**Search Engine Optimization, hay thường gọi là tối ưu hóa bộ máy tìm kiếm có lẽ không mấy xa lạ với nhiều người sử dụng chúng ta. Nhưng việc hiểu rõ về bản chất cũng như tận dụng được ưu điểm của SEO thì không phải ai cũng biết và thực hiện đúng cách.** Ở phần 1, chúng tôi đã cung cấp cho các bạn thông tin về [SEO và từ khóa](http://www.quantrimang.com.vn/kienthuc/kien-thuc-co-ban/83819_Mot-so-khai-niem-co-ban-can-biet-ve-Search-Engine-Optimization-SEO-phan-1.aspx). Phần 2 này, chúng tôi sẽ tiếp tục cung cấp những khái niệm và yếu tố cơ bản nhất tiếp theo về SEO.

*>>>* [**Google Panda - Thuật toán cho thứ hạng thật?**](http://www.quantrimang.com.vn/kienthuc/kien-thuc-co-ban/79552_Google-Panda-Thuat-toan-cho-thu-hang-that.aspx)

**3. Backlink – Một phần quan trọng của SEO**

****

**3.1 Backlink là gì?**

Theo thuật ngữ layman, có 2 loại đường link: **inbound**và **outbound**. Outbound link là những link từ website của bạn đến các website khác, trong khi inbound link (hay còn gọi là **backlink**) là những link từ các website khác đến website của bạn. Ví dụ, nếu cnn.com link tới yourdomain.com (website của bạn), đường link từ cnn.com là một backlink (inbound) cho yourdomain.com. Tuy nhiên, đối với cnn.com, đường link này lại là outbound link. backlink là một trong những phần quan trọng nhất cho một **Search Engine Optimisation (SEO)**tốt.

**3.2 Tại sao Backlink lại quan trọng**

Số lượng **backlink**là một dấu hiệu về sự phổ biến hoặc tầm quan trọng của website. Backlink rất quan trọng đối với **SEO**bởi một số công cụ tìm kiếm như Google sẽ tin tưởng nhiều hơn đối với những website có nhiều**backlink**chất lượng cao cũng như coi những website này thích hợp với kết quả tìm kiếm của họ hơn so với những trang khác trong một truy vấn tìm kiếm.

Do đó, khi công cụ tìm kiếm tính toán độ liên quan của một website với một từ khóa, họ không chỉ xét số lượng**backlink**tới trang này mà còn cân nhắc tới chất lượng của chúng. Để xác định được chất lượng, công cụ tìm kiếm sẽ xem xét nội dung của website. Khi **backlink**đến trang của bạn bắt nguồn từ trang khác và những trang này có nội dung liên quan trới trang của bạn, những **backlink**này được xem xét thích hợp hơn tới trang của bạn. Nếu **backlink**được tìm thấy trên các website có nội dung không liên quan, chúng được coi là ít thích hợp hơn. **Backlink** càng thích hợp, chất lượng của chúng càng cao.

Ví dụ, nếu một webmaster có trang web về cách cứu những chú chó bị bỏ rơi và nhận được một **backlink**từ trang web khác về chó, chúng được coi có độ thích hợp cao hơn trong đánh giá của công cụ tìm kiếm so với đường link từ website về đua xe. Do đó, độ thích hợp của trang web link trở lại trang của bạn càng cao, chất lượng **backlink**cũng được nâng lên.

