

1	Từ khóa trong thẻ <title>	Đây là một trong những nơi quan trọng nhất để có một từ khóa mạnh bởi vì những gì được đặt bên trong thẻ <title> sẽ hiện ra như là chủ đề trang web của bạn. Thẻ title nên ngắn gọn (nhiều nhất chỉ nên có 6 hoặc 7 từ, những từ quan trọng nhất nên đặt trước.	+3
2	Từ khóa trong URL	Từ khóa trong các URL cũng giúp ích rất nhiều – ví dụ - http://domainname.com/seo-services.html , ở đây “SEO services” là cụm từ khóa mà bạn đang cố gắng đưa lên trang nhất Google. Nhưng nếu trong bài không có các từ khóa này thì tác dụng của nó cũng không lấy chi làm chắc chắn. Bạn phải đảm bảo rằng từ khóa trên URL và nội dung bài phải phù hợp với nhau.	+3
3	Mật độ từ khóa văn bản	Một nhân tố rất quan trọng nữa là bạn phải kiểm tra mật độ từ khóa. 3 – 7% dành cho từ khóa chính là tốt nhất, 1-2% cho các từ khóa phụ. Mật độ từ khóa quá 10% sẽ khiến Search Engine nghi ngờ là bạn đang “nhồi” từ khóa chứ không phải một văn bản thông thường.	+3
4	Từ khóa trong anchor text (từ có kết link)	Cũng rất quan trọng, đặc biệt là từ khóa gắn backlink, nếu bạn có một từ khóa gắn link dẫn đến trang bạn từ một site khác, điều này cũng giống như site bạn đang được site kia bầu cho một phiếu cho cả từ khóa và site của bạn.	+3
5	Từ khóa trong heading tag (<H1>, <H2>, etc.)	Đây cũng là một nơi mà từ khóa rất có tác dụng. Nhưng chú ý rằng trang của bạn có nội dung đúng với những từ khóa trong heading.	+3
6	Từ khóa bắt đầu của một văn bản	Cũng có tác dụng, dù không mạnh bằng anchor text (chuỗi từ khóa kết link), title tag hay heading. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng các từ khóa đầu tiên của một tài liệu không hẳn đã là đoạn đầu tiên – ví dụ, nếu bạn sử dụng bảng, đoạn đầu tiên của văn bản có thể ở trong nửa thứ hai của bảng đó.	+2
7	Từ khóa trong thẻ <alt>	Spider (nhện tìm kiếm) không đọc hình ảnh mà thay vào đó chúng đọc đoạn mô tả trong thẻ <alt>, vì vậy, nếu bạn có hình ảnh trên trang web của mình, hãy viết một số từ khóa bên trong thẻ <alt> để mô tả những hình ảnh này.	+2
8	Từ khóa trong thẻ meta	Rất ít quan trọng, đặc biệt đối với Google. Yahoo! và Bing vẫn dựa vào yếu tố này, vì thế, nếu bạn muốn thăng hạng trên Yahoo hay Bing, hãy điền những từ khóa này một cách phù hợp. Trong bất kỳ trường hợp nào thì cũng không có hình phạt dành cho điều này nếu bạn điền một cách phù hợp. Vì vậy hãy thực hiện chúng.	+1
9	Tính tương quan của Từ khóa với nội dung (Keyword proximity)	Từ khóa tương quan với nội dung (Keyword proximity) đo lường mức liên quan của một văn bản và các từ khóa. Tốt nhất là các từ đứng cạnh nhau (Ví dụ: “dog food”).	+1

		Nếu bạn có từ “dog” ở đoạn thứ nhất và từ “food” ở đoạn thứ ba, điều này cũng có tác dụng nhưng không nhiều bằng khi hai từ đứng sát nhau. Sự tương quan của từ khóa được áp dụng khi bạn muốn SEO một cụm từ gồm hai từ trở lên.	
