

## KEYWORD RESEARCH

### Nội Dung Bài Học

1. Hành vi khách hàng khi tìm kiếm là gì?
2. Tầm quan trọng của từ khóa trong 1 chiến lược Seo.
3. Quy trình nghiên cứu và lựa chọn từ khóa.
4. Tìm hiểu nhu cầu và cách đánh giá độ khó của từ khóa Seo.
5. Tìm hiểu về 3 loại từ khóa trong 1 chiến dịch Seo: Brand keyword, Information Keyword , Transaction Keyword.
6. Cách chọn lọc và tối ưu bộ từ khóa với các công cụ: Google Keywords Planner, Search Box.
7. Thực hành phân tích bộ từ khóa cho website bất kỳ.
8. Kỹ thuật ghép từ khóa, cách lồng ghép từ khóa trong Title, Meta Description.
9. Hướng dẫn sử dụng công cụ check thứ hạng từ khóa.

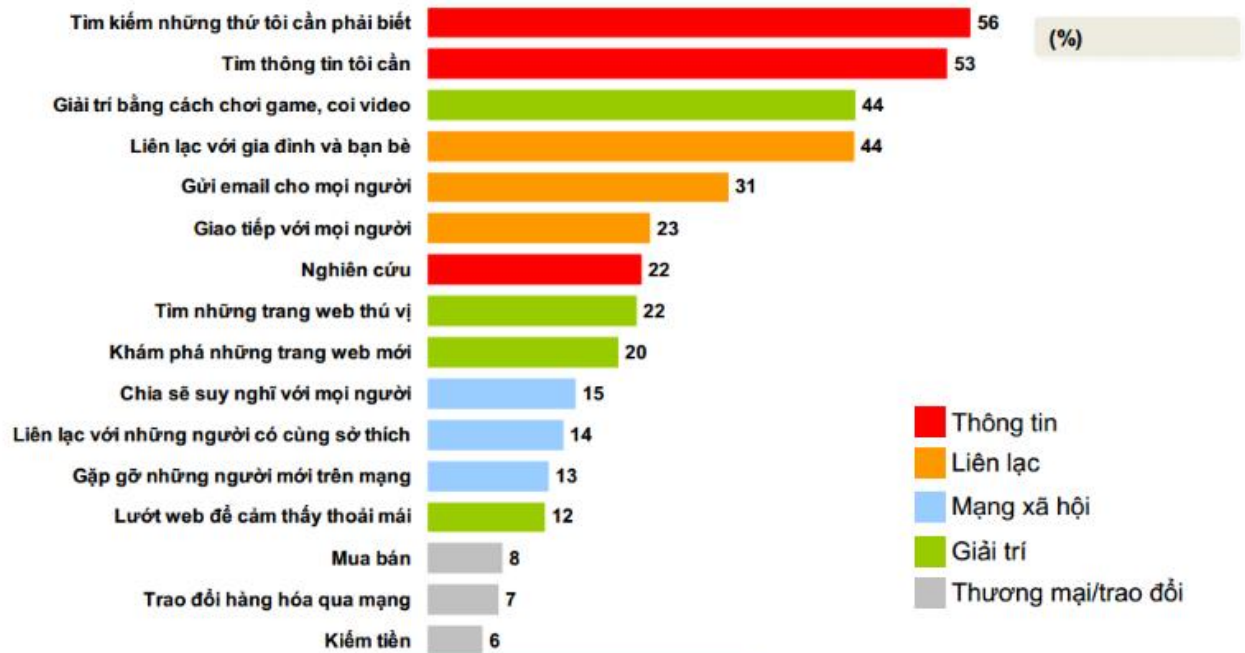
#### *1. Hành vi khách hàng khi tìm kiếm là gì?*

Tìm kiếm và chia sẻ là hai hành vi phổ biến nhất của người dùng Internet. Hơn 90% người dùng Internet sử dụng công cụ tìm kiếm. Do vậy, tiếp thị qua công cụ này sẽ rất hiệu quả.

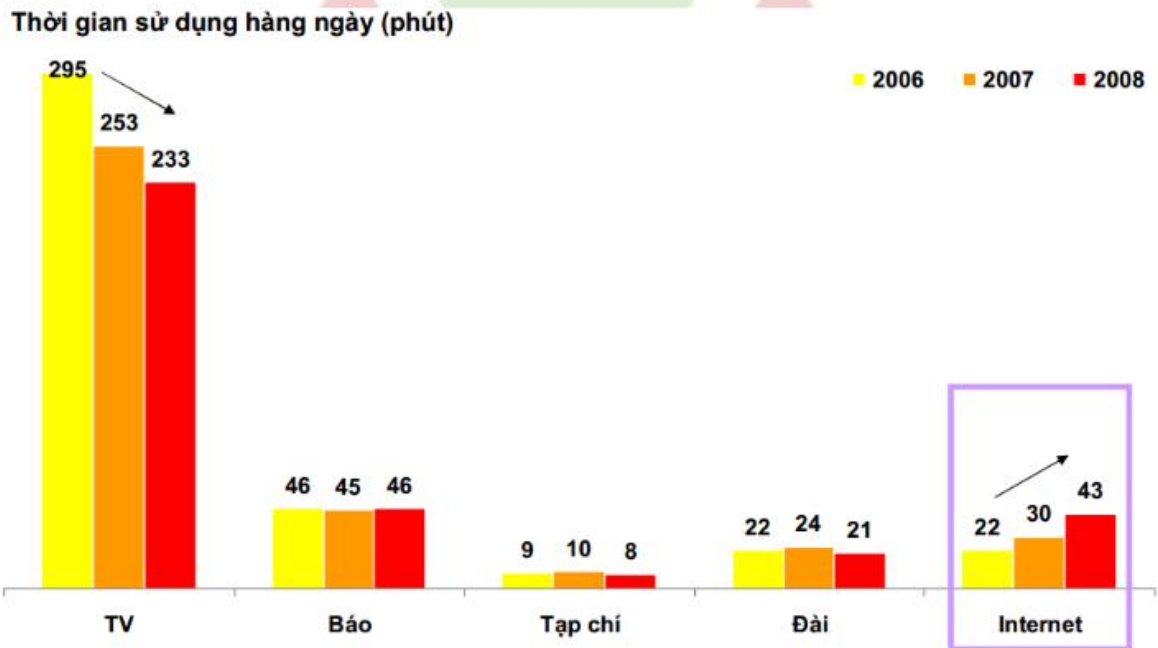
Khách hàng của bạn đang tìm kiếm trên Google, và phần lớn họ lựa chọn mua hàng từ website có mặt trên trang 1 Google. Việc xuất hiện trên trang 1 trong kết quả tìm kiếm của Google là rất quan trọng. Nó giống như việc bạn xuất hiện trước mắt khách hàng, khi họ đang có nhu cầu mua hàng.

