



Nghiên cứu Từ khóa Chìa khóa để SEO thành công



Created date April, 2017

Dũng Hoàng, SeoTheTop.com

seothetop@gmail.com

*NỘI DUNG

1. Nghiên cứu từ khóa là gì, tại sao lại quan trọng?
2. Mục tiêu của nghiên cứu từ khóa
3. Các bước nghiên cứu từ khóa
4. Người dùng mục tiêu (target audience)
5. Công cụ nghiên cứu từ khóa
6. Phân tích cạnh tranh
7. Chiến lược lựa chọn
8. Các ý tưởng lựa chọn từ khóa

* Nghiên cứu từ khóa là gì?

- * Nghiên cứu từ khóa là **công việc quan trọng nhất** của SEO nhằm **tìm ra cụm từ khóa phổ biến** mà người dùng sử dụng trên công cụ tìm kiếm search engine
- * Keyword Research là quá trình nghiên cứu và chọn lựa từ và cụm từ mà người dùng sẽ tìm kiếm **liên quan** trực tiếp đến: thông tin, sản phẩm, dịch vụ của bạn/doanh nghiệp.



* Tại sao lại rất quan trọng?

- * Lựa chọn keyword đúng như tìm được chìa khóa để mở cửa vào kho báu, đây là bước đầu của hành trình khám phá thế giới diệu kỳ của SEO
- * Quyết định sự thành công của một chiến dịch SEO bởi nếu sử dụng sai từ khóa bạn sẽ thu hút khách hàng không đúng mục tiêu
- * Xác định những từ khóa tiềm năng người tìm kiếm sử dụng từ khóa khi search liên quan đến chủ đề
- * Lựa chọn được từ khóa phù hợp cho từng landing page



* Mục tiêu của nghiên cứu

* Những lợi ích mà phân tích từ khóa mang lại:

- * Giúp xác định và tối ưu nội dung/từ khóa cho việc nhắm đúng đối tượng mục tiêu.
- * Thấu hiểu được nhu cầu của người dùng, hướng tới quá trình ra quyết định của người dùng
- * Xác định từ khóa mục tiêu và các từ khóa hỗ trợ cho từng trang
- * Tập trung vào một chủ đề và cũng dễ dàng tìm ra/ khai phá thêm các chủ đề mới

* Các bước nghiên cứu Từ khóa

1. Xác định chủ đề, mục tiêu SEO
2. Phân tích và khai phá
3. Phân tích cạnh tranh
4. Lập danh sách từ khóa
5. SEO phân bổ từ khóa



* Xác định người dùng mục tiêu

- * Nghiên cứu về khách hàng mục tiêu của bạn
- * Xác định khách hàng mục tiêu
- * Thấu hiểu sự quan tâm của khách hàng
- * Tập trung vào Lợi ích của khách hàng



* Xác định chủ đề

- * **Nhắm mục tiêu theo từ khóa:** Chọn từ hoặc cụm từ có liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn để nhắm mục tiêu cho trang web.
- * Nhắm mục tiêu **theo chủ đề:** Nhắm mục tiêu đến nhiều trang về các chủ đề cụ thể cùng một lúc. Nhắm mục tiêu theo chủ đề cho phép bạn tiếp cận phạm vi các trang rộng hơn.
- * Nhắm mục tiêu **theo đối tượng:** Nội dung dành cho các nhóm người cụ thể

* Công cụ phân tích từ khóa

- * Google Keyword Planner
<https://adwords.google.com/KeywordPlanner>
- * Google Trends - <https://trends.google.com>
- * Keyword research Moz - <https://moz.com/explorer>
- * Google Search Suggestion

* Xem bài viết hướng dẫn chi tiết:

>> [Nghiên cứu từ khóa](#)



*Xác định từ khóa mục tiêu

*** Đặt câu hỏi khi thực hiện phân tích từ khóa:**

- * 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, sản phẩm của bạn?
- * Khách hàng sẽ có những suy nghĩ, thắc mắc gì về sản phẩm của bạn?
- * Họ sẽ tìm kiếm qua những từ khóa nào cho sản phẩm, dịch vụ của bạn?

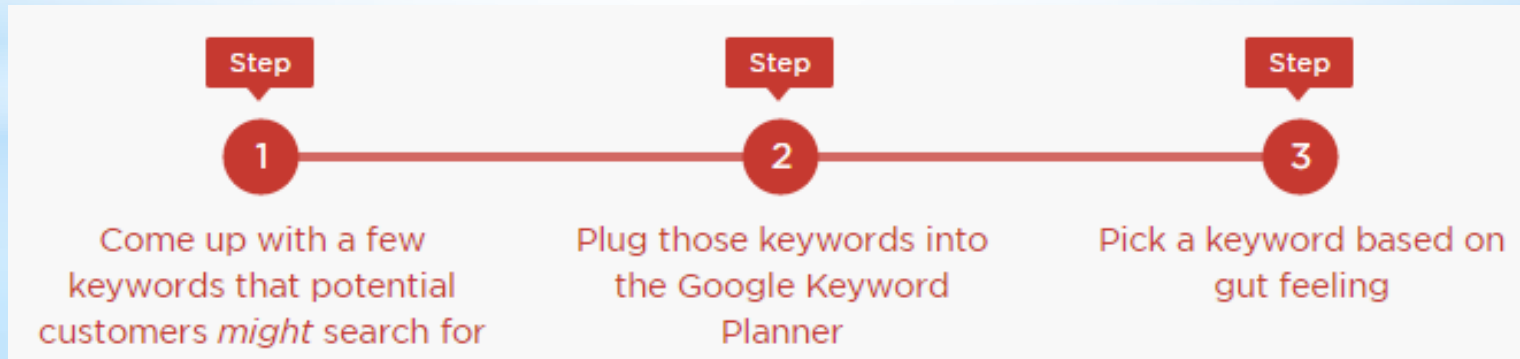
Choosing the right



* Xác định từ khóa mục tiêu

* 3 bước phân tích từ khóa với Keyword Planner:

- * **Bước 1**: Chọn những từ khóa tiềm năng, những từ khóa liên quan tới nội dung / chủ đề của bạn
- * **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 kinh nghiệm của bạn



* Xác định từ khóa mục tiêu

- * Từ **Keyword Planner**: <https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner>
- * Vào công cụ > Công cụ lập kế hoạch từ khóa
- * Nhập từ khóa cần phân tích vào box và click “Lấy ý tưởng”

