

Hướng dẫn cách viết nội dung chuẩn SEO

Viết nội dung chuẩn SEO thực ra không khó nhưng cũng không dễ, nó phụ thuộc vào yêu cầu đặt ra của dự án SEO. Nghề viết nội dung khá vất vả vì phải đáp ứng tốt cả về chất lượng và số lượng.

Làm SEO ngày càng trở nên khó khăn bởi sự cạnh tranh ở tất cả các lĩnh vực, cộng với sự thay đổi thuật toán khá thường xuyên của các máy tìm kiếm (SE – Search Engine) làm cho các tiêu chí về nội dung cũng thay đổi theo.

Thế nào là một nội dung tốt?

Một nội dung tốt cần đảm bảo 2 yếu tố đó là: Chuẩn SEO và hữu ích. Trong đó yếu tố hữu ích ngày càng được đánh giá cao bởi cho dù được trình bày rất đúng quy tắc và được các máy tìm kiếm (SE) xếp lên Top 10 nhưng nếu nội dung nhạt nhẽo và không thỏa mãn nhu cầu của khách hàng thì bạn cũng không thể bán được sản phẩm/ dịch vụ của mình. Như vậy nội dung mà bạn mất bao công sức tối ưu sẽ chẳng có giá trị gì.

Ngược lại, mặc dù thông điệp bạn cung cấp rất có ích nhưng được trình bày thiếu tính chuyên nghiệp, cấu trúc không rõ ràng thì kể cả người hay máy đều không hiểu nổi. Chính vì vậy, viết một nội dung chuẩn SEO có thể coi là điều kiện cần và nội dung hữu ích là điều kiện đủ.

Bài viết này sẽ hướng dẫn các bạn những quy tắc có tính chuẩn mực mà bạn cần nắm vững trước khi bắt tay vào viết nội dung cho website của mình.

Các quy tắc viết nội dung chuẩn SEO

Quy tắc về từ khóa

Từ khóa là yếu tố đầu tiên bạn cần giải quyết trước khi viết bài. Đó chính là việc bạn giải quyết câu hỏi: bài này viết về vấn đề gì? Chắc chắn bạn không thể bắt tay vào viết nếu không xác định được bạn viết về cái gì.

Máy tìm kiếm phát hiện chủ đề mà bạn muốn nói thông qua từ khóa. Giả sử bạn dùng từ khóa “cách làm thịt bò khô” trong tiêu đề bài viết thì các máy tìm kiếm sẽ hiểu rằng: à! đây là bài nói về “cách làm thịt bò khô”. Bạn nên nhớ rằng việc làm đầu tiên của máy tìm kiếm khi gặp một nội dung là đọc tiêu đề bài viết.

Hãy liệt kê rõ ràng từ khóa chính được dùng trong bài viết và các từ khóa phụ có liên quan. Ví dụ: từ khóa chính là: “cách làm thịt bò khô”, từ khóa phụ có thể là: “phương pháp làm thịt bò khô”, “cách bảo quản thịt bò khô”. Nên có 1 từ khóa chính và khoảng 3 từ khóa phụ.

Quy tắc đặt tiêu đề bài viết

Khi đọc tiêu đề bài viết, các SE sẽ phân tích từ khóa nằm trong tiêu đề để xác định chủ đề đang được đề cập. Vì vậy nhất thiết tiêu đề phải có chứa từ khóa chính.

Độ dài của tiêu đề không vượt quá 70 ký tự (bao gồm cả dấu cách) và không vượt quá 11 từ.

Quy tắc phân bổ từ khóa

Bạn không cần cố gắng sử dụng lặp đi lặp lại từ khóa quá nhiều lần trong nội dung bài viết. Việc này sẽ bị SE đánh giá là cố tình nhồi nhét từ khóa, thậm chí còn tạo cảm giác khó chịu đối với khách hàng. Hãy dùng từ một cách tự nhiên nhất có thể.

Quy tắc sử dụng các thẻ Heading

Thẻ Heading rất quan trọng trong việc tạo ra một bố cục bài viết mạch lạc, dễ nắm bắt. Việc tạo các thẻ Heading còn giúp SE nhanh chóng xác định và xếp loại nội dung của bạn thuộc lĩnh vực nào.

