



Kỹ thuật SEO On-page 2017

Created date March, 2017
Dung Hoang, SEOtheTop.com
seothetop@gmail.com

NỘI DUNG

1. Kỹ thuật SEO Onpage 2017 có còn quan trọng?
2. Các yếu tố quan trọng, bắt buộc với Onpage
3. Kỹ thuật tối ưu SEO Onpage
 1. Xác định từ khóa mục tiêu cho mỗi Page
 2. Các yếu tố Onpage quan trọng
 3. Vị trí đặt từ khóa
 4. Mật độ từ khóa
 5. Xây dựng liên kết ra ngoài trang (Outbound link)
 6. Tích hợp các nút chia sẻ lên mạng xã hội
 7. Các yếu tố Onpage khác
 8. Cách giữ chân người đọc ở lại trang lâu hơn?

Tối ưu On-page là gì?

- Tối ưu On-page là tập hợp các kỹ thuật tối ưu trang web thân thiện với các công cụ tìm kiếm, để công cụ tìm kiếm hiểu được nội dung trên trang của bạn.
- Mục đích: có vị trí cao trong trang 1 kết quả tìm kiếm của Google, Bing, Yahoo, ...



Tối ưu On-page là gì?

- Phân biệt Tối ưu On-site và Tối ưu On-page
 - **On-site optimization** là kỹ thuật tối ưu SEO tổng thể toàn bộ website: cấu trúc điều hướng, URL, robots, sitemap, ...
 - **On-page optimization** là kỹ thuật tối ưu một trang (page) cụ thể tối ưu từ khóa mục tiêu, vị trí đặt từ khóa, mật độ từ khóa, và nhiều yếu tố khác



1. On-page 2017 có còn quan trọng?

- Công cụ tìm kiếm sử dụng tập hợp các thuật toán. Chúng dựa vào các yếu tố khác nhau để xếp hạng trang web của bạn cho các từ khóa nhất định.
- Xếp hạng trang, Google không chỉ xem xét yếu tố Onpage bài viết, nó cũng đưa nhiều yếu tố khác như tín hiệu truyền thông xã hội (shares, likes, tweets, follows, ...), chất lượng backlinks, Uy tín của domain, và nhiều yếu tố Off-page khác.
- Thuật toán xếp hạng có thay đổi mạnh mẽ trong thời gian gần đây nhưng yếu tố On-page vẫn rất quan trọng bởi quy tắc vàng vẫn được áp dụng:

NỘI DUNG LÀ VUA

2. Các yếu tố On-page quan trọng

- **Chia làm 3 mức:**

- Vô cùng quan trọng
- Quan trọng
- Khá quan trọng

- **Vô cùng quan trọng**

- Đảm bảo Bot có thể truy cập được trang để đánh chỉ mục
- Nội dung duy nhất, độc đáo có giá trị
- Tốc độ load trang nhanh 3-5 giây
- Lựa chọn từ khóa mục tiêu phù hợp cho nội dung

Các yếu tố On-page quan trọng

● Quan trọng

- Keyword xuất hiện trong các Tag quan trọng như: Title, Description, H1, URL, Anchor text của internal link, ATL của ảnh
- Liên kết nội bộ trỏ đến những nội dung liên quan
- Giao diện đáp ứng, tương thích với nhiều thiết bị
- Dữ liệu có cấu trúc, giàu thông tin (Rich Snippets, Data structured)
- Nội dung được cập nhật thường xuyên

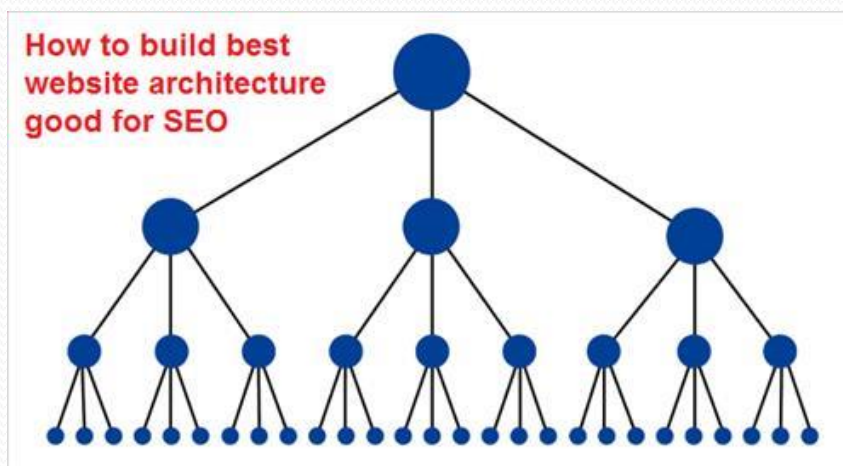
Các yếu tố On-page quan trọng

- **Khả quan trọng**

- Keyword xuất hiện trong: Body content, Bold/Italic,
- Sử dụng Canonical
- Kiểm tra broken link
- Nội dung thể hiện trực quan sinh động
- Valide W₃C HTML, CSS, Javascript

Điều hướng website

- Điều hướng tốt giúp người dùng và search engine dễ dàng tìm đến các trang thông tin trên trang của bạn, tăng thời gian onsite
- Các vùng điều hướng của site qua: Menu, Side bar, Breadcrumb, Footer
- Cấu trúc site tốt sẽ có trải nghiệm người dùng tuyệt vời
- Cấu trúc site tốt giúp các con bộ crawl và đánh index trang tốt hơn



- Để có cấu trúc điều hướng tốt tham khảo bài viết: [Cấu trúc website tốt nền tảng để SEO thành công](#)

Hãy tạo ra nội dung chất lượng

- **Trước khi tối ưu Onpage** hãy nghĩ tới tối ưu nội dung trước
- Bởi Nội dung là yếu tố quan trọng nhất với website, độc giả và công cụ tìm kiếm
- Hãy tạo ra nội dung chất lượng có giá trị cho người đọc, khi được người dùng yêu mến thì Google cũng sẽ yêu mến bạn
- Viết theo lối tự nhiên truyền tải nội dung một cách dễ hiểu và đơn giản nhất có thể

“Nếu bạn không thể giải thích cho đứa trẻ sáu tuổi hiểu được, thì chính bạn cũng không hiểu gì cả” - Albert Einstein

Content



Optimization

3. Kỹ thuật Tối ưu On-page

- Xác định từ khóa mục tiêu cho mỗi Page – Keyword Targeted
- Các Thẻ Onpage quan trọng: Title, Description, Heading, ...
- Vị trí đặt từ khóa – Keyword Place
- Mật độ từ khóa – Keyword Density
- Tối ưu hình ảnh – Image Optimization
- Xây dựng liên kết nội bộ (Internal link)
- Xây dựng liên kết ra ngoài trang (Outbound link)
- Tích hợp các nút chia sẻ lên mạng xã hội
- Các yếu tố Onpage khác
- Cách giữ chân người đọc ở lại trang lâu hơn?

Xác định từ khóa mục tiêu

- Việc đầu tiên là cần phải xác định được từ khóa mục tiêu cho mỗi trang, bạn không làm việc này sẽ lãng phí thời gian và công sức cho các nỗ lực SEO sau này.
- Những câu hỏi đặt ra khi thực hiện phân tích từ khóa để thực hiện chiến dịch SEO thành công:
 - Sản phẩm, dịch vụ của bạn là gì? Khách hàng tiềm năng của bạn là ai?
 - Khách hàng sẽ tìm kiếm gì nếu cần giải pháp hoặc sản phẩm của bạn?
 - Khách hàng sẽ có những suy nghĩ, thắc mắc gì về sản phẩm của bạn?
 - Khi cần trợ giúp về sản phẩm, dịch vụ họ sẽ tìm kiếm qua những từ khóa nào?

