

SEO MAGAZINE

Microlink Co., Ltd - Kenh Cong Co., Ltd & tapchiseo.com

Google™

NEWS >>

SEO Tips for Internet
Marketing Newbies *T. 32 - 33*

Best Backlink
Analysis Tools *T. 34 - 35*

Firefox SEO Addon *T. 36 - 37*

Tổng hợp kỹ thuật SEO
cơ bản tài liệu
của Google Phần 1 *T. 38 - 39*

SEO Mistakes and Fix – Phần 1
luyện bàn về Keyword *T. 40*

Những cân nhắc
trước khi bắt đầu
một SEO Campaign *T. 43*

Jan 2011

Tài trợ phát triển: microlink.vn

kenhtuyensinh.vn

Microlink
CONNECTING SITE

KENH CONG
Thông Tin Tuyển Sinh

BỘ MÁY TÌM KIẾM LÀM VIỆC NHƯ THẾ NÀO?

Công cụ tìm kiếm có một danh sách ngắn các hoạt động quan trọng, cho phép họ cung cấp kết quả tìm kiếm web có liên quan, khi người dùng sử dụng hệ thống của họ để tìm kiếm thông tin. Các thuật ngữ chuyên ngành xin được phép không dịch ra để không làm lệch ý nghĩa ban đầu.



Crawling the Web

Search Engines sẽ chạy những chương trình tự động đặc biệt được gọi là “bots” hoặc “spiders”, những chương trình này sử dụng cấu trúc hyperlink của website để “crawl” các page và document. Theo ước lượng thì hiện tại trên thế giới có khoảng 20 tỉ trang web nhưng không phải Search Engines crawl toàn bộ mà chỉ từ 8 đến 10 tỉ trang.

Indexing Documents

Một trang web sau khi được crawl thì nội dung của nó được “indexed” và được lưu trữ trong một database khổng lồ của search engines. “Index” ở đây ta có thể tạm dịch là chỉ mục (dạng như danh mục).

Các index này được quản lý rất chặt chẽ để mỗi khi có 1 request đến thì trong hàng tỉ document, nó biết chọn lọc ra cái nào cần thiết và hiển thị còn hiển thị như thế nào sẽ trình bày ở phần sau.

Processing Queries

Khi 1 request tìm kiếm thông tin được đưa đến search engines, search engines sẽ lấy kết quả từ các index của tất cả document phù hợp. Một kết quả được xác định và so sánh nếu 1 từ hoặc 1 cụm từ được tìm thấy trên trang và được định nghĩa xác thực bởi người dùng.

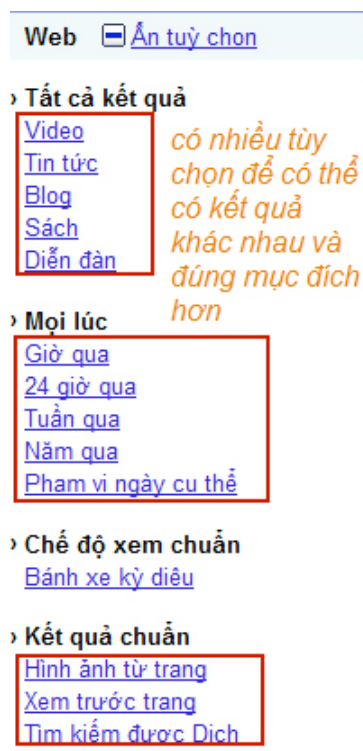
Ví dụ:

Khi bạn search từ thu thuật wordpress thì sẽ được kết quả như sau: 463.000 cho thu thuật wordpress. (0,06 giây)

Nhưng khi bạn search cụm từ (“thu thuật wordpress”) thì kết quả khác hẳn: 84.600 cho “thu thuật wordpress”. (0,06 giây)

Vì sao lại như vậy ? Với lần search đầu tiên, search engines cho ra các trang có chứa các từ đơn lẻ “thu” “thuật” “wordpress”. Còn với lần search thứ 2 nó sẽ tìm ra những trang nào có chứa nguyên cả cụm từ “thu thuật wordpress”.

Để có thể có được các kết quả tốt hơn khi tìm kiếm, bạn có thể tham khảo thêm ở link sau.



Một khi search engines xác định được kết quả nào trả về cho truy vấn nào, lúc này 1 thuật toán của engines sẽ được thực thi và tính toán từ các kết quả tìm được, để xác định kết quả nào phù hợp nhất đối với mỗi truy vấn. Sau đó, các kết quả sẽ được phân loại, nhưng người dùng vẫn có thể thay đổi cách phân loại này tùy theo mục đích của mình.

SEO LÀ GÌ?



Bài viết chỉ mang tính chất đúc kết qua những kinh nghiệm của Microlink đã thực hiện cho Khách hàng, có thể những nhận định của các chuyên gia, các công ty SEO khác sẽ không đồng nhất với Microlink đưa ra. Đầu tiên chúng ta hãy đến với định nghĩa về SEO, cái này thì chắc ai cũng biết nhưng Microlink sẽ định nghĩa lại theo cách đơn giản nhất:

SEO là cách thức tối ưu hóa hoạt động của trang web bằng cách cải thiện cả về bên trong (nội dung) và bên ngoài (giao diện) để tăng lượng truy cập từ các bộ máy tìm kiếm từ đó phân tích tìm ra các khách hàng tiềm năng. Với mỗi công ty hay cá nhân thì lại có những kinh nghiệm và thủ thuật SEO của riêng mình.

Tại sao các doanh nghiệp có giao dịch trực tuyến, website lại cần SEO?

Đại đa số lưu lượng truy cập đến với các website hiện nay đều từ các bộ máy tìm kiếm lớn như : Google, Yahoo, Bing... Nếu website của bạn không được tìm thấy bởi các công cụ tìm kiếm hoặc nội dung không nằm trong cơ sở dữ liệu của họ thì đó chính là một thảm họa nếu công ty bạn đang kinh doanh online hoặc có giao dịch trực tuyến hoặc có đi chăng nữa nhưng kết quả tìm kiếm luôn nằm ở trang 3, 4, 5... trở đi thì cũng coi như là 1 thất bại.

Top Search Engine - Volume

The following report shows **search engines** for the industry 'All Categories', ranked by **Volume of Searches** for the **4 weeks** ending **12/26/2009**.

Rank	Search Engine	Searches
1.	www.google.com	72.39%
2.	search.yahoo.com	14.96%
3.	www.bing.com	8.85%
4.	www.ask.com	2.50%
5.	www.aolsearch.com	0.58%

Cùng tưởng tượng như thế này:

bạn đang kinh doanh đồ nội thất và... cứ mỗi “khách hàng tiềm năng” lên Google, Bing gõ từ khóa tìm kiếm :”đồ nội thất giá rẻ” thì kết quả truy vấn đầu tiên đập vào mắt họ là website của bạn. Theo sau đó, khả năng “khách hàng tiềm năng” trở thành ”khách hàng thân thiết” sẽ cao hơn các đối thủ khác, và lẽ dĩ nhiên, doanh số tăng theo. Kinh nghiệm đó là lưu lượng truy cập, trong đó có các khách hàng tiềm năng có thể định hình sự thành công hay thất bại của các công ty giao dịch online. Đầu

tư vào SEO hiện tại với thị trường phát triển mạnh và liên tục như hiện nay là điều mà các doanh nghiệp nên và phải làm, hãy bắt đầu ngay vì không bao giờ là quá muộn.

“Tại sao các công cụ tìm kiếm không thể tìm thấy website của tôi nếu không có sự trợ giúp của SEO?”

Nếu nói là “không thể tìm thấy” thì không hoàn toàn đúng.

Thực ra, sau 1 thời gian (dài), website bạn cũng được các công cụ tìm kiếm đưa vào index, nhưng chỉ là cho có chứ không thật sự như những gì mà chúng ta muốn, vì khi các đối thủ cạnh tranh có sử dụng các biện pháp SEO thì website bạn chẳng bao giờ được lọt vào các trang đầu trên bộ máy tìm kiếm.

Dù sao công việc của các bộ máy tìm kiếm vẫn là thu thập dữ liệu và trả về cho người dùng kết quả tìm được, nhưng vẫn sẽ có những giới hạn. Vì nếu không có, thì việc phân ra các kết quả thành trang 1, 2, 3, 4, 5... rồi cùng kết quả nhưng có trang được lên đầu có trang không đã không xảy ra.

Khi có SEO tham gia vào công việc này, nó sẽ giúp website bạn tăng thứ hạng trên các công cụ tìm kiếm và hiển thị nội dung ở những nơi mà người dùng dễ thấy và tìm kiếm nhất (kết quả hiển thị ngay trang 1).

Thời đại toàn cầu hóa đã biến bất kỳ môi trường làm việc nào cũng mang tính cạnh tranh, và thế giới ảo cũng không ngoại lệ. Những công ty nào đã và đang quan tâm đến SEO thì đã có 1 lợi thế hơn so với đối thủ của mình trong việc giành lấy khách hàng.

GOOGLE SEO - TÀI NGUYÊN CHO NGƯỜI MỚI BẮT ĐẦU



1: Cơ bản

- Nếu bạn thích học bằng cách đọc thì xin mời load file hướng dẫn cho người mới bắt đầu với SEO
- Nếu muốn trực quan hơn thì có thể xem qua các video của Google tại đây
- Lời khuyên tốt nhất ở đây google đưa ra mà cũng là Microlink đưa ra đó là nên đọc kĩ các guidelines

2. Thăm dò chi tiết các phản hồi

Sau khi hoàn thành Basic (tuy là basic nhưng để hoàn thành nó thì hoàn toàn không đơn giản) và bạn sẽ có rất nhiều thắc mắc? Nếu vậy thì quá tốt. Và bạn đừng hy vọng rằng Microlink sẽ có câu trả lời cho bạn mà nên nghiên cứu topic của Webmaster Help Center. Ví dụ nếu bạn đang thắc mắc về crawling and indexing hoặc không hiểu links nó là cái gì?

3. Kiểm tra lại Site trên Webmaster Tools

Đến bước này thì bạn cần 1 vài kĩ năng nhỏ nhưng đừng quá lo lắng vì mọi câu hỏi của bạn đều được trả lời tại đây hoặc comment lại để có câu trả lời nhanh nhất. Sau khi bạn đã có thể kiểm soát site mình trên Webmaster tools thì bạn có thể:

- Xem các thông tin cơ bản về site.
- Hoặc bạn có thể học qua từng bước để có thể control site mình 1 cách hiệu quả nhất tại: Webmaster Tools Checklist

4. Nghiên cứu trước khi bạn làm bất cứ việc gì một cách mạnh mẽ

Thường thì các bước cơ bản đều là cần thiết nhất cho SEO, các thông tin về SEO bây giờ có thể tràn ngập mạng internet đôi lúc bạn như bơi trong bể, nhưng có 1 điều tiên quyết đó là dù sao thì bạn cũng thực hiện các thao tác này để google có thể đọc tốt, vậy thì nên tham khảo google trước

- Nghiên cứu trong Help Center
- Tìm đọc các bài viết trên Webmaster Forum
- Có thắc mắc hãy hỏi ngay cộng đồng webmaster community những người ở đây đều có những kỹ năng tuyệt vời

LOCAL SEO VÀ LOCAL SEARCH OPTIMIZATION PHẦN 1



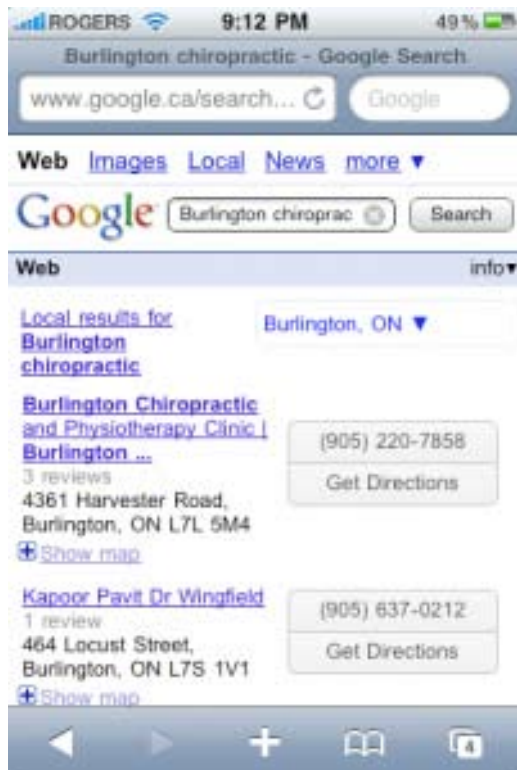
Khởi đầu bài viết với một số thông tin thú vị như sau:

Mùa hè 2009 TMP Directional Marketing và comScore phát hiện ra rằng

- 46% của local online search liên hệ với doanh nghiệp qua điện thoại sau khi thực hiện các thao tác tìm kiếm.
- 37% trong số đó liên hệ trực tiếp không thông qua hình thức nào.
- 30% tổng số lượng traffic hằng tháng sẽ trở thành khách hàng của doanh nghiệp.

Với những thông số trên theo đánh giá của Microlink local search đang ngày càng chiếm một vị trí rất quan trọng trong SEO.

Trước tiên chúng ta nên tìm hiểu qua để biết local search:

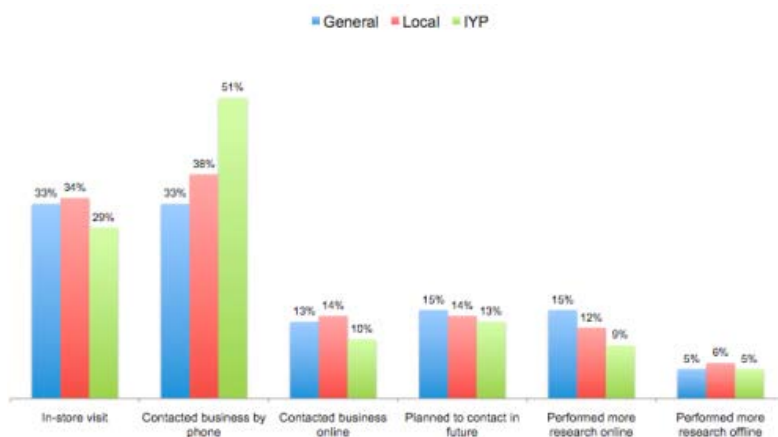


Có bao giờ bạn lên Google Map hay các thiết bị định vị GPS để tìm kiếm 1 địa chỉ nào đó? Chắc chắn có ít nhất là 1 lần. Local search optimization hoàn toàn khác với SEO truyền thống đơn giản đó là các thuật toán dùng trên google maps, khác với trên google dùng để xếp rank bình thường. Dùng đến google search chúng ta thường gộp chung suy nghĩ cả 2 cái đó là như nhau nhưng không phải vậy.

Điều này cho phép các doanh nghiệp tối ưu local search như là 1 chiến lược online marketing để đi trước các đối thủ có tiềm năng về tài chính lớn hay sử dụng vào các dịch vụ có trả phí như Paid Search Marketing và Banner Advertising.

