

## CASE-STUDY KINH ĐIỂN<sup>2</sup>

# ĐỘT PHÁ SEO

## ngành hoa tươi

Cách thức tăng trưởng ngoạn mục thứ hạng SEO  
Lên **TOP 3** tất cả từ khóa chính ngành hoa tươi trong **2,5 tháng**

-

**Lioflower.com** là website về hoa tươi, đạt được mức tăng trưởng SEO ngoạn mục với những từ khóa chính của ngành hàng như: **Hoa tươi, hoa khai trương, hoa chia buồn, hoa sinh nhật, hoa chúc mừng,...** đều đạt TOP 3 trong thời gian chỉ **2,5 tháng**.

**“Với SEO, muốn lên TOP, ta phải làm ĐÚNG VIỆC”**

**- Trần Minh Nhân Chính -**

## 0. Bạn sẽ học được gì qua Case-Study này?

Case-study này chia sẻ về cách thức giúp bạn lên TOP Google trong thời gian ngắn và hiệu quả, với việc sử dụng ít nhất về nguồn lực.

Bạn sẽ hiểu cái gì là yếu tố đánh giá quan trọng nhất của Google.

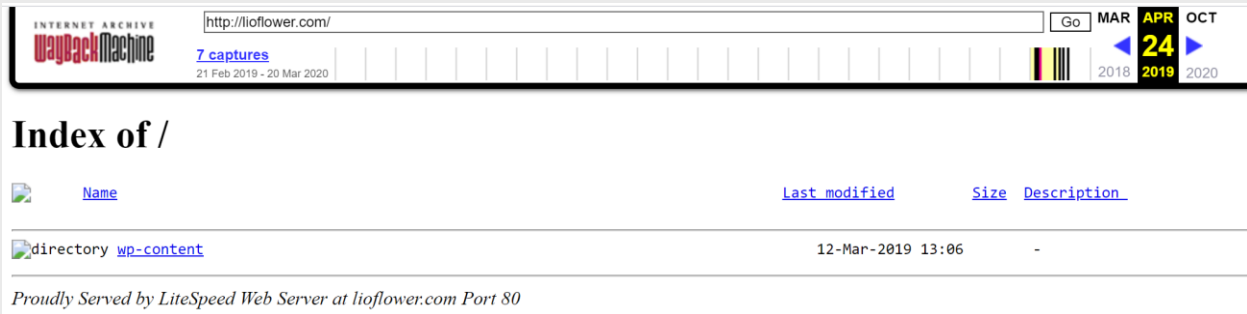
## 1. Giới thiệu sơ qua về Lioflower.com

TÊN MIỀN LIOFLOWER.COM ĐÃ CÓ SỞ HỮU !		↻	✕
Ngày Đăng Ký	2019-01-31T15:09:26Z		
Registry Expiry Date	2021-01-31T15:09:26Z		
<b>✓ REGISTRY INFO</b>			
Nhà Đăng Ký	NameSilo, LLC		
Registrar IANA ID	1479		
Registrar Abuse Contact Email	abuse@namesilo.com		
Registrar Abuse Contact Phone	+1.4805240066		
Domain Status	clientTransferProhibited <a href="https://icann.org/epp#clientTransferProhibited">https://icann.org/epp#clientTransferProhibited</a>		
Registry Lock	<b>Tên miền chưa được bảo vệ tuyệt đối. Nhấn vào đây để tìm hiểu thêm về bảo vệ tên miền tuyệt đối</b>		

Lioflower.com được mua ngày 31/01/2019, trong một buổi Cafe nhỏ, tôi và một người anh nói chuyện về hoa, và chúng tôi nghĩ rằng mình vừa nghĩ ra được một tên miền hay.

Chúng tôi quyết định dựng một Website, nhưng chưa triển khai SEO vì thời gian đó còn nhiều mối bận tâm khác.

