

CÁC YẾU TỐ XẾP HẠNG WEBSITE CỦA GOOGLE VÀ NHỮNG YÊU CẦU VỀ SEO NỘI DUNG ĐỐI VỚI CÁC BTV

1. Vai trò của Google trong đánh giá Website

Google hiện đang là cỗ máy tìm kiếm lớn nhất cũng như hiệu quả nhất đối với người sử dụng Internet, do đó thông thường ta chỉ cần SEO trên Google là đủ, khi SEO được trên Google thì hầu như các Search Engine (SE) còn lại cũng sẽ xếp hạng cao tất nhiên không giống nhau nhưng cũng có điểm gần giống.

Thống kê trên thế giới, khoảng 70% người tìm kiếm không xem hết quá trang đầu, 97% không xem tới trang thứ 3. Ở Việt Nam, theo khảo sát mới nhất về SEO, khoảng 50% lưu lượng vào các trang web do Google đem lại. Vì vậy, không ngạc nhiên khi dịch vụ SEO ở Việt Nam chủ yếu là trên Google.

2. Nguyên lý hoạt động cơ bản của Google

- Google sử dụng phần mềm tìm kiếm thông tin trên Internet gọi là Spider.
- Spider di chuyển giữa các trang web thông qua Link.
- Google sử dụng thuật toán để sắp xếp và đưa những kết quả tốt nhất có thể và cho hiển thị lên trên top 10.
- Do vậy, khi người dùng tìm kiếm thông tin không phải tìm trực tiếp trên Internet mà đang tìm dữ liệu trong Sever của Google.

3. Các giai đoạn tìm kiếm thông tin và xếp hạng Web của Google

3.1. Giai đoạn 1: Tìm thông tin - Web Crawling

Google bot tìm kiếm thông tin mới + website mới theo các nguồn:

- *Khám phá qua link - Discovery Craw*: Search Engine bot (SE bot) sẽ đi qua hết các điểm nội dung, với mỗi điểm là một tài liệu trên website (bài viết, hình ảnh, file pdf,...) để thu thập thông tin. Các Link liên kết giúp SE Bot đi từ webpage này sang webpage khác.

- *Lọc link với Spam Filter*: Quá trình tìm nội dung mới được Google thực hiện thường xuyên. SE bot sẽ ưu tiên quét dữ liệu trong các Danh bạ website lớn - nơi có nhiều website và cập nhật thường xuyên các website mới để tìm link, sau đó tiến hành Spam Filter để lọc loại bỏ các link hỏng, trùng lặp.

3.2. Giai đoạn 2: Lập chỉ mục - Indexing

- Các URL sạch có được sau quá trình Spam Filter sẽ được Google tung Web Crawler vào để thu thập nội dung và xây dựng chỉ mục.

- Web Crawler tạo ra các HTTP request để truy cập vào website rồi bắt đầu thực hiện quá trình thu (retrieve) dữ liệu trên các trang đó.

- Sau khi có được dữ liệu, bước tiếp theo là phân tích cú pháp (Parsing) để xác định nội dung của webpage. Parsing cho phép Google loại bỏ các từ phổ biến (và, thì, mà, là,...), loại bỏ các khoảng trống, con số để kết hợp các từ thành cụm từ lại thành có ý nghĩa.

- Sau khi 1 webpage qua bước Parsing nó sẽ được đánh dấu và cho vào 1 box riêng được mã hóa theo ID. Nó được phân loại theo nhiều cách khác nhau (khu vực, loại ngôn ngữ, chủ đề,...) để nhanh chóng nhất hiển thị ra khi có truy vấn tìm kiếm liên quan đến nó (từ khóa).

3.3. Giai đoạn 3: Xếp hạng - Ranking

Đây là bước các SEOer quan tâm nhiều nhất.

Sau khi website đã được index trong data center của Google, nó sẽ được đánh giá và xếp hạng để hiển thị ra ngoài trang kết quả tìm kiếm (SERP) thông qua thuật toán của Google.

4. Các yếu tố quan trọng để xếp hạng website tại Google

4.1. Các yếu tố về nội dung

Nội dung là dành cho người đọc, không phải dành cho các con bọ của bộ máy tìm kiếm. Một nội dung không có chất lượng có thể gây ảnh hưởng xấu đến trang web.

4.1.1. Tiêu đề trang web (Title): nằm ở góc trên cùng bên tay trái 1 website bất kỳ và là dòng màu xanh đại diện cho website khi tìm kiếm trên Google. Theo tiêu chuẩn Google, một Title chuẩn chỉ sử dụng 5-7 từ.

4.1.2. Domain Name: Nếu có tên miền là từ khóa, website sẽ có lợi thế rất lớn. Nếu có 2 website cùng được tối ưu hoá như nhau thì website nào có chứa từ khóa trong tên miền sẽ được Google xếp hạng cao hơn website không chứa từ khóa.

