

🔍 seo bằng ai cho người mới bắt đầu|



Hướng dẫn nhập môn SEO bằng AI

Bốn chương, đi từ lúc bạn chưa biết nên viết gì cho đến khi bài viết được Google ghi nhận và có người đọc. Mỗi bước đều kèm prompt để bạn sao chép và dùng ngay.

Mục lục

Mở đầu	Tại sao bạn nên tin tôi?	3
Chương 1	Tìm từ khóa SEO	4
	1.1 Nếu bạn dùng AI Agent	5
	1.2 Nếu bạn dùng chatbot AI hoặc làm thủ công	7
Chương 2	Nghiên cứu đối thủ và tạo cấu trúc nội dung	12
	2.1 Nếu bạn dùng AI Agent	13
	2.2 Nếu bạn làm thủ công	14
Chương 3	Tạo nội dung và tối ưu SEO	17
	3.1 Nếu bạn dùng AI Agent	18
	3.2 Nếu bạn làm thủ công	20
Chương 4	Index bài viết và xây dựng backlink	23
	4.1 Nếu bạn dùng AI Agent	24
	4.2 Nếu bạn làm thủ công	25
Mở rộng	SEO tự động bằng AI Agent	30

Cách đọc ebook này

Mỗi chương đều có hai cách làm. **AI Agent** là công cụ có thể làm việc trực tiếp trên máy tính của bạn, ví dụ Codex và Claude Code. Bạn có thể xem hướng dẫn chi tiết cài [Claude Code](#) và [Codex](#) tại đây. Nếu dùng AI Agent, hãy đọc phần đầu của mỗi chương và giao trọn prompt cho Agent.

Nếu bạn dùng chatbot AI thông thường, hoặc muốn tự kiểm soát từng bước, hãy đi theo phần **làm thủ công**. Các đoạn được tô vàng trong prompt là chỗ bạn cần thay bằng thông tin của mình.

Tại sao bạn nên tin tôi?

Tôi đã làm SEO cho nhiều website của khách hàng doanh nghiệp, cả theo cách thủ công lẫn bằng AI. Quy trình trong ebook này là những gì tôi đang dùng hằng ngày, không phải lý thuyết đọc được ở đâu đó.

Website mới nhất tôi triển khai là backrun.co/blog. Toàn bộ phần SEO ở đây được thực hiện hoàn toàn bằng AI Agent, tôi không phải làm thủ công bước nào. So với ba tháng trước đó, kết quả thu được là:

+1.500%

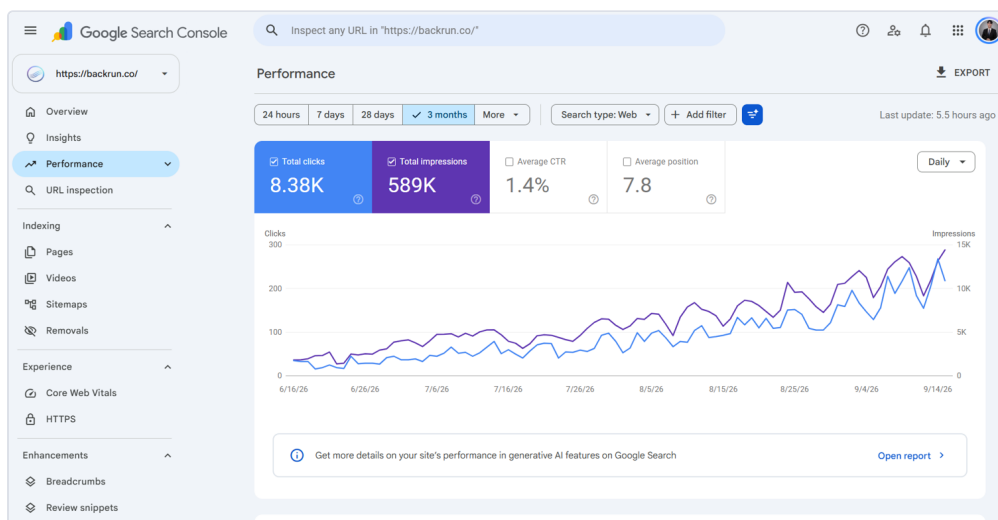
Traffic từ Google

+40.000%

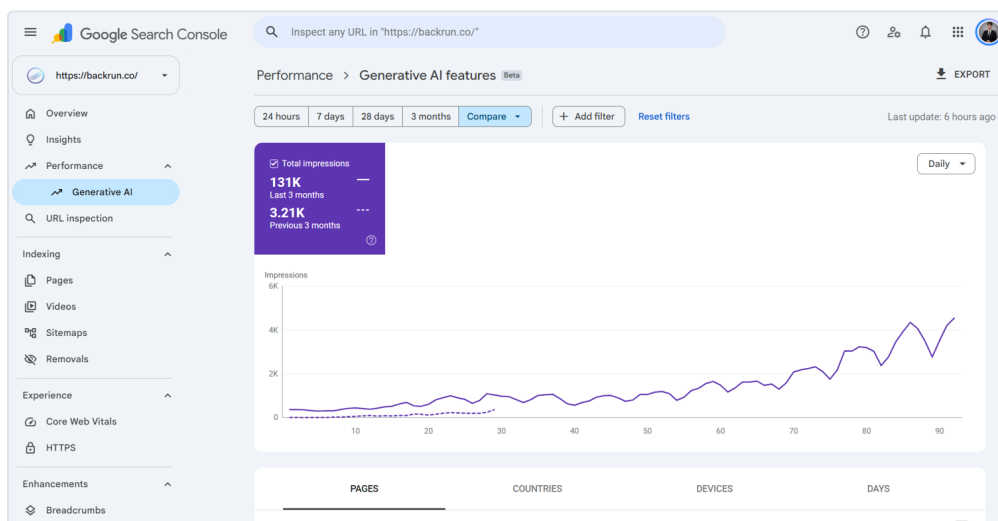
Traffic từ các công cụ AI đề xuất

+500%

Người dùng sản phẩm



Google Search Console: lượt nhấp và lượt hiển thị của backrun.co trong 3 tháng.



Lượt hiển thị trên các tính năng AI của Google: 131K trong 3 tháng, so với 3,21K của 3 tháng trước đó.



Tìm từ khóa SEO



Nghiên cứu đối thủ,
tạo dàn ý



Viết bài và tối ưu
SEO



Index và backlink



SEO tự động bằng
AI Agent

Chương 1

Tìm từ khóa SEO

Mục tiêu của chương

Kết thúc chương này, bạn sẽ có danh sách các chủ đề SEO nên viết trước, được sắp xếp theo mức độ ưu tiên.

Trong chương này

1.1 Nếu bạn dùng AI Agent

Điều kiện cần chuẩn bị

Prompt nghiên cứu từ khóa trọn gói

1.2 Dùng chatbot AI hoặc làm thủ công

Bước 1. Giúp AI hiểu sản phẩm

Bước 2. Tạo từ khóa hạt giống

Bước 3. Mở rộng và lấy dữ liệu

Bước 4. Kiểm tra Search Intent

Bước 5. Gom từ khóa thành nhóm

Bước 6. Chọn bài nên viết trước

1.1 Nếu bạn dùng AI Agent

Nếu bạn chưa biết cách dùng AI Agent, bạn có thể xem hướng dẫn chi tiết dùng [Claude Code](#) và [Codex](#) tại đây.

Với AI Agent, bạn có thể giao gần như toàn bộ quá trình nghiên cứu từ khóa chỉ bằng một prompt. Điều kiện duy nhất là Agent phải có dữ liệu thật về lưu lượng tìm kiếm.

Vì vậy, trước khi bắt đầu, hãy cấp cho Agent API của một công cụ nghiên cứu từ khóa. Nếu chưa có API, bạn tự nhập từ khóa vào công cụ để lấy lưu lượng tìm kiếm, rồi đưa kết quả đó cho Agent xử lý tiếp.

