

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Sinh viên : Nguyễn Đại Minh

Giảng viên hướng dẫn: Ths. Vũ Trọng Chiến

Hải Phòng - 2025

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

TỐI ƯU HOÁ CÔNG CỤ TÌM KIẾM (SEO) CHO
WEBSITE HPU.EDU.VN

ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Đại Minh

Giảng viên hướng dẫn: Ths. Vũ Trọng Chiến

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên : Nguyễn Đại Minh

Mã SV: 2112111026

Lớp : CT2501

Ngành : Công nghệ thông tin

Tên đề tài: Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm (SEO) cho website hpu.edu.vn

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

a. Mô tả tóm tắt đề tài

- Nghiên cứu và đề xuất các giải pháp tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) nhằm nâng cao thứ hạng và khả năng hiển thị của website hpu.edu.vn trên các công cụ tìm kiếm.

b. Kết quả cần đạt được

- Báo cáo phân tích hiện trạng SEO của website hpu.edu.vn.
- Chiến lược tối ưu SEO với kế hoạch từ khóa, cải thiện nội dung và kỹ thuật.
- Danh sách các cải tiến đã áp dụng (nội dung, liên kết, tốc độ tải trang...).
- Số liệu minh chứng hiệu quả SEO: thứ hạng từ khóa, lượng truy cập, thời gian ở lại trang.

c. Các yêu cầu đối với sinh viên

- Làm thực nghiệm tạo đơn vị quản lý trang web
- Báo cáo chi tiết và trình bày rõ ràng kết quả các công việc đã thực hiện
- Chủ động nghiên cứu, thực hành và trao đổi thường xuyên với giảng viên hướng dẫn

2. Các số liệu cần thiết để tính toán.

- Hướng dẫn chính thức của Google về SEO: Google Search Central
- Các công cụ hỗ trợ SEO: Google Analytics, Google Search Console, Ahrefs
- Tài liệu nội bộ và các số liệu truy cập của website hpu.edu.vn

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Công ty Cổ phần Giải pháp Công Nghệ Năm Sao

CÁC CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên : Vũ Trọng Chiến

Học hàm, học vị : Thạc sĩ

Cơ quan công tác : Trường Đại học Quản Lý và Công nghệ Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn :

- Tìm hiểu cơ bản về SEO và các yếu tố xếp hạng của công cụ tìm kiếm.
- Phân tích hiện trạng SEO của website hpu.edu.vn
- Đề xuất chiến lược tối ưu hóa
- Theo dõi và đánh giá hiệu quả của các giải pháp SEO được triển khai.

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 17 tháng 02 năm 2025

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 10 tháng 05 năm 2025

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Minh

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

Chiến

Hải Phòng, ngày tháng năm 2025

TRƯỞNG KHOA

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: **Vũ Trọng Chiến**

Đơn vị công tác : **Trường Đại học Quản Lý và Công nghệ Hải Phòng**

Họ và tên sinh viên : **Nguyễn Đại Minh**

Ngành: **Công nghệ Thông tin**

Nội dung hướng dẫn :

- Tìm hiểu cơ bản về SEO và các yếu tố xếp hạng của công cụ tìm kiếm.
- Phân tích hiện trạng SEO của website hpu.edu.vn
- Đề xuất chiến lược tối ưu hóa
- Theo dõi và đánh giá hiệu quả của các giải pháp SEO được triển khai.

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp

Sinh viên Nguyễn Đại Minh thể hiện tinh thần nghiêm túc, chủ động trong nghiên cứu và thực hiện đề tài. Sinh viên tuân thủ tiến độ, thường xuyên trao đổi với giảng viên, tiếp thu góp ý và điều chỉnh kịp thời. Thái độ trách nhiệm, sáng tạo được thể hiện qua việc áp dụng các công cụ như: Google Analytics, Google Search Console, ... để phân tích và tối ưu SEO.

2. Đánh giá chất lượng của đồ án/khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T.T.N, trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...)

- Lý luận: Đồ án trình bày rõ cơ sở lý thuyết về SEO, các yếu tố xếp hạng của Google, phân tích chuyên sâu các loại hình SEO (On-Page, Off-Page, kỹ thuật SEO).

- Thực tiễn: Đề tài phân tích chi tiết hiện trạng SEO của hpu.edu.vn, đề xuất và áp dụng giải pháp hiệu quả (liên kết nội bộ, tối ưu hình ảnh, xây dựng backlink). Kết quả cho thấy lưu lượng truy cập tự nhiên tăng 5,91%, thời gian ở lại trang tăng 11,76%.

- Tính toán số liệu: Số liệu được thu thập và phân tích chính xác qua các công cụ uy tín, minh chứng rõ hiệu quả tối ưu (tăng thứ hạng từ khóa, giảm tỷ lệ thoát).

- Hạn chế: Backlink chủ yếu từ profile; cần đa dạng nguồn liên kết chất lượng cao. Phần Tối ưu hoá nội dung (SEO Content) mới đề cập mức tổng quan.

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ

☐

Không được bảo vệ

☐

Điểm hướng dẫn

☐

Hải Phòng, ngày tháng năm 2025

Giảng viên hướng dẫn

(ký và ghi rõ họ tên)

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN CHẤM PHẢN BIỆN

Họ và tên giảng viên:

Đơn vị công tác:

Họ và tên sinh viên:

Ngành: Công nghệ Thông tin

Đề tài tốt nghiệp:

1. Phần nhận xét của giảng viên chấm phản biện

2. Những mặt còn hạn chế

3. Ý kiến của giảng viên chấm phản biện

Được bảo vệ

☐

Không được bảo vệ

☐

Điểm phản biện

☐

Hải Phòng, ngày.....tháng năm 2025

Giảng viên chấm phản biện

(ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ TỐI ƯU HOÁ CÔNG CỤ TÌM KIẾM 4

1.1 Tổng quan về công cụ tìm kiếm	4
1.1.1 Khái niệm	4
1.1.2 Thuật toán và tiêu chí xếp hạng của công cụ tìm kiếm	5
1.2 Giới thiệu về tối ưu hoá công cụ tìm kiếm	8
1.2.1 Khái niệm	8
1.2.2 Các loại hình SEO	8
1.2.3 Quy trình thực hiện SEO cho một trang web	11
1.2.4 Lợi ích của việc SEO trang web	12
1.3 Giới thiệu về trường và website “hpu.edu.vn”	13
1.3.1 Thông tin trường	13
1.3.2 Trang web “hpu.edu.vn”	15

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH HIỆN TRẠNG SEO CỦA WEBSITE 18

2.1 Phạm vi khảo sát và công cụ sử dụng	18
2.2 Phân tích hiệu suất SEO hiện tại	18
2.2.1 Hiệu suất tổng thể	18
2.2.2 Phân tích SEO On-Page	20
2.2.3 Phân tích SEO Off-Page	24
2.2.4 Phân tích SEO kĩ thuật	26
2.3 Đánh giá chung	27
2.4 Đề xuất giải pháp	28

CHƯƠNG 3: ÁP DỤNG GIẢI PHÁP TỐI ƯU 29

3.1 Tổng quan	29
3.2 Những giải pháp được áp dụng để tối ưu	30
3.2.1 Tăng cường liên kết nội bộ (Internal Linking)	30
3.2.2 Tối ưu hoá hình ảnh	37
3.2.3 Tạo profile backlinks	39
3.3 Kết quả	41
3.3.1 So sánh chỉ số trước và sau tối ưu	41

3.3.2	Phân tích và nhận xét kết quả đạt được.....	42
3.3.3	Hạn chế và hướng phát triển thêm.....	42
	Tài liệu tham khảo.....	44

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1:Hình minh hoạ công cụ tìm kiếm -----	4
Hình 2 Thị phần các công cụ tìm kiếm phổ biến trên toàn cầu (cập nhật năm 2024) -----	5
Hình 3:Ví dụ liên kết giữa các trang web -----	5
Hình 4:Khác biệt giữa kết quả SEO và Google Ads -----	8
Hình 5:Ví dụ của thẻ tiêu đề ngắn gọn -----	9
Hình 6 Ví dụ về tối ưu ảnh-----	10
Hình 7:Logo trường -----	13
Hình 8:Trang chủ của hpu.edu.vn-----	15
Hình 9 Trang blog- tin tức-----	16
Hình 10 Trang giới thiệu khoa công nghệ thông tin -----	16
Hình 11 Cấu trúc website-----	17
Hình 12 Thẻ tiêu đề và thẻ mô tả của trang chủ-----	20
Hình 13 Mật độ từ khoá của một bài viết-----	23
Hình 14 Từ khoá được bôi đen trong bài viết-----	24
Hình 15 Ảnh chưa đúng kích cỡ và chưa có thẻ alt -----	24
Hình 16 Trang facebook trường -----	25
Hình 17 Thông số tốc độ tải trang-----	26
Hình 18 Thông tin chứng chỉ SSL của hpu.edu.vn -----	27
Hình 19 Minh hoạ mô hình pillar content -----	30
Hình 20 Liên kết nội bộ công nghệ thông tin -----	32
Hình 21 Liên kết nội bộ Môi trường -----	32
Hình 22 Liên kết nội bộ kỹ thuật điện-điện tử -----	33
Hình 23 Liên kết nội bộ khoa Du lịch-----	34
Hình 24 Liên kết nội bộ Học bổng và khai giảng-----	34
Hình 25 Liên kết nội bộ Ngoại Ngữ -----	35
Hình 26 Liên kết nội bộ Quản trị kinh doanh-----	36
Hình 27 Trước và sau áp dụng liên kết nội bộ-----	37
Hình 28 Batch sửa ảnh IrfanView -----	38
Hình 29 Trước và sau khi sesize ảnh-----	38
Hình 30 Các tài khoản backlink profile đã lập -----	39
Hình 31 Trang profile trường trên 500px -----	40
Hình 32 Trang profile trường trên Ranker -----	40
Hình 33 Trang profile trường trên Speaker Deck -----	40

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ TỐI ƯU HOÁ CÔNG CỤ TÌM KIẾM

1.1 Tổng quan về công cụ tìm kiếm

1.1.1 Khái niệm

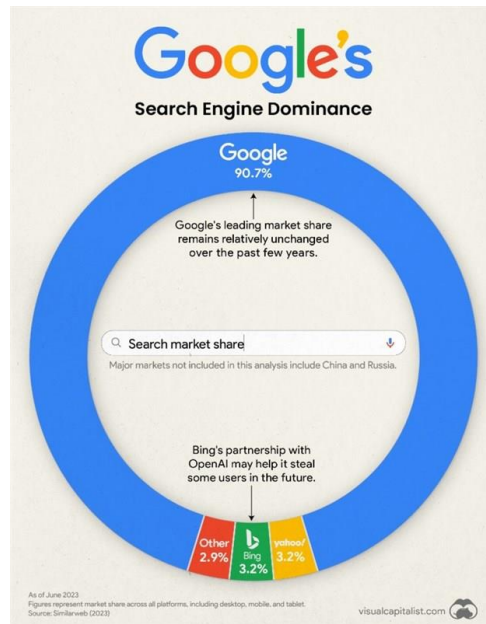
Công cụ tìm kiếm là một hệ thống phần mềm cung cấp các liên kết đến các trang web và các thông tin liên quan khác trên Internet nhằm đáp ứng truy vấn của người dùng. Người dùng nhập truy vấn thông qua trình duyệt web hoặc ứng dụng di động, và kết quả tìm kiếm thường là danh sách các liên kết, kèm theo các tóm tắt văn bản và hình ảnh. Người dùng cũng có thể giới hạn tìm kiếm cho một loại kết quả cụ thể, chẳng hạn như hình ảnh, video hoặc tin tức[1].



Hình 1: Hình minh họa công cụ tìm kiếm

Trên thị trường hiện nay, có nhiều công cụ tìm kiếm được sử dụng rộng rãi như Google, Bing, Yahoo, Baidu hay Yandex. Trong số đó, Google là công cụ thống trị với thị phần vượt trội so với các đối thủ còn lại, nhờ khả năng lập chỉ mục mạnh mẽ, tốc độ xử lý nhanh và độ chính xác cao trong việc trả về kết quả phù hợp với người dùng.

Theo thống kê gần đây, Google chiếm hơn 90% thị phần tìm kiếm toàn cầu, bỏ xa các công cụ khác như Bing, Yahoo và các nền tảng nội địa như Baidu hay Yandex.



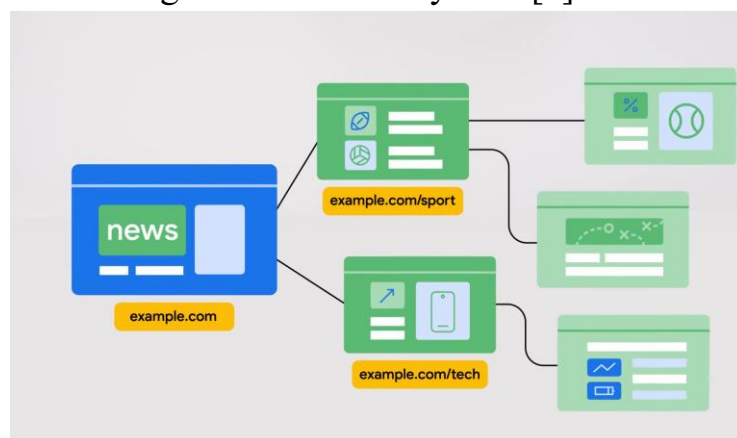
Hình 2 Thị phần các công cụ tìm kiếm phổ biến trên toàn cầu (cập nhật năm 2024)

Chính vì vậy, trong phạm vi đề tài này, các nội dung phân tích và chiến lược tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) sẽ tập trung chủ yếu vào Google – nền tảng mà phần lớn người dùng tại Việt Nam cũng như trên thế giới lựa chọn để truy cập và tìm kiếm thông tin.

1.1.2 Thuật toán và tiêu chí xếp hạng của công cụ tìm kiếm

a) Quá Trình Làm Việc Của Công Cụ Tìm Kiếm

1. Crawling (Thu thập dữ liệu): Crawling là quá trình đầu tiên trong đó công cụ tìm kiếm sử dụng các chương trình tự động gọi là "bots" để truy cập và thu thập thông tin từ các trang web. Các bot sẽ tìm kiếm các trang web mới qua các liên kết từ trang này sang trang khác. Khi truy cập một trang web, chúng sẽ lưu lại nội dung như văn bản, hình ảnh, và các thông tin khác trên máy chủ. [2]



Hình 3: Ví dụ liên kết giữa các trang web

2. Index (Lập chỉ mục): Sau khi thu thập dữ liệu các công cụ tìm kiếm sẽ phân tích và xử lý dữ liệu đã thu thập được và sắp xếp vào cơ sở dữ liệu. Quá trình lập chỉ mục này giống như việc tạo một thư viện số, nơi mỗi trang web được sắp xếp dựa trên nội dung, từ khóa chính, tiêu đề và nhiều yếu tố khác. Việc lập chỉ mục không chỉ đơn giản là lưu trữ thông tin; công cụ tìm kiếm còn cố gắng hiểu nội dung của trang để xác định nó có liên quan đến những truy vấn nào. Chẳng hạn, nếu một trang web chứa từ khóa "du lịch Hạ Long", công cụ tìm kiếm sẽ ghi nhận điều này và sẵn sàng hiển thị trang đó khi có người tìm kiếm liên quan.[2]
3. Ranking (Xếp hạng): Khi người dùng nhập một truy vấn vào công cụ tìm kiếm, hệ thống sẽ so sánh các trang web trong cơ sở dữ liệu và xếp hạng chúng dựa trên mức độ phù hợp với truy vấn đó. Công cụ tìm kiếm xét đến nhiều yếu tố như nội dung có liên quan không, độ tin cậy của trang, chất lượng liên kết dẫn đến trang đó, tốc độ tải trang và trải nghiệm của người dùng. Mục tiêu cuối cùng của việc xếp hạng là đảm bảo rằng những kết quả hữu ích và đáng tin cậy nhất sẽ được hiển thị đầu tiên.[2]

b) Các tiêu chí xếp hạng của công cụ tìm kiếm

Dù cơ chế cụ thể của mỗi công cụ tìm kiếm có thể khác nhau, nhưng có một số tiêu chí chung được áp dụng rộng rãi:

1. Chất lượng nội dung

- **Giá trị và độ chuyên sâu:** Nội dung cần mang lại giá trị thực cho người đọc, cung cấp thông tin chính xác, có chiều sâu và phù hợp với mục đích tìm kiếm. Nội dung độc đáo, được nghiên cứu kỹ lưỡng sẽ được ưu tiên xếp hạng cao.
- **Tính cập nhật:** Nội dung được cập nhật thường xuyên phản ánh sự mới mẻ và liên quan đến xu hướng hiện tại, giúp cải thiện khả năng hiển thị.