Chúng ta không thể chối bỏ được suy nghĩ đó là internet đang là nguồn thông tin chính cho các doanh nghiệp (địa phương). Local search đang ngày càng thay thế cho các trang vàng (Yellow pages) và theo như TMP Directional Media thì ngày càng nhiều người sử dụng Search Engine để tìm kiếm thông tin doanh nghiệp hơn là vào trang Yellow page.

Chúng ta cùng tham khảo qua hình bên dưới để xem những hành động nào có tỉ lệ cao nhất trong 3 lựa chọn:



Local SEO chúng ta cần thực hiện 8 bước cơ bản sau đây:

1. Nghiên cứu thị trường
2. Keyword focus
3. Tối ưu hóa website cho Local SEO
4. Tạo danh sách local bussiness
5. Tối ưu hóa local business profile
6. Xây dựng Citations (*)
7. Chứng nhận và review từ khách hàng
8. Luôn cập nhật liên tục về local search

Phần tiếp theo của chủ đề sẽ được tiếp tục tại <http://tapchiseo.com>

LINK BUILDERS SỬ DỤNG ƯU THẾ SERP ĐEM LẠI LỢI ÍCH NHƯ THẾ NÀO? PHẦN 1



Trong bài giới thiệu ngắn này chúng ta sẽ được giải thích về ưu thế SERPs (Search Engine Results Pages), tại sao chúng lại hữu dụng và công cụ nào cần thiết để bạn có thể thành công trong việc tạo các backlink có triển vọng. Trong các phần tiếp theo chúng ta sẽ bàn về vấn đề nhận dạng ưu thế SERPs để mang lại lợi ích cho bạn.

Mục đích chính vẫn là phân tích để mang lại thành công từ các link của chúng ta. Tất nhiên bao giờ ở các phần đầu tiên chúng ta đều phải nắm qua hết các kiến thức cơ bản để có thể hiểu sâu hơn ở các vấn đề tiếp theo.

Các link builder phải thân thuộc các SERPs để có thể hiểu kết quả trang nào được trả về sau khi có một truy vấn về keyword xác định nào đó. Tổng quát thì những kết quả này bao gồm một danh sách các web page với title, link đến trang và các description ngắn các keyword tương ứng với nội dung của page.

SERP được giải thích ngắn gọn như sau:

SERP là những site, URLs xuất hiện thường xuyên đối với các keyword xác định của bạn trên các search engine results pages. Những hiểu biết về SERPs sẽ mang lại lợi ích to lớn cho bạn, doanh nghiệp bạn và chỉ ra cách thức để bạn có thể cải thiện website mình tốt hơn.

Những điều quan trọng SERPs đối với link builders:

1. Phát hiện ra địch thủ: điều này dễ hiểu thôi vì khi bạn search cùng 1 keyword trên các SE thì khi ra kết quả bạn cũng sẽ phát hiện ra các đối thủ đang cạnh tranh với mình qua keyword đó.
2. Nó chỉ ra phân khúc thị trường nào mà bạn có thể tác động được.
3. Nó sẽ giúp chúng ta khảo sát các backlink. Bằng cách phân tích có chọn các dữ liệu bạn có thể nhận ra được link nào có ảnh hưởng đến kết quả trên SERPs.
4. Nó có thể là mục tiêu tuyệt vời cho các backlink tiềm năng, social profile, guest post/article pitches, comment campaigns....

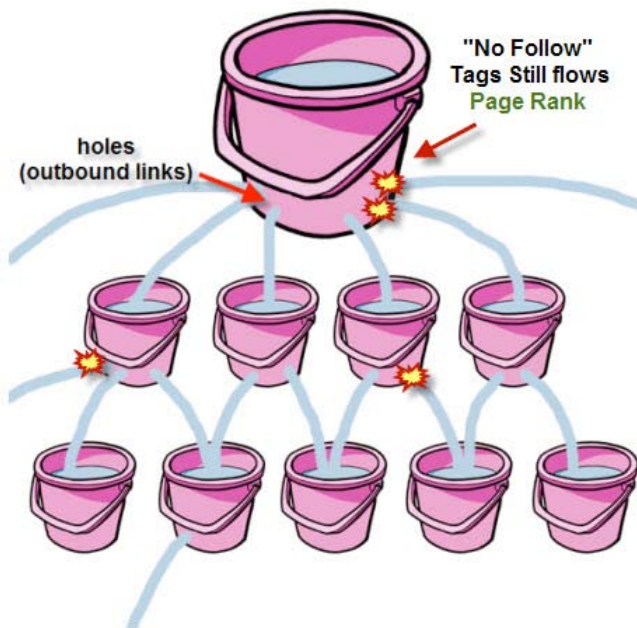
Cảnh báo: SERP có thể làm cho chúng ta dễ bị lạc đường. Mặc dù hầu hết trong các trường hợp chúng ta đều thực hiện thành công, rank cao và các top keyword luôn đứng vững phục vụ người dùng.

Công cụ phân tích dành cho SERPs

1. Seo for Firefox
2. SeoBook Toolbar
3. Hostname & URL Frequency Counter
4. Yahoo Site Explorer
5. The SERPs Dominator Analysis Worksheet.
6. The Link Qualification Worksheet

Phần tiếp theo chúng ta sẽ phân tích thêm về sự lựa chọn keyword, thu thập data và làm thế nào để sử dụng chúng 1 cách tốt nhất.

PAGERANK SCULPTING LUẬN BÀN



Chủ đề này trên google.com.vn có một bài viết của bạn seovietnam, còn ngoài ra các trang khác đi copy từ Tapchiseo.com - Microlink.

Hiện nay khá ít chủ đề nói về vấn đề này bằng tiếng Việt nên Microlink luận bàn thêm để rõ hơn nữa, các bạn có thể tham khảo thêm bài viết của Seovietnam

Từ gốc là PageRank Sculpting được tạm dịch là “Chế tác PageRank”. Mục đích cơ bản vẫn là *quản lý link*. Tổng quan:

Link chức năng đơn giản của nó là kết nối nơi này với nơi khác (có thể trên trang hoặc ngoài trang), hiểu đơn giản đó là một cây cầu kết nối site với site hoặc page với page. Khi Search Bot crawl Site chúng ta thì sẽ bắt gặp những link trên đó và nó sẽ lần theo những link đó, nếu link đó dẫn đến các site khác thì nó sẽ xem thử site đó nói gì về site bạn.

Một khi đã nói đến Sculpting là nói **rel="nofollow"**.

Chúng ta cùng xem qua đoạn video củaa Matt Cutts trình bày: tại đây

“Nofollow” theo chúng ta dịch là sao?

Dịch là “đừng theo tôi nữa”?

Đúng như vậy, khi ta add thuộc tính này vào thì ta muốn nói với các SE rằng: “hãy đừng crawle link này”.

Ta đặt thuộc tính này trong các meta tag để thông báo cho search engines đừng chạy theo.

Ví dụ như sau:

```
[code lang="html"]
```

```
<a title="Spam Topic" href="http://trumspam.com/spamhoi" rel="nofollow">
```

```
Anh Google đừng vào link này nhé</a>
```

```
[/code]
```

Google quản lý vấn đề này thế nào?

Khi thuộc tính đã add vào thì google không follow theo và từ đó cũng sẽ không tranfer pagerank qua các link này.

Ví dụ chúng ta nofollow 1 link có pagerank = 4 (giả sử thực tế ta không biết nó pr=4) thì có thể hiểu là ta mất đi 1 lợi thế rất lớn trong quá trình linkbuilding.

Về cơ bản mục đích để ta sử dụng nofollow là drop đi các link không có tác dụng làm tăng rank.

Sau đây là vài minh chứng để ta thấy rõ hơn trong việc sử dụng nofollow:

- **Nội dung không đáng tin:** nếu bạn đang link tới 1 trang nào đó nhưng độ tin tưởng không cao, điển hình nhất cho vấn đề này đó là các nội dung liên quan đến comment.

- **Paid links:** nếu các bạn đã từng linkbuilding thì chắc không quá xa lạ tới thuật ngữ này, tạm hiểu đó là ta bỏ tiền ra mua một số link để tăng thứ hạng cao trên Google một cách nhanh nhất nhưng đây cũng là con dao hai lưỡi. Gặp trường hợp này xử như sau:

- o Add thêm thuộc tính rel="nofollow" vào <a> tag
- o Redirect qua một page trung gian và block bằng robots.txt

- Các SE không thể đăng ký thành viên cho bạn và cũng không có lý do gì cho các bot follow theo link đó để làm gì cả, tốt nhất là nofollow.

* **Note:** ở đây chúng ta cần phân biệt robots.txt và rel=nofollow.

2 CÁCH TÌM KEYWORD TỐT MÀ ĐƠN GIẢN



Đầu đầu đi tìm cho mình 1 keyword ưng ý + đáp ứng đúng nhu cầu người dùng + thể hiện rõ content cần truyền tải là một điều rất khó. Vậy sao chúng ta không dựa vào chính nơi mà người dùng search để xem họ search cái gì? Và kết quả đó thế nào? Tính khả dụng keyword dự định của chúng ta là như thế nào?

1. Google search box

Không gì có thể định hướng cho chúng ta tốt hơn là google đặc biệt là về khoản SEO, những kết quả truy vấn trả về khi search sẽ là gợi ý tốt để có

cái nhìn đúng đắn về keyword mà chúng ta đang có ý định “nuôi”. Ví dụ ở đây keyword chúng ta đang muốn kiểm nghiệm là “seo marketing” và đây là kết quả:

Với kết quả như hình bên thì chúng ta có thể thấy một danh sách được đưa ra gợi ý rất chi tiết và rõ ràng. Muốn kiểm nghiệm sâu hơn khi nghiên cứu keyword thì có thể click trực tiếp lên mỗi gợi ý. Mỗi gợi ý google đưa ra không phải ngẫu nhiên mà là dựa trên số lần search nhiều nhất đến các cụm từ liên quan trên, điều đó chứng tỏ đó là những keyword quan trọng và có tính cạnh tranh cao.

Tuy nhiên, đây đâu sao vẫn là gợi ý mang tính tham khảo, chúng ta vẫn có quyền lựa chọn keyword khác và phân tích nhiều dựa trên content và định hướng sản phẩm.

2. Google AdWords

Nên sử dụng tool này để có thêm những gợi ý giá trị. Ví dụ khi tớ cần gợi ý về keyword “SEO” thì được Google gợi ý như sau:

Một danh sách dài lê thê nhưng đã được tóm gọn dễ nhìn hơn.

Đúc kết: trên đây chỉ là nêu ra để chúng ta có định hướng nên dựa vào các SE để có thể tìm ra các keyword ưng ý, ngoài ra còn có thể dựa vào Yahoo, Bing, Ask.... để có thể có cái nhìn tốt hơn.

HƯỚNG DẪN CƠ BẢN CHO BLOGGER ĐỂ SEO TỐT PHẦN I

Chúng ta đi vào vấn đề rất cơ bản, đó là các hướng dẫn cơ bản cho các blogger mới tập tành viết blog có thể SEO tốt hoặc chí ít cũng làm cho các bài viết của mình trở nên thân thiện với các SE.



Trước hết vì sao chúng ta lại quan tâm đến Blog ngày càng nhiều như vậy?

Blog ngày càng quá phổ biến và không cần tốn quá nhiều công sức để tạo lập 1 blog cá nhân thay vì một website hoành tráng. Các nội dung được đưa lên blog ngày nay không còn mang nhiều tính chia sẻ tình cảm cá nhân dạng như: tình yêu, nhật ký, kỉ niệm...v.v... mà nội dung (content) bắt đầu hướng vào các sự việc mang tính phân tích thời sự hơn và có cả kinh doanh trong đó. Thứ nữa đó là các framework mà chúng ta dùng để tạo lập blog ngày được tối ưu 1 cách hoàn toàn, hoàn toàn ở đây là đã có sự kiểm chứng. Có thể lấy ví dụ ra một vài cái như sau:

- Giả sử bạn sử dụng wordpress để tạo blog thì các SEO vốn đã là 1 thế mạnh của framework này rồi và có thể nói là rất mạnh ở hiện tại, nếu bạn dùng dịch vụ wordpress.org + plugin + theme tốt. Hiện tại có khá nhiều công ty thứ 3 phát triển riêng cho wordpress về SEO.
- Nếu bạn dùng blogger của google thì dĩ nhiên là sẽ được google ưu tiên.
- Và còn khá nhiều nền tảng khác nữa nhưng ở đây Microlink chỉ nêu ra 2 “ông lớn” ở thời điểm hiện tại và tốt nhất này.

Các bài đăng trên blog về seo expert

[Learn How to Create Google Breadcrumbs in Wordpress Easily - SEO E](#)
[Senior SEO Expert- Chester North West UK – United Kingdom – at ... -](#)
[Financial PR, Social Media and SEO Expert wanted \(Boca Raton ... - W](#)

Nếu bạn để ý mỗi khi search trên Google bên dưới sẽ có thêm 1 dòng chữ

Điều này chứng tỏ rằng blog đang ngày càng có 1 vị thế nhất định trên Google nói riêng và trong tương lai là của tất cả các SE nói chung.

Vậy Google biết gì về Blog của bạn?

Trước tiên chúng ta tìm hiểu căn bản về Google sở hữu dịch vụ nào liên quan đến SEO của chúng ta.

1. Search
2. Dịch vụ mail
3. iGoogle
4. Reader
5. Feedburner
6. Phân tích website
7. Mạng quảng cáo kiếm tiền
8. Youtube

Vâng, bên trên là các dịch vụ và google sẽ collect data của chúng ta. Và đầu tiên đó là ta tính đến sự tin tưởng.

Nếu người dùng subscribes (một thuật ngữ) blog bạn càng nhiều thì độ tin cậy của blog bạn trên google càng cao. Vì sao lại như vậy? Vì nếu bạn vào một bài viết nào đó trên trang blog và comment lại hay bạn subscribes trang blog đó thì chúng tỏ bạn đã có một sự quan tâm nhất định đối với blog đó, chúng ta khoan hãy nói về quan tâm tới cái tốt hay xấu nhưng trước hết là đã có sự quan tâm.

Vấn đề tiếp theo vẫn liên quan đến sự tin tưởng nhưng lần này là liên kết (link).

Nếu có 1 website/ blog nào đó liên kết đến bạn thì bạn cũng nên chọn lựa trước khi liên kết, không phải chúng ta quá khó khăn mà ở đây liên quan đến vấn đề kỹ thuật. Chúng ta thử ví dụ rất đơn giản: nhà bạn (blog) trong 1 khu phố và bạn muốn được cái bằng khen “Gia đình văn hóa” thì bạn không thể suốt ngày tiếp các vị khách nhậu nhẹt, cờ bạc ... làm như vậy bạn sẽ mất lòng tin và không được cái bằng khen đó.

Các điểm tốt của link liên kết ta cần quan tâm như sau: link có chất lượng (có thể đánh giá qua PR, Alexa), link có liên quan đến nội dung blog của ta...