Prompt

Tôi muốn bạn thực hiện toàn bộ quy trình nghiên cứu từ khóa SEO cho website sau:

- Website: [URL]
- Sản phẩm/dịch vụ: [Tên sản phẩm hoặc dịch vụ]
- Khách hàng mục tiêu: [Mô tả khách hàng]
- Thị trường: [Việt Nam hoặc thị trường khác]
- API Key của công cụ nghiên cứu từ khóa: [Điền API Key nếu có]

Mục tiêu cuối cùng: tìm ra các nhóm từ khóa nên triển khai SEO trước.

Hãy tự thực hiện lần lượt các việc sau:

1. Phân tích website để hiểu:

- Sản phẩm hoặc dịch vụ đang cung cấp
- Khách hàng mục tiêu
- Những vấn đề khách hàng đang gặp
- Những nhu cầu có thể khiến họ tìm kiếm trên Google
- Những chủ đề liên quan trực tiếp đến sản phẩm

2. Tạo danh sách từ khóa hạt giống từ kết quả phân tích, sau đó mở rộng thêm các từ khóa liên quan.

3. Lấy dữ liệu từ khóa. Nếu tôi đã cung cấp API hoặc dữ liệu từ công cụ nghiên cứu từ khóa, hãy dùng dữ liệu đó để lấy:

- Search Volume
- Các từ khóa liên quan
- Các chỉ số khác nếu nguồn dữ liệu có cung cấp

Không tự ước tính hoặc tự tạo Search Volume, Keyword Difficulty hay bất kỳ số liệu SEO nào. Nếu chưa có nguồn dữ liệu thật, hãy để trống các trường này và báo cho tôi biết dữ liệu nào còn thiếu.

4. Kiểm tra kết quả Google cho từng từ khóa có tiềm năng. Phân tích các trang đang xếp hạng để xác định:

- Search Intent

- Vấn đề thực sự mà người tìm kiếm muốn giải quyết
 - Loại nội dung Google đang ưu tiên
 - Mức độ cạnh tranh tương đối của các kết quả hiện tại
- Không tự giả định kết quả Google nếu không thể tìm kiếm thực tế.

5. Gom nhóm từ khóa. Những từ khóa có cùng Search Intent và có thể được giải quyết bằng cùng một bài viết thì gom vào một nhóm. Mỗi nhóm gồm:

- 1 từ khóa chính
- 3-5 từ khóa phụ phù hợp
- Search Volume của từng từ khóa (nếu có dữ liệu)
- Tổng Search Volume
- Search Intent
- Chủ đề
- Loại nội dung nên triển khai

Không gom nhóm chỉ vì các từ khóa có từ ngữ giống nhau. Hãy ưu tiên Search Intent và kết quả tìm kiếm thực tế.

6. Chọn 10 nhóm từ khóa nên triển khai trước, sắp xếp từ ưu tiên cao xuống thấp, dựa trên:

- Mức độ liên quan đến sản phẩm
- Mức độ phù hợp với khách hàng mục tiêu
- Search Intent
- Search Volume
- Khả năng cạnh tranh với các kết quả hiện tại
- Khả năng mang lại khách hàng tiềm năng

7. Trình bày kết quả cuối cùng thành bảng:

| Ưu tiên | Từ khóa chính | Từ khóa phụ | Volume | Search Intent |

Nguyên tắc làm việc:

- Chủ động đọc website và các file tôi cung cấp
- Chủ động dùng công cụ hoặc API nếu đã được cấp quyền
- Không hỏi lại tôi ở từng bước nếu có thể tự làm tiếp
- Không tự tạo số liệu khi không có nguồn dữ liệu thật
- Nếu thiếu dữ liệu hoặc công cụ, hãy hoàn thành tối đa phần làm được và ghi rõ phần nào cần bổ sung

Cuối cùng, lưu toàn bộ dữ liệu nghiên cứu thành các file phù hợp để tôi dùng tiếp cho bước xây dựng kế hoạch nội dung SEO.

Khi Agent trả kết quả, bạn đã có bảng ưu tiên để chuyển thẳng sang Chương 2.

1.2 Nếu bạn dùng chatbot AI hoặc làm thủ công

Chatbot AI không tự truy cập được công cụ nghiên cứu từ khóa, nhưng bạn vẫn làm được toàn bộ quy trình trên. Điểm khác biệt là bạn sẽ đi từng bước, và tự lấy dữ liệu ở những chỗ cần số liệu thật.

1

Giúp AI hiểu sản phẩm của bạn

Chuẩn bị ba thông tin: địa chỉ website, tên sản phẩm hoặc dịch vụ, và mô tả khách hàng mục tiêu. Sau đó nhập prompt sau:

Prompt

Tôi muốn làm SEO cho sản phẩm/dịch vụ sau:

Website: [URL]

Sản phẩm: [Tên sản phẩm]

Khách hàng mục tiêu: [Mô tả]

Hãy phân tích:

- Khách hàng đang gặp vấn đề gì
- Họ có thể tìm gì trên Google
- Những chủ đề nào liên quan trực tiếp đến sản phẩm

2

Tạo từ khóa hạt giống

Từ khóa hạt giống là những từ khóa khởi đầu. Từ mỗi "hạt" này, bạn sẽ mở rộng ra nhiều từ khóa khác ở bước sau.

Prompt

Dựa trên thông tin trên, hãy liệt kê 20 từ khóa hạt giống.

Chia theo:

- Từ khóa thương mại
- Từ khóa giao dịch
- Từ khóa thông tin
- Từ khóa điều hướng

Không tự ước tính volume hoặc độ cạnh tranh.

AI sẽ trả về danh sách từ khóa phù hợp với website của bạn.

Mẹo

Muốn AI gợi ý được nhiều từ khóa hơn, hãy cung cấp thêm thông tin chi tiết về sản phẩm. AI càng hiểu sản phẩm, danh sách từ khóa càng sát và càng phong phú.

3

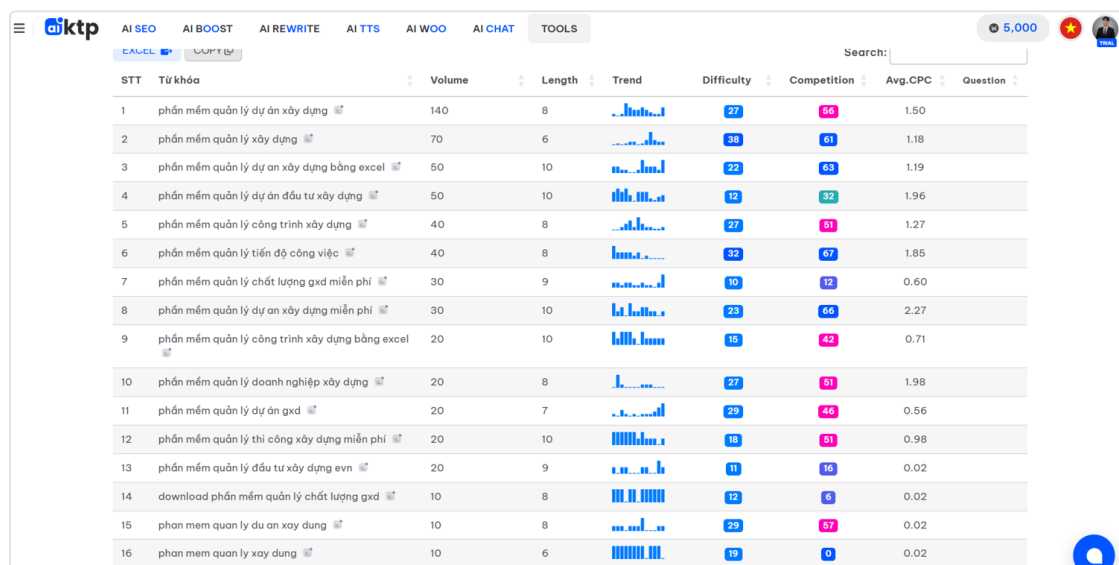
Mở rộng và lấy dữ liệu từ khóa

Đưa danh sách từ khóa hạt giống vào một công cụ nghiên cứu từ khóa, chẳng hạn:

- [AIKTP Keyword Planner](#)
- [Google Keyword Planner](#)
- [Keywordtool.io](#)
- Google Search, để xem thêm các từ khóa mở rộng mà người dùng thường gõ

Chọn những từ khóa liên quan đến sản phẩm và ghi vào một file Google Sheet. Mỗi dòng tối thiểu cần hai thông tin: **từ khóa** và **lưu lượng tìm kiếm (Volume)**. Số lượng từ khóa không giới hạn, bạn ghi được càng nhiều càng tốt.