Công cụ tìm kiếm muốn các trang web có một sân chơi bình đẳng và tìm kiếm những đường link được xây dựng tự nhiên qua thời gian. Mặc dù việc chỉnh sửa các trang web để biến chúng thân thiện hơn với **SEO**là khá dễ dàng, cái khó nằm ở chỗ làm sao để có thể tạo ảnh hưởng tới các website khác và khiến chúng phải link lại về website của bạn. Đây chính là lý do tại sao các công cụ tìm kiếm coi trọng **backlink**như một yếu tố cực kỳ quan trọng. Thêm vào đó, tiêu chí của công cụ tìm kiếm đối với chất lượng **backlink**nhận được thậm chí còn khó khăn hơn do các webmasters không chân thật đã cố gắng thực hiện việc lấy **backlink**bằng các kỹ thuật lừa đảo, lén lút. Họ có thể sử dụng link ẩn, hoặc các page tự động được tạo với mục đích duy nhất là cung cấp**backlink**tới các website. Những page này được gọi là link farm. Chúng không chỉ bị công cụ tìm kiếm phớt lờ mà nếu link tới một link farm còn khiến website của bạn bị cấm hoàn toàn.

**3.3 Anchor Text – chuỗi ký tự liên kết**

Khi một đường link kết hợp với một từ khóa trong đường dẫn siêu liên kết, chúng ta gọi nó là anchor text. Hay, anchor text tạm dịch là “*ký tự liên kết*” là chuỗi các ký tự ẩn chứa đường dẫn tới một trang Web hay các tài nguyên khác. Ký tự liên kết của một đường link có thể là một trong những nguồn mạnh mẽ nhất mà một webmaster sở hữu. **Backlink**từ nhiều website với anchor text “chú chó bị lạc” sẽ giúp website của bạn xếp hạng cao hơn đối với từ khóa “chú chó bị lạc”. Sử dụng từ khóa là cách hàng đầu để sử dụng hyperlink tránh link tới những từ như "**click here**" – những từ không liên quan gì tới website của bạn. Công cụ '[Backlink Anchor Text Analysis Tool](http://www.webconfs.com/anchor-text-analysis.php)' sẽ giúp người dùng tìm kiếm **backlink**và ký tự đã được sử dụng để link tới website của mình. Nếu phát hiện ra website của mình đang được link từ các website khác, nhưng anchor text không được sử dụng đúng đắn, bạn nên yêu cầu website đó thay đổi anchor text sang từ khóa phù hợp hơn. Điều này sẽ giúp tăng thứ hạng của trang web.

**3.4 Cách thức xây dựng Backlink**

Ngay cả khi có rất nhiều **backlink**tới trang web của bạn theo tự nhiên, khi có những backlink chất lượng cao vẫn là điều bất kì ai cũng muốn sở hữu.

**a. Công cụ xây dựng backlink**: Khi điền một từ khóa tìm kiếm nào đó, công cụ **Backlink** Builder cung cấp cho người dùng một danh sách các site phù hợp, tại đó, người dùng có thể nhận được một số**backlink**.



**b. Được góp mặt trong sổ địa chỉ**: Nếu đang băn khoăn về sự hiện diện của website, việc góp mặt vào những sổ địa chỉ như DMOZ và Yahoo là điều cần làm, không chỉ do đây là cách để lấy miễn phí các**backlink**chất lượng mà nó còn là cách để các công cụ tìm kiếm và khách truy cập tiềm năng có thể nhận ra bạn. Nhìn chung, việc “góp mặt” trong các sổ địa chỉ là miễn phí nhưng mặt hạn chế là đôi khi người dùng sẽ phải chờ tới vài tháng mới được liệt kê vào danh mục bạn chọn.

**c. Forum và sổ địa chỉ**: Thông thường, công cụ tìm kiếm đánh chỉ số đối với các forum. Vậy nên, việc đăng bài lên forum và trang blog cũng là một cách để lấy **backlink**chất lượng với anchor text mà bạn muốn. Nếu forum hoặc blog được nhiều người coi trọng, **backlink**rất có giá trị. Tuy nhiên, trong một vài trường hợp, forum hoặc blog admin có thể chỉnh sửa bài viết của người đăng hay thậm chí là xóa nó nếu nó không phù hợp với điều khoản của forum hoặc blog. Bên cạnh đó, đôi khi nhân viên admin không cho phép link các bài đăng, trừ phi chúng liên quan tới nhau. Trong một vài trường hợp hiếm, chủ sở hữu forum hoặc blog có thể cấm các công cụ tìm kiếm khỏi việc đánh chỉ số chúng. Trong trường hợp như vậy, **backlink**không có ý nghĩa gì.