10	Cụm từ khóa	Ngoài từ khóa, bạn cũng có thể SEO cụm từ khóa, có thể gồm một số từ – ví dụ. “Diễn Đàn Kiến Thức”. Sẽ rất có lợi nếu cụm từ khóa bạn SEO là những từ phổ biến, như thế bạn có thể nhận được rất nhiều sự trùng khớp trong chuỗi tìm kiếm nhưng đôi khi bạn nên tối ưu hóa 2 hoặc ba từ riêng rẽ (“Diễn đàn” và “Kiến thức”) hơn là một chuỗi dài vì chuỗi càng dài thì càng ít người tìm kiếm một cách chính xác.	+1
11	Từ khóa thứ cấp	Tối ưu hóa từ khóa thứ cấp có thể là một mỏ vàng vì khi mà tất cả mọi người đều đổ dồn vào việc tối ưu hóa những từ khóa phổ biến nhất, sẽ có ít sự cạnh tranh với các từ khóa ít phổ biến hơn. Ví dụ, “bất động sản sài gòn” có thể có ít người tìm kiếm hơn là “bất động sản” nhưng nếu bạn đang kinh doanh bất động sản tại Sài Gòn, bạn sẽ có ít người viếng thăm hơn nhưng lượng giao dịch sẽ cao hơn.	+1
12	Từ khóa phái sinh (Keyword stemming)	Đối với tiếng Anh đây không phải là một yếu tố có vai trò quan trọng vì những từ xuất phát từ một gốc (ví dụ. dog, dogs, doggy, ...) được cho là có liên quan đến nhau và nếu bạn có từ “dog” trên trang của mình, bạn cũng sẽ được ghi nhận những từ như “dogs” và “doggy”, nhưng với một số ngôn ngữ khác thì cũng có thể là một vấn đề vì những từ phái sinh được cho là không liên quan đến từ gốc, bạn có thể sẽ phải tối ưu hóa tất cả chúng.	+1
13	Từ đồng nghĩa	Ngoài những từ khóa chính, bạn cần tối ưu hóa những từ đồng nghĩa của những từ khóa đích. Điều này rất tốt đối với những trang web bằng tiếng Anh, các bộ máy tìm kiếm đủ thông minh để sử dụng cả từ đồng nghĩa nữa, và điều này cũng tốt cho thứ hạng của trang bạn.	+1
14	Từ khóa biến dạng (Keyword Mistypes)	Lỗi chính tả thường rất phổ biến và nếu bạn biết rằng từ khóa đích của bạn có những biến thể hay sai lỗi chính tả (ví dụ Christmas và Xmas), có thể bạn sẽ tối ưu hóa những biến thể này. Vâng, điều này có thể lôi kéo được một số khách đến với trang bạn, tuy nhiên, việc có lỗi chính tả hay tiếng lóng trên trang bạn có thể sẽ làm cho người đọc mất cảm tình, tốt nhất bạn không nên thực hiện hoặc chỉ thực hiện trong thẻ meta.	0
15	Pha loãng từ khóa (Keyword dilution)	Khi bạn tối ưu hóa một lượng lớn từ khóa, đặc biệt là những từ không liên quan, điều này sẽ ảnh hưởng đến sức mạnh của tất cả các từ khóa của bạn và thậm chí	-2

		những từ khóa chính sẽ bị làm mất tác dụng.	