Nếu chưa biết bắt đầu từ đâu, bạn có thể dùng [file Google Sheet mẫu này](#) để lưu trữ các từ khóa nghiên cứu được.



The screenshot shows the AIKTP Keyword Planner interface. It features a navigation bar with tabs for AI SEO, AI BOOST, AI REWRITE, AI TTS, AI WOO, AI CHAT, and TOOLS. A search bar is located at the top right. Below the navigation bar, there is a table with the following columns: STT, Từ khóa, Volume, Length, Trend, Difficulty, Competition, Avg.CPC, and Question. The table contains 16 rows of keyword data, each with a small bar chart in the Trend column and a small icon in the Question column.

STT	Từ khóa	Volume	Length	Trend	Difficulty	Competition	Avg.CPC	Question
1	phần mềm quản lý dự án xây dựng	140	8		27	66	1.50	
2	phần mềm quản lý xây dựng	70	6		38	61	1.18	
3	phần mềm quản lý dự án xây dựng bằng excel	50	10		22	63	1.19	
4	phần mềm quản lý dự án đầu tư xây dựng	50	10		12	32	1.96	
5	phần mềm quản lý công trình xây dựng	40	8		27	81	1.27	
6	phần mềm quản lý tiến độ công việc	40	8		32	67	1.85	
7	phần mềm quản lý chất lượng gxd miễn phí	30	9		10	12	0.60	
8	phần mềm quản lý dự án xây dựng miễn phí	30	10		23	66	2.27	
9	phần mềm quản lý công trình xây dựng bằng excel	20	10		15	42	0.71	
10	phần mềm quản lý doanh nghiệp xây dựng	20	8		27	51	1.98	
11	phần mềm quản lý dự án gxd	20	7		29	46	0.56	
12	phần mềm quản lý thi công xây dựng miễn phí	20	10		18	51	0.98	
13	phần mềm quản lý đầu tư xây dựng evn	20	9		11	16	0.02	
14	download phần mềm quản lý chất lượng gxd	10	8		12	6	0.02	
15	phan mem quan ly du an xay dung	10	8		29	57	0.02	
16	phan mem quan ly xay dung	10	6		19	0	0.02	

Dữ liệu từ khóa lấy từ công cụ nghiên cứu: volume, độ khó, mức cạnh tranh và CPC trung bình.

Nếu công cụ có API, bạn có thể yêu cầu AI kết nối trực tiếp với API đó để tự lấy dữ liệu. Nếu chưa rõ API là gì hay lấy ở đâu, bạn cứ hỏi AI, nó sẽ hướng dẫn bạn từng bước.

Ví dụ, khi đã có API của Keywordtool.io, tôi sẽ dùng prompt sau:

Prompt

Hãy đọc tài liệu API và kết nối với công cụ nghiên cứu từ khóa tại đây:
<https://keywordtool.io/api>

Sau đó, hãy nghiên cứu các từ khóa tôi cung cấp bên dưới và mở rộng thêm các từ khóa liên quan dựa trên dữ liệu thật:

[Dán danh sách từ khóa lấy được ở bước trước]

Lưu ý

Đừng để AI tự đoán số liệu. Volume do AI "nghĩ ra" có thể sai hoàn toàn và khiến bạn chọn nhầm chủ đề ngay từ đầu.

Mẹo

Nếu mới bắt đầu, hãy ưu tiên những từ khóa có volume từ 10 đến 500. Từ khóa có volume lớn hơn thường cạnh tranh rất gay gắt, khó lên top nếu bạn chưa có kinh nghiệm.

4

Kiểm tra ý định tìm kiếm (Search Intent)

Search Intent là mục đích thực sự của người dùng khi gõ một từ khóa. Cách đơn giản và đáng tin nhất để biết ý định này là nhìn vào những gì Google đang hiển thị, thay vì tự phỏng đoán.

1. Tìm từ khóa đó trên Google.
2. Xem 5 kết quả đầu tiên.
3. Sao chép tiêu đề và URL của 5 kết quả này.
4. Đưa cho AI kèm prompt bên dưới.

Prompt

Từ khóa: [keyword]

Đây là 5 kết quả đầu trên Google:

[Dán tiêu đề và URL của 5 kết quả]

Hãy xác định:

- Người dùng đang muốn gì?
- Google đang ưu tiên loại nội dung nào?

Nếu không muốn tìm từng từ khóa, bạn có thể đưa cả danh sách cho một AI có khả năng tìm kiếm web, rồi yêu cầu nó tự tìm trên Google và xác định ý định tìm kiếm cho từng từ khóa.

Mẹo

Nếu trang đầu kết quả toàn là những website cực lớn, hãy bỏ qua từ khóa đó. Ví dụ, với ngành điện máy, bạn sẽ phải đối đầu với Điện Máy Xanh hay Thế Giới Di Động, những đối thủ gần như không thể vượt qua.

5

Gom từ khóa thành nhóm

Bạn không cần viết một bài cho mỗi từ khóa. Rất nhiều từ khóa có chung một ý định tìm kiếm, và một bài viết tốt có thể trả lời được tất cả. Vì vậy, sau khi xác định Search Intent, hãy nhờ AI gom các từ khóa liên quan thành từng nhóm.

Prompt

Đây là danh sách từ khóa của tôi:

[Dán danh sách từ khóa]

Hãy gom các từ khóa có cùng Search Intent thành một nhóm.

Mỗi nhóm gồm:

- 1 từ khóa chính
- Các từ khóa phụ
- Lưu lượng tìm kiếm của từng từ khóa
- Search Intent

Sau đó, tạo thành file Google Sheet gồm các cột: pillar, từ khóa chính (1 từ khóa), từ khóa phụ (có thể nhiều từ khóa và chứa cả từ khóa chính), volume, ý định tìm kiếm.

Ví dụ kết quả

Từ khóa chính	Từ khóa phụ
CRM cho doanh nghiệp nhỏ	CRM cho SME, phần mềm CRM cho doanh nghiệp nhỏ, CRM cho doanh nghiệp vừa và nhỏ
CRM là gì	hệ thống CRM là gì, CRM dùng để làm gì
Giá CRM	chi phí CRM, CRM bao nhiêu tiền

💡 Cách chọn từ khóa chính và từ khóa phụ

- Mỗi nhóm chỉ có **1 từ khóa chính**. Đó thường là từ khóa có volume cao nhất, liên quan đến website và có mức cạnh tranh thấp.
- Chọn thêm **3-5 từ khóa phụ** xoay quanh từ khóa chính. Chúng giúp bài viết giải quyết trọn vẹn vấn đề và bao quát đầy đủ chủ đề.

6

Chọn bài nên viết trước

📌 Prompt

Hãy chọn 10 nhóm từ khóa SEO nên triển khai trước.

Ưu tiên dựa trên:

- Liên quan đến sản phẩm
- Đúng khách hàng mục tiêu
- Search Intent phù hợp
- Có volume
- Mức độ cạnh tranh thấp

Sắp xếp từ ưu tiên cao xuống thấp.

💡 Mẹo

Danh sách nhóm từ khóa này là "kho đề bài" của bạn. Từ lần sau, bạn không cần làm lại Chương 1 nữa. Mỗi lần viết bài mới, chỉ cần chọn một nhóm từ khóa và bắt đầu từ Chương 2.