2. Tối ưu hóa từ khóa

- **Phân bố hợp lý:** Việc sử dụng từ khóa trong tiêu đề, mô tả meta, tiêu đề phụ và nội dung chính giúp công cụ tìm kiếm hiểu rõ hơn về chủ đề của trang.
- **Tránh nhồi nhét từ khóa:** Lạm dụng từ khóa (keyword stuffing) có thể dẫn đến hình phạt từ công cụ tìm kiếm, do đó cần sử dụng từ khóa một cách tự nhiên và có chủ đích.

3. Cấu trúc trang web và trải nghiệm người dùng (UX)

- **Tốc độ tải trang:** Một website tải nhanh không chỉ cải thiện trải nghiệm người dùng mà còn là yếu tố được Google đánh giá cao.
- **Thiết kế responsive:** Website cần được tối ưu hóa cho thiết bị di động, đảm bảo người dùng có trải nghiệm tốt trên mọi nền tảng.
- **Cấu trúc điều hướng hợp lý:** Menu, đường dẫn nội bộ và cấu trúc URL rõ ràng giúp người dùng cũng như công cụ tìm kiếm dễ dàng truy cập và hiểu nội dung.

4. Liên kết nội bộ và liên kết ngoài

- **Backlink chất lượng:** Các liên kết từ các website uy tín đóng vai trò như “phiếu bầu” cho chất lượng trang web. Số lượng và chất lượng của các backlink có ảnh hưởng lớn đến thứ hạng.
- **Liên kết nội bộ:** Sự kết nối giữa các trang trong website giúp phân bổ quyền lực (link juice) và cải thiện khả năng index của công cụ tìm kiếm.

5. Tương tác của người dùng

- **Chỉ số hành vi:** Các chỉ số như tỷ lệ thoát (bounce rate), thời gian ở lại trang (dwell time) và số trang được truy cập trên mỗi phiên là những dấu hiệu cho thấy mức độ hài lòng của người dùng.
- **Mức độ tương tác:** Các tương tác như chia sẻ, bình luận và lượt click cũng là các tín hiệu tích cực được công cụ tìm kiếm đánh giá.
- **Tính thân thiện với thiết bị di động:** Với xu hướng người dùng di động ngày càng tăng, website cần được tối ưu hóa cho di động để đáp ứng yêu cầu của cả người dùng lẫn công cụ tìm kiếm.

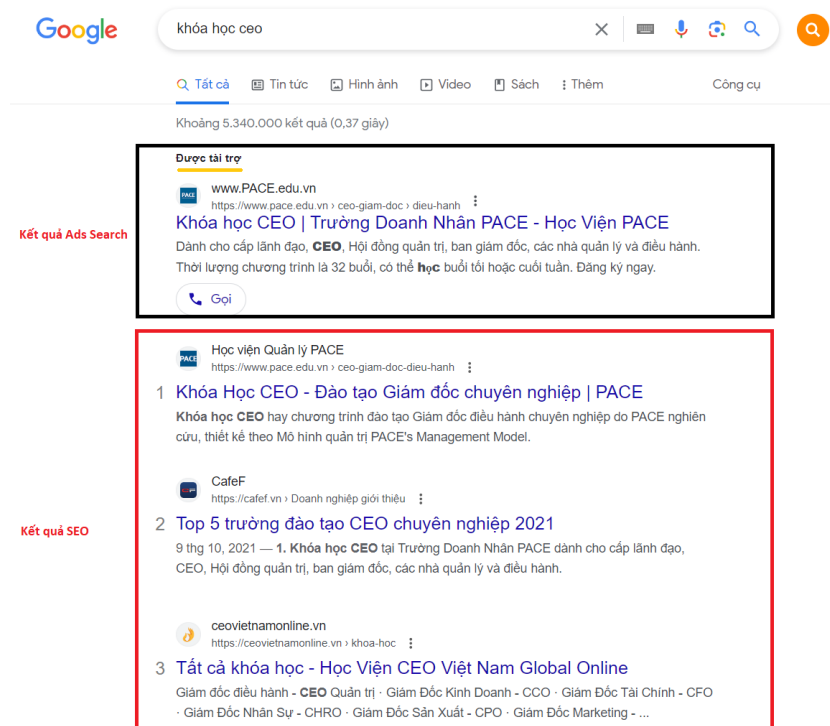
6. Yếu tố bảo mật và kỹ thuật

- **Bảo mật HTTPS:** Sử dụng giao thức bảo mật HTTPS không chỉ bảo vệ dữ liệu người dùng mà còn là một tiêu chí xếp hạng.
- **Tốc độ và hiệu suất:** Ngoài tốc độ tải trang, hiệu suất tổng thể của website (như khả năng xử lý tải cao) cũng là yếu tố quan trọng.
- **Cấu trúc dữ liệu (Structured Data):** Việc sử dụng Schema markup giúp công cụ tìm kiếm hiểu rõ hơn về nội dung trang, từ đó có thể hiển thị thông tin phong phú hơn (rich snippets) trong kết quả tìm kiếm.

1.2 Giới thiệu về tối ưu hoá công cụ tìm kiếm

1.2.1 Khái niệm

Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (Search Engine Optimization) hay thường được viết tắt bằng SEO, là quá trình tăng chất lượng và lưu lượng truy cập website bằng cách thứ hạng hiển thị của website cho người dùng trên các công cụ tìm kiếm như Google, Bing... SEO liên quan tới cải thiện kết quả tìm kiếm tự nhiên không tốn phí, không bao gồm việc mua quảng cáo hiển thị.[3]



Hình 4: Khác biệt giữa kết quả SEO và Google Ads

1.2.2 Các loại hình SEO

1. SEO On-Page

a. Tối ưu hoá nội dung

- Từ khoá: Nghiên cứu và chọn các từ khoá phù hợp. Chọn các từ khoá phù hợp dựa trên mức độ tìm kiếm, khả năng cạnh tranh và liên quan đến nội dung website. Phân bổ từ khoá một cách tự nhiên trong tiêu đề
- Chất lượng bài viết: Đảm bảo bài viết cung cấp thông tin hữu ích, giải đáp thắc mắc của người dùng. Bài viết cần có độ dài phù hợp, nội dung cần đủ chi tiết để giải quyết vấn đề người dùng đang tìm kiếm, nhưng không làm loãng ý chính. Kết hợp giữa bài viết, hình ảnh, video hoặc infographic để tăng tính hấp dẫn và tăng thời gian ở lại trang của người dùng.

b. Tối ưu cấu trúc trang

- URL: URL ngắn gọn, dễ nhớ, chứa từ khóa mô tả nội dung.
- Thẻ tiêu đề trang (Title Tag) và thẻ mô tả (Meta Description): Tiêu đề nên chứa từ khóa chính, ngắn gọn. Đảm bảo thẻ tiêu đề hiển thị đầy đủ trên các trình duyệt tìm kiếm, không bị hiển thị dưới dạng “...”

Khoảng 3.260 kết quả (0,62 giây)

Hướng dẫn Cách tự tạo USB ô tô nhanh nhất cho người mới ...

<https://chonoithatoto.vn> > Tin tức ▾

★★★★★ Xếp hạng: 4,8 - 12 phiếu bầu

thietkeweb9999.com > blogs > tin-tuc-thiet-ke-web > 2... ▾

Đường dẫn URL là gì? URL ảnh hưởng tới SEO như thế nào?

URL ảnh hưởng tới SEO như thế nào? Chắc hẳn khi bạn tìm đến bài viết này thì bạn đang có thắc mắc "đường dẫn URL là gì?" ...

Hình 5: Ví dụ của thẻ tiêu đề ngắn gọn

- Thẻ heading (H1,H2,H3...): Chỉ lên dùng thẻ H1 cho tiêu đề bài viết, chỉ nên có một thẻ H1 cho mỗi trang. Sử dụng thẻ H2,H3... để phân chia các mục nhỏ trong nội dung, giúp cấu trúc bài viết rõ ràng và nâng cao trải nghiệm người dùng.
- c. Tối ưu hình ảnh và dữ liệu
- Alt text: Mô tả hình ảnh bằng văn bản thay thế, giúp công cụ tìm kiếm hiểu nội dung và ngữ cảnh của hình ảnh, cải thiện khả năng xếp hạng trong tìm kiếm hình ảnh.
 - Caption và tên file ảnh: Sử dụng caption (chú thích) trực quan cho hình ảnh nếu cần. Đặt tên file ảnh có chứa từ khóa.
 - Kích thước và định dạng hình ảnh: Tối ưu hoá kích thước file để đảm bảo tốc độ tải trang nhanh nhưng vẫn giữ được chất lượng hiển thị ảnh cao



Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng (HPU)

Hình 6 Ví dụ về tối ưu ảnh

2. SEO Off-Page

a. Xây dựng và quản lý Backlink

- Liên kết nội bộ: Tạo liên kết giữa các bài viết có liên quan để giữ chân người dùng truy cập lâu hơn trên website và cải thiện trải nghiệm người dùng. Ngoài ra còn giúp bot của các công cụ tìm kiếm thu thập dữ liệu dễ dàng hơn
- Liên kết ngoài: Tìm kiếm các website uy tín, nội dung liên quan để trao đổi link hoặc được trích dẫn. Nhưng không chỉ chú ý đến số lượng mà còn phải xem xét mức độ uy tín, chủ đề liên quan của website liên kết đến

b. Xây dựng trang mạng xã hội và các trang vệ tinh

- Mạng xã hội: Việc chia sẻ nội dung trên Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram... không chỉ tạo lượng truy cập mà còn thúc đẩy việc lan truyền tin tức đến nhiều người dùng. Ngoài ra mạng xã hội đóng vai trò hỗ trợ xây dựng cộng đồng và uy tín thương hiệu, từ đó gián tiếp cải thiện thứ hạng tìm kiếm.
- Quảng bá: Sử dụng các chiến dịch quảng cáo, livestream sẽ gia tăng lượt chia sẻ và liên kết tự nhiên.

3. SEO kỹ thuật

- a. Tốc độ tải trang: Website tải chậm ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm người dùng và tỷ lệ thoát (bounce rate). Google cũng đánh giá cao các trang tải nhanh trong xếp hạng tìm kiếm. Xây dựng trang mạng xã hội và các trang vệ tinh
- b. Thân thiện với thiết bị di động:

- Responsive Design: Đảm bảo giao diện website tự điều chỉnh phù hợp với nhiều kích cỡ màn hình, từ điện thoại di động đến máy tính bảng và desktop.
- Tối ưu trải nghiệm người dùng trên di động: Giữ nội dung ngắn gọn, dễ đọc, tránh sử dụng popup gây phiền nhiễu và đảm bảo các nút, liên kết có đủ kích thước để tương tác dễ dàng trên màn hình cảm ứng.
- c. Bảo mật: Bảo mật trang web bằng chứng chỉ SSL không chỉ bảo vệ dữ liệu của người dùng mà còn là một trong các yếu tố xếp hạng của Google.
- d. Schema Markup: Là đoạn mã giúp cung cấp thông tin thêm cho các công cụ tìm kiếm về nội dung trang web, như đánh giá, giá sản phẩm, ngày tổ chức sự kiện...

1.2.3 Quy trình thực hiện SEO cho một trang web

SEO cũng giống như quảng cáo: cần có phương án và kế hoạch cụ thể.

Nếu làm SEO không đúng cách, không những không hiệu quả mà còn gây phản tác dụng. Vì vậy, mỗi người làm SEO cần xây dựng kế hoạch bài bản cho công việc của mình.

Bước 1: Khảo sát thông tin khách hàng

- Lấy thông tin về doanh nghiệp khách hàng
- Tìm hiểu lĩnh vực hoạt động, sản phẩm/dịch vụ của khách hàng.
- Phân tích đối tượng khách hàng mục tiêu (vị trí địa lý, tệp khách hàng)

Bước 2: Khảo sát website

- Sử dụng các công cụ phân tích như SEMrush, Ahrefs, Google Analytics để khảo sát tình trạng SEO hiện tại.
- Kiểm tra tốc độ tải trang bằng các công cụ như Google PageSpeed Insights
- Kiểm tra số lượng và chất lượng backlink:
 - Phân tích số lượng backlink trở về website.
 - Đánh giá chất lượng và độ uy tín của các backlink.
- Đánh giá khả năng SEO on-page:
 - Kiểm tra các thẻ meta (title, description).
 - Kiểm tra cấu trúc tiêu đề (H1, H2, H3...).
 - Phân tích và nghiên cứu từ khoá
 - Kiểm tra thứ hạng từ khoá chính và từ khoá phụ
 - Đánh giá mức độ cạnh tranh và cơ hội của từ khoá mới

- Đánh giá chất lượng nội dung (độ dài, từ khóa, tính hữu ích, sự trùng lặp).
- Kiểm tra tối ưu hình ảnh (tên file, thẻ alt, dung lượng).
- Kiểm tra hệ thống liên kết nội bộ (internal link).
- Xem xét footer, sitemap, tệp robots.txt và các yếu tố kỹ thuật khác.
- Đề xuất chiến lược tối ưu trang web
 - Ví dụ nh: Cải thiện tốc độ tải trang. Cải thiện trải nghiệm người dùng (UX/UI).Tối ưu từ khóa...

Bước 3: Thực hiện tối ưu trang web

- Ví dụ như: Chỉnh sửa ảnh, kích thước ảnh để cải thiện tốc độ tải trang.Tạo các liên kết nội để thiện trải nghiệm người dùng...
- Thống kê lại và kiểm tra hiệu quả SEO
 - Đánh giá hiệu quả sau tối ưu bằng các công cụ phân tích SEO.
 - Tiếp tục tinh chỉnh nếu cần thiết để đạt mục tiêu đề ra.

1.2.4 Lợi ích của việc SEO trang web

1. Tăng Lượng Truy Cập Tự Nhiên (Organic Traffic)

- Khi website đạt thứ hạng cao trong kết quả tìm kiếm, lượng truy cập từ khách hàng tiềm năng được cải thiện rõ rệt. Không giống như quảng cáo trả phí, lưu lượng truy cập tự nhiên giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí quảng cáo và tạo nguồn khách hàng bền vững theo thời gian.