Ta đã biết có các loại thẻ từ h1 đến h6. Khi sử dụng, đối với mỗi page bạn cần tuân theo các quy tắc sau:

- Có chứa 1 và chỉ 1 thẻ h1. Thẻ h1 phải xuất hiện trước các thẻ heading khác tính từ trên xuống dưới và từ trái qua phải trong nội dung một page và nên chứa từ khóa chính. Thông thường người thiết kế website lấy mặc định chính tiêu đề bài viết đưa vào thẻ h1. Nếu như vậy, khi viết nội dung bạn không cần bận tâm đến thẻ h1 nữa.

- Có chứa từ 1 đến 3 thẻ h2 đối với bài viết khoảng 600-800 từ. Các thẻ h2 chỉ nên 1 lần chứa từ khóa chính và sử dụng từ khóa mở rộng cho các lần sau.

- Các thẻ h3, h4, h5, h6 không giới hạn về số lượng nhưng không nên bố trí quá nhiều. Nếu lạm dụng quá nhiều, nội dung của bạn hóa ra có quá nhiều chỗ cần nổi bật. Lưu ý sử dụng từ khóa mở rộng trong các thẻ.

Quy tắc đặt các liên kết

Việc đặt liên kết giữa các nội dung trong website rất quan trọng. Bạn nên đặt 3-4 liên kết nội bộ thông qua từ khóa chính và từ khóa phụ. Khi các bài viết được liên kết với nhau sẽ tạo thành một sơ đồ chặt chẽ và các từ khóa có thể “kéo” cho nhau cùng lên Top.

Quy tắc về hình ảnh trong bài viết

Nếu bạn có ý định pin ảnh lên các mạng xã hội, bạn nên chú ý không sử dụng lại các ảnh của website khác.

Thuộc tính alt rất quan trọng giúp SE tìm kiếm ra hình ảnh của bạn. Nếu bỏ qua thuộc tính này, hình ảnh của bạn gần như không có giá trị cho SEO.

Không quên viết lời mô tả

Bạn để ý thấy trong kết quả tìm kiếm có 3 thành phần đó là: tiêu đề (title), đường dẫn (url) và mô tả (description). Như vậy có thể nói phần mô tả cực kỳ quan trọng, thậm chí thuật toán của các SE ngày nay coi trọng Meta description hơn cả Meta keyword. Nội dung mô tả thường là những từ ngữ thu hút sự chú ý nhằm có được cú click chuột của người tìm kiếm. Lưu ý viết mô tả không nên vượt quá 165 ký tự.

Quy tắc về tính trùng lặp nội dung

Đây là quy tắc tối quan trọng, SE rất “ghét” các nội dung được sao y bản chính (copy & paste). Chúng sẽ bỏ qua hoặc trừ điểm thứ hạng website của bạn.

- Không để trùng lặp tiêu đề.
- Nội dung bài viết phải đạt tối thiểu trên 60% (tốt nhất là trên 80%) không trùng lặp với bất cứ nội dung đã phát hành nào.

* Chắc chắn bài viết chưa nêu hết được những điều “không nên làm” và những điều “nên làm” khi viết một nội dung có mục đích SEO. Nội dung vẫn luôn được coi là “vua” của SEO và vì vậy nó luôn là vấn đề nan giải.

Thực chất, nội dung chuẩn SEO chỉ là một trong 3 yêu cầu về nội dung. Đương nhiên nội dung phải chuẩn SEO nhưng nó còn đảm bảo thêm 2 yếu tố: Tính chuyên môn và tính thu hút. Nếu có dịp, tôi sẽ chia sẻ về vấn đề này.

Mỗi người làm nội dung sẽ có phương pháp riêng của mình nhưng không thể bỏ qua những quy tắc cơ bản vì chuẩn SEO là tiêu chí đầu tiên để xét duyệt một nội dung trong dự án SEO.

Chúc các bạn làm SEO Content luôn thành công!