Choosing the right



Xác định từ khóa mục tiêu

- Một số công cụ phân tích từ khóa:
 - Google Keyword Planner <https://adwords.google.com/KeywordPlanner>
 - Google Trends
 - Keyword research Moz <https://moz.com/beginners-guide-to-seo/keyword-research>
 - Keyword Tool <http://keywordtool.io>
 - Google Search
 - Keyword Discovery

- Xem bài viết hướng dẫn chi tiết:

>> [Nghiên cứu từ khóa](#)



Xác định từ khóa mục tiêu

- **bước 1:** Chọn những từ khóa tiềm năng, những từ khóa liên quan tới nội dung của mình
- **bước 2:** Phân tích qua công cụ **Keyword Planner** sẽ cho biết số lượng tìm kiếm/tháng của mỗi từ khóa, danh sách những từ khóa gợi ý, lựa chọn từ khóa phù hợp cho nội dung.
- **bước 3:** Lựa chọn những từ khóa dựa trên gợi ý và cảm giác của bạn (kinh nghiệm)

Ý tưởng nhóm quảng cáo

Ý tưởng từ khóa

Cột ▾

🔍

📄

T

Cụm từ tìm kiếm	Số lần tìm kiếm tr.bình hàng tháng ?	Cạnh tranh ?	Giá thầu được đề xuất ?
tu vi 2017	🔍 49.500	Trung bình	312 đ
tu vi nam 2017	🔍 4.400	Trung bình	407 đ
tử vi năm đinh dậu	-	-	-

Số hàng hiển thị: 30 ▾ 1 - 3 trong số 3 từ

Từ khóa (theo mức độ liên quan)	Số lần tìm kiếm tr.bình hàng tháng ?	Cạnh tranh ?	Giá thầu được đề xuất ?
xem boi	🔍 201.000	Trung bình	170 đ
tu vi 2016	🔍 201.000	Thấp	139 đ
xem tu vi	🔍 90.500	Trung bình	151 đ
tu vi hàng ngay	🔍 110.000	Thấp	147 đ
tu vi	🔍 90.500	Trung bình	157 đ

tuoi mui

tuoi mui - Google Search

tuoi mui nam 2017

tuoi mui 1991

Tuoi Mui nam 2017 - Xem tử vi tuổi Mùi năm Đinh Dậu

tuoi mui mang gi

tuoi mui hop voi tuoi gi

Các tìm kiếm liên quan đến tuổi mới nam 2017

tử vi tân mùi 2017 nữ mạng

tu vi tuoi mui nam 2016

tuổi tân mùi năm 2017

tử vi 1979 nữ mang

xem từ vi tuổi tân mùi sinh năm 1991

tử vi tuổi tân mùi năm 2017 nữ mang

[xem tu vi tuoi ky mui nam mang](#)

tu vi tuoi ky mui nam mang nam 2017



Vị trí đặt từ khóa

- Từ khóa xuất hiện ở **TITLE**
- Xuất hiện ở **URL**
- Xuất hiện ở thẻ mô tả **Description**
- Xuất hiện trong thẻ **H1**
- Xuất hiện ở **đoạn đầu tiên** của nội dung
- Xuất hiện trong thuộc tính **ALT của ảnh**, trong tên ảnh
- Xuất hiện **trong Body**
- Xuất hiện trong các heading H2, H3 (sử dụng từ khóa phụ, biến thể từ khóa)
- Xuất hiện trong thẻ **B, U, I**
- Xuất hiện trong Internal, External link



Tối ưu các Tags SEO quan trọng

- Title tag
- Description tag
- Keyword tag
- Heading: H1, H2, H3
- URL
- Canonical
- ALT image
- Anchor text
- Strong/Bold/Italic/Under

ON PAGE SEO

✓ PAGE TITLE

✓ KEYWORDS

✓ CONTENT

✓ TITLE TAGS

✓ META-TAGS

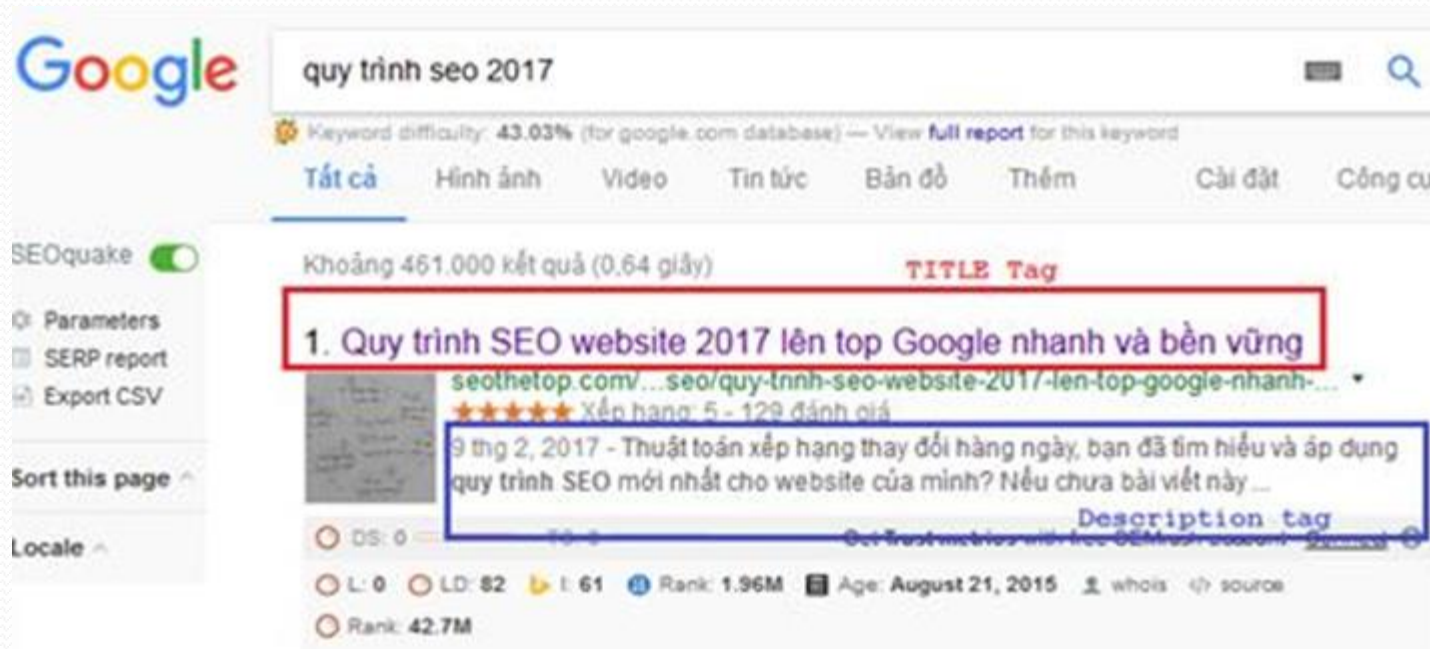
Title

- Thẻ tiêu đề của trang, thường được sử dụng trên trang kết quả của tìm kiếm (SERPs) hiển thị trong các đoạn preview, rất quan trọng đối với SEO và người dùng, bởi đây là thông tin bạn cung cấp cho người tìm kiếm.
- **Lưu ý về thẻ Title:**
 - Mô tả thông tin quan trọng nhất của trang
 - Chứa từ khóa ngay phần đầu của thẻ
 - Nội dung duy nhất, không trùng lặp cho từng page
 - Độ dài từ 35 – 65 ký tự (không để quá ngắn hoặc quá dài)
 - Tránh nhồi nhét từ khóa quá 2 lần



Tit

```
1
2
3 <!DOCTYPE html>
4
5
6
7 <html lang="vi-VN" amp>
8 <head>
9
10
11 <title>Quy trình SEO website 2017 lên top Google nhanh và bền vững</title>
12 <meta name="description" content="Thuật toán xếp hạng thay đổi hàng ngày, bạn đã tìm hiểu
13 <meta name="keywords" content="Quy trình SEO website 2017 lên top Google nhanh và bền vững
14 <link rel="canonical" href="http://seothetop.com/kien-thuc-seo/quy-trinh-seo-website-2017-
15 <meta name="twitter:site" content="@Seothetop" />
16 <meta property="twitter:account_id" content="seothetop" />
17 <meta property="fb:page_id" content="seothetop" />
```



Title

- Người dùng có click đến trang của bạn không là do cách thức bạn đặt tiêu đề có đủ sức hấp dẫn, gây sự tò mò và lôi kéo được họ đến trang không
- Tham khảo Kỹ thuật đặt TITLE tăng tỷ lệ chuyển đổi dưới đây:

Viết tiêu đề hấp dẫn – giật title câu click tăng tỉ lệ chuyển đổi CTR

Dưới đây là một số kỹ thuật viết tiêu đề có sức lôi cuốn thu hút sự chú ý của người tìm kiếm để tăng khả năng click.