Có 2 cách để đưa website của bạn lên trang 1 Google: **SEO và PPC**. Trong đó, hình thức quảng cáo trả tiền cho Google (PPC – Pay Per Click) là biện pháp nhanh nhất để đưa website lên trang 1 Google.

### Khách hàng sử dụng internet để làm gì ?



### Khuynh hướng sử dụng phương tiện truyền thông



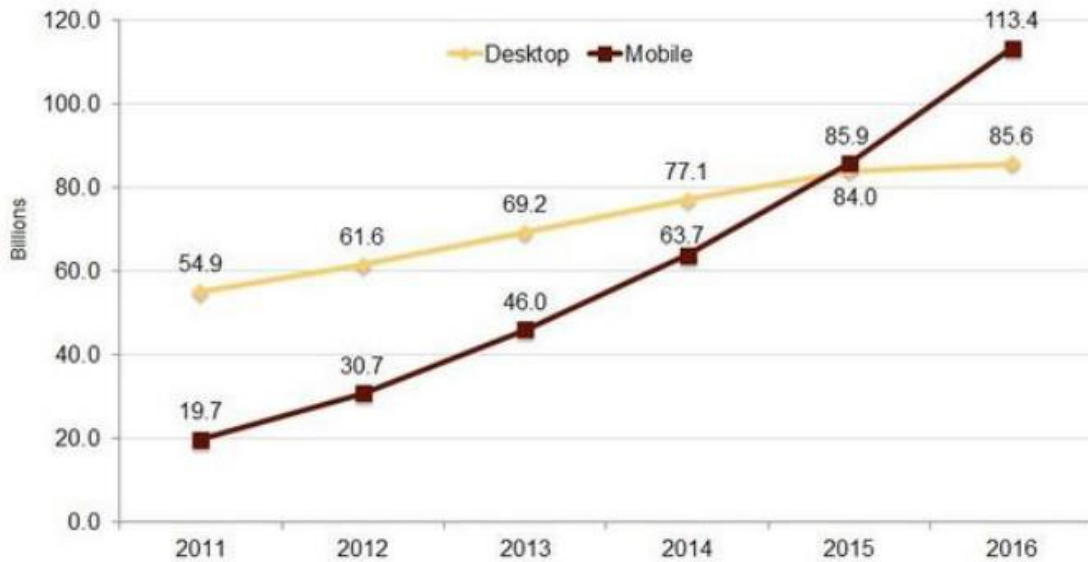
### Thống kê tìm kiếm trên di động

Tim kiếm di động là một phần không thể tránh khỏi của tiếp thị kỹ thuật số như nếu thương hiệu không thích ứng với hành vi của người tiêu dùng thì họ có nguy cơ bị bỏ rơi nếu đối thủ cạnh tranh phản ứng nhanh hơn. Google đã dự đoán rằng tìm kiếm di động sẽ vượt qua máy tính để bàn trong một vài năm tới, vì vậy các doanh nghiệp nên thực sự có một chiến lược tìm kiếm di động ngay lúc này.

- Một nghiên cứu của ComScore cho thấy tổng số tìm kiếm của người dùng Mỹ sử dụng điện thoại di động đã tăng 26% từ tháng 3 năm 2012 và tháng 12 năm 2012, từ 90.1 triệu đến 113.1 triệu tìm kiếm.



### U.S. Local Search Market: Mobile vs. Desktop



© 2012 BIA/Kelsey. All Rights Reserved.

| 10

- Tìm kiếm trên máy tính bảng đã tăng 19% từ tháng 4 năm 2012 và tháng 12 năm 2012.
- Trong khi đó, tìm kiếm máy tính để bàn đã giảm 6% trong giai đoạn tháng 11 năm 2011 và tháng 11 năm 2012.
- Công ty Phân tích BIA / Kelsey đã dự đoán rằng các truy vấn tìm kiếm di động sẽ vượt qua truy vấn máy tính để bàn vào năm 2015.

### Thống kê tìm kiếm theo địa phương

#### U.S. Local Share of Mobile Search: Revenue and Search Volume



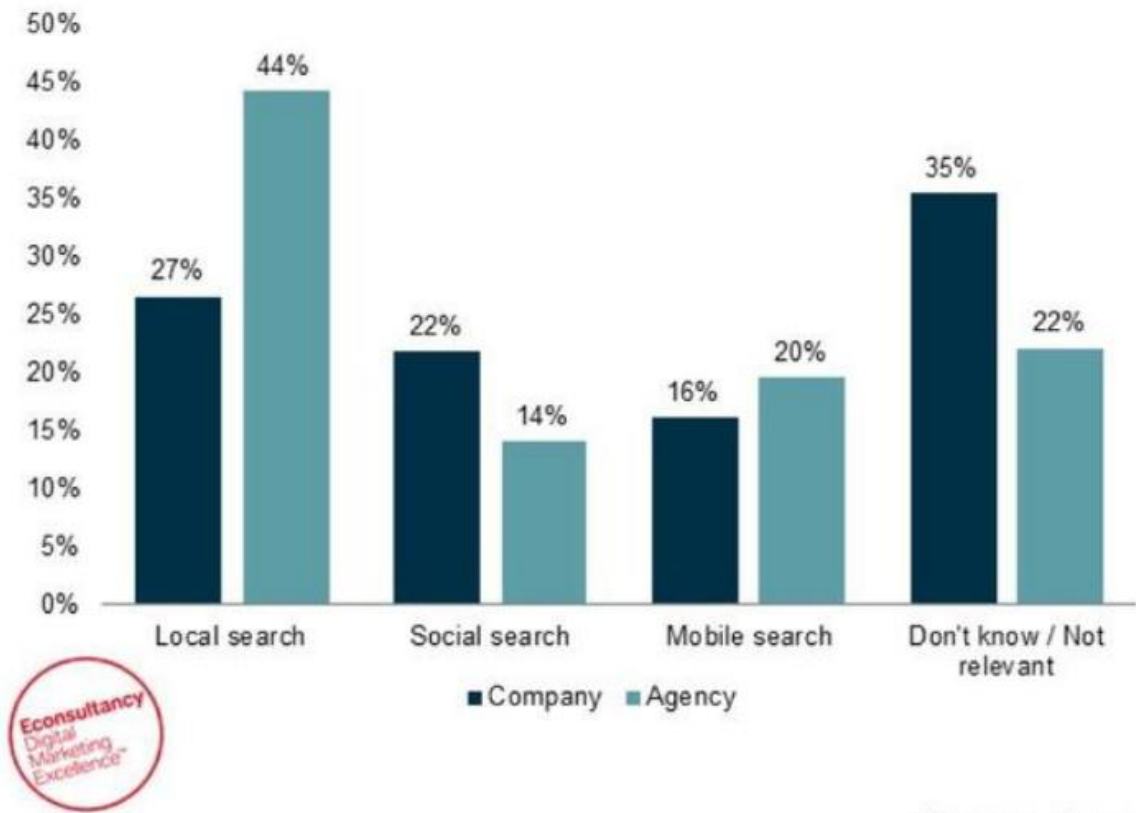
Source: The Kelsey Group (2008)