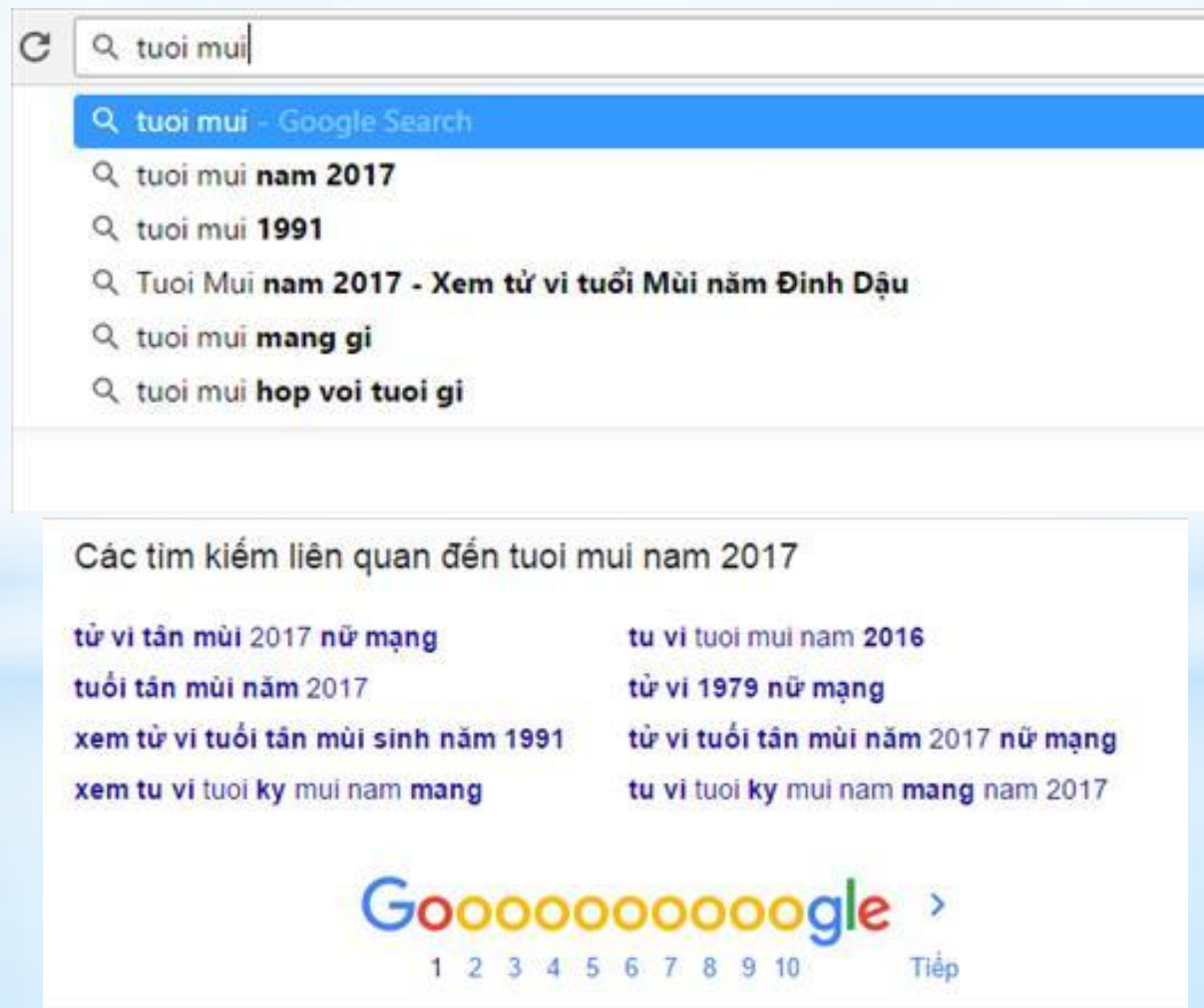
* Xác định từ khóa mục tiêu

- * Kết quả cho biết số lần tìm kiếm hàng tháng, và các từ khóa liên quan để tham khảo và lựa chọn

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		

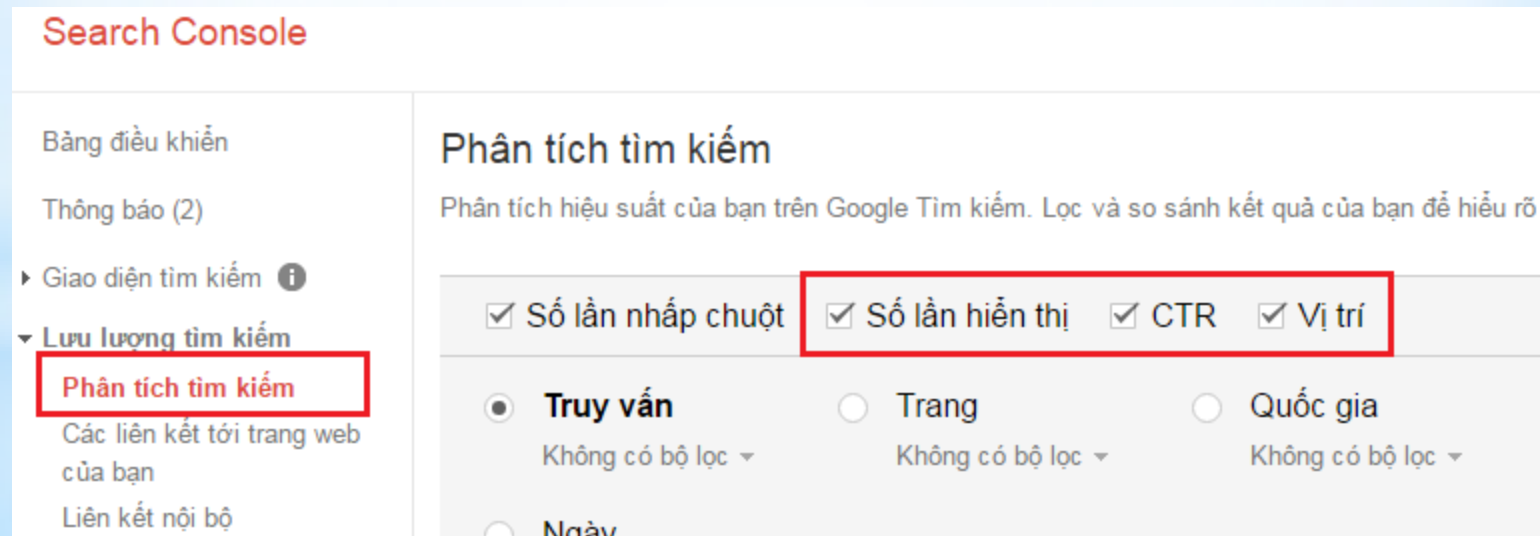
* Xác định từ khóa mục tiêu

- * Từ trang Google Search nhập những từ khóa bạn định sử dụng vào box search sẽ sở những từ khóa gợi ý như bên dưới, sau khi search sẽ có thêm danh sách gợi ý phía cuối trang