2. Xây Dựng Thương Hiệu và Uy Tín

- Người dùng thường tin tưởng vào các website xuất hiện ở vị trí đầu tiên của kết quả tìm kiếm. Một website có thứ hạng cao sẽ được khách hàng coi là uy tín và có chất lượng, từ đó xây dựng thương hiệu mạnh mẽ trên thị trường trực tuyến.

3. Cải Thiện Trải Nghiệm Người Dùng (UX)

- Quá trình tối ưu SEO không chỉ dừng lại ở từ khóa mà còn bao gồm việc cải thiện cấu trúc website, tốc độ tải trang, tính thân thiện với thiết bị di động và trải nghiệm người dùng. Mọi yếu tố này đều góp phần giữ chân khách hàng ở lại website lâu hơn và tương tác nhiều hơn.

4. Chi Phí Hiệu Quả Và Đầu Tư Lâu Dài

- Mặc dù đầu tư ban đầu vào SEO đòi hỏi thời gian và nguồn lực, nhưng nó mang lại hiệu quả lâu dài. Khi đã có thứ hạng ổn định trên công cụ

tìm kiếm, bạn sẽ không cần phải chi tiêu quá nhiều cho quảng cáo, giúp tối ưu hóa ngân sách marketing một cách hiệu quả.

1.3 Giới thiệu về trường và website “hpu.edu.vn”

1.3.1 Thông tin trường



Hình 7: Logo trường

Tên trường: Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng
Địa chỉ: Số 36, đường Dân lập, phường Dư Hàng Kênh, quận Lê Chân, thành phố Hải Phòng
Email: hpu@hpu.edu.vn

Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng (HPU), tiền thân là Trường Đại học Dân lập Hải Phòng, là một trong những trường đại học ngoài công lập đầu tiên tại Việt Nam. Tọa lạc tại thành phố cảng sôi động, HPU không chỉ là nơi cung cấp tri thức mà còn là môi trường giúp sinh viên phát triển toàn diện thông qua triết lý đào tạo gắn liền thực tiễn: “Học thật để ra đời làm thật”. [4]

Sứ mạng-Tầm nhìn-Giá trị cốt lõi-Triết lý giáo dục của trường

1. Sứ mạng

Coi trọng sự năng động và sáng tạo, kiến thức và trí tuệ, tính nhân văn và trách nhiệm với xã hội, Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng luôn nỗ lực không ngừng nhằm cung cấp cơ hội học tập có chất lượng tốt nhất giúp sinh viên phát triển toàn diện trí lực, thể lực và nhân cách. Sinh viên tốt nghiệp của trường có năng lực của người công dân toàn cầu, hiểu

rõ bản thân, làm chủ và sử dụng sáng tạo kiến thức phục vụ cộng đồng và xã hội.

2. Tầm nhìn

Đến năm 2030, Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng là trường đại học định hướng ứng dụng, đa ngành, đa lĩnh vực, có chất lượng đào tạo và uy tín trong các trường đại học của Việt Nam.

Đến năm 2035, Nhà trường là nơi thu hút đào tạo và bồi dưỡng nhân tài, là lựa chọn ưu tiên cao nhất của các học sinh có hoài bão và tâm huyết đóng góp cho sự phát triển của cộng đồng và xã hội.

3. Giá trị cốt lõi

Trách nhiệm: Mọi thành viên của Trường luôn suy nghĩ và hành động với tinh thần trách nhiệm cao nhất với bản thân, với Nhà trường và với cộng đồng xã hội; luôn tôn trọng các quy định của Nhà trường và của pháp luật.

Liêm chính: Tôn trọng sự trung thực, công bằng, minh bạch trong các hoạt động.

Đoàn kết: Đoàn kết là sức mạnh của tập thể và của mỗi cá nhân các thành viên thuộc Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng.

Sáng tạo: Tự do tư duy, tự do sáng tạo, coi trọng các ý kiến phản biện vì sự phát triển và đảm bảo chất lượng giáo dục, đào tạo của Nhà trường.

Hiệu quả: Coi trọng tính hiệu quả trong các công việc, hoạt động nhằm đảm bảo sử dụng hiệu quả và bền vững các nguồn lực của Nhà trường và xã hội.

4. Triết lý giáo dục

Trải nghiệm - Khai phóng - Học hỏi **Hands-on - Progressive – Upskilling**

Trải nghiệm (Hands-on): Triết lý giáo dục này nhấn mạnh trải nghiệm thực tế của người học trong cuộc sống, trong một thế giới đa dạng, đa chiều. Người học là người suy nghĩ, nghiên cứu, giải quyết các vấn đề, sự kiện một cách có hệ thống, phù hợp với trải nghiệm của cá nhân trong bối cảnh cụ thể về văn hóa, xã hội và thế giới tự nhiên.

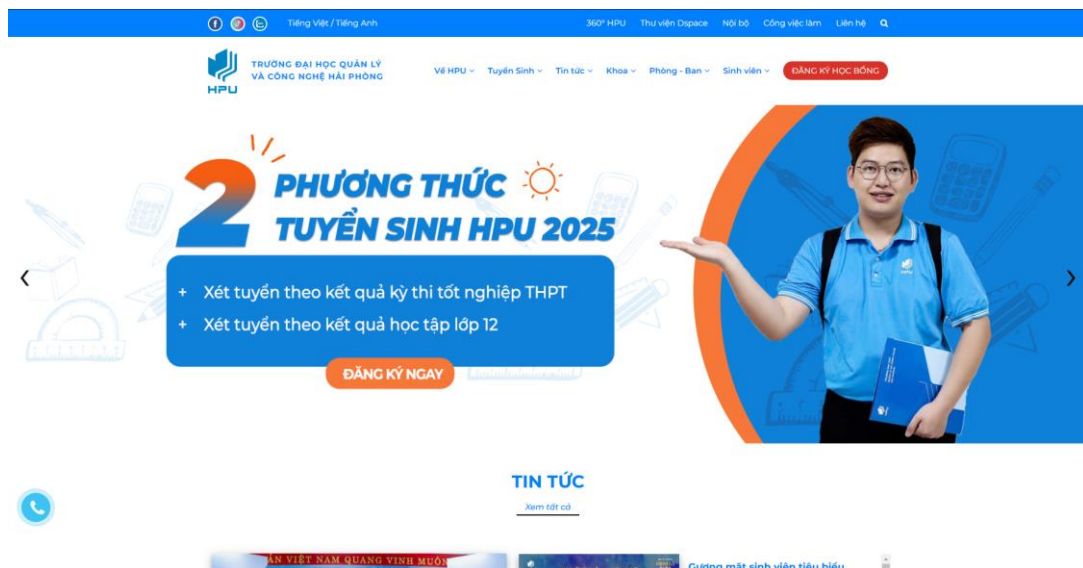
Khai phóng (*Progressive*): Triết lý giáo dục này hướng đến việc giáo dục, đào tạo con người toàn diện, có khả năng thích ứng với sự thay đổi của thế giới và có thể tự học hỏi suốt đời. Giáo dục khai phóng khuyến khích người học khám phá các năng khiếu, tiềm năng của bản thân ở nhiều lĩnh vực khác nhau, giải phóng tư duy sáng tạo, năng lực nổi trội của người học để họ trở thành người công dân toàn cầu, có trách nhiệm, góp phần xây dựng xã hội công bằng, bình đẳng và tốt đẹp hơn.

Học hỏi (*Upskilling*): Học là quá trình tìm kiếm câu trả lời cho câu hỏi của con người về bản thân và thế giới bên ngoài. Trong quá trình đó, người học chủ động trải nghiệm, tư duy và hoàn thiện kiến thức, kỹ năng, phẩm chất và các giá trị sống của mình.

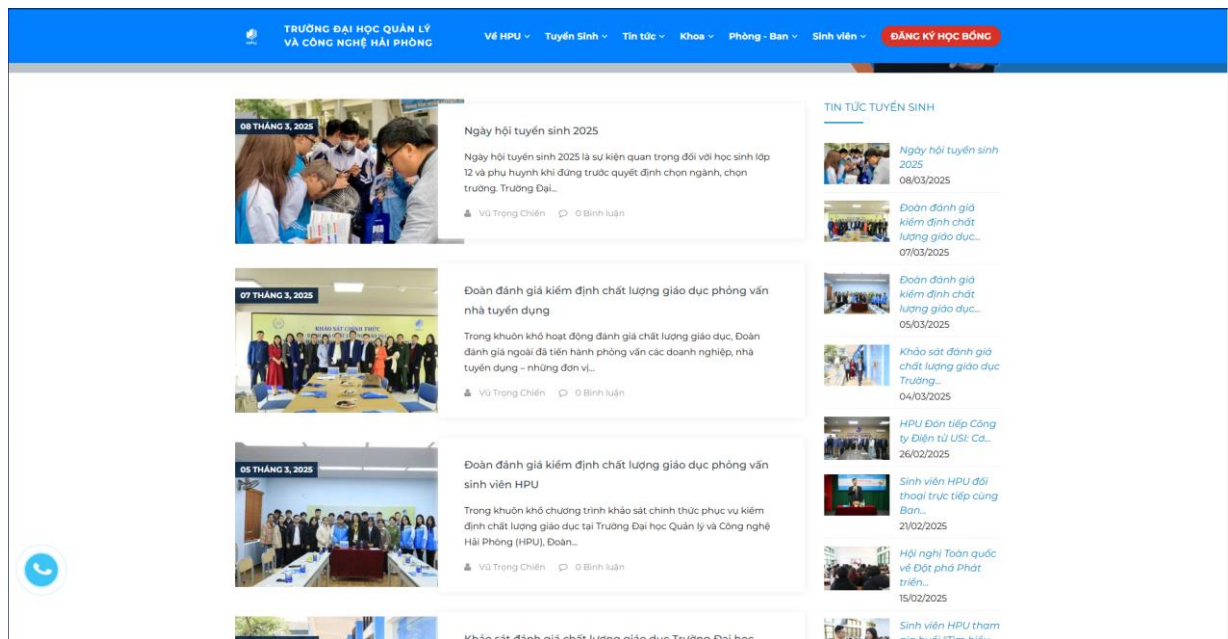
1.3.2 Trang web “hpu.edu.vn”

a) Giới thiệu

Trang web "hpu.edu.vn" là cổng thông tin chính thức của Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng (HPU). “hpu.edu.vn” được xây dựng để trở thành kênh kết nối giữa nhà trường với sinh viên, giảng viên, phụ huynh và đối tác.

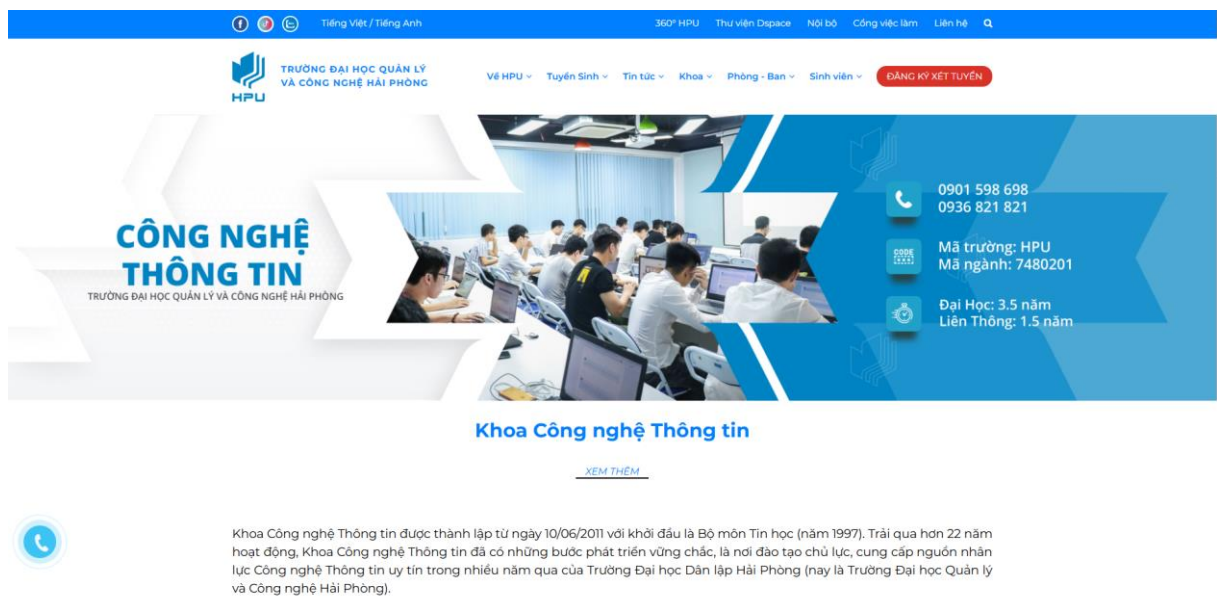


Hình 8: Trang chủ của hpu.edu.vn



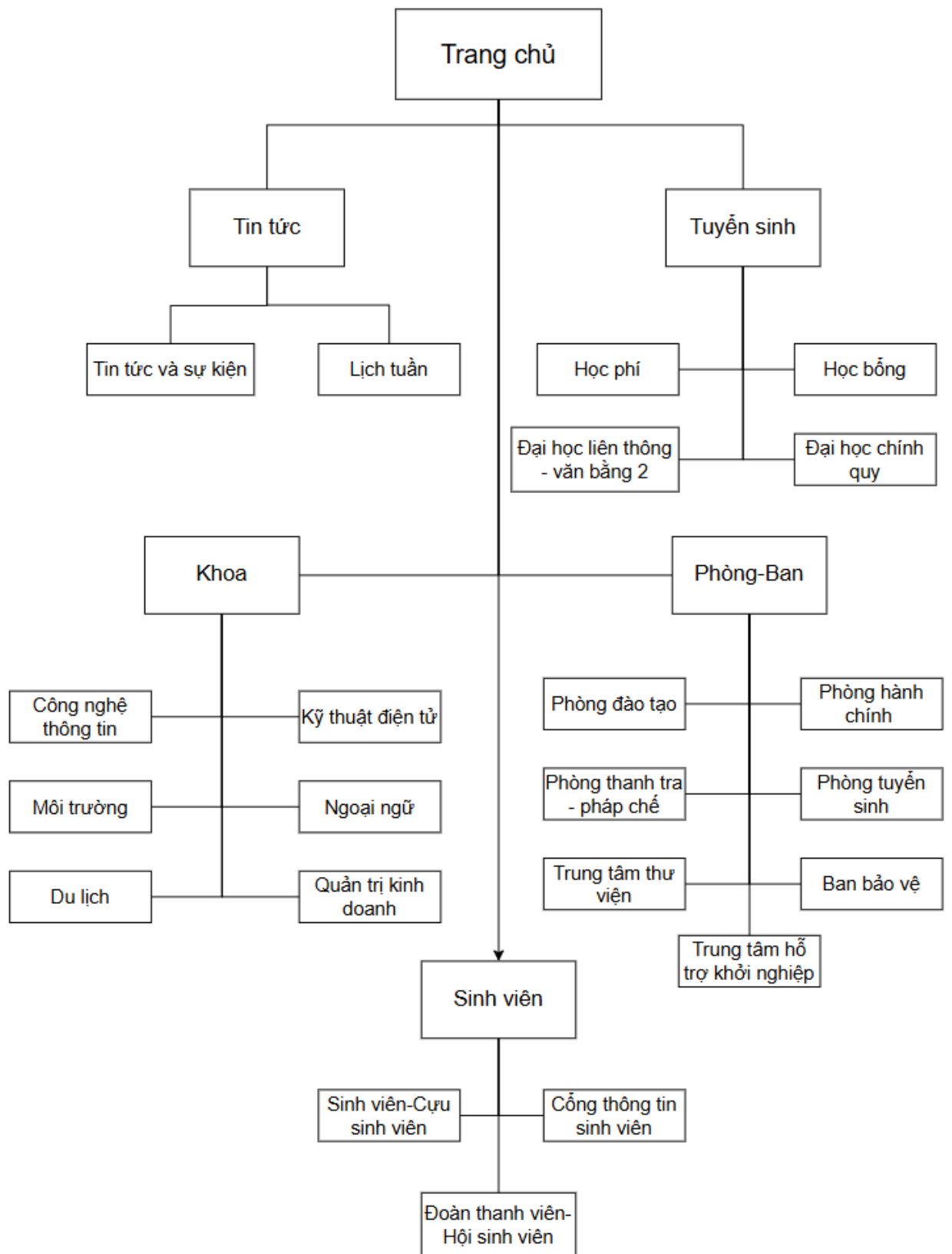
Hình 9 Trang blog- tin tức

Trang web cung cấp chi tiết về các chương trình đào tạo, thông tin tuyển sinh, hoạt động nghiên cứu khoa học và các sự kiện nổi bật. Ngoài ra, trang web còn hỗ trợ sinh viên với các dịch vụ như thư viện điện tử, công việc làm và thông tin về các hoạt động ngoại khóa, giúp sinh viên trải nghiệm môi trường học tập năng động và thực tiễn.