Proprietary and Confidential  
 Copyright © 2009 The Kelsey Group, a division of BIA Advisory Services, LLC. All Rights Reserved.

| 10

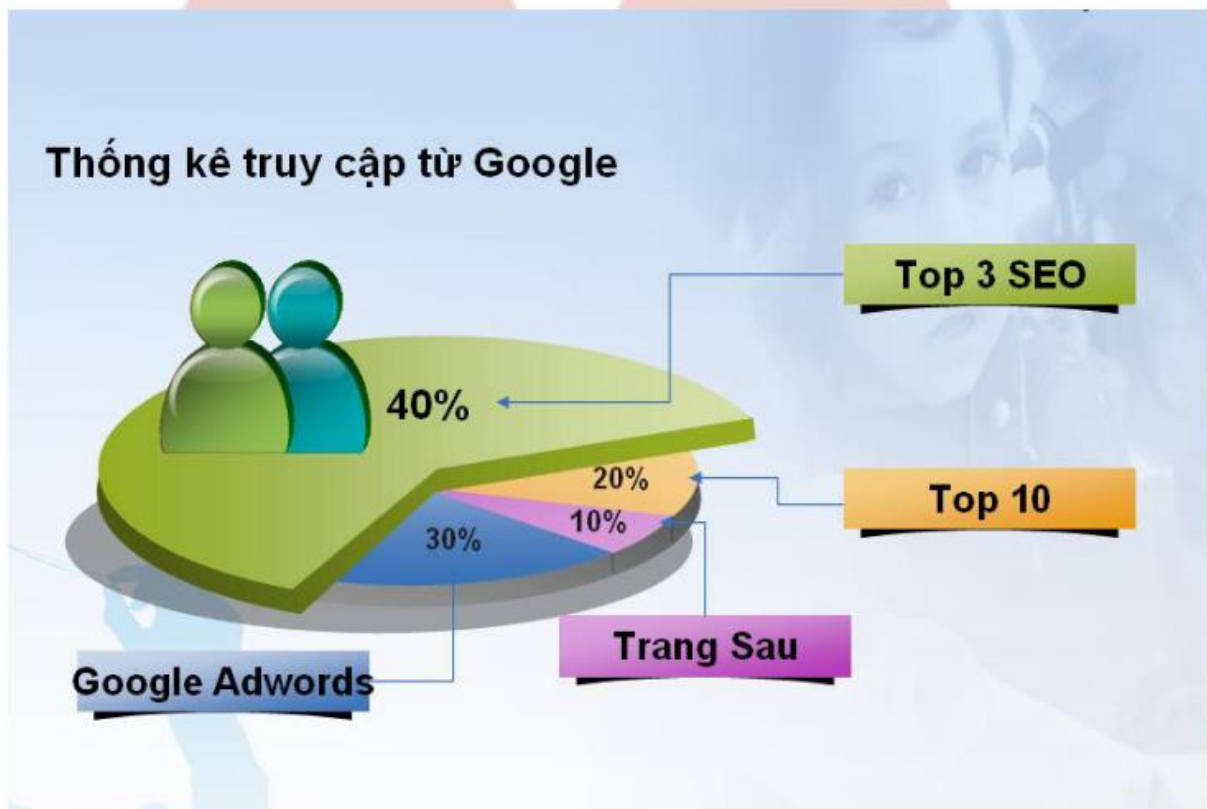


Bạn / khách hàng của bạn đánh giá cao nhất hoạt động tiếp thị tìm kiếm nào?



Client respondents: 316  
 Agency respondents: 199

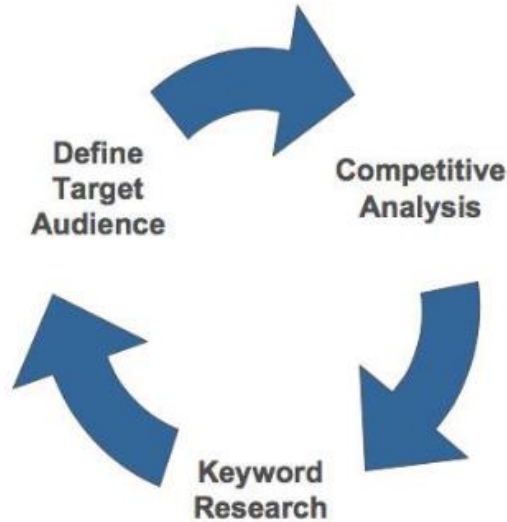
### Thống kê truy cập từ Google





**2. Tầm quan trọng của từ khóa trong 1 chiến lược Seo.**

- Từ khóa là những từ mà những người truy cập nhập vào trong những cỗ máy tìm kiếm dùng để tìm thấy thông tin từ những website. Điều quan trọng hàng đầu là website của bạn có được những cỗ máy tìm kiếm tốt xếp hạng những từ khóa phổ biến liên quan đến đề tài của website của bạn.



- Sẽ không phải là giải pháp tốt khi tối ưu hóa những trang Web của bạn cho những từ khóa mà không ai sử dụng trong những cỗ máy tìm kiếm.

