EBOOK MIỄN PHÍ · SEO 2026 Phiên bản 1.1 · cập nhật hằng tháng

Lên Top Google & Được AI Gọi Tên

Quy trình SEO 11 bước cùng đội AI Agent. Mỗi bước có hướng dẫn bấm-gì-làm-gì cho người mới, mẫu dùng ngay và câu lệnh giao cho AI. Đúc kết từ kho tri thức của 23 chuyên gia SEO hàng đầu thế giới và Việt Nam.

3.042	23	11	80
bài và video đã đọc	chuyên gia SEO	bước quy trình	câu hỏi thực hành



MỞ ĐẦU

SEO năm 2026 đã không còn như cũ

Trước đây, lên top Google gần như đồng nghĩa với có khách. Bây giờ, Google trả lời ngay trên trang kết quả bằng AI Overviews. Người dùng hỏi ChatGPT, Perplexity, Gemini thay vì gõ từ khoá. Nhiều lượt tìm kiếm kết thúc mà không ai bấm vào website nào.

46,96%

lượt tìm kiếm Google kết thúc không có click (giai đoạn 10/2024–12/2025, dữ liệu Similarweb).

Mike King · iPullRank · 07/2026

-58%

tỷ lệ nhấp ở vị trí số 1 khi trang kết quả có AI Overviews (dữ liệu Ahrefs).

Neil Patel · 04/2026

+187%

lưu lượng bot AI, trong khi lượt truy cập của người chỉ tăng 3,1% (dữ liệu Cloudflare).

Mike King · iPullRank · 05/2026

Tin tốt: những gì làm nên SEO tốt vẫn còn nguyên. Hiểu đúng người tìm. Trang rõ ràng, đáng tin, dễ đọc với cả người lẫn máy. Khác biệt là bạn phải làm có **quy trình**, và bạn có thêm một trợ thủ rất mạnh: **AI Agent**.

Ebook này đi qua 11 bước. Mỗi bước gồm: vì sao cần làm, làm những gì, một mẫu dùng ngay, một câu lệnh giao cho AI Agent, và số liệu đáng nhớ kèm nguồn. Ví dụ xuyên suốt là một **cửa hàng máy lọc nước cho căn hộ nhỏ**.

BẮT ĐẦU TỪ ĐÂY

Mới làm SEO? Đọc phần này trước

Bạn không cần là dân kỹ thuật. Chỉ cần 3 công cụ miễn phí của Google, một tài khoản ChatGPT, và mỗi tuần vài giờ. Mỗi bước trong ebook có khung **"Làm thử ngay"**, chỉ rõ bấm vào đâu, gõ gì và sẽ nhận được gì.

3 công cụ miễn phí cần có

Google Search Console
Biết website hiện trên Google ra sao: từ khoá nào, bao nhiêu lượt nhấp, trang nào lỗi. Mở công cụ → thêm website → xác minh theo hướng dẫn (thường nhờ người làm web 5 phút).

Google Analytics
Biết khách vào website làm gì, có để lại liên hệ hay mua hàng không. Mở công cụ → tạo tài khoản → gửi mã cho người làm web gắn vào.

Google Business Profile
Hồ sơ doanh nghiệp trên Google Maps. Bắt buộc nếu bạn có cửa hàng hoặc phục vụ theo khu vực. Mở công cụ → tạo hồ sơ → xác minh.

Từ điển 1 phút

SEO
Làm cho website được Google và AI tìm thấy, hiểu và giới thiệu cho khách.

Từ khoá
Những chữ khách gõ khi tìm, ví dụ "máy lọc nước giá rẻ".

Intent (ý định)
Điều khách thật sự muốn khi gõ: tìm hiểu, so sánh hay mua ngay.

SERP
Trang kết quả Google hiện ra sau khi bạn gõ từ khoá.

Index (lập chỉ mục)
Google đã lưu trang của bạn vào "thư viện" để có thể hiển thị.

AI Overviews
Khung trả lời bằng AI ở đầu trang kết quả Google.

Backlink
Liên kết từ website khác trỏ về website của bạn.

AI Agent
Trợ lý AI nhận việc, tự làm nhiều bước và trả kết quả, ví dụ ChatGPT khi bạn giao một nhiệm vụ rõ ràng.

Nếu hôm nay chỉ có 1 tiếng

1. Cài Google Search Console (15 phút).
2. Gõ 3 từ khoá chính trên Google, ghi lại loại trang đang đứng đầu (15 phút, xem Bước 1).
3. Kiểm hồ sơ Google Maps nếu có cửa hàng (15 phút, xem Bước 7).
4. Hỏi ChatGPT 3 câu khách hay hỏi, xem có nhắc tên bạn không (15 phút, xem Bước 6).

BẢN ĐỒ

11 bước, từ hiểu luật chơi đến đo kết quả

Đi theo thứ tự với dự án mới. Với website đang chạy, bạn có thể nhảy thẳng tới bước đang yếu.

BƯỚC 0

Tư duy & nguyên lý

Hiểu Google và AI đang chọn kết quả thế nào

BƯỚC 1

Nghiên cứu

Intent, từ khoá, đối thủ

BƯỚC 2

Kiến trúc site

Sơ đồ chủ đề, mỗi trang một việc

BƯỚC 3

Technical SEO

Crawl, index, tốc độ, schema

BƯỚC 4

Nội dung

Brief, viết, dùng AI, cập nhật

BƯỚC 5

E-E-A-T & YMYL

Chứng minh mình đáng tin

BƯỚC 6

AI Search / GEO

Được AI trích dẫn và gọi tên

BƯỚC 7

Local SEO

Google Maps, đánh giá, chi nhánh

BƯỚC 8

Link & Digital PR

Được nhắc tới đúng chỗ

BƯỚC 9

Thương mại điện tử

Danh mục, sản phẩm, bộ lọc

BƯỚC 10

Đo lường & báo cáo

Đo đúng thứ đáng đo

BƯỚC 0

Tư duy & nguyên lý: hiểu luật chơi trước khi chơi



Google không có một "thuật toán" bí mật. Nó lấy ra một nhóm trang ứng viên, rồi xếp hạng lại theo nhiều tín hiệu. Mỗi lần cập nhật lõi (core update), cách xếp hạng đổi đi một chút. Người hiểu nguyên lý sẽ bình tĩnh, còn người chạy theo mẹo sẽ hoảng loạn mỗi lần traffic giảm.