Tháng 04/2019, Hosting của chúng tôi bị hack và Lioflower cũng dính đòn, hồi đó không để tâm nhiều nên cũng không Backup, tôi quyết định xóa toàn bộ, trừ lại thư mục hình ảnh.



Tôi cũng không để tâm gì vào Website này kể từ đó.

Một thời gian sau, khoảng tháng 10-11/2019, có một người anh nhắn tin cho tôi, hỏi rằng để lên TOP được như hoayethuong.com, lên những từ khóa chính thì mất bao lâu?

Tôi bảo rằng: “Giờ mình còn mới, đẩy tốc lực thì tầm 2-3 tháng”, bản thân tôi cũng muốn thách thức bản thân mình và tôi bắt đầu dành thời gian cho nó và cũng để giữ cam kết với anh tôi.

Ngày 02/11/2019, tôi được mời đứng lớp giảng dạy một lớp học SEO, tôi chia sẻ về Website lioflower.com và bảo với học viên rằng: “Anh chị cứ follow Website này, tôi đang đẩy theo những gì tôi chia sẻ”, thời điểm đó, Organic Traffic theo Ahrefs là khoảng 400/tháng.

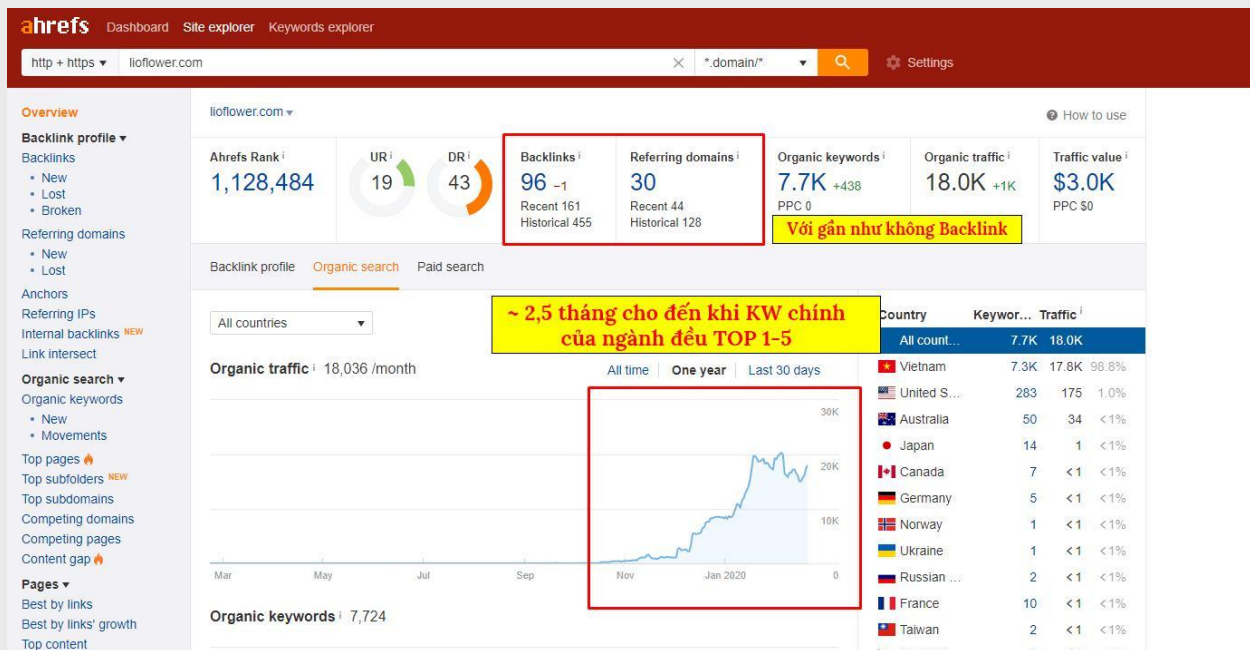


Sau đó, tôi cũng bắt đầu dành thêm thời gian cho nó, để giữ uy tín của mình.

