Giúp khách hàng có thể dễ dàng tương tác và theo dõi.
 - Ngoài ra, phần liên hệ cũng sẽ có một form để khách hàng có thể để lại tin nhắn, bao gồm tên, email và nội dung lời nhắn. Đội ngũ chăm sóc khách hàng sẽ nhanh chóng phản hồi các yêu cầu này.
 - Với việc cung cấp đầy đủ thông tin liên hệ, cửa hàng sẽ tạo được sự tin tưởng và dễ dàng tiếp cận với khách hàng hơn.

3.2 Tốc độ tải trang

a. Ý nghĩa

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:

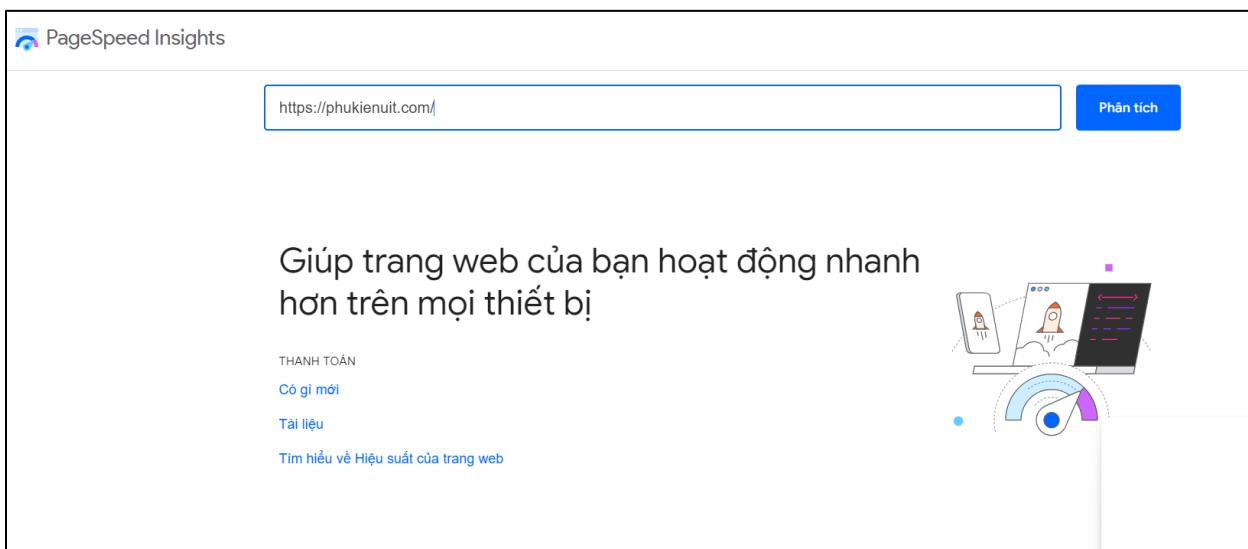
- Tác động đến trải nghiệm người dùng:

- Tạo ấn tượng ban đầu tích cực: Trang web tải nhanh sẽ tạo cho người dùng cảm giác tích cực ngay từ đầu.
- Giảm tỷ lệ thoát trang (bounce rate): Trang tải chậm có thể khiến người dùng bỏ đi trước khi nội dung hiển thị, làm tăng tỷ lệ thoát trang.
- Cải thiện tương tác: Trang tải nhanh tạo điều kiện tốt hơn cho người dùng tương tác với nội dung.
- Tác động đến chiến lược SEO:
 - Ảnh hưởng đến thứ hạng tìm kiếm: Google và công cụ tìm kiếm khác xem tốc độ tải trang là yếu tố xếp hạng, trang nhanh thường xếp cao hơn.
 - Ảnh hưởng đến crawlability: Trang tải chậm có thể khiến robot tìm kiếm không đọc hết được nội dung, ảnh hưởng đến đánh giá nội dung.
 - Quan trọng với Mobile-First Indexing: Với việc Google chuyển sang mobile-first indexing, tốc độ trên di động càng trở nên quan trọng.
- ➔ Tốc độ tải trang không chỉ ảnh hưởng trải nghiệm người dùng mà còn có tác động mạnh mẽ đến chiến lược SEO, ảnh hưởng đến thứ hạng và hiển thị trong kết quả tìm kiếm.

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

- Tổng quan
 - Google PageSpeed Insights là một công cụ miễn phí của Google, giúp đánh giá và kiểm tra tốc độ tải trang web, bao gồm cả phiên bản di động và phiên bản máy tính để bàn. Công cụ này cung cấp thông tin chi tiết về hiệu suất của trang web và đưa ra các đề xuất cải thiện, nhằm tối ưu hóa trải nghiệm người dùng. Việc cải thiện tốc độ tải trang cũng có thể ảnh hưởng đến thứ hạng của trang web trên kết quả tìm kiếm.
- Chức năng chính
 - Điểm xếp hạng tốc độ: Công cụ sẽ cung cấp một điểm số từ 0-100 cho cả phiên bản di động và máy tính để bàn của trang web, dựa trên hiệu suất tải trang.

- Hiển thị thời gian tải trang: Thông báo 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 đưa ra những đề xuất cụ thể để cải thiện tốc độ tải trang, như nén ảnh, loại bỏ CSS và JavaScript không cần thiết, cải thiện việc sử dụng bộ nhớ cache, v.v.
- Hướng dẫn sử dụng
 - Đầu tiên truy cập vào Google PageSpeed Insights sau đó nhập URL trang web và nhấn vào nút phân tích



Hình 47: Giao diện Google PageSpeed Insights

- 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.

Thời gian tạo báo cáo: 12:20:08 15 tháng 5, 2024

<https://phukienuit.com/>

Phân tích

Di động Máy tính

Khám phá nội dung người dùng thực tế của bạn đang trải nghiệm Không có dữ liệu

Chẩn đoán các vấn đề về hiệu suất



Hiệu suất

Các giá trị chỉ là ước tính và có thể thay đổi. **Điểm hiệu quả** được tính trực tiếp từ những chỉ số này. Xem máy tính.

▲ 0–49 ■ 50–89 ● 90–100



Hình 48: Kết quả Google PageSpeed Insights trên di động

Thời gian tạo báo cáo: 12:20:08 15 thg 5, 2024

<https://phukienuit.com/>

Phân tích

Di động

Máy tính

Khám phá nội dung người dùng thực tế của bạn đang trải nghiệm

Không có dữ liệu

Chẩn đoán các vấn đề về hiệu suất

94

Hiệu suất

91

Hỗ trợ tiếp cận

100

Phương pháp hay nhất

100

SEO

94

Hiệu suất

Các giá trị chỉ là ước tính và có thể thay đổi. Điểm hiệu quả được tính trực tiếp từ những chỉ số này. [Xem máy tính](#).

▲ 0–49

■ 50–89

● 90–100



Hình 49: Kết quả Google PageSpeed Insights trên máy tính

III. Xây dựng liên kết

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

- Bài viết phải luôn được gắn thẻ <title> 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 spider dễ dàng và nhanh chóng nhận diện từ khoá để index cho trang web.

Ví dụ:

<title> Phụ kiện học tập độc đáo và thiết yếu cho sinh viên – PhukienUIT </title>

- Hình ảnh đính kèm trong bài viết phải được đặt tên file theo từ khóa chính mà nội dung bài viết đang muốn đề cập đến. Ví dụ, nếu bài viết tập trung vào "phụ kiện

học tập cho sinh viên", thì tên file hình ảnh có thể là "balo-uit-k18.png". Ngoài ra, hình ảnh cũng cần được gán các thuộc tính sau:

- Title: Dùng để đặt chủ đề cho hình ảnh, giúp người dùng hiểu rõ nội dung.
 - Alt: Dùng để mô tả nội dung của hình ảnh, trường hợp hình ảnh không hiển thị được trên trang web.
- ➔ Việc tuân thủ các quy tắc trên sẽ giúp spider dễ dàng nhận diện và hiểu đúng nội dung của bài viết, từ đó gợi ý chính xác hơn đến người dùng.
- Các thẻ anchors text trong bài viết cần được gắn thuộc tính "href" để trở về trang web của mình. Đây là các backlinks hữu ích, giúp xây dựng hệ thống liên kết nội bộ khi bài viết được đăng trên các trang web bên ngoài. Việc tối ưu các thẻ anchors text bằng cách gắn "href" nhằm tăng lượng truy cập và tương tác với trang web, từ đó nâng cao hiệu quả truyền thông và quảng bá thương hiệu.

Ví dụ:

` phukienuit.com `

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

- Meta Description:

`<meta name="description" content="PhukienUIT nơi bạn có thể tìm thấy những phụ kiện độc đáo và chất lượng, được thiết kế đặc biệt dành cho sinh viên của UIT. Khám phá ngay để tìm kiếm các sản phẩm phù hợp với phong cách và nhu cầu của bạn!" />`

- Meta Keywords:

`<meta name="keywords" content="phukienuit, phụ kiện uit, thông tin về phukienuit, thông tin balo k16, thông tin dây đeo khoa mạng, áo uit, balo uit, dây đeo uit, balo đựng laptop, dây đeo khoa mạng"/>`

- Meta Robots

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

- Meta Content Language:

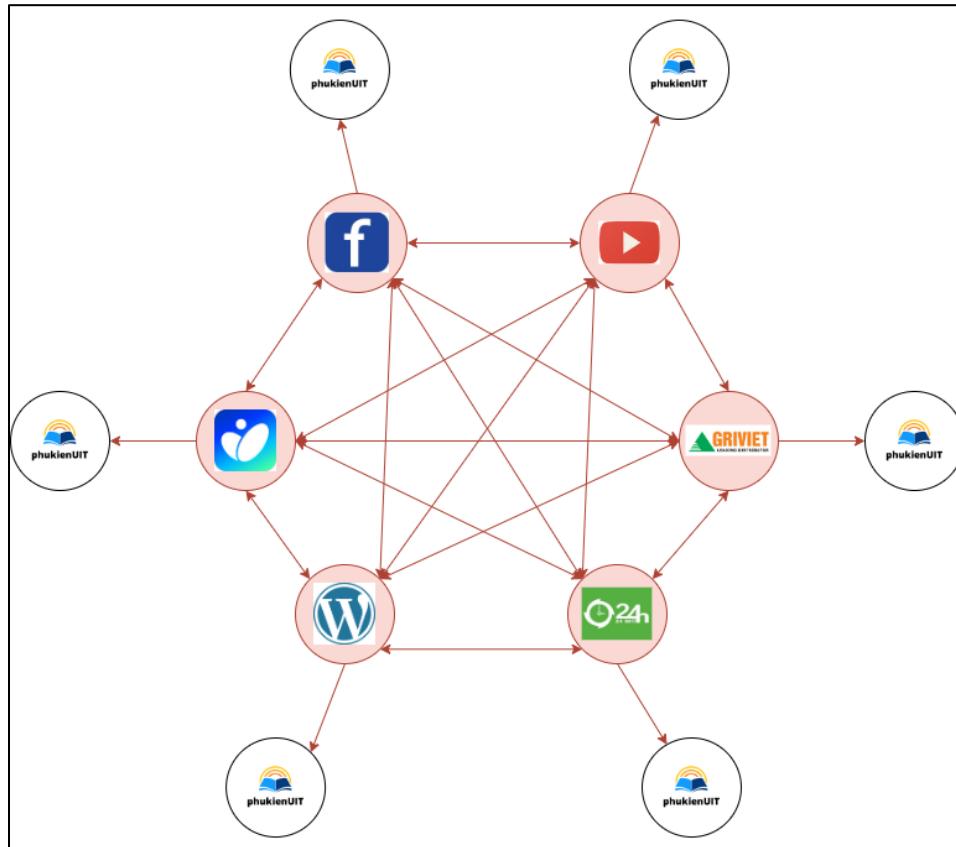
`<meta http-equiv="content-language" content="vi"/>`

- Meta Content Type:

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

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

2.1 Mô hình liên kết lướt – Link Web



Hình 50: Mô hình liên kết lướt

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: PhukienUIT - Lựa chọn tuyệt vời cho các sản phẩm phụ kiện thời trang.

<https://agriviet.com/threads/phukienuit-lua-chon-tuyet-voi-cho-cac-san-pham-phu-kien-thoi-trang.415024/>

#2: Facebook.com

Bài: PhukienUIT – Chất lượng cao, giá tốt

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=402464412533532&set=pb.100083099304608.-2207520000>

#3: WordPress.com

Bài: *PhukienUIT có gì?*

https://phukienuit.wordpress.com/2024/04/03/phukienuit-co-gi/?utm_source=zalo&utm_medium=zalo&utm_campaign=zalo

#4: 24hquangcao.com

Bài: *PhukienUIT Top 5 Sản Phẩm Bán Chạy Nhất tại Cửa Hàng Phụ Kiện UIT*
<https://24hquangcao.com/phukienuit-top-5-san-pham-ban-chay-nhat-tai-cua-hang-phu-kien-uit.html>

#5: Youtube.com

Bài: *Review về dây đeo Khoa Mạng của UIT*

<https://www.youtube.com/watch?v=P8inEFRHp1g>

#6: Tinhte.vn

Bài: *Review Balo K18 UIT*

<https://tinhte.vn/thread/review-balo-k18-uit.3778228/>

2.3 Mô tả hệ thống liên kết backlinks thực nghiệm

STT	Trang	Tiêu đề bài viết	Keword chính	Keyword phụ	Web chính	Web phụ
1	Agriviet	PhukienUIT - Lựa chọn tuyệt vời cho các sản phẩm phụ kiện thời trang		Phụ kiện uit, thông tin về phukienuit, đồ dùng học tập uit,		Facebook WordPress 24hquangcao Youtube Tinhte
2	Facebook	PhukienUIT – Chất lượng cao, giá tốt	PhukienUIT		<u>https://phukienuit.com/</u>	WordPress 24hquangcao Youtube Tinhte Agriviet
3	WordPress	PhukienUIT có gì?		Balo uit, balo k18, balo k16, dây đeo thẻ		24hquangcao Youtube Tinhte Agriviet

						Facebook
4	24hquangcao	PhukienUIT - Top 5 Sản Phẩm Bán Chạy Nhất tại Cửa Hàng Phụ Kiện UIT		sinh viên uit, dây đeo khoa mạng		Youtube Tinhte Agriviet Facebook WordPress
5	Youtube	Review về dây đeo Khoa Mạng của UIT		Dây đeo khoa mạng, phụ kiện uit, thông tin về dây đeo khoa mạng uit, dây đeo uit		Tinhte Agriviet Facebook WordPress 24hquangcao
6	Tinhte	Review Balo K18 UIT		Balo uit, balo k18, balo đựng laptop uit, uit – phụ kiện học tập		Agriviet Facebook WordPress 24hquangcao Youtube

IV. Phân tích tính hiệu quả của chiến lược SEO

1. Quản lý định danh (SEO Local)

1.1. Ý nghĩa

Quản lý định danh trong SEO không chỉ là một khía cạnh kỹ thuật mà còn là một yếu tố chiến lược quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến việc xây dựng và duy trì thương hiệu trực tuyến của doanh nghiệp. Dưới đây là những điểm ý nghĩa cốt yếu và chi tiết hơn về vai trò của quản lý định danh trong SEO:

- Tạo Sự Nhập Quán
 - Quản lý định danh giúp đảm bảo rằng thông tin về doanh nghiệp như tên, địa chỉ, số điện thoại (NAP) và các thông tin liên hệ khác được cung cấp một cách nhất quán và chính xác trên nhiều nền tảng khác nhau. Sự nhất quán này không chỉ giúp người dùng dễ dàng nhận diện và tin tưởng doanh

nghiệp mà còn giúp các công cụ tìm kiếm xác minh và xếp hạng thông tin của doanh nghiệp một cách chính xác hơn.

- Xuất Hiện Trong Kết Quả Tìm Kiếm Địa Phương
 - Thông tin định danh chính xác và được cập nhật kịp thời là chìa khóa để doanh nghiệp xuất hiện trong kết quả tìm kiếm địa phương. Khi người dùng tìm kiếm các sản phẩm hoặc dịch vụ gần địa điểm của họ, các công cụ tìm kiếm ưu tiên hiển thị những doanh nghiệp có thông tin địa phương rõ ràng và đáng tin cậy. Điều này không chỉ tăng khả năng tiếp cận đối tượng khách hàng địa phương mà còn cải thiện cơ hội thu hút lưu lượng truy cập có giá trị cao.
- Tạo Uy Tín Và Sự Tin Cậy
 - Một thông tin định danh chính xác và được cập nhật thường xuyên được xem như một dấu hiệu của sự chuyên nghiệp và đáng tin cậy. Khách hàng có xu hướng tin tưởng hơn vào các doanh nghiệp có thông tin rõ ràng, chính xác và dễ dàng tìm thấy. Sự chuyên nghiệp trong quản lý định danh thể hiện cam kết của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng, từ đó tạo nên một ấn tượng tích cực và lâu dài trong tâm trí khách hàng.
- Tăng Cường Tương Tác Trên Các Nền Tảng Xã Hội
 - Quản lý định danh không chỉ giới hạn ở các công cụ tìm kiếm mà còn mở rộng ra các nền tảng xã hội. Việc đảm bảo rằng thông tin doanh nghiệp trên các nền tảng như Facebook, Twitter, Instagram và LinkedIn khớp nhau và phản ánh đúng hình ảnh thương hiệu là điều cần thiết. Sự nhất quán này giúp xây dựng một hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ và đồng nhất trên tất cả các kênh truyền thông, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tương tác và giao dịch với khách hàng.
- Cải Thiện Khả Năng Xác Minh Doanh Nghiệp
 - Các công cụ tìm kiếm như Google sử dụng thông tin định danh để xác minh tính hợp pháp và uy tín của doanh nghiệp. Khi thông tin được quản lý tốt

và nhất quán trên tất cả các nền tảng, quá trình xác minh trở nên dễ dàng và nhanh chóng hơn. Điều này giúp doanh nghiệp có được sự công nhận từ các công cụ tìm kiếm, cải thiện thứ hạng và tăng khả năng xuất hiện trong các kết quả tìm kiếm liên quan.

- Cải Thiện Khả Năng Xác Minh Doanh Nghiệp
 - Các công cụ tìm kiếm như Google sử dụng thông tin định danh để xác minh tính hợp pháp và uy tín của doanh nghiệp. Khi thông tin được quản lý tốt và nhất quán trên tất cả các nền tảng, quá trình xác minh trở nên dễ dàng và nhanh chóng hơn. Điều này giúp doanh nghiệp có được sự công nhận từ các công cụ tìm kiếm, cải thiện thứ hạng và tăng khả năng xuất hiện trong các kết quả tìm kiếm liên quan.
- Hỗ Trợ Quảng Cáo Trực Tuyến Hiệu Quả
 - Quản lý định danh không chỉ giúp tối ưu hóa SEO mà còn hỗ trợ các chiến dịch quảng cáo trực tuyến hiệu quả hơn. Khi thông tin doanh nghiệp được quản lý tốt, các nền tảng quảng cáo như Google Ads, Facebook Ads có thể sử dụng dữ liệu chính xác để nhắm đúng đối tượng khách hàng. Điều này tăng cường hiệu quả quảng cáo, tối ưu hóa ngân sách và nâng cao tỷ lệ chuyển đổi.
- Tăng Cường Bảo Vệ Thương Hiệu
 - Quản lý định danh giúp bảo vệ thương hiệu khỏi các hành vi gian lận và lừa đảo. Khi thông tin doanh nghiệp được công khai và nhất quán, việc giả mạo thông tin trở nên khó khăn hơn, giúp bảo vệ uy tín và tài sản thương hiệu. Điều này cũng giúp xây dựng niềm tin lâu dài với khách hàng và đối tác kinh doanh.
- Nâng Cao Hiệu Quả Truyền Thông Đa Kênh
 - Sự nhất quán trong thông tin định danh giúp doanh nghiệp triển khai chiến lược truyền thông đa kênh một cách hiệu quả. Từ các công cụ tìm kiếm, mạng xã hội, email marketing đến các trang web đối tác, việc duy trì thông

tin nhất quán giúp tăng cường thông điệp thương hiệu và đảm bảo trải nghiệm liền mạch cho khách hàng.

- **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. Khi khách hàng có thể nhanh chóng xác định vị trí, liên hệ và tương tác với doanh nghiệp, trải nghiệm người dùng được cải thiện đáng kể. Điều này không chỉ tạo ra trải nghiệm thuận lợi và tích cực mà còn tăng cơ hội tương tác và giao dịch, đồng thời giảm tỷ lệ thoát trang.