Hình 10 Trang giới thiệu khoa công nghệ thông tin

b) Cấu trúc website



Hình 11 Cấu trúc website

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH HIỆN TRẠNG SEO CỦA WEBSITE

2.1 Phạm vi khảo sát và công cụ sử dụng

1. Phạm vi

- Khoảng thời gian lấy số liệu khảo sát: Tháng 12/2024 - tháng 3/2025
- Phân tích SEO trên toàn bộ website của trường
- Đánh giá hiệu suất và thứ hạng tìm kiếm trên công cụ tìm kiếm Google

2. Phương pháp thực hiện

- **Phân tích SEO On-Page:** Tối ưu thẻ meta, từ khóa, nội dung bài viết, kiểm tra liên kết nội bộ giữa các bài viết liên quan. Chất lượng và kích thước ảnh
- **Phân tích SEO Off-Page:** Đánh giá backlink của các trang gắn liên kết. Xem xét mức độ uy tín, chủ đề liên quan của website liên kết đến.
- **Phân tích SEO kỹ thuật:** Kiểm tra tốc độ tải trang, có thân thiện với thiết bị di động hay không, bảo mật website

3. Công cụ sử dụng

- **SEMrush:** Phân tích trang web, cung cấp số liệu thông kê về hiện trạng SEO của website
- **PageSpeed Insights:** Kiểm tra tốc độ tải trang và độ thân thiện với thiết bị di động
- **Google Search Console, Google Analytics:** Đánh giá chung trang web, phân tích các từ khóa hiện tại, mức độ cạnh tranh
- **Ubersuggest:** Gợi ý từ khóa mới và mức độ cạnh tranh của từ khóa

2.2 Phân tích hiệu suất SEO hiện tại

2.2.1 Hiệu suất tổng thể

- Chỉ số Domain Authority(DA) là chỉ số do MOZ (công cụ hỗ trợ đo lường, kiểm soát chất lượng của website) đặt ra để đo lường uy tín và độ mạnh của một tên miền (domain). Chỉ số DA được đánh giá trên thang điểm 100, với điểm số càng cao thì khả năng xếp hạng trên các công cụ tìm kiếm càng cao [4]
- Domain Authority được xác định dựa trên ba yếu tố cơ bản là: Tuổi domain, mức độ phổ biến và độ lớn của website
 - Tuổi domain (tuổi tên miền): Tuổi đời càng cao thì sự tin tưởng của người dùng cũng sẽ càng cao. Những website lâu đời chứng tỏ có

uy tín và sẽ tiếp tục phát triển, và luôn được “ưu ái” từ các kết quả tìm kiếm.

- Mức độ phổ biến: Được đo bằng số lượng backlink chất lượng trỏ về website. Nếu được trỏ về nhiều từ những website uy tín chứng tỏ tên miền của bạn thuộc loại uy tín, có giá trị chia sẻ nên mới được lan truyền rộng rãi.
- Độ lớn của website: chính là số lượng trang (webpage), số lượng nội dung trên một website. Những website lớn, uy tín phải có nhiều nội dung, chất lượng bài viết tốt, đăng tải đều đặn hằng ngày, đi kèm là lượng backlink trỏ về những trang này lớn.
- Organic Traffic (Lượng truy cập tự nhiên) là lượng người dùng truy cập vào trang web thông qua kết quả tìm kiếm không phải trả tiền trên các công cụ tìm kiếm
- Organic social (Lượng truy cập từ mạng xã hội) là lượng truy cập tự nhiên không trả phí đến từ các trang mạng xã hội như Facebook, Pinterest,...
- Bounce Rate(tỉ lệ thoát) là phần trăm số người truy cập vào trang web nhưng rời đi ngay mà không thực hiện bất kỳ hành động nào như nhấp vào liên kết khác, điền form, hay chuyển sang trang khác.

Tháng	Domain Authority (DA)	Lượng truy cập tự nhiên (Organic Traffic)	Lượng truy cập từ mạng xã hội (Organic Social)	Bounce Rate(tỉ lệ thoát) (%)
Tháng 12/2024	32	3.863	457	46,43%
Tháng 1/2025	33	2.650	405	50,52%
Tháng 2/2025	33	4.472	158	36,95%
Tháng 3/2025	33	5.595	315	41,5%

- Thời gian ở lại trang trung bình là khoảng thời gian trung bình mà người dùng dành để đọc hoặc tương tác trên một trang web trước khi thoát ra. Chỉ số này phản ánh mức độ hấp dẫn và mức độ liên quan của nội dung đối với người truy cập. Thời gian ở lại càng lâu cho thấy người dùng quan tâm, đánh giá cao nội dung và có khả năng thực hiện thêm các hành động khác trên website. Ngược lại, thời gian ở lại ngắn có thể cho thấy nội dung chưa đủ hấp dẫn, thiếu liên kết nội bộ mời gọi, hoặc trải nghiệm người dùng chưa tốt.

Bảng dưới đây thể hiện thời gian ở lại trang trung bình hiện tại của website:

Tháng	Thời gian ở lại trang trung bình
Tháng 12/2024	2 phút 22 giây
Tháng 1/2025	2 phút 12 giây
Tháng 2/2025	2 phút
Tháng 3/2025	2 phút 07 giây

2.2.2 Phân tích SEO On-Page

1. Cấu trúc URL

- URL ngắn gọn, không chứa kí tự đặc biệt, chứa các từ khoá nội dung
 - Ví dụ: <https://hpu.edu.vn/blogs/trai-nghiem-hpu/truong-dai-hoc-uy-tin-tai-hai-phong>

2. Thẻ tiêu đề (Title) và mô tả (Meta Description)

- Thẻ tiêu đề chứa các từ khoá chính
- Thẻ tiêu đề có độ dài tối ưu (từ 50-60 kí tự), hiển thị đầy đủ hiển thị đầy đủ trên các trình duyệt tìm kiếm, không bị hiển thị dưới dạng “...”
- Thẻ mô tả có độ dài tối ưu (từ 150-170 kí tự), chứa các từ khoá chính được tối ưu

```
<title> Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng (Đại học HPU) </title>  
<meta name="description" content="Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng (Đại học HI  
-on - Progressive - Upskilling">
```

Hình 12 Thẻ tiêu đề và thẻ mô tả của trang chủ

3. Thẻ heading (H1, H2, H3...)

- Đảm bảo được mỗi trang chỉ có một thẻ H1
- Các bài viết được phân nhỏ H2, H3 giúp bài viết có cấu trúc rõ ràng
- Các thẻ heading đều chứa các từ khoá cần được tối ưu

4. Phân tích từ khoá

Sau đây là một số từ khoá mà nhà trường đang được định hướng triển khai nhằm nâng cao hiệu quả tối ưu hóa công cụ tìm kiếm

Các từ khoá chính:

- hpu
- đại học quản lý và công nghệ hải phòng
- đại học dân lập hải phòng
- các trường đại học ở hải phòng

- các trường đại học tại hải phòng
- học công nghệ thông tin ra làm gì
- điện tử truyền thông
- đồ án công nghệ thông tin
- các trường đào tạo ngành du lịch ở miền bắc
- các trường đại học ở miền bắc

Các từ khoá phụ(hỗ trợ làm rõ, chi tiết hoặc liên quan đến các từ khoá chính)

- sv.edu
- Ngôn ngữ Anh hpu
- học phí các trường đại học tại hải phòng
- top 20 trường đại học tốt nhất miền Bắc
- Top các trường đại học hải phòng
- top những trường đại học có việc làm cao miền bắc
- Top trường Công nghệ điện tử ở hải phòng
- chứng chỉ icdl là gì
- công nghệ thông tin sinh viên
- Top trường Công nghệ thông tin tại hải phòng

Từ khoá	Tổng lượng tìm kiếm	Thứ hạng trung bình	Tổng số lần nhấn	CTR (tỉ lệ nhấn)
hpu	3922	1.5	2010	51,2%
các trường đại học ở hải phòng	1170	1.7	426	36,4%
đại học quản lý và công nghệ hải phòng	797	1	289	36,3%
đại học dân lập hải phòng	770	1	248	32,2%
học công nghệ thông tin ra làm gì	1960	5.6	34	1,7%
điện tử truyền thông	83	1.1	32	38,6%
đồ án công nghệ thông tin	445	8.6	21	4,7%
sv.edu	910	1	816	89,7%
các trường đào tạo ngành du lịch ở miền bắc	84	1.2	25	29,8%
Ngôn ngữ Anh	4000	8.2	255	36%
các trường đại học tại hải phòng	2000	2.1	728	36,4%
học phí các trường đại học tại hải phòng	254	4.2	59	23,2%
top 20 trường đại học tốt nhất miền Bắc	170	1.9	62	36,5%
Top các trường đại học hải phòng	193	2.2	66	34,2%
top những trường đại học có việc làm cao miền bắc	147	1	59	40,1%
Top trường Công nghệ điện tử ở hải phòng	87	1.5	28	32,2%
chứng chỉ icdl là gì	312	2.9	91	29,1%
công nghệ thông tin sinh viên	519	3.2	178	34,3%
Top trường Công nghệ thông tin tại hải phòng	142	1	61	42,9%
các trường đại học ở miền bắc	1588	6.2	494	31,1%

Một số từ khoá mới và mức độ cạnh tranh

Từ khoá	Mức độ cạnh tranh*
Top trường đại học tại hải phòng xét tuyển học bạ 2025	Thấp
Tuyển sinh đại học tại Hải Phòng năm 2025 những trường nào?	Thấp
top trường đại học ngành du lịch lữ hành ở miền bắc	Thấp
Top trường đào tạo công nghệ thông tin ở miền Bắc	Trung bình
đại học hải phòng 2025	Cao
điện tử truyền thông	Trung bình
Top trường đào tạo Logistics ở miền Bắc	Thấp
Học điện tử động công nghiệp ở trường đại học nào ở Miền Bắc	Trung bình
Top trường đào tạo điện tử động công nghiệp ở miền Bắc	Trung bình
Học Kế toán ở trường đại học nào ở Miền Bắc	Cao
Top trường đào tạo Kế toán ở miền Bắc	Cao

(*) Theo đánh giá của Ubersuggest

5. Mật độ từ khoá

- Từ khoá chính xuất hiện tự nhiên trong nội dung, không nhồi nhét.
- Mật độ từ khoá lý tưởng (từ 1-2% của bài viết)

Keywords	Density	Frequency
hpu	1.41%	22
hải phòng	2.31%	36

Hình 13 Mật độ từ khoá của một bài viết

- Ngoài ra một số từ khoá chính còn được bôi đen giúp công cụ tìm kiếm tìm hiểu rõ hơn chủ đề của trang

MỤC LỤC BÀI VIẾT

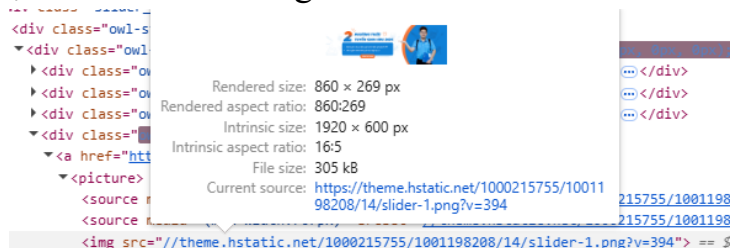
1. Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng
2. Trường Đại học Hải Phòng
3. Trường Đại học Hàng Hải Việt Nam
4. Đại Học Y Dược Hải Phòng
5. Lý do tại sao nên chọn trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng
 - 5.1. Đa ngành nghề nhiều sự lựa chọn
 - 5.2. Cơ sở vật chất đầu tư tốt

Hải Phòng, thành phố cảng lớn với bề dày lịch sử và phát triển, không chỉ nổi tiếng với cảnh đẹp biển mà còn là nơi hội tụ nhiều trường đại học uy tín. Trong bài viết này, hãy cùng Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng (HPU) khám phá danh sách **các trường đại học tại Hải Phòng**, chuyên đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cho cả khu vực duyên hải Bắc Bộ.

Hình 14 Từ khoá được bôi đen trong bài viết

6. Hình ảnh

- Chưa có thẻ Alt bị bỏ trống (hoặc không sử dụng)
- Ảnh khi được render chưa đúng kích cỡ của file ảnh tải lên



Hình 15 Ảnh chưa đúng kích cỡ và chưa có thẻ alt

7. Liên kết nội bộ

- Chưa có liên kết nội bộ để dẫn đến các bài viết có liên quan

2.2.3 Phân tích SEO Off-Page

- Referring domains (tên miền giới thiệu) là trang web web chứa liên kết trở đến website đích. Mỗi referring domain có thể chứa một hoặc nhiều backlink trở về trang web nhưng chỉ sẽ tính một lần
- Do-follow link là liên kết “thông báo” cho công cụ tìm kiếm rằng link này dẫn đến một website có nội dung tốt và an toàn cho người truy cập. Qua

đó giúp truyền tải độ uy tín và chất lượng từ website nguồn sang trang web đích.

- No-follow link là liên kết từ các trang web xấu độc đến trang web đích (ví dụ các website cá độ trực tuyến) và thường bị các bots bỏ qua. No-Follow link được sử dụng để hạn chế việc “spam” và nhồi nhét liên kết.