Và sau thời điểm đó khoảng 2.5 tháng, tôi lên TOP 3 toàn bộ từ khóa chính ngành hoa tươi.

**Đó là sự tăng trưởng ngoạn mục, với chỉ 01 nhân sự vận hành.**

Chúng tôi vượt qua những Website “lão làng” khác để đứng trong bảng xếp hạng tìm kiếm, với gần như không sử dụng Backlink, cho đến thời điểm viết Case-Study này.



Tôi sẽ viết về những yếu tố đã giúp cho lioflower.com lên TOP trước, rồi quay trở lại quy trình mà tôi đã triển khai cho Website này.

## 2. Điều gì đã giúp lioflower.com lên TOP?

### LÀM ĐÚNG VIỆC

Tôi xoáy rất sâu vào những yếu tố đánh giá cốt lõi của Google. Chúng tôi có một đội ngũ nghiên cứu, tên là Lab-4h30, nghiên cứu liên tục những tài liệu chuyên sâu về Search Engine và Marketing.

Chúng tôi nghiên cứu những tài liệu từ những bằng sáng chế của Google (patents.google.com), chúng tôi nghiên cứu về cách thức tạo ra một Search Engine để thấu hiểu những yếu tố đánh giá và xếp hạng cốt lõi một Website.

Và dưới đây là những yếu tố mà chúng tôi đã nhận thấy, và triển khai thực tế trên chính dự án lioflower.com và rất nhiều những dự án khác của chúng tôi.

### Phần 1: Câu chuyện lên TOP những từ khóa chính

Về tư tưởng chiến lược, chúng tôi làm những việc dưới đây:

#### I. Làm cho Lioflower trở thành một Website Nổi tiếng,

##### **#1 - Backlink.**

Backlink không phải yếu tố chính mà chúng tôi sử dụng để lên TOP với dự án Lioflower.com, tuy nhiên, do domain quá mới, nên chúng tôi xây dựng Backlink để Website nhanh được đánh giá.

Backlink là hạng mục không quan trọng nên chúng tôi nhờ một bên khác đi link về, tôi cũng chẳng thăm định lại về chất lượng của link, vì thấy thời gian đầu khá hiệu quả.

Chúng tôi dừng đi link kể từ thời điểm đó, không có thêm Backlink nào về nữa.

⇒ **Với một Website mới, hãy đừng bỏ qua yếu tố nào cả!**

Phải vào đc TOP 100 thì mới vào đợc TOP 30. Phải TOP 30 mới lên đợc TOP 10. Phải TOP 10 mới lên TOP 1 đợc.

Và lời khuyên dành cho ai mới làm SEO: **Hãy kiên nhẫn, SEO là bộ môn không dành cho những người muốn vội vàng.**

*#2 - Website ta sẽ nổi tiếng nếu có người tìm kiếm về ta.*

Hành vi search thương hiệu của bạn trên Google và vào trực tiếp Website của bạn chính là thứ phản ánh ở ngoài đời **BẠN NỔI TIẾNG.**

Đó là điều quá hiển nhiên: Bạn tìm kiếm những thứ bạn cần tìm kiếm. Và nếu search một Brand nào đó – đó chính là thứ giúp cho Google hiểu rằng Brand đó nổi tiếng, là thứ mà người khác cần!

Đây chính là tư duy chiến lược, đây là yếu tố cốt lõi để giúp bạn đi đến thành công.

Có một điểm mà những người làm SEO thường mắc phải là họ bị xoáy vào vấn đề của chiến thuật.



Họ đặt câu hỏi rằng: **“Nhưng cụ thể là làm sao để có được hành vi đó?”** - Họ thích những món ăn có sẵn.

Về mặt chiến thuật, ta có hàng trăm cách để mà có được điều kia, đây là một điểm quan trọng:

Bạn sẵn sàng làm nhiều hơn, vất vả hơn với Backlink... và không thực sự dành thời gian nghiêm túc để nghĩ về một giải pháp cho riêng mình?