Điểm gì khác nhau giữa Blog và Website (tĩnh, động)

SEO cho blog vẫn có những điểm rất khác khi ta SEO cho website. Khác không có nghĩa là khó mà có phần dễ hơn vì như ta đã biết website thì phải tự tay thiết kế và cũng có framework nhưng framework này thuộc về code như: dotnet2.0, 3.5 hay php4, php5, jsp, strut1, strut2.... còn framework của blog là 1 nền tảng có sẵn với các chức năng cơ bản đã có sẵn và code đã được tối ưu và bạn chỉ việc... setup và viết bài.

HƯỚNG DẪN CƠ BẢN CHO BLOGGER ĐỂ SEO TỐT PHẦN II



Bản chất xã hội của blog:

- RSS và feed readers làm cho người đọc tiếp cận nội dung bạn được dễ dàng và tự động. Tính năng này đang được google phát triển với 1 dịch vụ được gọi là: Google PuSH.
- Dễ tạo hiệu ứng, đối với các blog đã nổi thì việc một bài viết có hàng trăm thậm chí lên đến hàng ngàn comment là chuyện tất yếu. Có sự liên kết rất cao.
- Bình dân vì ai cũng có thể tạo một blog và tham gia viết bài, có hai hướng đó là

bài viết ta hot thì nhận được các comment dần dần sẽ tạo thành một lượng độc giả trung thành, 2 là chúng ta đi comment cho các bài viết khác tạo nên các con đường mòn dẫn đi khắp nơi.

Domain & Hosting (có thể đọc bài viết: 4 bước lập một blog wordpress)

Một khi nhắc đến SEO và tự thân vận động cho các bài viết của mình thì chúng ta nên có một domain & hosting để có thể control được nhiều thứ từ giao diện, code, plugin,...

Về vấn đề mua ở đâu, như thế nào thì chúng ta có thể tìm hiểu thêm qua các nhà cung cấp dịch vụ. Có một vài chú ý ở đây dành riêng cho các blogger:

- Hiện tại các hosting Việt Nam chưa có thêm chức năng tối ưu hóa sẵn dành cho WordPress nhưng các hosting nước ngoài có chức năng này. Sẽ rất tốt khi ta mua một hosting đã được tối ưu dành riêng cho WordPress.
- Nền tảng: Microlink khuyên dùng wordpress vì tính tiện lợi và các khả năng thân thiện đối với SE rất cao.

Nghiên cứu keyword

Đây là vấn đề này muôn thủa và luôn được nhắc đến trong SEO. Các bạn có thể search vấn đề này trong tapchiseo.com, chỉ có 1 vài chú ý nhỏ nhưng bắt buộc phải biết như sau:

- Xác định nội dung đích của blog là gì? Sau đó liệt kê 1 danh sách các keyword liên quan.
- Viết content có liên quan đến keyword và ít nhất là trong mỗi bài viết đều có chứa keyword.
- Viết title có chứa keyword.

Tương tác với các Social Media

Thật là phí phạm khi các bài viết của chúng ta không được public lên các Social Media: Facebook, twitter, google buzz,.. Microlink xin giới thiệu một vài plugin cơ bản:

- WP Google-buzz
- TweetMeme
- Simple Facebook Share Button
- WP to Twitter
- SexyBookmarks

Viết bài

Nên giữ tốc độ viết bài ví dụ như: 2 ngày/ bài hay 3 bài/ ngày chứ không nên cả tuần không có bài nào đến cuối tuần dồn 7 bài một lần là điều không nên, để làm cho người đọc cảm giác ngột ngạt thông tin.

Viết blog bây giờ không giống như blog lúc trước một dạng văn chương blog, khó ai có thể đọc một bài dài lê thê.

Bài viết nên có phân đoạn, trong một đoạn cũng cần chú ý câu đầu tiên rất quan trọng. Nên có hình ảnh minh họa (lưu ý tối ưu cả hình ảnh cho SEO).

Bài viết không nên copy/ paste từ các nguồn khác trừ khi blog bạn như 1 trang báo tin tức còn không thì điều này hoàn toàn vô dụng trong việc thân thiện với các SE.

Google thừa thông minh để biết giữa 2 bài viết giống nhau thì bài nào ra đời trước. Nói chung không phải là nó không có tác dụng trừ khi blog bạn có PR cao(4, hoặc 5), Alexa tầm <200k và độ lâu đời của domain đó, khi copy về thì đôi khi nội dung được copy về hiển thị trên cả kết quả tìm kiếm của mình nhưng vậy không xấu hoàn toàn. Nếu bạn chưa nổi thì có thể dựa vào vấn đề này (đây cũng là 1 cách SEO tốt: viết bài đăng lên các blog/ website nổi tiếng).

HTML SEMANTIC WEB SEO



Đầu tiên semantic nghĩa là “Ngữ nghĩa”, vậy chúng ta tạm thời hiểu semantic web làm cho các website hiểu được những thông tin, dịch vụ được xác định trên internet và đáp ứng được những yêu cầu của người dùng.

Semantic web chính là dữ liệu của một website. Giải thích có vẻ đơn giản nhưng để làm được những điều như thế thì bạn phải trải qua một quá trình khá khó khăn.

Trích từ blog của blogger 2K - Đăng Khôi:

“Tại sao gộp chung Semantic Web và SEO vào trong bài này, lý do là các bộ máy tìm kiếm ngày càng chú trọng đến nội dung của các trang web, nội dung có thực sự hữu ích đến người dùng hay không, và đặt trọng số vào các phần nào trong trang web khi thực hiện “cào”.”

”Cào” ở đây ý của 2K đó là các Search Engine thực hiện crawl website chúng ta, thả bộ và scan website chúng ta.

Chúng ta đã qua cái thời CSS1 và đang trong thời của CSS3

(nhưng vẫn còn khá nhiều website vẫn duy trì CSS2 vì lý do gì là của các website đó).

Tiếp tục trích từ 2K

“Vậy việc đầu tiên chúng ta phải chú ý là sử dụng đúng thẻ HTML cho từng nội dung khác nhau.”

Vấn đề này rất quan trọng một khi chúng ta nói về SEO vì hầu như các coder thường hay bỏ qua vấn đề này và chỉ biết đóng mở các thẻ chứ không phân biệt content nào tương thích với html tag nào, 1 điều quan trọng trong SEO đó là các SEOer phải làm việc ngay từ những ngày đầu tiên song hành cùng với coder. <<< Rất quan trọng.

Blogger trên có nói đến tầm quan trọng của html tag H:

“Thẻ đầu tiên được nhắc đến là dòng họ “hát”. Nếu dòng nội dung của bạn là tiêu đề cho một đoạn văn bản hay một nhóm các nội dung khác, bạn nên sử dụng các thẻ “hát” từ <h1> đến <h6>. Việc chuyển từ CSS 1 sang CSS 2 không phải là chuyển toàn bộ thẻ <table> sang thẻ <div>. Thẻ <div> để định dạng khối chung chung, không hề có ý nghĩa ngữ nghĩa và tất nhiên không được đặt trọng số trong việc “cào” của các công cụ tìm kiếm. Và các công cụ tìm kiếm chỉ đặt trọng số cho các phần nội dung được đặt trong các nhóm thẻ nội dung – trong đó, thẻ “hát” được đặt trong số rất cao.”

Việc sử dụng html tag H rất quan trọng, các bạn có thể đọc bài viết của 2K để có thể rõ hơn.

Chúng ta sẽ đi vào phần chi tiết. Với sự tăng nhanh của Semantic Web, tất cả các dữ liệu và cấu trúc được tổ chức 1 cách hoàn toàn để cho các SE biết chính xác là chúng ta đang tìm kiếm cái gì. Giờ đây với những người không có cả kiến thức về lập trình cũng có thể tạo dựng nên những cấu trúc tốt nhất thông qua các dịch vụ hỗ trợ sẵn có như : wordpress, blogger,... và hầu như tất cả các thông tin đã được tối ưu hóa cho các SE (chúng ta nói về cơ bản là tốt cho các SE chứ không nói là tốt nhất tức là lên top) .

Có một câu nói: Semantic Web + SEO = SEO ++.

Quả thật điều này không hề sai việc kết hợp kỹ thuật SEO thô với viết clean HTML kết hợp với các robots cho phép xâm nhập vào các nội dung site thì rất tốt. Chúng ta sử dụng CSS để trình bày các layer, thực hiện các cấu trúc link tốt, tối ưu metadata, tối ưu content mỗi phần đều là 1 lĩnh vực cần được quan tâm đúng mực trong cả SEO lẫn HTML. Mọi người thường cho rằng SEO là dễ dàng, thật sự đối với một SEOer là một người có

kiến thức rất tổng quát nhưng phải vững, không đơn giản như những người mới tìm hiểu về SEO thì chỉ thấy bề nổi các kỹ thuật thôi.

SEO luôn thay đổi nhưng sự thay đổi đó không thiên về kỹ thuật, nhìn chung thì nó như nhau, nhưng về khoản thời gian này thì cái này được chú trọng cái kia yếu đi và đến thời điểm khác thì là ngược lại. Có chăng là sự thay đổi đó phù hợp với các SE ở thời điểm đó. Điều quan trọng NHẤT, đó là thói quen người dùng, dù cho các SE có thay đổi thế nào đi chăng nữa thì sự thay đổi đó vẫn là để đáp ứng phù hợp với thị hiếu người dùng chứ họ không thể thay đổi một cách tùy tiện được. Họ phải nghiên cứu rất kỹ thói quen của người dùng ở thời điểm này như thế nào rồi mới đưa ra các thuật toán hợp lý. Vì vậy SEOer phải có kỹ năng phân tích tốt.

CÁC QUY LUẬT CƠ BẢN CỦA SEO COPYWRITING



SEO copywriting, không phải ai cũng có được kỹ thuật này vì nó thuộc về viết lách, được dùng để thuyết phục người đọc ở lại trang lâu hơn với các câu từ mạch lạc rõ ràng. Nhìn chung lại nó tối ưu khi được search trên các SE và tăng traffic cho website. Công việc cũng khá đơn giản thôi đó là tìm ra mối tương quan giữa keyword và các text mà người dùng có khả năng search sau đó là... viết.

Hiện tại giờ đây Google ngày càng chú trọng vào nội dung. Bạn viết cái gì và nội dung đó có mang lại sự hữu ích đối với cộng đồng hay không và điều này thì thường khi ta nghe đến SEO thì hay bị quên ngay lần đầu mà chỉ chú trọng vào các

kỹ thuật thô, ở đây từ thô dùng để ám chỉ các kỹ thuật phải làm trong SEO nhưng khi thực hiện xong rồi thì để đó hoặc xem sự tiến triển tới đâu. Trong khi đó, về phần nội dung thường là giao phó cho khách hàng muốn làm sao thì làm và điều này có thể là một trong những nguyên nhân dẫn đến thất bại trong SEO.

Sau đây Microlink sẽ đưa ra các quy luật cơ bản thuộc về SEO Copywriting, gọi là quy luật để mọi người có cái nhìn trọng tâm hơn:

- **Keyword Research**
 - o Tức là trước khi làm cái gì chúng ta cũng cần phải nghiên cứu những cái trọng tâm và ở đây là keyword (có thể ở hiện tại keyword đã không còn được google chú trọng nhưng SEO thì có thể thay đổi liên tục vì vậy đây vẫn là một việc phải làm), tìm hiểu xem những keyword hoặc cụm keyword nào thực sự là sản phẩm chủ đạo của website và từ đó tạo ra mối quan hệ chặt chẽ giữa các bài viết với keyword đã được chọn. Có khá nhiều cách để nghiên cứu keyword và chúng ta có thể dựa vào các công cụ để làm điều này. Bài viết tham khảo.
- **Viết các miêu tả**
 - o Viết miêu tả cho tất cả những gì có thể miêu tả đó là điều tốt nhất từ miêu tả website cho đến tiêu đề bài viết. Có 1 miêu tả mà bắt buộc phải làm đó là miêu tả cho hình ảnh bằng cách thêm thuộc tính ALT vào mỗi hình. Mỗi đoạn văn không được 250 ký tự, muốn biết đích xác chúng ta có thể dùng 1 addon của firefox có tên: word count plus.
 - o Meta Description chỉ nên viết từ 50 đến 150 từ là chuẩn.
 - o Sau đây là thông tin về sự tương quan các keyword trong tomcatblog.info, tuy chưa cao nhưng các chỉ số này cũng khá tốt và có chiều hướng tăng.
- **Title Relevance: 100 %**
- **Meta Description Relevance: 79.17 %**
- **Meta Keywords Relevance: 73.33 %**
- **Cần tránh Duplicate Content**
 - o Tức là tránh nội dung lặp lại một khi Google Bot phát hiện ra nó sẽ remove trang duplicate content (nếu bạn copy ở đâu đó 1 content về trang bạn thì google không tin nội dung đó cho website bạn), hiện nay tình trạng này cực kỳ phổ biến và google thừa thông tin để hiểu bạn copy nội dung đó từ trang nào. Bạn đừng nghĩ cứ copy thật nhiều về website mình mà không để backlink thì chủ nhân bài viết không biết, nhưng google thì có và người thiệt cuối cùng vẫn là bạn.
- **Keyword Optimization**
 - o Cần có sự kết hợp chặt chẽ keywords trên mỗi tiêu đề trang, HTML headings (H1-6), meta description và meta keywords. Không phải cứ mỗi chỗ là 1 keyword khác nhau mà nên có sự thống nhất từ trên cho xuống dưới và ta bắt đầu quá trình nuôi dưỡng những keyword này.
 - o Page Title xuất hiện trên thanh top bar của các trình duyệt và đôi khi nó cũng xuất hiện trong các kết quả được tìm kiếm.

- o H1-6 tags là những tag in hoa cho các tiêu đề đầu dòng.
- o Việc phân tích keyword và tối ưu hóa nó thế nào các bạn có thể tìm thấy trên tapchiseo.

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO): HƯỚNG DẪN CƠ BẢN

Bài viết tập hợp và củng cố lại 1 số kiến thức cơ bản về SEO. Với phần nội dung như sau:

- Search Engine là gì?
- SEO là gì?
- Bộ máy tìm kiếm làm việc như thế nào?
- Làm thế nào để biết website có được SE indexed chưa?
- Làm thế nào để đưa site vào SE?
- Những điểm cần lưu ý trước khi bắt đầu SEO.

Search Engine là gì?

SE là 1 công cụ giúp cho người dùng có thể lấy được thông tin bằng cách type text lên search box và click search button để submit. Một lượng lớn thông tin có thể lấy được thông qua các keyword hoặc 1 cụm keyword.