1. Số lượng và chất lượng backlinks

- Số lượng backlink: 465 nghìn
- Referring domains: 558
- Domain Authority (DA) trung bình của các trang giới thiệu: 42-51
- Số link Do-Follow: 464,825 (chiếm 99.9%)
- Số link No-Follow: 670 (chiếm 0.1%)

2. Mạng xã hội và các trang vệ tinh

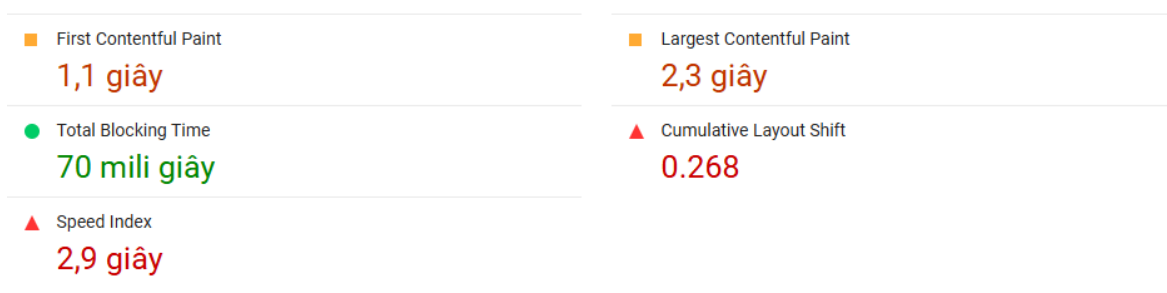
- Trường xuất hiện trên nhiều trang mạng xã hội như Facebook, Youtube, Pinterest,...
- Các trang mạng xã hội của trường đều backlinks về trang web trường và bài viết, giúp tạo ra “hệ sinh thái mạng” cộng đồng trường
- Các trang mạng xã hội được cập nhật thường xuyên, đăng bài và thông tin mới liên tục. Không có hiện trạng trang bị “bù nhìn”, bỏ trống



Hình 16 Trang facebook trường

2.2.4 Phân tích SEO kĩ thuật

1. Tốc độ tải trang



Hình 17 Thông số tốc độ tải trang

Chỉ số	Kết quả	Mức đề xuất(*)	Đánh giá
First Contentful Paint (FCP)	1,1 giây	≤1,8 giây	Tốt
Largest Contentful Paint (LCP)	2,3 giây	≤2,5 giây	Tốt
Total Blocking Time (TBT)	70 mili giây	≤200 mili giây	Tốt
Cumulative Layout Shift (CLS)	0.268	≤0,1	Cần cải thiện
Speed Index	2,9 giây	≤3,4 giây	Tốt

(*) Mức đề xuất được Google Core Web Vitals công bố

First Contentful Paint (FCP): là thời điểm mà nội dung đầu tiên được hiển thị trên màn hình

Largest Contentful Paint (LCP): Thời gian tải nội dung lớn nhất trên trang

Total Blocking Time (TBT) Đo tổng thời gian mà trang web bị "đơ" do các tác vụ JavaScript nặng, khiến người dùng không thể tương tác

Cumulative Layout Shift (CLS): Đo mức độ thay đổi bố cục bất ngờ của các phần tử trên trang trong quá trình tải. Nếu trang bị dịch chuyển nội dung bất ngờ (do quảng cáo, hình ảnh chưa tải xong...), người dùng sẽ thấy khó chịu.

Speed Index: Tốc độ tổng thể của trang web

Tốc độ tải website ở mức ổn, không gặp hiện trạng “đơ”. Do trang chủ sử dụng hiệu ứng slide tự động di chuyển làm cho chỉ số Cumulative Layout Shift (CLS) cao hơn mức đề xuất

2. Bảo mật

- Website có chứng chỉ SSL, giúp bảo vệ thông tin cá nhân người dùng

✓ Thông tin chung của chứng chỉ

Tên gọi chung: hpu.edu.vn

Giá trị: từ 23/02/2025 đến 24/05/2025

✓ Thời gian hết hạn chứng chỉ

Chứng chỉ sẽ hết hạn trong **59** ngày.

✓ Thông tin chuỗi chứng chỉ

Tất cả các chứng chỉ đã được cài đặt chính xác.

Hình 18 Thông tin chứng chỉ SSL của hpu.edu.vn

3. Tối ưu giao diện trên thiết bị di động

- Website sử dụng thiết kế đảm bảo website hiển thị tốt trên mọi kích thước màn hình.
- Sử dụng font chữ tối thiểu 16px để dễ đọc. Đảm bảo các nút bấm có kích thước đủ lớn và khoảng cách hợp lý.
- Không sử dụng pop-up gây khó chịu khi duyệt web trên di động.
- Menu dễ thao tác trên màn hình cảm ứng.

2.3 Đánh giá chung

Sau khi phân tích các khía cạnh SEO của website trường, có thể đánh giá rằng **website đang có nền tảng SEO khá tốt.**

Các điểm mạnh:

- **Hiệu suất tổng thể ổn định:** Website có điểm số tốt trên các công cụ đánh giá hiệu suất như PageSpeed Insight.
- **Cấu trúc URL thân thiện:** URL được tối ưu hóa, dễ đọc, giúp công cụ tìm kiếm dễ hiểu nội dung trang.
- **Trang web đã có HTTPS:** Đảm bảo tính bảo mật và độ tin cậy.
- **Website thân thiện với thiết bị di động:** Hiển thị tốt trên các màn hình nhỏ, giúp cải thiện trải nghiệm người dùng.
- **Tối ưu SEO On-Page tương đối tốt:** Tiêu đề, thẻ meta, và nội dung được tối ưu hóa với từ khóa mục tiêu.

Các điểm hạn chế:

- **Chưa có liên kết nội bộ:** Website chưa tận dụng liên kết giữa các trang để giúp Google hiểu rõ cấu trúc website hơn và tăng thời gian người dùng ở lại trang.
- **Hình ảnh chưa có thuộc tính ALT:** Thiếu thẻ ALT có thể làm giảm khả năng nhận diện nội dung của hình ảnh trên công cụ tìm kiếm.

- **Hình ảnh khi render không đúng kích cỡ file gốc:** Hình ảnh không được tối ưu về kích thước khi hiển thị, gây ảnh hưởng đến tốc độ tải trang.

2.4 Đề xuất giải pháp

1. Tăng cường liên kết nội bộ (Internal Linking):
 - Thiết lập các liên kết nội bộ giữa những trang/bài viết có nội dung liên quan bằng các anchor text phù hợp. Việc này không chỉ giúp công cụ tìm kiếm hiểu rõ hơn về cấu trúc website mà còn cải thiện trải nghiệm người dùng và giữ chân họ lâu hơn trên trang. Đặc biệt, cần tập trung xây dựng liên kết nội bộ cho các trang đang chứa từ khóa mục tiêu trong chiến dịch SEO. Ưu tiên duy trì các liên kết cho từ khóa cũ để giữ vững thứ hạng, đồng thời bổ sung liên kết cho các trang có từ khóa mới nhằm tăng độ “phủ sóng” và thúc đẩy thứ hạng tìm kiếm.
2. Tối ưu hóa hình ảnh:
 - Chỉnh sửa kích thước ảnh phù hợp với kích thước hiển thị thực tế nhằm giảm dung lượng tải, từ đó cải thiện tốc độ tải trang.
 - Bổ sung thẻ ALT cho hình ảnh để giúp công cụ tìm kiếm hiểu được nội dung hình ảnh, đồng thời hỗ trợ SEO hình ảnh và nâng cao khả năng tiếp cận đối với người dùng khuyết tật.
3. Tạo các profile backlinks:
 - Tạo các hồ sơ và chia sẻ nội dung trên các diễn đàn, mạng xã hội để xây dựng liên kết ngoài (backlink), đồng thời nâng cao độ tin cậy và mức độ hiển thị của website.

CHƯƠNG 3: ÁP DỤNG GIẢI PHÁP TỐI ƯU

3.1 Tổng quan

Qua quá trình khảo sát và phân tích, website hiện tại đang tồn tại một số điểm hạn chế ảnh hưởng đến hiệu quả tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO), cụ thể như sau:

Thiếu liên kết nội bộ (Internal Linking):

Website chưa triển khai hệ thống liên kết giữa các trang hoặc bài viết có nội dung liên quan. Điều này không chỉ gây khó khăn cho công cụ tìm kiếm trong việc thu thập và hiểu cấu trúc của website, mà còn làm giảm khả năng dẫn dắt người dùng khám phá thêm nội dung khác, từ đó ảnh hưởng đến thời gian duy trì phiên truy cập.

Ngoài ra, website chưa tập trung xây dựng liên kết nội bộ cho các trang chứa từ khóa mục tiêu đang được SEO, chưa duy trì hiệu quả liên kết đối với từ khóa cũ và chưa kịp thời bổ sung liên kết cho các từ khóa mới, làm giảm hiệu quả tổng thể của chiến lược SEO.

Hình ảnh chưa được tối ưu thuộc tính ALT:

Nhiều hình ảnh trên website chưa được gắn thẻ ALT (Alternative Text). Đây là yếu tố quan trọng giúp công cụ tìm kiếm hiểu được nội dung hình ảnh, đồng thời hỗ trợ trải nghiệm người dùng, đặc biệt là người dùng sử dụng trình đọc màn hình.

Hình ảnh hiển thị không đúng kích thước thực tế:

Các tệp hình ảnh được tải lên có kích thước lớn hơn so với kích thước hiển thị thực tế trên giao diện người dùng. Điều này dẫn đến dung lượng tải trang cao hơn mức cần thiết, gây ảnh hưởng tiêu cực đến tốc độ tải trang – một yếu tố quan trọng trong xếp hạng SEO.

Bổ sung hệ thống xây dựng liên kết ngoài thông qua Profile Backlinks:

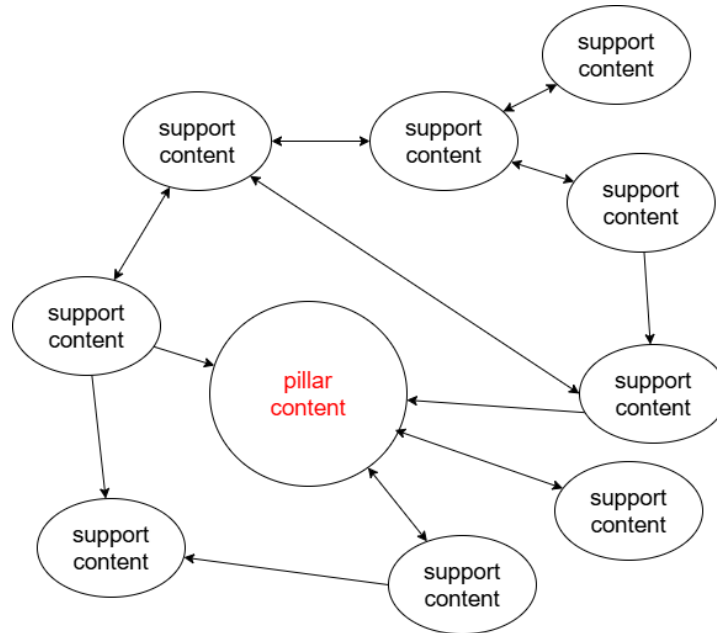
Để tăng cường độ uy tín và cải thiện thứ hạng website trên các công cụ tìm kiếm, việc tạo dựng các liên kết ngoài (backlinks) thông qua hồ sơ (profile backlinks) nên được triển khai. Việc này bao gồm việc đăng ký và thiết lập hồ sơ trên các diễn đàn chuyên ngành, trang hỏi đáp, mạng xã hội, hoặc các thư mục doanh nghiệp có uy tín, nhằm tạo thêm các liên kết trở về website chính, từ đó tăng tính nhận diện thương hiệu và cải thiện chất lượng SEO tổng thể.

3.2 Những giải pháp được áp dụng để tối ưu

3.2.1 Tăng cường liên kết nội bộ (Internal Linking)

Mô hình pillar

Mô hình Pillar là một chiến lược tổ chức nội dung hiệu quả trong SEO, giúp xây dựng hệ thống thông tin rõ ràng, tập trung và dễ điều hướng cho cả người dùng lẫn công cụ tìm kiếm.



Hình 19 Minh hoạ mô hình pillar content

Cách thức hoạt động:

Các bài viết có chung chủ đề sẽ chia ra 2 loại **nội dung trụ cột (pillar content)** và **nội dung hỗ trợ (supporting content)**

Pillar content (nội dung trụ cột) là nội dung chính, bao quát một chủ đề lớn. Là các bài viết chứa các từ khoá cần được tối ưu thứ hạng trên công cụ tìm kiếm. Ví dụ: “Tuyển sinh đại học 2025”. Các bài viết liên quan, gọi là supporting content (nội dung hỗ trợ), sẽ khai thác sâu từng khía cạnh nhỏ của chủ đề chính. Ví dụ: “Hồ sơ xét tuyển ngành Công nghệ Thông tin”, “Các ngành học có tỉ lệ việc làm cao”, v.v.

Các bài viết hỗ trợ sẽ liên kết với nhau và đặc biệt liên kết về trang trụ cột. Điều này giúp giữ chân người dùng lâu hơn trên website, đồng thời điều hướng họ về trang chính có chứa từ khoá mục tiêu. Việc hội tụ liên kết từ các bài viết hỗ trợ sẽ giúp tăng độ uy tín và thứ hạng của nội dung trụ cột trên công cụ tìm kiếm.

Ngược lại, nội dung trụ cột cũng cần liên kết ngược lại với các nội dung hỗ trợ một cách hợp lý. Mạng lưới liên kết hai chiều này không chỉ giúp người dùng dễ dàng khám phá thêm thông tin, mà còn tăng tính chuyên sâu và mạch lạc cho toàn bộ nội dung website.

Các bước thực hiện tối ưu

1. Rà soát và phân loại nội dung:

Liệt kê, chọn lọc các bài viết đã có trên website

Xác định các chủ đề chính. Phân tích nội dung của website để chọn ra các chủ đề bao quát như “Tuyển sinh”, “Ngành công nghệ thông tin” “Ngành du lịch” v.v

Sau khi xác định được các chủ đề trọng tâm và phân loại nội dung thành các nhóm **nội dung trụ cột (pillar content)** và **nội dung hỗ trợ (supporting content)**, tiếp đó thực hiện tiến hành xây dựng **bảng liên kết nội bộ** nhằm tổ chức lại cấu trúc liên kết trên website một cách hợp lý và hiệu quả hơn.

Trong bảng tính, các hàng đại diện cho các trang nội dung hỗ trợ, còn các cột đại diện cho các trang nội dung được liên kết đến. Dấu “X” thể hiện rằng một trang nội dung ở hàng ngang có liên kết dẫn đến một trang ở cột dọc.

Các ô màu đỏ và các trang mang tính giới thiệu khoa, chương trình đào tạo được xác định là trang trụ cột (pillar content). Những trang này thường bao quát chủ đề lớn như:

- “Top trường đại học tốt nhất miền Bắc hiện nay”
- “Tại sao chọn HPU?”
- “Chi tiết Khoa công nghệ thông tin”
- “Chương trình đào tạo Công nghệ phần mềm”, v.v.

Các trang còn lại đóng vai trò là nội dung hỗ trợ (supporting content) – thường là các bài viết chi tiết, chuyên sâu về một khía cạnh cụ thể của chủ đề trụ cột. Ví dụ:

- “Top 5 ngành trong an ninh mạng hot nhất”
- “Top 5 công việc ngành công nghệ phần mềm hot nhất”
- “Phỏng vấn Nguyễn Quốc Thư – Thủ khoa ngành CNTT”, v.v.