- Đưa con số vào bài viết

5 bí quyết ...

- Thời gian và tiền bạc

Ví dụ: Giảm 5 cân trong 2 tuần chỉ với 500K

- Câu hỏi 5W 1H

Có phải bạn đang gặp vấn đề về ...

- Nhắm vào mục tiêu cụ thể

Chỉ dành cho người nhanh mắt

- Dùng ảnh hưởng của người nổi tiếng hăng nổi tiếng

Những công nghệ google sẽ áp dụng trong search engine 2017

- Tips, bí mật

Bí quyết SEO lên top nhanh và bền vững

- Cường điệu hóa vấn đề

Nếu không có phiên bản cho Mobile thì đừng làm web nữa

- So sánh

Bán nước chè thu nhập cao hơn làm ở ngân hàng

- Khuyến mãi

Nhân dịp Noel giảm giá 50% cho tất cả các sản phẩm

- Câu chuyện bản thân

Cách tôi đạt chứng chỉ Adword chỉ trong 2 tuần

- Treo đầu dê bán thịt chó (áp dụng cho title viral nội dung phụ)

- Giới hạn độ tuổi

Phim xxx chỉ dành cho 18+

Description tag

- **Meta Descriptions** cung cấp lời **mô tả ngắn gọn** về nội dung của trang web, được sử dụng trong các kết quả tìm kiếm hiển thị preview cho trang web, tương tự như Title tag, là 2 thông tin quan trọng quyết định khách tìm kiếm có đến trang web của bạn không.
- **Một số lưu ý về Description**
 - Mô tả ngắn gọn nội dung trang web của bạn
 - Mô tả duy nhất, không trùng lặp cho từng trang
 - Độ dài khuyến nghị từ 100-155 ký tự
 - Đặt từ khóa chính ngay phần đầu của thẻ mô tả không quá 3 lần
 - Chỉ sử dụng 1 thẻ Description cho 1 trang

Description

```
7 <html lang="vi-VN" amp>
8 <head>
9
10
11 <title>Kỹ thuật SEO Onpage 2017 có còn quan trọng với Search Engine?</title>
12 <meta name="description" content="Chắc bạn đã từng nghe nói và thực hiện Kỹ thuật SEO
13 Onpage với website của mình, không rõ xu hướng SEO 2017 kỹ thuật này còn có tác dụng
14 với các Search..." />
15 <meta name="keywords" content="Kỹ thuật SEO Onpage 2017 có còn quan trọng với Search
16 Engine?" />
17 <link rel="canonical" href="http://seothetop.com/seo-onpage/ky-thuat-seo-onpage-2017-
```



kỹ thuật SEO Onpage 2017



Tất cả

Video

Tin tức

Hình ảnh

Bản đồ

Thêm

Cài đặt

Công cụ

Khoảng 16.100 kết quả (0,32 giây)

10 Kỹ thuật SEO on-page quan trọng trong năm 2017 - Cddos.Net

<https://cddos.net/10-ky-thuat-seo-page-quan-trong-trong-nam-2017.html> ▼

28 thg 2, 2017 - CDDOS cung cấp các giải pháp về tên miền, Hosting, cloud VPS, máy chủ ảo, Dedicated Server, thiết kế Website chất lượng hàng đầu Việt ...

Kỹ thuật SEO Onpage 2017 có còn quan trọng với Search Engine?

seothetop.com/seo-onpage/ky-thuat-seo-onpage-2017-co-con-quan-trong-voi-search-... ▼

★★★★★ Xếp hạng: 5 - 129 đánh giá

Chắc bạn đã từng nghe nói và thực hiện **Kỹ thuật SEO Onpage** với website của mình, không rõ xu hướng **SEO 2017** kỹ thuật này còn có tác dụng với các ...

Keyword tag

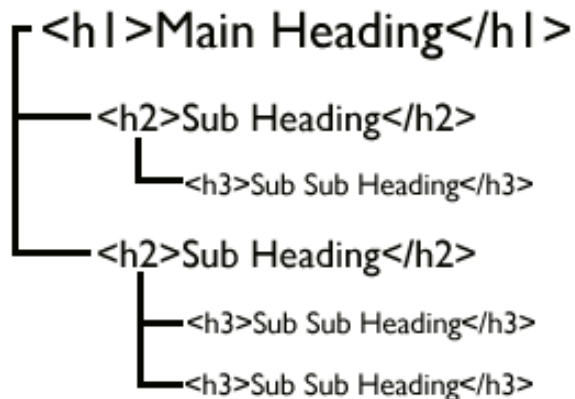
- Chúng ta có nghe Google không sử dụng yếu tố Meta Keyword trong xếp hạng do bị lạm dụng và nhồi nhét từ khóa quá nhiều, nhưng theo tôi khuyên bạn **vẫn nên sử dụng Meta keyword một cách hợp lý** khai báo 1 từ khóa mục tiêu 3-5 biến thể của từ khóa phù hợp với nội dung vẫn có giá trị với SEO.



```
7 <html lang="vi-VN" amp>
8 <head>
9
10
11 <title>Kỹ thuật SEO Onpage 2017 có còn quan trọng với Search Engine?</title>
12 <meta name="description" content="Chắc bạn đã từng nghe nói và thực hiện Kỹ thuật SEO
    Onpage với website của mình, không rõ xu hướng SEO 2017 kỹ thuật này còn có tác dụng
    với các Search..." />
13 <meta name="keywords" content="Kỹ thuật SEO Onpage 2017 có còn quan trọng với Search
    Engine?" />
```


Heading

- Các thẻ Heading là yếu tố xếp hạng **rất quan trọng** với SEO đặc biệt là thẻ H1, các thẻ H2 thể hiện nội dung có phân cấp và có cấu trúc rõ ràng thân thiện và dễ hiểu hơn với Search Engine
 - **H1:** là tiêu đề bài viết, **có chứa từ khóa** ngay phía đầu và chỉ sử dụng **duy nhất 1 thẻ H1** cho mỗi trang
 - **H2:** nội dung tổ chức thành các mục và mỗi thẻ H2 thể hiện những điểm chính của từng đoạn trong bài viết, H2 có chứa từ khóa 1 lần, và chứa các biến thể của từ khóa.
 - **H3:** Tương tự như H2 nếu nội dung phân cấp H2 có nhiều mục con



Heading Tags for SEO:

<h1> Most important

<h2> Second Most Important

<h3> Third Most Important

<h4> Fourth Most Important

<h5> Fifth Most Important

<h6> Sixth Most Important

Heading

Chiến lược SEO Semantic, kế hoạch SEO quan trọng năm 2017

Chiến lược SEO Semantic là một khuyến nghị cho chiến thuật SEO trong năm 2017, bạn nên xem xét để lập kế hoạch SEO tối ưu cho website để bắt kịp với định hướng của Google khi update thuật toán xếp hạng.

Mục đích cuối cùng của SEO là gì? Là Xếp hạng từ khóa hay Traffic ? Nhưng có lẽ mục đích cuối cùng là hành động của khách hàng quyết định, mua hoặc sử dụng dịch vụ của bạn đúng không nào?

H2 tag

Semantic Search, Semantic SEO là gì?

Tìm kiếm ngữ nghĩa là tìm kiếm đặt 1 câu hỏi hay một hành động truy vấn sẽ trả kết quả có ý nghĩa, ngay cả khi các kết quả trả về không chứa mệnh đề trong truy vấn, tìm kiếm trả về kết quả có liên quan có ngữ nghĩa với mệnh đề truy vấn.

Tìm kiếm ngữ nghĩa sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để hiểu mục đích của người tìm kiếm và ý nghĩa của các truy vấn và không phân tích cú pháp thông qua các từ khóa như một từ điển. Khi bạn tìm kiếm bây giờ, Google cung cấp cho bạn kết quả hoàn toàn dựa trên các văn bản và các từ khóa mà bạn đưa vào tìm kiếm. Khi bạn sử dụng tìm kiếm ngữ nghĩa, Google sẽ xem mối quan hệ giữa những từ đó, và cố gắng để hiểu nghĩa từ để đưa ra kết quả.