Tìm từ khóa SEO



Nghiên cứu đối thủ,
tạo dàn ý



Viết bài và tối ưu
SEO



Index và backlink



SEO tự động bằng
AI Agent

Chương 2

Nghiên cứu đối thủ và tạo cấu trúc nội dung

Mục tiêu của chương

Kết thúc chương này, bạn sẽ có một dàn ý và Content Brief hoàn chỉnh để bắt đầu viết bài.

Trong chương này

2.1 Nếu bạn dùng AI Agent

Prompt phân tích đối thủ và tạo Content Brief

Tự kiểm tra lại dàn ý

2.2 Nếu bạn làm thủ công

Bước 1. Chọn từ khóa cần viết

Bước 2. Phân tích kết quả Google

Bước 3. Tạo outline bài viết

Bước 4. Tạo Content Brief

Bước 5. Kiểm tra lại trước khi viết

Từ chương này, chúng ta bắt đầu viết một bài SEO hoàn chỉnh dựa trên các từ khóa đã nghiên cứu được ở phần trước. Cách làm là chọn một từ khóa chính cùng các từ khóa phụ của nó, rồi triển khai thành một bài viết.

2.1 Nếu bạn dùng AI Agent

Từ kết quả của Chương 1, hãy chọn một nhóm từ khóa có mức ưu tiên cao. Sau đó giao cho Agent prompt dưới đây để nó tự phân tích đối thủ và dựng dàn ý.

Prompt

Từ khóa chính: [Từ khóa chính]

Từ khóa phụ: [Các từ khóa phụ]

Mục tiêu cuối cùng: tạo một dàn ý nội dung hoàn chỉnh, có thể dùng ngay để viết bài SEO.

Hãy tự thực hiện lần lượt các việc sau:

1. Phân tích kết quả Google cho từ khóa chính. Phân tích tối thiểu 5 kết quả tự nhiên đầu tiên để xác định:

- Search Intent chính
 - Vấn đề thực sự mà người tìm kiếm muốn giải quyết
 - Loại nội dung Google đang ưu tiên
 - Những nội dung mà phần lớn kết quả đều đề cập
 - Những thông tin bắt buộc phải có để đáp ứng Search Intent
 - Những nội dung còn thiếu, chưa rõ hoặc có thể làm tốt hơn các kết quả hiện tại
- Chỉ đề xuất Content Gap khi nội dung đó thực sự hữu ích cho người đọc. Không thêm nội dung chỉ để bài dài hơn hoặc để chèn thêm từ khóa.

2. Xây dựng outline dựa trên phân tích trên:

- Có 1 H1
- Tối đa 6 H2, không bắt buộc phải đủ 6
- Nội dung quan trọng nên xuất hiện sớm, nhưng vẫn giữ trình tự đọc tự nhiên
- Chỉ dùng H3 khi thực sự cần, và H3 phải làm rõ nội dung của H2 chứa nó
- Không tạo nhiều heading có nội dung trùng nhau
- Bám sát Search Intent và nhu cầu thực tế của người đọc

3. Tạo Content Brief hoàn chỉnh gồm:

- Đối tượng đọc
- Vấn đề hoặc nhu cầu chính của người đọc
- Title đề xuất
- Meta Description
- H1
- Outline H2, H3
- Nội dung cần triển khai trong từng phần

- Những dữ liệu, số liệu hoặc thông tin cần tìm nguồn

4. Tự review lại toàn bộ Content Brief trước khi hoàn thành.

Không tự tạo số liệu, nghiên cứu, thống kê hoặc thông tin thực tế nếu chưa có nguồn đáng tin cậy.

📌 Bạn vẫn là người duyệt cuối

Khi Agent trả kết quả, dừng dừng ngay. Hãy tự đọc lại dàn ý và đặt câu hỏi: dàn ý này đã thực sự trả lời đúng điều người tìm kiếm cần chưa? Nếu chưa, hãy chỉ ra chỗ chưa ổn và yêu cầu AI sửa lại.

2.2 Nếu bạn làm thủ công

1

Chọn từ khóa cần viết

Lấy một nhóm từ khóa ưu tiên từ Chương 1. Ví dụ:

Từ khóa chính	phần mềm CRM cho doanh nghiệp nhỏ
Từ khóa phụ	CRM cho SME, phần mềm quản lý khách hàng SME

2

Phân tích kết quả Google

📌 Prompt

Tôi muốn SEO từ khóa:

[Từ khóa chính]

Hãy tìm kiếm 5 kết quả đầu trang trên Google và phân tích:

- Ý định tìm kiếm chính của người dùng
- Các nội dung mà hầu hết đối thủ đều đề cập
- Những nội dung bắt buộc phải có để đáp ứng ý định tìm kiếm đó (chỉ đề xuất những nội dung thực sự hữu ích cho người đọc)
- Những nội dung còn thiếu hoặc có thể làm tốt hơn

AI sẽ chỉ ra hai điều quan trọng: những thông tin người đọc thực sự cần, và những điểm mà các bài SEO hiện tại chưa làm tốt. Điểm thứ hai chính là cơ hội để bài của bạn nổi bật hơn đối thủ.

3

Tạo outline bài viết

Prompt

Hãy tạo outline SEO cho từ khóa:

[Từ khóa chính]

Yêu cầu:

- Bám đúng Search Intent
- Có 1 H1 và tối đa 6 H2 (không phải bài nào cũng cần đủ 6 H2)
- Đưa các H2 quan trọng lên đầu, nhưng vẫn đảm bảo đúng trình tự đọc của người dùng
- Chỉ dùng H3 khi thực sự cần, và các H3 phải bao quát được nội dung của H2
- Không tạo heading chỉ để chèn từ khóa
- Bổ sung các Content Gap đã tìm được

Kết quả nên có dạng

```
H1 ...
H2 ...
H2 ...
  H3 ...
  H3 ...
  H3 ...
```

4

Tạo Content Brief

Content Brief là bản hướng dẫn chi tiết, giúp AI hoặc người viết biết chính xác bài cần viết những gì.

Prompt

Từ toàn bộ phân tích trên, hãy tạo Content Brief gồm:

- Từ khóa chính
- Từ khóa phụ
- Search Intent
- Đối tượng đọc
- Title đề xuất
- Meta Description
- H1
- Outline H2, H3
- Nội dung cần có trong từng phần

5

Kiểm tra lại trước khi viết

Trước khi chuyển sang viết bài, hãy dùng AI rà soát Content Brief một lần nữa:

Prompt

Hãy review Content Brief này.

Kiểm tra:

- Có đúng Search Intent không?
- Có phần nào thừa hoặc trùng lặp không?
- Có thiếu câu hỏi quan trọng nào không?
- Có điểm nào chỉ viết để SEO mà không hữu ích cho người đọc không?
- Có điểm nào cần nguồn hoặc dữ liệu thực tế không?

Sau đó đưa ra bản Content Brief cuối cùng.



Tìm từ khóa SEO



Nghiên cứu đối thủ,
tạo dàn ý



**Viết bài và tối ưu
SEO**



Index và backlink



SEO tự động bằng
AI Agent

Chương 3

Tạo nội dung và tối ưu SEO

Mục tiêu của chương

Từ Content Brief ở Chương 2, bạn sẽ có một bài SEO hoàn chỉnh và sẵn sàng đăng lên website.

Trong chương này

3.1 Nếu bạn dùng AI Agent

Prompt viết và tối ưu bài trọn gói

Đăng bài trực tiếp qua API

3.2 Nếu bạn làm thủ công

Bước 1. Viết bài từ Content Brief

Bước 2. Tối ưu lại SEO

Bước 3. Kiểm tra trước khi đăng

Bước 4. Đăng bài lên website

3.1 Nếu bạn dùng AI Agent

Khi đã có Content Brief, bạn có thể giao toàn bộ việc viết và tối ưu bài cho AI Agent. Prompt dưới đây gói cả sáu việc: viết, tối ưu On-page, chèn internal link, đề xuất hình ảnh, tự review và xuất kết quả.

