

Bài viết có tốt hay không, outline quyết định 75%. Giai đoạn này càng tỉ mỉ, càng kỹ, giai đoạn viết content càng tạo nên hiệu quả.



Mục lục

- [1 OUTLINE CONTENT BAO GỒM NHỮNG GÌ?](#)
- [2 QUY TRÌNH LÊN OUTLINE CONTENT:](#)

OUTLINE CONTENT BAO GỒM NHỮNG GÌ?

Thông thường, một Outline content sẽ bao gồm những yếu tố sau:

Meta Title

Meta Description

Heading (heading 2, heading 3,...)

LSI Keywords

Những ý mà người lên outline muốn nhấn mạnh hay những lưu ý

Nguồn tham khảo

Từ khóa phụ

QUY TRÌNH LÊN OUTLINE CONTENT:

Bao gồm 9 bước sau:

B1: Tìm hiểu nhu cầu của người dùng ở từ khóa đó và nhóm từ khóa (đối với content blog)

B2: Xem heading của 10 đối thủ đầu tiên và liệt kê càng chi tiết càng tốt

B3: Brief Heading cho bài viết

B4: Brief Meta Title và Meta Description cho bài viết

B5: LSI keywords

B6: Brief những nội dung muốn truyền tải đến người dùng cho người viết

B7: Nguồn tham khảo

B8: URL

B9: Những yêu cầu khác

Bước 1: Tìm hiểu nhu cầu của người dùng ở từ khóa đó và nhóm từ khóa

Mỗi từ khóa, nhóm từ khóa sẽ có những nhu cầu riêng của người dùng, điều quan trọng nhất là chúng ta hiểu rõ được mong muốn của người dùng ở từ khóa đó. Tránh việc lên outline thừa content hay phân chia từ khóa không đúng.

Đặc biệt:

Hiểu đúng nhu cầu của từ khóa thì sẽ phân nhóm đúng hơn, không phải phân nhóm theo công cụ rập khuôn.

Những từ khóa dài sẽ khá dễ dàng để hiểu search intent, thế nhưng những từ khóa càng ngắn, chúng ta sẽ càng khó khăn trong quá trình hiểu search intent, đơn giản vì nó khá phức tạp

Vậy thì đâu là cách hiểu mong muốn của từ khóa:

Hiểu dựa trên việc tự đặt mình vào người dùng khi search từ khóa. Cái này càng hiểu sản phẩm sẽ càng hiểu keywords.

Search các từ khóa trên nhóm vào google, xem đối thủ đang nói tới những điều gì nhiều nhất.

Những đối thủ đang TOP từ khóa đó đang được Google đánh giá cao về thỏa mãn mong muốn của người dùng ở từ khóa đó. Tuy nhiên đối với những từ khóa có cạnh tranh quá thấp thì điều này lại không hiệu quả.

Bước 2: Xem layout của 10 TOP đầu, chi tiết hơn cần liệt kê ra heading của 10 TOP đầu tiên.

Vì sao phải là 10 đối thủ đầu tiên mà không phải là những đối thủ trang 2,3?

- 10 đối thủ TOP đầu tiên nó sẽ tổng hợp 10 kết quả mà Google yêu thích nhất cho từ khóa đó.

Trong trường hợp trên, cách xử lý là:

- Có thể chọn concept theo đối thủ trong trường hợp đối thủ trùng concept nhau nhiều (vì đó có thể là concept tốt nhất mà Google yêu thích với từ khóa này)
- Chọn concept chính là concept xuất hiện nhiều nhất, tuy nhiên trong bài vẫn thể hiện những concept khác mà người dùng quan tâm để cung cấp nhiều thông tin hữu ích hơn cho người dùng.

Bước 3: Lên Heading

Sau khi đã liệt kê những đề mục chính cần có trong bài, chúng ta bắt tay brief Heading dựa trên dữ liệu ở bước 1,2

LƯU Ý:

Heading 2 chứa từ khoá và từ khoá phụ (60-70%), còn lại 30% chứa LSI keywords

Heading 3 chứa 80-90% LSI keywords, còn lại 10-20% từ khoá và từ khoá phụ

Bước 4: Brief Meta Title, Meta Description và Heading 1

Meta title cần có:

- Chứa concept chính bạn muốn truyền tải cho khách hàng
- Title đủ quy định theo số ký tự cần cho phép (check bằng công cụ để xem hiển thị đúng chưa: <https://serpsim.com/>)
- Title cần gợi mở vấn đề:
 - TOP 10 quán ăn: gợi mở vấn đề là giới thiệu 10 quán ăn (ĐÚNG)
 - Đổi tiền Thái Lan sang Việt Nam ở đâu để không bị lỗ: Nơi đâu đổi tiền ổn nhất (ĐÚNG)
 - Tiong Bahru - Khu phố di sản giữa lòng Singapore: Không gợi mở vấn đề gì hết, không nên có title như thế này
- Title nên có số và những kí tự đặc biệt (sẽ làm nổi bật Meta Title lên)
- Nửa đầu title cần chứa từ khoá, nửa sau là những câu từ mang tính chất thu hút khách hàng click.

Meta Description cần có:

- Mô tả nội dung bài viết ngắn gọn, có chứa từ khóa chính và từ khóa phụ.

Heading 1:

- Nếu như Meta Title là concept của bài, cần thu hút khách hàng click thì Heading 1 là nội dung ngắn gọn mô tả xúc tích nhất của nội dung
- H1 chứa từ khoá chính.

Ví dụ Meta Title của nhóm bán nhà là: Mua bán nhà đất giá rẻ, khuyến mãi 10-20% năm 2021. Khi đó heading 1 sẽ là: Mua bán nhà đất giá rẻ 2021.

Bước 5: LSI Keywords

LSI hiện đang có trọng số rất cao trong SEO đồng thời trọng số của mật độ từ khoá đang giảm mạnh. LSI keywords sẽ giúp Google hiểu chủ đề và nhóm từ khoá của chúng ta, từ đó đánh giá cao content của chúng ta hơn. LSI keywords xuất hiện nhiều cũng khiến cho content của chúng ta chuyên sâu hơn, cung cấp nhiều thông tin giá trị hơn cho người dùng.

Sử dụng phần mềm Website Auditor, dựa trên dữ liệu 10 đối thủ cho từng nhóm rồi lấy ra 40-80

LSI keywords bổ sung vào file Outline. (LSI thường sẽ là những từ hay cụm từ xuất hiện nhiều trong những đối thủ của mình)

Có cách nữa là có thể sử dụng ahref, tìm những website cùng ngành ở nước ngoài rồi lấy LSI dựa trên nó. (dĩ nhiên vẫn sử dụng Website Auditor)

Nhân sự viết content sẽ cần phải thêm đủ LSI keywords và số lượng tương ứng từng từ vào nội dung theo yêu cầu từ người lên outline.

Chú ý: để tìm được LSI keyword sẽ rất tốn thời gian, nên hãy chọn ra những bài content có trọng số cao với dự án để làm.

Bước 6: Những nội dung bạn muốn người viết truyền tải thêm

Sẽ có những nội dung mà bạn muốn người viết phải nhấn mạnh hay truyền tải vào bài content. Có thể là cả bài hoặc trong những heading. Bạn cần nói lên những thứ đó khi lên layout để team content truyền tải đúng mong muốn của mình vào bài viết.

Bước 7: Nguồn tham khảo

Đưa ra một số nguồn mà bạn muốn người biên soạn nội dung tham khảo ở đó. Nên đa dạng từ 3-4 nguồn chứ không sẽ xảy ra tình trạng chỉ xào nấu 1-2 bài. Tuy nhiên cũng không nên quá đưa nhiều nguồn giống nhau vào bài viết, gây rối cho người viết.

Mỗi heading 2 cần có 1-2 nguồn để người viết có nhiều dữ liệu tham khảo hơn.

Bước 8: URL

Url cần ngắn gọn từ 4-7 chữ, chứa từ khoá chính. Bạn cần đưa luôn URL vào nếu không muốn các bạn content bê nguyên title làm url.

Bước 9: Những yêu cầu khác

Những yêu cầu hay quy chuẩn mà chúng ta muốn truyền tải cho người viết như:

- Số lượng chữ tối thiểu hoặc tối đa của cả bài
- Số lượng chữ trong từng heading có không
- Mật độ từ khoá xuất hiện như thế nào, xuất hiện chỗ nào nhiều, chỗ nào ít và mấy lần
- Bôi đậm, in nghiêng vấn đề gì không

.....

Lưu ý: Các bài content có trọng số càng cao, càng phải lên outline càng chi tiết