4.1.3. Từ khóa: Từ khóa và mật độ phân bố từ khóa đóng vai trò quan trọng trong việc Google đánh giá nội dung của một trang web bởi nó sẽ giúp con bọ của Google biết nội dung bài viết nói về điều gì.

- Từ khóa sử dụng trong tiêu đề (title) phải phù hợp với nội dung bài viết và cụm từ tìm kiếm. Từ khóa cũng cần có trong nội dung bài viết, tuy nhiên chỉ sử dụng hạn chế, không đặt quá nhiều từ khóa trong đó khiến nội dung mất đi tính tự nhiên.

- Sự nổi bật của từ khóa (Keyword Prominence): Máy tìm kiếm rất chú ý đến các nội dung được làm khác biệt đi (chữ to, màu sắc khác, bôi đậm, in nghiêng, nằm trong thẻ H1-H6, đặt hyperlink,...) và đánh giá các nội dung này có liên quan đến từ khóa chính, bởi vì nó được làm khác biệt đi để gây chú ý với người đọc. Người đọc chủ yếu đọc lướt nội dung - lướt web để nhanh chóng nắm được nội dung của bài viết hay website do vậy việc làm nổi bật các từ khóa lên giúp họ dễ dàng nhất nắm được ý, được nội dung muốn truyền tải.

- Mật độ từ, tần suất xuất hiện của từ khóa (Proximity Keywords): Thuật toán của Google coi những từ khóa xuất hiện nhiều, xuất hiện với mật độ cao trong 200-300 chữ đầu tiên một webpage sẽ có khả năng là từ khóa chính mô tả nội dung chủ đạo của webpage đó (loại trừ các stop word như: và, thì, mà, là, rằng,...). Vì thế mật độ từ khóa, tần suất xuất hiện của từ khóa trong website nên phải đạt mức 15-35% số lượng chữ trong website.

Những từ khóa được sắp xếp nó gần lên phần trên cùng của trang web, nằm trong các đường liên kết cũng được xem xét đến.

4.1.4. Tổng số liên kết:

- Liên kết là một trong những yếu tố xếp hạng rất quan trọng mà mỗi quản trị web phải quan tâm; nó phản ánh mức độ nổi tiếng, phổ biến website trên internet (được nhiều người biết đến, được link tới từ nhiều website khác vào).

- Google sẽ đánh giá Website thông qua tổng số liên kết của Website. Sự đa dạng liên kết là vô cùng quan trọng, các liên kết có thể đến từ website, blog hay web video, mạng xã hội... tuy nhiên, với những liên kết từ một trang web xếp hạng cao và đáng tin cậy sẽ có giá trị hơn nhiều so với các liên kết từ các blog, spam.

- Google sẽ đánh giá cao các liên kết cùng lĩnh vực. Nếu trang web được càng nhiều liên kết đến từ những trang có cùng chung chủ đề thì càng được đánh giá cao.

- Các liên kết được xuất phát từ những trang đã tồn tại lâu năm sẽ được đánh giá cao hơn so với liên kết trên website mới vì website lâu năm sẽ có nhiều lợi thế trong việc xếp hạng cũng như được Google tin tưởng hơn.

- Sử dụng nhiều các liên kết trong trang (Internal Link) - liên kết qua lại giữa các nội dung tương đồng với nhau bên trong trang web - nó có thể giúp tăng lượng truy cập đến các bài viết ngay cả khi các bài viết đó không được nhiều người tìm kiếm.

- Mạng xã hội (Social): Mạng xã hội giữ một vai trò rất quan trọng trong việc phổ biến thương hiệu cho trang web thông qua các hoạt động like, share hoặc bất kỳ hình thức bầu chọn ủng hộ từ những người đọc trên trang.

4.1.5. Tên folder và tên file: Đây là yếu tố liên quan đến URL và phân cấp cấu trúc trong website.

- Đặt tên cho 1 folder trong website cũng cần chú ý đến các từ khóa, việc tích hợp các từ khóa vào sẽ làm Google dễ dàng hơn trong việc xác định nội dung, sắp xếp, lưu trữ Folder hoặc file của website.

VD: Nếu là hình ảnh về Đà Lạt bạn cần, cho nó nằm trong folder hình-anh/da-lat và đặt tên cho ảnh >> anh-phong-canh-da-lat.jpg ; anh- dep-da-lat.jpg,... chỉ cần "đọc" tên folder (hình-anh/ha-noi) là máy tìm kiếm đã "hiểu" được rằng đây là các hình ảnh về Đà Lạt và sẽ sắp xếp các ảnh này trong danh bạ hình ảnh về Đà Lạt.