Prompt

Website của tôi: [URL]

Đây là Content Brief của bài viết:

[Dán Content Brief]

Hãy viết hoàn chỉnh bài SEO theo Content Brief và tự thực hiện toàn bộ quá trình tối ưu trước khi trả kết quả cuối cùng.

1. Viết bài

- Bám đúng Search Intent đã xác định
- Viết cho người đọc trước, SEO sau
- Tuân thủ cấu trúc H1, H2, H3 trong Content Brief
- Đoạn văn ngắn, dễ đọc
- Dùng bullet, bảng hoặc ví dụ khi chúng thực sự giúp người đọc hiểu nhanh hơn
- Từ khóa chính và từ khóa phụ xuất hiện tự nhiên
- Không cố chèn từ khóa vào mọi heading
- Không lặp lại cùng một ý chỉ để tăng độ dài bài
- Không đặt giới hạn số từ cố định, hãy viết đủ để giải quyết tốt nhu cầu tìm kiếm (với bài blog, thường từ 1.200 từ trở lên)
- Không tự tạo số liệu, nghiên cứu, case study, trích dẫn hoặc thông tin thực tế

Nếu một thông tin quan trọng cần dữ liệu thực tế:

- Chủ động tìm nguồn đáng tin cậy nếu có khả năng truy cập Internet
- Ghi lại nguồn đã sử dụng
- Nếu không thể xác minh, đánh dấu rõ nội dung cần kiểm chứng thay vì tự tạo thông tin

2. Tối ưu SEO On-page

Sau khi viết xong, tự kiểm tra và tối ưu:

Title:

- Mô tả chính xác nội dung bài, câu văn liền mạch, tự nhiên
- Có từ khóa chính
- Độ dài lý tưởng: 50–60 ký tự
- Ví dụ: 5 Phần mềm quản lý xây dựng hiệu quả cho doanh nghiệp

Meta Description:

- Tóm tắt đúng giá trị bài viết
- Chứa từ khóa chính
- Không trùng lặp với các trang khác

- Độ dài lý tưởng: 140–160 ký tự
- Ví dụ: Bài viết này sẽ hướng dẫn sử dụng Claude AI chi tiết từng bước từ đăng ký tài khoản, cài đặt cho đến mẹo viết prompt để bạn tận dụng tối đa sức mạnh Claude.

URL:

- Ngắn gọn, dễ hiểu, chứa từ khóa chính
- Dùng dấu gạch ngang để phân cách từ
- Tránh các từ hoặc ký tự không cần thiết
- Ví dụ: blog.slimcrm.vn/phan-mem-quan-ly-xay-dung

Heading:

- Phần nội dung dưới mỗi H2 phải nhắc đến từ khóa chính ít nhất 1 lần
- Không bắt buộc H2 nào cũng có H3; nhưng nếu một H2 đã chia H3 thì phải có ít nhất 3 H3
- Heading mô tả rõ nội dung phía dưới
- Không tạo heading chỉ để chèn từ khóa

Nội dung:

- Kiểm tra từ khóa chính và từ khóa phụ đã được dùng tự nhiên chưa
- Loại bỏ những đoạn lặp ý
- Loại bỏ các câu viết chỉ để phục vụ SEO mà không mang lại giá trị
- Bổ sung ví dụ, bảng hoặc hướng dẫn khi giúp người đọc hiểu rõ hơn

3. Tìm Internal Link

Truy cập website của tôi, tìm những trang hoặc bài viết thực sự liên quan đến nội dung đang viết. Mỗi H2 chèn tối đa 1 internal link.

4. Hình ảnh

Xác định những vị trí mà hình ảnh thực sự giúp người đọc hiểu nội dung tốt hơn, lý tưởng là mỗi H2 có ít nhất 1 hình ảnh. Với mỗi hình ảnh đề xuất, ghi rõ:

- Vị trí trong bài
- Tên file ảnh
- Alt Text mô tả đúng nội dung hình ảnh

Sau đó hỏi tôi có muốn tạo hình ảnh luôn cho bài viết không. Nếu có, hãy tạo ảnh với ít chữ nhất có thể, tập trung dùng đồ họa 3D để thể hiện nội dung.

5. Tự review trước khi hoàn thành

Kiểm tra lại toàn bộ bài:

- Bài đã đáp ứng đầy đủ ý định tìm kiếm của từ khóa chính chưa?
- Có đoạn nào thừa hoặc trùng lặp không?
- Có nhồi nhét từ khóa không?
- Đã tối ưu SEO đầy đủ theo mục 2 chưa?

Tự sửa tất cả những vấn đề có thể sửa.

6. Xuất kết quả cuối cùng

- Title
- Meta Description
- URL đề xuất
- Bài viết hoàn chỉnh (internal link chèn vào anchor text hoặc bằng 1 câu dẫn)
- Danh sách hình ảnh kèm Alt Text

💡 Tiết kiệm thêm một bước

Nếu website dùng WordPress hoặc một hệ quản trị nội dung có API như [AIWeb](#), bạn có thể để AI Agent đăng bài trực tiếp lên website: điền Title, Meta Description, URL, nội dung, internal link và Alt Text cho hình ảnh.

3.2 Nếu bạn làm thủ công

1

Viết bài từ Content Brief

📋 Prompt

Đây là Content Brief của bài viết:

[Dán Content Brief]

Hãy viết bài SEO theo đúng brief.

Yêu cầu:

- Bám đúng Search Intent
- Viết cho người đọc trước, SEO sau
- Không nhồi nhét từ khóa
- Đoạn văn ngắn, dễ đọc
- Dùng bullet hoặc bảng khi phù hợp
- Không tự tạo số liệu
- Những chỗ có số liệu hoặc thông tin quan trọng phải được đánh dấu để kiểm chứng nguồn

Hãy nhớ nguyên tắc cốt lõi: nội dung phải tập trung giải quyết vấn đề của người đọc. Từ khóa chỉ cần xuất hiện tự nhiên, không lặp lại một cách máy móc.

2

Tối ưu lại SEO

Bản nháp đầu tiên thường chưa tối ưu đủ các yếu tố On-page. Hãy yêu cầu AI tối ưu lại bài viết bằng prompt dưới đây. Prompt này đồng thời là bảng quy tắc bạn nên nắm, vì bạn sẽ dùng lại nó cho mọi bài viết.

📋 Prompt

Hãy đọc tất cả những yếu tố SEO dưới đây và tối ưu lại bài viết:

Title Tag (thẻ tiêu đề trang)

- Hiển thị trên tab trình duyệt và trong kết quả tìm kiếm Google
- Độ dài lý tưởng: 50–60 ký tự
- Phải chứa từ khóa chính, đặt càng gần đầu càng tốt
- Không trùng lặp với các trang khác
- Ví dụ: 5 Phần mềm quản lý xây dựng hiệu quả cho doanh nghiệp

Meta Description (thẻ mô tả)

- Hiển thị phía dưới tiêu đề trong kết quả tìm kiếm, ảnh hưởng trực tiếp đến tỷ lệ click (CTR)
- Độ dài lý tưởng: 140–160 ký tự
- Chứa từ khóa chính, có thể cân nhắc thêm lời kêu gọi hành động
- Không trùng lặp với các trang khác
- Ví dụ: Bài viết này sẽ hướng dẫn sử dụng Claude AI chi tiết từng bước từ đăng ký tài khoản, cài đặt cho đến mẹo viết prompt để bạn tận dụng tối đa sức mạnh Claude.