16	Nhồi từ khóa (Keyword stuffing)	Bất kỳ khi nào xuất hiện mật độ từ khóa giả tạo (10% trở lên) sẽ được coi là nhồi từ khóa và bạn phải đối mặt với nguy cơ bị phạt bởi các cỗ máy tìm kiếm.	-3
Liên kết: Liên kết đi, liên kết đến, liên kết nội bộ			
17	Từ khóa có kết link của trang mình trên trang khác	Như đã thảo luận trong mục từ khóa, điều này là một trong những nhân tố quan trọng nhất để có một trang web có rank tốt. Tốt nhất là bạn có từ khóa và từ khóa đó được kết link dẫn về trang bạn, Nhưng nếu thậm chí bạn chỉ cung cấp đường link, không kết từ khóa vào thì cũng vẫn tốt.	+3
18	Nguồn của đường liên kết ngoài	Bên cạnh từ khóa có gắn link, một điều cũng quan trọng nữa là những trang gắn link của bạn phải là những trang web có tiếng. Thường thì những trang web có page rank Google cao được cho là những trang có tiếng.	+3
19	Link từ những trang giống nhau	Có các link từ những trang web tương tự trang mình rất hữu ích. Điều này cho thấy rằng đối thủ cạnh tranh của bạn đang bỏ phiếu cho bạn và bạn đang có tiếng tăm trong ngành nghề của mình.	+3
20	Link từ các trang .edu và .gov	Những link này vô cùng quý báu vì những trang .edu và .gov là những trang có tiếng hơn .com. .biz, .info... Ngoài ra, những link như vậy rất khó để có được.	+3
21	Số lượng backlink	Thường thì càng nhiều càng tốt. Nhưng danh tiếng của những trang web có đường link đến trang bạn còn quan trọng hơn số lượng. Từ khóa có gắn link cũng rất quan trọng, có một từ khóa trong đó không, chúng tồn tại lâu chưa....	+3
22	Từ khóa có gắn link nội bộ	Điều này cũng là một vấn đề, dù không quan trọng như từ khóa của backlink.	+2
23	Chung quanh từ khóa có gắn link	Các từ đứng ngay trước hoặc sau từ khóa có gắn link cũng quan trọng bởi vì nó góp phần khẳng định sự liên quan giữa từ khóa và nội dung văn bản. Ví dụ: Một link giả tạo sẽ không kết nối một cách tự nhiên với các từ còn lại trong văn bản.	+2
24	Thời gian tồn tại của backlink	Càng lâu càng tốt. Có nhiều link mới trong một thời gian ngắn có thể bị hiểu nhầm là mua chúng.	+2
25	Link từ các thư mục	Tuyệt vời, tuy nhiên nó cũng phụ thuộc rất nhiều vào thư mục nào. Được liệt kê trong thư mục DMOZ, Yahoo và những thư mục tương tự sẽ có tác dụng lớn trong việc làm tăng thứ hạng trang bạn nhưng có hàng tấn link trong các thư mục có PR 0 thì chẳng có nghĩa lý gì, thậm chí còn bị cho là spam link, nếu bạn có hàng trăm hàng ngàn link như vậy.	+2
26	Số lượng các link đi ra từ trang web của	Càng ít càng tốt vì như thế link của bạn sẽ có vẻ quan trọng hơn.	+1

	bạn		
27	Từ khóa có kết link bên trong (Named anchors)	Từ khóa có kết link trên trang (vị trí của từ khóa trên bài) cũng rất hữu ích cho việc tăng lượng đọc và cả cho SEO nữa vì bạn nhấn mạnh thêm rằng một trang, đoạn hay văn bản nào đó là quan trọng. Trong code, named anchor trông như thế này: Read about dogs và “#dogs” là named anchor.	+1
28	Địa chỉ IP của backlink	Google nói rằng họ không phân biệt những đường link đến từ một trang web có cùng địa chỉ IP hoặc lớp C, vì thế, với Google, các địa chỉ IP có thể được có thể được xem xét là như nhau. Tuy nhiên, Bing và Yahoo! Có thể hủy những đường link có cùng IP hoặc lớp IP, nên, tốt nhất bạn nên kết backlink trên các trang web khác địa chỉ IP.	+1