Quản lý định danh trong SEO là một yếu tố chiến lược quan trọng, không chỉ giúp xây dựng và duy trì thương hiệu trực tuyến mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác và giao dịch với khách hàng. Sự nhất quán, uy tín và khả năng tiếp cận thông tin chính xác là những yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp thành công trong môi trường trực tuyến cạnh tranh. Bằng cách quản lý tốt thông tin định danh, doanh nghiệp có thể tối ưu hóa hiệu quả SEO, nâng cao trải nghiệm người dùng và xây dựng một hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ và đáng tin cậy.

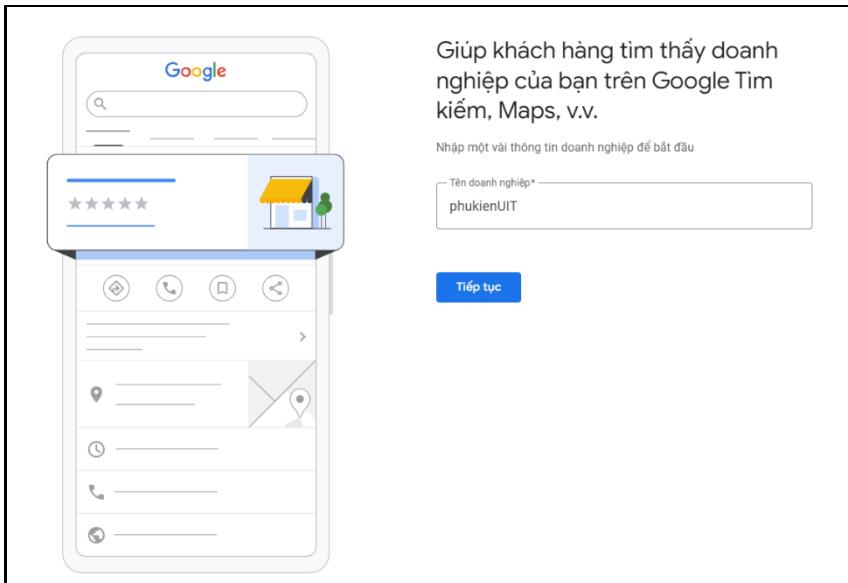
1.2. Công cụ phân tích và quản lý - Google My Business

a. Giới thiệu về Google My Business

Google My Business là công cụ miễn phí cho phép bạn quản lý cách hiển thị của doanh nghiệp trên kết quả tìm kiếm của Google (Tên, địa điểm, giờ mở cửa, review,...), xác minh doanh nghiệp trên Google Maps.

b. Cách đăng ký Google My Business

- *Bước 1:* Truy cập vào đường link <https://www.google.com/business/>, sau đó nhấn “Quản lý ngay”.
- *Bước 2:* Điền vào tên doanh nghiệp của bạn.



- *Bước 3: Chọn loại hình cho doanh nghiệp của bạn*

The screenshot shows the 'Chọn loại hình doanh nghiệp của bạn' (Choose business type) step. It displays three options for business types, each with an icon and a checkbox. The middle option, 'Cửa hàng tại địa phương', has a checked checkbox and is highlighted with a blue border. A 'Tiếp theo' (Next) button is at the bottom.

Chọn loại hình doanh nghiệp của bạn

Chọn tất cả các phương thức áp dụng cho phukienUIT

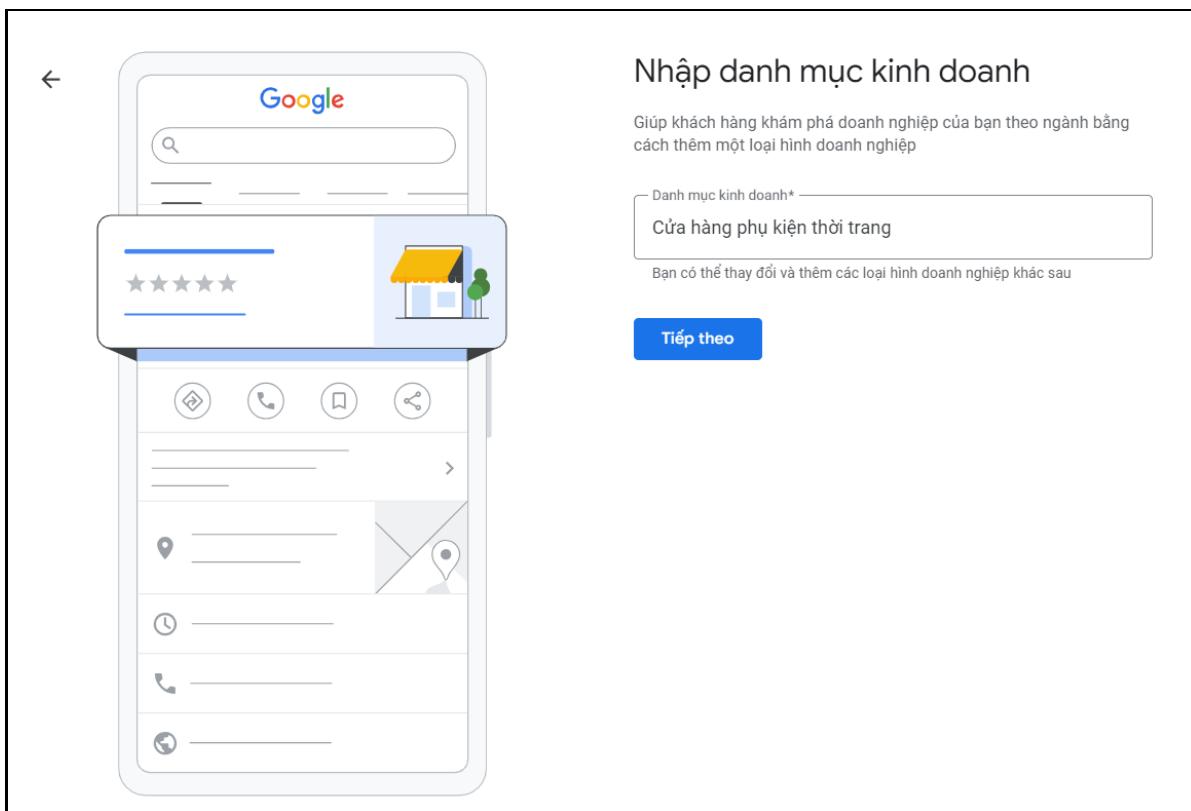
Bán lẻ trực tuyến
Khách hàng có thể mua sản phẩm thông qua trang web của bạn

Cửa hàng tại địa phương
Khách hàng có thể trực tiếp ghé thăm doanh nghiệp của bạn

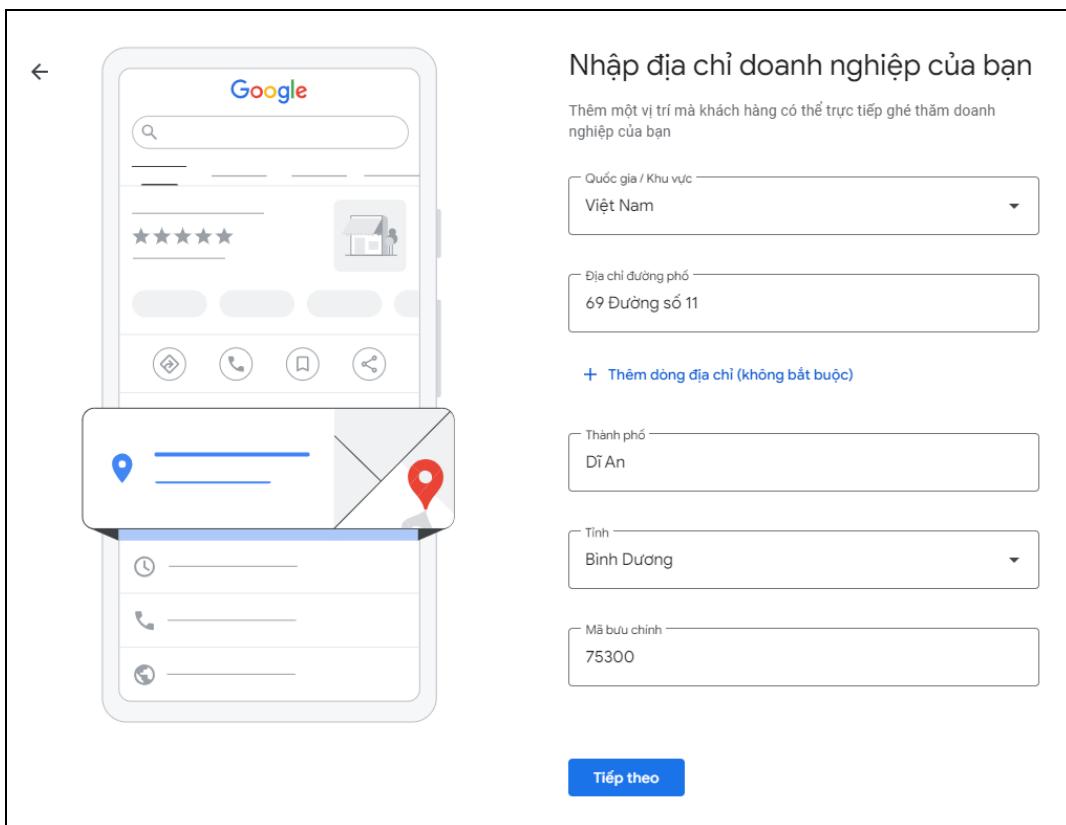
Doanh nghiệp dịch vụ
Doanh nghiệp của bạn cung cấp dịch vụ giao hàng cho khách hàng

Tiếp theo

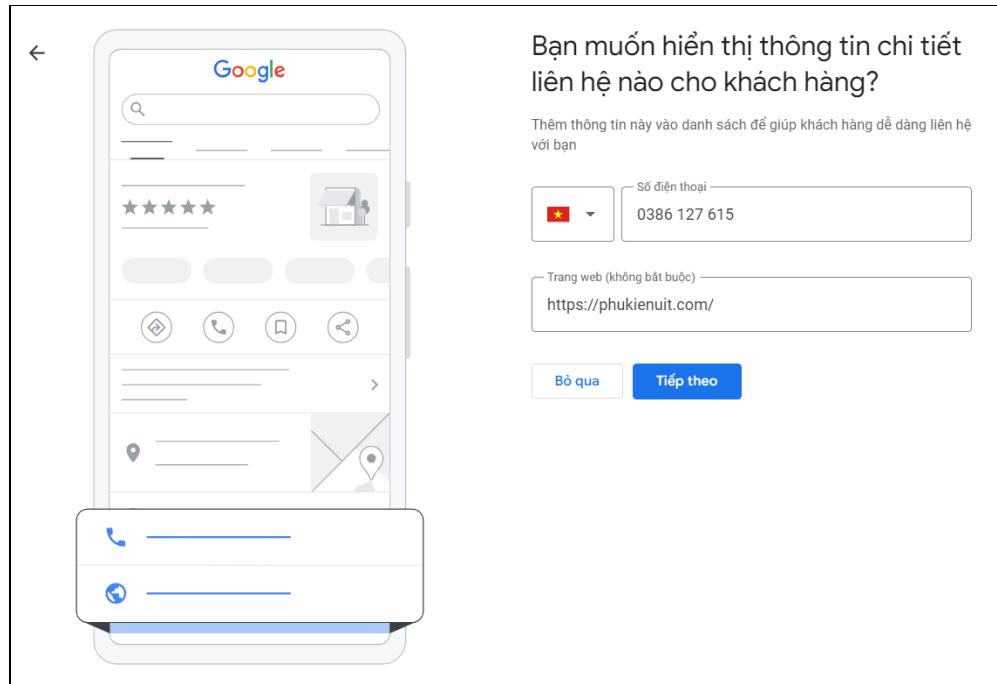
- *Bước 4: Nhập danh mục kinh doanh của doanh nghiệp bạn.*



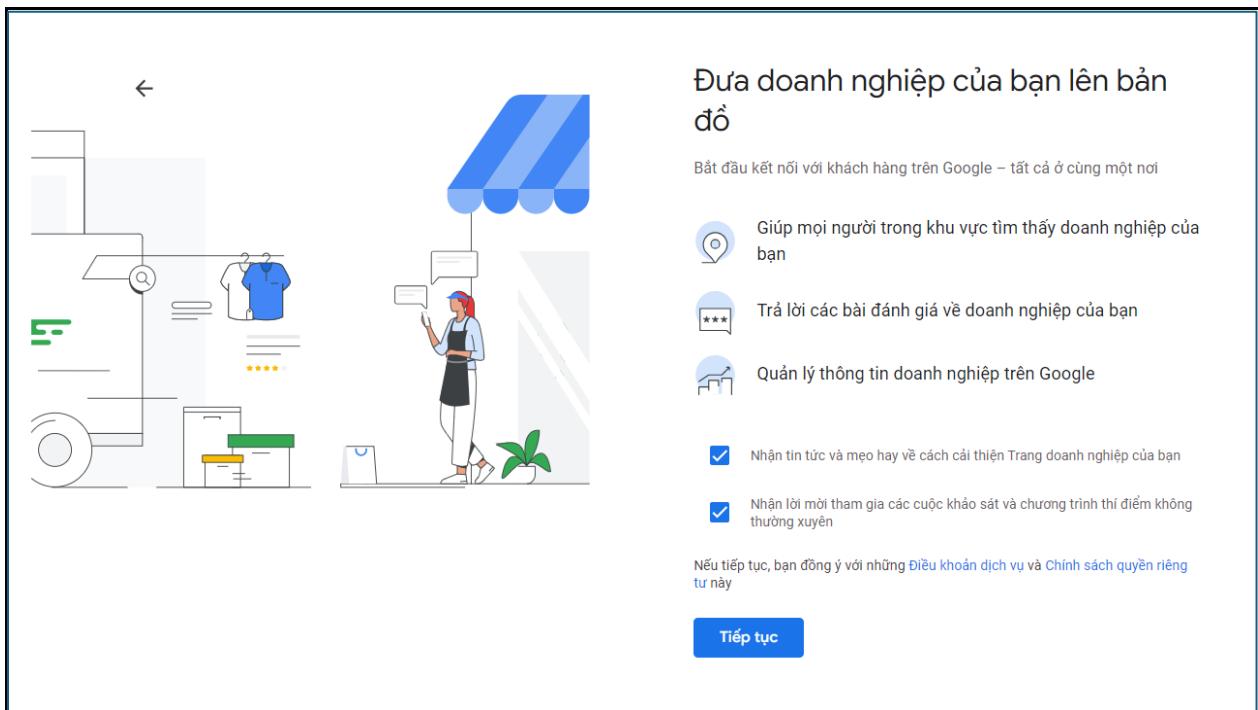
- *Bước 5: Nhập địa chỉ doanh nghiệp.*



- *Bước 6:* Nhập các thông tin chi tiết liên hệ bạn muốn hiển thị cho khách hàng. Nếu không có, nhấn nút “Bỏ qua”.

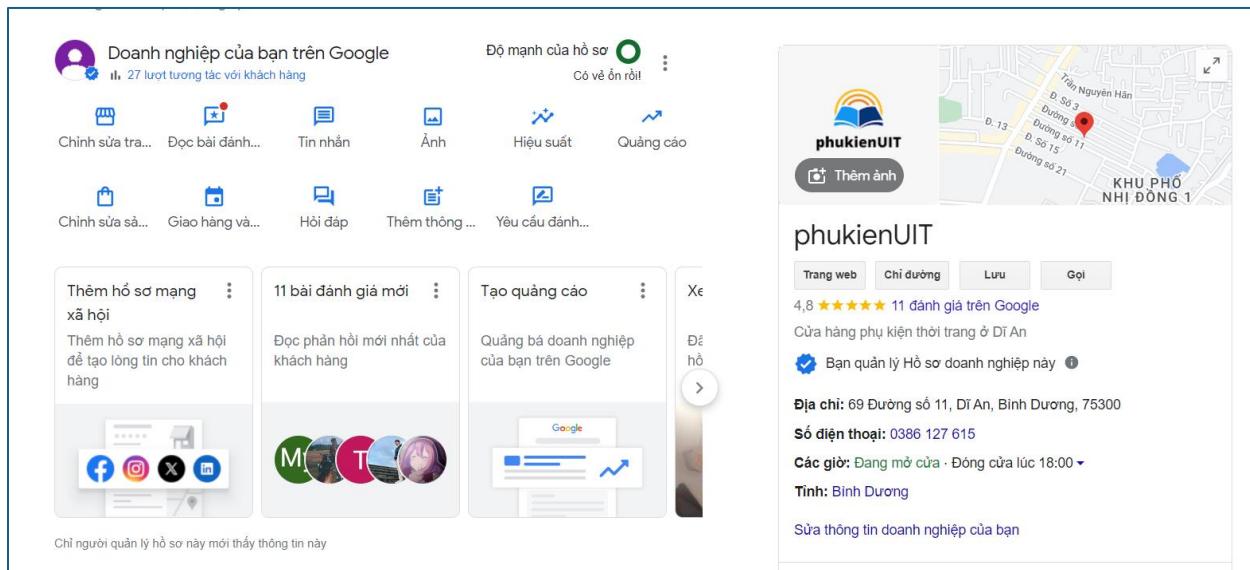


- *Bước 7:* Đưa doanh nghiệp của bạn lên bản đồ. Nếu không muốn, nhấn “Tiếp tục”. Hoàn tất đăng ký Google My Business.



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

Google My Business cho phép doanh nghiệp phukienuit.com cung cấp thông tin chính xác về mình trực tiếp trên trang kết quả tìm kiếm của Google. Điều này giúp phukienuit.com dễ dàng xuất hiện khi khách hàng tìm kiếm sản phẩm hoặc dịch vụ phân phối balo, dây đeo, ... mà doanh nghiệp cung cấp. Việc cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác và cập nhật trên Google My Business giúp phukienuit.com tối ưu hóa khả năng xuất hiện trong kết quả tìm kiếm địa phương ở khu vực thành phố Thủ Đức, Bình Dương. 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 51: Giao diện Google My Business quản lý phukienuit.com

- Xác thực và hiển thị thông tin:

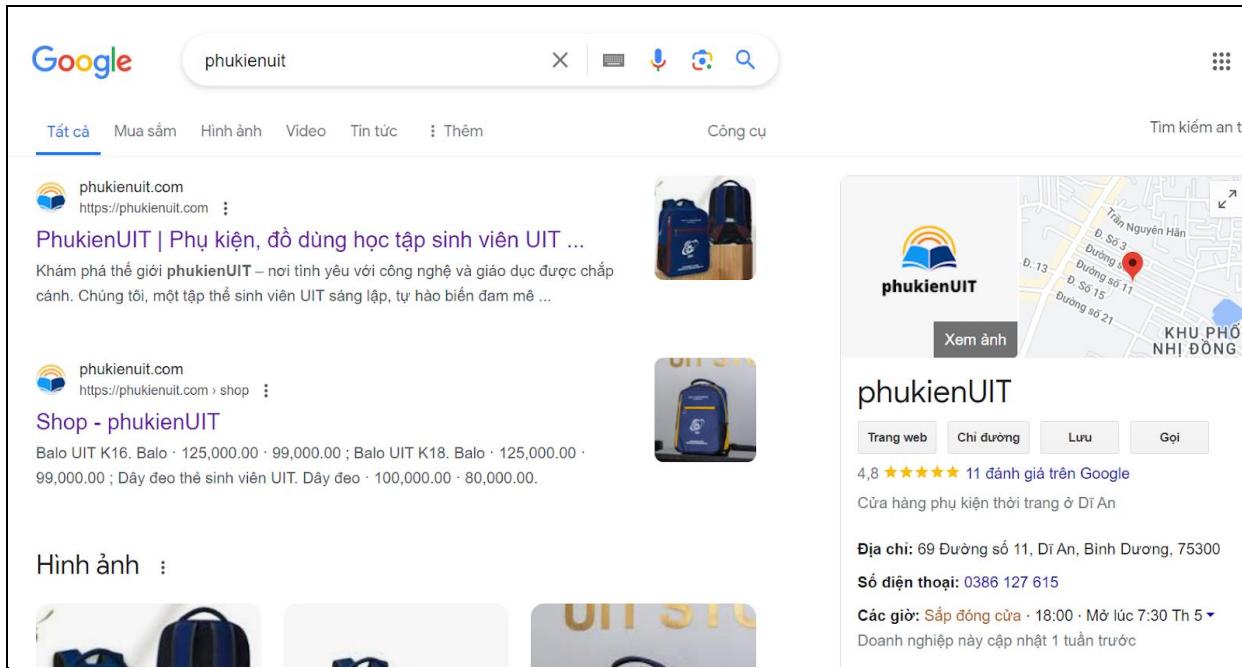


Hình 52: Thông tin Google thể hiện cho khách hàng khi tìm kiếm về cửa hàng

Google My Business cho phép phukien.com xác thực và hiển thị thông tin NAP (Name – Address – Phone) quan trọng như tên cửa hàng PhukienUIT; địa chỉ ở 69 Đường số 11, Dĩ An, Bình Dương; số điện thoại của cửa hàng: 0386127615; giờ làm việc từ 06 – 18 giờ hàng 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.