Các trang được phân loại và liên kết như sau:

• Các trang của khoa công nghệ thông tin

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
		Sinh viên công nghệ thông tin ra trường làm gì?	Top 5 công việc ngành công nghệ phần mềm hot nhất	Top 5 nghề trong ngành an ninh mạng hot nhất	Top trường đào tạo công nghệ thông tin miền bắc	Top 20 trường đại học tốt nhất miền Bắc hiện nay	Top những trường đại học có tỉ lệ việc làm cao ở miền Bắc	Phòng vấn Nguyễn Quốc Thu - Thủ khoa ngành Công nghệ thông tin (K24) Đại học HPU	Chương trình đào tạo Công nghệ phần mềm	Chương trình đào tạo Quản trị và an ninh mạng	Chuẩn đầu ra ngành Công nghệ thông tin	Chi tiết Khoa công nghệ thông tin	Tại sao chọn HPU ?	Top trường đại học tại Hải Phòng xét tuyển học bạ 2025
Sinh viên công nghệ thông tin ra trường làm gì?	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi		x	x	x	x	x				x	x		
Top 5 công việc ngành công nghệ phần mềm hot nhất	https://hpu.edu.vn/blogs/trai-nghiem-hpu/top-5-cong-viec-trong-nganh-cong-nghe-phe-n-mem-hot-nhat	x		x	x	x	x				x	x		
Top 5 nghề trong ngành an ninh mạng hot nhất	https://hpu.edu.vn/blogs/trai-nghiem-hpu/top-5-nghe-trong-nganh-an-ninh-mang-hot-nhat	x	x		x	x	x				x	x		
Top trường đào tạo công nghệ thông tin miền bắc	https://hpu.edu.vn/blogs/trai-nghiem-hpu/top-20-truong-dai-hoc-tot-nhat-mien-bac-hien-nay					x	x						x	
Top 20 trường đại học tốt nhất miền Bắc hiện nay	https://hpu.edu.vn/blogs/trai-nghiem-hpu/top-20-truong-dai-hoc-tot-nhat-mien-bac-hien-nay						x						x	x
Top những trường đại học có tỉ lệ việc làm cao ở miền Bắc	https://hpu.edu.vn/blogs/trai-nghiem-hpu/top-nhung-truong-dai-hoc-co-ti-le-viec-lam-cao-o-mien-bac					x							x	x
Phòng vấn Nguyễn Quốc Thu - Thủ khoa ngành Công nghệ thông tin (K24) Đại học HPU	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/phong-van-thu-khoa-a-nguyen-quoc-thu				x	x	x				x	x	x	
Chương trình đào tạo Công nghệ phần mềm	https://hpu.edu.vn/blogs/chuong-trinh-dao-tao-cong-nghe-phe-n-mem							x		x	x	x	x	
Chương trình đào tạo Quản trị và an ninh mạng	https://hpu.edu.vn/blogs/chuong-trinh-dao-tao-quan-tri-va-an-ninh							x	x		x	x	x	
Chuẩn đầu ra ngành Công nghệ thông tin	https://hpu.edu.vn/blogs/chuan-dau-ra-nganh-cong-nghe-thong-tin								x	x		x		
Chi tiết Khoa công nghệ thông tin	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin							x	x	x	x			
Tại sao chọn HPU ?	https://hpu.edu.vn/blogs/ve-chung-toi-dai-hac					x	x							
Top trường đại học tại Hải Phòng xét tuyển học bạ 2025	https://hpu.edu.vn/blogs/top-truong-dai-hoc-tai-hai-phong					x	x						x	

Hình 20 Liên kết nội bộ công nghệ thông tin

• Các trang khoa môi trường

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
		Học ngành Kỹ thuật Môi trường HPU ra trường làm gì?	Chuyên ngành Kỹ thuật môi trường và an toàn lao động ra trường làm gì?	Thực tập - Thực tế của sinh viên ngành Kỹ thuật môi trường	Ngành học nào giúp sinh viên có việc làm nhiều nhất?	Thực tế nghề nghiệp tại các doanh nghiệp của sinh viên Khoa Môi trường	Sinh viên Khoa Môi trường với Nghiên cứu khoa học	Giới thiệu Khoa môi trường	Chuyên ngành Kỹ thuật môi trường và an toàn lao động	Chuyên ngành Quản lý tài nguyên và môi trường nước	Chuyên ngành Quản lý tài nguyên đất đai	Sinh viên MTL K25 khoa môi trường bảo vệ thành công khóa luận tốt nghiệp	Cơ hội việc làm khoa Môi trường	Top 20 trường đại học tốt nhất miền Bắc hiện nay	Top những trường đại học có tỉ lệ việc làm cao ở miền Bắc
Học ngành Kỹ thuật Môi trường HPU ra trường làm gì?	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi		x		x			x							
Chuyên ngành Kỹ thuật môi trường và an toàn lao động học xong ra làm gì?	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi	x			x			x					x	x	x
Thực tập - Thực tế của sinh viên ngành Kỹ thuật môi trường	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi					x	x					x			
Ngành học nào giúp sinh viên có việc làm nhiều nhất?	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi	x						x					x	x	x
Thực tế nghề nghiệp tại các doanh nghiệp của sinh viên Khoa Môi trường	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi			x			x					x			
Sinh viên Khoa Môi trường với Nghiên cứu khoa học	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi			x		x						x			
Giới thiệu Khoa môi trường	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi								x	x	x				
Chuyên ngành Kỹ thuật môi trường và an toàn lao động	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi										x				
Chuyên ngành Quản lý tài nguyên và môi trường nước	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi								x		x				
Chuyên ngành Quản lý tài nguyên đất đai	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi								x	x					
Sinh viên MTL K25 khoa môi trường bảo vệ thành công khóa luận tốt nghiệp	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi			x		x	x								
Cơ hội việc làm khoa Môi trường	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi	x	x												
Top 20 trường đại học tốt nhất miền Bắc hiện nay	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi														
Top những trường đại học có tỉ lệ việc làm cao ở miền Bắc	https://hpu.edu.vn/blogs/cong-nghe-thong-tin/sinh-vien-cong-nghe-thong-tin-ra-truong-lam-gi														

Hình 21 Liên kết nội bộ Môi trường

• Các trang khoa Kỹ thuật Điện-Điện tử

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
		5 công việc của ngành Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử tốt nhất trên thế giới?	Cơ hội nghề nghiệp của ngành Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử - điện tử?	Ngành Điện tử Truyền thông học gì, làm gì?	Ngành Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử học gì và làm việc ở đâu? Một trải nghiệm về khai thác năng lượng mặt trời.	Mở rộng cánh cửa tới thành công. Lễ bảo vệ đồ án tốt nghiệp sớm của Sinh viên ngành Công nghệ kỹ thuật Điện-Điện Tử	Vinh danh thủ khoa Hoàng Sơn Tùng – K24 Khoa Điện, điện tử - Đại học HPU	Sinh viên ngành Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử tham quan, trải nghiệm thực tế tại Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long - Hà Nội	Top trường Công nghệ điện tử ở Hải Phòng	Ngành điện tử truyền thống nên học trường nào tốt nhất?	Ngành điện tử nên học trường nào ở miền Bắc?	Ngành điện tử học gì? Điểm chuẩn của ngành điện tử là bao nhiêu?	Sinh viên Khoa Điện - Điện tử đi thực tập tốt nghiệp. Thời gian chuẩn bị quý giá cho các tân kỹ sư, cử nhân.	Chuẩn đầu ra ngành Điện tử truyền thông	Chuẩn đầu ra ngành Điện tử truyền thông	Giới thiệu Khoa Điện - Điện tử	Chuyên ngành Điện tử đồng công nghiệp	Chuyên ngành Công nghệ Internet - IOT	Chuyên ngành Điện tử - Truyền thông	Tại sao chọn HPU
5 công việc của ngành Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử tốt nhất trên thế giới?	https://hpu.edu								X	X	X	X								
Cơ hội nghề nghiệp của ngành Công nghệ kỹ thuật Điện tử Truyền thông học gì, làm gì?	https://hpu.edu			X					X	X	X	X								
Ngành Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử học gì và làm việc ở đâu? Một trải nghiệm về khai thác năng lượng mặt trời.	https://hpu.edu	X										X								
Mở rộng cánh cửa tới thành công. Lễ bảo vệ đồ án tốt nghiệp sớm của Sinh viên ngành Công nghệ kỹ thuật Điện-Điện Tử	https://hpu.edu						X	X												
Vinh danh thủ khoa Hoàng Sơn Tùng – K24 Khoa Điện, điện tử - Đại học HPU	https://hpu.edu					X		X					X							
Sinh viên ngành Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử tham quan, trải nghiệm thực tế tại Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long - Hà Nội	https://hpu.edu					X	X						X							
Top trường Công nghệ điện tử ở Hải Phòng	https://hpu.edu									X	X					X				X
Ngành điện tử truyền thống nên học trường nào tốt nhất?	https://hpu.edu								X		X					X				X
Ngành điện tử nên học trường nào ở miền Bắc?	https://hpu.edu								X	X						X				X
Ngành điện tử học gì? Điểm chuẩn của ngành điện tử là bao nhiêu?	https://hpu.edu								X	X	X									
Sinh viên Khoa Điện - Điện tử đi thực tập tốt nghiệp. Thời gian chuẩn bị quý giá cho các tân kỹ sư, cử nhân.	https://hpu.edu					X	X	X												
Chuẩn đầu ra ngành Điện tử đồng công nghiệp	https://hpu.edu															X	X	X	X	
Chuẩn đầu ra ngành Điện tử truyền thông	https://hpu.edu															X	X	X	X	
Giới thiệu Khoa Điện - Điện tử	https://hpu.edu												X	X						
Chuyên ngành Điện tử đồng công nghiệp	https://hpu.edu																	X	X	
Chuyên ngành Công nghệ Internet - IOT	https://hpu.edu																X		X	
Chuyên ngành Điện tử - Truyền thông	https://hpu.edu																X	X		
Tại sao chọn HPU	https://hpu.edu																			

Hình 22 Liên kết nội bộ kỹ thuật điện-điện tử

• Các trang khoa Du lịch

		Tại sao nên học Quản trị du lịch tại HPU?	Học văn hóa du lịch ra trường làm gì?	Chi tiết khoa du lịch	Cơ hội việc làm cho sinh viên du lịch trên địa bàn Hải Phòng	Khoa Du lịch đưa sinh viên tới khách sạn Nikko Hải Phòng thực tế nghề nghiệp	Sinh viên khoa Du lịch HPU đi thực tế tại Cát Bà	Trò chuyện mùa xuân cùng "Sao Tháng Giêng" của Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	Chuẩn đầu ra ngành Văn hóa du lịch	Chuẩn đầu ra ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	Tự hào các thế hệ Sinh viên Khoa du lịch HPU "mãi chất"!	Sinh viên Du lịch HPU "mãi chất"!	Chuyên ngành Văn Hoá Du lịch	Chuyên ngành Quản trị du lịch
Tại sao nên học Quản trị du lịch tại HPU?	https://hpu.edu.vn	x	x	x			x							
Học văn hóa du lịch ra trường làm gì?	https://hpu.edu.vn	x		x	x									
Chi tiết khoa du lịch	https://hpu.edu.vn												x	x
Cơ hội việc làm cho sinh viên du lịch trên địa bàn Hải Phòng	https://hpu.edu.vn	x		x										
Khoa Du lịch đưa sinh viên tới khách sạn Nikko Hải Phòng thực tế nghề nghiệp	https://hpu.edu.vn						x				x	x		
Sinh viên khoa Du lịch HPU đi thực tế tại Cát Bà	https://hpu.edu.vn	x				x		x			x	x		
Trò chuyện mùa xuân cùng "Sao Tháng Giêng" của Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	https://hpu.edu.vn					x	x				x			
Chuẩn đầu ra ngành Văn hóa du lịch	https://hpu.edu.vn									x			x	x
Chuẩn đầu ra ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	https://hpu.edu.vn								x				x	x
Tự hào các thế hệ Sinh viên Khoa du lịch HPU	https://hpu.edu.vn	x			x	x					x	x		
Sinh viên Du lịch HPU "mãi chất"!	https://hpu.edu.vn					x	x				x			
Chuyên ngành Văn Hoá Du lịch	https://hpu.edu.vn			x										x
Chuyên ngành Quản trị du lịch	https://hpu.edu.vn			x									x	

Hình 23 Liên kết nội bộ khoa Du lịch

• Các trang Học bổng và khai giảng

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
		Học bổng tuyển sinh "Tự hào HPU"	Học bổng tài năng HPU, Học bổng Hữu nghị	Lễ kỷ niệm 25 năm thành lập trường	Thư ngỏ về việc tổ chức lễ kỷ niệm 25 năm thành lập Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	Lễ kỷ niệm 26 năm ngày thành lập Trường (1997 – 2023) và Khai giảng năm học 2023 – 2024	Diễn văn kỷ niệm 26 năm thành lập Trường (24/9/1997 – 24/9/2023)	Kế hoạch tổ chức Lễ kỷ niệm ngày thành lập Trường 24/9/2024 và Khai giảng năm học 2024 – 2025	Các thành tích đạt được	Lễ kỷ niệm 27 năm thành lập Trường và Lễ khai giảng năm học mới 2024-2025	Diễn văn kỷ niệm 27 năm thành lập Trường (24/9/1997 - 24/9/2024) của Chủ tịch Hội đồng Trường	Diễn văn Khai giảng của Hiệu trưởng năm học 2024-2025	Phát biểu của sinh viên trong Lễ khai giảng năm học mới 2024-2025
Học bổng tuyển sinh "Tự hào HPU"	https://hpu.edu.vn		x										
Học bổng tài năng HPU, Học bổng Hữu nghị	https://hpu.edu.vn	x											
Lễ kỷ niệm 25 năm thành lập trường	https://hpu.edu.vn				x								
Thư ngỏ về việc tổ chức lễ kỷ niệm 25 năm thành lập Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	https://hpu.edu.vn			x									
Lễ kỷ niệm 26 năm ngày thành lập Trường (1997 – 2023) và Khai giảng năm học 2023 – 2024	https://hpu.edu.vn						x		x				
Diễn văn kỷ niệm 26 năm thành lập Trường (24/9/1997 – 24/9/2023)	https://hpu.edu.vn										x	x	
Kế hoạch tổ chức Lễ kỷ niệm 27 năm ngày thành lập Trường 24/9/2024 và Khai giảng năm học 2024 – 2025	https://hpu.edu.vn	x	x	x		x							
Các thành tích đạt được	https://hpu.edu.vn							x		x		x	
Lễ kỷ niệm 27 năm thành lập Trường và Lễ khai giảng năm học mới 2024-2025	https://hpu.edu.vn	x						x			x	x	x
Diễn văn kỷ niệm 27 năm thành lập Trường (24/9/1997 - 24/9/2024) của Chủ tịch Hội đồng Trường	https://hpu.edu.vn									x		x	x