29	Backlink từ các trang web chuyên bán backlink và các site đáng ngờ	Điều này không ảnh hưởng đến bạn, miễn là không phải trao đổi link. Ý tưởng đó là bạn không thể kiểm soát được việc người khác đặt link của bạn trên trang họ, vì thế bạn sẽ không bị phạt về những link này vì đó không phải lỗi của bạn. Nhưng bạn nên tránh xa những link farm và những trang web đáng ngờ.	0
30	Nhiều link đi ra	Google không thích các trang có quá nhiều link, vì thế bạn nên để dưới 100 link trên một trang. Có quá nhiều link trên một trang không có tác dụng gì, thậm chí bạn có thể gặp phiền toái về điều này.	-1
31	Quá nhiều đường link, spam link	Điều này không tốt cho rank của bạn, khi bạn có quá nhiều link đến và đi từ cùng một trang (thậm chí nếu đó không phải là một kế hoạch liên kết chéo hoặc liên kết đến những người hàng xóm tôi) bởi vì nó sẽ nghĩ là bạn mua link hay ít nhất là spam link. Trong trường hợp tốt nhất thì chỉ có vài link được cân nhắc để thăng hạng cho bạn.	-1
32	Đường link dẫn đến các link farm và những site đáng ngờ	Không giống như backlink (link đến) từ link farm và các site đáng ngờ, link đi từ site bạn đến các site đáng ngờ sẽ làm hại bạn. Bạn cần thường xuyên kiểm tra các đường link trên site bạn vì đôi khi những link tốt có thể trở thành link xấu và ngược lại.	-3
33	Liên kết chéo (Cross-linking)	Liên kết chéo xảy ra khi site A liên kết đến site B, site B liên kết đến site C và site C liên kết ngược lại site A. Đây là ví dụ đơn giản nhất, nhưng trong thực tế có thể phức tạp hơn. Liên kết chéo được xem như một hình thức thương mại liên kết bất hợp pháp và sẽ bị phạt.	-3
34	Liên kết đơn pixel	Khi bạn có một liên kết mà chỉ có một pixel hoặc mọi người không nhìn thấy, và chẳng có ai click vào đó, như vậy rõ ràng bạn đang cố đánh lừa search engine.	-3
	Metatags		

35	Thẻ meta <Description>	Thẻ Meta ngày càng trở nên ít quan trọng hơn nhưng nếu hỏi thẻ nào vẫn còn có tác dụng thì đó là thẻ <description> và <keywords>. Sử dụng thẻ meta <Description> để viết mô tả của trang bạn. Bên cạnh đó, thẻ meta vẫn được ghi nhận tại Bing và Yahoo!, thẻ <Description> có một tác dụng nữa – đôi khi nó còn giúp đưa mô tả của trang web bạn trở thành kết quả tìm kiếm.	+1
36	Thẻ meta <Keywords>	Thẻ meta <Keywords> cũng có tác dụng, mặc dù thẻ meta không được google chú ý, chỉ được Bing và Yahoo chú ý đôi chút. Hãy giữ cho độ dài của thẻ meta từ 10 đến 20 ký tự. Đừng nhồi vào thẻ <Keywords> những từ mà bạn không có trên trang của mình, điều này không tốt cho rank của bạn.	+1
37	Thẻ meta <Language>	Nếu site của bạn sử dụng một ngôn ngữ cụ thể, đừng để trống tag này. Công cụ tìm kiếm có cách thức quyết định ngôn ngữ của trang web hơi phức tạp chứ không phụ thuộc vào thẻ <language>, nhưng chúng sẽ cân nhắc yếu tố này.	+1
38	Thẻ meta <Refresh>	Thẻ meta <Refresh> là một cách để chuyển người xem từ site của bạn sang một site khác. Chỉ làm việc này nếu bạn chuyển site của mình sang một tên miền mới và bạn cần tạm thời chuyển hướng khách thăm. Khi được sử dụng trong thời gian dài, thẻ meta <refresh> sẽ được xem như việc làm bất hợp pháp và sẽ ảnh hưởng đến thứ hạng của bạn. Trong bất kỳ trường hợp nào, chuyển hướng thông qua 301 tốt hơn nhiều.	-1
Nội dung (Content)			