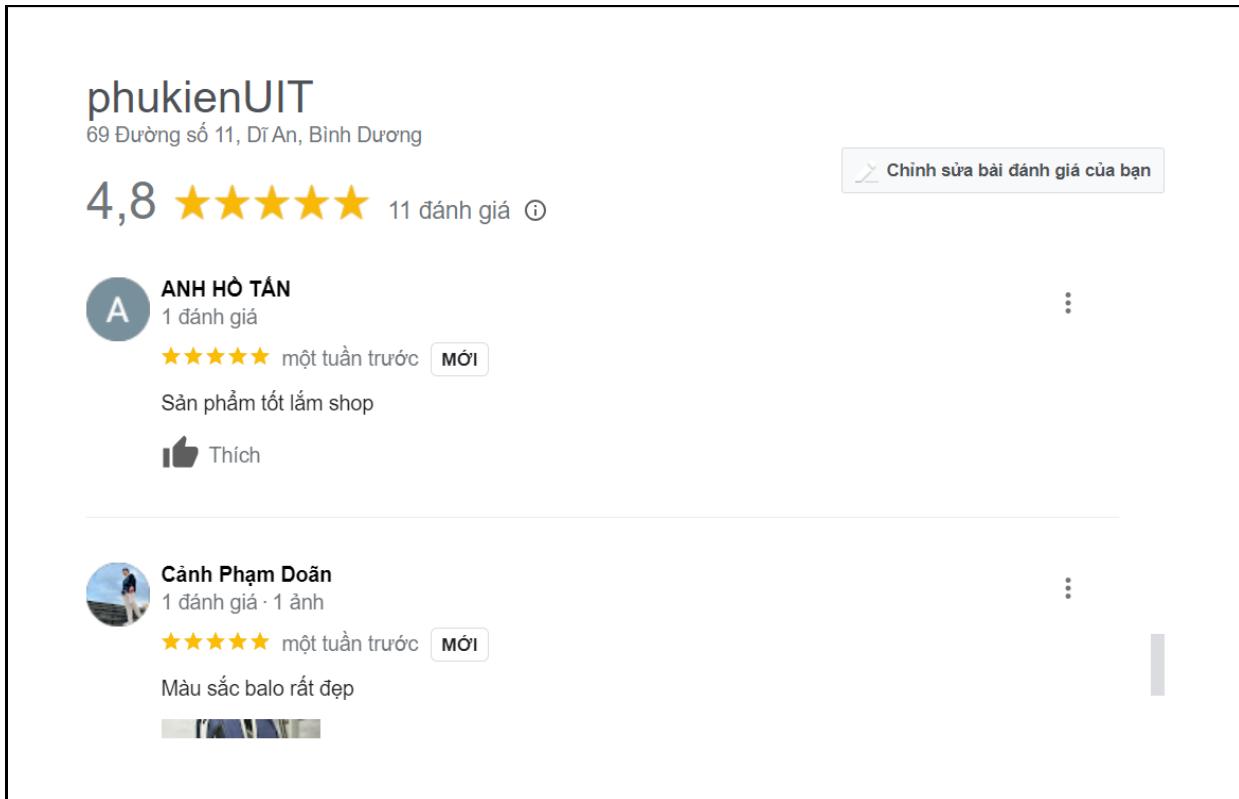
- Tối ưu hóa kết quả tìm kiếm địa phương:

- Google My Business giúp phukien.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.



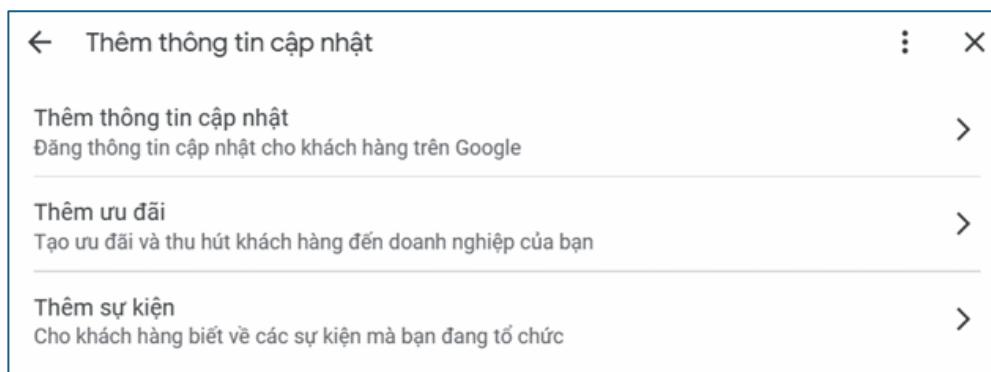
Hình 53: Kết quả tìm kiếm địa phương trả về khi người dùng tìm kiếm từ khóa PhukienUIT

- 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 phukien.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 54: Đánh giá của khách hàng đối với doanh nghiệp thông qua nền tảng hỗ trợ của Google My Business.

- 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.



← Thêm ưu đãi

Tiêu đề ưu đãi*

(Ví dụ: giảm 20% khi mua tại cửa hàng hoặc trực tuyến)

Ngày bắt đầu*

DD/MM/YYYY

Ngày kết thúc*

DD/MM/YYYY

Thông tin khác (không bắt buộc)

Xem thử

Bài đăng

← Thêm thông tin cập nhật

Thêm mô tả

0 / 1500

Thêm nút (không bắt buộc)

Không

Xem thử

Bài đăng

← Thêm sự kiện

Tiêu đề sự kiện*
(Ví dụ: Khuyến mại trong tuần này)

Ngày bắt đầu* DD/MM/YYYY

Thời gian bắt đầu (không bắt buộc)

Ngày kết thúc* DD/MM/YYYY

Thời gian kết thúc (không bắt buộc)



Xem thử Bài đăng

Hình 55: Tính năng cập nhật thông tin, ưu đãi và sự kiện mà Google My Business cung cấp

- Thống 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 đánh giá hiệu suất và hiểu rõ hơn về cách khách hàng tương tác với thông tin của cửa hàng.

Hiệu suất

Khoảng thời gian —
thg 3 2024-thg 5 2024

Tổng quan Cuộc gọi Tin nhắn Đặt hẹn Tim đường Số lần nhấp vào trang web

27

Lượt tương tác với Trang doanh nghiệp ⓘ

Tháng	Lượt tương tác
thg 3 2024	0
thg 4 2024	~2
thg 5 2024	~28

118

⌚ Số người đã xem Trang doanh nghiệp của bạn

Thông tin chi tiết về nền tảng và thiết bị

Nền tảng và thiết bị mà mọi người đã sử dụng để tìm thấy hồ sơ của bạn

Nền tảng / Thiết bị	Tỷ lệ (%)
Google Tìm kiếm – máy tính	41%
Google Maps – thiết bị di động	31%
Google Tìm kiếm – thiết bị di động	25%
Google Maps – máy tính	3%

<50

⌚ Những cụm từ tìm kiếm đã kích hoạt Trang doanh nghiệp của bạn xuất hiện trong kết quả tìm kiếm

Cần nhiều lượt tìm kiếm hơn để các cụm từ tìm kiếm xuất hiện tại đây



Hình 56: 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 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.

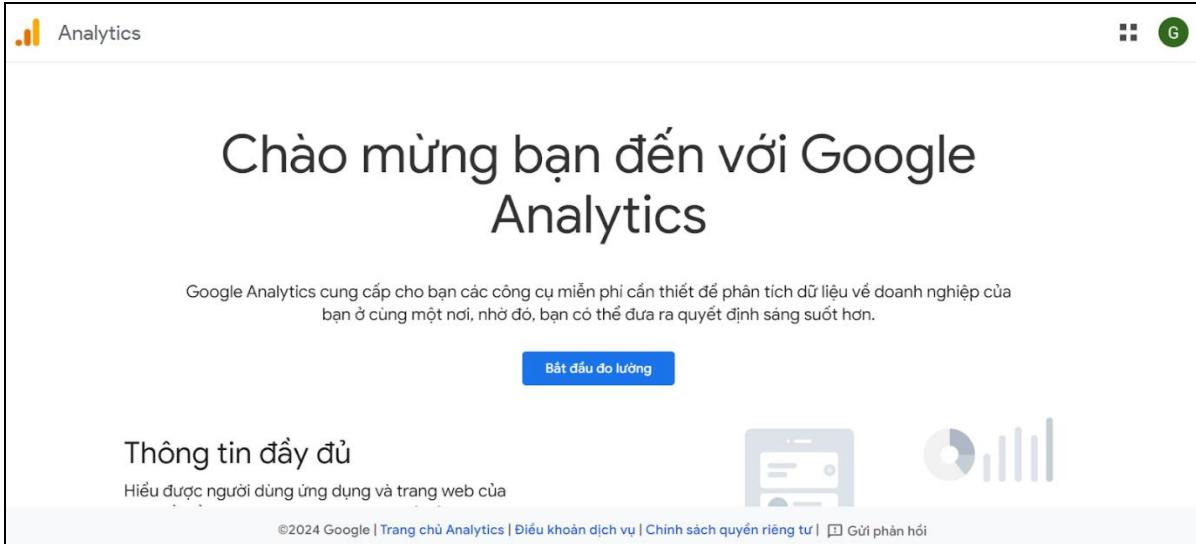
2.2. Công cụ phân tích và quản lý - Google Analytics

a. Giới thiệu Google Analytics

Google Analytics là một công cụ phân tích trang web hiệu quả và cần thiết đối với doanh nghiệp hoạt động chuyên nghiệp. Theo đó, Google Analytics sẽ cho phép bạn theo dõi một loạt dữ liệu liên quan đến hiệu suất trang web, lưu lượng truy cập và thậm chí cả hành vi của người dùng. Google Analytics cũng là một công cụ miễn phí có khả năng thay đổi hoàn toàn chiến lược tiếp thị trực tuyến của bạn.

b. Cách đăng ký Google Analytics

- Bước 1: Truy cập vào đường link <https://analytics.google.com/>, nhấn vào “Bắt đầu đo lường”.



The screenshot shows the 'Welcome to Google Analytics' page. At the top, there's a navigation bar with the Google Analytics logo, a 'G' icon, and a 'Dashboard' button. The main title 'Chào mừng bạn đến với Google Analytics' is centered. Below it, a subtitle explains that Google Analytics provides tools for analyzing business data across multiple sites. A blue 'Bắt đầu đo lường' button is prominent. To the right, there are icons for a computer monitor and a bar chart. The footer contains copyright information and a feedback link.

Analytics

Chào mừng bạn đến với Google Analytics

Google Analytics cung cấp cho bạn các công cụ miễn phí cần thiết để phân tích dữ liệu về doanh nghiệp của bạn ở cùng một nơi, nhờ đó, bạn có thể đưa ra quyết định sáng suốt hơn.

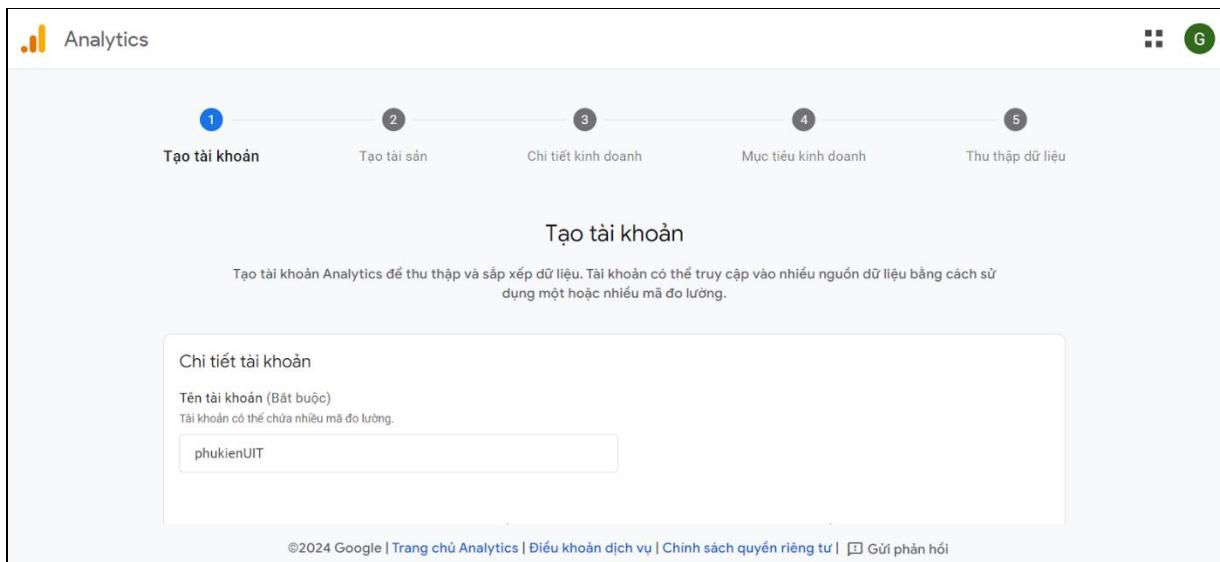
Bắt đầu đo lường

Thông tin đầy đủ

Hiểu được người dùng ứng dụng và trang web của

©2024 Google | Trang chủ Analytics | Điều khoản dịch vụ | Chính sách quyền riêng tư | Gửi phản hồi

- Bước 2: Nhập tên tài khoản của bạn.



The screenshot shows the first step of a five-step process to create a Google Analytics account. The steps are numbered 1 through 5: 'Tạo tài khoản', 'Tạo tài sản', 'Chi tiết kinh doanh', 'Mục tiêu kinh doanh', and 'Thu thập dữ liệu'. Step 1 is highlighted with a blue circle. The title 'Tạo tài khoản' is at the top, followed by a brief description of what account creation entails. A form field for entering the account name is shown, with the placeholder 'phukienUIT'. The footer includes standard links and a feedback button.

Analytics

1 Tạo tài khoản 2 Tạo tài sản 3 Chi tiết kinh doanh 4 Mục tiêu kinh doanh 5 Thu thập dữ liệu

Tạo tài khoản

Tạo tài khoản Analytics để thu thập và sắp xếp dữ liệu. Tài khoản có thể truy cập vào nhiều nguồn dữ liệu bằng cách sử dụng một hoặc nhiều mã đo lường.

Chi tiết tài khoản

Tên tài khoản (Bắt buộc)
Tài khoản có thể chứa nhiều mã đo lường.
phukienUIT

©2024 Google | Trang chủ Analytics | Điều khoản dịch vụ | Chính sách quyền riêng tư | Gửi phản hồi

- Bước 3: Nhập các thông tin như tên tài sản, múi giờ, đơn vị tiền tệ để tạo tài sản.

Tạo tài khoản

Tạo tài sản

Chi tiết kinh doanh

Mục tiêu kinh doanh

Thu thập dữ liệu

Tạo tài sản

Để đo lường dữ liệu web và dữ liệu ứng dụng, hãy tạo tài sản Google Analytics 4. Mỗi tài sản được tạo sẽ chứa tất cả dữ liệu đo lường của những trang web và ứng dụng mà bạn chọn.

Thông tin về khách sạn

Tên tài sản (Bắt buộc)
phukienUIT

Mùi giờ báo cáo (?)
Việt Nam (GMT+07:00) Giờ Việt Nam

Đơn vị tiền tệ
Đồng Việt Nam (đ)

Bạn có thể chỉnh sửa các thuộc tính sau trong trang Quản trị viên.

Quay lại **Tiếp theo**

©2024 Google | Trang chủ Analytics | Điều khoản dịch vụ | Chính sách quyền riêng tư | Gửi phản hồi

- **Bước 4: Mô tả doanh nghiệp của bạn.**

Tạo tài khoản

Tạo tài sản

Chi tiết kinh doanh

Mục tiêu kinh doanh

Thu thập dữ liệu

Mô tả doanh nghiệp của bạn

Để giúp chúng tôi hiểu rõ hơn về doanh nghiệp của bạn, vui lòng trả lời những câu hỏi sau.
Thông tin bạn cung cấp giúp cải thiện Google Analytics.

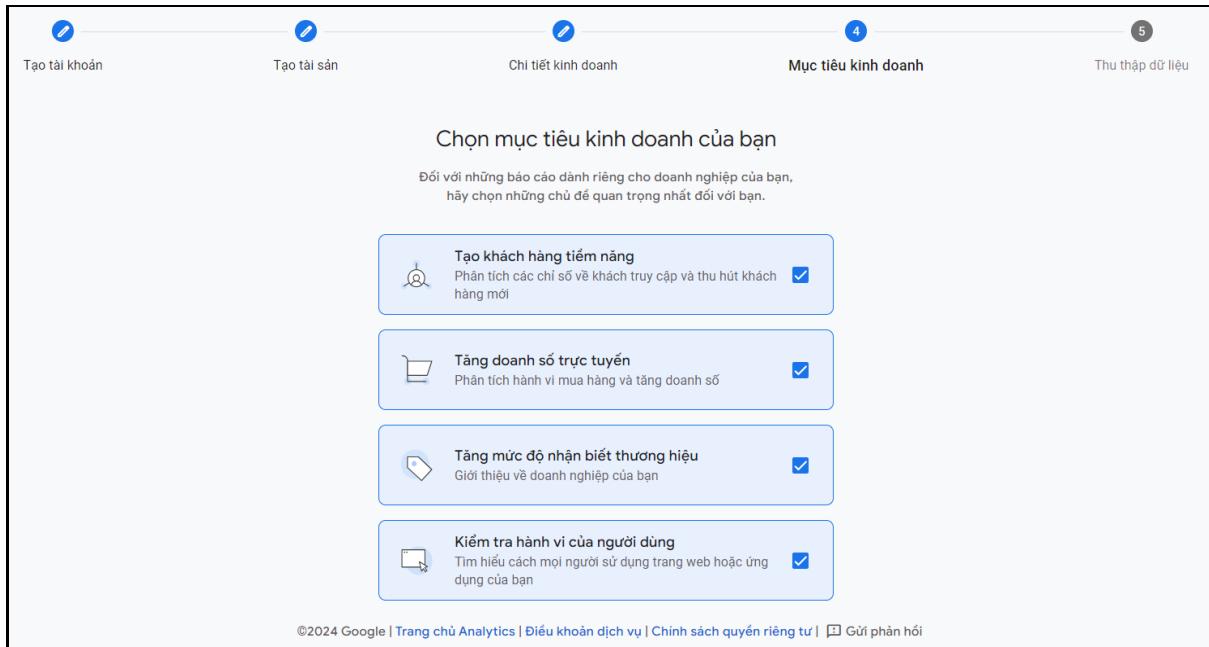
Thông tin doanh nghiệp

Danh mục ngành (Bắt buộc)
Mua sắm

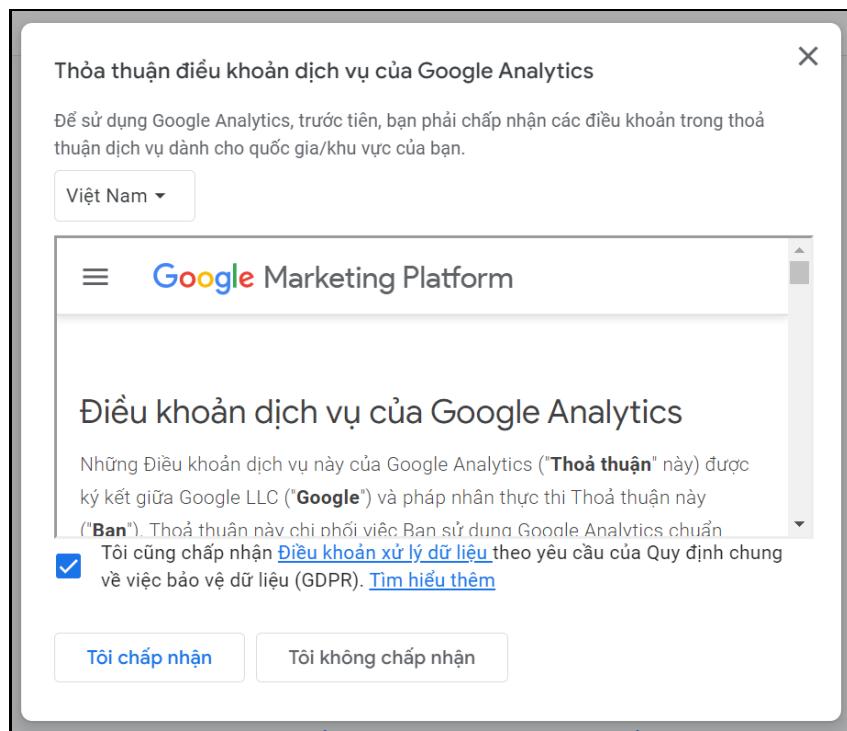
Quy mô doanh nghiệp (Bắt buộc)
 Nhỏ – 1 đến 10 nhân viên
 Trung bình – 11 đến 100 nhân viên
 Lớn – 101 đến 500 nhân viên
 Rất lớn – Trên 501 nhân viên