Làm gì

1. Đọc hướng dẫn chính thức của Google về nội dung hữu ích và chính sách spam, một lần cho kỹ.
2. Ghi nhật ký biến động: mỗi lần traffic đổi mạnh, ghi ngày, sự kiện, nhóm trang bị ảnh hưởng.
3. Khi có core update, chờ cập nhật chạy xong rồi mới so sánh trước và sau.

4. Phân tích theo nhóm trang (danh mục, bài viết, sản phẩm), không nhìn tổng traffic.

5. Chỉ sửa khi có giả thuyết rõ ràng. Không xoá hàng loạt vì sợ.

Mẫu dùng ngay: Nhật ký biến động

Ngày	Sự kiện	Nhóm trang ảnh hưởng	Giả thuyết	Hành động
05/09	Core update tháng 9	Bài so sánh máy lọc nước	Đối thủ có số đo thực tế, mình không có	Bổ sung bảng đo TDS thật
18/09	Đổi giao diện web	Trang danh mục	Menu mới làm mất liên kết nội bộ	Khôi phục link từ trang chủ

Ví dụ giả định để minh hoạ cách điền.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 20 phút · 🧰 Google Search Console

1. Mở Google Search Console, chọn website của bạn.
2. Bấm `Hiệu suất` → `Kết quả tìm kiếm`. Ở ô ngày, chọn `16 tháng qua`.
3. Nhìn đường số lượt nhấp. Ghi lại những ngày đường này tụt hoặc vọt mạnh.
4. Mở trang trạng thái của Google Search, xem có đợt cập nhật nào trùng ngày đó không.
5. Điền vào bảng "Nhật ký biến động" ở trên. Mỗi lần có biến động mới, thêm một dòng.

✓ **Kết quả:** Bạn biết traffic của mình lên xuống vì sự kiện gì, thay vì đoán mò.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Đây là dữ liệu Google Search Console 16 tháng của website (file đính kèm). Hãy chia trang theo nhóm: danh mục, sản phẩm, bài viết. Với mỗi nhóm, chỉ ra tuần nào traffic đổi mạnh nhất và trùng với cập nhật nào của Google. Chỉ nêu giả thuyết có dữ liệu chứng minh, ghi rõ chỗ nào còn thiếu dữ liệu.
```

Số liệu đáng nhớ

54%

số website dùng AI sản xuất nội dung hàng loạt trong một nghiên cứu hơn 220 domain đã mất từ 30% traffic đỉnh trở lên.

Lily Ray · 05/2026

Sai lầm hay gặp

- Traffic giảm một tuần đã vội viết lại hết bài.
- Đổ lỗi cho core update mà không kiểm lỗi kỹ thuật hay mùa vụ.

BƯỚC 1

Nghiên cứu: intent, từ khoá, đối thủ



Đừng bắt đầu bằng câu "cần viết bao nhiêu bài". Hãy hỏi: khách đang cần gì, mình giúp được gì, và trang nào sẽ làm việc đó. Chọn từ khoá theo ý định và giá trị kinh doanh, không chỉ theo lượng tìm kiếm.

Làm gì

1. Chốt nhóm khách, khu vực phục vụ và hành động mong muốn (gọi tư vấn, đặt lịch, mua hàng).
2. Gom câu hỏi thật của khách từ đánh giá, cuộc gọi, cộng đồng.
3. Mở rộng danh sách từ khoá bằng công cụ, rồi gõ thử từng nhóm trên Google.
4. Đọc trang kết quả (SERP) để gán intent: Google đang ưu tiên bài hướng dẫn, trang so sánh hay trang sản phẩm?
5. Chấm điểm ưu tiên và chọn 10–20 cụm làm trước.

Mẫu dùng ngay: Bảng chấm ưu tiên từ khoá

Từ khoá	Intent	Volume	Giá trị kinh doanh (1–3)	Khớp nhu cầu (1–3)	Đáp ứng được (1–3)	Điểm
máy lọc nước cho căn hộ nhỏ	Cân nhắc mua	~1.000	3	3	2	**8**
so sánh máy lọc nước RO và nano	So sánh	~700	2	3	2	**7**
chi phí thay lõi máy lọc nước	Thông tin	~400	1	2	2	**5**

Ví dụ giả định, số volume chỉ để minh hoạ. Khi làm thật, lấy số từ công cụ nghiên cứu từ khoá.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 30 phút · 🧰 Google, Search Console, ChatGPT

1. Mở trình duyệt ở chế độ ẩn danh (`Ctrl` + `Shift` + `N`), gõ từ khoá chính của bạn, ví dụ "máy lọc nước cho căn hộ nhỏ".
2. Ghi lại 10 kết quả đầu là loại trang gì: bài hướng dẫn, trang so sánh hay trang bán hàng. Loại nào chiếm đa số chính là thứ Google muốn.
3. Kéo xuống khung `Mọi người cũng hỏi`. Chép các câu hỏi vào danh sách, đây là câu hỏi thật của khách.
4. Trong Google Search Console, bấm `Hiệu suất` → tab `Truy vấn` để xem từ khoá nào đã đưa khách tới website.
5. Dán danh sách vào ChatGPT với câu lệnh mẫu bên dưới để nhóm theo ý định, rồi tự chấm điểm vào bảng ưu tiên.

✓ **Kết quả:** Một danh sách 10–20 cụm từ khoá đáng làm trước, biết rõ mỗi cụm cần loại trang gì.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Tôi bán máy lọc nước cho căn hộ nhỏ tại Hà Nội. Đây là 50 từ khoá kèm
volume (đính kèm). Hãy nhóm chúng theo intent: thông tin, so sánh, mua
hàng, địa phương. Với mỗi nhóm, đề xuất loại trang phù hợp và giải thích
vì sao. Không tự bịa số liệu; ô nào thiếu dữ liệu thì ghi "cần kiểm".
```

Số liệu đáng nhớ

5–10

đối thủ nên theo dõi trong bảng phân tích cạnh tranh, theo Brian Dean. Nhiều chuyên gia SEO Việt Nam thì chọn 3–5 trang đang ở Top 1–5 cho từng từ khoá mục tiêu. Hai cách đếm khác nhau, dùng được cả hai.