**d. RSS Feeds**: Người dùng có thể cung cấp miễn phí RSS feed đối với những trang yêu thích, khi các trang khác đăng tải RSS feed của bạn, bạn sẽ nhận được **backlink**về website của mình cùng rất nhiều khách truy cập tiềm năng. Họ sẽ truy cập vào trang của bạn để có thêm thông tin chi tiết về các headline và tiêu đề họ đã đọc được ở trang khác.

**e. Phần mềm liên kết**: Phần mềm liên kết cũng rất tốt trong việc kiếm thêm khách truy cập (và khách mua hàng) và để xây dựng **backlink**. Tuy nhiên, đây lại là một cách khá tốn kém bởi nhiệm vụ liên kết chỉ thành công trong khoảng 10 đến 30%. Tuy nhiên, nếu có phần mềm liên kết, tại sao bạn lại không thử dùng nó để lấy thêm **backlink**chất lượng?

**f. Thông báo tin tức và ra thông cáo báo chí**: Mặc dù đây không phải là cách xây dựng **backlink**hàng ngày phải thực hiện, nhưng cũng là một phương pháp mang lại kết quả tốt nếu sử dụng đúng cách. Có rất nhiều trang đăng tải tin tức và thông cáo báo chí một cách miễn phí hoặc với một mức phí nhỏ. Một bài viết chuyên nghiệp về sự kiện quan trọng nào đó có thể mang lại cho bạn rất nhiều khách truy cập và **backlink**từ những trang uy tín – một cách tốt để tăng SEO. Phần khó khăn nằm ở chỗ bạn không thể đưa ra một thông cáo báo chí nếu không có sự kiện gì đáng đưa lên mặt báo. Đó chính là lý do tại sao chúng tôi nói thông báo tin tức và thông cáo báo chí không phải là cách tiện lợi khi xây dựng **backlink**.

### 3.5 Các hoạt động sử dụng link nên tránh

Có rất nhiều điều phải nói trong những tháng gần đây về link tương tác. Trong một vài cập nhật gần đây của Google, link tương tác là một trong những mục tiêu của bộ lọc công cụ tìm kiếm. Rất nhiều webmaster đã thỏa thuận trao đổi link tương tác nhằm tăng thứ hạng xếp hạng của website. Trong một đường link trao đổi, webmaster này đặt một đường link trên website của họ chỉ tới website của webmaster khác và ngược lại. Rất nhiều đường link như vậy không có chút liên quan nào. Vậy nên, cùng với việc **backlink**không liên quan bị công cụ tìm kiếm phớt lờ, outbound link như vậy vẫn được tính nhưng lại làm hạ điểm phù hợp của các website. Điều này sẽ khiến một website lớn rớt hạng với Google.



Cách làm việc của Google cũng có điểm sáng tạo khi nó không chỉ xét đến sự phổ biến của website đang link tới mà còn tính tới độ tin cậy của site mà bạn link từ website của mình. Điều này có nghĩa là bạn chỉ gặp vấn đề với công cụ tìm kiếm khi link tới những trang xấu.

Rất nhiều webmaster sở hữu nhiều website. Đôi khi, những trang web này có liên quan tới nhau, đôi khi lại không. Người dùng cũng nên cẩn thận với việc kết nối nhiều website với nhau trên cùng một địa chỉ IP. Nếu bạn sở hữu 7 trang web liên quan tới nhau, sau đó link tới từng website đó trên một page có thể gây tổn hại cho bạn bởi công cụ tìm kiếm có thể xem xét bạn đang cố gắng thực hiện điều mờ ám. Rất nhiều webmaster cố gắng tạo **backlink**theo cách này và có quá nhiều link tới các site có chung địa chỉ IP giống như việc bom **backlink**.