URL (đường dẫn trang)

- Ngắn gọn, có nghĩa, chứa từ khóa chính; nên dùng luôn từ khóa chính làm đường dẫn
- Dùng dấu gạch ngang (-) để phân cách từ, không dùng gạch dưới (_)
- Tránh dùng số, ký tự đặc biệt hay ngày tháng
- Xấu: <https://vinno.vn/san-pham/slimcrm-phan-mem-quan-tri-cho-linh-vuc-xay-dung>
- Tốt: <https://vinno.vn/san-pham/phan-mem-quan-ly-xay-dung>

Nội dung

- Đây là yếu tố quan trọng nhất: viết cho người đọc trước, SEO sau, nội dung phải giải quyết được vấn đề của họ
- Viết đủ để giải quyết nhu cầu tìm kiếm; với bài blog, 1.200 từ là mốc tham khảo
- Phân bổ từ khóa tự nhiên, không nhồi nhét
- Phần nội dung dưới mỗi H2 nên có từ khóa chính; từ khóa phụ chèn rải rác, không yêu cầu số lượng
- Dùng từ đồng nghĩa, từ liên quan (LSI Keywords) để làm phong phú nội dung

Hình ảnh

- Đặt tên file ảnh có nghĩa, có thể dùng luôn từ khóa chính. Ví dụ: [phan-mem-quan-ly-xay-dung.png](#)
- Viết Alt Text mô tả hình ảnh, có chứa từ khóa chính hoặc từ khóa phụ
- Dung lượng mỗi ảnh nên dưới 500 KB

📄 Về Alt Text

Alt Text không nằm trong file ảnh. Bạn điền nó vào ô **Văn bản thay thế (Alt Text)** khi tải ảnh lên trình quản trị website, ví dụ trong thư viện Media của WordPress. Việc của AI là viết sẵn nội dung Alt Text để bạn sao chép và dán vào.

Thêm internal link

Internal link (liên kết nội bộ) là liên kết trỏ tới các trang liên quan trên chính website của bạn. Để tìm các bài phù hợp, dùng prompt:

Prompt

Tìm những bài viết liên quan trên website [Link website] của tôi để chèn vào bài viết này.

3

Kiểm tra trước khi đăng

Trước khi bấm đăng, hãy chắc chắn bài viết đã đạt đủ các mục sau:

☐ Title đã tối ưu

☐ Không nhồi nhét từ khóa

☐ Đã có Meta Description

☐ Đã có internal link

☐ URL ngắn gọn

☐ Ảnh đã có Alt Text

☐ H2, H3 đúng cấu trúc

☐ Hiển thị tốt trên mobile

4

Đăng bài lên website

Khi tất cả các mục trên đã được đánh dấu, bạn đăng bài lên website. Nhớ điền Title, Meta Description, URL và Alt Text vào đúng các ô tương ứng trong trình quản trị, thay vì chỉ dán chúng vào phần nội dung bài.



Tìm từ khóa SEO



Nghiên cứu đối thủ,
tạo dàn ý



Viết bài và tối ưu
SEO



Index và backlink



SEO tự động bằng
AI Agent

Chương 4

Index bài viết và xây dựng backlink

Mục tiêu của chương

Giúp bài viết được Google ghi nhận và đến được với người đọc, thay vì nằm im trên website.

Trong chương này

4.1 Nếu bạn dùng AI Agent

Agent làm được gì ở bước này

Prompt index và phân phối nội dung

4.2 Nếu bạn làm thủ công

Bước 1. Gửi bài lên Google Search Console

Bước 2. Xây dựng backlink

Cách 1. Tham gia thảo luận

Cách 2. Viết một bài mới

4.1 Nếu bạn dùng AI Agent

Ở chương này, AI Agent giúp bạn hai việc: gửi yêu cầu lập chỉ mục cho bài viết và chuẩn bị nội dung phân phối trên các nền tảng bên ngoài.

Agent chỉ tự gửi yêu cầu lập chỉ mục được khi bạn đã cấp cho nó quyền truy cập Google Search Console. Nếu chưa, bạn vẫn tự bấm trong Search Console theo mục 4.2, còn phần phân phối nội dung thì giao cho Agent.

Prompt

Website của tôi: [URL website]

Bài viết vừa đăng: [URL bài viết]

Quyền truy cập Google Search Console: [Đã cấp API / Chưa có]

Hãy tự thực hiện lần lượt các việc sau:

1. Index bài viết

- Nếu tôi đã cấp quyền truy cập Google Search Console, hãy kiểm tra URL bài viết và gửi yêu cầu lập chỉ mục, sau đó báo lại trạng thái index
- Nếu chưa có quyền, hãy hướng dẫn tôi thao tác trong Search Console và chuẩn bị sẵn URL để tôi dán vào
- Kiểm tra bài viết có đang chặn Google thu thập không (thẻ noindex, robots.txt) và báo lại nếu có vấn đề

2. Tìm nơi phân phối nội dung

Tìm các bài đăng, câu hỏi hoặc chủ đề đang được thảo luận, có liên quan trực tiếp đến nội dung bài viết của tôi, trên:

- Mạng xã hội: Facebook, LinkedIn, X, Zalo, Reddit
- Forum và cộng đồng chuyên ngành phù hợp với lĩnh vực của tôi

Với mỗi nơi, ghi rõ link và lý do phù hợp. Không tự bịa ra link hay cộng đồng không có thật.

3. Soạn nội dung cho từng kênh

- Với các cuộc thảo luận: viết câu trả lời đúng trọng tâm câu hỏi, cung cấp giá trị trước, chỉ chèn link khi người đọc cần xem hướng dẫn chi tiết hơn
- Với các nền tảng cho phép đăng bài: đề xuất 2-3 góc nội dung mới lấy từ bài gốc, mỗi góc là một bài độc lập, không sao chép nguyên bài
- Viết theo phong cách của từng cộng đồng, không viết kiểu quảng cáo

4. Xuất kết quả cuối cùng thành bảng:

| Kênh | Link | Loại nội dung | Nội dung đề xuất | Vị trí chèn link |

Nguyên tắc: không đăng cùng một nội dung lên hàng loạt nơi, không bình luận chỉ để đặt link. Mỗi nội dung phải có giá trị ngay cả khi người đọc không bấm vào link.

4.2 Nếu bạn làm thủ công

1

Gửi bài lên Google Search Console

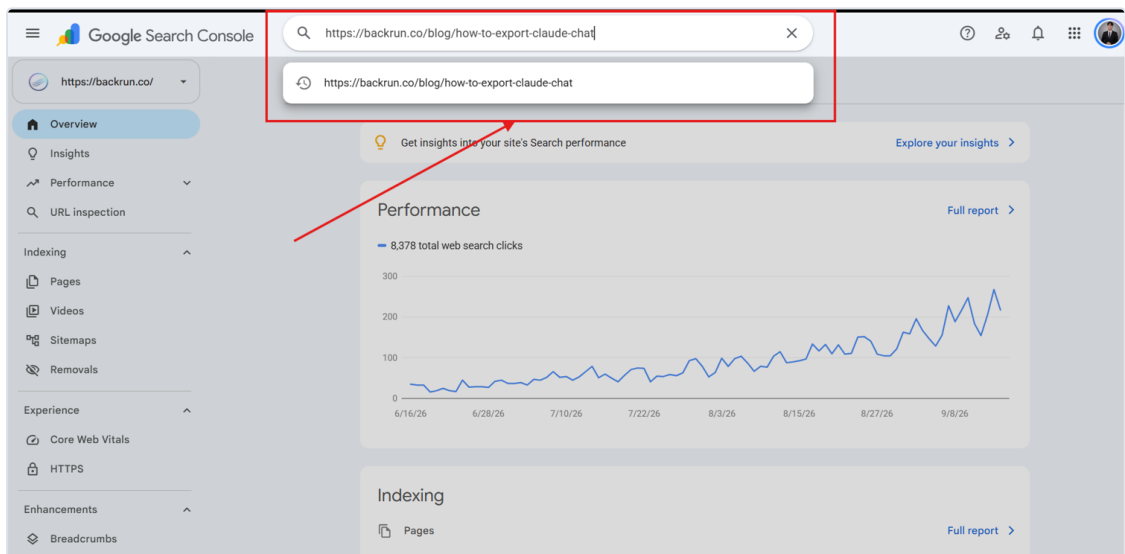
Đăng bài xong chưa có nghĩa là Google đã biết đến bài viết. Bước này giúp bạn chủ động báo cho Google rằng có một trang mới cần được thu thập.