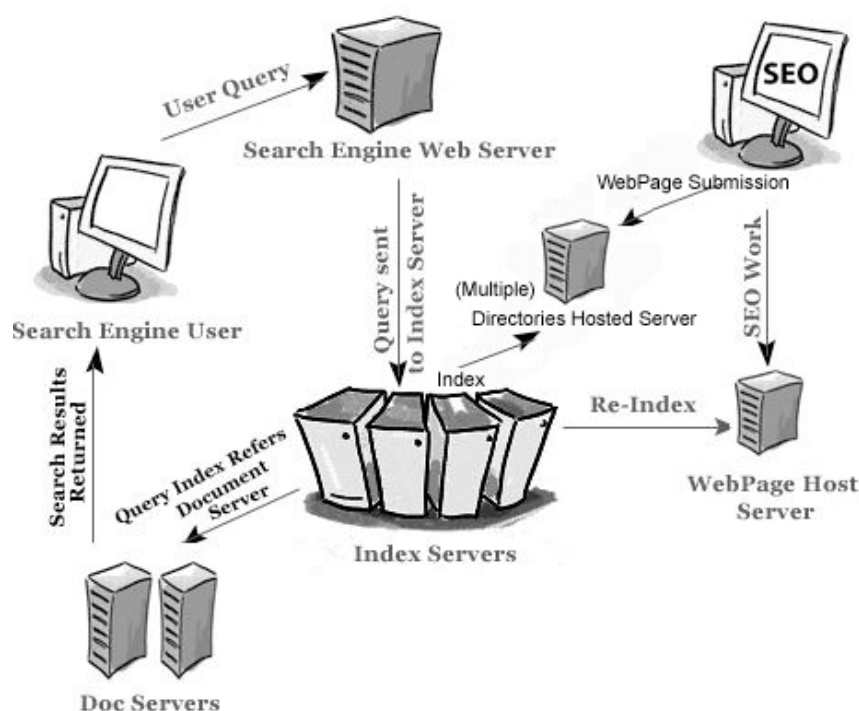
SE tập hợp 1 lượng data khổng lồ bao gồm: web pages, images, các sản phẩm, các tin tức, videos và rất nhiều các thể loại dữ liệu khác.

Các SE hiện tại đang phổ biến trên thế giới:

- Google
- Yahoo
- Bing
- Ask.com
- Aol
- Alta Vista

SEO là gì?

SEO là cách thức tối ưu hóa hoạt động của trang web bằng cách cải thiện cả về bên trong(nội dung) và bên ngoài(giao diện) để tăng lượng truy cập từ các bộ máy tìm kiếm từ đó phân tích tìm ra các khách hàng tiềm năng. Tham khảo thêm!



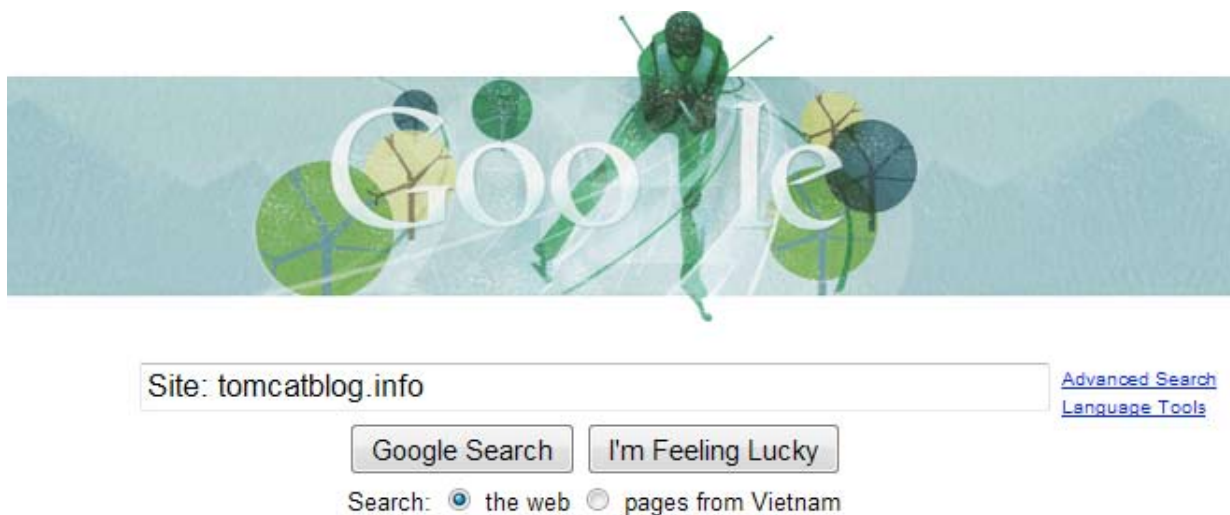
Bộ máy tìm kiếm làm việc như thế nào?

Trong bài viết Microlink cũng đã đề cập đến vấn đề này, trong bài viết này xin nói rõ hơn 1 chút nữa về vấn đề: Processing Queries. Chúng ta có thể nhìn vào tiến trình bức hình bên là có thể hiểu rõ hơn.

Làm sao để biết website có được SE indexed chưa?

Theo 3 bước đơn giản sau đây:

1. Gõ vào : www.Google.com, www.Yahoo.com, www.Bing.com
2. Đánh vào search box: Site: www.yourdomain.com
3. Submit search



Nếu site chúng ta đã được listed thì sẽ có kết quả còn nếu chưa thì không.

Làm thế nào để đưa site vào SE?

1. Đưa vào Google

Đến địa chỉ : www.google.com/addurl và thao tác như hình bên.

URL:

Comments:

Optional: To help us distinguish between sites submitted by individuals and those robots, please type the squiggly letters shown here into the box below.



2. Đưa vào Yahoo

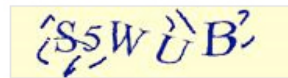
Đến địa chỉ: <http://siteexplorer.search.yahoo.com/submit> và thao tác như hình bên.

Enter the URL for the website or webpage you would like to submit. For any URL (directly submitted or obtained from a feed) our crawler will extract links and find pages we have not discovered already. We will automatically detect updates on pages and remove dead links on an ongoing basis.

Please include the **http://** prefix (for example, <http://www.yahoo.com>).

3. Đưa vào Bing

Đến địa chỉ: www.bing.com/docs/submit.aspx và thao tác như hình bên.



If you don't see the picture, make sure your browser is set to allow images. If you change the image setting, refresh this page to continue.

Characters:

Type the URL of your homepage

MSNBot follows links from your homepage to find other pages on your site.

Example: <http://www.example.com/>.

Những điểm cần lưu ý trước khi bắt đầu SEO

- Chú ý vào content cho thật tốt, mang lại nhiều lợi ích cho người dùng. Không cần viết nhiều nhưng phải là tự viết hạn chế tình trạng copy/paste.
- Tối ưu CSS.
- Viết các title tốt và thể hiện tính tương quan keyword với content trong bài viết.
- Add các H tags vào heading bài viết.
- Add thuộc tính ALT vào các image.
- Sử dụng tag anchor (neo) cho bài viết.
- Trang HTML size không được quá từ 50 – > 100 KB.
- Sử dụng các link điều hướng và breadcrumb.

Những địa chỉ hữu ích:

1. Keywords
2. [PDF] Search Engine Optimization Starter Guide
3. Meta tags
4. Provide unique and relevant content
5. Google Features: Query suggestions
6. Google keyword tool
7. Wordtracker
8. Keyword Discovery
9. Google Basics – Serving results
10. HTML suggestions
11. Making sure your content is text-based and readable
12. Google – Site's index stats

9 BƯỚC ĐỂ SEO THÀNH CÔNG-BƯỚC 1-PHẦN 1

Đây là 1 seri 9 bước để SEO thành công bao gồm từ chi tiết tìm hiểu căn kễ cho đến những kiến thức cao hơn, bài viết này được lấy từ nguồn thedailyanchor Microlink xin *trích dịch* và *biên tập lại* với ngôn từ dễ hiểu nhất (bao gồm các kiến thức và kinh nghiệm thực hiện cho khách hàng của Microlink) để các bạn có thể nắm bắt được. Chúng ta sẽ đi từ bài đầu tiên sẽ mang khá nhiều kiến thức mà các bạn nghiên cứu về SEO đã biết rồi nhưng chúng ta sẽ đi đúng quy trình bài viết.



Search Engine Optimization - giới thiệu và tổng quát

Bài viết này khảo sát tỉ mỉ về các thành phần của Search Engine Optimization.

Seri bài viết này không nhằm mục đích đưa ra các “bí mật” để nâng cao thứ hạng trên các kết quả tìm kiếm và cũng không bảo đảm rằng rank của bạn sẽ cao hơn đối thủ.

Hãy xem đây như là một hướng dẫn tham khảo chứ không phải hướng dẫn sử dụng. Ví dụ vui thì coi như đang trò chuyện với đầu bếp về cách nấu 1 món ăn ngon hơn là một cuốn sách hướng dẫn bạn nấu ăn thành công.

Định nghĩa theo Microlink như sau: “Search Engine Optimization là 1 quá trình tạo dựng và cập nhật website nhằm tăng rank trên các kết quả tìm kiếm và với mục tiêu tăng chất lượng traffic. Cần phải thực hiện các thao tác (site architecture, link structure, content, keywords, title tags, etc.) and off page (link building.)”

Điều quan trọng trong định nghĩa trên đó chính là “tiền trình”.

SEO không phải là việc gì đó mà chỉ làm một lần là thành công mà đó là một chuỗi các hành động kết hợp giữa việc tối ưu hóa và kinh nghiệm bản thân để tăng hiệu suất trên các kết quả tìm kiếm.

SEO cần phải có:

Thời gian + Kỹ năng tối ưu hóa + Tài nguyên (có thể là các tool analytics hỗ trợ)

Cần phân biệt giữa SEO và SEM

Bạn không được lẫn lộn giữa Search Engine Optimization (SEO) với Search Engine Marketing (SEM). SEM là một thuật ngữ chung trong đó bao gồm SEO và Paid Search Advertising (quảng cáo tính tiền).

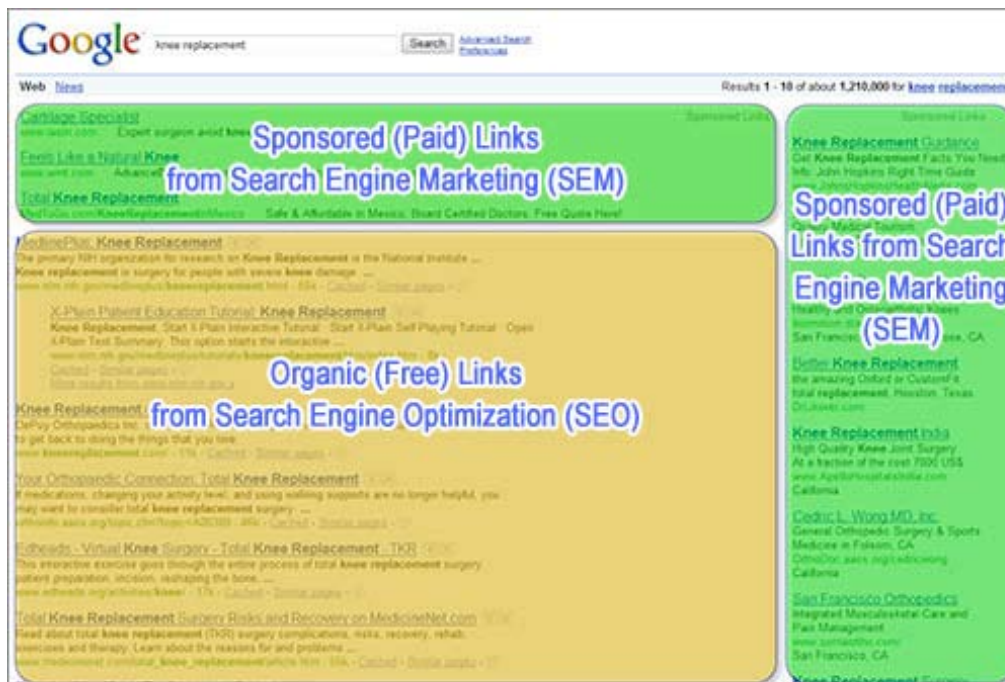
SEM = Một hình thức internet marketing tìm kiếm để thúc đẩy các website trên Search Engine Results Pages (SERPs) với 2 thể loại đó là non-paid/natural (SEO) và tính tiền (trả tiền cho vị trí, quảng cáo theo ngữ cảnh, paid inclusion). SEM cũng là từ được viết tắt của Search Engine Marketer, các Marketer cũng thực hiện công việc SEM.

SEO = Là 1 nhánh của SEM chỉ có các hình thức non-paid/organic/natural/algorithmic. Một lần nữa đọc lại về phần định nghĩa và SEO cũng là từ viết tắt của Search Engine Optimizer. Thường thì SEO đòi hỏi tốn thời gian và công sức hơn SEM rất nhiều.

Paid Search Advertising = Cũng là 1 nhánh của SEM nhưng là với hình thức quảng cáo trả tiền và còn được

biết với cái tên gọi Pay Per Click. Search Engine Results Pages (SERPs) hiển thị các quảng cáo văn bản có liên quan đến liên kết khi mang người dùng sử dụng các SE để tìm kiếm một từ cụ thể. Ví dụ nếu bạn mua một từ khóa trên google với tên: “giấy da mèo Tom” thì khi người dùng search từ giấy da nó sẽ hiển thị trên trang tìm kiếm nhưng ở một vị trí khác chứ không phải là vị trí theo thứ tự trong trang đầu.

Xem hình bên dưới



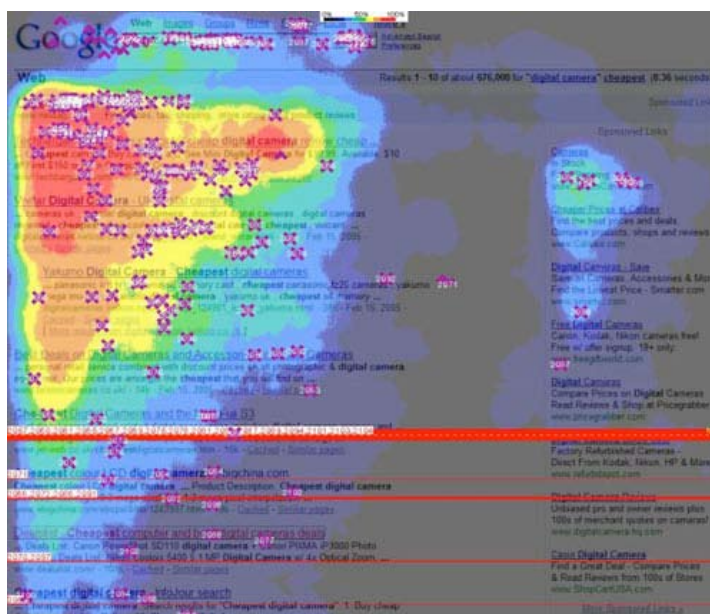
Và có phí nhất định được tính với mỗi lần click gọi là Click Through Rate (CTR). Giá trị của hình thức này chính là vị trí xuất hiện của nó. Trong khi SEO được xem như là một bộ môn khoa học mang tính nghệ thuật thì Praid Search Advetising lại được xem như là một cuộc đấu giá.

Với Praid Search Advetising thì chỉ phụ thuộc vào 2 yếu tố đó là túi tiền của bạn thế nào và keyword thế là xong khác với SEO là bạn phải có nội dung tốt, link chất lượng v.v.. và v.v..