- Hãy lựa chọn những từ khóa thực sự phù hợp với website của bạn và khả năng SEO của bạn, đừng nên lựa chọn những từ khóa chung chung với độ cạnh tranh quá cao vì:

+ Từ khóa chung chung có độ cạnh tranh cao => khó làm SEO.

+ Từ khóa chung chung có tỷ lệ chuyển đổi (tỷ lệ bán hàng) thấp: Ở cương vị người dùng, nếu bạn chỉ muốn mua giày thể thao Adidas, chắc chắn bạn sẽ tìm kiếm: Mua giày thể thao Adidas chứ không search: Giày thể thao.



### Làm sao để tìm từ khóa phù hợp?

1. Hãy đứng ở góc độ người dùng để liệt kê ra các từ khóa họ sử dụng để tìm kiếm liên quan đến sản phẩm, dịch vụ của mình.
2. Sử dụng các công cụ để có thêm các gợi ý về từ khóa, lưu lượng tìm kiếm cũng như xu hướng tìm kiếm từ khóa đó trong tương lai.
3. Đánh giá mức độ cạnh tranh của từ khóa, lựa chọn những từ khóa phù hợp với chiến lược Seo của mình.

(\*) **Lưu ý:** Nếu khâu xác định từ khóa sai → Toàn bộ chiến dịch Seo không có ý nghĩa.

### 3. Quy trình nghiên cứu và lựa chọn từ khóa.

#### 3.1. Quy trình nghiên cứu từ khóa.



#### 3.2. 6 Bước nghiên cứu và lựa chọn từ khóa.

**Bước 1:** Bạn đang bán sản phẩm gì trên Website?

**Bước 2:** Khách hàng của bạn là ai? Họ đang ở đâu? → Chiến lược Seo Local

**Bước 3:** Liệt kê các từ khóa mà bạn cho rằng khách hàng có thể dùng để tìm kiếm. Các từ khóa cần chọn phải thích hợp và sát nghĩa với người dùng (Sử dụng Google Search Bỏ để có thêm gợi ý của từ khóa)

**Bước 4:** Kiểm tra lưu lượng tìm kiếm các từ khóa đó trong 30 ngày gần đây.

**Bước 5:** Xác định xu hướng tìm kiếm từ khóa, xem lượng tìm kiếm tăng hay giảm trong 12 tháng qua, mức độ quan tâm của từng thành phố.

**Bước 6:** Đánh giá mức độ khó của từ khóa.

**Bước 7:** Lựa chọn từ khóa phù hợp.



#### 4. Tìm hiểu nhu cầu và cách đánh giá độ khó của từ khóa Seo.

##### 1. Sử dụng Google Keyword Planner: Kiểm tra lượng tìm kiếm hàng tháng và độ cạnh tranh:

Dựa vào các chỉ số tìm kiếm hàng tháng ta xác định như sau:

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

Dựa vào CPC và mức độ cạnh tranh:

Khi ta kiểm tra ta chỉ thấy hiện Thấp, Trung bình, Cao.



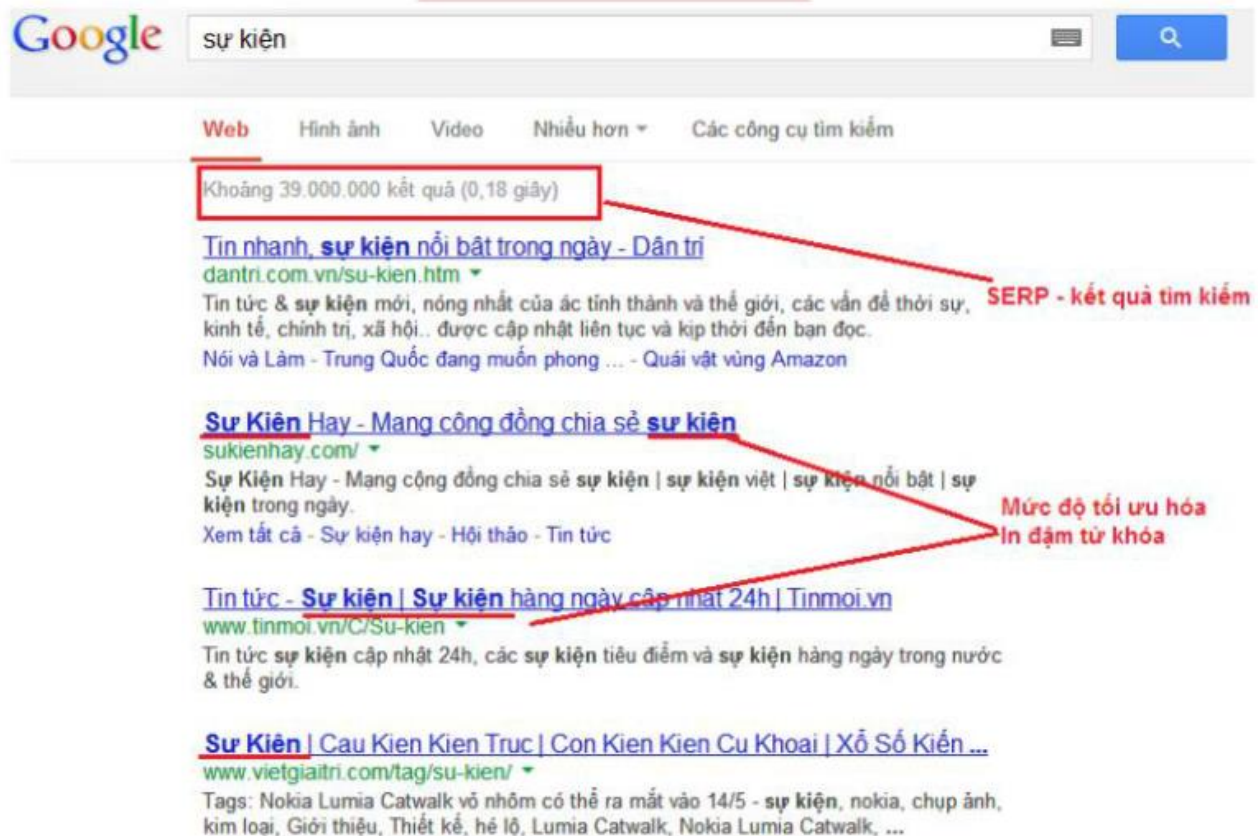


Từ khóa (theo mức độ liên quan)	Số lần tìm kiếm tr.bình hàng tháng	Cạnh tranh	Giá thầu được đề xuất	Tỷ lệ hiển thị quảng cáo	Thêm vào kế hoạch
dien thoai sky	90.500	Trung bình	961 đ	0%	»
điện thoại sky	27.100	Trung bình	918 đ	0%	»
cửa cuốn	5.400	Cao	9.598 đ	0%	»
cua cuon	8.100	Cao	15.450 đ	0%	»

## 2. Dựa vào kết quả tìm kiếm (SERP) và phân tích đối thủ SEO:

- Chỉ số SERP (Search engine results page) là tổng số website cạnh tranh từ khoá. Chỉ số càng cao tương ứng cạnh tranh sẽ cao.

