



CON ĐƯỜNG TRỞ THÀNH SEO-ER CHO DÂN CONTENT

Tác giả:

Leo Minh - Co-Founder ATP Academy

LỜI NÓI ĐẦU

Đây là một trong những nội dung khá chi tiết về "con đường trở thành SEO-er dành cho dân Content", mà nói đúng hơn là con đường SEO-er dành cho bất kì ai muốn học. Ebook được trình bày dưới dạng checklist là chính để nội dung ngắn gọn súc tích nhất.

Nói thêm về quá trình làm SEO, rất nhiều người cảm nhận SEO là một công việc kỹ thuật, làm SEO là phải gắn liền với các chỉ số, các phân tích này nọ... rất cuộc thì lại nghĩ SEO rất khó, mình là dân content thì khó qua được. Vì vậy sẽ nảy sinh tâm lý không muốn làm SEO hoặc phát triển bản thân mình trở thành một SEO-er. Một vài quan điểm của Minh về SEO:

- SEO bây giờ đã dễ hơn SEO hồi 8 năm trước rất nhiều, bây giờ SEO không còn phụ thuộc quá nhiều vào kỹ thuật nữa (dĩ nhiên đào sâu thì vẫn cần kỹ thuật cao, nhưng nó chỉ là 30% ở giai đoạn cao siêu, không còn là 70% như trước. Bây giờ, content và traffic mới là quan trọng).
- SEO bây giờ cả người không chuyên vẫn làm được (trừ phần code website thôi) ... và thậm chí làm rất dễ.
- SEO bây giờ đã gói gọn lại chỉ còn 4 - 5 bước, không quá cầu kì như trước (chỉ cần 4 5 bước này thôi là ra kết quả sừng sừng rồi).
- Công nghệ giờ hiện đại, đã rất nhiều công cụ hỗ trợ người làm SEO.
- Vào thời điểm 2013, có ít kiến thức hay chia sẻ về việc làm SEO. Giờ thì search đầy kiến thức ra, 98 99 2000 giờ cũng tiếp xúc công nghệ nhiều nên việc học SEO là tương đối dễ dàng.

Và quan trọng, SEO là một "con đường" mới mẻ, hấp dẫn cho những ai muốn ngồi xem thành quả của mình tăng trưởng hàng ngày (mỗi ngành có 1 thú vui riêng), ví dụ như bạn làm Content Social thì bạn ngồi đếm like, mình làm SEO thì mình ngồi đếm traffic... nhưng trong SEO thì nó lại rất thú vị và hấp dẫn dành cho những ai đam mê tính "logic", đam mê các con số, phân tích dữ liệu. Trong bài viết này, mình sẽ cùng phân tích con đường trở thành SEO-er dành cho dân Content.

MỤC LỤC

1

THẾ MẠNH MÀ NGƯỜI LÀM CONTENT CÓ SẴN

2

CÁC CHẶNG ĐƯỜNG TRONG CON ĐƯỜNG SEO-ER

3

CÁC KỸ NĂNG CẦN CÓ CHO TỪNG CHẶNG ĐƯỜNG

4

LÀM SEO ĐEM LẠI LỢI ÍCH GÌ CHO DÂN CONTENT

5

ĐỜI SỐNG THƯỜNG NHẬT CỦA MỘT SEO-ER

6

TỔNG KẾT



THỂ MẠNH MÀ NGƯỜI LÀM SEO CONTENT CÓ SẴN



Khả năng ngồi máy tính lâu

Khả năng "viết liên tục"



Khả năng chịu áp lực cao

Có khả năng sử dụng máy tính thành thạo, hay nói đúng hơn là độ nhạy công nghệ (yếu tố tiên quyết trong làm SEO)



Các thể mạnh này cực kì phù hợp với dân SEO, nói nôm na, SEO vẫn là một ngành khó tiếp cận cho người mới vì nó thiên về kỹ thuật, và nếu bạn là một người sử dụng máy tính lâu năm, có thể chịu được 8-10 tiếng ngồi máy tính thường xuyên và coi máy tính như vợ 2 thì bạn đã đủ tố chất để trở thành một "dân kỹ thuật" chân chính.

NHỮNG NGƯỜI LÀM SEO-ER PHẢI CHỊU NHỮNG CÔNG VIỆC:

- Lặp đi lặp lại, ví dụ như đi backlink, tạo tài khoản mạng xã hội liên tục để đi link v.v....
- Dán mắt vào các con số: các công cụ check như Google Analytics, Search Console, Ahref....
- Đo đạt các hành vi người dùng, tư duy người dùng sẽ đọc bài ntn, sau đó hành động ntn... nói chung là cũng dán mắt vào màn hình.

....

Và quan trọng nhất là phải căng mắt ra tìm keyword. Vì vậy, nếu bạn không thể chịu nổi nhiệt ngồi máy tính 8-10 tiếng, thì mảng này căn bản đã "không thể cùng bạn suốt kiếp". Mảng SEO giống như "hacker" trong giới content vậy đó, quan trọng là phải chịu nổi nhiệt nghen.



CÁC CHẶNG ĐƯỜNG TRONG CON ĐƯỜNG SEO-ER

Bây giờ bắt đầu qua các GIAI ĐOẠN mà một người làm content sẽ phải chuyển dịch từ từ khi bắt đầu muốn chuyển đổi thành SEO-ER.