©2024 Google | Trang chủ Analytics | Điều khoản dịch vụ | Chính sách quyền riêng tư | Gửi phản hồi

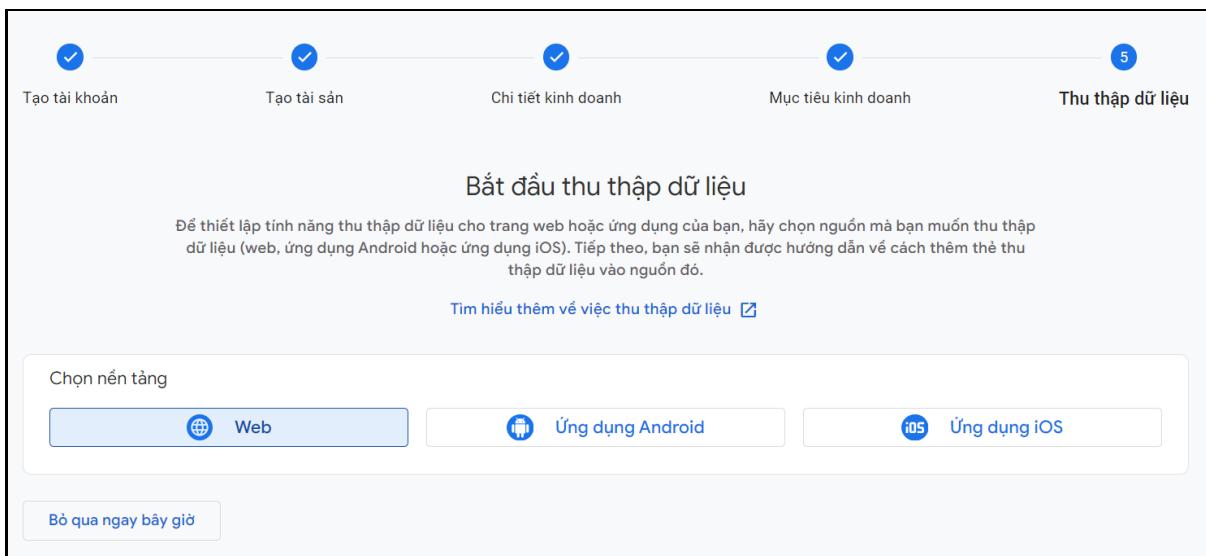
- **Bước 5: Chọn các mục tiêu kinh doanh cho doanh nghiệp bạn.**



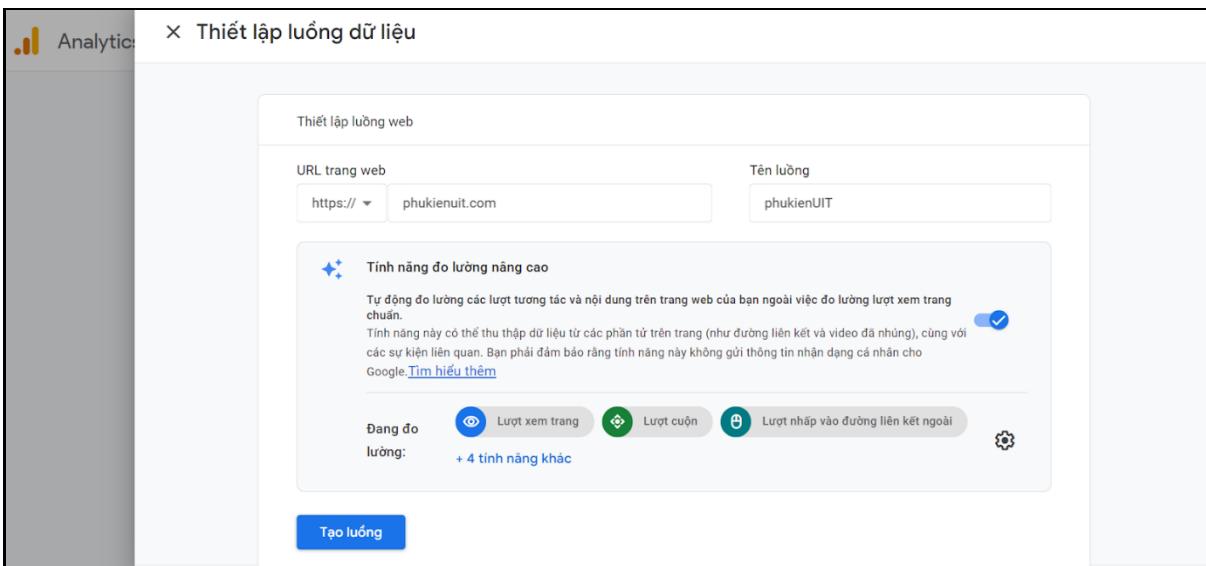
- Bước 6: Chọn quốc gia/khu vực của bạn, sau đó chọn “Tôi cũng chấp nhận Điều khoản xử lý dữ liệu theo yêu cầu....”.



- Bước 7: Chọn nền tảng để bắt đầu thu thập dữ liệu.



- **Bước 8: Nhập URL trang web, tên luồng để thiết lập luồng web.**



X Thông tin chi tiết về luồng dữ liệu web

⚠ Bạn chưa bật tính năng thu thập dữ liệu cho trang web của mình. Nếu bạn đã cài đặt thẻ hơn 48 giờ trước, hãy đảm bảo rằng bạn đã thiết lập thẻ đúng cách.

Xem hướng dẫn về thẻ

TÊN LUỒNG phukienUIT	URL LUỒNG https://phukienuit.com	MÃ LUỒNG 8158110632	MÃ ĐO LUỒNG G-KZ7ETGPLFD
-------------------------	--	------------------------	-----------------------------

Chế độ cài đặt lấy sự đồng ý

Sự kiện

- +* **Tính năng đo luồng nâng cao**

Tự động đo luồng các lưu tương tác và nội dung trên trang web của bạn ngoài việc đo luồng lượt xem trang chuẩn. Tính năng này có thể thu thập dữ liệu từ các phần tử trên trang (như đường liên kết và video đã nhúng), cùng với các sự kiện liên quan. Bạn phải đảm bảo rằng tính năng này không gửi thông tin nhận dạng cá nhân cho Google. [Tim hiểu thêm](#)
- Đang đo luồng:** [Lượt xem trang](#) [Lượt cuộn](#) [Lượt nhấp vào đường liên kết ngoài](#) < 4 tính năng khác
- Sửa đổi sự kiện** [Sửa đổi các thông số và sự kiện sắp tới](#) [Tim hiểu thêm](#)
- Tạo sự kiện tự chính** [Tạo sự kiện mới từ sự kiện hiện có](#) [Tim hiểu thêm](#)
- Mã thông báo bí mật cho API Measurement Protocol** [Tạo một mã thông báo bí mật cho API để cho phép các sự kiện bổ sung được gửi tới luồng này thông qua Measurement Protocol. \[Tim hiểu thêm\]\(#\)](#)
- Loại bỏ dữ liệu** [Ngăn tính trạng dữ liệu cụ thể được gửi đến Google Analytics. \[Tim hiểu thêm\]\(#\)](#)

Thẻ Google

- Thiết lập chế độ cài đặt thẻ** [Định cấu hình cách hoạt động của thẻ Google, bao gồm cả liên kết trên nhiều miền và lưu lượng truy cập nội bộ. \[Tim hiểu thêm\]\(#\)](#)
- Quản lý thẻ trang web đã kết nối** [Tải các thẻ cho tài sản hoặc sản phẩm khác bằng cách sử dụng thẻ Google trên trang của luồng này. \[Tim hiểu thêm\]\(#\)](#)
- Xem hướng dẫn về thẻ** [Nhận hướng dẫn về cách triển khai thẻ Google cho luồng dữ liệu này. \[Tim hiểu thêm\]\(#\)](#) Không nhận được dữ liệu nào

- **Bước 9: Cài đặt thẻ Google cho trang web theo như hướng dẫn.**

X Hướng dẫn cài đặt

Cài đặt bằng một trình tạo trang web hoặc CMS

Cài đặt thủ công

WooCommerce plugin

- Sao chép mã thẻ**
- Thiết lập thẻ Google bằng WooCommerce**

Nếu bạn có **mã thẻ bắt đầu bằng "G-",** hãy làm theo các bước dưới đây để tích hợp tài khoản của bạn với Google Ads và Google Analytics.

Trước khi bắt đầu

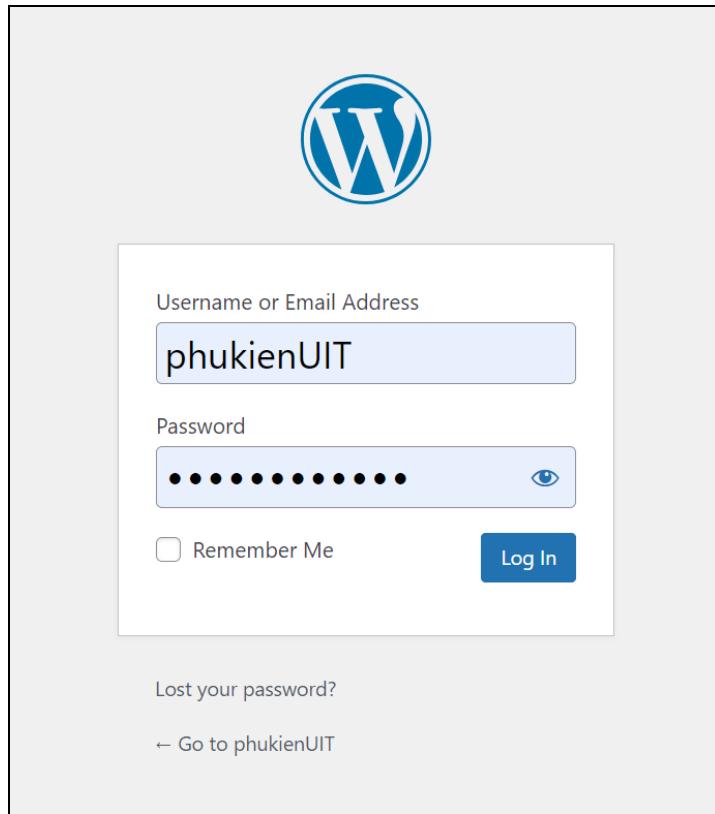
Bạn có thể tích hợp tài khoản Woo của mình với Google Ads hoặc Google Analytics mà không mất phí. Để tích hợp, bạn cần có:

- Mã thẻ Google
- Một tài khoản WooCommerce đang hoạt động

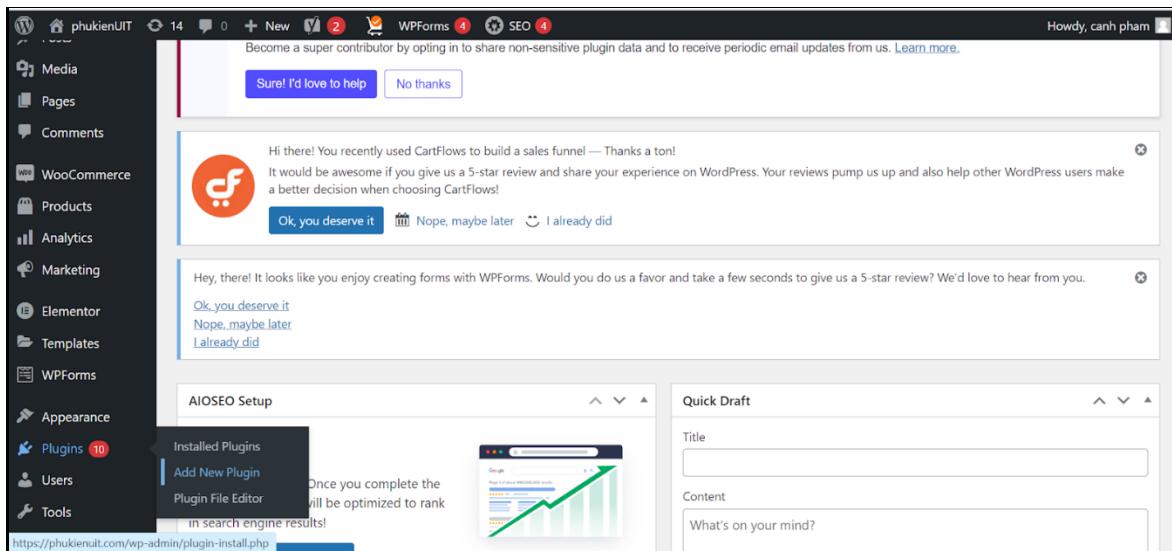
WooCommerce sử dụng trình hỗ trợ riêng cho Google Analytics (được cài đặt riêng biệt với phần cài đặt cơ sở). Hãy làm theo các bước ở bên dưới để cài đặt trình hỗ trợ này và thiết lập thẻ theo dõi.

Hướng dẫn

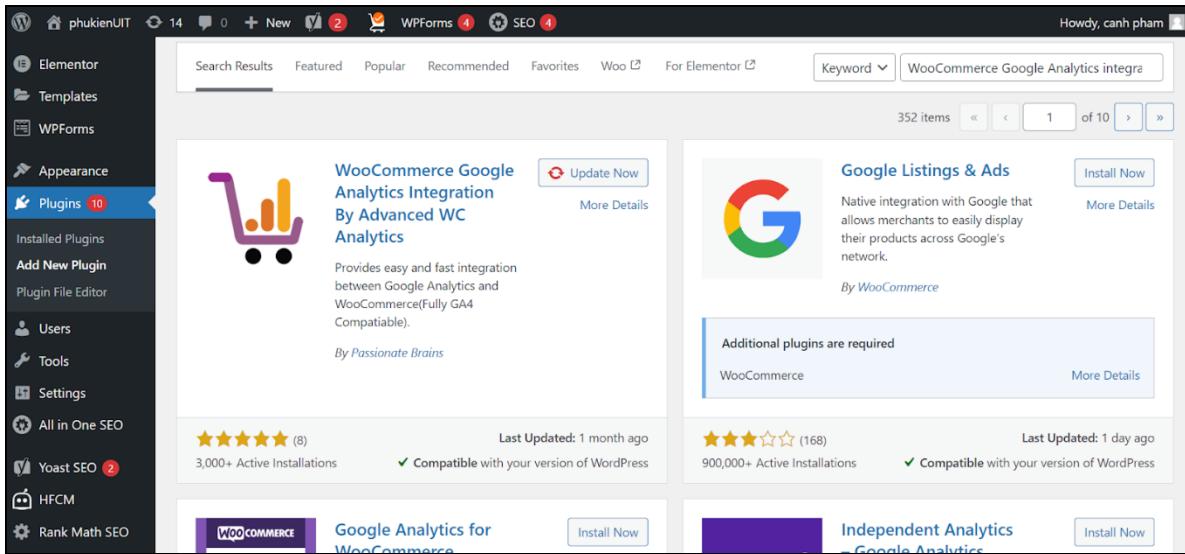
- **Bước 10: Đăng nhập vào trang quản trị của trang web.**



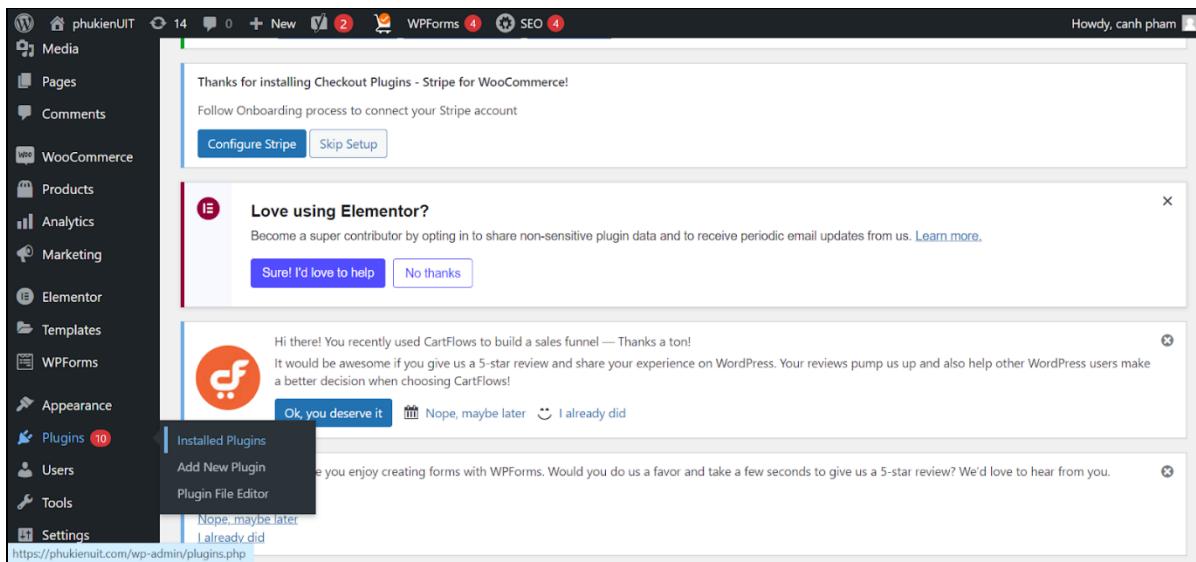
- Bước 11: Trên thanh công cụ bên trái, chọn mục “Plugins”, sau đó chọn “Add New Plugin”.



- Bước 12: Tìm kiếm plugin “WooCommerce Google Analytics Integration”, sau đó nhấn “Install Now”.



- Bước 13: Trên thanh công cụ bên trái, chọn mục “Plugins”, sau đó chọn “Installed Plugins”.



- Bước 14: Trỏ đến plugin “WooCommerce Google Analytics Integration” vừa tải và nhấn “Settings”. Dán mã thẻ Google đã cung cấp vào ô “Google Analytics Tracking ID” và chọn các “Tracking Options mong muốn”. Sau đó nhấn “Lưu thay đổi”.

WooCommerce Google Analytics Integration By Advanced WC Analytics Allows Google Analytics tracking code to be inserted into WooCommerce store pages and also helps to listen important events associated with WooCommerce Store.

[Settings](#) | [Upgrade](#) | [Opt Out](#) | [Deactivate](#)

Version 3.5.0 | By [Passionate Brains](#) | [View details](#)

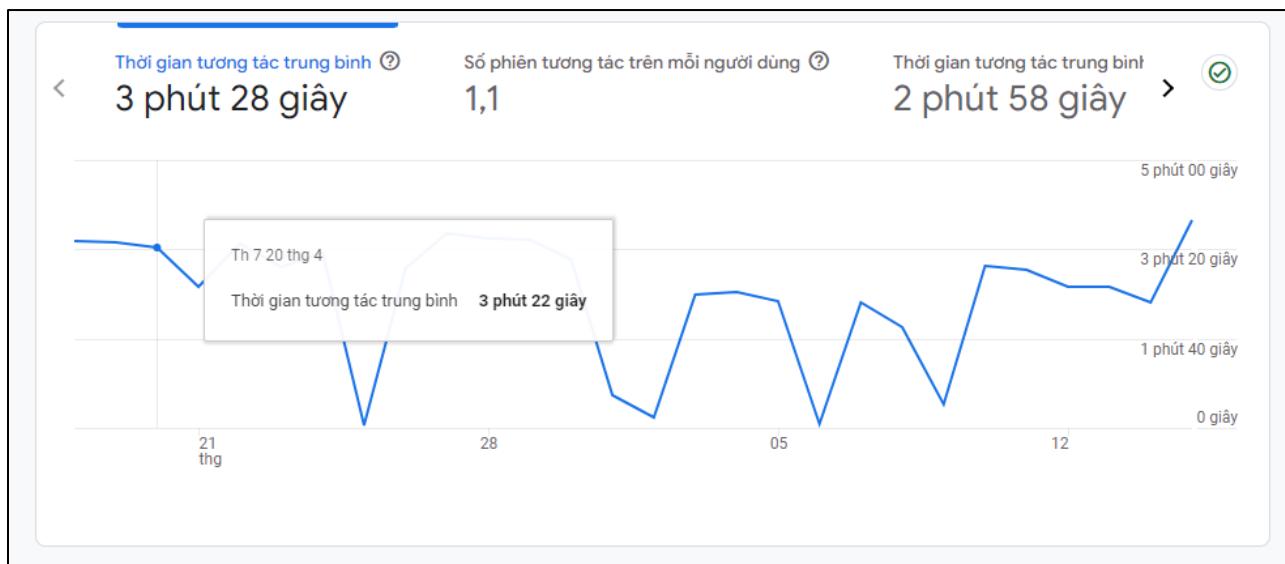
There is a new version of WooCommerce Google Analytics Integration By Advanced WC Analytics available. [View version 3.5.1 details](#) or [update now](#).