Brian Dean · 06/2026

Sai lầm hay gặp

- Chọn từ khoá volume cao nhưng không ai mua.
- Viết blog cho từ khoá mà Google đang ưu tiên trang sản phẩm.

BƯỚC 2

Kiến trúc site: mỗi trang một việc rõ ràng



Hãy hình dung website như một cửa hàng. Danh mục là biển chỉ khu vực, trang sản phẩm là món hàng, bài hướng dẫn là người tư vấn. Biển chỉ sai thì khách vẫn lạc, dù hàng tốt đến đâu.

Làm gì

1. Nhóm từ khoá thành cụm. Mỗi cụm có một trang trụ cột (pillar) và vài trang con.
2. Gán mỗi ý định cho đúng một URL, tránh hai trang tranh nhau cùng một từ khoá.
3. Thiết kế đường đi: trang quan trọng không quá 3 cú nhấp từ trang chủ.
4. Nối liên kết nội bộ có ý nghĩa: từ bài hướng dẫn sang trang sản phẩm liên quan.
5. Rà trang "mồ côi" không có liên kết nào dẫn tới.

Mẫu dùng ngay: Bản đồ URL

URL	Vai trò	Ý định chính	Nhận link từ
/may-loc-nuoc/	Trụ cột	Chọn máy lọc nước	Trang chủ, menu
/may-loc-nuoc/can-ho-nho/	Danh mục con	Mua máy cho căn hộ nhỏ	Trụ cột, bài so sánh
/blog/ro-hay-nano/	Bài hỗ trợ	So sánh công nghệ	Trụ cột

Ví dụ giả định.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 30 phút · 🧰 Google Sheets hoặc giấy bút

1. Mở Google Sheets, liệt kê mọi trang quan trọng trên website: trang chủ, danh mục, sản phẩm, bài viết.
2. Thêm cột "Từ khoá chính". Mỗi trang chỉ một từ khoá chính.
3. Trên Google, gõ `site:tenmiencuaban.vn từ khoá`. Nếu có 2 trang của bạn cùng hiện ra, chúng đang tranh nhau, hãy gộp hoặc phân vai lại.
4. Từ trang chủ, thử bấm tới trang sản phẩm quan trọng nhất. Quá 3 lần bấm thì thêm liên kết ở menu hoặc trang chủ.
5. Trong mỗi bài viết, thêm 1–2 liên kết tới trang sản phẩm hoặc danh mục liên quan.

✓ **Kết quả:** Một bản đồ trang rõ ràng: mỗi trang một việc, khách và Google đều tìm đường dễ dàng.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Đây là danh sách URL hiện có và danh sách cụm từ khoá đã chốt. Hãy đề xuất sơ đồ trụ cột - trang con, chỉ ra các cặp URL đang trùng ý định và đề xuất gộp hay phân vai. Trình bày dạng bảng: URL, vai trò, ý định, nên nhận link từ đâu.
```

Sai lầm hay gặp

- Mỗi từ khoá một bài, dẫn tới hàng chục trang na ná nhau.
- Đổi cấu trúc URL mà không chuyển hướng 301.

BƯỚC 3

Technical SEO: để Google đọc được bạn



Nội dung hay đến đâu cũng vô nghĩa nếu Google không thu thập (crawl) hay không đưa vào chỉ mục (index). Technical SEO là phần "điện nước" của ngôi nhà: không ai khen khi nó tốt, nhưng hỏng thì cả nhà khổ.

Làm gì

1. Kiểm báo cáo "Trang" trong Google Search Console: trang nào không được index và vì sao.
2. Rà robots.txt, thẻ noindex, canonical và mã trạng thái (200, 301, 404).
3. Nộp sitemap sạch: chỉ chứa trang muốn index.
4. Kiểm tốc độ và Core Web Vitals trên điện thoại.
5. Trước khi chuyển đổi website (migration), lập bảng ánh xạ URL cũ – mới.

Mẫu dùng ngay: Chẩn đoán trang không được index

Câu hỏi kiểm	Nếu "có"	Xử lý
Trang bị chặn trong robots.txt?	Google không vào được	Bỏ chặn nếu trang cần index
Có thẻ noindex?	Google bỏ qua trang	Gỡ thẻ ở trang cần index
Canonical trỏ sang trang khác?	Google chọn trang kia	Đặt canonical về chính trang
Nội dung mỏng hoặc trùng?	"Đã thu thập nhưng chưa index"	Gộp hoặc làm dày nội dung

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 20 phút

🧰 Google Search Console, PageSpeed Insights

1. Trong Google Search Console, bấm `Trang` (mục Lập chỉ mục). Xem bảng "Lý do trang không được lập chỉ mục".
2. Bấm vào từng lý do để thấy danh sách URL. Chỉ cần lo các trang bạn muốn có trên Google.
3. Sửa xong một trang, dán URL vào ô `Kiểm tra URL` ở đầu Search Console, rồi bấm `Yêu cầu lập chỉ mục`.
4. Vào `Sơ đồ trang web`, nộp địa chỉ sitemap, thường là `tenmien.vn/sitemap.xml`.
5. Mở PageSpeed Insights, dán địa chỉ trang chủ, xem kết quả trên điện thoại. Gửi phần "Chẩn đoán" cho người làm web.

✓ **Kết quả:** Bạn biết trang nào chưa có trên Google, vì sao, và đã gửi Google xem lại.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Đây là file xuất báo cáo index từ Search Console và danh sách URL từ công cụ crawl. Hãy nhóm các trang không được index theo nguyên nhân, xếp theo số URL bị ảnh hưởng, và đề xuất thứ tự sửa. Với mỗi nhóm, nêu cách kiểm lại sau khi sửa.
```

Số liệu đáng nhớ

98%

URL chưa được index sau chuyển đổi website trong một case, dù các bước kỹ thuật cơ bản đã làm. Migration không chỉ là chuyện redirect.