39	Nội dung độc đáo (Unique content)	Có nhiều nội dung (nội dung thích hợp, khác với nội dung trên các website khác cả về từ ngữ và chủ đề) sẽ được ưu tiên rất nhiều đối với rank của bạn.	+3
40	Tần suất thay đổi nội dung	Thường xuyên thay đổi sẽ được ưu tiên. Sẽ rất tuyệt nếu bạn thường xuyên thay đổi nội dung, nhưng nếu bạn chỉ cập nhật số lượng nhỏ thì tác dụng không lớn lắm.	+3
41	Kích cỡ từ khóa	Khi một từ khóa trong văn bản có font lớn hơn so với những chữ còn lại, điều này tạo được nhiều chú ý hơn, vì thế nó quan trọng hơn phần còn lại của văn bản. Với heading cũng vậy (<h1>, <h2>, etc.), heading thường có font chữ lớn hơn phần còn lại của văn bản.	+2
42	Định dạng từ khóa	Bôi đen và in nghiêng cũng là một cách để nhấn mạnh những từ và ngữ. Tuy nhiên, sử dụng bôi đen và in nghiêng và font lớn hơn một cách hợp lý nếu không sẽ phản tác dụng đấy.	+2
43	Tuổi của tài liệu	Những tài liệu mới (hoặc ít nhất là thường xuyên cập nhật) sẽ được ưu tiên.	+2

44	Kích cỡ file	Thường thì những trang dài không được ưu tiên, hay ít nhất bạn có thể cải thiện thứ hạng nếu bạn chia một topic lớn thành vài topic nhỏ.	+1
45	Tách nội dung	Từ quan điểm marketing về việc tách nội dung (dựa vào IP, loại trình duyệt...) có thể rất tốt cho SEO nhưng lại có điểm không tốt đó là khi bạn một url nhưng nội dung khác nhau, công cụ tìm kiếm sẽ không biết đâu là trang cần tìm.	-2
46	Code và thiết kế nghèo nàn	Các cỗ máy tìm kiếm nói rằng họ không thích những trang web có thiết kế và code nghèo nàn, dù rất ít khi có trang web nào bị cấm do có cấu trúc code lộn xộn và hình ảnh xấu xí, nhưng khi code và thiết kế nghèo nàn sẽ làm cho chỉ mục của site bị rối tung và việc này làm hại bạn rất nhiều.	-2
47	Nội dung không hợp pháp	Sử dụng nội dung bản quyền của người khác mà không có sự đồng ý của họ hoặc sử dụng những nội dung không lành mạnh có thể khiến trang web của bạn bị loại khỏi cỗ máy tìm kiếm.	-3
48	Văn bản không nhìn thấy	Đây là một kiểu làm SEO phi pháp và khi nhện tìm kiếm phát hiện ra rằng bạn có những văn bản chỉ dành cho chúng chứ không dành cho con người, bạn sẽ bị phạt.	-3
49	Che giấu (Cloaking)	Che giấu là một kỹ thuật bất hợp pháp, điều này liên quan một phần đến sự tách nội dung bởi vì nhện tìm kiếm nhìn thấy một trang (tất nhiên đã được tối ưu hóa), và mọi người thì nhìn thấy một phiên bản khác của trang này	-3
50	Trang ngụy trang (Doorway pages)	Tạo ra các trang nhằm mục đích đánh lừa nhện tìm kiếm rằng trang bạn là một trang có tài liệu phù hợp với những từ khóa bạn tối ưu hóa trong khi thực tế không phải, đây cũng là một cách để khiến bạn bị loại khỏi các cỗ máy tìm kiếm.	-3
51	Lặp lại nội dung	Khi bạn có cùng nội dung trên một vài trang của website, điều này sẽ không làm cho trang bạn trông đồ sộ hơn mà bạn còn bị các cỗ máy tìm kiếm phạt. Nếu trang bạn có nhiều chuyên trang, và số lượng nội dung lặp lại không nhiều thì sẽ không có vấn đề gì, cho nên đừng lạm dụng việc lặp lại nội dung trên site, nếu cần thì nối shortcut sang vị trí mong muốn.	-3
Trực quan (Visual Extras) và SEO			
52	JavaScript	Nếu được sử dụng rộng rãi, điều này không ảnh hưởng gì. Nhưng nếu nội dung chính của bạn hiển thị quá nhiều thông qua JavaScript, điều này sẽ gây khó khăn cho nhện tìm kiếm theo dõi và nếu java JavaScript lộn xộn thì nhện không thể theo dõi được, điều này rõ ràng	0

		ảnh hưởng đến thứ hạng của bạn.	