4.1.6. Tần suất cập nhật trang web

Google cũng giám sát cả tần suất cập nhật trang web, tuy nhiên không phải là giám sát số lượng bài mới mà là giám sát tính ổn định khi post bài mới. Nếu post số lượng quá nhiều trong một thời gian ngắn sẽ bị nghi là spam, nhưng nếu như để gián đoạn, ngưng không post bài mới trong một khoảng thời gian thì Google sẽ cho là trang đó không ổn định. Chính vì thế, nên cập nhật trang web theo định kỳ và giữ nhịp độ đều.

4.1.7. Số lượng người nhấp vào tên trang web ở kết quả tìm kiếm

Nếu trang web được Google cho hiện lên những trang đầu của kết quả tìm kiếm và có nhiều người nhấp chuột vào, nó cũng đánh giá trang web cao hơn vì nó có thể suy đoán rằng, nếu người dùng nhấp chuột vào nhiều có nghĩa là trang web đó phù hợp với từ khoá tìm kiếm của họ.

4.1.8. Những yếu tố khác

Ngoài những tác nhân chủ yếu ở trên ra, Google còn xem xét đến những khía cạnh khác như Traffic của trang, người dùng phản ứng với trang đó như thế nào...

Google cũng đo đạc được Traffic đến trang web, nếu website luôn nhận được nhiều Traffic thì nó cũng cho điểm cao hơn những trang cùng chung chủ đề mà ít traffic hơn.

Phản ứng của người dùng với một trang web cũng quan trọng. Nếu trang web được xuất hiện ở trang đầu của trang kết quả tìm kiếm, người dùng nhấp vào đường link đến trang họ thấy nhiều thông tin bổ ích, họ sẽ dành nhiều thời gian ở đó để đọc thêm. Ngược lại nếu trang web của bạn có nội dung không hay hoặc không phù hợp, họ sẽ nhấn nút Back và vào trang khác. Khoảng thời gian này được Google xem xét, nếu ai đó nhấp vào trang của bạn và vài giây sau họ đã nhấn nút Back và điều này lặp lại nhiều lần. Google sẽ hạ thấp rank của trang đó vì nó suy luận trang đó không phù hợp dựa vào phản ứng của người đọc.

4.2. Các yếu tố về Kỹ thuật Website

4.2.1. Thẻ Meta Description: là thẻ ứng dụng mô tả ngắn gọn nội dung của trang web.

Thẻ này mục đích hỗ trợ người tìm kiếm xác định webpage này có phải là nội dung họ cần tìm kiếm hay không.

Google coi Meta Description là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến website. Website nên có Description ứng với mỗi webpage và duy nhất.

4.2.2. Thẻ Alt Tags: là thẻ mô tả hình ảnh. Google là máy nên không thể hiểu được một hình ảnh mô tả về điều gì. Nên cần sử dụng thẻ Alt cho các hình ảnh để mô tả ngắn gọn nội dung của hình ảnh.

Còn các máy tìm kiếm thông tin cũng dựa vào thẻ này để xác định nội dung hình ảnh. Với các thiết bị không đọc được hình ảnh (điện thoại động), hoặc cấm đọc hình ảnh (trình duyệt chặn image) thì đoạn alt tags này sẽ thay thế cho hình ảnh, giúp các thiết bị này hiểu được nội dung của hình ảnh đó là gì.

4.2.3. Thẻ Title Attribute: Là các thẻ sử dụng để mô tả, làm rõ thêm một thành phần trong website (Thường được ứng dụng mô tả các nội dung viết tắt (VD: SEO).

4.2.4. Thẻ Meta keywords: thẻ này sử dụng để hỗ trợ máy tìm kiếm xác định được từ khóa chính trong website là gì. Tuy nhiên sau này do các SEOer, webmaster spam thẻ keywords quá nhiều dẫn đến giá trị của thẻ này đã giảm đi rất nhiều. Google và Yahoo hiện tại không còn đánh giá cao giá trị của thẻ Keywords, tuy nhiên bạn vẫn cần đưa ra từ khóa để hỗ trợ máy tìm kiếm tìm chính xác hơn nội dung của webpage.

4.2.5. Công cụ hỗ trợ SEO (SEO Tools): Có được công cụ SEO tốt sẽ giúp Webmaster cải thiện hiệu suất làm việc, đẩy nhanh quá trình tăng thứ hạng trang web trên bảng xếp hạng kết quả tìm kiếm của Google.

4.2.6. URL rõ ràng: Cấu trúc URL phải rõ ràng và không nên có các ký hiệu, số, các ký tự vô nghĩa. Vậy nên các bạn cần xử lý thiết lập URL sao cho thân thiện với người dùng.