* Xác định từ khóa mục tiêu

- * Nếu trang web của bạn đã hoạt động được một thời gian dài có thể tham khảo những từ khóa mà người dùng tìm kiếm đến trang của bạn tại Google Console, lưu ý những từ khóa có số lần hiển thị nhiều đang giữ top 7-15 là cơ hội tốt để tối ưu cho những từ khóa này.
- * Từ Google Webmaster tool > Lưu lượng > Phân tích tìm kiếm



* Xác định từ khóa mục tiêu

- * Cơ hội từ khóa từ những truy vấn người dùng đến trang của bạn
- * Chọn những từ khóa có số lần hiển thị cao, vị trí 7-15 để tối ưu

	Truy vấn	Số lần nhấp chuột	Số lần hiển thị ▼	CTR	Vị trí
1	tu vi hàng ngày ↗	17.426	79.250	21,99%	3,1 >>
2	lich âm ↗	170	61.065	0,28%	10,0 >>
3	xem ngày tốt xấu ↗	3.622	60.393	6%	5,9 >>
4	âm lịch hôm nay ↗	125	53.492	0,23%	8,1 >>
5	tu vi ↗	5.348	48.656	10,99%	4,4 >>
6	12 con giáp ↗	1.866	37.661	4,95%	5,3 >>
7	tu vi tron doi ↗	693	28.761	2,41%	6,6 >>
8	xem ngày tốt ↗	1.795	28.476	6,3%	5,9 >>
9	cung hoàng đạo ↗	631	27.078	2,33%	4,5 >>

Những từ khóa
người dùng đến
trang của bạn

* Phân tích cạnh tranh - Thăm dò đối thủ

1. Xác định những đối thủ cạnh tranh
2. Phân tích Onpage của đối thủ
3. Phân tích backlink
4. Thứ hạng các từ khóa
5. Phân tích Lưu lượng



* Phân tích cạnh tranh - Thăm dò đối thủ

- * Phân tích 3-5 đối thủ theo chủ đề đang giữ TOP trong Google Search (những người xuất sắc sẽ đứng top)
- * Bạn nên nhớ các nội dung xuất sắc mới lên được TOP, vì vậy **học hỏi những điểm tốt của đối thủ**, đồng thời tìm ra những điểm thiếu sót để bạn tối ưu trên trang của mình.
- * **Cấu trúc** thông tin mạch lạc **rõ ràng**, mang **giá trị thông tin cao**, khai thác được các **điểm mới của chủ đề**, tối ưu SEO hơn đối thủ thì mới có cơ hội vượt được đối thủ trên bảng tìm kiếm.

* Độ khó từ khóa

* Con số tham khảo

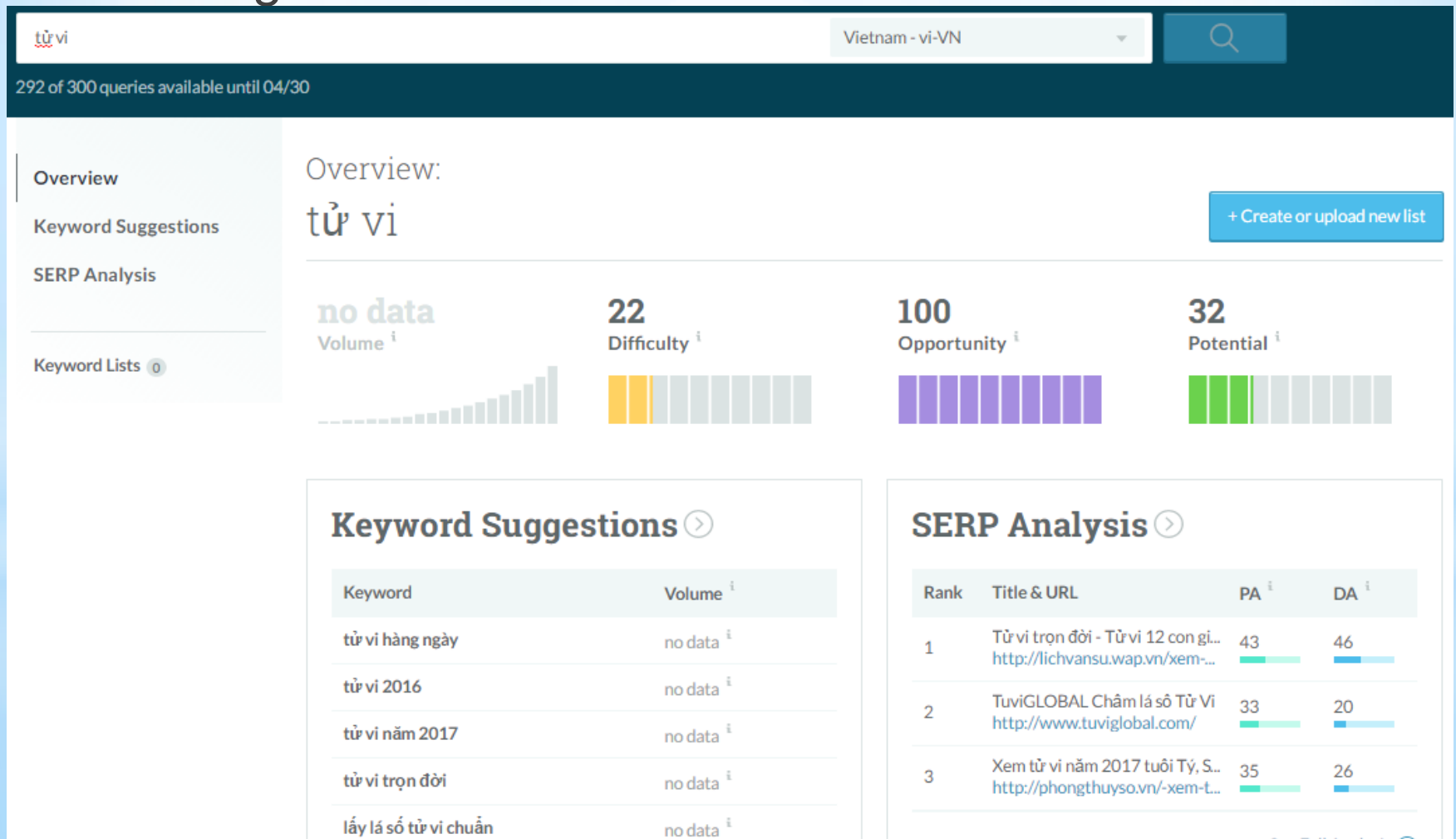
- * 100 -> 1000: Độ khó bình thường
- * 1000 -> 10.000: Độ khó tương đối
- * 10.000 -> 100.000: Mức độ khó khá cao