53	Hình ảnh trong văn bản	Một trang web toàn văn bản sẽ thật buồn thảm, nhưng nếu có rất nhiều hình ảnh mà không có văn bản thì sẽ là một sai lầm lớn về SEO. Luôn viết nội dung hình ảnh vào bên trong thẻ <alt> nhưng nhớ đừng nhồi từ khóa và những từ không liên quan.	0
54	Podcast và video	Podcast và video ngày càng trở nên phổ biến, tuy nhiên đây là những tài liệu không phải văn bản, cỗ máy tìm kiếm không thể đọc chúng, vì vậy nếu bạn không có một lời thoại bằng văn bản cho podcast và video, thì dường như những nội dung này không hề tồn tại trong mắt của search engine vì chúng không thể đánh chỉ mục những nội dung như vậy.	0
55	Link Hình ảnh thay vì link text	Sử dụng hình ảnh thay vì text link thường không tốt, đặc biệt là khi bạn không điền vào thẻ <alt>. Nhưng thậm chí kể cả bạn điền vào thẻ <alt>, cũng không tốt bằng bạn có text link với cỡ chữ 16-pt, bôi đen và in nghiêng, vì vậy chỉ gắn link vào hình khi bạn thực sự cần chuyên hướng để dẫn người đọc đến với những thông tin quan trọng.	-1
56	Khung (Frame)	Khung thường rất không tốt cho SEO. Hãy tránh sử dụng khung trừ khi thực sự cần thiết.	-2
57	Flash	Nhện tìm kiếm không đánh chỉ mục cho nội dung của flash movie, vì thế nếu bạn sử dụng flash trên trang mình, đừng quên sử dụng một đoạn văn bản miêu tả cho nội dung của nó.	-2
58	Trang chủ bằng Flash	Cũng may là hiện nay không ai dùng theo kiểu này nữa. Làm trang chủ bằng Flash (và đôi khi tất cả các mục của trang bạn) và không có bản HTML, là tự bạn loại bạn ra khỏi cuộc chơi.	-3
Domains, URLs, Web Mastery			
59	Url và file name được nhiều người quan tâm	Đây là một nhân tố rất quan trọng, đặc biệt đối với Yahoo! và Bing.	+3
60	Khả năng truy cập vào site	Một vấn đề cơ bản nữa mà thường bị xem nhẹ. Nếu trang web của bạn (hay một mục nào đó) không thể truy cập vào được do đường link bị gãy, lỗi 404, khu vực bảo vệ bằng mật khẩu và những lý do tương tự khác, như thế site của bạn không thể được đánh chỉ mục.	+3
61	Sitemap	Thật tuyệt vời nếu bạn có một sitemap cập nhật và hoàn chỉnh, nhện tìm kiếm thường thích điều này, không quan trọng đó là một sitemap tron cũ theo định dạng HTML hay định dạng đặc biệt dành cho Google.	+2
62	Kích cỡ Site	Nhện tìm kiếm thích những site lớn, vì thế site càng lớn càng tốt. Tuy nhiên, site lớn thường làm người dùng bị rối và khó tìm kiếm thông tin, đôi khi bạn nên tách một	+2

		site lớn thành một số site nhỏ. Mặt khác chưa có site nào bị phạt vì quá lớn, nên bạn đừng tách site của mình chỉ bởi vì chúng lớn.	