Hình 24 Liên kết nội bộ Học bổng và khai giảng

- Các trang khoa Ngoại Ngữ

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
	Sinh viên Đại học HPU nghiên cứu khoa học. Hơn cả một hoạt động để tích lũy kiến thức	Đại học HPU tham gia hội thảo khoa học quốc gia "Day học ngôn ngữ: Xu hướng đổi mới và ứng dụng"	Đại học HPU tham gia hội thảo khoa học quốc gia "Day học ngôn ngữ: Xu hướng đổi mới và ứng dụng"	Tại sao nên chọn khoa ngôn ngữ tại trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	Tại sao nên chọn khoa ngôn ngữ Anh – Hàn tại Đại học HPU	Bảo vệ khóa luận tốt nghiệp ngành Ngôn ngữ - Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	Tạo nền tảng vững chắc với chương trình học tiếng Hàn tại Đại học HPU	Học giao tiếp Tiếng Anh hiệu quả thông qua debate tại Đại học HPU	Sinh viên Ngôn ngữ Anh tại Đại học HPU: học gì, ra làm gì?	Chuyên ngành ngôn ngữ Anh-Hàn ở Đại học HPU: Học là phải dùng được!	Học tiếng Hàn theo chủ đề: Một cách tiếp cận hiệu quả để tăng vốn từ vựng	Giương mắt sinh viên tiểu biểu Khoa Ngoại ngữ Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	Ứng Dụng Phương Pháp Audio – Lingual Method Vào Việc Học Tiếng Hàn Tại HPU	Sử Dụng Sơ Đồ Tư Duy Trong Giảng Day Ngoại Ngữ Tại Trường Đại Học Quản Lý Và Công Nghệ Hải Phòng	Tổ chức hội thảo quốc gia về giảng dạy ngoại ngữ tại đại học	Phương pháp thuyết trình trong giảng dạy tiếng Hàn tại đại học	Học tập văn hóa song song với học ngoại ngữ tại HPU	Học song song hai ngôn ngữ Anh – Nhật tại Đại Học Quản Lý Và Công Nghệ Hải Phòng	TỔ CHỨC VÒNG SƠ KHẢO CUỘC THI OLYMPIC TIẾNG ANH – HPU 2023
Sinh viên Đại học HPU nghiên cứu khoa học. Hơn cả một hoạt động để tích lũy kiến thức	https://hpu.edu					x		x							x				x
Đại học HPU tham gia hội thảo khoa học quốc gia "Day học ngôn ngữ: Xu hướng đổi mới và ứng dụng"	https://hpu.edu	x				x									x				x
Tại sao nên lựa chọn chuyên ngành Ngôn ngữ Anh – Hàn tại Đại học HPU	https://hpu.edu				x					x	x		x						
Tại sao nên chọn khoa ngôn ngữ tại trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	https://hpu.edu	x		x			x	x										x	
Bảo vệ khóa luận tốt nghiệp ngành Ngôn ngữ - Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	https://hpu.edu	x	x													x			
Tạo nền tảng vững chắc với chương trình học tiếng Hàn tại Đại học HPU	https://hpu.edu			x								x	x			x	x		
Học giao tiếp Tiếng Anh hiệu quả thông qua debate tại Đại học HPU	https://hpu.edu								x					x					x
Sinh viên Ngôn ngữ Anh tại Đại học HPU: học gì, ra làm gì?	https://hpu.edu							x						x					x
Chuyên ngành ngôn ngữ Anh-Hàn ở Đại học HPU: Học là phải dùng được!	https://hpu.edu			x	x						x	x							
Học tiếng Hàn theo chủ đề: Một cách tiếp cận hiệu quả để tăng vốn từ vựng	https://hpu.edu			x						x						x			
Giương mắt sinh viên tiểu biểu Khoa Ngoại ngữ Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng	https://hpu.edu			x	x													x	
Ứng Dụng Phương Pháp Audio – Lingual Method Vào Việc Học Tiếng Hàn Tại HPU	https://hpu.edu		x	x						x									
Sử Dụng Sơ Đồ Tư Duy Trong Giảng Day Ngoại Ngữ Tại Trường Đại Học Quản Lý Và Công Nghệ Hải Phòng	https://hpu.edu						x					x						x	
Tổ chức hội thảo quốc gia về giảng dạy ngoại ngữ	https://hpu.edu	x			x													x	
Phương pháp thuyết trình trong giảng dạy Tiếng Hàn tại đại học	https://hpu.edu			x		x	x									x			
Học tập văn hóa song song với học ngoại ngữ tại HPU	https://hpu.edu		x	x														x	
Học song song hai ngôn ngữ Anh – Nhật tại Đại Học Quản Lý Và Công Nghệ Hải Phòng	https://hpu.edu	x												x			x		

Hình 25 Liên kết nội bộ Ngoại Ngữ

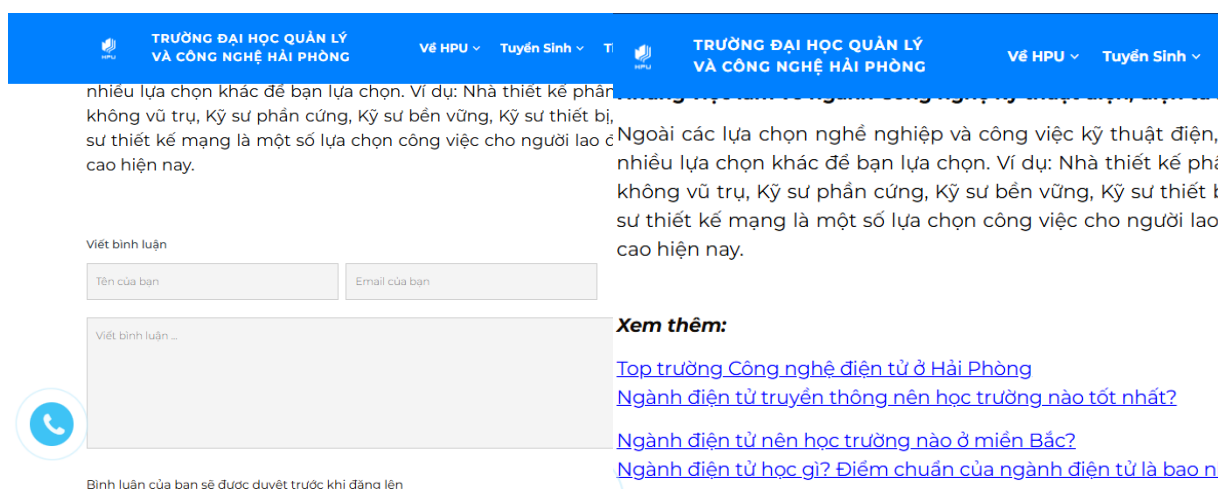
- Các trang khoa Quản trị kinh doanh

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA
		Lý do ban nền chọn học quản trị logistics và chuỗi cung ứng tại HPU?	Tại sao Kế toán - Kiểm toán luôn là chuyên ngành "HOT"?	Sinh viên Khóa 26 chuyên ngành Quản trị logistics và chuỗi cung ứng đi kiến tập tại Công Chúa Vẽ	Kỹ thực tập tốt nghiệp học vị Cử nhân của sinh viên ngành Quản trị kinh doanh HPU	Một ngày tập làm Shark - Cơ hội trải nghiệm "Khởi nghiệp" của Sinh viên HPU	Lễ bảo vệ Khóa luận của Sinh viên Khoa Quản trị kinh doanh Đợt 1 năm học 2024-2025	Thuyết trình - Giới thiệu về kỹ năng quản lý tại HPU	Sinh viên học khởi nghiệp - Dự toa đàm "Định hướng nghề nghiệp - Những con người dẫn lối thành công"	Lễ bảo vệ khóa luận tốt nghiệp sinh viên K24 Khoa Quản trị kinh doanh HPU	Những giờ học thuyết trình - thảo luận tại HPU	Học Quản trị doanh nghiệp ra trường làm gì?	Sinh viên HPU tham dự hội nghị khoa học "Sinh viên với công trình nghiên cứu khoa học phục vụ phát triển kinh tế xã hội Thành phố Hải Phòng"	Khoa Quản trị kinh doanh chào đón Tân sinh viên K28 - một lứa sinh viên năng động, nhiều tiềm năng và tràn đầy hy vọng	Học logistics và quản lý chuỗi cung ứng không chỉ là ngành	HPU đón đầu xu thế với chuyên ngành Khai thác Cảng hàng không	Marketing - xu hướng ngành nghề trong tương lai	CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRI DOANH NGHIỆP	CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRI KẾ TOÁN KIỂM TOÁN	CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRI MARKETIN G	CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRI LOGISTICS VÀ CHUỖI CUNG ỨNG	Chi tiết chuyên ngành Khai thác Cảng hàng không	CHI TIẾT KHOA QUẢN TRI KINH DOANH			
Lý do ban nền chọn học quản trị logistics và chuỗi cung ứng tại HPU?	https://hpu.edu.vn													X	X							X			X	
Tại sao Kế toán - Kiểm toán luôn là chuyên ngành "HOT"?	https://hpu.edu.vn														X			X			X					
Sinh viên Khóa 26 chuyên ngành Quản trị logistics và chuỗi cung ứng đi kiến tập tại Công Chúa Vẽ	https://hpu.edu.vn	X				X			X					X							X					
Kỹ thực tập tốt nghiệp học vị Cử nhân của sinh viên ngành quản trị kinh doanh	https://hpu.edu.vn						X			X																
Một ngày tập làm Shark - Cơ hội trải nghiệm "khởi nghiệp" của Sinh viên HPU	https://hpu.edu.vn			X					X					X												
Lễ bảo vệ Khóa luận của Sinh viên Khoa Quản trị kinh doanh Đợt 1 năm học 2024-2025	https://hpu.edu.vn							X			X	X														
Thuyết trình - Giới thiệu về kỹ năng quản lý tại HPU	https://hpu.edu.vn										X					X	X									
Sinh viên học khởi nghiệp - Dự toa đàm "Định hướng nghề nghiệp - Những con người dẫn lối thành công"	https://hpu.edu.vn					X		X																		
Lễ bảo vệ khóa luận tốt nghiệp sinh viên K24 Khoa Quản trị kinh doanh	https://hpu.edu.vn				X		X			X		X														
Những giờ học thuyết trình - thảo luận tại HPU	https://hpu.edu.vn							X																		
Học Quản trị doanh nghiệp ra trường làm gì?	https://hpu.edu.vn																	X							X	
Sinh viên HPU tham dự hội nghị khoa học "Sinh viên với công trình nghiên cứu khoa học phục vụ phát triển kinh tế xã hội Thành phố Hải Phòng"	https://hpu.edu.vn	X		X					X																	
Khoa Quản trị kinh doanh chào đón Tân sinh viên K28 - một lứa sinh viên năng động, nhiều tiềm năng	https://hpu.edu.vn	X	X									X														
Học logistics và quản lý chuỗi cung ứng không chỉ là ngành	https://hpu.edu.vn	X									X											X			X	
HPU đón đầu xu thế với chuyên ngành Khai thác Cảng biển Hàng không	https://hpu.edu.vn	X	X									X												X	X	
Marketing - xu hướng ngành nghề trong tương lai	https://hpu.edu.vn	X																			X				X	
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRI DOANH NGHIỆP	https://hpu.edu.vn																	X		X	X	X	X	X	X	
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRI KẾ TOÁN KIỂM TOÁN	https://hpu.edu.vn																	X		X	X	X	X	X	X	
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN TRI LOGISTICS VÀ CHUỖI CUNG ỨNG	https://hpu.edu.vn																	X	X	X	X			X	X	
Chi tiết chuyên ngành Khai thác Cảng hàng không	https://hpu.edu.vn																	X	X	X	X	X			X	
CHI TIẾT KHOA QUẢN TRI KINH DOANH	https://hpu.edu.vn																	X	X	X	X	X	X			

Hình 26 Liên kết nội bộ Quản trị kinh doanh

2. Đặt liên kết đến các bài viết theo mô hình

Phân tích nội dung của các trang hỗ trợ. Liên kết các bài viết có liên quan với nhau. Sau đó hội tụ các liên kết của các trang hỗ trợ về trang trụ cột. Có thể đặt liên kết bằng các từ liên quan hoặc dùng mục “Xem thêm”



Hình 27 Trước và sau áp dụng liên kết nội bộ

3.2.2 Tối ưu hoá hình ảnh

Chuẩn hoá ảnh

Ảnh sử dụng trong bài viết được cắt và thay đổi kích thước sao cho **chiều rộng tối thiểu là 600 pixel**, nhằm đảm bảo tính đồng bộ và tối ưu hóa không gian hiển thị.

Ảnh nổi bật của các bài viết được cắt theo tỉ lệ chuẩn **750x473 pixel**, phù hợp với giao diện và giúp hiển thị đúng trên cả desktop và thiết bị di động.

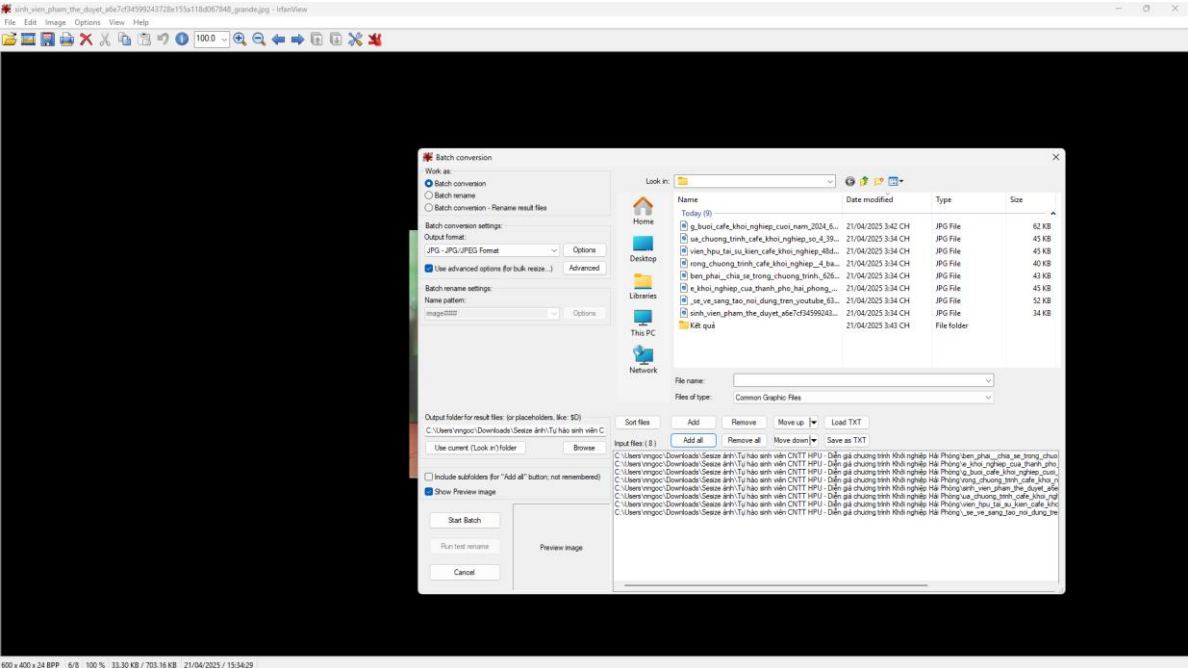
Ngoài ra ưu tiên sử dụng các định dạng ảnh tối ưu như .webp hoặc .jpg để tăng hiệu quả tải trang, trừ những trường hợp cần ảnh nền trong suốt (dùng .png).