- Hãy chú ý kết quả tìm kiếm xem sự in đậm, mức độ hiển thị của từ khoá của các đối thủ. Xem 1,2,3 trang nếu mức độ tối ưu càng dày đặc tức là từ khoá đó cạnh tranh cao, và được nhiều đối tác SEO.



The screenshot shows a Google search for "sự kiện". The search bar shows "sự kiện" and the search button is highlighted. Below the search bar, there are tabs for "Web", "Hình ảnh", "Video", "Nhiều hơn", and "Các công cụ tìm kiếm". The search results show approximately 39,000,000 results in 0.18 seconds. The first result is from dantri.com.vn with the title "Tin nhanh, sự kiện nổi bật trong ngày - Dân trí". The second result is from sukienhay.com with the title "Sự Kiện Hay - Mạng cộng đồng chia sẻ sự kiện". The third result is from tinmoi.vn with the title "Tin tức - Sự kiện | Sự kiện hàng ngày cập nhật 24h | Tinmoi.vn". The fourth result is from vietgiaitri.com with the title "Sự Kiện | Cau Kien Kien Truc | Con Kien Kien Cu Khoai | Xô Số Kiển ...". Annotations with red arrows point to the search bar, the first result, and the second result, with labels: "SERP - kết quả tìm kiếm", "Mức độ tối ưu hóa in đậm từ khóa", and "Mức độ tối ưu hóa in đậm từ khóa".

## 3. Dựa vào kinh nghiệm, đánh giá 10 website đang đứng page 1

- Kiểm tra Seo Onpage (Sử dụng Seoquake)
- Check PageRank, Backlink, Internal Link (Liên kết nội), Domain Age, Domain Keyword...
- Đánh giá chỉ số PR, Index.
- Có nhiều kết quả từ các trang tin tức, Youtube trả về không?



## 5. Tìm hiểu về 3 loại từ khóa trong 1 chiến dịch Seo.

### 5.1 Từ khóa thương hiệu.

Từ khóa mang tên thương hiệu của doanh nghiệp, cung cấp các thông tin về doanh nghiệp đến khách hàng.

**VD:** Áo cưới thu thủy, Nhà hàng vạn tuế thăng long, Thời trang Xmen Shop...

→ Đây là loại từ khóa có chỉ số hiệu quả cao, dễ đẩy top, nên làm cho tất cả các chiến dịch Seo.

### 5.2. Từ khóa thông tin.

Là loại từ khóa cung các thông tin hữu ích về sản phẩm, dịch vụ đến khách hàng. Đây là loại từ khóa được khách hàng tìm kiếm nhiều nhất (Quyết định mua hàng thấp)

**VD:** Seo là gì, bệnh thoái hóa khớp, tiêu chí khi lựa chọn từ khóa trong seo...

→ Từ khóa chung và khó.

### 5.3. Từ khóa thương mại.

Là loại từ khóa miêu tả chính xác những thông tin khách hàng cần tìm. Khách hàng khi tìm kiếm từ khóa dạng này có nhu cầu mua hàng rất cao.

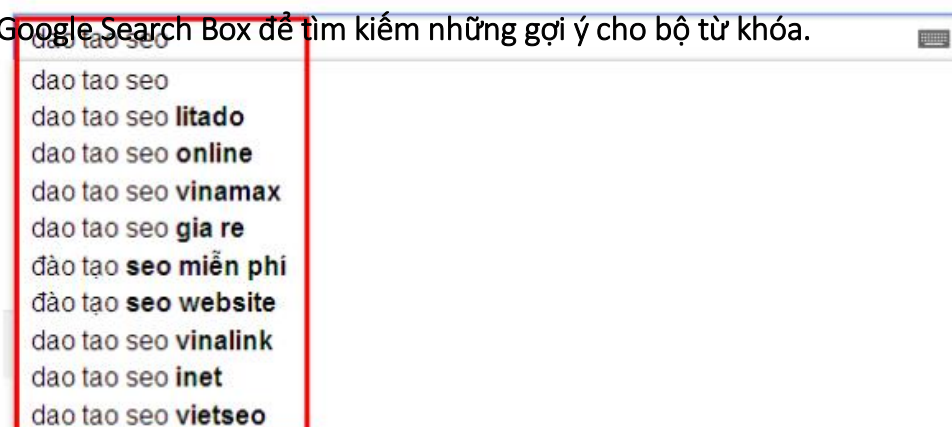
**VD:** Khóa học seo tại hà nội, Iphone 5 16gb màu trắng, Điện thoại sky A850...

→ Từ khóa có độ khó trung bình, mang tính chất thương mại cao. Cần làm cho tất cả các chiến dịch.

## 6. Cách chọn lọc và tối ưu bộ từ khóa với các công cụ: Google Keyword Planner, Search Box.



### 6.1 Sử dụng Google Search Box để tìm kiếm những gợi ý cho bộ từ khóa.



Các tìm kiếm liên quan đến **đạo tạo seo**

[đạo tạo seo tri tue viet](#)   [đạo tạo seo litado](#)  
[đạo tạo seo inet](#)   [dạy học seo](#)  
[trung tam đạo tạo seo](#)   [nhận đào tạo seo](#)  
[đạo tạo seo hcm](#)   [đào tạo seo](#)



### Cách thức thực hiện

- Truy cập [google.com.vn](http://google.com.vn) gõ từ khóa để tìm các gợi ý cho bộ từ khóa.
- Copy các từ khóa vào Google Keyword Planner để tiến hành phân tích

## 6.2. Sử dụng Google Keyword Planner

**Bước 1:** Truy cập vào đường dẫn: <https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner>.

Để sử dụng được Google Keyword Planner, Google bắt buộc bạn phải login vào tài khoản AdWords của nó. Việc này khá dễ dàng nếu bạn nào đã có tài khoản Gmail.