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

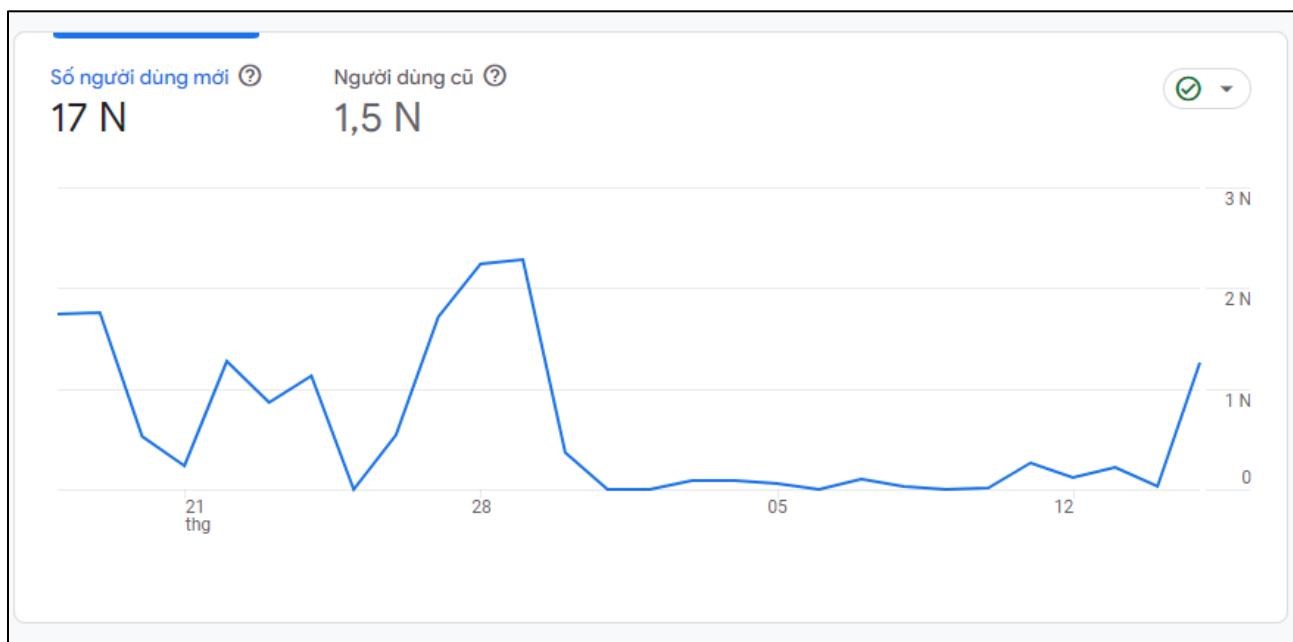
Google Analytics có vai trò quan trọng trong một dự án SEO vì nó cung cấp thông tin chi tiết và đáng tin cậy về lưu lượng truy cập và hiệu suất trang web.

Dưới đây là các ý nghĩa chính của Google Analytics trong dự án SEO của PhukienUIT:

- Đo lường hiệu quả: Google Analytics giúp PhukienUIT 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.

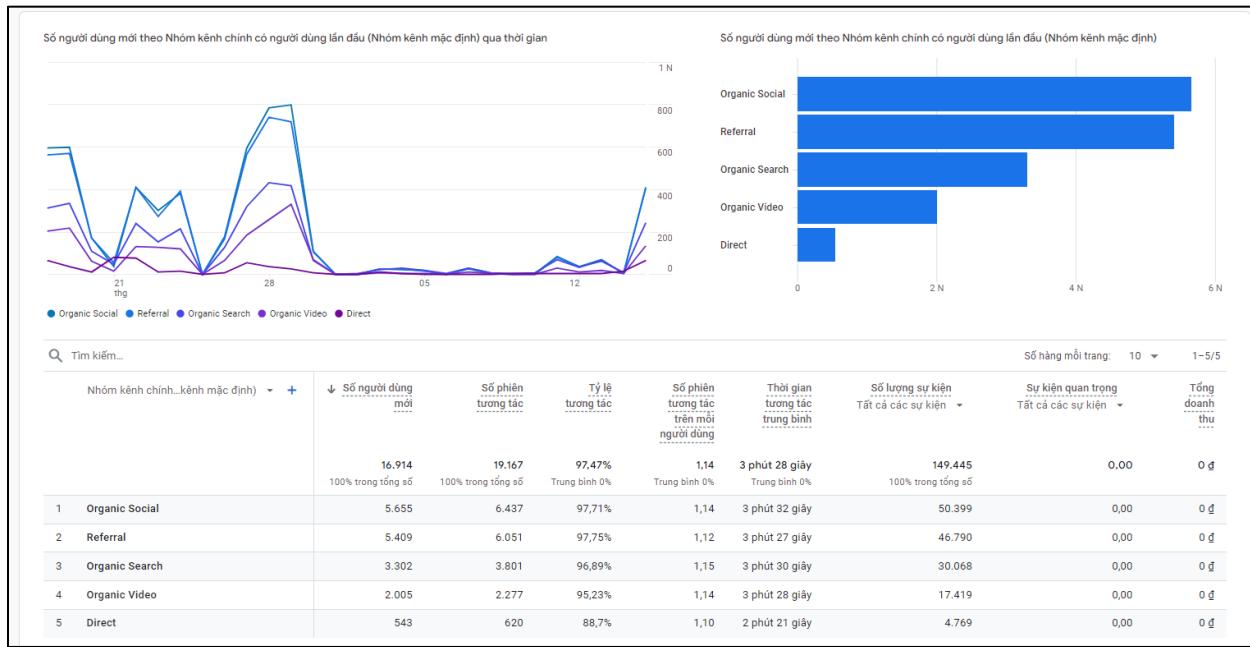


Hình 57: Thống kê thời gian tương tác trung bình của Google Analytics



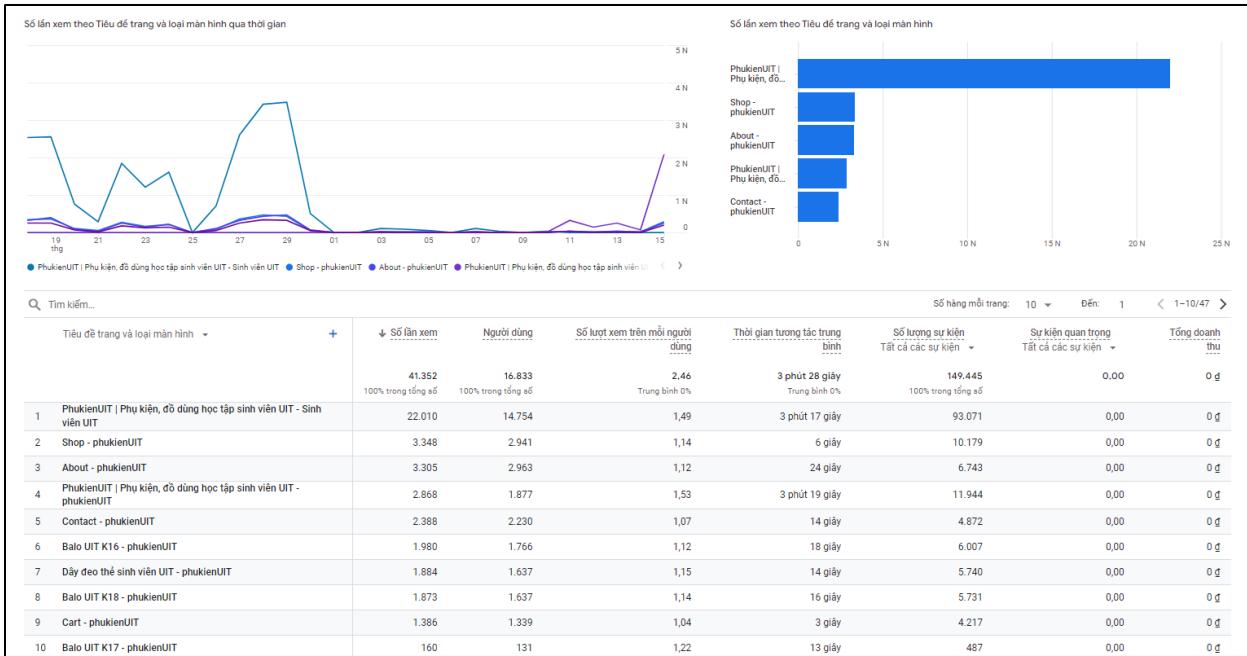
Hình 58: Tỷ lệ giữ chân khách hàng của Google Analytics

- 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.



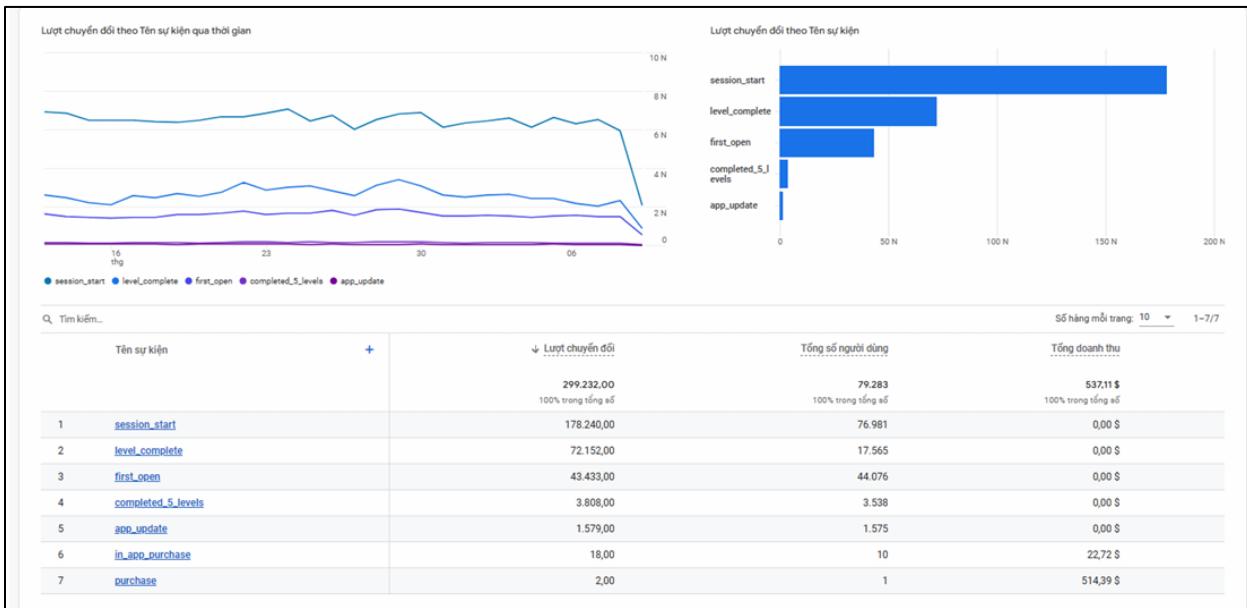
Hình 59: Theo dõi nguồn lưu lượng thông qua báo cáo Google Analytics cung cấp

- Phân tích trang đích và tối ưu hóa trang web: Bằng cách theo dõi dữ liệu trang đích, Phukien 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 60: Các trang đích được xem nhiều nhất theo báo cáo của Google Analytics

- Đánh giá hiệu quả chuyển đổi: Google Analytics cho phép PhukienUIT 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.



Hình 61: Đánh giá hiệu quả chuyển đổi của khách hàng theo thời gian của Google Analytics

3. Quản lý hệ thống liên kết (backlinks)

3.1. Ý nghĩa

Quản lý backlinks là một phần không thể thiếu và vô cùng quan trọng trong mọi chiến dịch SEO. 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 những ý nghĩa chính và chi tiết hơn về vai trò của việc quản lý backlinks trong dự án SEO:

- Cải Thiện Thứ Hạng Tìm Kiếm
 - Backlinks chất lượng từ các trang web uy tín và có liên quan là một yếu tố then chốt giúp cải thiện thứ hạng của trang web trên các kết quả tìm kiếm. Các công cụ tìm kiếm như Google coi backlinks như một phiếu bầu tín nhiệm, phản ánh độ tin cậy và chất lượng của trang web. Khi một trang web được nhiều trang uy tín liên kết đến, nó chứng tỏ rằng nội dung của trang đó có giá trị và đáng tin cậy, từ đó giúp trang web đạt được thứ hạng cao hơn trên các kết quả tìm kiếm.
- Xây Dựng Độ Uy Tín
 - Khi trang web có nhiều backlinks từ các trang web chất lượng cao và uy tín, nó sẽ được các công cụ tìm kiếm và người dùng coi là đáng tin cậy và uy tín hơn. Độ uy tín này không chỉ giúp cải thiện thứ hạng tìm kiếm mà còn tạo dựng niềm tin với người dùng. Một trang web được nhiều nguồn uy tín liên kết đến thường được xem như một nguồn thông tin chất lượng và có giá trị, từ đó thu hút được nhiều
- Tăng Lưu Lượng Truy Cập
 - Backlinks không chỉ giúp cải thiện thứ hạng tìm kiếm mà còn có thể trực tiếp tăng lưu lượng truy cập đến trang web. Khi một trang web có liên kết từ các trang web khác, nó có thể thu hút người dùng từ những trang đó truy cập vào trang của mình. Điều này không chỉ tăng lượng truy cập mà còn mở rộng phạm vi tiếp cận đối tượng khách hàng tiềm năng, tạo ra nhiều cơ hội kinh doanh và tương tác hơn.
- 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 trong việc trao đổi backlinks, các bên liên quan có thể tạo ra những liên kết có lợi cho cả hai bên. Những mối quan hệ này không chỉ giúp tăng cường mạng lưới liên kết mà còn có thể dẫn đến nhiều cơ hội hợp tác khác trong tương lai, như viết bài khách, chia sẻ nội dung, và các chiến dịch quảng cáo chéo.
- Kiểm Soát Chất Lượng
 - Quản lý backlinks giúp kiểm soát chất lượng của các liên kết trả về trang web. Việc theo dõi và đánh giá các backlinks thường xuyên giúp phát hiện và loại bỏ các liên kết không mong muốn hoặc có nguồn gốc không rõ ràng. Điều này giúp duy trì sự chất lượng và uy tín của trang web, tránh bị phạt bởi các công cụ tìm kiếm do các liên kết không chất lượng hoặc spam. Một hồ sơ liên kết sạch và chất lượng cao là yếu tố quan trọng để duy trì và cải thiện thứ hạng tìm kiếm lâu dài.
- Phát Hiện Và Khắc Phục Liên Kết Hỗng
 - Quản lý backlinks cũng bao gồm việc phát hiện và khắc phục các liên kết hỏng hoặc không còn tồn tại. Các liên kết hỏng không chỉ ảnh hưởng đến trải nghiệm người dùng mà còn có thể gây hại cho SEO của trang web. Bằng cách thường xuyên kiểm tra và sửa chữa các liên kết hỏng, doanh nghiệp có thể duy trì một hệ thống liên kết hiệu quả và thân thiện với người dùng cũng như công cụ tìm kiếm.
- Phân Tích Cạnh Tranh
 - Quản lý backlinks cũng bao gồm việc phân tích các chiến lược liên kết của đối thủ cạnh tranh. Bằng cách hiểu rõ những nguồn backlinks mà đối thủ sử dụng, doanh nghiệp có thể khám phá ra những cơ hội mới để xây dựng liên kết và cải thiện chiến lược SEO của mình. Việc này không chỉ giúp trang web vượt qua đối thủ mà còn tạo ra một nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững.

- Tối Ưu Hóa Chiến Lược Nội Dung
 - Quản lý backlinks cung cấp những thông tin quý giá về những loại nội dung nào đang thu hút nhiều liên kết nhất. Bằng cách phân tích các trang web và bài viết nhận được nhiều backlinks, doanh nghiệp có thể điều chỉnh chiến lược nội dung của mình để tạo ra nhiều nội dung hấp dẫn và có giá trị hơn, từ đó thu hút thêm nhiều liên kết chất lượng.

Quản lý backlinks trong chiến dịch SEO là một yếu tố chiến lược quan trọng, ảnh hưởng sâu sắc đến khả năng cạnh tranh và thành công của trang web trên các công cụ tìm kiếm. Bằng cách duy trì một hồ sơ backlinks chất lượng, doanh nghiệp không chỉ cải thiện thứ hạng tìm kiếm mà còn xây dựng được độ uy tín, tăng lưu lượng truy cập và tạo dựng mối quan hệ lâu dài với các đối tác và khách hàng. Việc quản lý tốt backlinks giúp trang web phát triển bền vững và đạt được những mục tiêu kinh doanh dài hạn.

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

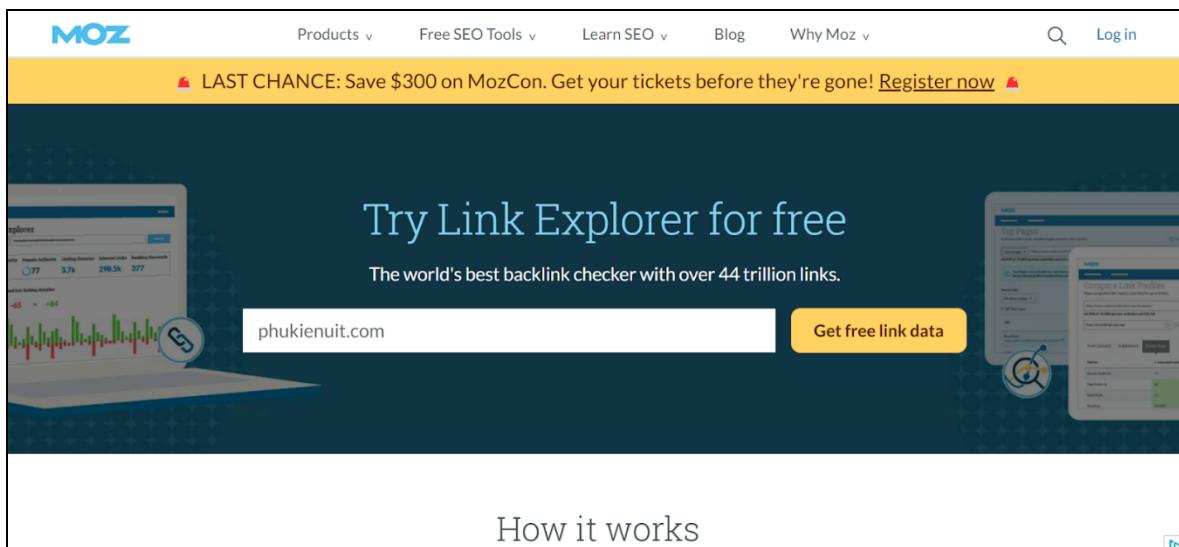
3.2.1. Link Explorer

a. Giới thiệu Link Explorer

Moz Link Explorer là một công cụ phân tích liên kết (link analysis) do Moz cung cấp, giúp bạn kiểm tra và phân tích hồ sơ liên kết của một trang web. Đây là một phần của bộ công cụ SEO của Moz, cung cấp thông tin chi tiết về các liên kết đến (backlinks) và liên kết ra (outbound links) của một trang web.

b. Đăng ký Link Explorer cho phukienuit.com

- Bước 1: Truy cập vào đường link <https://moz.com/link-explorer>.
- Bước 2: Nhập thông tin domain, sau đó nhấn “Get free link data”.



How it works

- Bước 3: Đăng ký tài khoản để sử dụng Link Explorer.

A modal window titled "Create an account for free access". It states "10 link queries and 50 rows of data per query every month." The form fields include:

- Email: dphgiang101@gmail.com
- Display name: phukienuIT
- Password: (redacted)
- Show password link: Show
- Company Information section:
 - Company Industry: eCommerce and Retail

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

The screenshot shows the Moz Local Overview page for the domain `phukienuit.com`. Key metrics displayed are:

- Domain Authority:** 1
- Linking Domains:** 1
- Inbound Links:** 1
- Ranking Keywords:** 0

Below these metrics, there's a section for **Quick Downloads** with links to export CSV files for All Links, Follow Links, Linking Domains, Follow Linking Domains, Top Pages, and Top Pages.