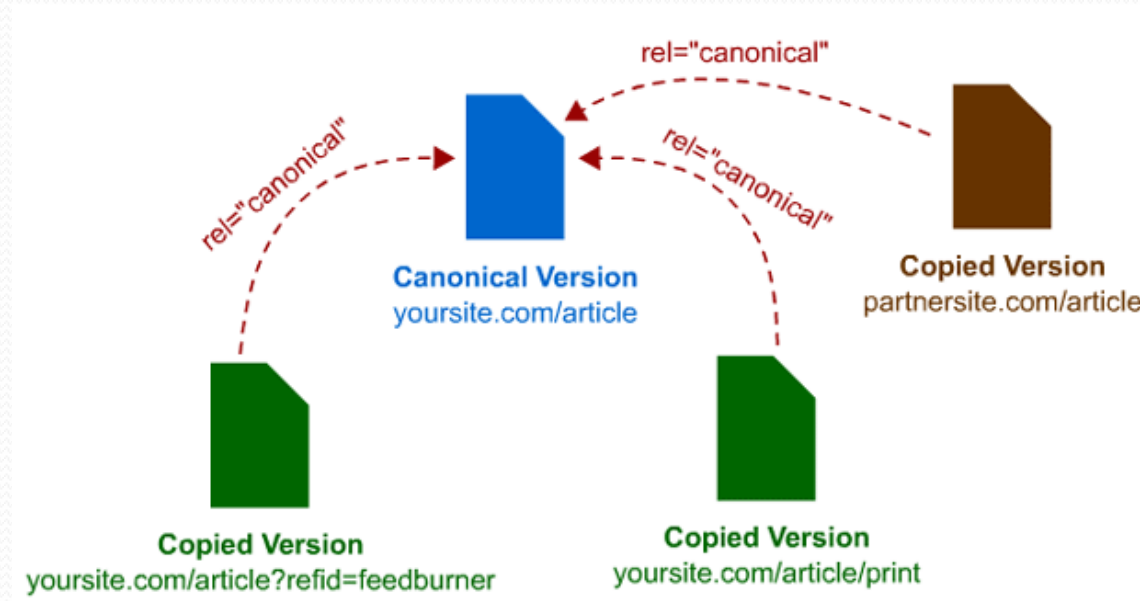
Quản lý kiểm toán SEO (Audit) Nội dung và tối ưu công cụ tìm kiếm ngữ nghĩa

Google cho biết RankBrain sẽ thay đổi cách tối ưu nội dung trang web cho công cụ tìm kiếm, và Google sử dụng như một phần của thuật toán cốt lõi. Hơn nữa các thuật toán được áp dụng trí tuệ nhân tạo cho việc xếp hạng trong kết quả tìm kiếm.

Canonical tag

- Trường hợp trên website của bạn có nhiều trang xuất hiện cùng nội dung bài viết cần dùng thẻ Canonical để trở tới URL bài viết gốc tránh bị Google quy vào trùng lặp nội dung

```
<meta name="keywords" content="Kỹ thuật SEO Onpage 2017 có còn quan trọng với Search Engine?" />  
<link rel="canonical" href="http://seothetop.com/seo-onpage/ky-thuat-seo-onpage-2017-co-con-quan-trong-voi-search-engine-t3-278-157111.html" /><meta name="twitter:site" content="@Seohtop" />
```



URL

- **Cấu trúc URL**

- URL thân thiện với người dùng và có chứa từ khóa
- Độ dài không quá 75 ký tự
- URL viết thường không dấu, không chứa các ký tự đặc biệt
- Không dùng nhiều quá 3 subfolder

-

- Ví dụ cấu trúc URL tốt: <http://seothetop.com/kien-thuc-seo/tong-quan-ve-seo-slide-tai-lieu-seo-t3-277-157067.html>

http://www.company.com/blog/page-name



1

2

3

4

Làm nổi bật nội dung

- Việc làm nổi bật những cụm từ quan trọng trong bài viết giúp độc giả tập trung chú ý hơn tới những nội dung đó và giúp độc giả nắm bắt những thông tin chính của bài tốt hơn, tương tự như thế đối với các công cụ tìm kiếm.
- Sử dụng các thẻ sau trong khi soạn thảo nội dung:
 - Sử dụng các thẻ H₁, H₂, H₃
 - Sử dụng Anchor text
 - Sử dụng keyword trong các thẻ Bold, Strong (**B**), In nghiêng (*I*), gạch chân (U)

Làm nổi bật nội dung – ví dụ

Liên kết nội bộ hữu ích nhất cho việc **thiết lập kiến trúc trang web** và quảng bá liên kết có nội dung chất lượng.

Nếu liên kết nội bộ được tối ưu hóa tốt thì bạn có thể **giữ khách truy cập** lâu hơn trên website. Sẽ giảm được tỷ lệ thoát (Bounce Rate).

Nếu trang web của bạn phong phú với đầy đủ các nội dung, sau đó bạn **nên đặt** tối thiểu **3 và tối đa 10 liên kết** nội bộ trong một trang tùy thuộc độ dài của nội dung. Nhưng điều quan trọng là dẫn theo ngữ cảnh tới các trang liên quan.

Hãy cẩn thận **không liên kết tới một trang quá hai lần** vì Google chỉ tính đầu tiên, vì vậy điều thứ hai là lãng phí.

Liên kết nội bộ theo ngữ cảnh một cách tự nhiên **trong nội dung bài viết sẽ có giá trị tốt hơn** các vùng điều hướng và tránh được các hình phạt của Google, lưu ý không nhồi nhét mật độ anchor text quá dày để bị quy vào SPAM.

Liên kết đặt phía **đầu nội dung có giá trị hơn** các liên kết sau

Liên kết anchor text tốt hơn đặt trong hình ảnh

Tham khảo mục xây dựng liên kết nội bộ trong bài viết: [Chiến lược SEO bền vững](#) và mục Internal Link trong bài viết [Quy trình SEO 2017](#)

9. Cấu trúc URL

- URL thân thiện với người dùng và có chứa từ khóa
- Độ dài không quá 75 ký tự
- URL viết thường không dấu, không chứa các ký tự đặc biệt
- Không dùng nhiều quá 3 subfolder

Tối ưu Images

- Công cụ tìm kiếm không hiểu thông tin hình ảnh vì thế bạn cần tối ưu hóa hình ảnh
- Hình ảnh liên quan rất quan trọng trong SEO
- **1 hình ảnh ấn tượng có thể có giá trị hơn 1000 lời nói** vì vậy hình ảnh rất quan trọng trong nội dung của bạn và mỗi nội dung **nên có ít nhất 3 hình ảnh**, đặt ở ngữ cảnh nội dung liên quan để thể hiện rõ hơn về thông tin bạn muốn truyền tới tới người đọc.
- Tối ưu hình ảnh trước khi upload: **Resize, Compression**
- Chọn định dạng file: **GIF, JPG, PNG**
- Sử dụng tên ảnh, thuộc tính ALT, để mô tả ảnh
- Đặt tên không dấu phân tách các từ bởi ký tự gạch ngang ví dụ: ***vi-tri-dat-tu-khoa-seo-onpage.png***
- Dung lượng không nên quá 100K cho ảnh lớn, 50K cho ảnh trung bình, 30K cho ảnh nhỏ
- Đặt ảnh ở các vùng text có nội dung liên quan tới hình ảnh

Tối ưu Images

- **Bước 1:** sử dụng keyword trong tên ảnh

Bước 2: sử dụng keyword trong thuộc tính ALT của ảnh

Bước 3: tối ưu trang có chứa hình ảnh

Bước 4: Đặt những hình ảnh gần nội dung có chứa từ khóa

Bước 5: Giới hạn số hình ảnh trên 1 trang

Bước 6: Sử dụng chia sẻ hình ảnh lên các trang, mạng xã hội

Six Simple Steps to Image Optimization

Use keywords in the image file names.

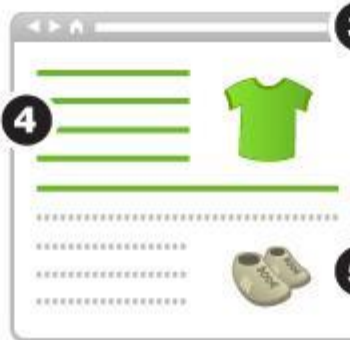
1

Include keywords in the image alt tag.

2

```
<IMG SRC=" XL-green-shirt.jpg " ALT=" XL Green Shirt ">
```

Keep the image near supporting keyword rich content.