### AdWords

Quảng cáo doanh nghiệp của bạn trên Google

Bất kể ngân sách của bạn là bao nhiêu, bạn vẫn có thể hiển thị quảng cáo của mình trên Google và mang quảng cáo của chúng tôi. Chỉ trả tiền khi có người nhấp chuột lên quảng cáo của bạn.



Giao diện hiển thị yêu cầu đăng nhập tài khoản





- **Bước 2:** Lựa chọn Quốc gia, múi giờ, đơn vị tiền tệ sau đó bấm "Tiếp tục"

✓ Tạo Tài khoản Google > **Đặt múi giờ và đơn vị tiền tệ** > Xác minh tài khoản

### Đặt các tùy chọn múi giờ và đơn vị tiền tệ của bạn

Chúng tôi cần thêm hai chi tiết nữa để thiết lập tài khoản AdWords của bạn: đơn vị tiền tệ bạn sẽ sử dụng để muốn báo cáo của mình nằm trong đó.  
Bạn sẽ không thể thay đổi các chi tiết này sau đó, vì vậy hãy cẩn thận khi lựa chọn.

**Chọn múi giờ cố định cho tài khoản của bạn.**  
Đây sẽ là múi giờ cho tất cả báo cáo và thanh toán tài khoản của bạn.

Quốc gia hoặc lãnh thổ của múi giờ:

Múi giờ:

**Chọn đơn vị tiền tệ cố định cho tài khoản của bạn.**  
Xem xét tùy chọn thanh toán có sẵn cho các đơn vị tiền tệ địa phương trước khi bạn quyết định. Không phải

**Không thể thay đổi cài đặt múi giờ và đơn vị tiền tệ sau khi bạn thiết lập tài khoản của mình.**  
Vui lòng xem xét lựa chọn của bạn cẩn thận và sau đó nhấp vào "Tiếp tục".

- **Bước 3:** Tài khoản được tạo thành công. Click "Đăng nhập vào tài khoản Adwords"

✓ Tạo Tài khoản Google > ✓ **Đặt múi giờ và đơn vị tiền tệ** > ✓ Xác minh tài khoản

### Tài khoản AdWords của bạn đã được tạo

Bước tiếp theo: Tạo chiến dịch quảng cáo đầu tiên của bạn.

E-mail Đăng nhập: [dongdt0212@gmail.com](mailto:dongdt0212@gmail.com)

Bây giờ, bạn có thể đăng nhập vào tài khoản AdWords của mình bằng địa chỉ và mật khẩu Tài khoản chiến dịch quảng cáo đầu tiên và nhập thông tin thanh toán để kích hoạt tài khoản và bắt đầu chạy các thông tin chi tiết đến địa chỉ được liệt kê ở trên.

Quảng cáo của bạn sẽ không chạy cho đến khi bạn gửi thông tin thanh toán của mình.

[Đăng nhập vào tài khoản AdWords của bạn](#)






- **Bước 4:** Màn hình chính của Google Adwords hiện ra. Click Công cụ & phân tích/Công cụ lập kế hoạch từ khóa.

## Google AdWords



The screenshot shows the Google AdWords interface. The top navigation bar includes: Trang chủ, Chiến dịch, Cơ hội, **Công cụ và Phân tích** (highlighted with a red box), and Thanh toán. Below the navigation bar, there is a welcome message and a button to "Tạo chiến dịch đầu tiên của bạn". A "Bắt đầu" section lists four steps: 1. Chọn ngân sách của bạn, 2. Tạo quảng cáo của bạn, 3. Chọn các từ khóa phù hợp với quảng cáo của bạn cho các khách hàng tiềm năng, and 4. Nhập thông tin thanh toán của bạn vào. The "Công cụ và Phân tích" dropdown menu is open, showing options: Lịch sử thay đổi, Chuyển đổi, Google Analytics, Google Merchant Center, **Công cụ lập kế hoạch từ khóa** (highlighted with a red box), Công cụ lập kế hoạch hiển thị, and Xem trước và chẩn đoán quảng cáo.

- **Bước 5:** Click tùy chọn "Nhận lưu lượng tìm kiếm cho danh sách từ khóa hoặc nhóm chúng thành nhóm quảng cáo"



The screenshot shows the "Công cụ lập kế hoạch từ khóa" (Keyword Planner) page. The top navigation bar is the same as in the previous screenshot. The main heading is "Công cụ lập kế hoạch từ khóa" with the subtitle "Lập kế hoạch chiến dịch tìm kiếm tiếp theo của bạn". Below this, the question "Bạn muốn làm gì?" (What do you want to do?) is asked. There are four options listed: 1. Tìm kiếm ý tưởng từ khóa và nhóm quảng cáo mới, 2. **Nhận lưu lượng tìm kiếm cho danh sách từ khóa hoặc nhóm chúng thành nhóm quảng cáo** (highlighted with a red box), 3. Nhận ước tính lưu lượng truy cập cho danh sách từ khóa, and 4. Nhập danh sách từ khóa để nhận ý tưởng từ khóa mới.



- **Bước 6:** Tiến hành nhập các từ khóa cần kiểm tra vào ô tìm kiếm. Click "Lấy lưu lượng tìm kiếm"

▼ Nhận lượng tìm kiếm cho danh sách từ khóa hoặc nhóm chúng thành nhóm quảng cáo

Tùy chọn 1: Nhập từ khóa

đào tạo seo  
đào tạo seo  
học seo  
học seo  
khoa học seo  
khóa học seo

Tùy chọn 2: Tải lên tệp

Chưa chọn tệp tin.  
Tệp và định dạng được hỗ trợ

Nhắm mục tiêu <sup>?</sup>

Tất cả vị trí

Google

Từ khóa phủ định

Một lưu ý nhỏ cho các bạn muốn Google Keyword Planner trả về kết quả chính xác từng quốc gia cũng như ngôn ngữ tìm kiếm thì bạn nên lưu ý đến ô "Nhắm mục tiêu". Tại đây bạn sẽ lựa chọn ngôn ngữ của quốc gia muốn tìm kiếm.