* Các yếu tố lưu ý khi phân tích

- * Volume – dung lượng thị trường tìm kiếm theo ngành, lĩnh vực
- * Difficulty - Độ khó của từ khóa
- * Opportunity - Cơ hội của từ khóa chủ đề
- * Potentila - Tiềm năng

* Độ khó từ khóa

* Các yếu tố lưu ý khi phân tích: Volume, Độ khó, Cơ hội và tiềm năng



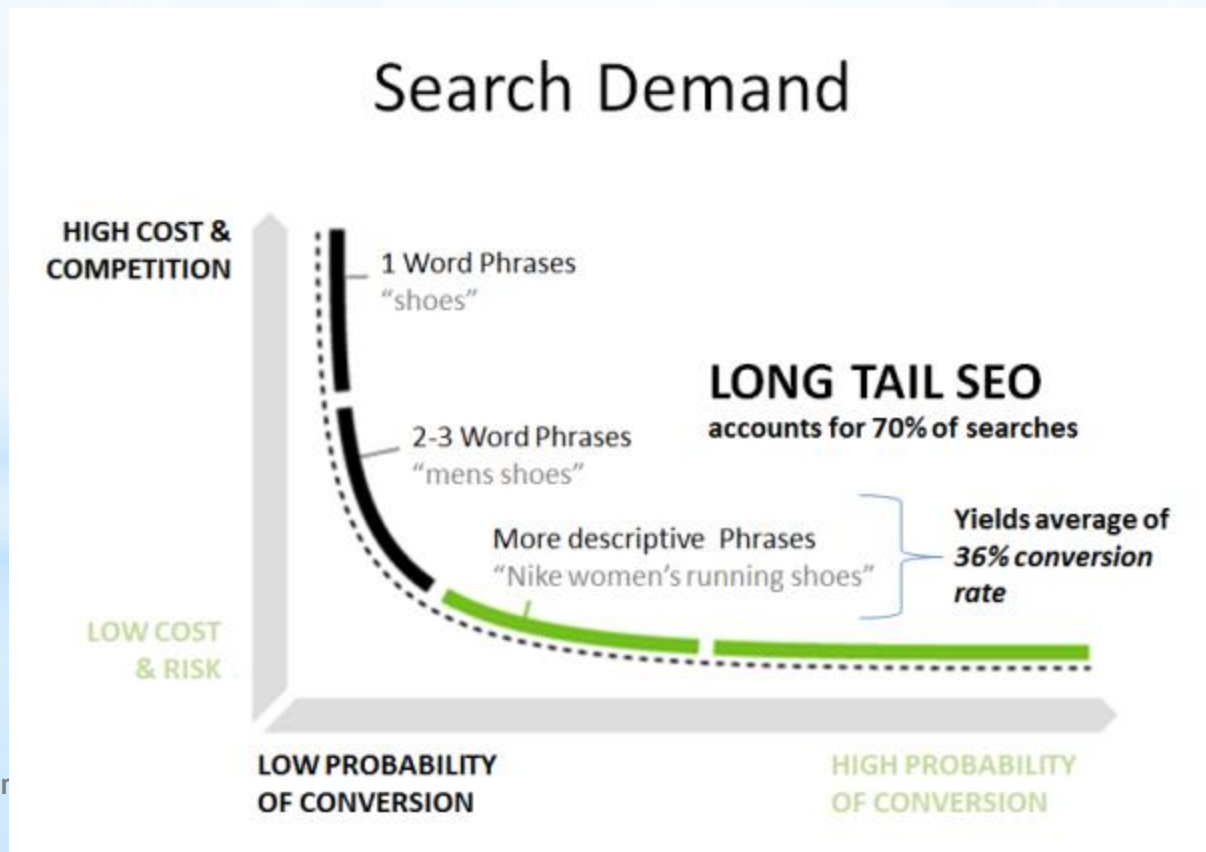
* Chiến lược lựa chọn từ khóa

- * Nếu là trang mới hoạt động nên chọn Medium Volume
- * Tập trung vào từ khóa đuôi dài cạnh tranh thấp tỷ lệ chuyển đổi cao
- * Và tổ chức Cấu trúc từ khóa theo Hub-Content bao gồm:
Từ khóa phổ biến > từ khóa mức trung > từ khóa đuôi dài

KEYWORD: TARGETING	
Hard Way	 Easier
• Single Keyword	• Multiple Themed Keywords (100s)
• Broad	• Specific
• High Volume	• Medium Volume
• High Competition	• Low-Medium Competition

* Chiến lược lựa chọn từ khóa

- * Đuôi ngắn hay đuôi dài?
- * Đuôi ngắn cạnh tranh cao, tỷ lệ chuyển đổi thấp hơn
- * Đuôi dài cạnh tranh thấp, tỷ lệ chuyển đổi cao