Bây giờ chúng ta hãy nhìn vào bức tranh tiếp theo. Có đến 86% lượt click trên Search Engine Results Page được thực hiện là do SEO và chỉ có 14% là của SEM

(Source: Beussery).

Và cũng có đến 60% lượt click đầu tiên đến từ SEO và SEM, vậy nếu bạn không SEO và SEM bạn đã bỏ lỡ bao nhiêu cơ hội (kinh doanh lẫn không kinh doanh).



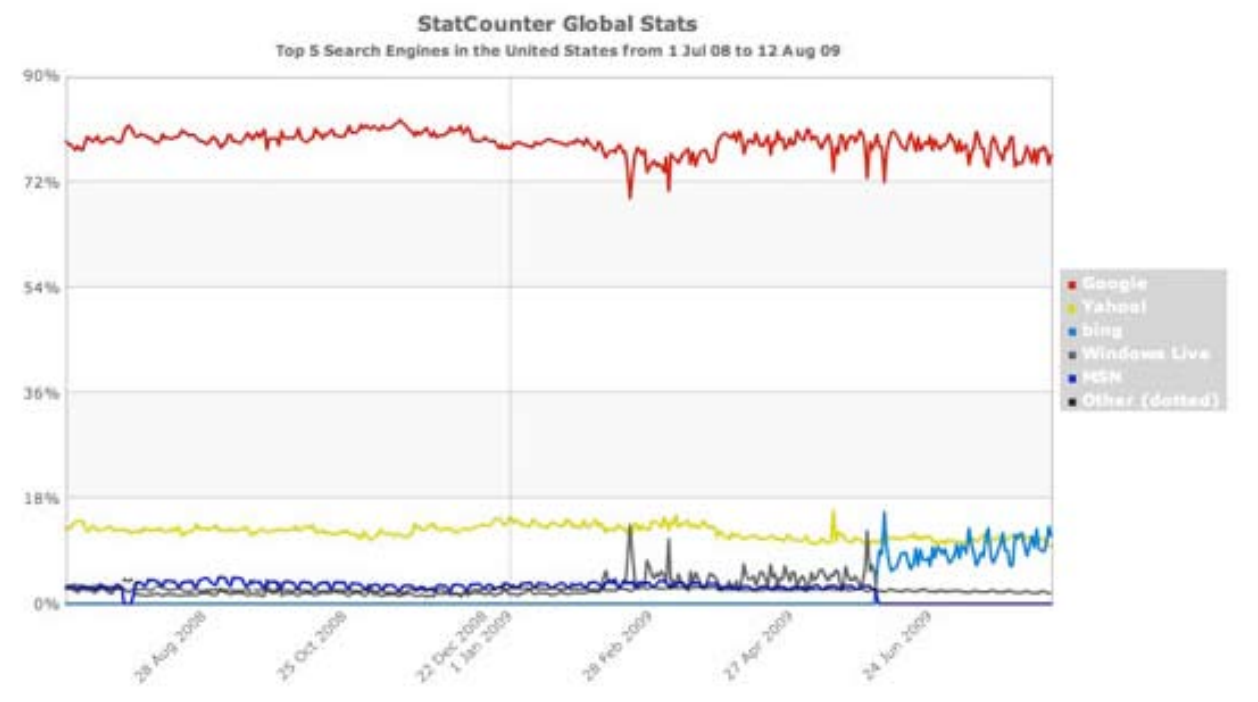
Giá trị của Search Engine Optimization

Người dùng tìm kiếm được xem như là 1 người đang đi vào siêu thị tìm mua hàng hóa 37% mọi người online và mua hàng hóa thông qua các SE và 56% trong số này thực hiện công việc thông qua các local SE(search trực tiếp trên 1 trang mua bán nào đó) và 80% trong số này được gọi là khách hàng tiềm năng. 60% những người đi mua hàng online sẽ chi trả cho món hàng của mình (**Source: Network Solutions**).



Source: SearchEngineLowDown.com

Google đã thống trị thị trường tìm kiếm trong thập kỉ qua nhưng hiện tại thì Microsoft cũng đã cho ra công cụ Bing thay thế cho MSN/ Live Search và bây giờ thì có lẽ chưa thấy gì nhưng trong vài năm tới thì sẽ được sự cân bằng. Hầu hết bây giờ Bing đều xây dựng traffic dựa trên Yahoo(Yahoo! is now powered by Bing).



Sau đây là thông tin Search Engine market vào tháng 8 - 2009:

Source: StatCounter

Bảng thông tin Search Engine market trong vòng 3 năm trở lại đây:

2009

2009	<u>Google</u>	<u>Yahoo!</u>	<u>Bing</u>	<u>Ask</u>	Total
2009 07	72.07%	17.00%	7.31%	2.58%	98.96%
2009 06	74.04%	16.19%	4.99%	3.15%	98.37%
2009 05	73.66%	15.55%	5.64%	3.81%	98.66%
2009 04	72.68%	16.29%	5.67%	3.96%	98.60%
2009 03	72.13%	16.56%	5.50%	4.02%	98.21%
2009 02	72.11%	17.52%	5.55%	3.47%	98.65%

2008

2008	<u>Google</u>	<u>Yahoo!</u>	<u>MSN/Live</u>	<u>Ask</u>
2008 12	72.07%	17.79%	4.10% *	3.15%
2008 11	71.97%	17.70%	4.10% *	3.35%
2008 10	71.86%	17.74%	4.16% *	3.53%
2008 09	71.16%	18.06%	4.22% *	3.63%
2008 08	71.01%	18.26%	5.32%	3.45%
2008 07	70.07%	18.65%	5.36%	3.53%
2008 06	69.17%	19.62%	5.46%	4.17%
2008 05	68.29%	19.95%	5.89%	4.23%
2008 04	67.90%	20.28%	6.26%	4.17%
2008 03	67.25%	20.29%	6.65%	4.09%
2008 02	66.44%	20.59%	6.95%	4.16%
2008 01	65.98%	20.94%	6.90%	4.21%

2007

2007	<u>Google</u>	<u>Yahoo!</u>	<u>MSN/Live</u>	<u>Ask</u>
2007 12	65.98%	20.88%	7.04%	4.14%
2007 11	65.10%	21.21%	7.09%	4.63%
2007 10	64.49%	21.65%	7.42%	4.76%
2007 09	63.55%	22.55%	7.83%	4.32%

Source: SEOConsultants.com

Các con số bên trên mang ý nghĩa như thế nào?

Mặc dù lợi ích mang từ SEO đến là rất lớn nhưng chỉ có 17% các doanh nghiệp vừa và nhỏ có một kế hoạch marketing online cho mình và còn khủng khiếp hơn với 83% các webmaster có ý nghĩ “trời sinh voi ắt sinh cỏ” (tạo website ra và nghĩ thế nào cũng có người biết đến). Hãy tỉnh giấc trước khi quá muộn, trừ khi bạn là cái chợ cung cấp mọi thứ thì may ra người dùng biết đến bạn còn không thì hãy nghĩ đến SEO (Source: Network Solutions).

SEO thật sự không hấp dẫn bạn? Hãy ngồi xuống lấy bút viết và 1 cái máy tính ra tính toán xem trong tháng rồi không SEO bạn đã mất bao nhiêu khách hàng? Và hãy thử SEO và làm 1 bảng so sánh với trước khi SEO nó như thế nào?

Ví dụ 1 cách tính như sau:

10,000 lượt search/ngày X 70% Google market share X 10% CTR X 5% conversion rate X \$100 transaction amount = \$3,500/day or around \$1,280,000/year.

Những con số hấp dẫn này liệu có có ý nghĩa thế nào với Marketing?

9 BƯỚC ĐỂ SEO THÀNH CÔNG-BƯỚC 1-PHẦN 2



Google quyết định Page Rank của 1 website như thế nào?

Công thức cơ bản được định như sau:

$$\text{Tính tương thích} + \text{Tính phổ biến} + \text{Độ tin cậy} = \text{Ranking Website Good}$$

Nếu nội dung website bạn có mối tương quan tốt với keyword thì sẽ được google đánh giá là có tính phổ biến (các inbound link đến page nhiều), và đánh giá độ tin cậy qua độ tuổi của domain (tức là thời hạn tồn tại trên mạng của domain đó), link weight... và dần dần bạn đã đi đúng hướng.

Tính tương thích: Được quyết định khi mà nội dung trang web được trả về khi có một truy vấn tìm kiếm. Tính tương thích càng tăng khi các keyword xuất hiện cùng lúc trên nhiều page hoặc nhiều keyword trên 1 page, đặc biệt lưu ý khi xuất hiện trên title tag hoặc heading tag (H1, H2, H3).

Tính phổ biến: Tầm quan trọng của 1 trang web được xác định bằng lượng liên kết đến trang đó từ các nguồn khác. Tính phổ biến càng tăng khi có thêm các link mới đến. Có 1 điều cần chú ý đó là các SE không chỉ đánh giá các đường link đến với trang web mà còn đánh giá chất lượng đường link đó như thế nào nữa.

Độ tin cậy: phụ thuộc vào giá trị của links và nội dung. Như đã nói bên trên thì càng nhiều đường links đến page bạn thì độ phổ biến nội dung càng cao.

Nội dung là ưu tiên hàng đầu

Điều này cần phải xoáy vào ý nghĩ của bạn và bạn cần nhớ là bạn phục vụ khách hàng chứ không phải phục dịch cho các SE. Rank cao chỉ là để đánh giá một mặt nào đó chứ thực sự các khách hàng khi tìm kiếm không quan tâm site bạn rank PG bao nhiêu hay Alexa bạn như thế nào? Quan trọng nhất vẫn là nội dung.

Tâm lý cần phải nhanh và không tốn thời gian đó chính là các đối tác của các SEOer, thật khó để có thể có hiệu ứng trong một thời gian ngắn đối với SEO chỉ ít cũng phải ba tháng hoặc sáu tháng và để lên top thì mất cả năm. Nhưng không phải là không có cách nếu muốn nhanh?

Hãy nghĩ đến AdWords campaign (có tính phí của Google) nhưng hãy nhớ khi sử dụng trường hợp này bạn chỉ có thể lấy được tầm 14% traffic mà thôi.

Hãy nhớ SEO cần thời gian và kiên trì mới có kết quả và khi bạn đã tham gia trò chơi này thì hãy chơi cho đúng luật, trên thế giới cũng có cả những SEOer mũ đen chuyên dùng các thủ thuật gian lận.

Keyword đi liền với nội dung đó là điều cần phải nhớ.

Hôm nay có thể hiệu quả nhưng ngày mai đã lỗi thời

Tất cả những điều bạn đọc trên đây có thể hiện tại nó đúng nhưng không ai biết được tuần sau hay tháng sau điều đó chỉ là dĩ vãng? SEO là vậy.

Thuật toán của các SE có thể thay đổi, keyword có thể thay đổi (ví dụ có thể năm sau lại có quan niệm keyword không là gì). Có rất nhiều công thức dùng cho SEO đúng 10 năm trở lại đây nhưng đã có rất nhiều thay đổi trong năm vừa qua và hiện tại thì điều đó thay đổi hàng tháng.

Google update các thuật toán của họ thường xuyên hơn là chúng ta biết - hàng tháng? Có một vài thay đổi nhỏ bạn nên tham khảo tại đây

Search Engine Spiders

Các SE xem website bạn bằng nhiều cách khác nhau. Cách mô tả đơn giản nhất cho việc này là hình dung một người đứng từ bên ngoài và nhìn vào website của bạn, họ không thể thiết kế các logo của bạn hay tạo các image trên website bạn mà chỉ có thể đọc và copy. Search engine spiders/robots là những chương trình (vd : GoogleBot) bằng các phương pháp như browse/crawl/spider lùng sục khắp internet (để hiểu hơn bạn nên đọc bài viết Bộ máy tìm kiếm làm việc như thế nào).

Các spider bắt đầu công việc bằng tìm kiếm 1 danh sách các URLs để viếng thăm, nhận dạng tất cả hyperlinks của page đó, sau đó lại add các link đó vào lần viếng thăm kế tiếp. Thông tin này sẽ được indexed vào các SE, và sau khi chạy thuật toán thì link được hiển thị và rank được đưa lên phù hợp cho các kết quả tìm kiếm. Tất cả các SE đều có riêng cho mình các spider.

Nếu bạn muốn test những gì Microlink đề cập thì có thể nhờ đến tool Yellowpipe's LynxViewer sau đó thì hãy trải nghiệm.

Hãy nhớ là việc để cho các spider thực hiện công việc của nó trên site bạn tron tru là cực kỳ quan trọng, ví dụ các spider không thể xem image thì hãy luôn sử dụng thuộc tính "ALT" ... và còn nhiều thứ khác nữa.

9 BƯỚC ĐỂ SEO THÀNH CÔNG-BƯỚC 1-PHẦN CUỐI



Những điều sau đây sẽ làm cho các spider mơ hồ về website của bạn:

- URL với 2 tham số động. VD: <http://tomcatblog.info/category.php?id=4&post=34rr&User=%Tom%,> tất nhiên với những URL như điều đầu tiên sẽ làm rối người dùng và khó nhớ đến thứ 2 đó là làm cho các spider miễn cưỡng hoặc không crawl.
- Page có hơn 100 link duy nhất đến các trang # trên site (điều này rất ít gặp).
- Page được click 3 lần mới đến được từ trang chủ(trang bị chôn quá sâu) sẽ thường bị các spider từ chối trừ khi có khá nhiều external link(link ngoại) liên kết đến site.
- Page cần các “session id” hoặc cookies để được điều hướng mới đến được (spider không phải các browser nên có không thể giữ lại các trang kiểu như vậy).
- Page bị chia cắt bởi các “frame” sẽ cản trở việc crawling và làm lộn xộn đối với việc xếp rank.

Những điều sau đây sẽ giết chết các spider:

- Pages được điều hướng đến bởi các submit button (coder rất rõ về điều này).
- Pages hiển thị khi được xổ xuống từ các drop menu (spider không thể bypass được các javascript).
- Các tài liệu được tìm thấy trong search box (spider vẫn chưa đủ thông minh về điều này)
- Tài liệu bị khóa có chủ đích (trong trường hợp này là do bạn sử dụng các robots.txt)
- Pages cần phải login.
- Pages cần phải redirect mới thấy được thông tin.
- Pages load chậm, vài giây thì không vấn đề gì cả nhưng mất đến 20s để load thì là 1 vấn đề lớn.

Để chắc chắn rằng trang của chúng ta luôn được các spider crawl hoàn toàn thì cần cung cấp các direct link HTML đến các trang mà cần được crawl. Tổng thể, nếu trang không thể vào được từ trang chủ bằng click thì cũng giống như không thể vào được bằng các SE.

Không nên gian lận:

Đây cũng như là một lời nhắc nhở cho những ai có ý định có một kết quả như ý chỉ sau một thời gian ngắn đối với SEO và cần chú ý những điều sau:

- Cần tránh duplicate content. Nếu chúng ta chỉ có một trang sản phẩm nhưng lại được truy cập bởi nhiều URL cùng một lúc, spider sẽ hiểu chúng ta có cùng một nội dung nhưng lại được đặt tại nhiều nơi. Khi spider phát hiện nó sẽ bỏ qua trường hợp này. Chúng ta gặp phổ biến nhất vấn đề này đó là config domain không rõ ràng giữa www và không www.
- Không copy nội dung từ site khác. Google thật sự không thích tìm thấy duplicate content trên site chúng ta.