Marie Haynes · 10/2026

Sai lầm hay gặp

- Quên gỡ noindex sau khi đưa site từ bản thử lên bản chính.
- Sitemap chứa cả trang 404 và trang đã chuyển hướng.

BƯỚC 4

Nội dung: viết cho người, rõ ràng cho máy



Nội dung tốt trả lời đúng câu hỏi, ngay từ đầu, bằng thứ mà đối thủ không có: trải nghiệm thật, số đo thật, ví dụ thật. AI giúp bạn viết nhanh hơn, nhưng không thay được phần "thật" đó.

Làm gì

1. Viết brief trước khi viết bài: intent, câu hỏi cần trả lời, điểm khác biệt, nguồn dẫn.
2. Trả lời thẳng ở đầu bài, sau đó mới giải thích chi tiết.
3. Dùng AI cho dàn ý và bản nháp, rồi bổ sung trải nghiệm, số liệu và hình ảnh thật.
4. Kiểm từng con số: có nguồn, có thời điểm.
5. Lên lịch rà và cập nhật bài cũ mỗi quý.

Mẫu dùng ngay: Brief một trang

Mục	Ví dụ điền
Từ khoá chính / intent	máy lọc nước cho căn hộ nhỏ / cân nhắc mua
Loại trang	Hướng dẫn chọn + bảng so sánh
Câu hỏi phải trả lời	Diện tích bếp nhỏ đặt máy ở đâu? Lõi thay bao lâu?
Điểm khác biệt	Ảnh lắp đặt thật trong căn 45 m²
Nguồn bắt buộc	Thông số hãng, kết quả đo TDS tại nhà khách

Ví dụ giả định.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 45 phút cho 1 bài

🧰 Mẫu brief, ChatGPT, điện thoại chụp ảnh

1. Điền mẫu "Brief một trang" ở trên cho bài định viết.
2. Dán brief vào ChatGPT cùng câu lệnh mẫu bên dưới để có dàn ý.
3. Viết câu trả lời chính trong 2 câu đầu bài. Người đọc lướt 5 giây vẫn có đáp án.
4. Thay mọi chỗ đánh dấu [CẦN SỐ LIỆU] và [CẦN TRẢI NGHIỆM] bằng số thật, ảnh thật chụp ở cửa hàng hoặc nhà khách.
5. Đăng bài xong, gõ `site:` kèm địa chỉ bài trên Google sau vài ngày, xem tiêu đề Google hiển thị có đúng ý bạn không.

✓ **Kết quả:** Một bài viết trả lời thẳng câu hỏi của khách, có thứ đối thủ không copy được.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Dựa trên brief đính kèm, viết dàn ý chi tiết. Câu trả lời chính phải nằm
trong 2 câu đầu. Đánh dấu [CẦN SỐ LIỆU] ở chỗ cần số thật và [CẦN TRẢI
NGHIỆM] ở chỗ cần ảnh hoặc câu chuyện thật, không tự điền thay.
```

Số liệu đáng nhớ

61,6%

tiêu đề bị Google viết lại khi hiển thị, trong một nghiên cứu 80.959 tiêu đề trên 2.370 website. Tiêu đề phải mô tả đúng trang.

Cyrus Shepard · 2022

Sai lầm hay gặp

- Xuất bản bản nháp AI mà không thêm gì của riêng mình.
- Kéo dài bài cho "đủ chữ" thay vì trả lời đúng câu hỏi.

BƯỚC 5

E-E-A-T & YMYL: chứng minh mình đáng tin



E-E-A-T là trải nghiệm, chuyên môn, uy tín và độ tin cậy. Với chủ đề ảnh hưởng tới sức khoẻ, tiền bạc, an toàn (YMYL), Google và người đọc đòi hỏi khắt khe hơn nhiều. Bạn không "tối ưu" được E-E-A-T, bạn phải thể hiện nó.

Làm gì

1. Mỗi bài có tác giả thật, trang tác giả ghi rõ kinh nghiệm và chứng chỉ.
2. Bài YMYL có người có chuyên môn duyệt, ghi rõ tên và ngày duyệt.
3. Trang Giới thiệu, Liên hệ, chính sách đổi trả rõ ràng, thông tin doanh nghiệp nhất quán.
4. Dẫn nguồn uy tín cho mọi khẳng định quan trọng.
5. Ở Việt Nam, đối chiếu quy định quảng cáo y tế, dược phẩm trước khi đăng.

Mẫu dùng ngay: Kiểm trang tác giả

Mục kiểm	Có?	Ghi chú
Ảnh và tên thật	✔️	Ảnh chụp tại cửa hàng
Kinh nghiệm liên quan chủ đề	✔️	8 năm lắp đặt thiết bị lọc nước
Liên kết hồ sơ bên ngoài	▫	Bổ sung trang mạng xã hội nghề nghiệp
Danh sách bài đã viết	✔️	Tự động từ CMS

Ví dụ giả định.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 30 phút 🧰 Website của bạn

1. Tạo trang "Tác giả" cho người viết bài: ảnh thật, tên thật, kinh nghiệm liên quan.
2. Ở cuối mỗi bài, thêm khung tác giả có liên kết tới trang đó.
3. Với bài về sức khoẻ, tiền bạc: nhờ người có chuyên môn đọc lại, ghi "Người duyệt: … ngày …" dưới tiêu đề.
4. Kiểm trang Giới thiệu và Liên hệ: địa chỉ, số điện thoại, giờ làm việc phải giống trên Google Maps.
5. Rà bài cũ, xoá những câu hứa hẹn kiểu "cam kết 100%", "chữa khỏi".

✓ **Kết quả:** Người đọc lẫn Google thấy rõ ai đứng sau nội dung và vì sao nên tin.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Rà bài viết đính kèm theo góc nhìn người đọc khó tính. Liệt kê mọi khẳng định chưa có nguồn, mọi câu có thể bị hiểu là cam kết hiệu quả, và mọi chỗ nên có ý kiến chuyên gia. Không viết lại bài, chỉ đưa danh sách cần sửa.
```

Sai lầm hay gặp

- Tác giả "Admin" cho cả bài sức khoẻ.
- Viết lời hứa kiểu "chữa khỏi", "cam kết 100%".