ⓘ Điều kiện

Website đã được kết nối với Google Search Console và bạn có quyền quản trị. Nếu chưa biết cách kết nối, hãy hỏi AI để được hướng dẫn chi tiết.

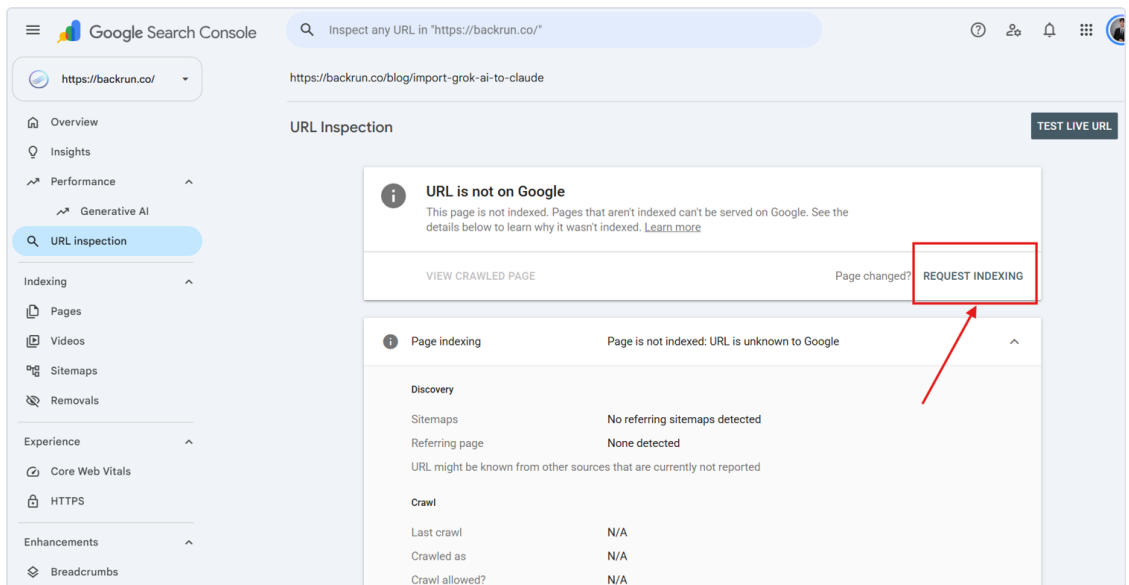
Sau khi đăng bài, bạn truy cập Google Search Console, chọn đúng website đang quản trị và thực hiện:

1. Sao chép URL bài viết vừa đăng.
2. Dán URL vào ô **Kiểm tra URL** ở phía trên cùng của Search Console.



Ô kiểm tra URL nằm ngay trên cùng, dán đường dẫn bài viết vào đây rồi nhấn Enter.

3. Chờ Google kiểm tra URL.
4. Chọn **Yêu cầu lập chỉ mục** (Request indexing).



Nếu trang chưa được lập chỉ mục, Search Console báo "URL is not on Google" và bạn chọn Request indexing.

5. Chờ Google thu thập và xử lý trang.

Index nghĩa là trang của bạn đã được Google ghi nhận vào chỉ mục và có khả năng xuất hiện trên kết quả tìm kiếm.

Lưu ý

Yêu cầu lập chỉ mục không đảm bảo bài sẽ xuất hiện ngay hay được xếp hạng cao. Đây chỉ là cách báo cho Google biết bài viết đã sẵn sàng.

2

Xây dựng backlink

Backlink là liên kết từ một website khác trở về website của bạn. Với Google, mỗi backlink chất lượng giống như một lời giới thiệu cho bài viết.

Sau khi đăng bài và gửi yêu cầu index, bạn có thể phân phối nội dung lên các nền tảng bên ngoài để tiếp cận thêm người đọc và tạo backlink. Một số kênh bạn có thể dùng:

Mạng xã hội

Facebook, LinkedIn, X, Zalo, Reddit

Forum, cộng đồng chuyên ngành

BrandsVietnam, Advertising Vietnam, Tinhte.vn, Viblo, VOZ

Website khác

Viết guest post, bài chia sẻ chuyên môn hoặc hợp tác nội dung

Có hai cách triển khai phổ biến.

Cách 1

Tham gia thảo luận và bình luận

Tìm những câu hỏi, bài đăng hoặc chủ đề có liên quan đến bài bạn đã viết. Thay vì chỉ để lại một đường link, hãy:

- Trả lời thẳng vào câu hỏi của người dùng
- Chia sẻ một vài thông tin thực sự hữu ích
- Chỉ chèn link khi người đọc cần xem hướng dẫn chi tiết hơn

Prompt

Đây là một bài thảo luận trên [Tên nền tảng]:

[Dán nội dung bài thảo luận]

Đây là bài viết của tôi:

[Dán URL]

Hãy viết một câu trả lời phù hợp với cuộc thảo luận.

Yêu cầu:

- Trả lời đúng vấn đề đang được hỏi
- Cung cấp giá trị trước khi giới thiệu link
- Không viết theo kiểu quảng cáo
- Chỉ chèn link khi thực sự phù hợp
- Viết tự nhiên theo phong cách của cộng đồng

Cách 2

Viết một bài mới

Bạn có thể lấy bài SEO gốc làm nguồn để viết một bài độc lập, đăng trên nền tảng khác. Đừng sao chép nguyên bài. Hãy chọn một góc nhỏ hoặc một vấn đề cụ thể và triển khai thành nội dung mới.

Ví dụ, từ bài gốc "**Phần mềm CRM cho doanh nghiệp nhỏ**", bạn có thể viết các bài cộng đồng như:

- 5 dấu hiệu doanh nghiệp nhỏ nên ngừng quản lý khách hàng bằng Excel
- Tôi đã thử quản lý khách hàng bằng Excel và bằng CRM: khác nhau thế nào?
- Những lỗi thường gặp khi doanh nghiệp bắt đầu triển khai CRM

Ở cuối bài, hoặc tại đoạn phù hợp, hãy dẫn người đọc về bài viết đầy đủ trên website của bạn.

Ở mức nâng cao hơn, bạn có thể viết hẳn một bài chuẩn SEO với góc nhìn khác ngay trên các nền tảng này, vừa có thêm cơ hội lên top, vừa có backlink. Tôi sẽ chia sẻ kỹ hơn về cách làm này ở phần sau.

Prompt

Đây là bài SEO của tôi:

[Dán nội dung hoặc URL]

Tôi muốn viết một bài mới để đăng trên [Tên nền tảng].

Hãy:

- Chọn một góc nội dung phù hợp với cộng đồng này
- Viết thành một bài độc lập, không sao chép nguyên bài gốc
- Tập trung chia sẻ kinh nghiệm hoặc kiến thức hữu ích
- Không viết theo kiểu quảng cáo
- Chèn một liên kết tự nhiên về bài gốc tại vị trí phù hợp

Nguyên tắc khi tạo backlink

Dù bình luận hay viết bài mới, nội dung của bạn nên:

- Liên quan trực tiếp đến chủ đề đang thảo luận
- Có giá trị ngay cả khi người đọc không bấm vào link
- Được điều chỉnh riêng cho từng nền tảng
- Chèn link tự nhiên, đúng ngữ cảnh

Những điều nên tránh

Tránh đăng cùng một nội dung lên hàng loạt website, bình luận chỉ để đặt link, hay mua số lượng lớn backlink từ các trang chất lượng thấp.

Mục tiêu không phải là có càng nhiều backlink càng tốt, mà là có liên kết từ những nội dung và cộng đồng thực sự liên quan đến chủ đề website của bạn.

Từ bài viết thứ hai trở đi, quy trình chỉ còn ba bước.

Danh sách nhóm từ khóa ở Chương 1 là kho đề bài của bạn. Mỗi lần viết bài mới, hãy chọn một nhóm trong danh sách đó, rồi đi lại từ Chương 2.