Hình 62: Gia diện của Link Explorer

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

- Theo dõi sự phát triển của liên kết: Link Explorer cho phép người quản trị của PhukienUIT theo dõi và ghi nhận các liên kết mới đến `phukienuit.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 `phukienuit.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 `phukienuit.com`.
- Phân tích cơ cấu liên kết: Link Explorer cung cấp thông tin về cách các trang web khác liên kết đến `phukienuit.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 `phukienuit.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 PhukienUIT 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.

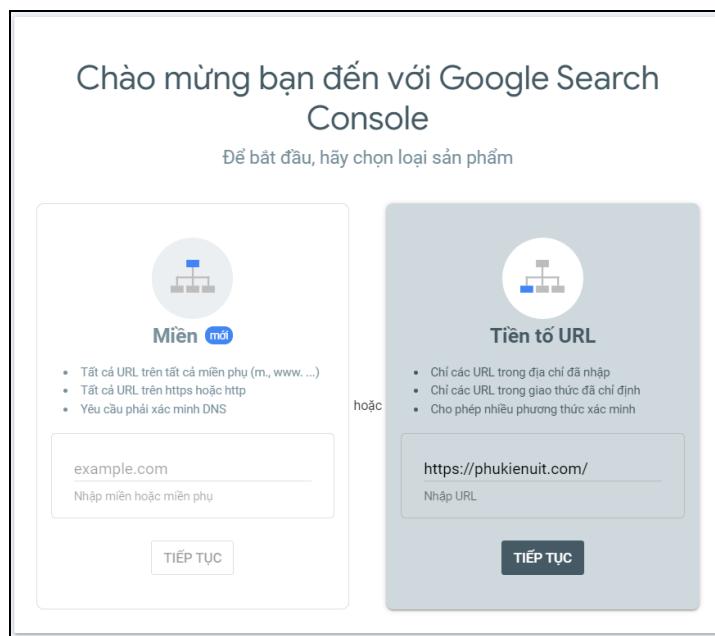
3.2.2. Google Search Console

a. Giới thiệu Google Search Console

Google Search Console là một dịch vụ miễn phí mà Google cung cấp để giúp bạn theo dõi, duy trì và khắc phục sự cố liên quan đến sự hiện diện của trang web của mình trong kết quả tìm kiếm trên Google. Bạn không cần phải đăng ký Search Console để trang web của bạn hiển thị trong kết quả tìm kiếm của Google, nhưng Search Console giúp bạn hiểu và cải thiện cách Google xem trang của bạn.

b. Đăng ký Google Search Console cho phukienuit.com

- Bước 1: Truy cập vào đường link <https://search.google.com/search-console/>.
- Bước 2: Đăng nhập bằng tài khoản Google.
- Bước 3: Nhập URL trang web của bạn ở mục “Tiền tố URL”



Hình 63: Nhập URL của trang web

- Bước 4: Kéo đến phần “Các phương thức xác minh khác”, chọn “Thẻ HTML”. Sau đó sao chép thẻ <meta name> mà Google cung cấp.

The screenshot shows the Google Search Console interface for verifying ownership of the domain <https://phukienuit.com/>.

Top Panel:

- Xác minh quyền sở hữu:** https://phukienuit.com/
- Phương thức xác minh khuyên dùng:** Tệp HTML
- Tệp HTML:** Tải tệp HTML lên trang web của bạn
- Instructions:**
 - Tải tệp xuống: [google3ac7589c82e5d026.html](#)
 - Tải lên: <https://phukienuit.com/>

Để duy trì trạng thái xác minh, không xóa tệp ngay cả sau khi xác minh thành công.

[Toàn bộ thông tin chi tiết](#)
- XÁC MINH** button

Bottom Panel:

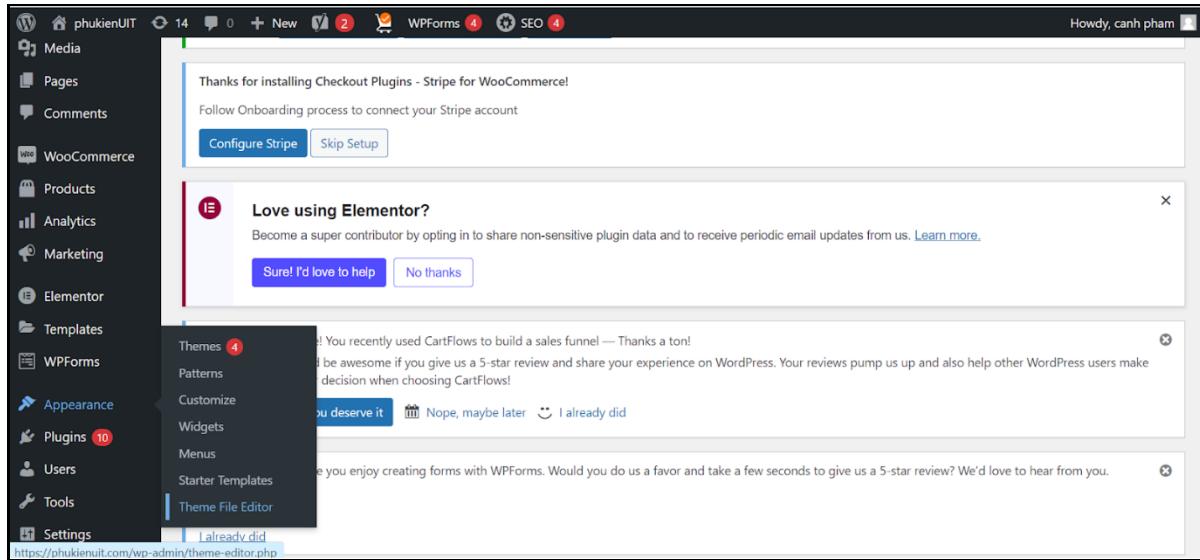
- Các phương thức xác minh khác:** Thẻ HTML
- Thẻ HTML:** Thêm thẻ meta vào trang chủ trang web của bạn
- Instructions:**
 - Sao chép** thẻ meta bên dưới và dán vào trang chủ trên trang web của bạn. Thẻ phải nằm trong phần <head>, trước phần <body>.
 - Nhấp vào nút **Xác minh** ở dưới.

Để duy trì trạng thái được xác minh, không xóa thẻ meta, ngay cả sau khi xác minh thành công.

[Toàn bộ thông tin chi tiết](#)
- XÁC MINH** button
- Google Analytics:** Sử dụng tài khoản Google Analytics của bạn
- XÓA SẢN PHẨM XONG** buttons

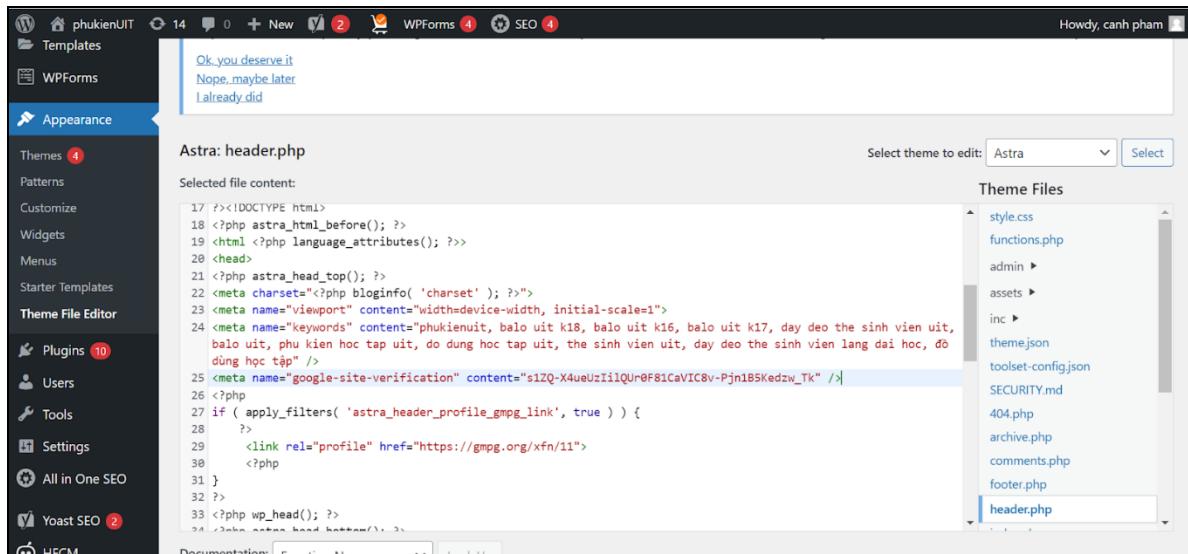
Hình 64: Google Search Console yêu cầu xác nhận quyền sở hữu

- Bước 5: Đăng nhập vào trang quản trị của trang web bạn. Trên thanh công cụ phía bên trái, ở mục “Appearance” chọn “Theme File Editor”.



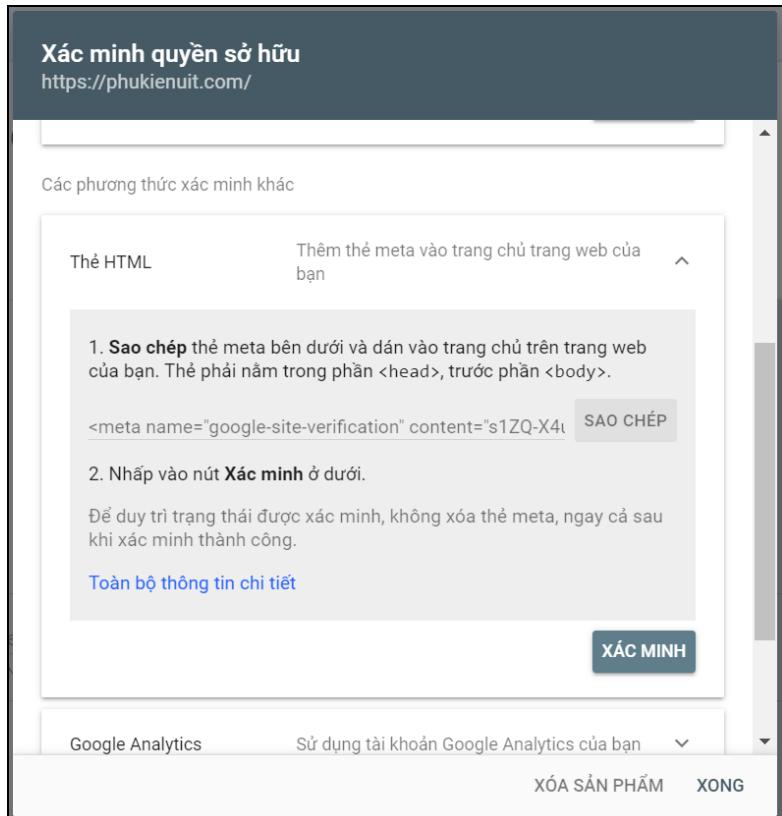
Hình 65: Đăng nhập vào wordpress

- Bước 6: Ở mục “Theme Files” chọn “header.php”, sau đó dán thẻ <meta name> vừa sao chép vào trong thẻ <head>, cuối cùng nhấn “Update file”.



Hình 66: Dán thẻ meta name vào head

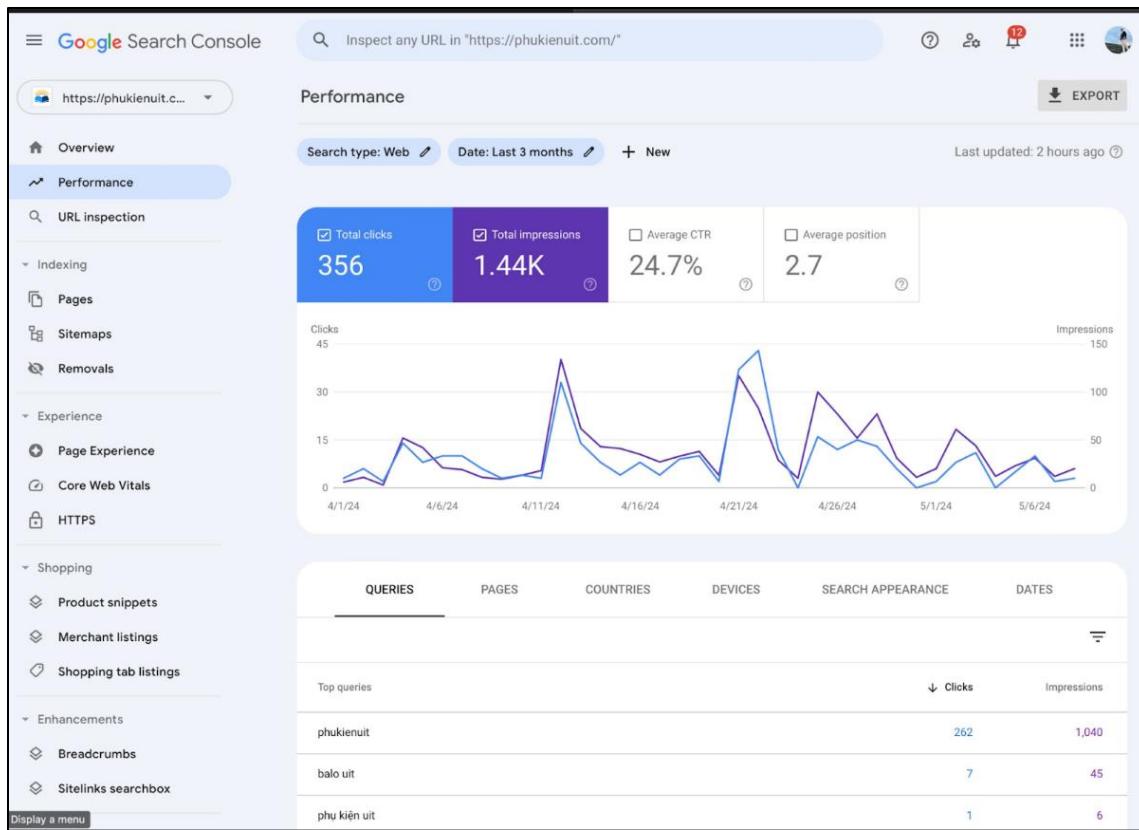
- Bước 7: Nhấn “Xác minh” trong Google Search Console.



Hình 67: Hoàn tất tạo GG Search Console

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

- Kiểm tra và cải thiện hiển thị trang web trên kết quả tìm kiếm: Google Search Console cho phép theo dõi các trang web phukienuit.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 68: 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 phukienuit.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.

QUERIES	PAGES	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE	DATES
<hr/>					
Top queries				↓ Clicks	Impressions
phukienuit				262	1,040
balo uit				7	45
phu kiện uit				1	6
dây đeo thẻ sinh viên đẹp				0	16
thẻ sinh viên uit				0	2
logo uit				0	2
dây đeo thẻ sinh viên				0	1

Hình 69: 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 70: Công cụ gửi thông báo về lỗi xuất hiện trên trang web

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

Sơ đồ trang web

Thêm sơ đồ trang web mới

https://phukienuit.com/ Nhập URL sơ đồ trang web

Các sơ đồ trang web đã gửi

Sơ đồ trang web	Loại	Đã gửi	Lần đọc cuối cùng	Trạng thái	Các trang đã được khám p
/sitemap_index.xml	Chỉ mục sơ đồ trang web	26 thg 4, 2024	12 thg 5, 2024	Thành công	

Số hàng mỗi trang: 10 1-1/1 < >

Sơ đồ trang web	Loại	Đã gửi	Lần đọc cuối cùng	Trạng thái	Các trang đã được khám p
/sitemap_index.xml	Chỉ mục sơ đồ trang web	26 thg 4, 2024	12 thg 5, 2024	Thành công	

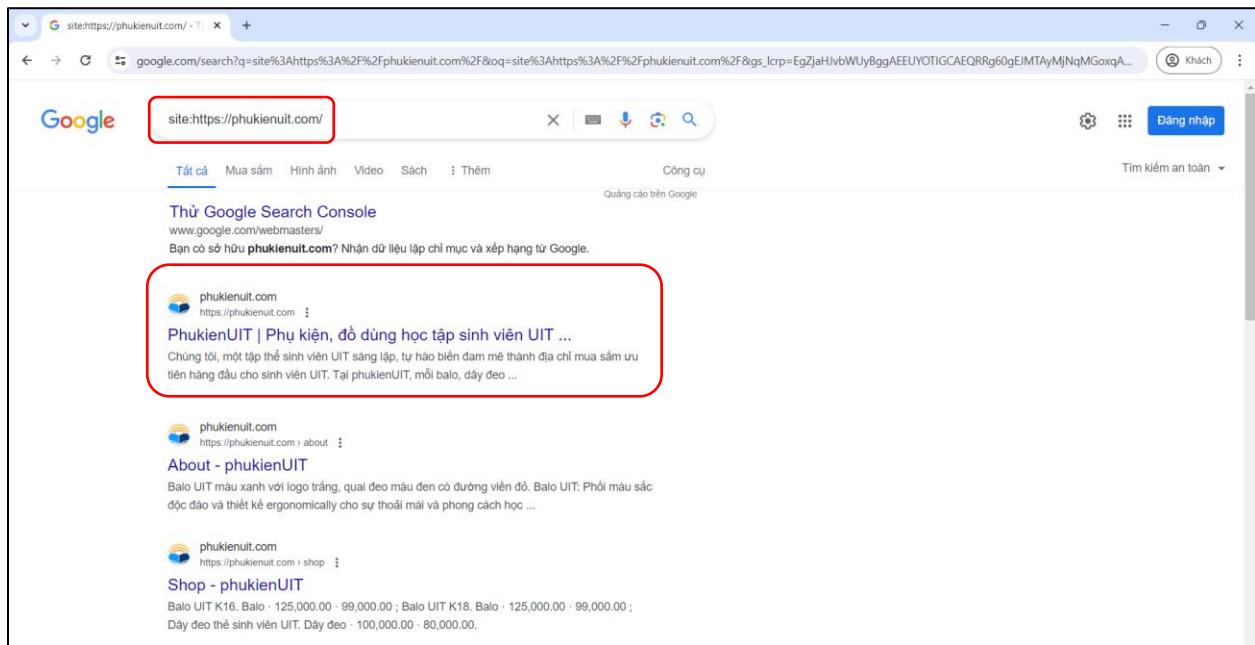
Hình 71: Google Search Console cho phép thêm sơ đồ trang web

CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ SEO THỰC NGHIỆM

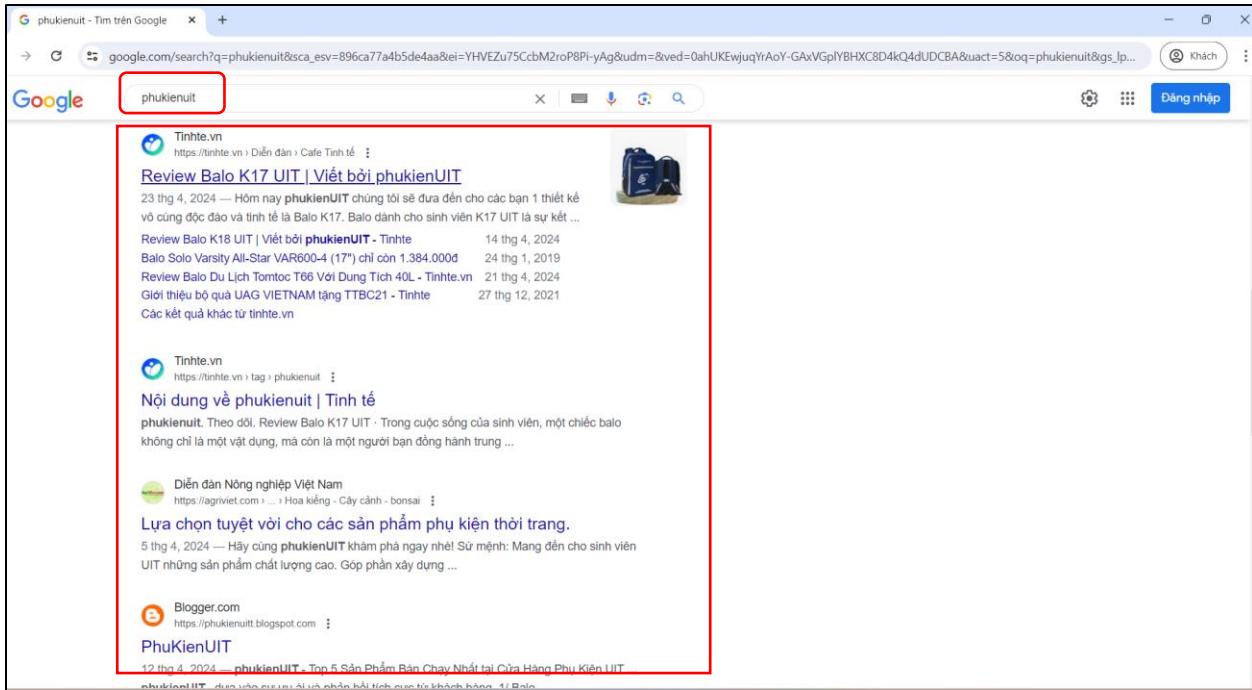
Sau 03 tháng triển khai các hoạt động SEO trên website PhukienUIT (<https://phukienuit.com>), nhóm đã định vị thứ hạng tìm kiếm của website trên trang tìm kiếm Google Search và thu được những kết quả nhất định. Và những kết quả này được thể hiện thông qua các công cụ như: Google My Business, Google Analytics và Google Search Console.