3

Optimize the pages containing images.

5

Limit the number of images per page.

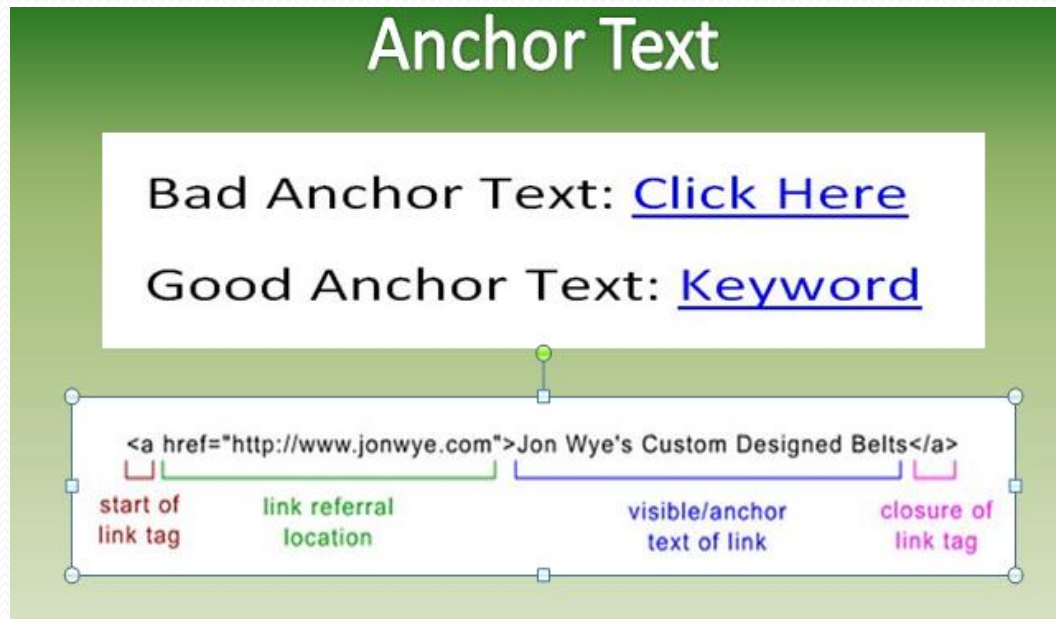


6

Use photo sharing sites. Apply captions and tags.

Anchor text

- Anchor text là đoạn văn bản đặt trong siêu liên kết dẫn link sang một trang khác
- Nếu 2 liên kết trong một bài viết cùng dẫn tới một URL thì chỉ liên kết đầu tiên được tính bởi Google, vì thế lưu ý không nên dùng quá 2 anchor text dẫn tới cùng 1 URL.
- Trên một bài viết có thể dẫn nhiều anchor text theo từng mục theo ngữ cảnh tới các nội dung liên quan
- Đặt từ khóa trong anchor text phù hợp với nội dung của trang đích

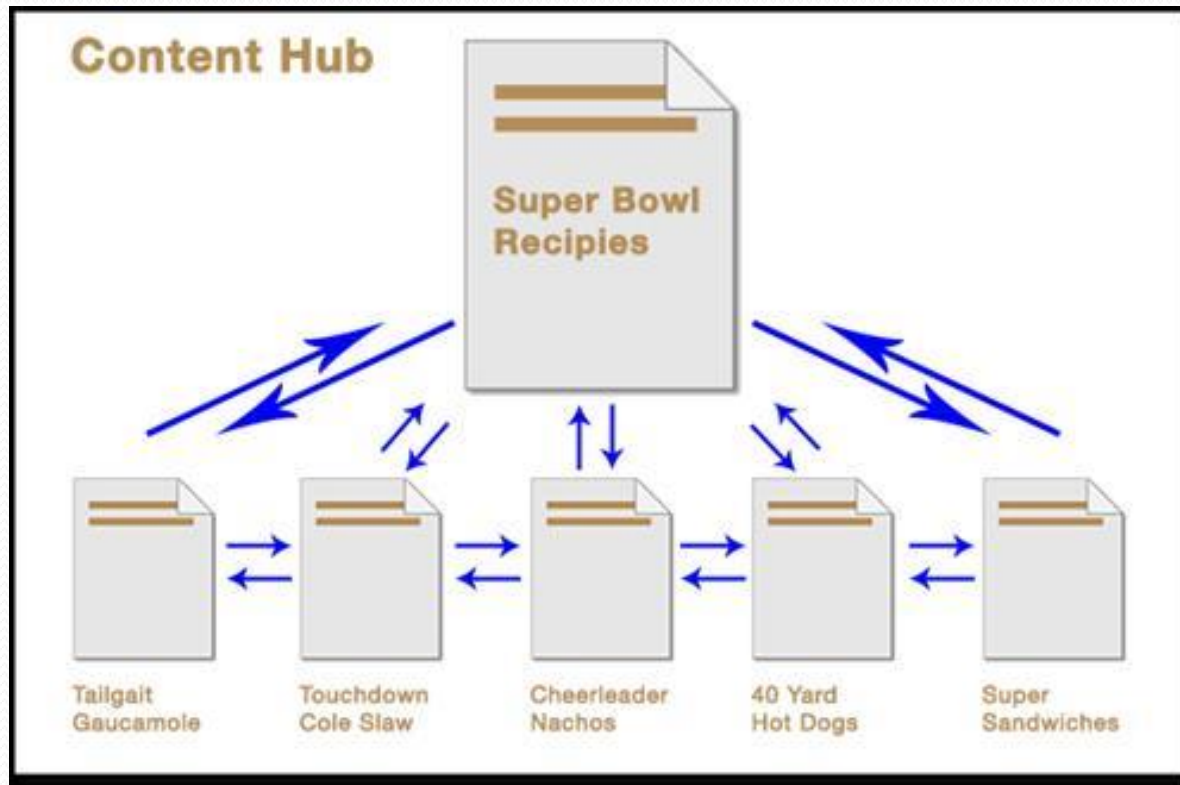


Liên kết nội bộ

- Liên kết nội bộ là các siêu liên kết trỏ tới các trang khác trong cùng domain của site
- Hữu ích nhất cho việc **thiết lập kiến trúc trang web** và quảng bá liên kết có nội dung chất lượng.
- **Giữ khách truy cập** lâu hơn trên website. Sẽ giảm được tỷ lệ thoát (Bounce Rate).
- **Nên**
 - **Nên đặt** tối thiểu **3** và tối đa **10 liên kết** nội bộ trong một trang tùy độ dài của nội dung.
 - Liên kết trong ngữ cảnh một cách tự nhiên **trong nội dung bài viết sẽ có giá trị tốt hơn** các vùng điều hướng
 - Liên kết đặt phía **đầu nội dung có giá trị hơn** các liên kết sau
 - Liên kết anchor text tốt hơn đặt trong hình ảnh
- **Không nên**
 - **Không liên kết tới một trang quá hai lần** vì Google chỉ tính đầu tiên.
 - **Không nhồi nhét** mật độ anchor text quá dày dễ bị quy vào SPAM.