KHOÁ HỌC SEOSYSTEM 2026

Muốn có cả một đội AI Agent làm SEO như trong ebook?

Khoá SEOsystem 2026: 1 năm dùng SEOsystem, 3 skill SEO cho AI Agent, đào tạo SEO bài bản và 3 tháng hỗ trợ triển khai. Một người làm được khối lượng của cả đội.

Xem khoá học

BƯỚC 6

AI Search / GEO: được AI trích dẫn và gọi tên



Khi khách hỏi ChatGPT "nên mua máy lọc nước nào cho căn hộ nhỏ", bạn muốn tên mình xuất hiện trong câu trả lời. GEO (tối ưu cho công cụ tìm kiếm tạo sinh) không phải phép màu mới. Nó dựa trên đúng nền móng SEO, cộng thêm việc đo và theo dõi cách AI nói về bạn.

Làm gì

1. Liệt kê 20–30 câu hỏi khách hay hỏi AI trong ngành của bạn.
2. Hỏi thử trên nhiều nền tảng, ghi lại: có nhắc tên bạn không, trích trang nào, đề xuất ai.
3. Viết trang trả lời trực tiếp, có số liệu và thực thể rõ ràng (tên sản phẩm, địa điểm, thông số).
4. Xây sự hiện diện bên ngoài: báo chí, cộng đồng, trang đánh giá, nơi AI hay lấy nguồn.

5 Đo lại hằng tháng với cùng bộ câu hỏi.

Mẫu dùng ngay: Bảng theo dõi hiện diện trong AI

Câu hỏi	Nền tảng	Được nhắc tên?	Trang được trích	Ai được đề xuất?
máy lọc nước nào cho căn hộ nhỏ	ChatGPT	Không	—	2 thương hiệu lớn
RO hay nano tốt hơn	Google AI Overviews	Có	/blog/ro-hay-nano/	Không đề xuất cụ thể

Ví dụ giả định. Câu trả lời AI thay đổi theo lần hỏi, nên ghi ngày và đo nhiều lần.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 30 phút mỗi tháng

🧰 ChatGPT, Gemini, Perplexity, Google

1. Viết ra 5 câu khách hay hỏi trước khi mua, ví dụ "nên mua máy lọc nước nào cho căn hộ nhỏ".
2. Hỏi từng câu trên ChatGPT, Gemini và Perplexity. Gõ thêm trên Google xem có khung AI Overviews không.
3. Chụp màn hình câu trả lời. Ghi vào bảng: có nhắc tên bạn không, trích trang nào, đề xuất ai.
4. Câu nào AI không nhắc bạn: kiểm website đã có trang trả lời thẳng câu đó chưa. Chưa có thì đưa vào kế hoạch viết.
5. Tháng sau hỏi lại đúng 5 câu đó, so với tháng trước.

✓ **Kết quả:** Bạn có số đo đầu tiên về việc AI có biết tới thương hiệu mình hay không.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Đây là 25 câu hỏi khách hay hỏi về sản phẩm của tôi. Với mỗi câu, cho biết trang nào trên website tôi đang trả lời được, trang nào trả lời chưa đủ thẳng, và câu nào chưa có trang. Đề xuất cấu trúc trang: câu trả lời 2 câu đầu, bảng thông số, phần hỏi đáp.
```

Số liệu đáng nhớ

37–94%

câu trả lời sai về nguồn tin, tuỳ nền tảng AI, trong một nghiên cứu. Luôn kiểm lại những gì AI nói về bạn.

Aleyda Solis · 03/2025

Schema ≠ phép màu

Các thử nghiệm không thấy chỉ thêm schema mà AI trích dẫn nhiều hơn. Schema mô tả dữ liệu, không thay được nội dung tốt.

Mark Williams-Cook · 05/2026

Sai lầm hay gặp

- Hỏi AI một lần rồi kết luận "mình đứng thứ mấy".
- Sản xuất hàng trăm trang chỉ để "phủ" câu hỏi AI.

BƯỚC 7

Local SEO: thắng trên Google Maps



Với cửa hàng, phòng khám, nhà hàng, phần lớn khách đến từ khối bản đồ (local pack). Ở đây, hồ sơ Google Business Profile, đánh giá thật và thông tin nhất quán quan trọng không kém website.

Làm gì

1. Hoàn thiện hồ sơ: danh mục chính đúng dịch vụ cốt lõi, giờ mở cửa, ảnh thật, số điện thoại.
2. Giữ tên, địa chỉ, số điện thoại (NAP) giống nhau ở mọi nơi.
3. Xin đánh giá đều đặn từ khách thật, và trả lời mọi đánh giá.
4. Mỗi chi nhánh một trang riêng trên website, nội dung riêng, không sao chép.
5. Không khai địa chỉ ảo, không nhồi từ khoá vào tên doanh nghiệp.

Mẫu dùng ngay: Theo dõi đánh giá

Tháng	Đánh giá mới	Điểm TB	Đã trả lời	Vấn đề lặp lại
Tháng 9	14	4,6	14/14	Giao hàng chậm cuối tuần
Tháng 10	19	4,7	18/19	Khách hỏi lịch thay lõi

Ví dụ giả định.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 30 phút · 🧰 Google Business Profile

1. Mở Google Business Profile, chọn hồ sơ doanh nghiệp.
2. Kiểm `Danh mục chính` có đúng dịch vụ cốt lõi không. Kiểm giờ mở cửa, số điện thoại, website.
3. Tải lên 5–10 ảnh thật: mặt tiền, bên trong, sản phẩm, nhân viên.
4. Lấy đường link xin đánh giá trong hồ sơ, gửi cho 10 khách gần nhất qua Zalo kèm lời cảm ơn.
5. Trả lời tất cả đánh giá, kể cả đánh giá chê. Ngắn, lịch sự, nêu cách khắc phục.

✓ **Kết quả:** Hồ sơ trên Google Maps đầy đủ, có ảnh thật và đánh giá mới đều đặn.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Đây là 50 đánh giá gần nhất trên Google Maps của cửa hàng. Hãy nhóm theo chủ đề khen và chê, chỉ ra vấn đề lặp lại nhiều nhất, và soạn mẫu trả lời cho từng nhóm. Câu trả lời ngắn, lịch sự, không hứa điều cửa hàng chưa làm được.
```

Số liệu đáng nhớ

245 triệu

> đánh giá bị Google gỡ trong năm 2024, trên gần một tỷ đánh giá được đăng (báo cáo Trust & Safety). Đánh giá giả rất dễ mất.
>
> Darren Shaw · 2025

Sai lầm hay gặp

- Mua đánh giá hoặc nhờ người quen viết hàng loạt.
- Tạo trang khu vực sao chép, chỉ đổi tên quận.