Đương nhiên, về mặt chiến thuật, tôi không thể Public ở đây được. Nhưng hãy nắm được tư duy chiến lược. Hãy dành thời gian nghiêm túc nghĩ về nó.

Với tư duy chiến lược này, ở thời điểm hiện tại, 100% dự án tôi đào tạo - tư vấn và trực tiếp triển khai đều thành công!

Và

## **II. Lioflower.com là một Website hấp dẫn**

Một Website hấp dẫn là một Website mà người dùng muốn Click vào (CTR), người ta ở lại lâu (Time-On-Site), tỷ lệ thoát trang thấp (Bounce Rate) & Thời gian trải nghiệm (Dwell time).

Về cơ bản thì bạn hãy quan tâm đến Google Analytics, toàn bộ chỉ số trong Google Analytics đều là những chỉ số mà người dùng tạo ra.

Google ghi nhận những tín hiệu đó để xếp hạng một Website. Vậy việc của chúng tôi lúc này là đi tối ưu cho những chỉ số đó,

Với CTR: Thay đổi cách viết tiêu đề, chứa số, chứa [ ] để làm nổi bật, chứa những từ POWER WORD.

*(249+ Lăng hoa chia buồn viếng tang lễ thành kính nhất...)*

Đừng xem nhẹ việc này vì nó là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp tới Ranking. Hãy nỗ lực để cải thiện CTR

Tại dự án này, chúng tôi chưa triển khai tối ưu Time On Site, Bounce Rate & Dwell time.

### III. Website Lioflower.com liên tục được làm mới

Chúng tôi liên tục MỖI NGÀY vào thay đổi nội dung/thêm mới nội dung cho Website của mình. Lioflower.com là một Website TMĐT, chúng tôi SEO những danh mục sản phẩm, do vậy mà ngày nào cũng có một vài sản phẩm được đăng mới lên.

Đồng thời, chúng tôi chỉnh sửa mô tả sản phẩm cho những sản phẩm đã đăng lên để tạo tính tươi mới cho Website.

Lioflower.com cũng đồng thời đăng mỗi ngày 01 bài viết và trở link về danh mục chính cần SEO, và trở vòng tròn đến những bài khác. (Mô hình Link Wheel)

### IV. Tối ưu Onpage-SEO

SEO Onpage có 2 phạm vi,

Một là những yếu tố về mặt kỹ thuật (Tốc độ tải trang, tính thân thiện, Canonical, lỗi 404, 301,...). Với lioflower.com, chúng tôi chưa triển khai tối ưu nhóm yếu tố này.

Hai là những yếu tố liên quan đến sản xuất nội dung

- Mật độ từ khóa
- Từ khóa nằm trong Heading
- Alt hình ảnh
- URL
- ...

Ở Website [lioflower.com](http://lioflower.com), chúng tôi chỉ triển khai SEO Onpage cho hạng mục thứ 2

## Phần 2: Lên TOP dàn từ khóa phụ

Thời gian đầu, chúng tôi chỉ lên TOP những từ khóa chính của ngành hàng. Chúng tôi quyết định tái quy hoạch toàn bộ từ khóa để triển khai tối ưu Onpage cùng 1 lúc các từ khóa phụ.

Về tư duy chiến lược, chúng tôi làm như sau:

### 1. Tái quy hoạch toàn bộ từ khóa của ngành hàng.

Đây là bước nghiên cứu toàn bộ từ khóa của ngành hàng và phân loại thành các nhóm cho phù hợp.

Chẳng hạn, từ khóa “Hoa sinh nhật” & “Hoa tặng sinh nhật”.

Thời điểm đó thì chỉ có những từ chính như: Hoa sinh nhật, khoa khai trương,... lên TOP. Còn “hoa tặng sinh nhật”, “lẵng hoa khai trương”,... thì chưa lên TOP

### 2. Re-Onpage

ReOnpage ở đây là đi tối ưu lại, nghĩa là ở thời điểm 1, chúng tôi chỉ tối ưu cho từ khóa chính, bây giờ cần tối ưu cho một dàn từ khóa phụ trong bộ từ khóa.