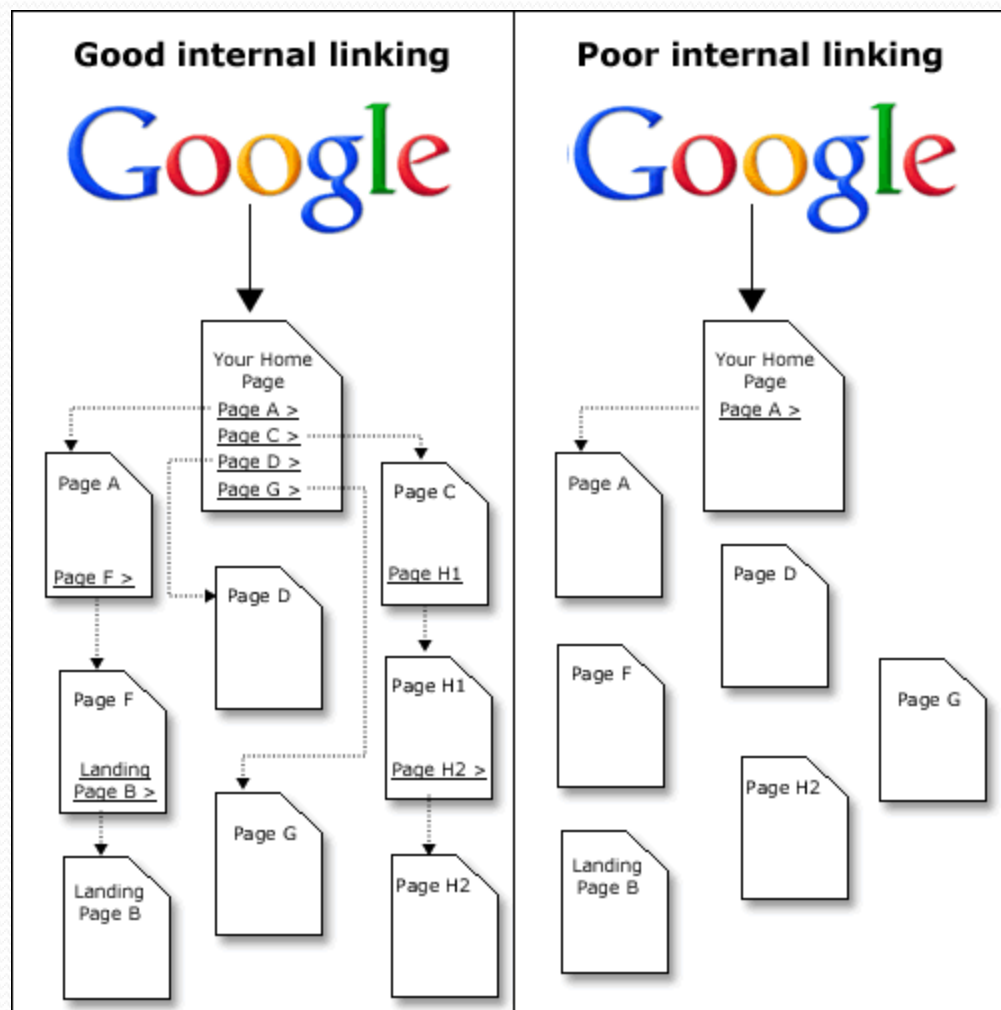
Liên kết nội bộ

- Tổ chức nội dung và xây dựng liên kết như Content HUB
- Từ khóa rộng cho bài chủ đề chính, từ khóa long tail cho bài vệ tinh hỗ trợ đẩy từ khóa rộng (*wide keyword popular*)



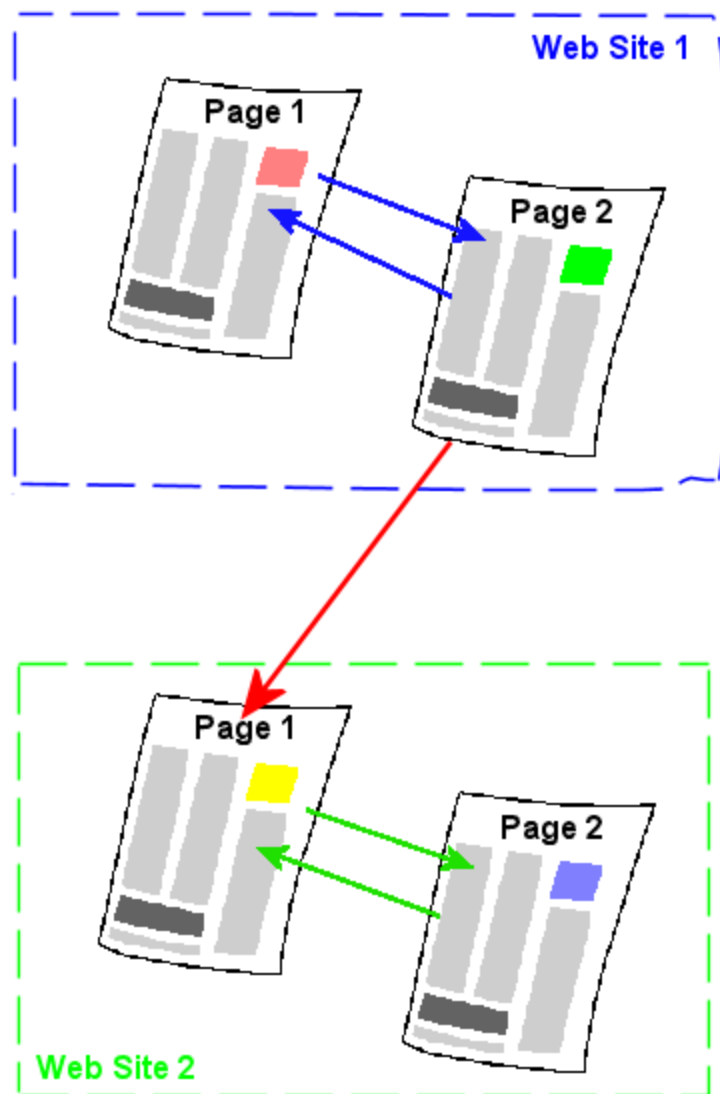
Liên kết nội bộ

- Tham khảo mục xây dựng liên kết nội bộ trong bài viết: [Chiến lược SEO bền vững](#)
- Và mục Internal Link trong bài viết [Quy trình SEO 2017](#)



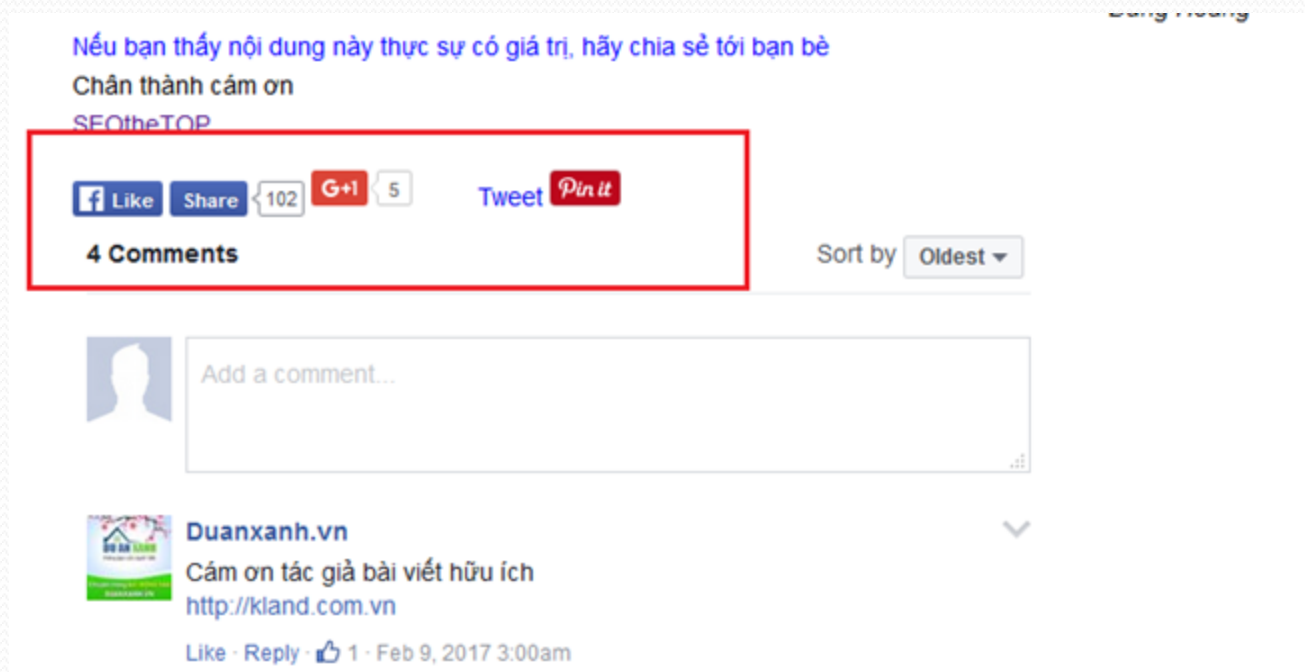
Liên kết ra ngoài website khác

- Liên kết ra ngoài tốt cho SEO
- Dẫn link sang các bài liên quan theo ngữ cảnh
- Dẫn link ra ngoài tới các nguồn tham khảo tin cậy và có chỉ số DA, PA cao tăng niềm tin với các công cụ tìm kiếm
- Số lượng liên kết ra ngoài khoảng 2-3 link cho mỗi bài viết, nên để Nofollow
- Nên sử dụng link ra ngoài hợp lý không nên nhiều quá và nhớ sử dụng `rel="nofollow"` trong tag `<a>`



Tích hợp nút chia sẻ Mạng xã hội

- Tương tác của mạng xã hội cũng là một yếu tố xếp hạng, vì vậy bạn nên tích hợp các Plug-in cho các mạng xã hội để người đọc dễ dàng chia sẻ bài viết của bạn.