- Không liên kết với những “hàng xóm xấu”. Nếu chúng ta liên kết với những spam site thì google cũng nghĩ chúng ta là đồng phạm...
- Không nên ẩn các hình ảnh, vấn đề SEO Image cần được quan tâm hơn rất nhiều, và được nhắc đến nhiều lần về sử dụng thuộc tính “ALT”.

Đừng quá ngốc

- Trước khi change URL thì hãy tham khảo về 301 redirects.
- Đừng lẫn lộn giữa 301 redirects với 302 redirects. Cần xem qua chủ đề này tại link này.
- Đừng xây dựng site bằng Flash nếu có ý muốn SEO.
- Đừng sử dụng Title tags giống nhau cho tất cả các page trên site.
- Frames (hiển thị nhiều trang nhỏ trên 1 trang đơn, 1 dạng cắt trang ra thành các phần). Điều này sẽ làm các link tới nội dung trở nên sâu hơn và chúng ta không nên sử dụng.
- Javascript. Sử dụng tiết kiệm và thông minh, không nên sử dụng vào việc điều hướng. Javascript menus luôn không được các SE truy cập nhưng đa phần thì chúng ta đều dùng vì vậy cần có sitemap và HTML điều hướng ở footer.

TỐI ƯU HÓA CẤU TRÚC URL TRỞ NÊN THÂN THIỆN VỚI CÔNG CỤ TÌM KIẾM



Tại sao phải tối ưu hóa URL?

Nguyên nhân đầu tiên phải tối ưu cấu trúc URL đó chính là làm tăng khả năng thứ hạng trên các search engine nơi mang lại cho chúng ta phần lớn các traffic. Nguyên nhân tiếp theo đó chính là khả năng làm cho URL dễ nhớ sẽ làm tăng lượng click, một trang web với URL quá khó nhớ tất nhiên người ta chỉ đến (direct) lần đầu tiên. Thông thường URL sẽ mang nội dung tổng quát của website/blog

Tối ưu hóa URL

Sau đây là 1 vài ý kiến có thể tham khảo

1. Chuyển các URL “động” sang URL “tĩnh”

Động là sao? đó chính là khi URL của bạn mang theo cả các dữ liệu ví dụ như sau:

<http://www.example.com/product.php?category=food&title=banhxeo>

Nhìn vào URL trên bạn có thể đoán được dữ liệu cần quan tâm đó là danh mục(category) là thức ăn(food) và tên thức ăn (title) là bánh xèo và còn kèm theo các toán tử như “?” “&” “=” như vậy sẽ làm chậm đi tốc độ xử lý

Còn tĩnh thì rất đơn giản như sau mà lại dễ nhớ

<http://www.example.com/product/category/banhxeo>

2. Dấu cách giữa các từ khóa (keyword)

Các dấu cách giữa các từ trên URL sẽ làm cho các search engine dễ dàng tìm ra URL bạn hơn

<http://www.example.com/optimize-url-structure-for-search-engines>

3. Không nên có quá nhiều từ khóa

Cái gì nhiều cũng không tốt lắm, càng nhiều từ khóa sẽ làm cho các search engine tìm ra trang bạn chậm hơn các trang khác có cùng nội dung nhưng từ khóa gọn và súc tích.

4. Chỉ nên giữ lại các từ khóa trên URL

Cần loại bỏ bớt các số và nhiều từ không phải là từ khóa, cái này thì tùy thuộc vào bản thân mỗi người có cách nhìn tốt về title mà mình viết ra.

5. Không nên quá nhiều subfolders

Nghĩa là:

<http://www.example.com/blog/wordpress/plugins/twitter/twitter-tools/>

6. Giữ cho các từ khóa ở gần tên domain của bạn nhất

<http://freethinking360.com/tai-lieu-seo-websiteblog-cua-googolge>

7. Không nên để URL có dấu

URL bằng tiếng việt thì nên bỏ dấu đi vì một số search engine không đọc được tiếng việt có dấu [góp ý của Misao's blog]. Cái này thì hiện tại cũng hơi khó cho ngôn ngữ tiếng Việt, vì hầu hết các title blog đều được thể hiện bằng tiếng Việt.

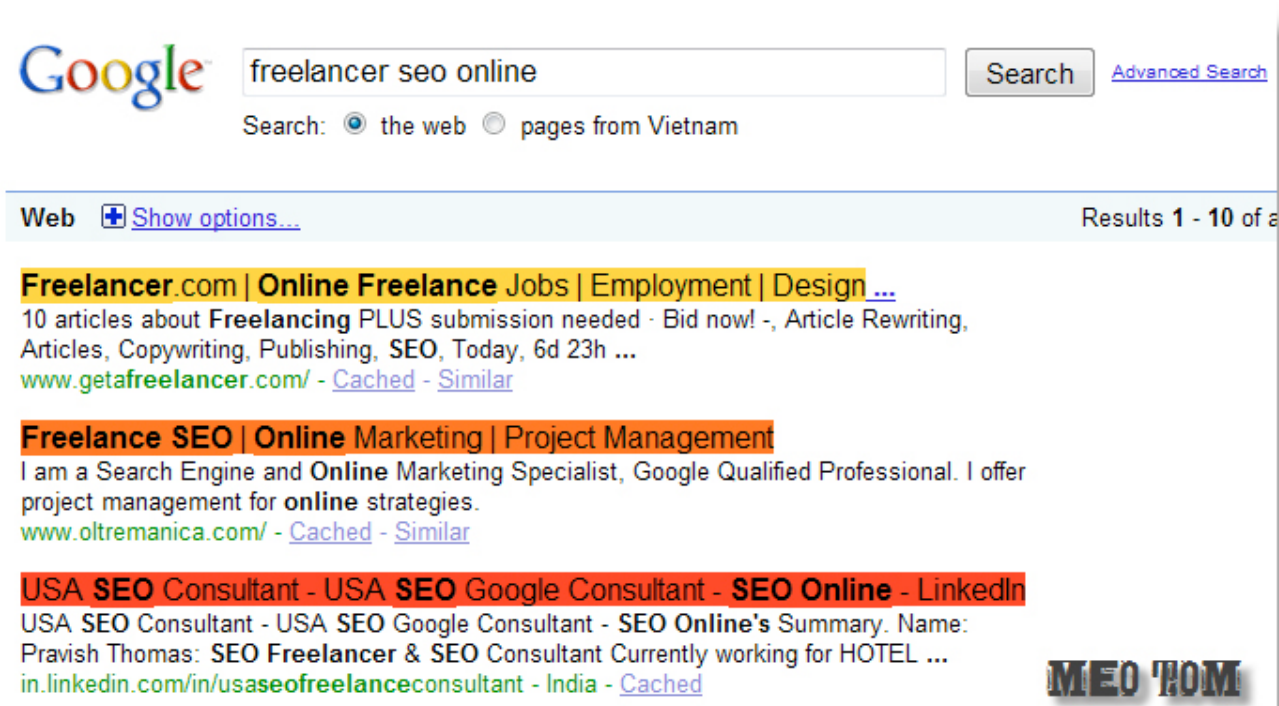
TITLE TAGS CÁCH TỐI ƯU NHƯ THẾ NÀO?

Tại sao title lại quan trọng?

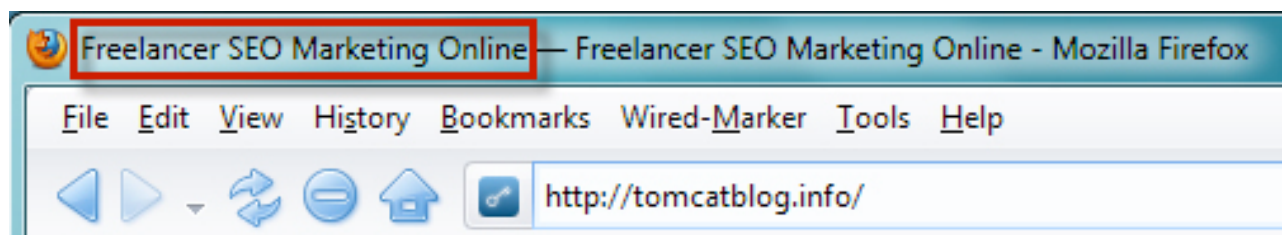
- Đơn giản đó là nơi bạn click để đi đến trang được tìm kiếm trên SE, thể hiện phần nào sự liên quan đến keyword.
- Là nơi đầu tiên mà các spider, webcrawler thấy khi bắt đầu quá trình scan.
- Nói cho các SE (hoặc là user) biết site bạn đang nói về cái gì.
- Title tốt có thể giúp chúng ta hiển thị và đứng vững tốt trên SERPs cho mỗi lần có truy vấn, điều đó đồng nghĩa mang lại thêm nhiều khách hàng (user) tìm năng.

Có thể tìm Titles Page ở đâu?

Trên SERPs...



Trên trình duyệt...

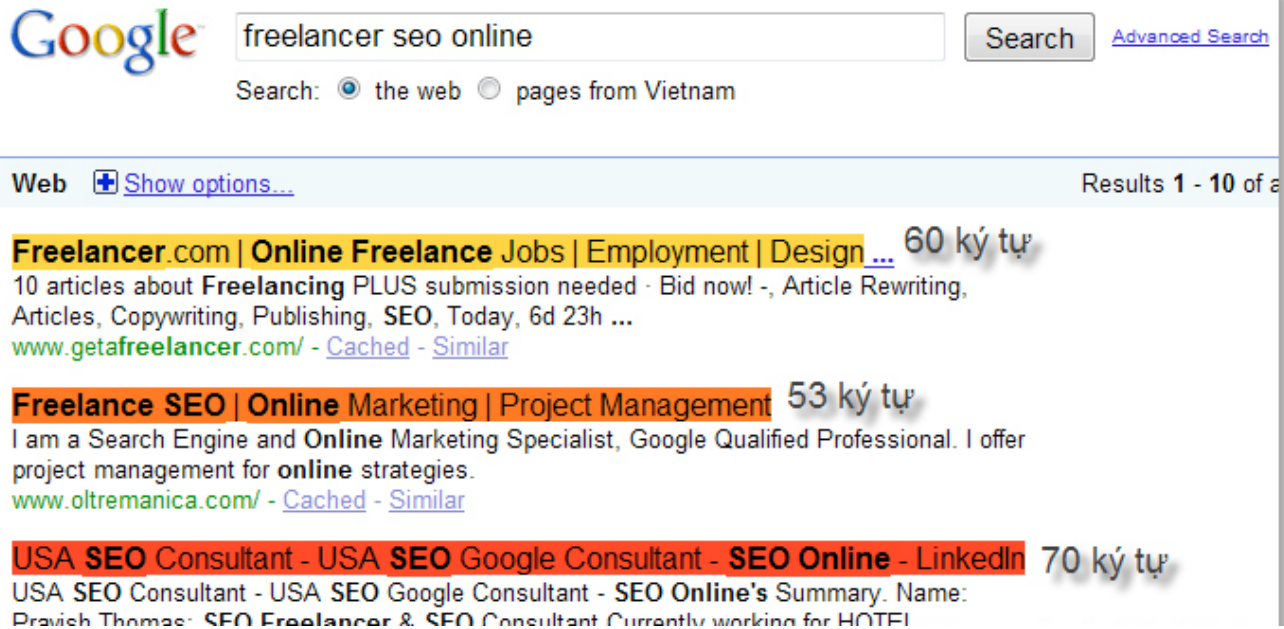


Trong Source Code...

```
<head profile="http://gmpg.org/xfn/11">
<link rel="Shortcut Icon" href="http://tomcatblog.info/favicon.ico" type="image/x-icon">
<title>Freelancer SEO Marketing Online </title>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
```

Vậy làm sao để có thể tạo Titles Page thân thiện?

1. Add keyword chủ đạo, loại bỏ các keyword không liên quan đến nội dung.
2. Giới hạn mỗi title không quá 70 ký tự



3. Ngoại trừ tên công ty hay doanh nghiệp chúng ta đã quá nổi tiếng (vd: FTP, Chợ điện tử, Trung Nguyên Coffee,...) không thì nên đặt cuối cùng hoặc chừa bỏ ra khỏi keyword. Nếu tên doanh nghiệp chúng ta mang luôn keyword, và khi đã SEO Title tốt thì như “nhất tiễn song điêu”, người dùng sẽ biết đến chúng ta, không nên tốn không gian cho việc không nhất thiết phải làm.

4. Cố gắng là duy nhất

Hiện nay sản phẩm + các hình thức kinh doanh của các công ty gần như rất giống nhau cho nên keyword cũng có hiện tượng tương tự. Hãy cố gắng keyword của chúng ta là gần như duy nhất trong cái mớ bong bóng đó nhưng vẫn đảm bảo được tính khả dụng cao.

Nên tìm kiếm sự giúp đỡ từ một copywriter là một điều đáng để suy nghĩ.

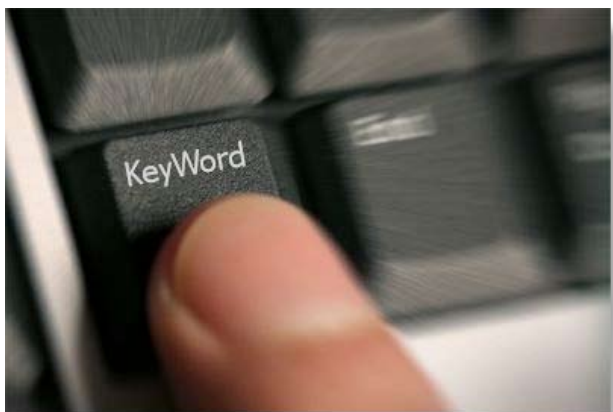
10 SEO TIPS FOR INTERNET MARKETING NEWBIES



SEO – Search Engine Optimization là những kiến thức theo quan sát của Microlink là nhanh bị lạc hậu nhất, vì thế những kiến thức mà chúng ta học được hôm nay qua ngày hôm sau có thể bị rơi vào quên lãng.

Ví dụ muốn chuyển từ code dotnet 2.0 -> 3.0 -3.5 luôn cần có những khoảng thời gian nhất định để updated vì những thứ công nghệ đó không thể lỗi thời 1 sớm 1 chiều nhưng với SEO (phụ thuộc khá nhiều vào các SE) thì khi các SE có sự thay đổi nào đó là các SEOer cần phải thay đổi các phương án SEO của mình cho phù hợp nhất và ... nhanh nhất.

Đây là một số nền tảng cơ bản chúng ta cần xem qua.



1. Sử dụng từ khóa chính xác

Điều đầu tiên đó là cần phải xác định được keyword và cụm keyword của site cần SEO. Phải chắc chắn rằng keyword này thể hiện đúng nội dung của site và đi theo site trong suốt quá trình hoạt động. Sau khi đã xác định được rồi thì việc tiếp theo chúng ta cần làm đó là đặt chúng vào các thẻ Tile Tag của trang, nên đặt trong các `<meta name="description">` và `<meta name="keywords">`.