Chúng tôi xây dựng thêm nội dung ở phía dưới danh mục, để có thêm không gian đưa từ khóa vào.

Chúng tôi đưa những từ khóa phụ vào tiêu đề, tăng mật độ từ khóa, internal link,... như cách làm thông thường.

Chẳng có điều gì phức tạp ở đây cả.

Khi Website đã có trust, thậm chí bạn chỉ cần đăng bài thôi từ khóa cũng nhảy TOP.

ReOnpage là một việc làm quan trọng, vì trong cả giai đoạn SEO, bạn cũng cần Refresh mỗi ngày, và giả sử, 2 tuần không có biến đổi Ranking, hãy ReOnpage bên cạnh đẩy mạnh Offpage.

(2 tuần là khoảng thời gian trung bình từ khóa cập nhật sâu thứ hạng, vào 2 thời điểm khoảng giữa - cuối tháng).

### **Kết quả là bây giờ các từ khóa phụ đã vào TOP theo từ khóa chính.**

Ở đây tôi có một chia sẻ nhỏ về tình huống lên sai link.

Lên sai link bản chất là do ta làm Onpage, bạn muốn SEO link A nhưng Google lại nhận Link B, vì bài B, một cách nào đó thì lại có điểm tối ưu Onpage tốt hơn trang A, do vậy mà Google cho lên.

⇒ Để giải quyết, bạn có thể De-Onpage trang B, nghĩa là loại bỏ/giảm bớt các yếu tố tối ưu như mật độ từ khóa, từ khóa nằm trong heading,... trong trang B. Đồng thời tối ưu kỹ lại trang A.

Onpage SEO là hoạt động sẽ giúp Google phân loại Website của bạn, để khi mà người dùng thực hiện một truy vấn nào đó, Google sẽ lấy đúng những bài viết liên quan đến truy vấn đó hiển thị ra (TOP 100 được sắp xếp theo thứ tự liên quan, những trang càng về sau càng ít liên quan đến truy vấn tìm kiếm)

Còn Offpage SEO là hạng mục sẽ giúp Google đánh giá Website nào là Website uy tín, đáng được lên TOP.

(Trong 100 Website có liên quan đến truy vấn, những Website được đánh giá là uy tín mới lên TOP đầu)

**“Tôi muốn tạo ra áp lực cạnh tranh mới cho ngành SEO Việt Nam”**

**- Trần Minh Nhân Chính -**

Quy trình của chúng tôi thì còn nhiều, nhưng ở dự án này, chúng tôi chỉ làm những việc đó và kết quả là 2.5 tháng sau, toàn bộ từ khóa chính của ngành hàng đã lên TOP 3.

Nhân sự triển khai của dự án này là 01 người, thực hiện các hạng mục công việc chiến lược ở trên.

Đương nhiên, chúng tôi có giải pháp để làm việc đó, một cách bán tự động. Bên cạnh triển khai dự án lioflower.com, nhân sự của tôi triển khai cùng 1 lúc 05 dự án khác!

Hãy nghĩ về tính hiệu quả của nó và suy nghĩ nghiêm túc về việc này!

## **Với SEO, muốn lên TOP, hãy làm đúng việc!**

### **3. Bài học rút ra**

#### **#1 - Bài học số 1: Hãy làm đúng việc**

Đa số SEO-er làm không lên TOP là do làm chưa đúng việc, họ không biết việc gì có hiệu quả thực sự và việc gì không.

Hãy nghĩ về quy tắc 80/20, trong tổng số 100 việc bạn làm, thực chất chỉ có 20% việc mang lại hiệu quả. Vậy ta mất công làm 80% việc mà không hiệu quả rõ ràng là một sự lãng phí nguồn lực.

Với lioflower.com, chúng tôi làm đúng việc, và chỉ cần 01 nhân sự vận hành.