Kết quả được ghi nhận vào ngày 15/5/2024

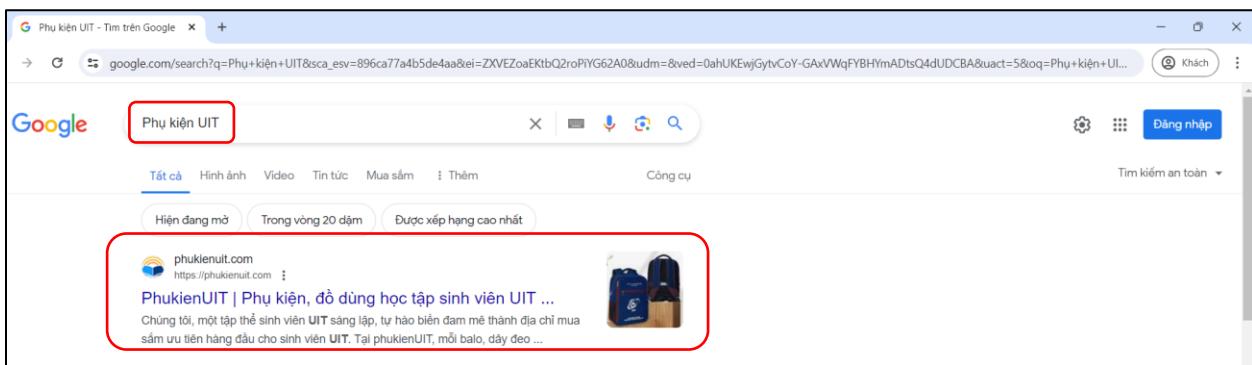
- **Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Search**



Hình 72: Trang web PhukienUIT được lập chỉ mục và xuất hiện trên kết quả tìm kiếm của Google



Hình 73: Một số bài viết của PhukienUIT



Google search results for "balo k18" showing image results and a review from TinhTe.vn.

Hình ảnh

Review Balo K18 UIT | Viết bởi phukienUIT

14 thg 4, 2024 — Balo dành cho sinh viên K18 UIT là biểu tượng của sự tự tin và quyết đoán trong hành trình học tập và phát triển cá nhân.

Review Balo K17 UIT | Viết bởi phukienUIT - TinhTe.vn 23 thg 4, 2024

Review Balo Du Lịch Tomtoc T66 Või Dung Tích 40L - TinhTe.vn 21 thg 4, 2024

Google search results for "balo k18" showing a product listing from phukienuit.com.

phukienuit.com

balo uit k18 - phukienUIT

balo uit k18 — Balo UIT màu xanh với logo logo, mặt trước màu đen có đường viền đỏ Sale!

Add to cart. Rated 0 out of 5. Balo UIT K18. Balo ₫125,000.00 ₫ ...

Google search results for "dây đeo khoa mạng" showing video results.

Video

Review về dây đeo Khoa Mạng của UIT

2

[NC UNIFORM] - ÁO KHOA MẠNG MÁY TÍNH VÀ TRUYỀN ...

Chào đón Tân sinh viên UIT - K16 | Khoa Mạng máy tính và ...

G - dây đeo thẻ uit - Tim trên Google

← → G google.com/search?q=dây+đeo+thẻ+uit&scs_esv=0004a85f2004c9bf&ei=kHtEZofah9LA0-kPdSjLyAU&udm=&ved=0ahUKEwiH4sezp4-GAxVS4DQHHQqAikQ4dUDCBA&uact=5&oq=dây+đeo+th...

Khách Đăng nhập

Google

dây đeo thẻ uit

Tất cả Hình ảnh Video Tin tức Mua sắm Thêm Công cụ

Hiện đang mở Được xếp hạng cao nhất Đặt lịch hẹn trực tuyến

Facebook https://www.facebook.com/store.uit/posts/dây-deo-th...

UIT STORE - DÂY ĐEO THẺ SINH VIÊN UIT PHIÊN BẢN MỚI

4 thg 12, 2019 — **DÂY ĐEO THẺ SINH VIÊN UIT PHIÊN BẢN MỚI GIÁ 30.000 VND/ DÂY.** LIÊN HỆ VĂN PHÒNG ĐOÀN TRƯỜNG (D101) ĐỂ SỞ HỮU NGAY DÂY ĐEO XIN SƠ NHÈ.

phukienuit.com https://phukienuit.com/Shop

Dây đeo thẻ sinh viên UIT - phukienUIT 2

Dây đeo thẻ sinh viên UIT từ phukienUIT là sự pha trộn hoàn hảo giữa phong cách và chức năng, dành riêng cho cộng đồng sinh viên của Trường Đại Học Công ...

G - dây đeo thẻ uit - Tim trên Google

← → G google.com/search?q=dây+đeo+thẻ+uit&scs_esv=0004a85f2004c9bf&ei=kHtEZofah9LA0-kPdSjLyAU&udm=&ved=0ahUKEwiH4sezp4-GAxVS4DQHHQqAikQ4dUDCBA&uact=5&oq=dây+đeo+th...

Khách Đăng nhập

Google

dây đeo thẻ uit

Tất cả Hình ảnh Video Tin tức Mua sắm Thêm Công cụ

12 thg 4, 2024 — **DÂY ĐEO THẺ:** 35.000đ. - MỦ LƯỚI TRAI: 100.000đ. - BALO branding UIT: 490.000đ (số lượng có hạn). - Địa điểm: Mua trực tiếp tại văn phòng Đoàn ...

Facebook https://www.facebook.com/.../UIT STORE

UIT STORE

giang cúc chất nào các bạn ơi. Áo UIT có cổ: 150k Balo UIT: 600k Nón UIT: 100k Dây đeo UIT: 35k ... Dây đeo UIT: 35k ... **Dây đeo thẻ** (bản lớn,mẫu 2021): ... ★★★★★ Xếp hạng: 5 - 1 phiếu bầu

YouTube https://www.youtube.com/watch

Review về dây đeo Khoa Mạng của UIT 8

Chào mừng các bạn đến với "PhukienUIT – Nơi mua sắm phụ kiện chất lượng cho sinh viên UIT". PhukienUIT nơi bạn có thể tìm thấy những phụ...

G - Review dây đeo uit - Tim trên Google

← → G google.com/search?q=Review+dây+đeo+uit&scs_esv=0004a85f2004c9bf&ei=wHtEZueIAdPl2roPhcO8kAo&udm=&ved=0ahUKEwjn6ZrKp4-GAxXTpVYBHUhD6IQ4dUDCBA&uact=5&oq=Review...

Khách Đăng nhập

Google

Review dây đeo uit

Tất cả Hình ảnh Video Mua sắm Tin tức Thêm Công cụ

Video

Review về dây đeo Khoa Mạng của UIT

YouTube · PhukienUIT 1 tháng trước

REVIEW DÂY ĐEO DO NHIP TIM WAHO TICKR FIT CHO ...

Facebook · Actiup.net - Be Active. Health Up 11 thg 9, 2022

UIT - Trường Đại học của Trí thức & Tuổi trẻ

YouTube · UIT Channel 5 thg 1, 2023

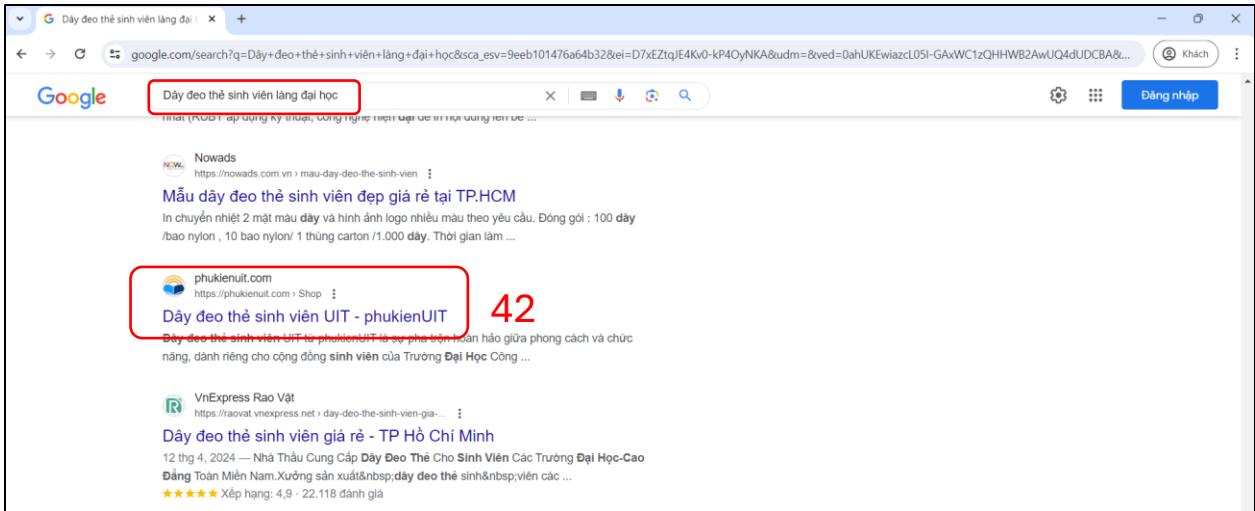
Review dây đeo máy ảnh Peak Design Slide (Phiên bản ...)

YouTube · 50mm Vietnam 21 thg 12, 2016

Xem tất cả →

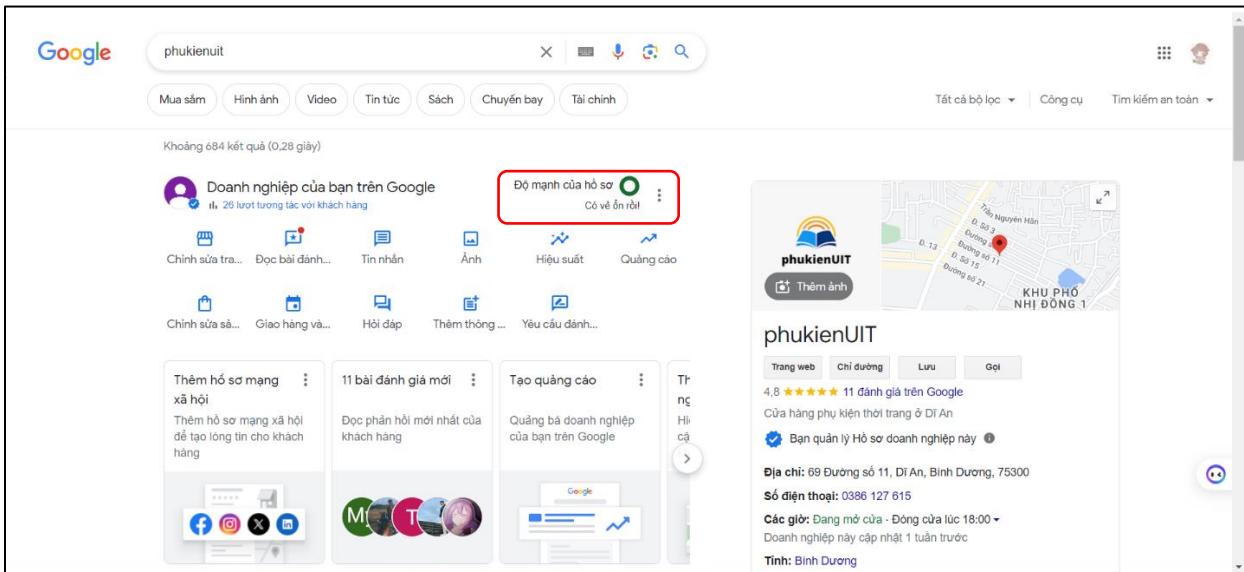
phukienuit.com https://phukienuit.com/Shop

Dây đeo thẻ sinh viên UIT - nhukienUIT

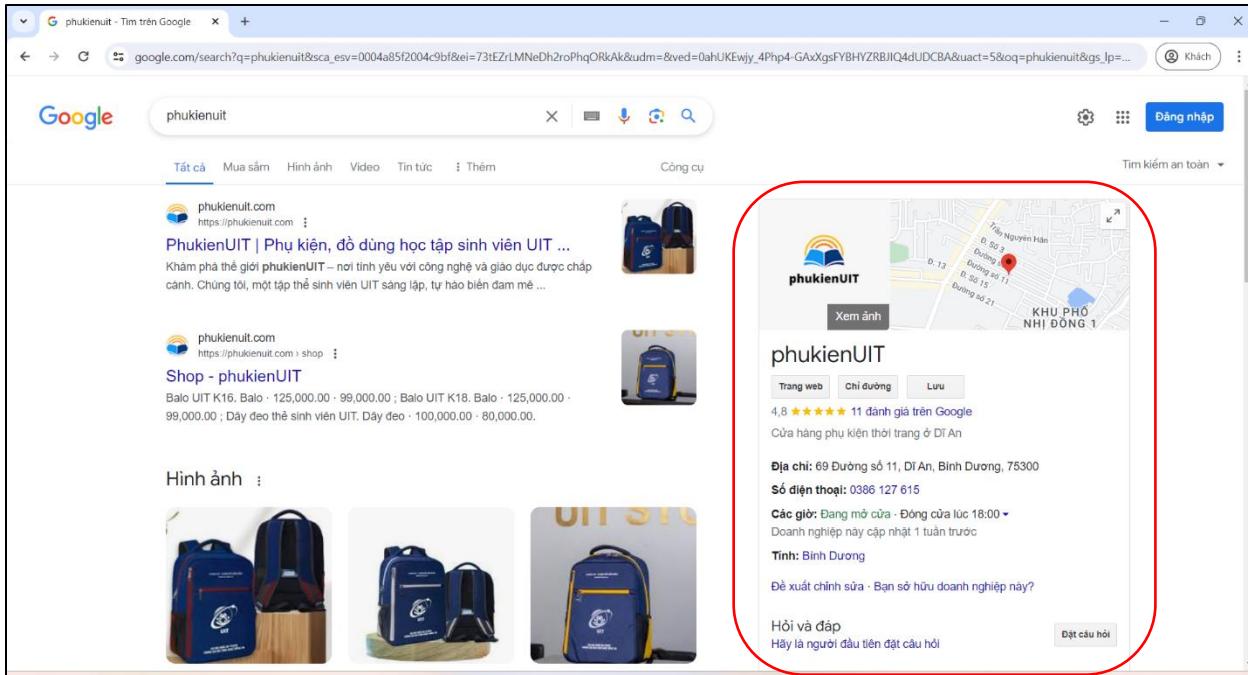


Hình 74: Một số hình ảnh tìm kiếm từ khóa trên gg search

- Kết quả SEO thực nghiệm trên Google My Business

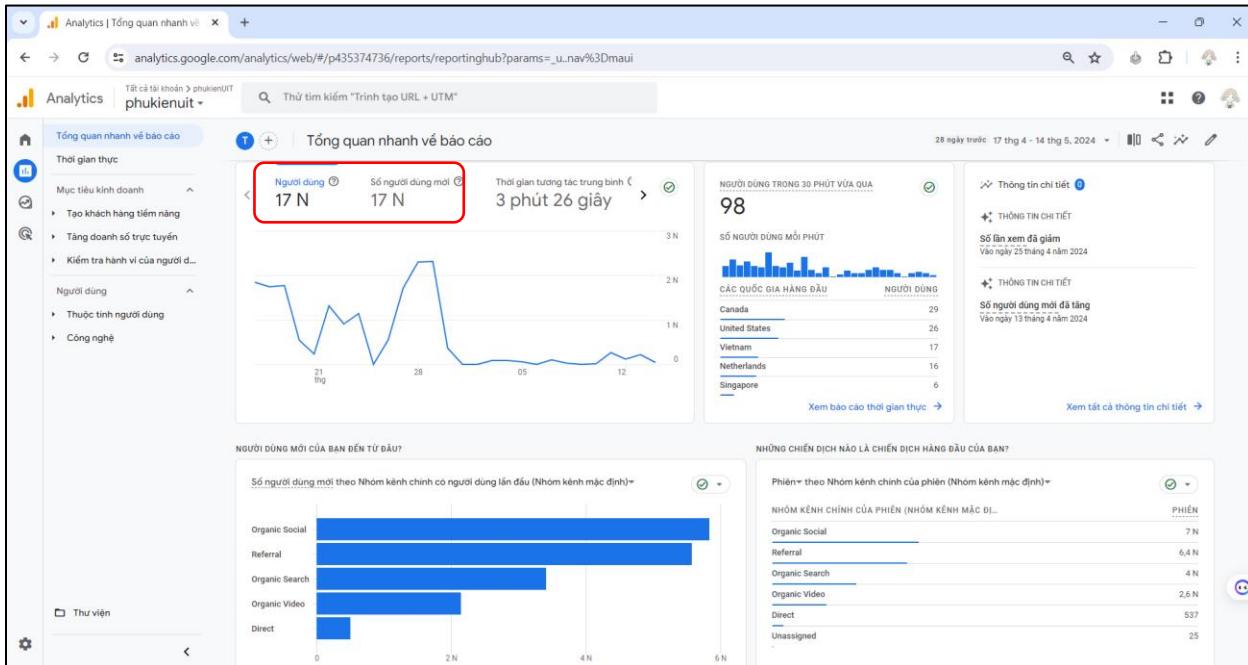


Hình 75: Hoàn chỉnh hồ sơ và nhận dạng thương hiệu trên top 1 của trang tìm kiếm

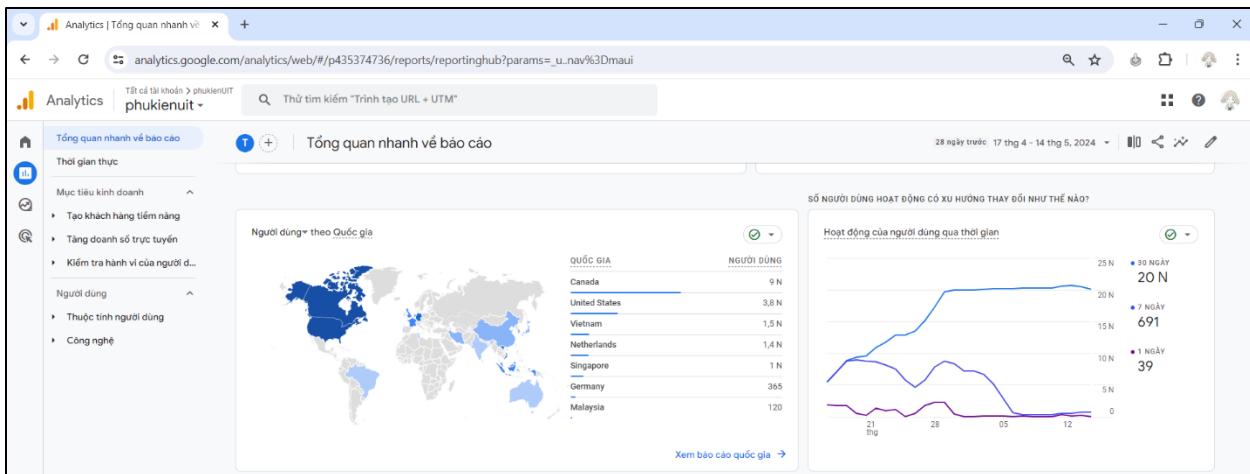


Hình 76: GG Business hiện lên khi search PhukienUIT

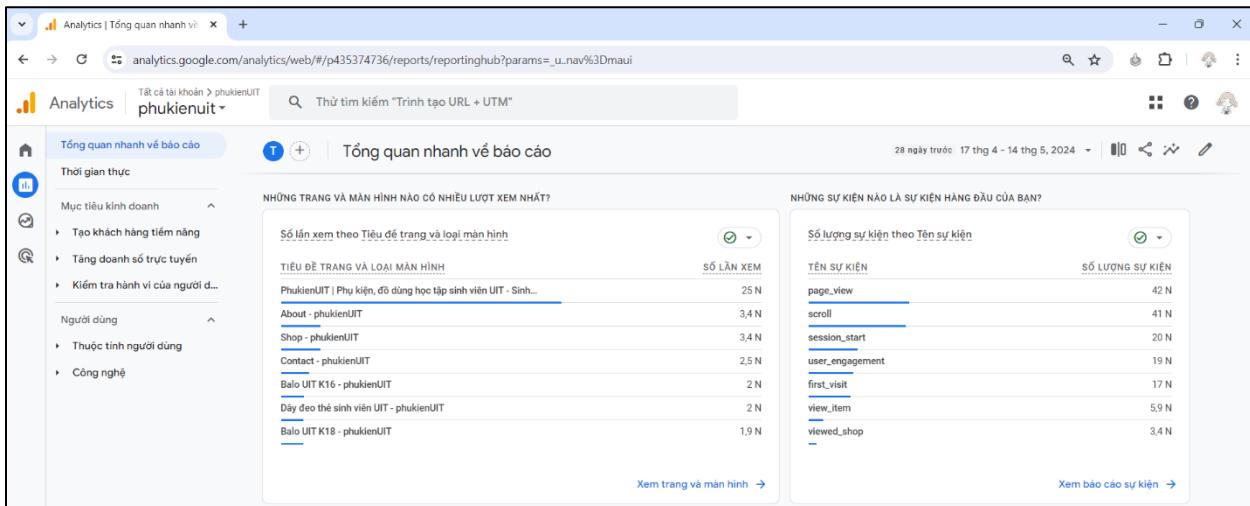
• Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Analytics