Bên cạnh đó, một điều chắc chắn là liên kết giữa nhiều website không giúp người dùng thay đổi lập trường của công cụ tìm kiếm. Lý do duy nhất bạn muốn kết nối các site lại với nhau là để cung cấp cho khách truy cập thêm thông tin và nguồn để truy cập. Trong trường hợp này, có thể chấp nhận được nếu bạn cung cấp cho khách truy cập một đường link tới trang web khác, nhưng hãy cố gắng giữ tối thiểu các đường link liên kết có chung địa chỉ IP. Một hoặc 2 đường link trên một page có thể chấp nhận được.

## 4. Metatag

### 4.1 Meta tag là gì?

**Meta tag** – thẻ meta – được sử dụng để tổng kết thông tin trên một page của công cụ tìm kiếm. Thông tin này không trực tiếp hiển thị đối với những người truy cập website của bạn. Thẻ meta phổ biến nhất là từ khóa –**meta keyword** – và miêu tả – **meta discription**.

Một vài năm trước đây, thẻ meta là công cụ hàng đầu để tối ưu hóa công cụ tìm kiếm và có sự tương quan trực tiếp giữa từ khóa trong thẻ meta với thứ hạng trong kết quả tìm kiếm. Tuy nhiên, các thuật toán đã trở nên tốt hơn nhiều và tầm quan trọng của metadata đang giảm dần theo từng ngày.

### 4.2 Meta Description

Thẻ **meta Description** là một trong những cách để bạn có thể viết miêu tả cho trang của mình, từ đó cho công cụ tìm kiếm biết được đề tài và chủ đề nào liên quan tới website của bạn. Một số công cụ tìm kiếm (bao gồm cả Google) sử dụng những miêu tả này để giản lược danh sách trong trang kết quả tìm kiếm. Vậy nên, nếu thẻ**meta description**được viết tốt, bạn có thể thu hút được nhiều lưu lượng tới website của mình hơn.



Ví dụ, đối với một trang về nhận nuôi chó, thẻ **meta description**có thể như sau:

<Meta Name=“Description“ Content=“Nhận nuôi một chú chó sẽ giúp cuộc sống gia đình của bạn thú vị hơn. Tất cả những gì cần biết mỗi khi muốn nhận nuôi một chú chó đều có ở đây.“>

### 4.3 Meta Keyword

Khả năng tận dụng tag **meta keyword**là bao gồm một danh sách các từ khóa mà bạn cho rằng chúng có liên quan tới page của mình. Các công cụ tìm kiếm phổ biến sẽ không tính toán chúng, nhưng đây vẫn là cơ hội để bạn tập trung vào từ khóa chính. Người dùng có thể cho thêm cách viết thay thế (hoặc thậm chí là từ thay thế phổ biến của từ khóa bạn dùng) trong tag **meta** **keyword**. Đây có thể là một điều chỉnh nhỏ để tăng thứ hạng tìm kiếm nhưng không vì thế mà chúng ta lại bỏ qua.

Ví dụ:

<Meta name=“Keywords“ Content=“adopt, adoption, dog, dogs, puppy, canine, save a life, homeless animals“>

### 4.4 Meta Robot

Trong tag này, người dùng sẽ phải xác định các page mình không muốn đánh chỉ số. Sự thật là trên site của bạn có những nội dung cần phải giữ ở đó nhưng không nhất thiết phải đánh chỉ số cho chúng. Liệt kê các page này trong tag meta robot là một cách để loại bỏ chúng khỏi việc bị đánh chỉ số. Cách khác là sử dụng file**robots.txt** và đây cũng là cách tốt để thực hiện công việc.