Chương 1

**Tìm từ khóa, làm
một lần**

Chương 2

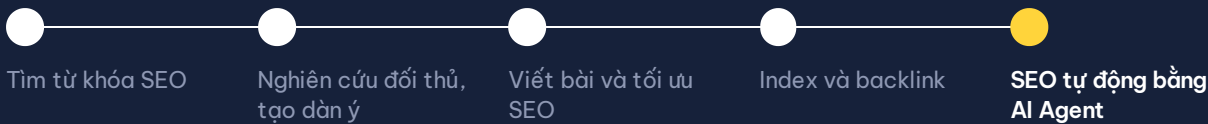
**Nghiên cứu đối
thủ, tạo dàn ý**

Chương 3

**Viết bài và tối ưu
SEO**

Chương 4

**Index và xây dựng
backlink**



Mở rộng

SEO tự động bằng AI Agent

Mục tiêu của chương

Bỏ nốt phần việc thủ công còn lại: để AI Agent tự viết và tự đăng bài lên website theo lịch.

Trong chương này

01 Điều kiện để chạy tự động

Nền tảng quản trị nội dung kết nối được với AI Agent

AIWeb của SlimAI

02 Cách bắt đầu

Đưa ebook này hoặc skill SEO cho Agent

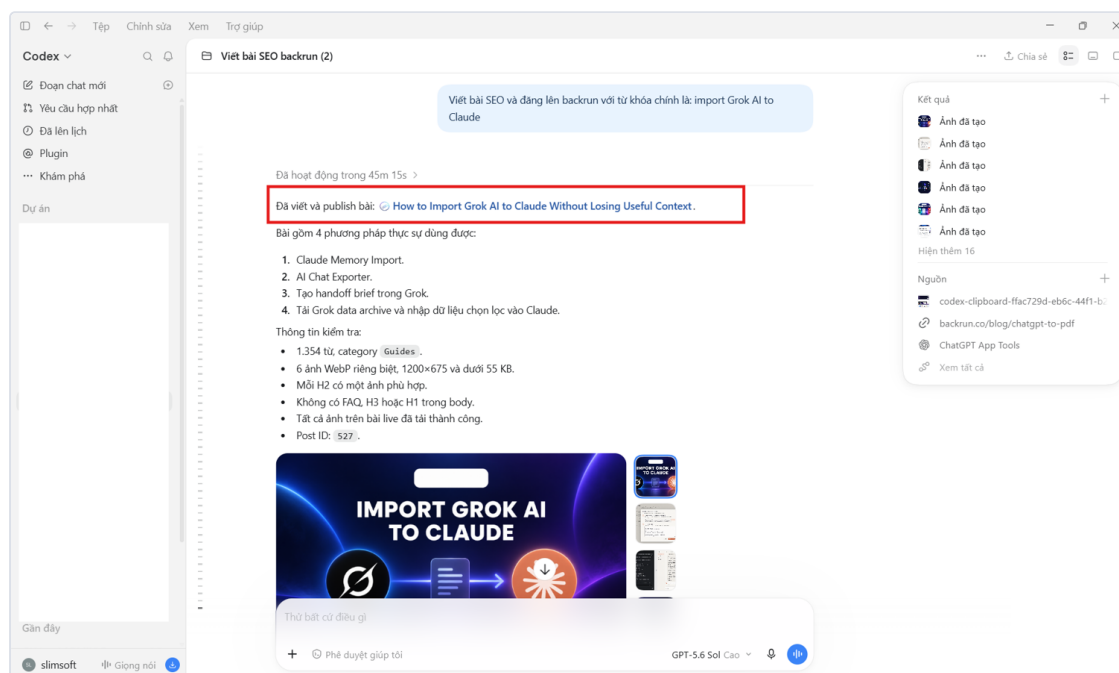
Đặt lịch chạy tự động

Nhận hỗ trợ từ chuyên gia SlimAI

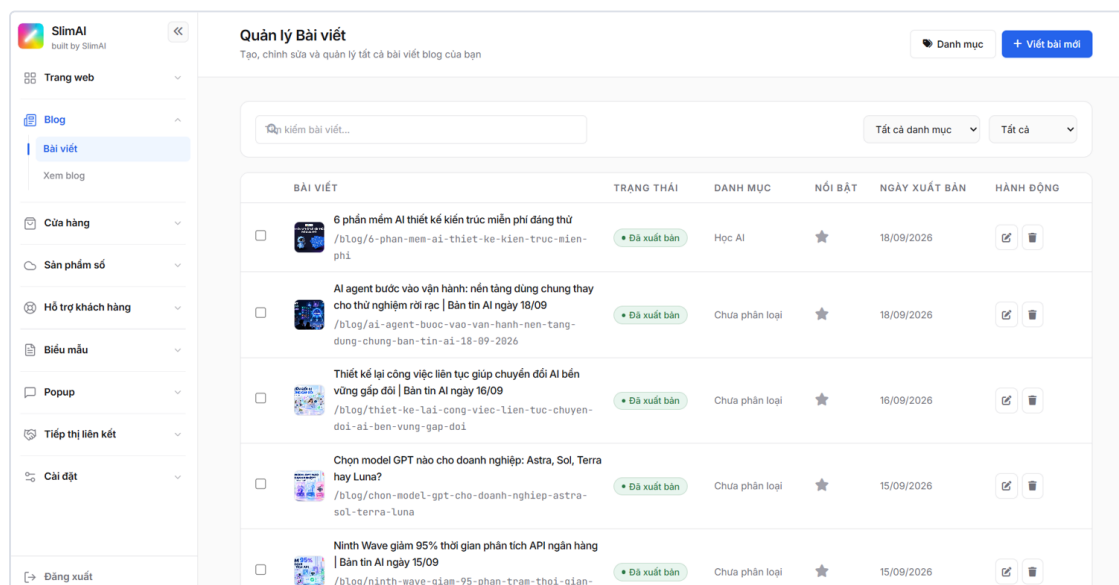
Bốn chương vừa rồi đã giúp bạn làm SEO bằng AI, nhưng phần việc thủ công vẫn còn: bạn phải mở từng công cụ, dán prompt, mang bài sang trình quản trị rồi bấm đăng.

Để SEO chạy hoàn toàn tự động, có một điều kiện bắt buộc: website của bạn phải nằm trên một nền tảng có phần quản trị nội dung (blog) kết nối được với AI Agent.

[AIWeb của SlimAI](#) là một trong những nền tảng như vậy. AIWeb cho phép AI Agent làm việc trực tiếp trên website của bạn: viết bài SEO, đăng bài, tạo landing page, dựng cửa hàng. Nghĩa là bạn có thể đặt lịch để Agent tự tạo và đăng bài SEO lên website theo định kỳ, thay vì ngồi làm từng bài một.



AI Agent nhận một từ khóa chính, tự viết bài, tạo ảnh minh họa và publish thẳng lên website.



Các bài do Agent đăng nằm sẵn trong trang quản trị bài viết của AIWeb, bạn chỉ việc kiểm tra lại.

Cách để SEO tự động

Khi đã có nền tảng, cách làm rất đơn giản: đưa ebook này cho AI Agent, hoặc cài cho nó một skill SEO, rồi yêu cầu nó viết bài SEO và đăng lên website. Nếu bạn chưa biết bắt đầu từ đâu, hãy hỏi chuyên gia của SlimAI, sẽ có người trả lời bạn.

Dùng thử AIWeb miễn phí

Nhận link demo và trải nghiệm việc để AI Agent viết bài, đăng bài ngay trên website của bạn.

Đăng ký dùng thử AIWeb ngay

Chat Zalo



zalo.me/2149150049752172750

Fanpage



facebook.com/ai.slim.vn

Chúc bạn có bài SEO đầu tiên lên top.

Khi muốn để AI Agent lo trọn phần viết và đăng bài, hãy quay lại phần Mở rộng ở cuối ebook.

Đăng ký dùng thử AIWeb ngay

Liên hệ với chúng tôi



Hướng dẫn nhập môn SEO bằng AI