63	Tuổi đời của Site	Cũng giống như rượu, những site có tuổi đời lớn thường được tôn trọng hơn bởi vì người ta thường quan niệm rằng những trang web lâu năm thường đáng tin cậy hơn (chúng đã chứng minh được rằng chúng đã ra đời và tồn tại được một thời gian khá lâu), còn những site mới thì chưa biết liệu ngày mai có biến mất hay không.	+2
64	Kiểu giao diện (theme) của Site	Không chỉ những từ khóa trong URL và trên trang đóng vai trò trong SEO. Kiểu giao diện (theme) thậm chí còn quan trọng hơn với một ranking cao bởi vì khi trang web phù hợp với theme, nó sẽ đẩy thứ hạng của các trang con của site lên.	+2
65	Vị trí của File trên Site	Vị trí của file được đặt trong chỉ mục hoặc gần nó có thứ hạng cao hơn những trang nằm tận sâu bên trong.	+1
66	Domain trong tương quan với subdomain, domain riêng	Có domain riêng thì tốt hơn – ví dụ. thay vì sử dụng tên miền nhasach.butnghien.vn, nên đăng ký tên miền nhasach.vn.	+1
67	Đuôi tên miền	Không phải tất cả các tên miền đều ngang nhau. Có những tên miền tốt hơn những tên miền khác. Ví dụ, tenmien.com tốt hơn nhiều so với .ws, .biz, hay .info (mấy tên miền này ngang nhau), còn những tên miền như .edu và .org cũng được ưu tiên đôi chút.	+1
68	Dấu gạch nối trong URL	Các dấu gạch nối giữa các từ trong một URL có tác dụng rất tốt trong việc thăng hạng trong SEO. Điều này áp dụng với dấu gạch ngang cả trong tên miền và trong URL.	+1
69	Độ dài của URL	Thường thì đây không phải là một vấn đề nhưng nếu bạn có một URL quá dài thì có vẻ như bạn đang spam vậy, vì thế hãy tránh có nhiều hơn 10 từ trên một URL (3 hoặc 4 cho bản thân domain và 6 hoặc 7 cho phần địa chỉ còn lại là vừa đủ).	0
70	Địa chỉ IP	Chỉ thành vấn đề đối với shared hosting hoặc khi một site sử dụng host miễn phí, khi IP hoặc toàn bộ lớp C của địa chỉ IP đó bị liệt vào danh sách đen do spam hoặc những hành động bất hợp pháp khác.	0
71	Adsense sẽ làm tăng thứ hạng của bạn	Adsense không liên quan đến bất kỳ cách thức nào của SEO thứ hạng. Google sẽ không tặng cho bạn một phần thưởng nào về thứ hạng vì bạn đặt quảng cáo Adsense. Adsense có thể làm tăng thu nhập của bạn nhưng sẽ không giúp bạn tăng rank.	0
72	Adword sẽ làm tăng thứ hạng của bạn	Cũng giống như Adsense, Adword không liên quan gì đến thứ hạng của bạn. Adword sẽ mang nhiều hơn người xem đến site của bạn nhưng không tác động gì	0

		đến rank của bạn.	
73	Thời gian gián đoạn host	Thời gian gián đoạn host có liên quan trực tiếp đến khả năng truy cập vào một site, khi một site thường xuyên bị gián đoạn, nó không thể được đánh chỉ mục. Nhưng trong thực tế điều này chỉ quan trọng nếu nhà cung cấp hosting của bạn thực sự không đáng tin cậy và có ít hơn 97-98% thời gian host chạy thông suốt..	-1
74	URL động	Nhện tìm kiếm thích các URL tĩnh, mặc dù bạn sẽ nhìn thấy rất nhiều những trang tĩnh ở vị trí trên top đầu. Nhưng URL dài, động (hơn 100 ký tự) thực sự rất tồi và trong bất kỳ trường hợp nào thì bạn cũng nên sử dụng một công cụ để viết lại những URL động để nó trở nên thân thiện với con người và SEO.	-1
75	Chuỗi ID (Session ID)	Điều này thậm chí còn tồi tệ hơn URL động. Đừng sử dụng ID chuỗi cho thông tin mà bạn muốn nhện tìm kiếm đánh chỉ mục.	-2
76	Cấm trong robots.txt	Nếu chỉ mục của phần lớn một site bị cấm (ban), điều này có thể ảnh hưởng đến những phần không bị cấm vì nhện tìm kiếm sẽ ít đến các site “không có chỉ mục”.	-2
77	Chuyển hướng (Redirect) (301 và 302)	Khi không được áp dụng một cách phù hợp, việc chuyển hướng có thể bị ảnh hưởng rất nhiều – trang đích có thể không mở, hoặc tồi tệ hơn – việc chuyển hướng có thể được xem như một kỹ thuật bất hợp pháp khi mà người dùng ngay lập tức bị chuyển sang một trang khác.	-3