* Chiến lược lựa chọn từ khóa

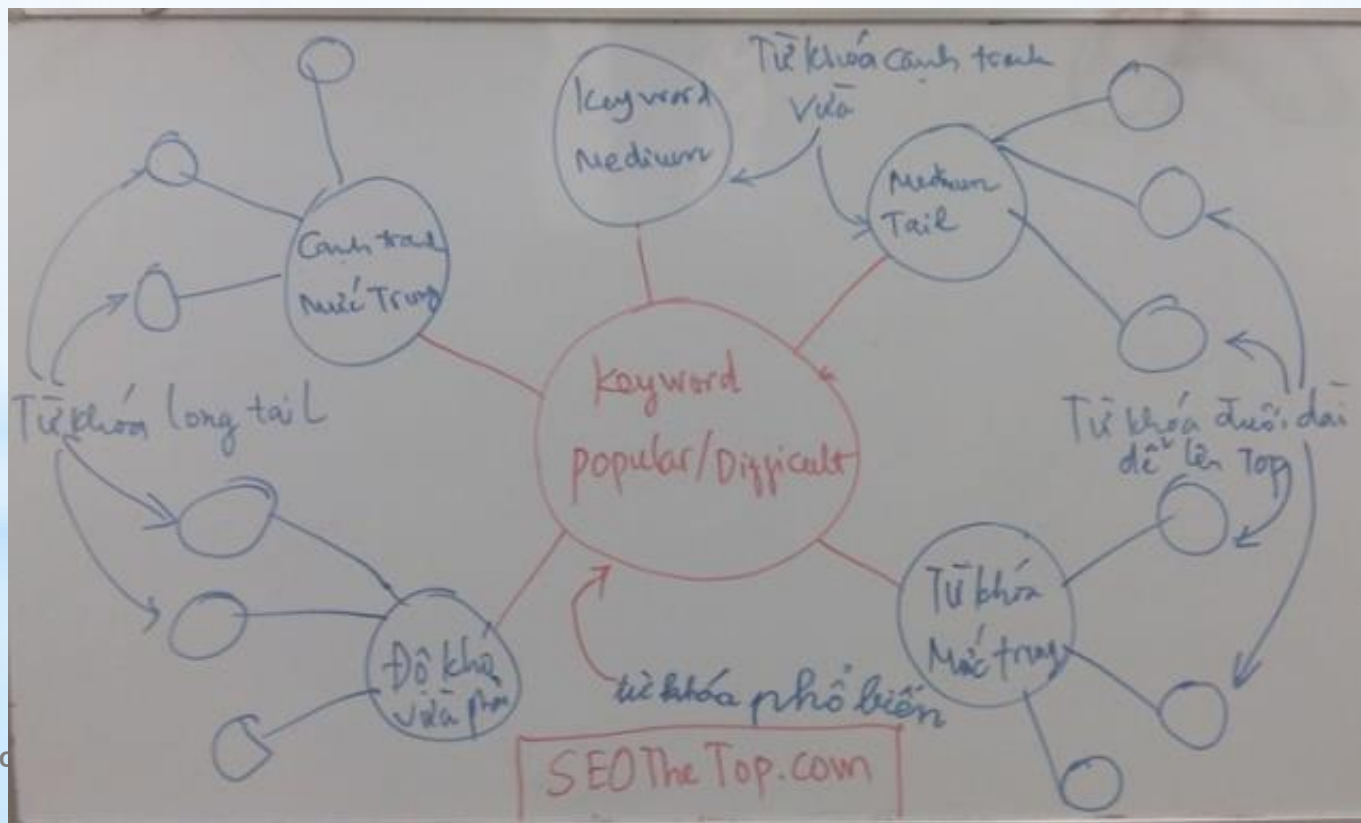
* Chiến lược lựa chọn của tôi

- * Lựa chọn và thực hiện SEO tất cả các từ khóa đuôi ngắn, mức trung và đuôi dài và tổ chức theo Hub-Content
- * Thời gian đầu Tập trung vào từ khóa đuôi dài để SEO và lên TOP hơn
- * Những từ khóa đuôi dài sẽ Pass Value cho trang từ khóa mức trung (medium volume keyword) và từ mức trung sẽ đẩy cho Populare keyword

* Chiến lược tổ chức Nội dung và từ khóa

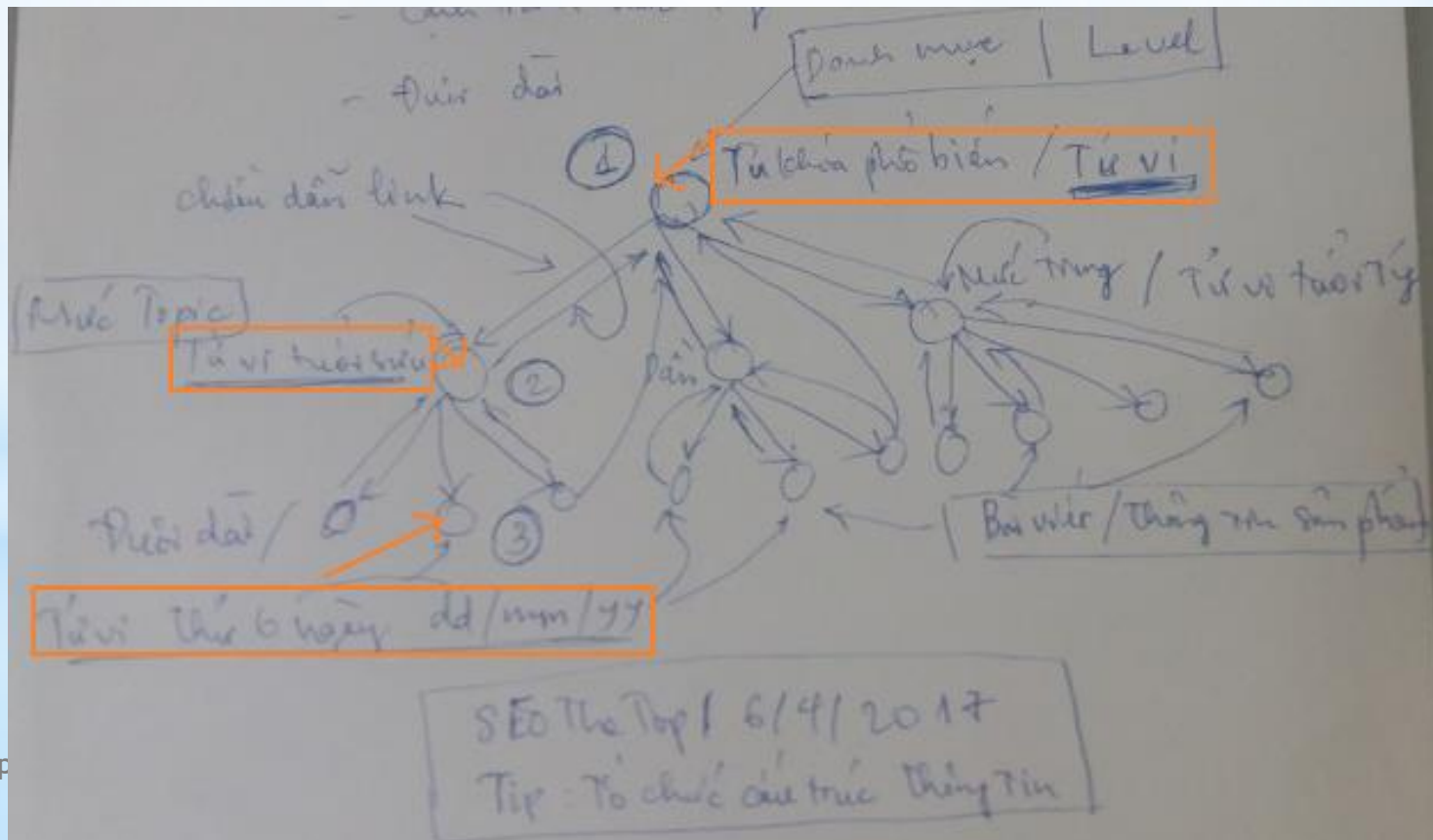
* Tổ chức Cấu trúc từ khóa theo Hub-Content

- * KHÓ Từ khóa phổ biến (POPULAR Keyword): Đặt ở mức danh mục/hoặc chủ đề lớn
- * TRUNG- cạnh tranh trung bình (Medium Keyword): Đặt mức chủ đề/hoặc bài viết
- * DỄ (Longtail Keyword): Đặt mức bài viết lá.