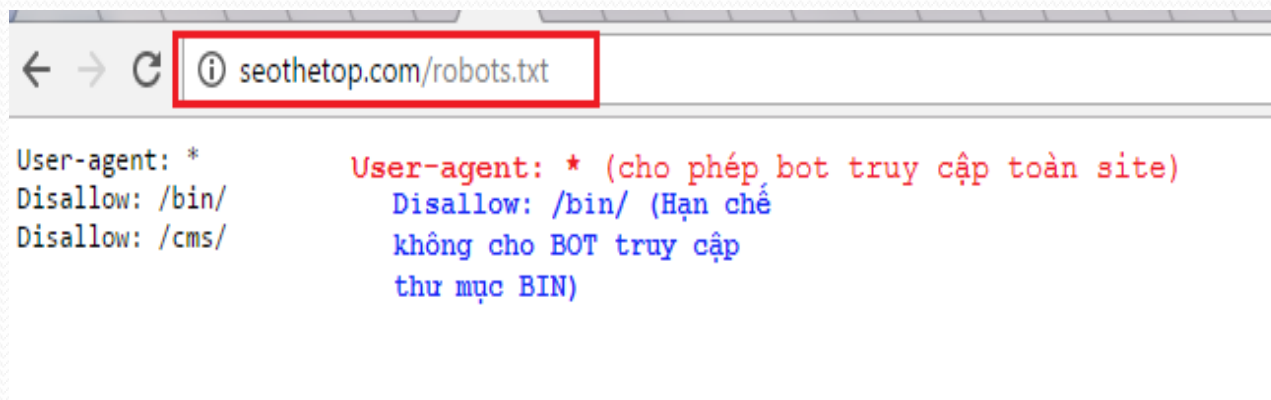


Một số yếu tố Onpage khác

- Giao diện website **thân thiện và đáp ứng** với các thiết bị Desktop, Mobile, Tablet
- **Mobile friendly** – đặc biệt lưu ý bản mobile bởi Google có xu hướng ưu tiên INDEX Mobile-first
- **Dữ liệu có cấu trúc** - Schema.org đánh dấu các vùng giàu thông tin của nội dung làm tăng tỷ lệ chuyển click từ tìm kiếm đến trang web của bạn.
- Sử dụng các **thẻ mô tả thông tin của nội dung được cung cấp bởi các bên thứ 3** hỗ trợ chia sẻ lên các trang MXH lớn như:
 - Open Graph của Facebook
 - Twiter Card
- **AMP** - tăng tốc độ load trang web trong kết quả tìm kiếm của google
- Tham khảo bài viết **Xu hướng SEO 2017**: <http://seothetop.com/tin-tuc-seo/13-xu-huong-seo-se-thong-tri-trong-nam-2017-t3-276-157098.html>

Một số yếu tố Onpage khác

- **Robots.txt** file khai báo các tài nguyên cho phép hoặc chặn các bot truy cập
 - **User-agent:** * (cho phép bot truy cập toàn site)
 - **Disallow:** /bin/ (Hạn chế không cho BOT truy cập thư mục BIN)



- Xem thêm bài viết: [27 Tiêu chí SEO Onpage của MOZ](#)

Một số yếu tố Onpage khác

- **Sitemap.xml** hỗ trợ bot thu thập và đánh chỉ mục dễ hơn với các URL được liệt kê trong file sitemapx