4.2.7. Thẻ Meta data: Các thẻ meta description, title, meta keywords... sẽ giúp người đọc biết được loại nội dung trong liên kết mà họ sắp truy cập. Ngoài ra những thẻ meta này cũng giúp cho Google Spider biết được website đó mang nội dung gì và hướng người dùng đến với website của họ dựa trên các truy vấn tìm kiếm mà người dùng đang tìm kiếm.

4.2.8. Tốc độ tải trang: Trang web cần phải được tối ưu, xử lý các lỗi không đáng có, cải thiện tốc độ tải trang. Flash và JavaScript được xem là không thân thiện với Google Spider. Nội dung có chất lượng khiến người dùng quay lại mới là yếu tố mà Google quan tâm.

5. Những yêu cầu đối với các BTV để SEO nội dung các Site phù hợp với các Tiêu chí xếp hạng của Google

5.1. Từ khóa

- BTV từng site tập hợp thành Danh sách từ khóa chính và phổ biến tới các thành viên trong nhóm để thực hiện SEO.

- Chú trọng sử dụng và lồng ghép từ khóa trong tiêu đề (title) phải phù hợp với nội dung bài viết và cụm từ tìm kiếm. Để từ khóa xuất hiện với mật độ cao trong 200 - 300 chữ đầu tiên của bài viết.

Tuy nhiên từ khóa phải thực sự có ý nghĩa và chỉ sử dụng hạn chế, không đặt quá nhiều từ khóa trong đó khiến nội dung mất đi tính tự nhiên.

- Tạo sự nổi bật và khác biệt cho các từ khóa bằng cách: thay đổi màu sắc khác, format đậm, in nghiêng, đặt hyperlink để gây chú ý với người đọc.

- Đặt các từ khóa nằm trong các đường liên kết cũng được xem xét đến => chú ý tạo các liên kết siêu văn bản cho các bài viết có liên quan hoặc các chuỗi sự kiện.

5.2. Liên kết:

- Tăng cường sử dụng nhiều các liên kết trong trang, tạo liên kết qua lại giữa các nội dung tương đồng với nhau (các bài viết) bên trong trang web, ưu tiên với các từ khóa trong sapo => giúp tăng lượng truy cập đến các bài viết.

- Chú ý tạo nhiều các link từ site khác tới site mình phụ trách (backlink) bằng cách: chia sẻ link các bài viết trên các diễn đàn, mạng xã hội, web video (youtube). Trước mắt, duy trì quảng bá các bài viết (đặc biệt là các bài viết có chứa nhiều liên kết) trên các mạng xã hội: Facebook (Fanpage), Google+; chia sẻ video lên Youtube...

- Tạo backlink cho các site khác (không phải site mình phụ trách) thông qua việc đặt link cho các từ khóa trong bài viết của site tới các bài viết ở site khác có nội dung tương đồng với từ khóa.

Chú ý khai thác tối đa các site mà Công ty đang sở hữu và quản lý (Xi măng, VLXD, Môi trường và các Website doanh nghiệp) để tạo các backlink chéo nhau các Website => góp phần tăng số lượng liên kết đến cho các site => Google sẽ đánh giá cao.

5.3. Tên folder và tên file:

- Chú ý lồng ghép các từ khóa của site vào trong các tên file như: File ảnh, File văn bản (text), File tài liệu. Chú ý lựa chọn một số từ khóa chính để đặt tên file.

VD: xi mang_ "ten bai viet"; hay: o nhiem_ "ten bai viet", moitruong_ "ten bai viet", rac thai "ten bai viet"; hoặc: vlx_ "ten bai viet", ...

Với những bài có nhiều ảnh, vẫn sử dụng cấu trúc đặt tên như trên và đánh thêm số thứ tự ở cuối tên. VD: moitruong_ "ten bai viet 1"...

(Tên file có thể viết cách hoặc viết liền nhưng không được sử dụng dấu tiếng Việt)

- Với các Folder (chủ yếu là các album ảnh): Đặt tên cho folder trong website cũng cần chú ý đến các từ khóa.

VD: Với album ảnh: "Cuộc sống của loài chồn đất châu Phi", BTV cần tạo 1 folder trong server và đặt tên theo tên Album ảnh: "cuoc song cua loai chon dat chau phi".

Các ảnh trong album cũng đặt tên theo cấu trúc đặt tên file ảnh. VD: "từ khóa" _cuoc song cua loai chon dat chau phi". Các ảnh được đánh theo số thứ tự 1, 2,...n ở cuối mỗi tên ảnh.

5.4. Tần suất cập nhật Site

Đảm bảo duy trì cập nhật Site theo định kỳ và giữ nhịp độ đều đặn. Tránh trường hợp post số lượng quá nhiều trong 1 thời gian ngắn hay bị gián đoạn, ngưng không post bài mới trong một thời gian...