* Chiến lược tổ chức Nội dung và từ khóa

- * Mức 1: Đặt từ khóa phổ biến / độ khó cao – **Tử Vi**
- * Mức 2: Đặt từ khóa mức trung – **Tử vi tuổi Tý, Tử vi tuổi Sửu, ...**
- * Mức 3: Đặt từ khóa đuôi dài – **Tử vi 12 con giáp ngày dd/mm/yyyy**



* Danh sách từ khóa

- * Đưa ra được danh sách cụm từ khóa liên quan tới chủ đề của bạn để áp dụng và phân bổ từ khóa vào trong trang web.
- * Mỗi Page cần 1 từ khóa mục tiêu, 3-5 từ khóa bổ trợ

* 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, /**
- * Xuất hiện trong **Internal, External link (Anchor text)**



* Tối ưu các Tags SEO quan trọng

- * Title: Từ khóa mục tiêu xuất hiện ngay đầu thẻ không quá 2 lần
- * Description: Chứa từ khóa không quá 3 lần, ≤ 156 ký tự
- * Keyword: chứa từ khóa chính, bổ trợ
- * Heading: H1, H2, H3 tổ chức phân cấp và chứa từ khóa
- * URL: ngắn hơn 75 ký tự chứa từ khóa
- * Canonical: Xử lý trùng lặp nội dung
- * ATL image: Chứa từ khóa
- * Anchor text: Chứa từ khóa
- * Strong/Bold: làm nổi bật từ khóa

ON PAGE SEO

- ✓ PAGE TITLE
- ✓ KEYWORDS
- ✓ CONTENT
- ✓ TITLE TAGS
- ✓ META-TAGS

Để tối ưu Onpage tốt xem bài viết: [Kỹ thuật SEO Onpage](#)

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

1. Chọn từ khóa với mục đích thương mại

- * Thường lựa chọn từ khóa dựa trên 2 yếu tố sau:
 - * Khối lượng từ khóa
 - * Mức độ cạnh tranh
- * Điều này chưa tốt, chọn từ khóa với ý định thương mại cao rất quan trọng, nếu bỏ qua mục đích thương mại sẽ không hiệu quả với mục đích kinh doanh của bạn.
- * Đó là lý do tại sao bạn nên chọn từ khóa có **“Giá thầu được đề xuất”** cao trong công cụ Keyword Planner

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

2. Từ khóa gắn thương hiệu

- * GuestToGraphics (xây dựng liên kết sử dụng infographic)
- * Phương pháp Moving Man (xây dựng backlink chất lượng từ những site liên quan)
- * Tập trung vào Phát triển nội dung chất lượng
- * Những xếp hạng với các từ khóa này có vị trí #1 trong Google
- * Nên **tạo ra thuật ngữ của riêng bạn**, phải mất rất nhiều thời gian cho thuật ngữ đó trở thành từ khóa mà người tìm kiếm nhớ đến bạn và sử dụng khi tìm kiếm, làm được điều đó rất tốt và có giá trị cao, tỷ lệ chuyển đổi CTR rất tốt.

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

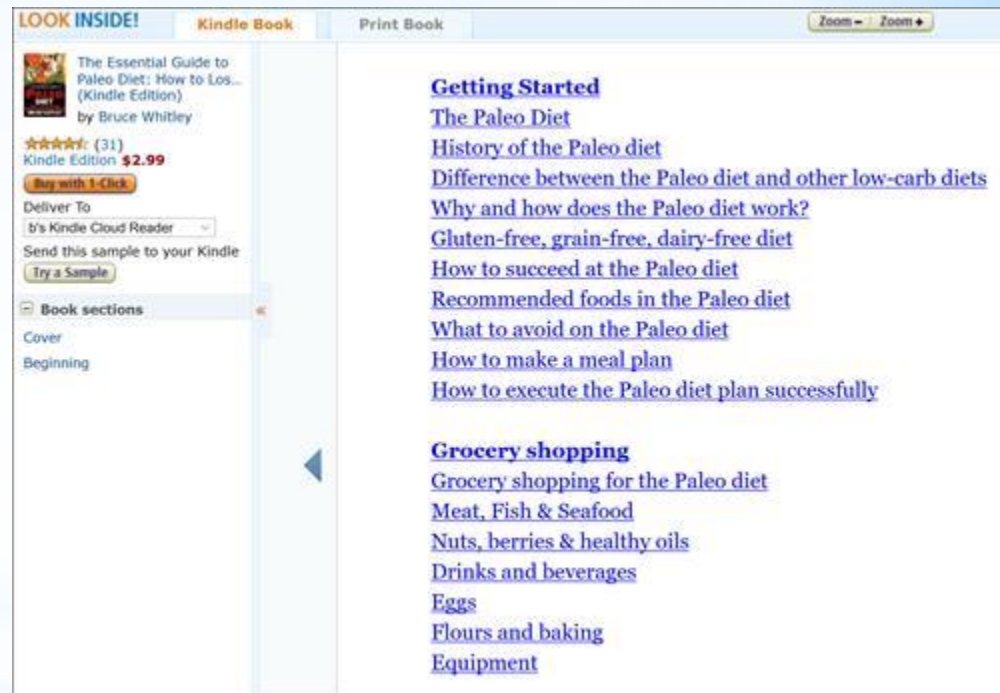
3. Tập trung vào từ khóa Long-tail hay Short tail

- * Các từ khóa đuôi dài có trị giá của chúng. Tuy nhiên Google Panda và Tìm kiếm Semantic đã làm cho việc nhắm mục tiêu một loạt các từ khóa đuôi dài không hiệu quả.
- * Thay vào đó hãy **nhắm mục tiêu các từ khóa có khối lượng tìm kiếm cao vừa phải** (Keyword Medium Tail)

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

4. Tìm chủ đề quan tâm (từ khóa) trong mục lục của Sách

- * Tìm sách phổ biến nhất về chủ đề ở Amazon, hoặc các trang web về sách với TOP seller tùy lĩnh vực.
- * Kiểm tra trang mục lục, mỗi chương là một chủ đề tiềm năng để có ý tưởng từ khóa.
- * Đưa các tiêu đề của chương vào công cụ lập kế hoạch từ khóa của Google để kiểm tra khối lượng tìm kiếm, nhớ tới mục đích thương mại.



* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

5. Tìm ý tưởng từ khóa trong mục lục chương trình của Hội thảo

- * Các chương trình hội thảo liệt kê những buổi nói chuyện mà mọi người trả tiền để xem. Cần lưu ý bất kỳ từ khóa tiềm năng nào trong tiêu đề và mô tả của mỗi cuộc nói chuyện.
- * Tất cả những từ khóa này đều được tạo ra các từ khóa tốt xuất hiện trong công cụ lập kế hoạch lập từ khóa của Google.