← → ↻ ⓘ seothetop.com/sitemap.xml

This XML file does not appear to have any style information associated with it. The document tree is shown below.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9" xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance" xsi:schemaLocation="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9 http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd">
  <!--
    created with Free Online Sitemap Generator www.xml-sitemaps.com
  -->
  <url>
    <loc>http://seothetop.com/</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1.00</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://seothetop.com/kien-thuc-seo-t3-c277.html</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.80</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://seothetop.com/kien-thuc-seo/seo-la-gi-t3-277-157055.html</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.80</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://seothetop.com/thuat-toan-t3-c288.html</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.80</priority>
  </url>
</urlset>
```

seothetop.com

SEO checklist

- Sau khi thực hiện các kỹ thuật tối ưu SEO Onpage bạn cần kiểm tra lại đã OK chưa
- Một số công cụ hỗ trợ
 - SEO Quake
 - MOZ bar

Xem hướng dẫn chi tiết [SEO checklist toàn tập A-Z](#)



SEO checklist

PAGE INFO

DIAGNOSIS

INTERNAL

EXTERNAL

DENSITY

 COMPARE URLS/DOMAINS

Page analysis

URL	✓	106 characters — optimal. seothetop.com/kien-thuc-seo/quy-trinh-seo-website-2017-len-top-google-nhanh-va-ben-vung-t3-277-157107.html
Canonical	✓	A canonical tag is set for this page and the link is working fine. http://seothetop.com/kien-thuc-seo/quy-trinh-seo-website-2017-len-top-google-nhanh-va-ben-vung-t3-277-157107.html
Title	✓	59 characters — optimal. Quy trình SEO website 2017 lên top Google nhanh và bền vững
Meta description	✓	158 characters — optimal. Thuật toán xếp hạng thay đổi hàng ngày, bạn đã tìm hiểu và áp dụng quy trình SEO mới nhất cho website của mình? Nếu chưa bài viết này chắc chắn sẽ giúp bạn...
Meta keywords	ⓘ	59 characters, 1 words. Quy trình SEO website 2017 lên top Google nhanh và bền vững
Headings	✓	Good! Your page implements HTML headings (<H1> through <H3>) and only one <H1> heading is used. H1 (1), H2 (8), H3 (21), H4 (0), H5 (0), H6 (0) <H1>: Quy trình SEO website 2017 lên top Google nhanh và bền vững View others ▼
Images	✓	All images have ALT attribute.

HTTP Errors

- **Kiểm tra các lỗi server**

HTTP status

- **404:** Kiểm tra các lỗi 404, tạo các trang bắt lỗi 404 để giữ chân khách hàng sang các trang khác
- **500:** Kiểm tra và khắc phục các lỗi từ server gây khó khăn cho người dùng và bot đánh chỉ mục nội dung trang web.

HTTP STATUS CODES		
200		OK/Success Everyone arrives at Page A. There is much rejoicing!
301		Permanent* Everyone is redirected to the new location, Page B.
302		Temporary* Visitors and bots are redirected. Juice is left behind.
404		Not Found Original page is gone. Visitors may see a 404 page.
500		Server Error No page is returned. Everyone is lost and confused :{(
503		Unavailable Asks everyone to come back later. A 404 alternative.

* Technically, code 301 is "Moved Permanently" and 302 is "Found", but SEOs refer to them as "Permanent Redirect" and "Temporary Redirect".

Mật độ từ khóa

- Chiếm khoảng 0,5-1,5% (words count)
- Từ khóa chính nên xuất hiện khoảng 3-8 lần trong nội dung tùy thuộc vào số lượng từ của bài viết.
- Phân bổ đoạn đầu, giữa và cuối trang

PAGE INFO	DIAGNOSIS	INTERNAL	EXTERNAL	DENSITY	COMPARE URLS/I
Keyword	Found in	Repeats	Density	Prominence	
công cụ tìm kiếm		13	1.08%	56.61%	
từ khóa mục tiêu		11	0.92%	73.55%	
trang web của bạn		8	0.67%	42.54%	
kỹ thuật seo onpage	T D K H1	8	0.67%	64.93%	
liên kết nội bộ		8	0.67%	51.62%	
có còn quan trọng	T K H1	6	0.50%	67.13%	

Phân bổ từ khóa

- Trong hình ví dụ dưới đây
Keyword chính: **Chocolate
Dunuts**

The "Perfectly" Optimized Page

(for the example keyword phrase "chocolate donuts")

Page Title: Chocolate Donuts | Mary's Bakery

Meta Description: Mary's Bakery's chocolate donuts are possibly the most delicious, perfectly formed, flawlessly chocolately donuts ever made.

H1 Headline:
Chocolate Donuts from Mary's Bakery

Image Filename:
chocolate-donuts.jpg



Body Text: _____

_____ chocolate donuts _____

_____ donuts _____

_____ chocolate donuts _____

_____ donuts _____

chocolate _____

_____ chocolate donuts _____

_____ chocolate _____

_____ chocolate donuts _____

Page URL: <http://marysbakery.com/chocolate-donuts>

Onpage thành công??

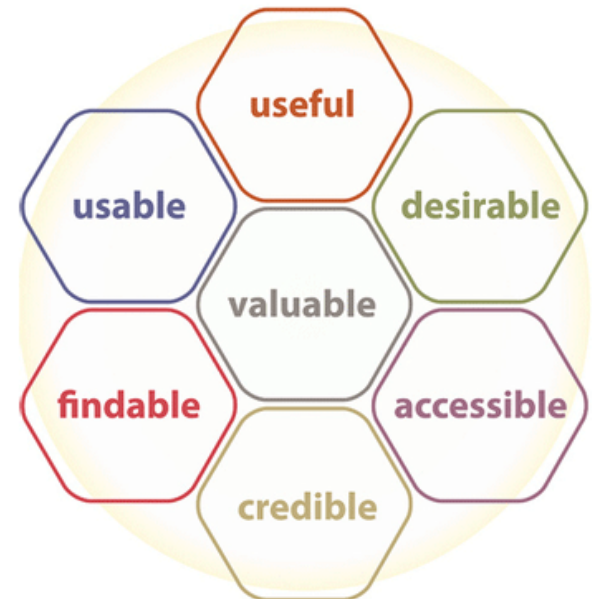
- Giữ chân được khách hàng, thời gian Onsite cao
- Tỷ lệ Bounce Rate thấp
- Tỷ lệ khách hàng return cao

Bounce Rate	Good or Bad?
100%-80%	Panic Stations!
79%-60%	Wow too high!
59%-45%	Ahh it's average
44%-30%	Nice one!
Under 30%	WOW Keep that up!

Bí quyết giữ chân khách hàng

- **Tính hữu dụng (Usefulness)** - Khách truy cập có thể sử dụng thực tế nội dung trang web không?
- **Tính mong muốn (Desirability)** - Trang web cung cấp những gì khách truy cập muốn?
- **Khả năng sử dụng (Usability)** - Trang web có dễ điều hướng và tương tác?
- **Khả năng tìm kiếm (Findability)** - Khách truy cập có thể dễ dàng tìm thấy nội dung cụ thể trên trang web?
- **Độ tin cậy (Credibility)** - Khách hàng có tin vào những gì trang web của bạn cung cấp?
- **Khả năng tiếp cận (Accessibility)** - Thông tin có dễ truy cập trên nhiều thiết bị không?
- **Giá trị (Value)** - Liệu việc truy cập trang web của bạn có cung cấp cho người đọc một thứ gì đó có giá trị không?

User Experience Honeycomb: Searcher's Edition



Bí quyết giữ chân khách hàng

- **Cải thiện trải nghiệm người dùng:**
 - Thiết kế giao diện đẹp thu hút, đáp ứng cho các thiết bị desktop, tablet, mobile
 - Điều hướng đơn giản dễ sử dụng, đặc biệt lưu ý trên bản mobile
 - Sử dụng Font chữ dễ đọc
 - Các đoạn không quá dài nên để 5-7 dòng cho mỗi đoạn
 - Sử dụng các Heading H2, H3 tóm lược từng nội dung quan trọng cho các đoạn
 - Làm cho văn bản dễ đọc hơn, đánh dấu các text nội dung quan trọng dùng Bold, Strong, Italic
 - Có khoảng trắng phân tách giữa các đoạn
 - Viết nội dung dài từ 1500 từ trở lên
 - Cấu trúc nội dung tốt, dễ dàng SCAN với người đọc và máy

Bí quyết giữ chân khách hàng

- **Cải thiện chất lượng nội dung:**

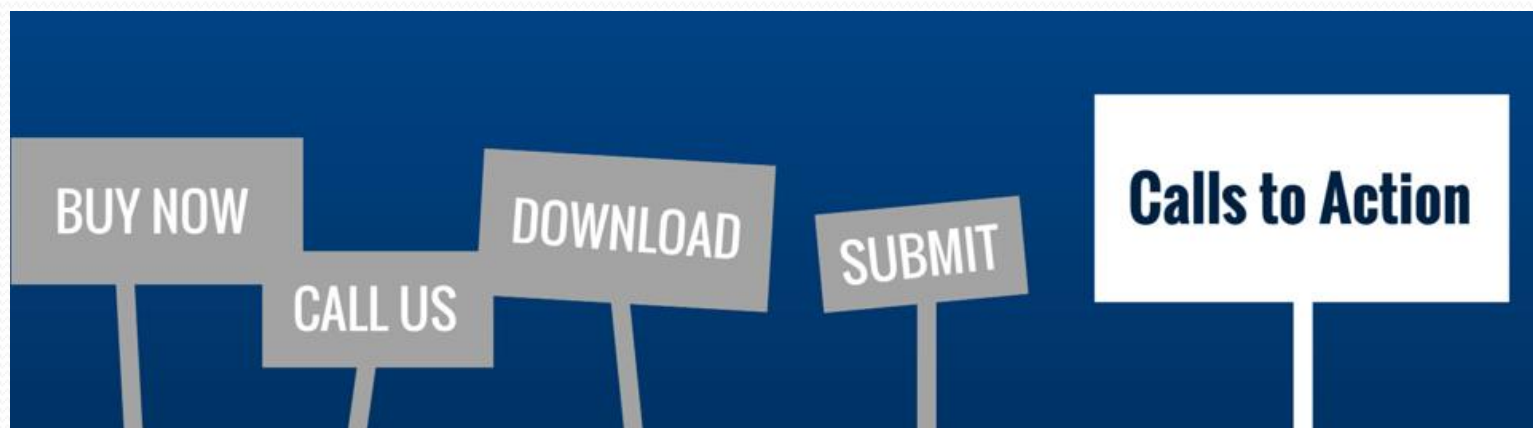
- Cung cấp nhiều thông tin có giá trị tới độc giả
- Đảm bảo nội dung trang liên quan với từ khóa mục tiêu
- Viết bài với phong cách thú vị, hấp dẫn lôi cuốn
- Thể hiện nội dung đơn giản dễ hiểu, dễ làm theo, “Nếu bạn không thể giải thích cho đứa trẻ sáu tuổi hiểu được, thì chính bạn cũng không hiểu gì cả” - **Albert Einstein**
- Sử dụng video, hình ảnh, slides, infographic



Bí quyết giữ chân khách hàng

- **Kêu gọi hành động – Call to Action**

- Kích thích cái TÔI cá nhân của người đọc
- Kêu gọi hành động, khuyến khích người đọc bình luận về nội dung của bạn.
- Tích cực phản hồi comment và những câu hỏi của người dùng



Hãy ghi nhớ

- Cuối cùng hãy ghi nhớ:
 - Tuyệt đối không được đánh lừa Google
 - Không nhồi nhét từ khóa, lạm dụng Onpage quá đà
 - Hãy viết tự nhiên cung cấp những giá trị thực sự cho độc giả
- Để có được thứ hạng cao nhất nếu bạn cung cấp được và truyền tải được thông tin về chủ đề của bạn tốt hơn nhất, hấp dẫn và hữu ích cho người đọc. Vì vậy hãy tạo ra nội dung để độc giả yêu mến bạn khi đó công cụ tìm kiếm sẽ yêu mến bạn.

CHÚC BẠN THÀNH CÔNG

Link bài viết chi tiết

<http://seothetop.com/seo-onpage/ky-thuat-seo-onpage-2017-co-con-quan-trong-voi-search-engine-t3-278-157111.html>



Kết nối với chúng tôi

 Facebook: <https://www.facebook.com/seothetop>

 G+: <https://plus.google.com/communities/113200232971785819578>

 Twitter: <https://twitter.com/seothetop>

 Blogspot: <https://seothetop.blogspot.com/>



WEBSITE: <https://seothetop.com>

THANK YOU