Việc tham lam chọn quá nhiều từ khóa có khi không liên quan sẽ luôn là điều không tốt. Ngắn gọn và xúc tích vẫn luôn là điều tốt nhất.

2. Sử dụng Description TAG hợp lý

Như phần trên đã được nhắc đến vấn đề meta tag, bao gồm 2 phần chính cần quan tâm: description tag và keyword tag. Trong description là nơi thật sự miêu tả tổng quan về site và bạn có thể sử dụng keyword trong description tag này. Tạo một đoạn miêu tả ngắn từ 25-30 từ là đủ.

`<meta name="description" content="Nội dung cần miêu tả." />`

3. Sử dụng Keyword TAG sáng suốt

Cần đặt tất cả các từ khóa liên quan đến mục đích cũng như nội dung của site vào keyword tag. Tất cả ở đây không có nghĩa là bạn viết một bài văn nhỏ về mục đích của site bạn và đưa vào đấy mà có sự trích lọc. Sẽ là không thể khi site bạn chuyên bán quần áo thời trang lại cho vào keyword tag: kiếm tiền online, cho thuê nhà giá rẻ,... hoàn toàn không liên quan và đây sẽ là tai họa.

Keyword tag cần được hình thành ngay từ những giai đoạn đầu của việc thiết kế site chứ không hẳn là đầu vào đấy rồi mới nghĩ đến việc chọn lựa keyword.

`<meta name="keywords" content="keyword, keyword phrase ở đây." />`

4. Sử dụng H1 và H2 Tag

Các SE có vẻ thích tìm thấy các heading tag và phần thưởng cho các site này đó là ranking 8-).

5. Sử dụng Blod Tag trên các keyword quan trọng

Hãy nhớ không phải là tất cả mà chỉ là trên những keyword quan trọng chủ đạo mà thôi.

6. Đặt keyword vào bên trong nội dung

Hãy luôn cố gắng làm sao để các keyword luôn có mặt trong các bài viết của bạn, nghe có vẻ dư thừa nhưng nhiều người đặt keyword xong thì mặc kệ chúng và cứ nghĩ vậy là xong nhưng đó là một sai lầm.

7. Mỗi Title Tag là khác nhau

Điều này có nghĩa là luôn cần phải tạo một Title Tag cho mỗi bài viết. Việc này không tốn thời gian lắm nhưng lợi ích mang lại thực sự rất to lớn.

8. Back Links chất lượng

Có một điều mà ai cũng biết đó là luôn phải tạo back links đến site mình nhưng cũng vì ý nghĩa đó mà cứ trao đổi tràn lan không mục đích rõ ràng. Phải xác định back links đến site ta như thế nào? Chất lượng không? Nội dung có tương thích không? Có khi còn xét cả traffic các back links đó nữa.

9. Chọn keyword phrase khi trao đổi

Nghĩa là chọn ra 1 trong các keyword chủ đạo của ta để làm back link đi trao đổi.

10. Submit site lên các SE

Điều cuối cùng này là việc dĩ nhiên nhưng đôi lúc không phải ai cũng làm.

BEST BACKLINK ANALYSIS TOOLS

1. Yahoo! Site Explorer

Bị cái bóng quá lớn của google nên đôi lúc chúng ta đã bỏ qua những gì liên quan đến yahoo nhưng trong bài viết này thì chúng ta nên xem lại. Công việc của chúng ta đơn giản chỉ việc type vào textbox là xong như hình minh họa bên dưới

2. Webmaster Tools

Login vào tài khoản với đường dẫn trên và chọn Links to your site để check backlink nhé, có sự chênh lệch giữa yahoo và google, bên tomcatblog mỗi bên yahoo – google lần lượt là : 7549 – 7422.

Có một cách tốt hơn nữa để xem cụ thể đó là Anchor text

Results

Pages (738)

Inlinks (7,549)

Show pages from: All subdomains | Only this domain

Result details: |

Submit webpage

- 9 bước để SEO thành công

text/html <http://tomcatblog.info/9-buoc-de-seo-thanh-cong-buoc-1-phan-1/> - 63k - cache
- Các plugin giúp làm chủ khu vực admin trong wordpress

text/html <http://tomcatblog.info/cac-plugin-giup-lam-chu-khu-vuc-admin-trong-wordpress> - 85k - cache
- Khi cuộc sống khó khăn

text/html <http://tomcatblog.info/khi-cuoc-song-kho-khan/> - 51k - cache
- SEO for Startups

text/html <http://tomcatblog.info/seo-for-startups> - 70k - cache

Links to your site

Links to your site

Anchor text

Find links to:

Page
http://tomcatblog.info/
sem-toi-uu-hoa-quang-cao-tra-tien-qua-cong-cu-tim-kiem
huong-dan-co-ban-cho-blogger-de-seo-tot-phan-ii
135-link-cung-cap-thu-thuat-wordpress-hot-nhat%20rel=external%20nofollow
7-nguyen-nhan-co-ban-giet-chet-du-an-truoc-khi-bat-dau
tuyen-nhan-vien-seo-sem/

Links to your site

Links to your site

Anchor text

In external links to your site

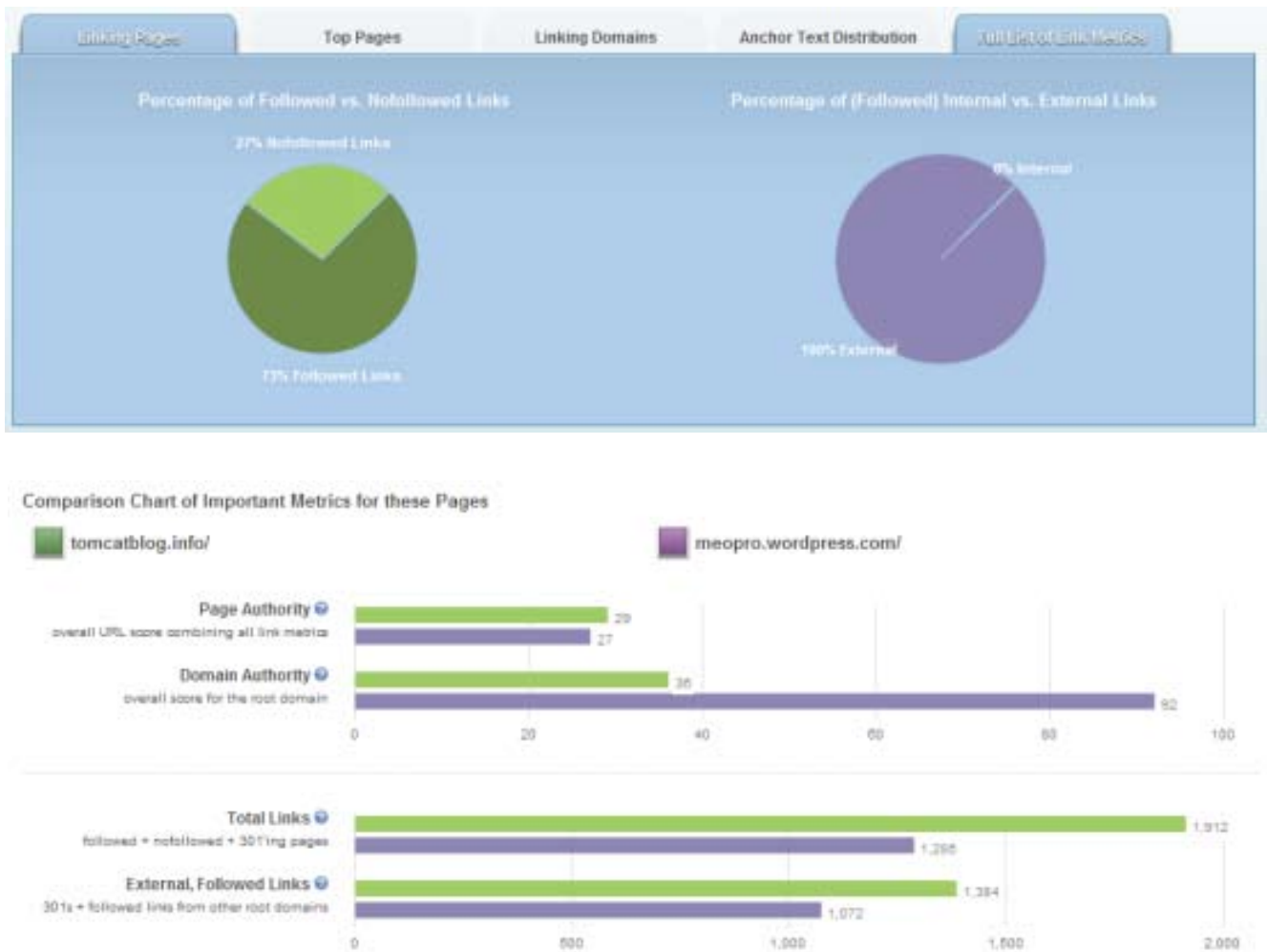
- ⊕ [blog freelancer](#)
- ⊕ [freelancer tại sao không](#)
- ⊕ [mèo tom](#)
- ⊕ [mèo tom blog](#)
- ⊕ [giải pháp seo](#)
- ⊕ [freelancer seo marketing online](#)
- ⊕ [giải pháp seo internet online marketing](#)
- ⊕ [giải pháp seo internet online marketing seo consultants](#)

3. Open Site Explorer

Đây là tool có tính phí nhưng rất tốt khi sử dụng, chúng ta có thể sử dụng 1 số chức năng giới hạn để quyết định có mua luôn gói full hay không.



1 số chức năng chúng ta có thể tham khảo sơ qua như sau:



4. Majestic SEO

Đây cũng là 1 tool có tính phí khác, bạn phải trả từ 9.99 đến 259 \$/ tháng tùy theo các chức năng muốn sử dụng.

Domain	Sub Domains	Indexed URLs	External backlink stats		
			Backlinks (EDU / GOV)	Domains (EDU / GOV)	IP addresses (Class C subnets)
tomcatblog.info	1	654	3,353 (- / -)	66 (- / -)	62 (60)

FIREFOX SEO ADDON



Sau đây là những tool mà dân SEO nên chú ý và sử dụng, sẽ hỗ trợ rất nhiều. Hiện đang sử dụng trang này thấy rất tiện và hữu ích. Microlink xin phép giữ nguyên bản tiếng Anh để không bị sai lệch đi ý nghĩa sát nhất của các Addon, độc giả có thể paste vào google translate.

SeoQuake

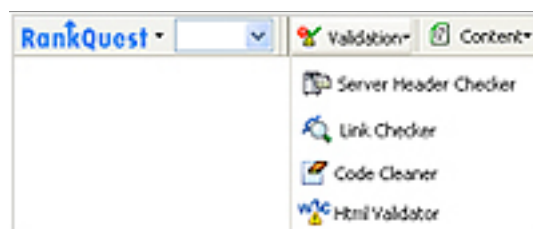
by SeoQuake Team

Seoquake is a Mozilla Firefox extension aimed primarily at helping web masters who deal with search engine optimization and internet promotion of web sites. Seoquake allows to obtain and investigate many important SEO parameters of the internet...

RankQuest SEO Toolbar

by Vincent Brown

RankQuest SEO(Search Engine Optimization) Toolbar provides you quick access to more than 30 intuitive SEO tools. Alexa Rank and Page Rank provided by Alexa and Google respectively ensures the popularity of the site. Once you download and install the SEO Toolbar you are only one or two clicks away from carrying out most of your day to day SEO...



SEOHAND

by serjio28

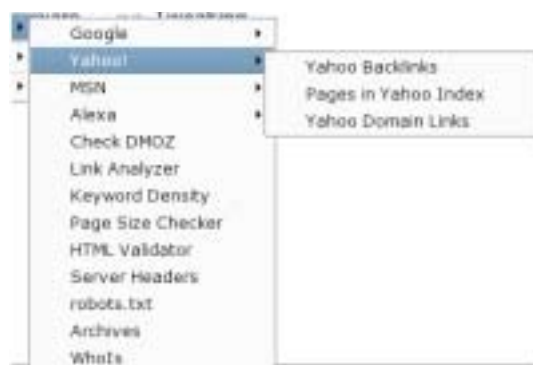
SEO services: Track sites placement at Google and Yahoo for any keyword. Watch Google PageRank (PR), Backlinks, Saturation over time. Graph and table presentation of the data.



SEOpen

by Damian

Provides some basic tools to help with search engine optimization. Including google backlinks, yahoo backlinks, PageRank check, http header viewer, and more. All features are available by right-clicking on an open area of a web page, or by using...



Niche Watch Tool

by Mong

This wonderful SEO extension provides you the technical information required to beat your competitor websites in serps. It gives you backlinks number, indexed pages, keyword occurrences on the page, page rank, all in anchor, all in title and all in...



KGen

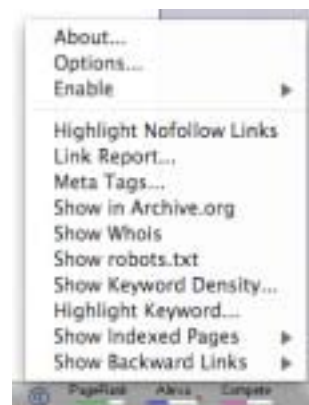
by Nicolas FROIDURE

KGen (Keyword Generator) is an extension that allows you to see what keywords are strong on visited web page. Than, you can retrieve them for social sharing (tag filling) or webmastering/SEO.

SearchStatus

by Craig Raw

Display the Google PageRank, Alexa rank and Compete ranking anywhere in your browser, along with fast keyword density analyser, keyword/nofollow highlighting, backward/related links, Alexa info and more.



MetaTags

by Victor Porton

This sidebar displays page meta-information (metatags, links, etc.) Has automated search engine submission menu. Features include: Watches currently loaded Web page and automatically updates the sidebar. Displays metatags, links, language, base...

Twitterbar

by tones

Post to Twitter from your address bar

Tab Catalog

by SHIMODA Hiroshi

This shows contents of all of tabs as a thumbnail-style list. BMMS5HX72GHT

Source : bookseobook

TỔNG HỢP KỸ THUẬT SEO CƠ BẢN TÀI LIỆU CỦA GOOGLE PHẦN 1



với cả người dùng và công cụ tìm kiếm. Mặc dù hướng dẫn này không tiết lộ bất kỳ bí mật nào sẽ tự động xếp hạng trang web của bạn lên top đối với các truy vấn trong Google(rất tiếc!), làm theo các thực tiễn tốt nhất được ghi rõ dưới đây sẽ giúp các công cụ tìm kiếm thu thập dữ liệu và lập chỉ mục nội dung của bạn dễ dàng hơn.”

Tạo tiêu đề trang chính xác và duy nhất

Mô tả chính xác nội dung trang - chọn tiêu đề truyền đạt hiệu quả nội dung trang

Tránh:

- Chọn tiêu đề không liên quan đến nội dung trang
- Sử dụng các tiêu đề mặc định không rõ ràng như “Untitled” hoặc “New Page”

Tạo thể tiêu đề duy nhất cho mỗi trang - mỗi trang của bạn nên có duy nhất thể tiêu đề, thể này giúp Google nhận biết trang này khác các trang khác trên trang web của bạn ở điểm nào.