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

6. Tạo ý tưởng từ khóa từ người dùng của bạn

- * Yêu cầu người dùng suy nghĩ về sản phẩm mà họ quan tâm.
- * Yêu cầu người dùng suy nghĩ về nội dung của bạn cung cấp
- * Hỏi họ những từ khóa mà họ tìm kiếm?
- * Thay vì sử dụng công cụ nghiên cứu từ khóa mới nhất, chỉ cần yêu cầu người dùng những gì họ muốn sử dụng để tìm thấy bạn.
- * Có thể dễ dàng theo dõi các truy vấn họ sử dụng với công cụ SeedKeyword.

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

7. Sử dụng công cụ gợi ý của Google (Google Suggest)

* Có thể biết tìm từ khóa sử dụng Google Suggest, nhưng những gì bạn không thể biết là bạn có thể sử dụng “Wildcards – ký tự đại diện” để tìm ngay cả những từ khóa chưa được khai thác.

* Ví dụ: Giả sử bạn đang sử dụng Google Suggest để tìm các biến thể của từ khóa “SEO Tip”



A screenshot of a Google search bar showing suggestions for the query 'paleo diet'. The suggestions are listed in a dropdown menu below the search bar. The first suggestion is 'paleo diet' itself, followed by 'paleo diet before after', 'paleo diet explained', 'paleo diet recipes', 'paleo diet documentary', 'paleo diet in tamil', 'paleo diet meal plan', 'paleo diet food list', 'paleo diet weight loss', and 'paleo diet results'.

- paleo diet
- paleo diet
- paleo diet before after
- paleo diet explained
- paleo diet recipes
- paleo diet documentary
- paleo diet in tamil
- paleo diet meal plan
- paleo diet food list
- paleo diet weight loss
- paleo diet results

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

8. Xem các SERPS trước khi quyết định một từ khóa

- * Bản đồ kiến thức
- * Quảng cáo
- * Các tính năng này có thể lấy được các nhấp chuột từ kết quả không phải trả tiền và trừ khi bạn đặt công cụ của mình và thực sự xem xét các kết quả, bạn sẽ không biết mọi người nhìn thấy khi họ tìm kiếm từ khóa đó.
- * Vì vậy trước khi quyết định hãy nhìn vào SERPS (*Search Engine Result Pages*). Nếu có nhiều Quảng cáo và (bản đồ kiến thức) bạn có thể muốn chuyển từ khóa tiếp theo vào trong danh sách của mình



* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

9. Tối ưu hóa xếp hạng các từ khóa có vị trí #7-#15

- * Các xếp hạng ở những vị trí #7-#15 có thể có cơ hội vào TOP 5 với một TLC nhỏ.
- * Để tìm thấy chúng, hãy vào xem Google Search Console
- * Sau đó lưu ý các trang nằm ở cuối trang đầu tiên hoặc ở đầu trang thứ hai.
- * Tiếp theo là xây dựng liên kết, tối ưu SEO onpage trên trang đó, tối ưu hóa trải nghiệm người dùng (UX) để cải thiện thứ hạng trong kết quả tìm kiếm.

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

10. Tham khảo từ khóa của đối thủ cạnh tranh từ SEMRush

- * SEMRush là công cụ nghiên cứu từ khóa yêu thích vì một lý do sau:
- * Nó cho bạn thấy các từ khóa mà đối thủ cạnh tranh đã xếp hạng tốt. Điều đó có nghĩa là bạn không cần phải sáng tạo, đỡ mất công sức để nghiên cứu.
- * Chỉ cần xem xét những đối thủ cạnh tranh và tham khảo các từ khóa mà họ đã tối ưu hóa.

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

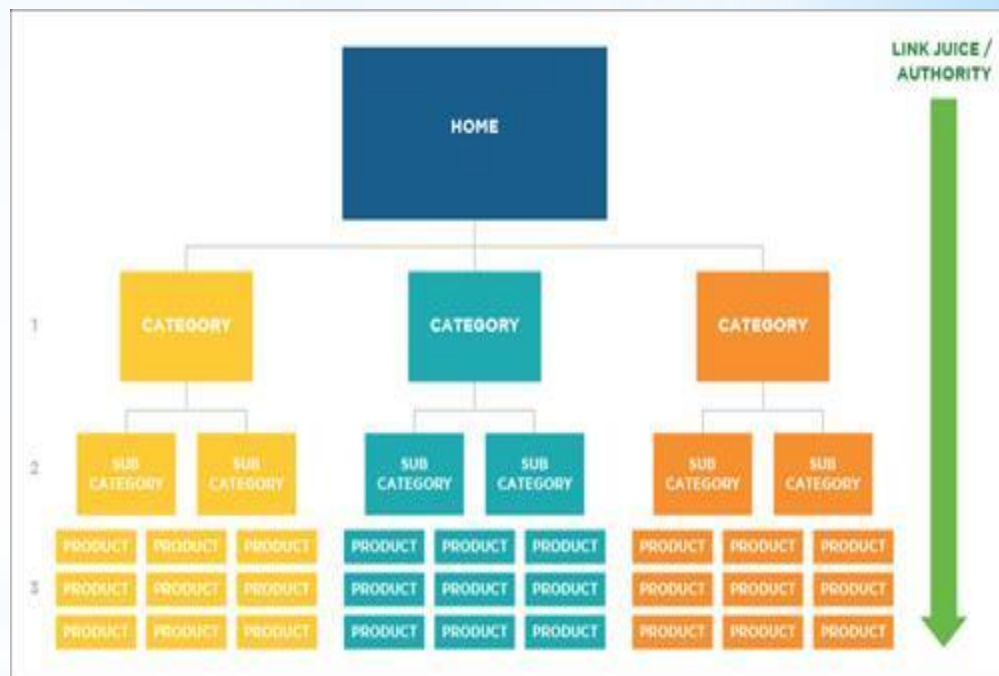
11. Nhắm mục tiêu từ khóa thương hiệu mới

- * Dưới đây là một trong những mẹo SEO yêu thích, những từ khóa mục tiêu mới, nói cách khác các từ khóa không tồn tại một vài tháng trước.
- * Từ khóa là tương đối mới và không có đối thủ cạnh tranh nên việc lên TOP là rất dễ dàng

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

12. Sử dụng kiến trúc trang web phẳng và rộng

- * Giảm thiểu số lần nhấp chuột cần để vào trang bên trong trang web
- * Bằng cách đó PageRank sẽ chia đều cho các trang trong toàn bộ website, làm cho chúng có nhiều khả năng được lập chỉ mục hơn.
- * Kiến trúc phẳng cũng có thể giúp cho các trang bên trong được xếp hạng tốt hơn.