- **Bước 7:** Google Keyword Planner sẽ hiện ra cho ta 2 thanh tab. Đó là "Ý tưởng nhóm quảng cáo" và "Ý tưởng từ khóa" với các từ khóa kèm theo thống kê chi tiết về lưu lượng tìm kiếm hàng tháng.

Công cụ lập kế hoạch từ khóa

Thêm ý tưởng vào kế hoạch của bạn

Nhắm mục tiêu <sup>?</sup>

Tất cả vị trí

Tất cả ngôn ngữ

Google

Từ khóa phủ định

Tùy chỉnh tìm kiếm của bạn <sup>?</sup>

Bộ lọc từ khóa

Số lần tìm kiếm trung bình hàng tháng  $\geq 0$

Giá thầu được đề xuất  $\geq 0$  đ

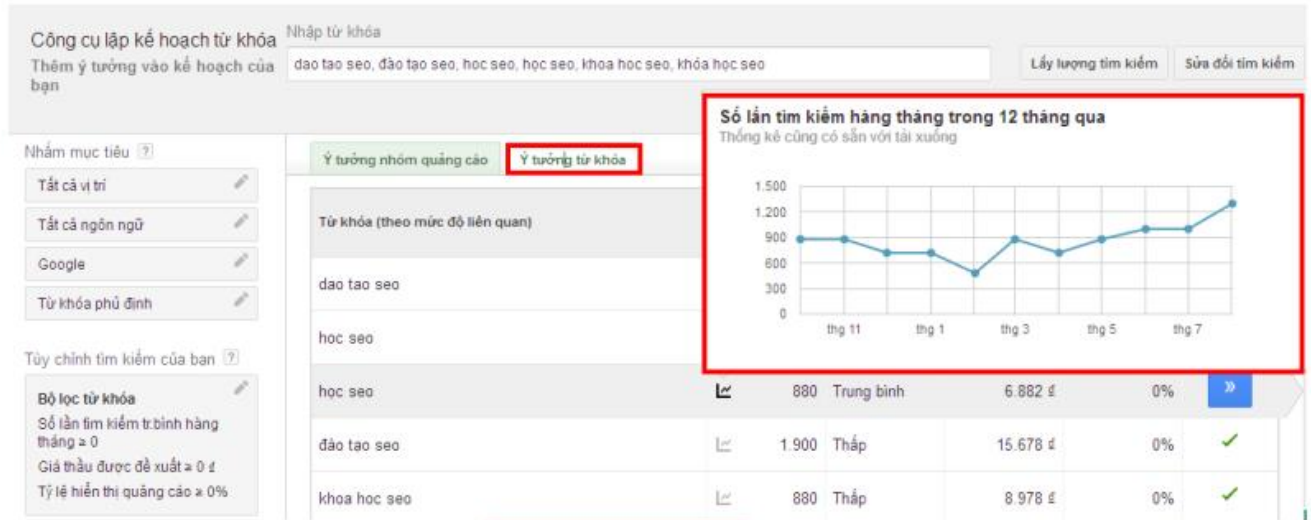
Tỷ lệ hiển thị quảng cáo  $\geq 0\%$

Nhóm quảng cáo: **Seo** 1 trong số 1 ý tưởng nhóm quảng cáo < >

Từ khóa (theo mức độ liên quan)	Số lần tìm kiếm trung bình hàng tháng <sup>?</sup>	Cạnh tranh <sup>?</sup>	Giá thầu được đề xuất <sup>?</sup>	Tỷ lệ hiển thị quảng cáo <sup>?</sup>	Thêm vào kế hoạch
đào tạo seo	4.400	Trung bình	17.715 đ	0%	<input checked="" type="checkbox"/>
đào tạo seo	1.900	Thấp	15.678 đ	0%	<input checked="" type="checkbox"/>
học seo	1.300	Trung bình	6.930 đ	0%	<input checked="" type="checkbox"/>



- **Bước 8:** Click vào biểu tượng nhỏ ở sau ô từ khóa để xem thống kê số lần tìm kiếm trong 12 tháng.



The screenshot shows a keyword research tool interface. At the top, there's a search bar with the text 'dao tao seo, đào tạo seo, học seo, học seo, khóa học seo, khóa học seo'. Below the search bar, there are two tabs: 'Ý tưởng nhóm quảng cáo' and 'Ý tưởng từ khóa'. The 'Ý tưởng từ khóa' tab is selected. Below the tabs, there's a table of keywords with columns for search volume, competition, and cost. A line graph titled 'Số lần tìm kiếm hàng tháng trong 12 tháng qua' (Search volume per month in the last 12 months) is overlaid on the table, showing search volume for 'dao tao seo' over 7 months. The graph shows a fluctuating trend with a peak in month 7.

Từ khóa	Số lần tìm kiếm hàng tháng	Mức độ cạnh tranh	Giá thầu	Tỷ lệ hiển thị
dao tao seo	880	Trung bình	6.882 đ	0%
hoc seo	1.900	Thấp	15.678 đ	0%
khoa hoc seo	880	Thấp	8.978 đ	0%

- **Bước 9:** Căn cứ vào số lượng tìm kiếm từ khóa hàng tháng + biểu đồ thống kê số lần tìm kiếm trong 12 tháng (xu hướng tìm kiếm từ khóa) để chọn ra bộ từ khóa phù hợp.

## 7. Kỹ thuật ghép từ khóa, cách lồng ghép từ khóa trong Title, Meta Description.

### VD1: [www.skychinhhang.vn](http://www.skychinhhang.vn)

- Tiêu đề: **Điện Thoại Sky, Dien thoai Sky** ® chính hãng uy tín nhất Việt Nam

- Mô tả: Trung tâm phân phối **điện thoại sky** chính hãng với các dòng **dien thoai sky** cao cấp và giá cả cạnh tranh nhất Việt Nam. Bảo hành máy tận nhà cho khách hàng.

→ Từ khóa dien thoai sky & điện thoại sky được lặp lại 2 lần trong tiêu đề và mô tả 1 cách tự nhiên.

### VD2: [www.vinamax.com.vn/dao-tao-seo](http://www.vinamax.com.vn/dao-tao-seo)

Tiêu đề: **Dao tao Seo | Khóa học Seo**, Adwords Pro, Facebook Marketing

Mô tả: Khóa **đào tạo Seo**, Adwords Pro, Facebook Marketing với giáo trình khoa học nhất VN. Cam kết hoàn trả 100% học phí nếu không giúp học viên kiếm được tiền.