## #2 - Bài học số 2: Hãy tập trung vào tư duy chiến lược

SEO-er quá quan tâm vào những yếu tố thuộc về chiến thuật, thủ thuật,... Chúng ta thường thích những thứ gì đó có sẵn, làm được ngay và bỏ qua về tư duy chiến lược, chúng ta không dành thời suy nghĩ.

Nhưng trong khi đó, ta sẵn sàng dành thời gian để đi Backlink, để cày cuốc,... nhưng rất không may là nhiều trường hợp lại không có hiệu quả.

### **“Bạn sẽ gánh nước hay xây dựng đường ống dẫn nước?”**

Ngày xưa ngày xưa, có một ngôi làng nhỏ bé đáng yêu. Ngôi làng ấy là một chỗ ở thật tuyệt vời nhưng tiếc thay lại gặp phải một vấn đề nghiêm trọng. Khi trời không mưa, làng chẳng có một chút nước nào để dùng.

Nhằm giải quyết vấn đề, các già làng quyết định gọi thầu cung cấp nguồn nước hàng ngày cho người dân. Có hai người đứng ra nhận thầu là Addy và Bill.

Các già làng đều nhận ký thỏa thuận với cả hai vì các già cho rằng một sự cạnh tranh nho nhỏ giữa hai bên vừa có thể làm cho giá cả giảm xuống, lại vừa đảm bảo có đủ nước dự trữ cho cả làng.

Addy là người to khỏe nhất làng, anh ta lập tức lên chợ mua ngay hai cái thùng và ngược xuôi chở nước từ hồ vào làng cách đó khá xa.

Với hai thùng nước đó, anh ta làm việc miệt mài từ sáng sớm đến chiều muộn. Công việc thật cực nhọc nhưng Addy cảm thấy rất hạnh phúc vì đã kiếm được khá nhiều tiền.

Còn anh chàng Bill thì biến mất một dạo. Cả làng không ai nhìn thấy anh ta trong nhiều tháng và điều đó làm Addy rất sung sướng vì không có đối thủ cạnh tranh.

Thay vì đi mua ngay hai thùng nước như Addy, Bill đã đi chu du, học hỏi khắp nơi và phác thảo một kế hoạch kinh doanh chi tiết.

Bill trở về và miệt mài đào đào, lấp lấp. Không ai trong làng hiểu Bill đang làm gì, còn Addy ngày ngày gánh nước qua “công trình” của Bill đều bĩu môi chế giễu:

- Này anh bạn Billy yếu ớt, anh đang làm cái trò gì vậy? ha ha ha....

Bill bỏ ngoài tai những lời chế giễu và tiếp tục công việc của mình. Nhiều năm sau, sức khỏe của Addy không còn được như xưa nữa, số gánh nước mà anh ta cung cấp cũng ít dần đi.

Trong khi đó công trình của Bill hoàn thành và nước được dẫn từ hồ vào hệ thống máy lọc, cung cấp tận nơi cho mỗi người dân trong làng.

Đến một ngày, Addy đổ bệnh, chẳng thể kiếm ra một đồng, số tiền tích góp cũng dần mòn cạn kiệt. Trong lúc này, Bill đã mở rộng hệ thống cung cấp nước



cho tất cả các làng bên cạnh và tiền cũng theo đó mà đổ nhiều hơn vào túi của Bill. Đến lúc này, Addy mới hiểu...”

**“Tôi sẽ lao động một cách cực nhọc hay một cách khôn ngoan?”**

- Trích từ Alpha Books -

### **\* Giải pháp đào tạo SEO nội bộ**

Tôi có giải pháp đào tạo SEO nội bộ, để tái diễn Case-Study này, trên chính Website & từ khóa của bạn.

Lioflower.com chỉ là một trong một dàn Website mà chúng tôi đang triển khai.

Liên hệ với tôi: [0898 435 879](tel:0898435879)

[Tìm hiểu thêm tại đây](#)