Tránh:

- Sử dụng tiêu đề duy nhất cho tất cả các trang web của bạn

Sử dụng các tiêu đề ngắn gọn, nhưng mang tính miêu tả – Tiêu đề có thể vừa ngắn gọn, giàu thông tin. Nếu tiêu đề quá dài thì Google sẽ chỉ hiển thị 1 phần tiêu đề trong kết quả tìm kiếm.

Tránh:

- Sử dụng các tiêu đề quá dài không có ích cho người dùng.
- Bỏ dụng các từ khóa không cần thiết trong tiêu đề.

Sử dụng thẻ meta “description”

Biện pháp tốt

- Tóm tắt chính xác nội dung trang – Viết mô tả vừa cung cấp thông tin vừa thu hút người dùng nếu họ nhìn thấy thẻ meta description của bạn dưới đoạn trích trong kết quả tìm kiếm.
 - o Tránh:
- Viết thẻ meta description không liên quan đến nội dung trang.
- Sử dụng các mô tả chung chung như “Đây là 1 trang web về...”
- Chỉ điền các từ khóa vào mô tả.
- Sao chép và dán toàn bộ nội dung của tài liệu vào thẻ meta description.
- Sử dụng các mô tả duy nhất cho mỗi trang - mỗi trang có một thẻ meta description khác nhau giúp cả người dùng và google, đặc biệt là trong các tìm kiếm mà người dùng đưa lên nhiều trang trên tên miền của bạn (vd: các trang web sử dụng trang web: toán tử).
- Nếu trang web của bạn có hàng nghìn thậm chí hàng triệu trang, các thẻ meta description được tạo

thủ công có lẽ không khả thi lắm. Trong trường hợp này, bạn có thể tự động tạo các thẻ meta description dựa trên nội dung của mỗi trang.

o Tránh:

- sử dụng thẻ meta description cho tất cả các trang web hoặc cho số lượng trang web lớn.

Cải tiến cấu trúc URL của bạn

Biện pháp tốt

- Sử dụng các từ trong URL – URL chứa các từ liên quan đến nội dung và cấu trúc trang web của bạn sẽ thân thiện với khách truy cập hơn khi điều hướng trang web của bạn. Khách truy cập sẽ dễ dàng nhớ đến chúng hơn và truy cập tốt hơn.

o Tránh:

- Sử dụng các URL dài dòng và các ID không cần thiết.
- Chọn tên trang chung chung như “page1.html”
- Sử dụng quá nhiều từ khóa như “cho-thue-nha-nha-gia-re-chung-cu-cao-cap-bat-dong-san.html”
- Tạo cấu trúc thư mục đơn giản – Sử dụng cấu trúc thư mục tổ chức nội dung tốt của bạn và giúp khách truy cập dễ dàng biết vị trí của họ trên trang web của bạn. Thử sử dụng cấu trúc thư mục của bạn để chỉ định loại nội dung được tìm thấy tại URL đó.

o Tránh:

- Có cấu trúc lớp thư mục quá sâu.
- Sử dụng tên thư mục có nội dung không liên quan.
- Cung cấp phiên bản URL để liên kết đến tài liệu - Để ngăn người dùng liên kết đến phiên bản URL và ngăn những người khác liên kết đến phiên bản URL khác (điều này có thể chia cắt uy tín nội dung đó giữa các URL), tập trung sử dụng và tham chiếu tới URL trong cấu trúc và liên kết bên trong trang của bạn. Nếu bạn phát hiện nhiều người cùng truy cập 1 nội dung thông qua nhiều URL, việc thiết lập 301 redirects từ các URL không ưa thích đến các URL vượt trội là giải pháp cho vấn đề này.

o Tránh:

- Có các trang truy cập từ tên miền phụ và thư mục gốc (vd: “domain.com/page.html” và “sub.domain.com/page.html”) truy cập cùng 1 nội dung trang.
- Lẫn lộn giữa www và không có www
- Sử dụng các viết hoa URL kì quặc.

SEO MISTAKES AND FIX – PHẦN 1 LUẬN BÀN VỀ KEYWORD



Từ khóa

Khách hàng ở đây có 2 dạng:

- Thứ nhất đó là khách hàng không biết gì về SEO hoặc chuyên ngành làm việc không phụ thuộc vào IT nhiều như: bất động sản, fashion, mua bán... với khách hàng này thì thường họ chỉ biết họ có cái website và nói với chúng ta rằng: “tôi muốn anh làm sao mỗi khi người ta search thì ra website tôi đầu tiên”, tức là họ không có chủ ý sẵn các keyword nào mà ta sẽ là người phân tích keyword và làm tất tần tật cho họ. Lúc này sẽ dễ dàng có 1 lỗi xuất hiện đó là chúng ta phân tích khách quan các từ khóa dựa trên tinh thần ta là chủ cái website đó, trong khi thực tế điều đó không đúng. Nếu ta không tương tác với khách hàng trong quá trình này thì sẽ không tốt về sau.

- Thứ hai là khách hàng này đã có sẵn hết các từ khóa quan trọng và việc chúng ta làm là dựa trên nó chứ không phân tích thêm. Khi làm việc với dạng khách hàng này sẽ dễ dàng hơn vì họ có hiểu biết về những gì chúng ta làm và tương tác liên tục, nhưng nếu ở điểm này ta cứng nhắc cũng dễ bị mắc lỗi, phải tư vấn cho họ hiểu là: “từ khóa này tốt nhưng theo phân tích của chúng tôi thì ta có thể thử thêm từ này xem sao? Hoặc thói quen người dùng là như vậy như vậy... anh có thể xem qua lần nữa bản phân tích của chúng tôi được không?”

Vài cách khắc phục hoặc dự trù tình huống:

- Brainstorm hoặc mindmap các solution và yêu cầu khách hàng sau đó trình bày nhiều khả năng có thể xảy ra.
- Review website content của các đối thủ cạnh tranh với khách hàng.
- Sử dụng các Social Media để phân tích tính khả dụng của các keyword.
- Nếu website đã cài đặt sẵn analytics web thì phải phân tích dựa trên đó.

Hiện tại thì từ khóa đã không còn cái thời hoàng kim của nó nhưng tâm lý nhiều người vẫn còn focus quá nặng vào nó, hiện nay chúng ta nên hiểu rộng ra keyword không còn nằm trong các meta tag nữa....

Khi làm bất cứ vấn đề gì cũng có phát sinh lỗi và SEO cũng vậy, các lỗi trong bài viết này Microlink sẽ cố gắng viết một cách thực tế nhất. Ngày càng nhiều công ty nhận ra sự lợi thế khi SEO và họ thuê các công ty chuyên ngành để làm chuyên đó và họ hoàn toàn giao phó chuyên đó cho các công ty kia, đầu tư một đồng tiền rồi chỉ biết đợi kết quả. SEO cần phải có sự tương tác từ 2 phía nhất là ở giai đoạn phân tích và tư vấn content. Bài viết này hoàn toàn không trình bày kỹ thuật mà chỉ là nơi để bàn luận các kỹ thuật và các giải quyết nó như thế nào, lần lượt Microlink sẽ cố gắng đi hết các vấn đề đang gặp hiện nay trong thực tế.

NHỮNG CÂN NHẮC TRƯỚC KHI BẮT ĐẦU MỘT SEO CAMPAIGN



Nếu công ty của bạn còn xa lạ với tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) bạn cần phải giữ vững quyền kiểm soát các công việc đang được thực hiện, cho dù bạn có đang tận dụng một công ty hay đã thuê một ai đó trong nội bộ hay không. Tất nhiên, không phải ai cũng có thời gian nghiên cứu chiến thuật tối ưu hóa, vì vậy họ không hiểu được công việc đang được thực hiện vì lợi ích của công ty. Vậy nên, đây là năm mẹo giúp bạn quản lý nhóm SEO của mình thành công:

Kiểm soát kỳ vọng

Quên tất cả những thư rác sai chính tả bạn nhận được từ “Công ty SEO tầm cỡ” hứa hẹn cho bạn một thứ hạng đầu bảng của Google dành cho các thuật ngữ cạnh tranh nhất trong vòng... ba ngày. Điều này khi presentation, Microlink luôn luôn nói đến.

Kết cấu SEO có thể là một quá trình dài và tùy thuộc vào lĩnh vực kinh doanh của bạn, để đạt được top trên cùng của kết quả tìm kiếm cho các từ ngữ phổ biến có thể phải mất thời gian rất nhiều.

Nói chuyện với nhóm tối ưu hóa của bạn về những chỉ tiêu họ nhắm đến và thành công họ mong đợi là gì. Nếu bạn đã chọn một đại lý có uy tín, sẽ cho bạn một cái nhìn thực tế. Cứ giữ nguyên như thế.

Thiết lập mục tiêu

Kiểm soát mong đợi của mình là một chuyện nhưng bạn vẫn cần phải giữ vững các chỉ tiêu của nhóm, nếu không, một người không hiểu rõ ngành (như bạn) không thể nào kiểm tra công việc được.

Bạn không muốn trả tiền cho công việc không đạt yêu cầu bởi vì một chuyên viên thiếu đạo đức đã lừa mình bằng thuật ngữ ngành mà bạn không biết.

Thật không may, tối ưu hóa là một lĩnh vực mới và nghĩa là sẽ có vài chuyên viên ranh mãnh, nịnh nọt quanh quẩn đâu đó. Hãy hỏi ý kiến để tham khảo và tuyển dụng người mới.

Độc sức mình cho một đoạn đường dài

Hãy chắc chắn rằng bạn đã đặt các nguồn lực đúng chỗ cho công việc đang diễn ra – bạn không thể dự thảo cho ngân sách trong ba tháng và sau đó quyết định SEO không phải dành cho mình.

Đẩy mạnh sự hiện thị của công cụ tìm kiếm mất nhiều thời gian và sau đó phải cố gắng hết sức để duy trì. Bạn không thể dấn thân vào rồi sau đó từ bỏ mọi cố gắng chỉ sau một thời gian ngắn – đó là một sự lãng phí tiền bạc.

Hãy chắc chắn rằng có một cam kết của công ty để tối ưu hóa chiến dịch của bạn và rằng các nguồn lực được sử dụng đúng chỗ để duy trì công việc.

Tương tác với nhân viên của mình

Cho dù nội bộ hay đang thuê một công ty, công việc mà nhóm đang làm có thể được hỗ trợ bởi toàn bộ công ty. Hãy tương tác với họ, giữ liên lạc thông tin và quản lý họ trong các ban phòng ban của công ty.

Ví dụ, nhóm marketing qua email của bạn có thể tận dụng từ công việc “tìm kiếm trả tiền” của bạn về những đối tượng nhận được nhiều cú nhấp chuột nhất.

Đội PR của bạn (nếu có) có thể tăng cường tối ưu hóa tại chỗ bằng cách nhắm mục tiêu một số các từ khóa phức tạp hơn trong thông cáo báo chí của họ. Và toàn bộ lực lượng lao động của bạn có thể tweet bài viết trên blog của bạn, các liên kết chia sẻ với bạn bè (nếu bạn là một doanh nghiệp hướng vào khách hàng) và tạo ra dư luận xung quanh các nỗ lực tiếp thị trực tuyến của bạn.

Hãy chuẩn bị để tham gia

Tên tuổi của bạn có nổi tiếng trong lĩnh vực của mình hay thậm chí khu vực địa phương của bạn ? Nếu có, bạn có thể giúp tăng cường công việc tối ưu hóa của nhóm mình.

Blog, tweeting, khách ghé blog – tên của bạn thực sự có thể giúp truyền bá về công ty trực tuyến của mình và xây dựng các liên kết đến trang web của bạn, điều đó thực sự hữu ích cho việc tối ưu hóa của bạn.

Thực ra, ngay cả khi bạn không nổi tiếng, bạn vẫn có thể được tin nhiệm là một chuyên gia trong ngành nếu bạn bắt đầu viết blog và xây dựng một thương hiệu trực tuyến.

Nếu các chuyên gia SEO của bạn quyết định bạn cần một trang blog thì tốt nhất là nó nên nhân danh một nhân vật xuất sắc trong công ty của bạn. Điều đó cũng sẽ nâng cao danh tiếng của công ty bạn, do đó, nó cũng có giá trị của nó.

Mục Lục:	Trang
1. Bộ máy tìm kiếm làm việc như thế nào?	1-2
2. SEO là gì?	3
3. Google SEO tài nguyên cho người mới bắt đầu	4
4. Local SEO và Local Search Optimization Phần 1	5
5. Link builders sử dụng ưu thế SERP đem lại lợi ích như thế nào? Phần 1	6
6. PageRank Sculpting luận bàn.	7
7. 2 cách tìm keyword tốt mà đơn giản	8
8. Hướng dẫn cơ bản cho blogger để seo tốt Phần I	9 - 10
9. Hướng dẫn cơ bản cho blogger để SEO tốt Phần II	11 - 12
10. HTML Semantic Web SEO	13 - 14
11. Các quy luật cơ bản của SEO copywriting	15 - 16
12. Search Engine Optimization (SEO): hướng dẫn cơ bản	17 - 19
13. 9 bước để SEO thành công-Bước 1-Phần 1	20 - 24
14. 9 bước để SEO thành công-Bước 1-Phần 2	25 - 26
15. 9 bước để SEO thành công-Bước 1-Phần cuối	27 - 28
16. Tối ưu hóa cấu trúc URL trở nên thân thiện với công cụ tìm kiếm	29
17. Title Tags cách tối ưu như thế nào?	30 - 31
18. 10 SEO Tips for Internet Marketing Newbies	32 - 33
19. Best Backlink Analysis Tools	34 - 35
20. Firefox SEO Addon	36 - 37
21. Tổng hợp kỹ thuật SEO cơ bản tài liệu của Google Phần 1	38 - 39
22. SEO Mistakes and Fix – Phần 1 luận bàn về Keyword	40
23. Những cân nhắc trước khi bắt đầu một SEO Campaign	41 - 42

- Bài viết được biên tập và biên dịch bởi

- Đỗ Mạnh Toàn
- Nguyễn Thị Kim Anh

- Có sử dụng một số trích dẫn từ:

- Blogger 2K và nhiều nguồn khác nhau (link đính kèm)

- Nội dung thuộc quyền sở hữu của Công Ty TNHH Microlink

Liên hệ:

Công ty TNHH Liên Kết Số

Địa chỉ:	368/9 Bạch Đằng, P. 14, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
Điện Thoại:	08. 2248 6453
Dì động:	090807 6879 - 0984 784 054
Mã số thuế:	0310056080
Tài khoản:	Cty TNHH Liên Kết Số
Số tài khoản:	82638119
Ngân hàng:	ACB Lê Quang Định
E-mail:	dung.nguyen@microlink.vn - marketing@microlink.vn
Website:	http://microlink.vn - http://microlink.com.vn
Blog:	http://tapchiseo.com