Ví dụ:

<META NAME=“ROBOTS“ CONTENT=“NOINDEX, NOFOLLOW“>

## 5. Nội dung là hàng đầu

Nếu bạn đang viết nội dung **SEO**dành cho cả công cụ tìm kiếm lẫn độc giả, việc tối ưu hóa chúng không hề khó chút nào. Tung ra một số từ khóa, sắp xếp chúng theo ngẫu nhiên và xem kết quả nhận được. Đôi khi một số người copy văn bản **SEO**lại quên mất việc này. Độc giả đọc văn bản của bạn và họ mong chờ một điều gì đó được trả lại so với quãng thời gian và sự quan tâm họ dành cho bạn. Họ muốn có được nội dung tốt và mong muốn của họ đã định hình về cách các công cụ tìm kiếm xếp hạng website của bạn.



### 5.1 Thế nào gọi là nội dung tốt?

Nội dung***SEO***tốt có 3 đặc điểm chính:

- Cung cấp thông tin hữu ích được thể hiện theo định dạng thu hút người đọc

- Tăng thứ hạng trong công cụ tìm kiếm

- Thu hút nhiều link từ các website khác

Chú ý rằng người đọc được xếp đầu trong danh sách. Website của bạn cần phải cung cấp thông tin giá trị cho khách truy cập và thực hiện việc này theo cách hấp dẫn nhất. Một vài site chỉ tập trung vào một chủ đề hạn hẹp và họ có thông tin phù hợp với chính bản thân họ. Bạn sẽ phải cạnh tranh. Tự làm mình nổi bật so với chúng bằng các phỏng vấn chuyên gia, danh sách đầy ý nghĩa và nguồn được nghiên cứu kỹ. Hãy cố gắng viết thật tốt hay nhờ ai đó có thể thực hiện việc này, sự đầu tư của bạn sẽ được trả lại bằng số lưu lượng truy cập tăng.



Mặc dù công cụ tìm kiếm không phải là khách hàng chính của bạn, họ vẫn ảnh hưởng tới xếp hạng trang. Ở những ngày đầu của **SEO**, sử dụng thẻ meta keyword-stuffed đã mang lại rất nhiều lưu lượng truy cập (Keyword Stuffing là thủ thuật liên quan đến các phần trong trang web lặp lại nhiều lần một từ khóa nhất định để gây ảnh hưởng lớn lên kết quả công cụ tìm kiếm). Mọi người không muốn dừng ở một trang có đầy lời hứa hẹn giảm giá vé máy bay cùng với đó là quảng cáo. Dẫu vậy, điều này cũng không có ảnh hưởng gì tới công cụ tìm kiếm. Mỗi lần thuật toán của công cụ tìm kiếm lặp lại, nó nhận được giá trị tốt hơn từ mớ lộn xộn, vậy nên người dùng cũng nên trang bị cho mình những kỹ thuật sắc bén. Thay vì tag meta, họ sử dụng keyword và dàn trải chúng qua một bài báo.

Vào tháng 4 năm 2011, thuật toán của Google đã thay đổi đã làm từ khóa và cụm từ khóa “spam” mất giá nhằm xác định giá trị của một website đối với người xem. Cập nhật này đã tạo ra làn sóng trên Internet. Từ những trang thương mại lớn cho tới các trang blog, công cụ tìm kiếm tăng thứ hạng của những trang có giá trị cao và thực hiện cắt giảm đối với những trang một thời dựa dẫm quá nhiều vào keyword-stuffing. Mặc dù từ khóa không bị mất giá trị nhưng giờ đây nó không còn là dấu hiệu duy nhất cho công cụ tìm kiếm.

Nếu từ khóa **SEO**đã bị giảm giá trị, link lại tăng giá trị. Nếu trang khác link tới trang của bạn với mục đích đọc, xoa dịu những tranh cãi hoặc xem văn bản đáng tin cậy, công cụ tìm kiếm sẽ xem xét trang của bạn là nơi người xem muốn ghé thăm. Điền trang web của bạn với link "mồi" sẽ giúp nhận được chú ý từ công cụ tìm kiếm và những ai sử dụng chúng. Cách tốt nhất để tạo đường link là sở hữu nội dung mới, mạnh mẽ. Các trang phương tiện truyền thông thậm chí còn cung cấp nhiều tin đồn hơn các page có nội dung lớn. Những đường link này cũng được tính, vậy nên hãy đoạt lấy chúng với các page có nhiều nội dung.

