**Ở phần I và II chúng tôi đã giải thích về thuật ngữ SEO và cách thức hoạt động của Search Engine trong quảng bá website. Như các bạn đã biết, từ khóa là thành phần quan trọng nhất khi muốn SEO hiệu quả, tuy nhiên để website tồn tại và luôn được đánh giá cao chúng ta cần có nội dung thật tốt, tập trung vào cái độc giả cần...**Phần cuối này chúng tôi sẽ đề cập tới cách trình bày phần tử trong trang web, các URL và những phương pháp giúp tăng lượng traffic.

**6. Tính năng bổ sung trực quan và SEO**

Như đã đề cập ở trên, công cụ tìm kiếm chưa có phương tiện index trực tiếp những tính năng bổ sung như hình ảnh, âm thanh, phim ảnh flash và javascript. Thay vào đó, chúng phụ thuộc vào bạn để cung cấp các đoạn mô tả và dựa vào đó có thể index các tập tin này. Trong một nghĩa nào đó, tình hình cũng tương tự như các văn bản của 10 năm trước – bạn sẽ cung cấp một mô tả trong thẻ **meta**, sau đó công cụ tìm kiếm sử dụng chúng để index và xử lý trang web của bạn. Nếu công nghệ tiếp tục tiến bộ, một ngày nào đó công cụ tìm kiếm có thể index hình ảnh, phim... sẽ không còn là một giấc mơ.

**6.1 Image**

Hình ảnh là một phần thiết yếu của bất kỳ website và theo quan điểm của các nhà thiết kế đây là một mục bắt buộc cho tất cả các trang web. Tuy nhiên, ở đây các nhà thiết kế và công cụ tìm kiếm là hai cực khác nhau bởi đối với search engine, mọi thông tin được che giấu trong hình ảnh sẽ biến mất. Khi làm việc với nhà thiết kế, đôi khi phải mất một thời gian để giải thích cho họ rằng bắt buộc cần phải có liên kết văn bản (với các văn bản neo thích hợp) rõ ràng thay vì những hình ảnh. Đó có thể là điều khó khăn khi muốn tìm sự cân bằng hiệu suất giữa nghệ thuật và thân thiện với SEO, nhưng kể từ khi ngay cả những trang web hay nhất cũng biến mất trong không gian mạng nếu nó không được công cụ tìm kiếm tìm thấy, một thỏa hiệp về sự xuất hiện trực quan là không thể tránh.



Sau những gì chúng ta đã nói, không có nghĩa là bỏ qua toàn bộ hình ảnh, và với ngày nay chắc chắn đó là điều không thể, bởi kết quả là trang web sẽ trở nên mất thẩm mĩ. Thay vào đó, hình ảnh nên được sử dụng cho việc minh họa và trang trí, chứ không phải để điều hướng hay tệ hơn – là để hiển thị văn bản (ví dụ trong một font chữ lạ mắt). Và quan trọng nhất – trong thuộc tính **<alt>** của thẻ **<img>**, luôn luôn cung cấp một văn bản mô tả có ý nghĩa cho hình ảnh. Đặc điểm kỹ thuật của HTML không yêu cầu điều này, nhưng với công cụ tìm kiếm thì nó hết sức quan trọng. Ngoài ra, bạn cần đặt những tên có ý nghĩa cho hình ảnh thay vì chung chung như*image1.jpg, image2.jpg, imageN.jpg*... ví dụ về một tập tin hình ảnh có thông tin về tên và cung cấp đầy đủ thuộc tính **alt**: *<img src=“filter-email.jpg” alt=“kỹ thuật sử dụng bộ lọc trong Email”>*. Chú ý rằng không dùng quá 20 từ trong các thẻ *<alt>* bởi điều này sẽ bị nghi ngờ hiện tượng “*nhồi nhét*” từ khóa.

**6.2 Hình ảnh động và phim ảnh**

Tình huống với hình ảnh động và phim ảnh cũng tương tự như với hình ảnh ở trên. Chúng có giá trị theo quan điểm của các nhà thiết kế nhưng không được cảm tình của công cụ tìm kiếm. Dễ thấy rằng tạo một trang giới thiệu flash ấn tượng ngay trên trang chủ của website vẫn còn khá phổ biến, nhưng bạn không thể tưởng tượng rằng đó là điều bất lợi với search engine – là kẻ thù số một của đỉnh cao trong bảng xếp hạng. Thậm chí còn tệ hơn nếu chúng ta sử dụng flash để kể một câu chuyện mà có thể được viết bằng văn bản đơn giản, việc *crawl*và index bởi công cụ tìm kiếm sẽ rất chậm. Một cách giải quyết là cung cấp cho search engine một phiên bản HTML của phim flash nhưng trong trường hợp chắc chắn rằng bạn đã loại trừ bộ phim flash gốc từ việc index (điều này được thực hiện trong tập tin **robots.txt** \*), nếu không bạn sẽ bị trừ điểm vì nội dung trùng lặp.