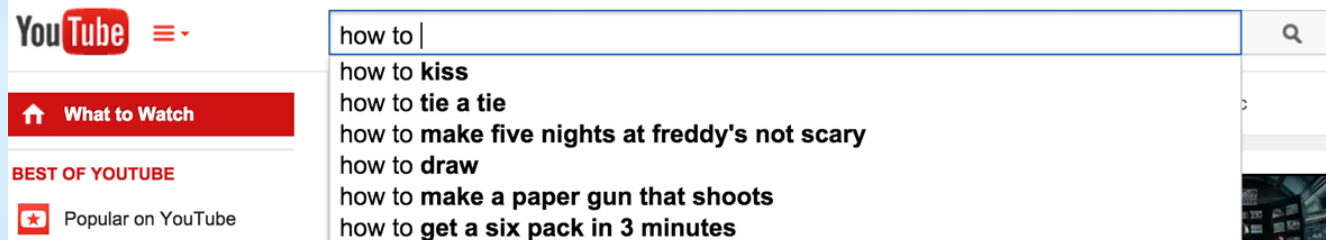
* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

13. Tối ưu hóa xung quanh “Từ khóa Video”

- * Xếp hạng video của bạn trong Google?
- * Nếu muốn có được video trong kết quả tìm kiếm của Google, bạn cần nhắm mục tiêu các từ khóa Video
- * Viết mô tả dài cho video trên Youtube
- * Mô tả dài giúp google hiểu video của bạn hơn. Nên viết mô tả dài ít nhất 250 từ

Get 750+ Long-tail Keywords From YouTube Autocomplete In Seconds

Use Keyword Tool - Best Free Tool For YouTube Keyword Research



* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

14. Sử dụng từ khóa trong quảng cáo Adword cho tiêu đề và Mô tả các trang

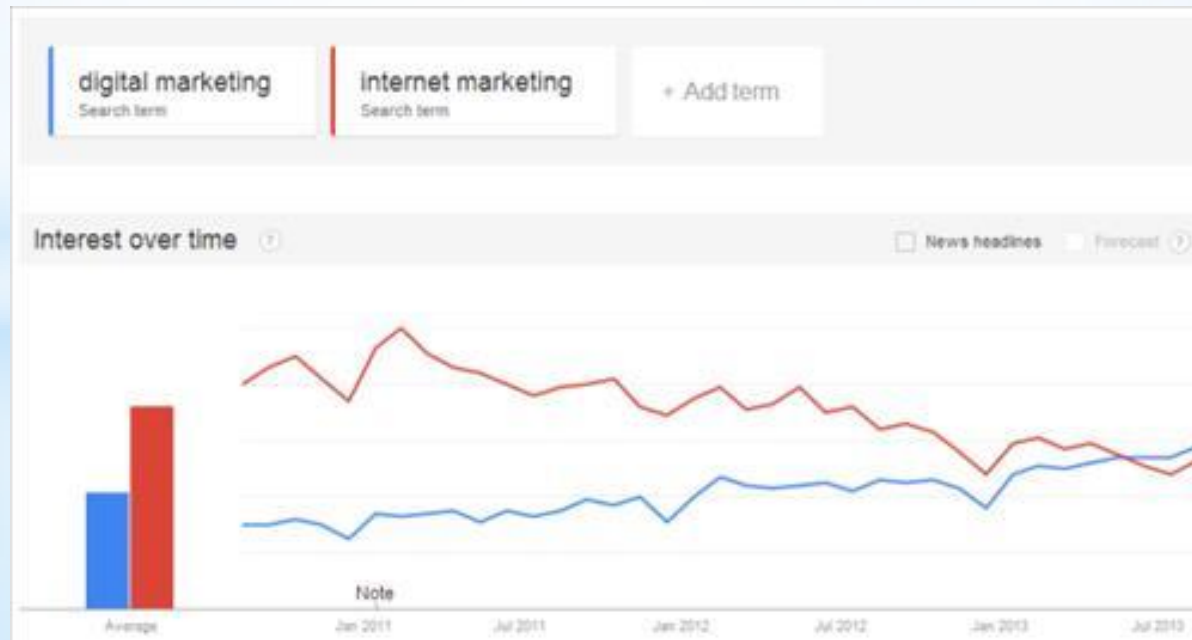
- * Quảng cáo của Google Adwords là một mỏ vàng chưa được khai thác gồm nhiều cụm từ mà bạn có thể sử dụng trong các Title và Description của trang.
- * Khi sử dụng các mẫu cụm từ của quảng cáo vào title, description bạn sẽ có được danh sách từ khóa không phải mất nhiều thời gian trong việc khai phá từ khóa.

The image shows a screenshot of the Google AdWords keyword tool interface. On the left, there is a 'Copy & Paste' section with a list of keywords: 'super bowl 2013', 'super bowl 2013 time', 'super bowl 2013 commercials', 'super bowl 2013 tickets', 'super bowl 2013 game time', 'super bowl 2013 odds', 'super bowl 2013 halftime show', 'super bowl 2013 predictions', 'super bowl 2013 location', 'super bowl 2013 halftime', 'super bowl 2013 time', 'super bowl 2013 date', 'super bowl 2013 commercials', 'super bowl 2013 tickets', 'super bowl 2013 game time', 'super bowl 2013 odds', 'super bowl 2013 halftime show', and 'super bowl 2013 predictions'. A red arrow points from this list to the 'Find keywords' section on the right. The 'Find keywords' section has a 'Word or phrase' input field containing the same list of keywords. Below this, there are fields for 'Website' (www.google.com/page.html) and 'Category' (Apparel). There are also checkboxes for 'Only show ideas closely related to my search terms' and 'Advanced Options and Filters'. A 'Search' button is at the bottom right. The Google AdWords logo is at the top right.

* 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

15. Sử dụng Google Trend

- * Công cụ Keyword Planner cho bạn biết rất ít về xu hướng của các từ khóa, để lựa chọn được từ khóa nào đang đi đúng hướng hãy sử dụng công cụ Google Trends.
- * Dưới đây là ví dụ để biết được xu hướng tìm kiếm các từ khóa về lĩnh vực Marketing:



* Link bài viết chi tiết

- * 15 ý tưởng lựa chọn từ khóa

<http://seothetop.com/kien-thuc-seo/nguyen-cuu-tu-khoa-15-y-tuong-lua-chon-tu-khoa-phu-hop-cho-trang-web-t3-277-157112.html>

- * Quy trình SEO website chuẩn 2017

<http://seothetop.com/kien-thuc-seo/quy-trinh-seo-website-2017-len-top-google-nhanh-va-ben-vung-t3-277-157107.html?slide>

- * Hướng dẫn viết bài chuẩn SEO qua 4 bước

<http://seothetop.com/seo-content/viet-bai-chuan-seo-qua-4-buoc-giup-tang-truy-cap-va-hieu-qua-ban-hang-t3-285-157099.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: <http://seothetop.com>

THANK YOU