### 5.2 Viết nội dung SEO cho các công cụ tìm kiếm và cho mọi người

**SEO**giờ đây không còn mang ý nghĩa phát tán từ khóa giống như chúng ta ném đi những mẩu bánh mì nữa. Công cụ tìm kiếm mới nhất sẽ quét các page giống như khách truy cập vào trang của bạn. Jakob Nielsen, chuyên gia nghiên cứu về tương tác giữa người và máy tại trường đại học Technical University of Copenhagen, phát hiện ra rằng có tới 80% độc giả của một website đọc lướt trang đó thay vì đọc từng dòng một. Họ bỏ ra một phần nhỏ của một giây để quyết định liệu nó có đáng đọc hay không. Lập trình viên công cụ tìm kiếm vẫn sử dụng nghiên cứu này để điều chỉnh và phát minh ra các thuật toán cơ bản hơn và ý nghĩa hơn.

Điều có thể hấp dẫn được người đọc cũng có thể chiếm được chú ý từ công cụ tìm kiếm. Góc bên trái trên cùng của một trang là nơi có giá trị nhất bởi đó chính là địa điểm người đọc chú ý đầu tiên. Hãy đặt những thông tin quan trọng tại đó để các công cụ tìm kiếm và bạn đọc có thể thấy chúng ngay lập tức. Đây cũng là nơi tuyệt vời để đặt box đề mục và danh sách các mục tin.



Chữ đậm sẽ giúp mọi người và công cụ chú ý hơn, nhưng hãy nhớ sử dụng những tag này thật thận trọng. Có quá nhiều chữ đậm trông giống quảng cáo và khiến công cụ tìm kiếm đánh giá thấp trang của bạn. Tag HTML in nghiêng đậm nên dùng cho những khái niệm có ý nghĩa, không phải từ cần nhấn mạnh. In đậm từ “rất” hoặc in nghiêng từ “hơn” cũng chẳng có ý nghĩa gì với công cụ tìm kiếm, vậy nên hãy áp dụng các tag này đối với những khái niệm quan trọng và tiêu đề phụ.

Giờ đây, tìm kiếm sẽ hướng tới các thuật ngữ liên kết và cụm từ liên quan, không chỉ tập trung vào từ khóa. Một ai đó lấy nghĩa từ văn cảnh và dễ dàng phân biệt được từ “cắt” bởi nó áp dụng cho tóc với từ tương đương được áp dụng cho lưu trữ phim hoặc video game. Hãy để cho khách truy cập của bạn – cả người lẫn máy – biết được rõ ràng nghĩa của những gì mình đang đề cập tới. Trong ngôn ngữ **SEO**, hãy bao gồm cả các từ đồng nghĩa và thuật ngữ liên quan để công cụ tìm kiếm có thể nhận ra mục đích của website.

May mắn thay, vẫn có một cách để làm việc với những thuật nhữ ngư vậy trong nội dung của bạn mà không phải giám sát từ khóa và phần trăm cụm từ khóa: chỉ cần viết ra những gì mà người dùng thích đọc nhất. Nếu bạn viết cho độc giả, công cụ tìm kiếm sẽ thực hiện theo.

### 5.3 Kẻ thù của SEO – nội dung trùng, spam và bộ lọc

Bạn đang tìm hiểu về nội dung **SEO**hiện đại nên như thế nào. Tuy nhiên, một điều quan trọng không kém là hiểu rõ về những gì không nên. Nghiên cứu của Nielsen chỉ rõ những gì có thể giữ người đọc ở lại trang và những gì khiến họ phải rời trang. Công cụ tìm kiếm sẽ thu thập những thông tin như vậy và hạ xếp hạng hoặc loại bỏ chúng hoàn toàn khỏi xếp hạng.