Có tin đồn rằng Google đang xây dựng một công nghệ tìm kiếm mới sẽ cho phép tìm kiếm bên trong hình ảnh động và phim ảnh, các định dạng .swf sẽ chứa siêu dữ liệu mới có thể được sử dụng bởi cỗ máy tìm kiếm. Nhưng tốt hơn hết bạn nên hạn chế sử dụng quá nhiều Flash hoặc ít nhất là cung cấp một mô tả văn bản mô tả cho bộ phim bằng thẻ **<alt>**.

**6.3 Frames**

Việc sử dụng **frame**sẽ khiến các trang web chạy chậm lại, nhưng công nghệ này đã dần biến mất cách đây 5 hoặc 10 năm. Trước đây các nhà thiết kế thường sử dụng thẻ này, nhưng với công cụ tìm kiếm thì không. Bọ tìm kiếm gặp khó khăn khi index các trang sử dụng frame bởi URL của website không thay đổi dù bất kỳ frame nào được mở. Đối với search engines điều này là một cú sốc bởi thực tế có thể có nhiều trang cùng tồn tại trên một URL, trong khi đó với search engines thì mỗi URL chỉ là một trang. Tất nhiên, công cụ tìm kiếm có thể lần theo các liên kết tới trang web khác trong frameset và index chúng, nhưng đó vẫn là một trở ngại lớn để xếp hạng website.

Nếu vẫn muốn sử dụng các frame, hãy đảm bảo rằng bạn luôn cung cấp một mô tả có ý nghĩa cho trang web trong thẻ**<noframes>**. Dù là với người mới bắt đầu, chúng ta chỉ cần ghi nhớ thẻ **<noframes>**là nơi để gán một phiên bản thay thế (hay ít nhất bao gồm sự mô tả ngắn gọn) cho trang web của mình trên công cụ tìm kiếm và trình duyệt không hỗ trợ frame. Chẳng hạn: *<noframes> <p> Website này xem tốt nhất trên trình duyệt hỗ trợ frame.</p><p>Website QuanTriMang cung cap cac kien thuc tin hoc mien phi nhu mang LAN, WAN, Internet. Cac kien thuc ve he dieu hanh may chu, Mail server va he thong mang,...</p></noframes>*

**6.4 JavaScript**

JavaScript là một ngôn ngữ lập trình kịch bản dựa trên đối tượng được phát triển từ các ý niệm nguyên mẫu. Trên trình duyệt, rất nhiều trang web sử dụng JavaScript để thiết kế trang web động và một số hiệu ứng hình ảnh thông qua DOM. JavaScript được dùng để thực hiện một số tác vụ không thể thực hiện được với chỉ HTML như kiểm tra thông tin nhập vào, tự động thay đổi hình ảnh,... Vốn dĩ HTML không phải là một ngôn ngữ lập trình cho việc xây dựng các ứng dụng web, không ai có thể sử dụng HTML để xử lý bằng văn bản một cơ sở dữ liệu hoặc thậm chí đối với session lưu trữ thông tin.



Hiện nay công cụ tìm kiếm chỉ bỏ qua JavaScript mà chúng gặp phải trên một trang. Nếu bạn có liên kết bên trong các mã JavaScript, rất có thể sẽ không được **spider** \*. Thứ hai, nếu JavaScript nằm trong tập tin HTML (chứ không phải trong các tập tin **.js** được gọi khi cần thiết) này thì bản thân tập tin HTML và spider có thể chỉ bỏ qua nó và di chuyển tới trang web tiếp theo. Bạn có thể sử dụng thẻ **<noscript>**để cung cấp thông tin thay thế khi chạy script trên trình duyệt, nhưng bởi hầu hết các ứng dụng của nó là khá phức tạp nên không thích hợp để giải thích ở đây.