BƯỚC 8

Link & Digital PR: được nhắc tới đúng chỗ



Liên kết vẫn là tín hiệu quan trọng, nhưng một link từ trang thật, đúng chủ đề giá trị hơn hàng trăm link rác. Ngày nay, được nhắc tên trên báo, cộng đồng và trang đánh giá còn giúp cả AI hiểu bạn là ai.

Làm gì

1. Tạo thứ đáng được nhắc tới: số liệu riêng, khảo sát, công cụ miễn phí, câu chuyện thật.
2. Lập danh sách báo, blog, cộng đồng đúng ngành và đúng khu vực.
3. Gửi đề xuất ngắn, cá nhân hoá, có giá trị cho người đọc của họ.
4. Theo dõi cả link lẫn những lần được nhắc tên không kèm link.
5. Tránh mạng website vệ tinh (PBN), mua link hàng loạt, ép chữ neo từ khoá.

Mẫu dùng ngay: Đánh giá một cơ hội link

Tiêu chí	Câu hỏi	Ví dụ
Đúng chủ đề	Người đọc trang đó có quan tâm sản phẩm mình?	Blog nhà đẹp căn hộ: có
Trang thật	Có người đọc, có tác giả, có cập nhật?	Có bình luận, bài mới hằng tuần
Tự nhiên	Link nằm trong nội dung có ích, không phải "bài PR" hàng loạt?	Bài hướng dẫn bố trí bếp nhỏ

Ví dụ giả định.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 20 phút · 🧰 Google, Google Alerts

1. Gõ tên thương hiệu của bạn trong ngoặc kép trên Google, ví dụ `"Máy lọc nước An Lọc"`, xem ai đang nhắc tới bạn.
2. Mở Google Alerts, tạo thông báo cho tên thương hiệu để nhận email mỗi khi có trang mới nhắc tới.
3. Liệt kê 10 báo, blog, cộng đồng mà khách của bạn hay đọc.
4. Nghĩ một câu chuyện hoặc số liệu riêng mà người đọc của họ thấy có ích, dùng câu lệnh mẫu bên dưới để gợi ý góc viết.
5. Không mua gói backlink giá rẻ. Một bài nhắc tên trên trang thật giá trị hơn trăm link rác.

✓ **Kết quả:** Bạn biết ai đang nói về mình và có danh sách nơi đáng xuất hiện.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Tôi vừa có số liệu khảo sát 300 hộ gia đình về chất lượng nước máy tại Hà Nội. Hãy đề xuất 5 góc câu chuyện cho báo chí, mỗi góc kèm tiêu đề, đối tượng độc giả và loại báo phù hợp. Không phóng đại số liệu.
```

Sai lầm hay gặp

- Mua gói "1.000 backlink" giá rẻ.
- Chỉ đếm số link mà không xem link có mang khách hay uy tín thật không.

BƯỚC 9

Thương mại điện tử: danh mục, sản phẩm, bộ lọc



Shop online thắng nhờ trang danh mục và trang sản phẩm, không phải nhờ blog dài. Khách cần chọn nhanh, so sánh rõ, tin vào thông tin. Kỹ thuật cũng phức tạp hơn: bộ lọc, biến thể, sản phẩm hết hàng.

Làm gì

1. Trang danh mục: đoạn giới thiệu ngắn, bộ lọc hữu ích, phần hỏi đáp.
2. Trang sản phẩm: thông số đầy đủ, ảnh thật, chính sách đổi trả, đánh giá.
3. Quyết định rõ trang bộ lọc nào cho index, trang nào không.
4. Xử lý sản phẩm hết hàng: giữ trang nếu sắp có lại, chuyển hướng nếu ngừng hẳn.
5. Đồng bộ giá, tồn kho giữa website và Merchant Center.

Mẫu dùng ngay: Kiểm trang danh mục

Mục kiểm	Đạt?	Việc cần làm
Giới thiệu ngắn giúp chọn hàng	▫	Thêm 3 tiêu chí chọn máy cho căn hộ nhỏ
Bộ lọc theo công suất, kích thước	✔️	—
Hỏi đáp cuối trang	▫	Thêm 4 câu hỏi khách hay hỏi

Ví dụ giả định.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 30 phút 🧰 Website, Google Rich Results Test

1. Mở trang danh mục bán chạy nhất, đối chiếu với mẫu "Kiểm trang danh mục" ở trên.
2. Thêm đoạn giới thiệu 3–5 câu giúp khách chọn hàng, và 3–4 câu hỏi đáp cuối trang.
3. Mở một trang sản phẩm, kiểm có đủ thông số, ảnh thật, chính sách đổi trả và đánh giá.
4. Dán địa chỉ trang sản phẩm vào Rich Results Test của Google, xem giá và đánh giá có được nhận ra không.
5. Lọc danh sách sản phẩm hết hàng lâu ngày, quyết định giữ, gộp hay chuyển hướng.

✓ **Kết quả:** Trang danh mục và sản phẩm giúp khách chọn nhanh, Google đọc được giá và đánh giá.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Đây là file xuất danh sách sản phẩm (tên, thông số, giá, tồn kho). Hãy
tìm sản phẩm thiếu thông số quan trọng, sản phẩm có tên trùng nhau, và
```

```
sản phẩm hết hàng quá 60 ngày. Trình bày dạng bảng kèm đề xuất xử lý cho từng nhóm.
```

Số liệu đáng nhớ

~310 từ

là độ dài trung bình phần chữ riêng trên trang danh mục xếp hạng tốt, trong nghiên cứu 300 trang danh mục tại Anh (Digitaloft). Kèm hỏi đáp, không phải bài dài.