Nội dung trùng có thể “đánh chìm” một website. Ngay cả khi nội dung trùng hợp pháp như các bài báo link toàn bộ từ nguồn tin tức và sử dụng quá nhiều trích dẫn sẽ làm hạ giá trị **SEO**của website. Độc giả không có bất kì lý do gì để truy cập một trang web đăng tải nội dung của những trang web khác. Xếp hạng trang sẽ giảm dần theo thời gian nếu bạn không đăng tải nội dung gốc.

Trong khi hạn chế số lượng nội dung trùng trên trang của mình, bạn cũng cần chú ý tới thời gian cung cấp thông tin. Xây dựng nội dung mới trên nền tảng của nội dung khác bất kì lúc nào có thể. Sẽ mất công hơn khi tổng kết và đồng hóa một tin tức hoặc sử dụng nó như một đường link với bài báo gốc. Tuy nhiên, thực hiện như vậy sẽ giúp trang của bạn có thể cải thiện thứ hạng. Nếu thêm giá trị phù hợp cùng bài viết sắc bén và đường link liên quan, bạn sẽ thấy thứ hạng của mình được cải thiện trong công cụ tìm kiếm.

Phương pháp cũ theo công thức từ khóa và đáp ứng được phần trăm từ khóa không chỉ đã lỗi thời mà nó còn hạ thấp xếp hạng trang của bạn một cách chủ động. Tải nhiều từ khóa là một dấu hiệu của trang web quảng cáo và công cụ tìm kiếm hiểu được điều này. Sử dụng từ liên quan và các cụm từ thích hợp để cải thiện khả năng nhận diện của chủ đề, đánh dấu trang của bạn trở nên giá trị hơn cũng như nâng cao giá trị công cụ tìm kiếm của nó. Văn bản đa dạng cũng giúp khách truy cập (người) dễ đọc hơn.

Nielsen phát hiện ra rằng độc giả thường xa lánh các website có nhiều cụm từ phụ. Rõ ràng, website có nội dung súc tích có giá trị cao hơn nhiều so với những trang có nhiều nội dung dàn trải. Cường điệu hóa và ngôn ngữ quảng cáo – ví dụ, miêu tả một sản phẩm là “tốt chưa từng có” hoặc “giải pháp hoàn hảo” - chẳng đóng góp được gì cho ý nghĩa của văn bản. Độc giả sẽ lọc ra nội dung dàn trải và phần mềm sẽ hạ xếp hạng đối với những site có quá nhiều nội dung như vậy. Do đó, bạn nên giảm thiểu chúng khỏi trang của mình.

Các công cụ tìm kiếm [thay đổi thuật toán](http://www.quantrimang.com.vn/kienthuc/kien-thuc-co-ban/79552_Google-Panda-Thuat-toan-cho-thu-hang-that.aspx?pageid=1) của họ thường xuyên để có thể cung cấp cho người dùng của mình có kết quả tìm kiếm phù hợp hơn. Cùng với đó, nghệ thuật **SEO**cũng thay đổi theo. Đối tượng duy nhất của văn bản web là độc giả của nó. Những page cung cấp tiểu thuyết, nội dung hấp dẫn được thể hiện trong định dạng thân thiện với người đọc sẽ được đứng đầu xếp hạng.

Hãy thử [Similar Page Checker](http://www.webconfs.com/similar-page-checker.php) để kiểm tra sự giống nhau giữa 2 địa chỉ URL.

Trên đây là một số điểm cơ bản cần biết về **backlink**, **meta tag**và nội dung của văn bản. Ở phần tiếp theo của loạt bài về **SEO**này, chúng tôi sẽ cung cấp cho các bạn các thông tin như tính năng bổ sung trực quan và **SEO**; URL tĩnh so với URL động; đẩy mạnh website để tăng lưu lượng truy cập.