## 7. Các URL tĩnh so với URL động

Dựa trên những phần trước, bạn có thể nhận thấy rằng thuật toán của công cụ tìm kiếm luôn cố hạ bệ mọi nỗ lực để thiết kế ra một trang web đẹp rực rỡ. Nó đã giải thích lý do tại sao công cụ tìm kiếm không giống như những hình ảnh, phim, các applet và những tính năng bổ sung khác. Bây giờ bạn có thể nghĩ rằng công cụ tìm kiếm không thích các URL động. Thực tế, người dùng cũng không thấy hứng thú với những URL nhưhttp://domain.com/product.php?cid=1&pid=5 bởi nó không thể hiện được nội dung của trang.



Có một vài lý do tại sao các URL tĩnh có số điểm cao hơn so với URL động. Đầu tiên, URL động không phải luôn tạo ra trang web theo yêu cầu sau khi người dùng thực hiện một số hành động (nhấn submits trên form hoặc sử dụng công cụ tìm kiếm trên trang web). Theo một nghĩa nào đó, trang web như vậy không tồn tại trong search engine, bởi chúng được index bằng crawl chứ không phải bằng cách điền vào form.

Thứ hai, ngay cả nếu một trang web động đã được tạo ra bởi yêu cầu của người sử dụng trước đó và lưu trữ trên máy chủ, máy tìm kiếm có thể bỏ qua nó nếu có quá nhiều dấu hỏi và các ký tự đặc biệt khác. Có một thời gian các search engine không index tất cả website động, ngày nay chúng vẫn được index nhưng nhìn chung là chậm hơn so với web tĩnh.

Một đường dẫn URL tĩnh có thể giúp cho máy tìm kiếm index dễ dàng hơn. Thêm nữa trong khi viết lại đường dẫn bạn có thể thêm các từ khóa vào trong URL. Trang Web tĩnh lúc này sẽ có lợi thế trong kết quả tìm kiếm hơn là một trang Web động. Tuy nhiên không vì thế mà chúng ta trở lại HTML tĩnh. Các trang điều khiển bởi cơ sở dữ liệu thực sự rất tuyệt vời nhưng sẽ tốt hơn nếu trang web của bạn phục vụ cho công cụ tìm kiếm và người sử dụng một định dạng mà học có thể dễ dàng xử lý. Một trong những giải pháp cho vấn đề về URL động là “viết lại” URL bằng công nghệ **URL rewriting**. Có nhiều công cụ đặc biệt (cho những nền tảng và máy chủ khác nhau) có thể viết lại URL theo một định dạng thân thiện, và chúng sẽ xuất hiện trong trình duyệt giống như một trang HTML thông thường. Bạn có thể thử URL Rewriting Tool [tại đây](http://www.webconfs.com/url-rewriting-tool.php), nó sẽ giúp bạn chuyển đổi các văn bản khó hiểu thành một cái gì đó dễ đọc hơn.

## 8. Đẩy mạnh trang web của bạn để tăng Traffic



Mục đích chính của SEO là làm cho website của chủ sở hữu nhìn thấy được công cụ tìm kiếm, dẫn đến đạt thứ hạng cao hơn trong các kết quả của trang tìm kiếm. Do đó đem lại lượng traffic (truy cập) lớn hơn, và cuối cùng là có được nhiều khách hàng hơn. Thật ra, SEO chỉ là một sự thay thế để quảng bá trang web của bạn, giúp tăng lượng truy cập. Có nhiều cách online và offline để thực hiện mục tiêu đạt traffic cao và tiếp cận đối tượng khách hàng. Trong phạm vi của bài viết này chúng tôi không đề cập đến các phương pháp, nhưng bạn chỉ cần lưu ý rằng công cụ tìm kiếm không phải là cách duy nhất để thu hút khách truy cập trang web của mình, mặc dù đó là lựa chọn thích hợp và tương đối dễ làm.

### 8.1 Submit website tới Search Directories, forum và trang web cụ thể

Sau khi đã hoàn tất việc tối ưu hóa trang web của mình, đây là thời điểm để submit nó tới công cụ tìm kiếm. Nói chung, với các máy tìm kiếm bạn không cần làm bất cứ điều gì đặc biệt để được index – chúng sẽ đến và tìm thấy bạn. Không thể nói chính xác khi nào họ sẽ ghé thăm trang web của bạn cho lần đầu tiên và khoảng thời gian bao lâu để trở lại. Chắc chắn, bạn có thể Submit các URL của trang web trong công cụ tìm kiếm nhưng cách làm này không hy vọng rằng nó sẽ nhảy tới trang web đó ngay lập tức. Hơn nữa, ngay cả khi bạn đã gửi URL thì hầu hết các máy tìm kiếm đều có quyền đánh giá xem có nên thu thập dữ liệu trang web này hay không. Dù sao bạn có thể Submit URL tại ba major search engines [**Google**](http://www.google.com/addurl/?continue=/addurl), [**MSN**](http://search.msn.com/docs/submit.aspx?FORM=WSDD2), và [**Yahoo**](https://siteexplorer.search.yahoo.com/submit;_ylt=A0oGk.quRrpOlB8Bfe6l.M4F).