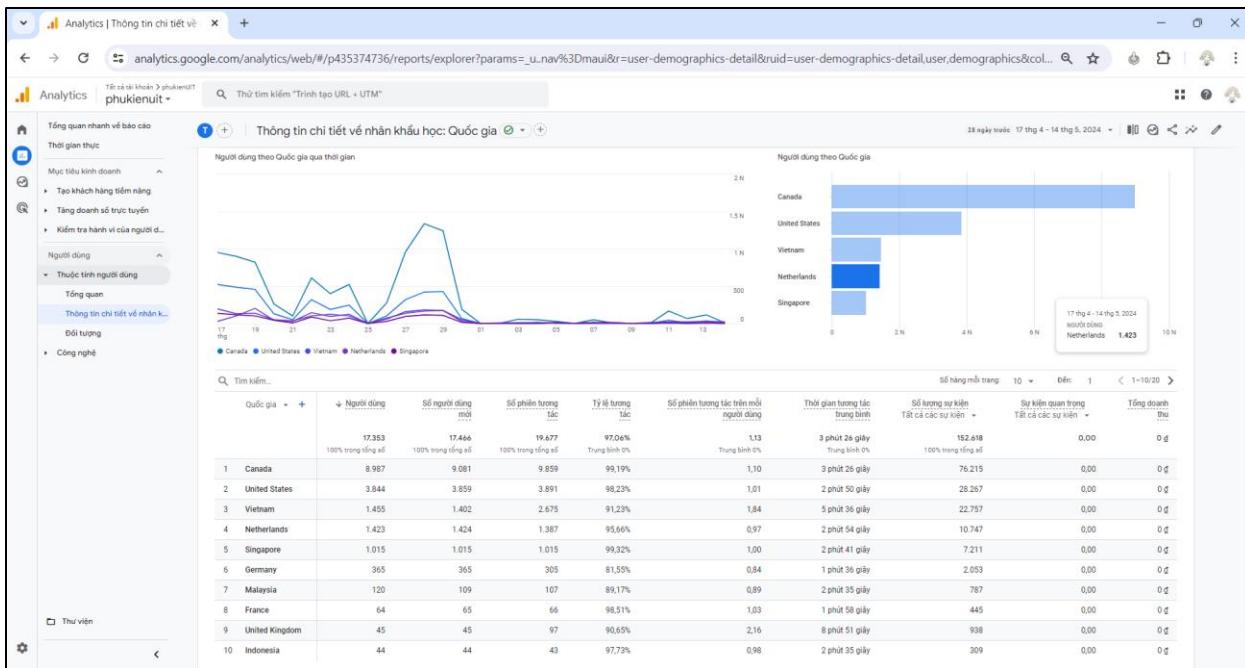
Hình 77: Báo cáo tổng quan về lưu lượng và phương thức truy cập của số lượng người dùng



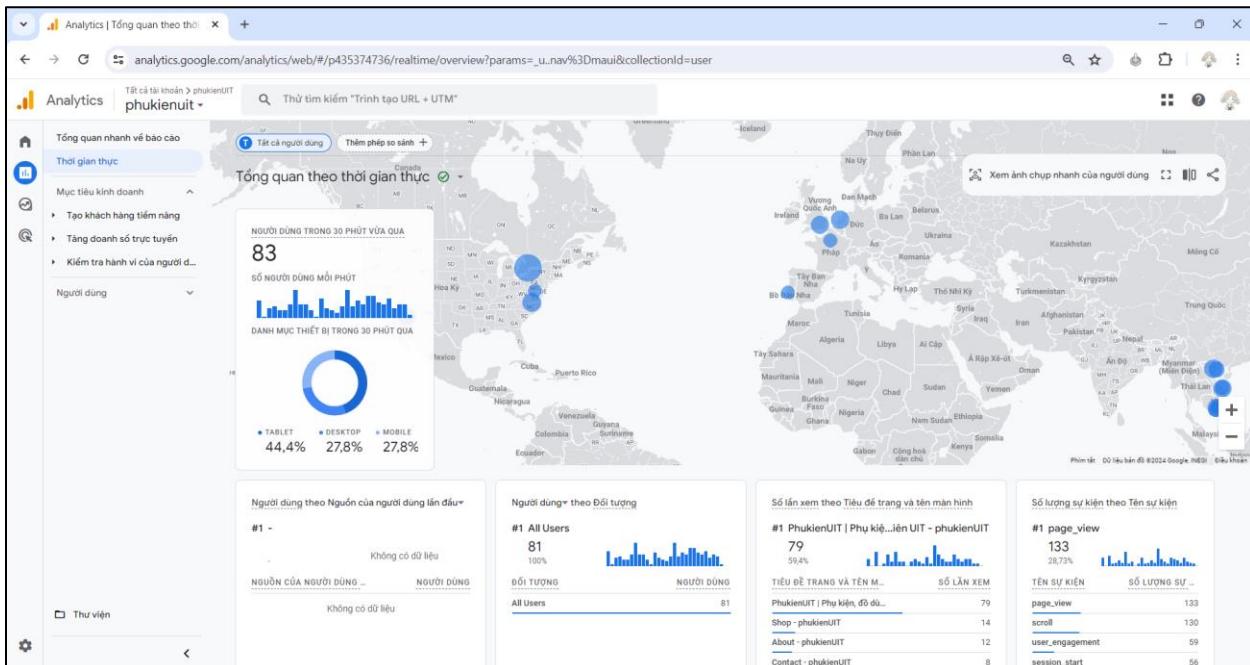
Hình 78: Báo cáo tổng quan về vị trí, hoạt động truy cập của người dùng



Hình 79: Các trang nội dung tiếp cận và hành vi người dùng trên trang web PhukienUIT

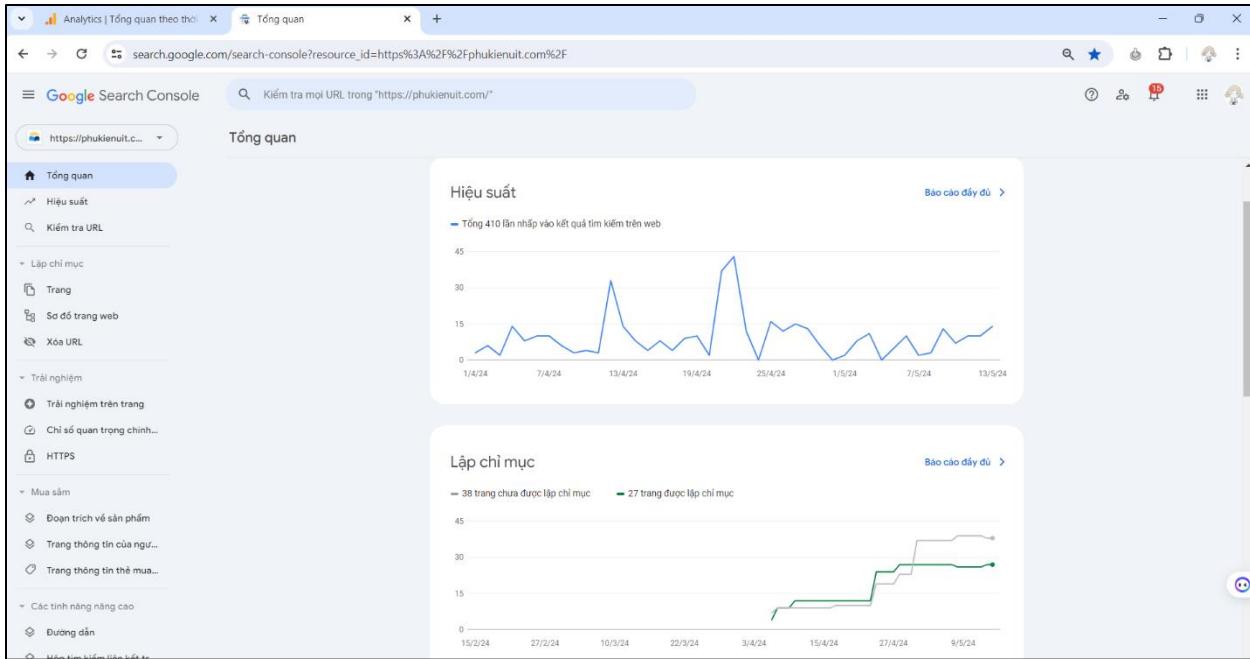


Hình 80: Báo cáo chi tiết về thuộc tính người dùng khi truy cập trang web

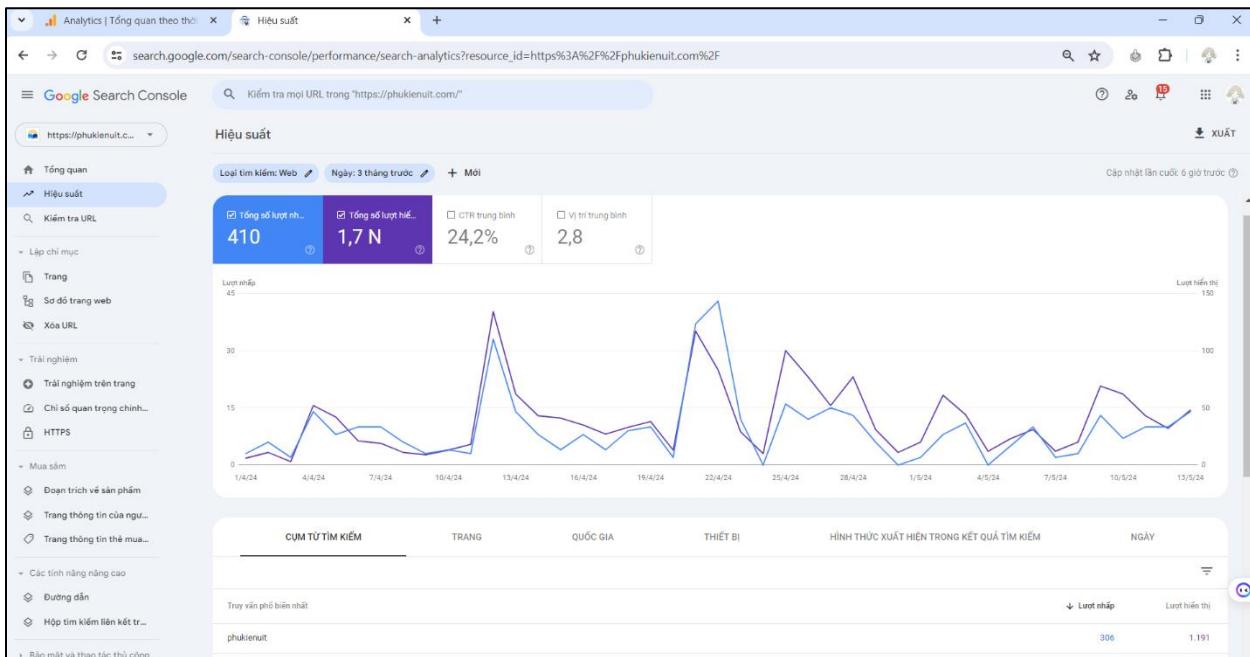


Hình 81: Báo cáo tình hình thu nạp người dùng thông qua phân tích các phương thức truy cập trang web

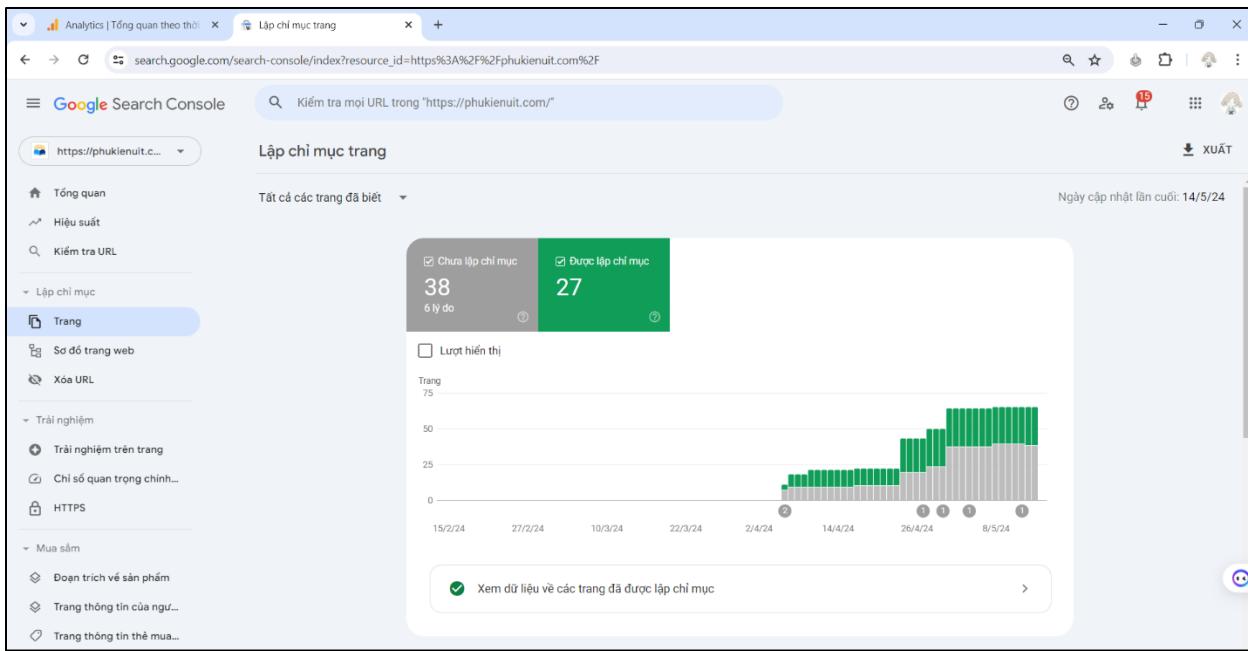
- Kết quả SEO thực nghiệm trên Google Search Console



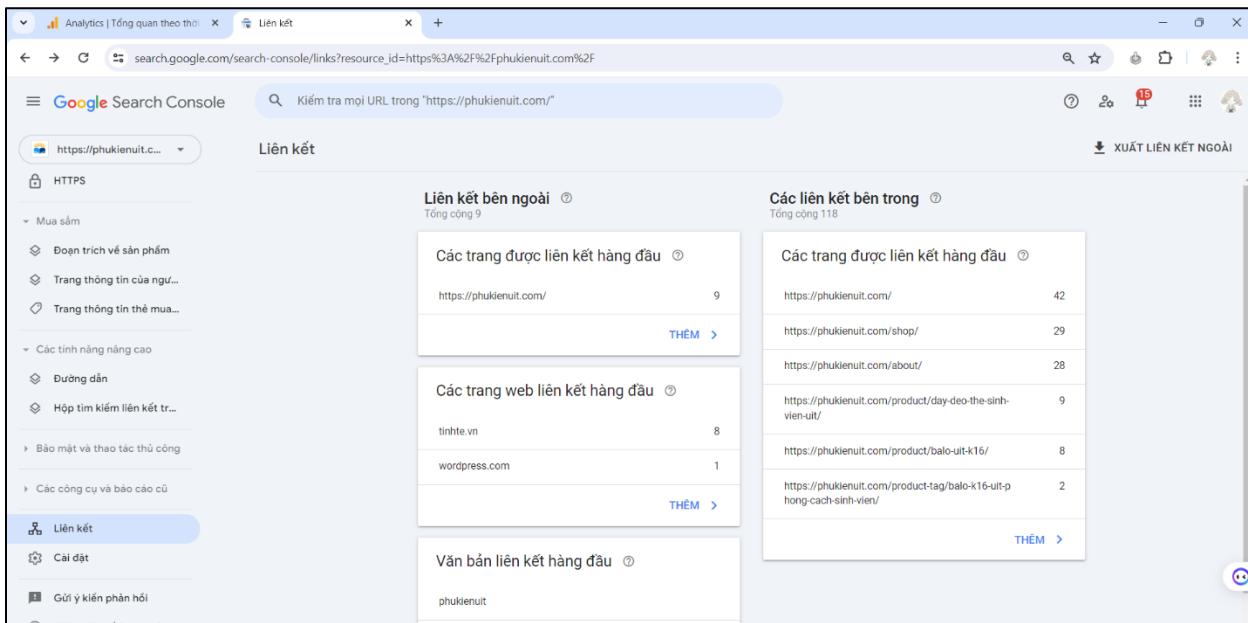
Hình 82: Báo cáo tổng quan về hiệu suất và kết quả lập chỉ mục trang web



Hình 83: Báo cáo chi tiết về phân tích hiệu suất lưu lượng truy cập tương tác và hiển thị trang



Hình 84: *Thống kê chi tiết tình hình lập chỉ mục trang*



Hình 85: *Phân tích các liên kết bên trong và bên ngoài trong hệ thống liên kết backlinks*

CHƯƠNG 4: ĐÁNH GIÁ VÀ KẾT LUẬN

Trong hành trình thực hiện kế hoạch SEO cho trang web PhukienUIT (phukienuit.com), chúng tôi đã trải qua một quá trình đầy thách thức nhưng cũng vô cùng bổ ích. Từ việc lên ý tưởng, triển khai thực tế đến đánh giá kết quả, mỗi bước đi đều mang lại những bài học quý giá về cách thiết kế, xây dựng và vận hành chiến lược SEO. Qua những nỗ lực không ngừng nghỉ, nhóm chúng tôi đã không chỉ hoàn thành các mục tiêu đề ra mà còn khám phá ra nhiều cơ hội phát triển mới, mở ra một con đường sáng tạo và hiệu quả hơn trong việc tối ưu hóa công cụ tìm kiếm. Những thành tựu đạt được và những điểm cần cải thiện dưới đây chính là minh chứng rõ nét cho sự cố gắng và học hỏi không ngừng của chúng tôi trong suốt dự án này.

- **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 page Design: áp dụng lối thiết kế chuyên nghiệp trong giao diện, chủ đề (theme) hài hoà phù hợp với sản phẩm là phụ kiện UIT, 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 chính 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 bộ 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 quan trọng, 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 chính xác, phù hợp với từng kích thước màn hình thiết bị truy cập đã được nhóm đặc biệt chú ý, giúp tối ưu hóa 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 tỏa,...) và độ phủ sóng cao (mô hình liên kết lồng - 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 Phụ Kiện 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 hóa công cụ tìm kiếm” đặt ra, cũng như mở ra nhiều hướng phát triển mới.
- Thiết kế trang: Áp dụng lối thiết kế hiện đại, chuyên nghiệp với giao diện hài hòa phù hợp với sản phẩm phụ kiện UIT. Cấu trúc trang rõ ràng, mạch lạc, với các trang nội dung riêng biệt, liên kết nội bộ chặt chẽ, giúp người dùng dễ dàng thao tác và định vị.
- **Những điều cần cải thiện**

Những điều cần cải thiện của đồ án chủ yếu xoay quanh về khả năng tối ưu hóa 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 PhukienUIT 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 đê bạt. Hiện tại tốc độ tải trang của trang web PhukienUIT 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 phụ kiện sẽ giúp 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 khóa 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 vị 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, thành công bền vững trong SEO đòi hỏi không chỉ kỹ thuật mà còn sự tâm huyết và kiên trì. Luôn nâng cao kiến thức SEO và đặt tâm huyết vào từng chi tiết nhỏ nhất sẽ giúp đạt được những kết quả vượt trội. Chúng tôi tin rằng với những kinh nghiệm và bài học quý báu từ dự án này, nhóm sẽ tiếp tục phát triển và hoàn thiện chiến lược SEO cho PhuienUIT trong tương lai.

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.