Nghiên cứu Digitaloft · 2026

68,7%

lượt click tự nhiên rơi vào 3 vị trí đầu, theo nghiên cứu thương mại điện tử được dẫn.

Crystal Carter · 07/2026

Sai lầm hay gặp

- Biến trang danh mục thành bài blog 3.000 chữ.
- Để Google index hàng nghìn trang bộ lọc vô nghĩa.

BƯỚC 10

Đo lường & báo cáo: đo đúng thứ đáng đo



Thứ hạng và traffic là chỉ số giữa đường. Chủ doanh nghiệp quan tâm khách hàng và doanh thu. Báo cáo tốt nói rõ chuyện gì đã xảy ra, vì sao, và tháng sau làm gì.

Làm gì

1. Chọn KPI theo giai đoạn: tháng đầu đo index và hiển thị, sau đó đo click, cuối cùng đo khách và doanh thu.
2. Tách traffic thương hiệu và không thương hiệu.
3. Khi traffic giảm, kiểm lần lượt: mùa vụ, thay đổi trang kết quả, lỗi kỹ thuật, cập nhật Google.
4. Theo dõi riêng lượt hiển thị trong AI và lượt tìm tên thương hiệu.
5. Mỗi báo cáo kết thúc bằng 3 việc cụ thể cho tháng sau.

Mẫu dùng ngay: Báo cáo tháng 1 trang

Phần	Nội dung
Kết quả chính	Lead đủ chuẩn từ tìm kiếm: 46 (tháng trước 38)
Điều đã xảy ra	Click bài hướng dẫn giảm, trang danh mục tăng
Vì sao	Truy vấn hướng dẫn xuất hiện AI Overviews
Tháng sau	1. Thêm hỏi đáp danh mục 2. Cập nhật 5 bài cũ 3. Đo lại bộ câu hỏi AI

Ví dụ giả định.

Làm thử ngay — từng bước

⏱️ 30 phút mỗi tháng

🧰 Google Search Console, Google Analytics

1. Trong Google Search Console, bấm `Hiệu suất`, chọn so sánh tháng này với tháng trước.
2. Bấm `+ Bộ lọc` → `Truy vấn` → `Truy vấn không chứa` tên thương hiệu. Bạn thấy riêng khách mới tìm tới.
3. Trong Google Analytics, xem số khách để lại liên hệ hoặc mua hàng từ nguồn tìm kiếm tự nhiên.
4. Điền vào mẫu "Báo cáo tháng 1 trang": kết quả chính, điều đã xảy ra, vì sao.
5. Viết đúng 3 việc cho tháng sau. Đầu tháng sau, mở báo cáo cũ ra xem đã làm được chưa.

✓ **Kết quả:** Một báo cáo ngắn nói được kết quả thật và việc cần làm tiếp.

Giao cho AI Agent

CÂU LỆNH MẪU

```
Đây là số liệu Search Console và số lead từ CRM của hai tháng gần nhất.
Hãy viết nháp báo cáo 1 trang: kết quả chính, điều đã xảy ra, giả thuyết
```

```
vì sao (chỉ nêu điều có dữ liệu), và 3 việc ưu tiên tháng sau. Ghi rõ chỗ
nào là suy đoán.
```

Số liệu đáng nhớ

+187% / +3,1%

bot AI tăng gần gấp ba, người truy cập gần như đứng yên. Đừng đọc tổng lượt truy cập mà không tách bot.

Mike King · 05/2026

Sai lầm hay gặp

- Báo cáo toàn biểu đồ, không có kết luận.
- Mừng vì traffic tăng nhưng tăng từ từ khoá không bán được hàng.

LỘ TRÌNH

90 ngày đầu tiên của một dự án SEO

Đây là lộ trình gợi ý theo kinh nghiệm thực hành, áp cho website mới hoặc website cần làm lại từ gốc. Website đang chạy thì rút gọn bước 0–3.

Tuần 1–2 · Hiểu và nghiên cứu

Bước 0, Bước 1. Chốt khách hàng, danh sách cụm từ khoá ưu tiên, đối thủ chính.

Tuần 3–4 · Dựng nền móng

Bước 2, Bước 3. Sơ đồ trang, sửa lỗi kỹ thuật, sitemap sạch.

Tháng 2 · Nội dung và uy tín

Bước 4, Bước 5. Viết 10–20 trang ưu tiên, trang tác giả, trang giới thiệu. Có cửa hàng thì làm Bước 7, bán online thì làm Bước 9.

Tháng 3 · Mở rộng và đo

Bước 6, Bước 8, Bước 10. Đo hiện diện trong AI, bắt đầu PR, báo cáo tháng đầu tiên. Sau đó lặp lại chu kỳ mỗi quý.

KHOÁ HỌC SEOSYSTEM 2026

Đi 90 ngày này cùng Bình Vương

Trong khoá SEOsystem 2026, bạn làm đúng lộ trình trên với dữ liệu thật của mình: nghiên cứu, gom cụm, brief, viết, đo lường — có công cụ và người hỗ trợ.

Đăng ký khoá SEOsystem

VÍ DỤ LÀM TRỌN

Cửa hàng An Lọc đi hết 11 bước trong 90 ngày

Đây là ví dụ **giả định** để bạn thấy các bước nối với nhau ra sao. Số liệu chỉ minh hoạ, không phải kết quả của một khách hàng thật.