Ngoài công cụ tìm kiếm, bạn cũng có thể muốn bao gồm trang web của mình trong **search directories**(các thư mục chứ không phải công cụ tìm kiếm). Mặc dù search directories cũng liệt kê các trang có chủ để liên quan, chúng có sự khác nhau về một vài khía cạnh trong các công cụ tìm kiếm. Trước tiên, các search directories thường được duy trì bởi con người và những trang web trong đó được duyệt cho phù hợp sau khi submit. Thứ hai, search directories không sử dụng crawler để có được URL, vì vậy bạn cần đi tới chúng và submit trang web của mình. Một số search directories phổ biến nhất là [**DMOZ**](http://dmoz.org/add.html) và [**Yahoo!**](https://ecom.yahoo.com/dir/submit/intro).

Đôi khi việc đăng một liên kết tới website của bạn trên các diễn đàn hoặc trang web đặc biệt nào đó sẽ là một phép lạ về lượng traffic. Bạn cần tìm những forum/website hàng đầu về lĩnh vực mình quan tâm, thậm chí là một tìm kiếm đơn giản trong Google hoặc major search engine khác sẽ truy xuất tên của chúng. Ví dụ, nếu bạn hoạt động về phần cứng, có thể gõ “hardware forums” trong hộp search và kết quả sẽ trả về một danh sách các trang web được yêu thích trong lĩnh vực này. Sau đó là kiểm tra xem website có cho phép đăng liên kết lên hay không. Việc gửi bài lên diễn đàn khá tốn thời gian so với submit tới công cụ tìm kiếm nhưng cũng khá hữu ích, đôi khi kết quả rất bất ngờ.

### 8.2 Công cụ tìm kiếm theo chuyên nghành

Google, Yahoo!, và MSN không chỉ là những cỗ máy tìm kiếm trên trái đất, thậm chí không đơn giản là những thứ có mục đích chung chung. Mỗi dịch vụ đều có nhiều sự khác nhau về mục đích và **Specialized Search Engines** (công cụ tìm kiếm chuyên dụng), một trong số đó có thế thực sự hữu ích để tiếp cận đối tượng độc giả của bạn. Bạn không thể tưởng tượng được rằng có bao nhiêu khía cạnh specialized search engines tồn tại – từ pháp luật, tới phát thành, giáo dục! Một số trong đó tập hợp các nguồn tài nguyên Webwide khổng lồ về một chủ đề cụ thể, nhưng hầu hết tất cả đều có phần submit liên kết tới các trang web bên ngoài được quan tâm. Vì vậy, khi đã tìm được công cụ tìm kiếm chuyên dụng thích hợp, hãy vào đó và submit URL của bạn – điều này được chứng minh là sẽ có nhiều lượng traffic hơn là nỗ lực lên TOP của Google.

### 8.3 Quảng cáo trả tiền và Submissions

Ở phần trên chúng tôi đã đề cập tới một số phương pháp SEO thay thế search engines như forum, specialized sites và search engines, search directories. Nhưng nếu bạn cần đảm bảo cho website của mình luôn được chú ý, bạn có thể nghĩ tới dịch vụ quảng cáo trả tiền - **paid ads** và sự tương tác với độc giả – **Submissions**. Website sẽ được đảm bảo về sự xuất hiện trong kết quả tìm kiếm của hầu hết các công cụ lớn, chấp nhận thanh toán để đặt URL của bạn trong phần **Paid Links**cho các từ khóa liên quan. Tuy nhiên, trong tâm trí của người dùng nói chung, họ không tin tưởng nhiều vào các liên kết trả tiền so với trang thông thường. Trong một nghĩa nào đó có vẻ như bạn đang “hối lộ” công cụ tìm kiếm – nơi mà không phải của riêng ai. Vì vậy cần suy nghĩ hai lần về những ưu/nhược điểm của việc trả tiền để được “lên hạng”.

Hi vọng rằng với 3 phần cơ bản về SEO đã trình bày sẽ giúp các độc giả, những người chủ sở hữu website mới sẽ có những kinh nghiệm hữu ích để quản trị trang web của mình sao cho thu hút nhiều bạn đọc hơn. Trân trọng!