Các bước thực hiện

Sử dụng các công cụ chỉnh sửa ảnh có hỗ trợ sesize ảnh hàng loạt (như Photoshop, hay IrfanView) để cắt và sesize lại kích thước ảnh theo yêu cầu

1. Kiểm tra toàn bộ các tỉ lệ ảnh. Tất cả các ảnh phải thuộc tỉ lệ 3:2, ảnh không đúng tỉ lệ sẽ bị méo khi sesize ảnh. Nếu ảnh chưa đúng tỉ lệ thì cần cắt ảnh theo để ảnh theo đúng tỉ lệ 3:2
2. Đưa toàn bộ các ảnh vào một folder và tạo batch để chỉnh sửa hình ảnh hàng loạt theo kích cỡ được yêu cầu ở trên

3. Đồng thời thêm các thẻ alt ảnh cho các bài có chứa từ khoá đang được SEO



Hình 28 Batch sửa ảnh IrfanView



Hình 29 Trước và sau khi sesize ảnh

3.2.3 Tạo profile backlinks

Một trong những phương pháp xây dựng liên kết chất lượng cao (backlinks) là thông qua việc tạo các profile cá nhân hoặc tổ chức trên các nền tảng trực tuyến đáng tin cậy, sau đó chèn liên kết trở về website chính của trường. Đây là cách đơn giản nhưng hiệu quả để tăng độ uy tín và độ phổ biến cho trang web.

Các bước thực hiện

- Tạo tài khoản chính thức cho trường trên các nền tảng mạng xã hội như **LinkedIn, Twitter, Instagram...**
- Đăng ký hồ sơ trên các nền tảng chia sẻ kiến thức, giáo dục, tranh ảnh, hoặc thư mục doanh nghiệp như **500px, Blogger...** **Ưu tiên chọn các nền tảng uy tín, có điểm DA (Domain Authority) cao.** Có thể đặt liên kết từ hồ sơ đến các trang mạng xã hội
- Viết mô tả, tiêu sử về trường, sau đó chèn liên kết đường dẫn đến trang web chính thức của trường
- Đảm bảo thông tin đồng nhất giữa các nền tảng để tăng độ tin cậy (tên trường, logo, mô tả, địa chỉ website...).
- Duy trì và cập nhật thông tin trường trên các nền tảng mạng xã hội để tăng uy tín và xây dựng cộng đồng

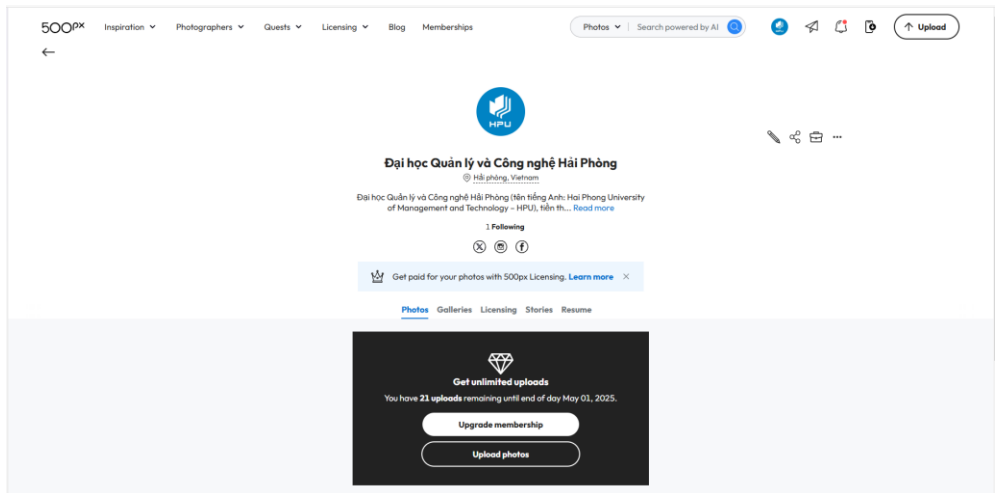
Profile Creation Sites	DA	Tên	Url Profile	Use	Password	Người đăng ký	Ngày đăng ký
https://gitlab.gnome.org/	86	Đại học Quản lý và Công nghệ		truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	18/04/2025
https://www.zazzle.com/	86	Đại học Quản lý và Công nghệ		truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	18/04/2025
https://marketplace.apartment	85	Đại học Quản lý và Công nghệ		truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	19/04/2025
https://www.vocabulary.com	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://www.vocabulary.com/profile	truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	19/04/2025
https://www.fanfiction.net	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://www.fanfiction.net/~hpu	truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	19/04/2025
https://www.instapaper.com	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://www.instapaper.com/p/HPL	truyenthong07@hpu.edu.vn	Hpu@24091997	Minh	19/04/2025
https://www.redbubble.com	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://www.redbubble.com/people	truyenthong07@hpu.edu.vn	Hpu@24091997	Minh	19/04/2025
https://web.500px.com	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://500px.com/p/truyenthong07	truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	19/04/2025
https://500px.com	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://500px.com/p/truyenthong07	truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	19/04/2025
https://forum.support.xerox.co	85	Đại học Quản lý và Công nghệ		truyenthong07@hpu.edu.vn	Hpu@24091997	Minh	19/04/2025
http://www.authorstream.com/	85					Minh	
https://www.ranker.com	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://www.ranker.com/writer/truy	truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	19/04/2025
https://speakerdeck.com	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://speakerdeck.com/hpu	truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	19/04/2025
https://www.codeproject.com	85					Minh	
https://www.bitchute.com	85	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://www.bitchute.com/profile/e	truyenthong07@hpu.edu.vn	Hpu@24091997	Minh	19/04/2025
https://muckrack.com	85					Minh	
https://www.broadwayworld.co	85	Đại học Quản lý và Công nghệ		truyenthong07@hpu.edu.vn	Hpu@24091997	Minh	19/04/2025
https://www.pbase.com/	84	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://www.pbase.com/profile/hpu	truyenthong07@hpu.edu.vn	Hpu@24091997	Minh	27/04/2025
https://www.codecademy.com	84	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://www.codecademy.com/proj	truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	
https://www.viki.com	84	Đại học Quản lý và Công nghệ		truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	27/04/2025
https://podomatic.net	84						
https://codecanyon.com	84	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://codecanyon.net/user/truy	truyenthong07@hpu.edu.vn	GG	Minh	27/04/2025
https://forum.audacityteam.org	84	Đại học Quản lý và Công nghệ	https://forum.audacityteam.org/u/d	truyenthong07@hpu.edu.vn	Hpu@24091997	Minh	27/04/2025

Hình 30 Các tài khoản backlink profile đã lập

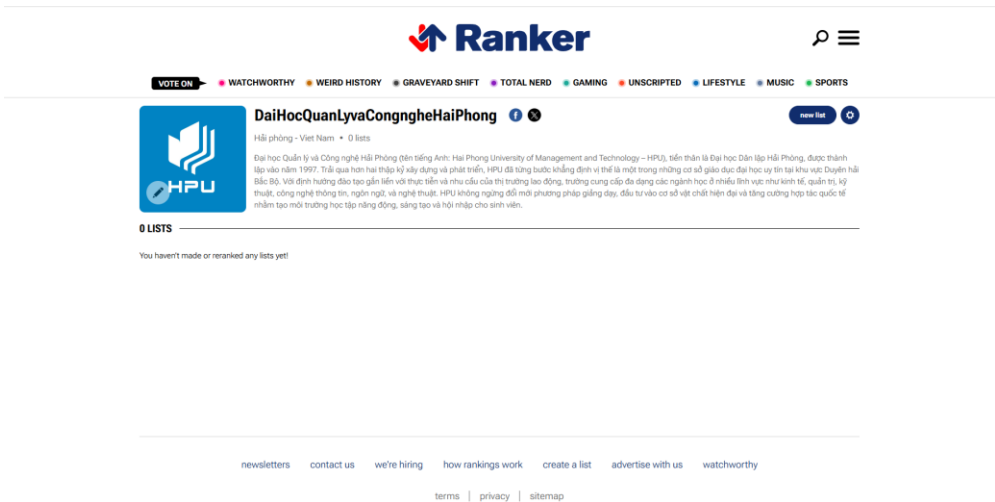
Lợi ích mang lại:

- Tăng số lượng backlink trở về website từ các trang có Domain Authority cao.
- Cải thiện độ tin cậy và xếp hạng SEO trên các công cụ tìm kiếm.
- Giúp lan tỏa thương hiệu số của trường đến nhiều nền tảng trực tuyến khác nhau.

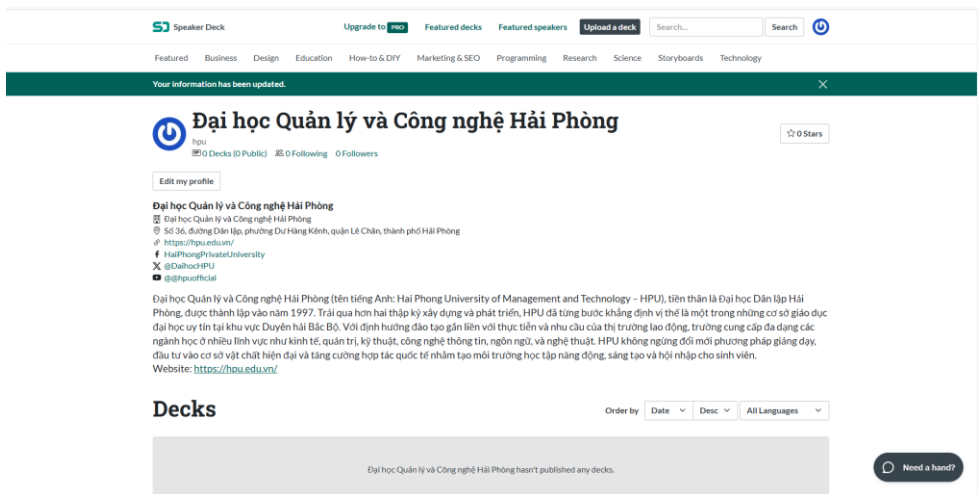
- Tăng lượng truy cập gián tiếp thông qua người dùng tìm đến từ các profile này.



Hình 31 Trang profile trường trên 500px



Hình 32 Trang profile trường trên Ranker



Hình 33 Trang profile trường trên Speaker Deck

3.3 Kết quả

Sau khi áp dụng các giải pháp tối ưu SEO, những thay đổi cụ thể được thực hiện bao gồm:

- **Tăng cường liên kết nội bộ**
 - Thêm mới 335 liên kết nội bộ giữa các trang bài viết liên quan.
 - Điều chỉnh anchor text để tối ưu từ khóa chính và phụ.
- **Tối ưu hoá hình ảnh**
 - Resize lại các ảnh không hợp kích cỡ được đề ra, giúp tối ưu thời gian tải trang và cải thiện trải nghiệm người dùng
 - Thêm thẻ ALT cho tất cả hình ảnh còn thiếu, đồng thời chèn từ khóa tự nhiên.
- **Tạo profile backlink**
 - Đăng ký và tạo hồ sơ (profile) trên 25 diễn đàn, mạng xã hội và website uy tín.
 - Chèn backlink chất lượng trở về trang chủ và các trang mạng xã hội phổ biến

3.3.1 So sánh chỉ số trước và sau tối ưu

a. Hiệu suất tổng thể

Tháng	Domain Authority (DA)	Lượng truy cập tự nhiên (Organic Traffic)	Lượng truy cập từ mạng xã hội (Organic Social)	Bounce Rate(tỷ lệ thoát) (%)
Tháng 12/2024	32	3.863	457	46,43%
Tháng 1/2025	33	2.650	405	50,52%
Tháng 2/2025	33	4.472	158	36,95%
Tháng 3/2025	33	5.595	315	41,5%
Tháng 4/2025	33	5.926	353	41,15%

- Organic Traffic (lượng truy cập tự nhiên): Tăng 5,91% so với tháng 3/2025 (từ 5.595 lên 5.926 lượt).
- Organic Social (lượng truy cập từ mạng xã hội): Tăng 12,06% (từ 315 lên 353 lượt).
- Bounce Rate (tỷ lệ thoát): Giảm 0,85 điểm phần trăm so với tháng 3/2025 (từ 41,5% còn 41,15%).
- Domain Authority (DA): Không thay đổi, giữ nguyên ở mức 33 so với tháng 3/2025.

Thời gian trung bình ở lại trang web

Tháng	Thời gian ở lại trang trung bình
Tháng 12/2024	2 phút 22 giây
Tháng 1/2025	2 phút 12 giây
Tháng 2/2025	2 phút
Tháng 3/2025	2 phút 07 giây
Tháng 4/2025	2 phút 22 giây

- Tăng từ 2 phút 07 giây lên 2 phút 22 giây, tương đương tăng ~11,76%

3.3.2 Phân tích và nhận xét kết quả đạt được

- **Liên kết nội bộ** được tăng cường giúp người dùng dễ dàng điều hướng giữa các bài viết liên quan, từ đó góp phần kéo dài thời gian ở lại trên trang. Dữ liệu thực tế cho thấy thời gian truy cập trung bình trong tháng 4/2025 đạt 2 phút 22 giây – cao nhất trong 4 tháng gần nhất, và bằng với mức trước khi website bắt đầu giảm hiệu quả. Bên cạnh đó, việc liên kết đến các bài viết chứa từ khóa mới, cùng với việc điều chỉnh anchor text hợp lý để tối ưu từ khóa chính và từ khóa phụ, đã giúp cải thiện khả năng hiển thị của các bài viết trong kết quả tìm kiếm, góp phần tăng đáng kể lượng truy cập tự nhiên (Organic Traffic).
- **Tối ưu hóa hình ảnh** đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện tốc độ tải trang, góp phần giảm tỷ lệ thoát (bounce rate) từ 46,43% xuống còn 41,15%. Điều này chứng tỏ trải nghiệm người dùng được nâng cao rõ rệt sau khi tối ưu.
- **Tạo profile backlinks** đã hỗ trợ cải thiện mức độ hiện diện của trang web trên công cụ tìm kiếm, giúp lượng truy cập tự nhiên (Organic Traffic) tăng gần 53,4% so với thời điểm trước tối ưu. Tuy nhiên, do phần lớn backlink mới vẫn ở dạng profile, nên Domain Authority vẫn giữ nguyên ở mức 33, phản ánh rằng việc cải thiện độ uy tín của website cần thêm thời gian và sự đa dạng trong chiến lược liên kết.

3.3.3 Hạn chế và hướng phát triển thêm

Hạn chế

- Mặc dù lượng truy cập tự nhiên đã tăng đáng kể, nhưng Domain Authority vẫn giữ nguyên ở mức 33. Điều này cho thấy chất lượng và sự đa dạng của các backlink vẫn còn hạn chế, khi phần lớn liên kết hiện tại mới chỉ ở dạng **profile backlink**, chưa có nhiều backlink từ các nguồn chất lượng cao

Hướng phát triển

- Đa dạng hóa chiến lược backlink, ưu tiên xây dựng liên kết từ các website có độ uy tín cao, đồng thời triển khai bài viết cộng tác (guest post) trên các trang cùng lĩnh vực giáo dục, công nghệ, sinh viên... để tăng DA một cách bền vững.
- Tiếp tục cập nhật và tối ưu nội dung cũ, đảm bảo các bài viết quan trọng đều có từ khóa chính/phụ được phân bổ hợp lý, hình ảnh được tối ưu dung lượng, và có cấu trúc bài viết rõ ràng, có những liên kết nội bộ hợp lý.

Tài liệu tham khảo

- [1] Search engine- Wikipedia
- [2] In-Depth Guide to How Google Search Works- Google
- [3] “Academic Search Engine Optimization (ASEO): Optimizing Scholarly Literature for Google Scholar” - Beel, Jöran and Gipp, Bela and Wilde, Erik
- [4] What Is Domain Authority and How Can You Improve It?”- Chi, Clifford
blog.hubspot.com.