→ Tiêu đề và mô tả chứa các từ khóa cần Seo được xuất hiện 1 cách tự nhiên.

1. **Điện Thoại Sky, Dien thoai Sky** ® chính hãng uy tín nhất Việt Nam   
[skychinhhang.vn/dien-thoai-sky.html](http://skychinhhang.vn/dien-thoai-sky.html)

Trung tâm phân phối **điện thoại sky** chính hãng với các dòng **dien thoai sky** cao cấp và giá cả cạnh tranh nhất Việt Nam. Bảo hành máy tận nhà cho khách hàng.

Trường Vinamax, Mascost Lee, Quang Nguyễn và một người khác đã +1 kết quả này

### (\* Lưu ý:

- Các từ khóa chính được xuất hiện và lặp lại 1 cách tự nhiên trong tiêu đề và mô tả website.
- Tiêu đề và mô tả được viết hấp dẫn nhằm tăng khả năng click của người dùng.





### 8. Hướng dẫn sử dụng công cụ check thứ hạng từ khóa.

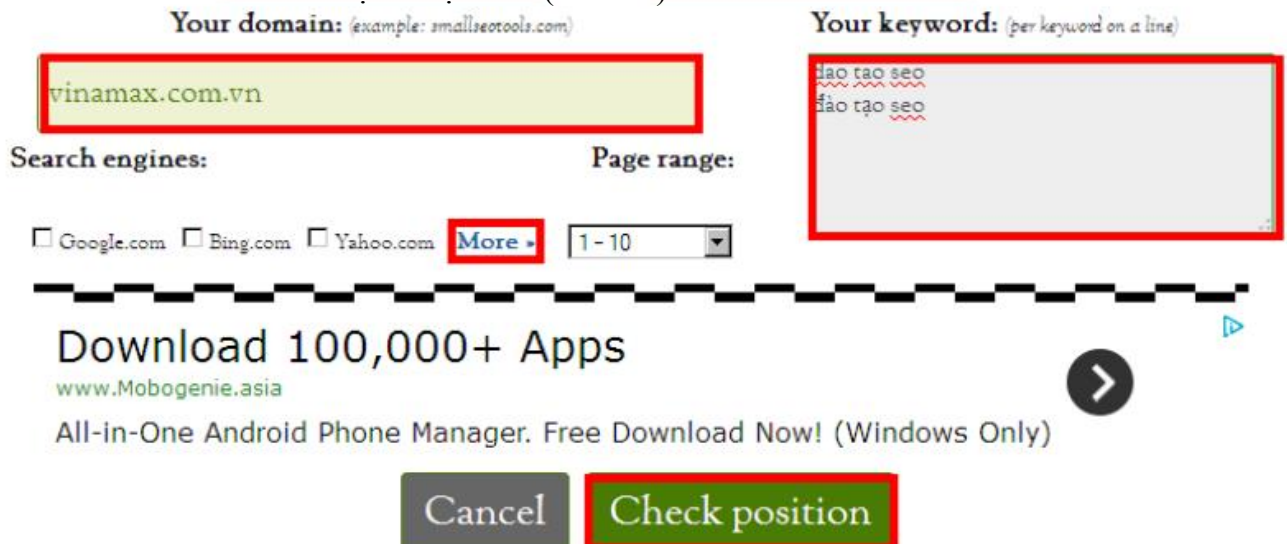
- **Bước 1.** Truy cập địa chỉ <http://smallseotools.com/>. Click chọn công cụ “Keywords Position”



The screenshot shows the homepage of Small SEO Tools. The navigation menu includes: home, plagiarism checker, article rewriter, reverse ip domain check, **keyword position** (highlighted with a red box), google pagerank checker, link tracker, backlink maker, backlink checker, search engine pingler, blog, advertise, and contact us. Below the menu, there are several tool icons: Content Unique (Plagiarism Checker), Article Rewriter Pro, **Keyword Position** (highlighted with a red box), Search Engine Pingler, Backlink Checker, and Link Tracker. On the right side, there are promotional banners for 'Guaranteed 1st Page Rank start \$189', 'Download all SEO Tools free!', and 'SEO HOSTING Only 8,90€ per month Free Website Promotion GET GOOGLE'.

- **Bước 2:** Điền thông tin Domain + từ khóa cần kiểm tra.

(\* **Lưu ý:** Do từ khóa Seo trên Google.com.vn nên bạn tích bỏ chọn “Google.com, Bing.com, Yahoo.com”. Click **More** chọn “Việt Nam (.com.vn)”



The screenshot shows the input fields for the Keyword Position tool. The 'Your domain:' field contains 'vinamax.com.vn' (highlighted with a red box). The 'Your keyword:' field contains 'đào tạo seo' (highlighted with a red box). Below these fields, there are checkboxes for search engines: Google.com, Bing.com, Yahoo.com, and **More** (highlighted with a red box). A 'Page range:' dropdown menu is set to '1-10'. At the bottom, there are two buttons: 'Cancel' and **Check position** (highlighted with a red box).



- **Bước 3:** Chờ hệ thống phân tích và đưa ra kết quả.

Summary		
Note: This report used USA IP		
Search engine	Keyword Position	
		đào tạo seo
<a href="http://www.google.com.vn/">http://www.google.com.vn/</a>	4	6

Kết quả hiện thị đối với 2 từ khóa “đào tạo seo, đào tạo seo” ứng với domain “vinamax.com.vn”

### **THÔNG TIN LIÊN HỆ**

#### **Vinamax Vietnam Joint-Stock Company**

- Mobile: +84-466710888 +84-973213224
- Website: [www.vinamax.com.vn](http://www.vinamax.com.vn) / Email: [hotro@vinamax.com.vn](mailto:hotro@vinamax.com.vn)
- Tel: +84-462902912 | fax: +84-437557999.
- Site 1: 19/198st & 5th floor, Le Duc Tho, Mai Dich, Cau Giay, Ha Noi.
- Site 2: 3th floor, Km 15, 32 Highway, Hoai Duc, Ha Noi.
- Site 3: 55/8, Bui Thi Xuan Street, Ward 5, Tan Binh District, HCM City.
- Site 4: 2500 Texas Ave S., College Station, TX, US.
- Site 5: 2130 Technology Place, Long Beach, CA 90831.

**VINAMAX – GIÁ TRỊ MANG LẠI THƯƠNG HIỆU**

VINAMAX