Bước	An Lọc làm gì	Đầu ra cầm được trong tay
0. Nguyên lý	Mở Search Console 16 tháng, ghi 2 lần traffic tụt	Nhật ký biến động 2 dòng
1. Nghiên cứu	Gõ 30 từ khoá, đọc trang kết quả, chấm điểm	12 cụm ưu tiên, cụm số 1 là "máy lọc nước cho căn hộ nhỏ"
2. Kiến trúc	Gộp 2 bài trùng ý, thêm danh mục "căn hộ nhỏ" vào menu	Bản đồ 15 URL, mỗi trang một việc
3. Technical	Gỡ noindex sót ở 6 trang, nộp lại sitemap	Bảng chẩn đoán index đã xử lý
4. Nội dung	Viết 8 trang theo brief, ảnh lắp đặt thật	8 brief + 8 trang đã đăng
5. Tin cậy	Tạo trang tác giả cho kỹ thuật viên 8 năm kinh nghiệm	Trang tác giả + khung tác giả cuối bài
6. AI Search	Hỏi 5 câu trên 3 nền tảng AI mỗi tháng	Bảng hiện diện AI tháng 1 làm mốc
7. Local	Sửa danh mục chính, thêm 10 ảnh, xin đánh giá qua Zalo	Hồ sơ Maps đầy đủ, đánh giá mới đều
8. Link & PR	Khảo sát chất lượng nước 300 hộ, gửi 10 báo địa phương	2 bài báo nhắc tên
9. TMĐT	Thêm 3 tiêu chí chọn + hỏi đáp vào trang danh mục	Trang danh mục giúp khách chọn nhanh
10. Đo lường	Tách khách mới và khách tìm tên thương hiệu	Báo cáo tháng 1 trang + 3 việc tháng sau

Ví dụ giả định. Tải bộ mẫu bảng tính để làm đúng các đầu ra này cho website của bạn.

HẬU TRƯỜNG

Ebook này được làm thế nào? Bởi một đội AI Agent



Ebook bạn vừa đọc là bản rút gọn từ cuốn cẩm nang nội bộ mà đội của tôi dựng trong vài ngày, với một đội AI Agent tự chia việc, tự viết và tự soi lỗi cho nhau.

3.042	1.919	80	11	2 vòng
bài & video được đọc, tóm tắt	bài được dịch sang tiếng Việt	câu hỏi thực hành, gom bằng chứng	chương viết song song	soi lỗi trước khi xuất bản

1. **Đọc:** agent thu thập bài viết, video của 23 chuyên gia, tóm tắt từng bài và dịch hơn 4,5 triệu chữ.
2. **Gom bằng chứng:** một agent lọc ra 80 câu hỏi dân SEO hay gặp. Với mỗi câu: ai đồng ý, ai phản đối, số liệu nào mạnh nhất, điều gì đã lỗi thời. Hơn 3.200 trích dẫn, câu nào cũng bấm được về bài gốc.

3. **Viết:** bốn agent viết song song, mỗi agent một chương, theo cùng một khuôn.
4. **Soi lỗi:** một agent làm "biên tập viên khó tính". Chương nào bịa nguồn, nói quá, bảng mẫu bỏ trống thì trả về viết lại. Có chương bị trả hai lần.
5. **Con người:** tôi ra quyết định — viết cho ai, giọng thế nào, dùng model nào — và đọc bản cuối.

Bài học lớn nhất: **AI Agent không thay người làm SEO. Nó thay cả một phòng nghiên cứu.** Người làm SEO giỏi trong thời AI là người biết đặt quy trình và chỉ huy được đội AI đó. Đó cũng là thứ tôi dạy trong khoá SEOsystem 2026.

HỎI ĐÁP

Những câu người đọc hay hỏi

Không có website thì có làm SEO được không?

Được một phần. Bạn vẫn làm được hồ sơ Google Maps (Bước 7) và có mặt trên các trang đánh giá, cộng đồng (Bước 8). Nhưng muốn có khách đều từ Google và được AI trích dẫn, bạn cần một website, dù chỉ vài trang.

Mất bao lâu thì thấy kết quả?

Với website mới, thường vài tháng mới thấy rõ, tuỳ ngành và đối thủ. Hồ sơ Google Maps có thể lên nhanh hơn. Đừng tin ai hứa "lên top trong 7 ngày". Hãy đo theo lộ trình 90 ngày trong ebook.

Dùng ChatGPT bản miễn phí có đủ không?

Đủ để thử các câu lệnh mẫu trong ebook. Bản trả phí xử lý file dài và dữ liệu lớn tốt hơn, nhưng không bắt buộc khi mới bắt đầu.

AI viết bài có bị Google phạt không?

Google không phạt vì dùng AI, mà đánh giá nội dung có hữu ích không. Rủi ro nằm ở việc xuất bản hàng loạt bài na ná nhau, không có trải nghiệm thật. Xem Bước 4.

Tôi không biết code, có làm theo được không?

Được. Các khung "Làm thử ngay" chỉ cần trình duyệt, Google Search Console, Google Maps và ChatGPT. Phần nào cần sửa website, bạn gửi đúng phần "Chẩn đoán" cho người làm web.

Có cần mua công cụ SEO đắt tiền không?

Không bắt buộc. Bắt đầu với công cụ miễn phí của Google là đủ. Khi làm nhiều dự án, công cụ chuyên dụng giúp tiết kiệm thời gian, ví dụ SEOsystem mà đội tôi dùng.

SEO còn đáng làm khi AI trả lời hết rồi?

Còn. Nhiều lượt tìm kiếm kết thúc không có click, nhưng khách vẫn cần tìm cửa hàng, so sánh, mua hàng. Và AI lấy câu trả lời từ chính các trang web làm tốt SEO. Xem Bước 6.

Bộ mẫu bảng tính dùng thế nào?

Tải file ở đầu ebook, mở bằng Excel hoặc tải lên Google Sheets. Mỗi tab ứng với một bước. Dòng nền be là ví dụ giả định để bạn nhìn cách điền.

Muốn nhận bản cập nhật và mẫu đầy đủ?

Ebook luôn miễn phí, bạn không cần đăng ký để đọc. Nếu muốn nhận phiên bản cập nhật, các mẫu bảng tính và bài mới về SEO thời AI, để lại email bên dưới. Không spam, huỷ lúc nào cũng được.

Lên Top Google & Được AI Gọi Tên · Bình Vương AI Marketing.

Lịch sử phiên bản: 1.1 (13/11/2026) — thêm bộ mẫu bảng tính, bản PDF, ví dụ làm trọn 11 bước, hỏi đáp, ảnh minh hoạ. 1.0 (13/11/2026) — bản đầu tiên.

Số liệu trong ebook được dẫn kèm tác giả, thời điểm và link bài gốc. Số liệu SEO và AI thay đổi nhanh, hãy kiểm lại trước khi dùng cho quyết định lớn. Các bảng có nhãn "ví dụ giả định" chỉ để minh hoạ cách điền.

Về trang chủ binhvuong.vn

binhvuong.vn · Blog · Khoá học