Dù làm việc gì cũng vậy, phải thích thì chúng ta mới làm được, hãy thử làm 2 - 3 tuần xem công việc như thế nào rồi hẳn quyết định, nó là hướng đi cả đời, không phải cưỡi ngựa xem hoa (đây là điều mà các bạn content hay bị mắc phải, dễ nản sau khi làm một thời gian).

Giả định: Bạn là một người đó giờ làm content freelancer, hiện tại chỉ đang nhận viết content gì đó, bây giờ bạn muốn vào một công ty làm Content chuẩn chỉnh. Sau đó, bạn nhận được một job viết bài cho website full time, làm việc tại công ty... vậy nó là công việc gì?

1. CONTENT SEO

Đầu tiên là phỏng vấn, các anh chị phỏng vấn sẽ là trưởng phòng Marketing (đối với công ty lớn) hoặc là sếp luôn nếu như là start-up, công ty nhỏ. Vòng phỏng vấn cũng chả có gì đặc biệt, đầy những câu hỏi phổ thông và... bùm cái mai đi làm luôn nha em.



Sự thật là vì..... công ty rất cần nhân sự content, tìm được nhân sự content thật sự rất khó. Chỉ cần như vậy là được đi làm rồi đó, vì cái ngành này nó cũng khá dễ dàng, người chỉ cần có kinh nghiệm viết một chút là được nhận ngay.

Ở giai đoạn này thì chúng ta sẽ đảm nhiệm các công việc:

- Viết bài blog cho website.
- Viết text cho mấy cái landing page của website.
- hết rồi đó, rảnh thì làm thêm đăng bài sản phẩm, tiện nữa thì đăng luôn bài, làm ảnh đăng bài cho Fanpage luôn nha em (đăng nào sếp cũng bảo y chang vậy thôi).



Ở cái giai đoạn này nếu mà làm cho doanh nghiệp nhỏ thì nhận lương, với mức lương 6 triệu 1 tháng, sếp cứ bảo " em cứ làm gì thì làm, miễn ngày lên được 2 bài cho anh là được, anh tuyển em vào cho đủ chỉ tiêu thôi...". Vì vậy, hãy quyết định kỹ nơi làm việc.



Nói thật với những bạn mà có tư duy tự học, có khả năng cày cuốc xuyên màn đêm rồi thì nhận công việc này quá khỏe, viết một buổi sáng là xong 2 bài (đôi khi 2 tiếng là xong), sau đó các bạn có thể dành thời gian để làm nhiều công việc khác hoặc có thể làm Freelancer thêm vì đơn giản.

NGAY CẢ SẾP CŨNG KHÔNG BIẾT GIÁ TRỊ CỦA VIỆC LÀM CONTENT. Cho nên là sếp chỉ quan tâm tới việc bạn có viết đúng viết sai gì đâu, cứ đều đặn một ngày 2-3 bài là được, còn chẳng thèm check chuẩn SEO.... và tới 1 thời điểm, sếp thấy việc làm SEO không còn quan trọng nữa, bạn bị nghỉ việc.

CHỐT: trong quá trình làm Content Website cho công ty vừa và nhỏ, khi bạn không được training và sếp cũng chả biết gì về SEO... bạn đã làm việc nhầm chỗ, bạn sẽ không phát triển, làm 2-3 năm và kết quả của bạn vẫn giậm chân tại chỗ (mà giờ 2 - 3 năm là một quãng thời gian cực kì quan trọng, quyết định bạn có được làm leader Content hay không, có thăng tiến hay không)

2. SEO EXECUTIVE

Công việc này nói nôm na thì nó còn được gọi là "chuyên viên SEO". Khi sếp đã thấy bạn có đủ năng lực và muốn phát triển... quan trọng là bạn có thể "TỰ MÌNH TẠO RA KẾT QUẢ CHO WEBSITE" thì không lý gì mà sếp không cho chúng ta thăng tiến thành nhân viên SEO.

Và đây là một bước thăng tiến rất rõ ràng, vừa thăng tiến về tiền, vừa thăng tiến về quyền hạn. Bạn sẽ không còn là tay mơ, là 1 đứa không có giá trị trong công ty nữa, kể từ bây giờ giá trị của bạn đã được xác định qua CÁC CON SỐ cụ thể.



Lưu ý cho dân Content: SEO đã không còn là 1 thứ cầu kỳ, cần quá nhiều kỹ thuật. Chỉ cần hiểu 5 yếu tố chính của SEO thì hoàn toàn bạn có thể tạo ra traffic, khách hàng, leads rồi, và chính traffic và leads là những con số thể hiện kết quả của bạn. Vì VẬY, đừng nghĩ việc SEO quá khó khăn, hãy học SEO từ bản chất và thực hành liên tục... Các case study lên top của bạn sẽ lên dần và bạn sẽ có động lực.



Một công ty mà đã tuyển dụng SEO Executive thì công ty đó chắc cũng hiểu khá khá về Marketing Online rồi, khi họ bắt đầu giao việc thì sẽ có những công việc cụ thể và "rất rõ ràng", việc của chúng ta chỉ cần làm theo và đừng quên đo đạt, báo cáo.

LƯU Ý: SEO nó có rất nhiều trường phái, và nó không hề có một quy chuẩn nào cả... vì tất cả đều là đánh lụi. Google không có thang điểm cụ thể "ông cần làm gì làm gì thì tôi cho lên top", đây đều là kinh nghiệm của người làm SEO. Vì VẬY, mỗi đơn vị sẽ có 1 trường phái SEO khác nhau, có thể sẽ khác nhau về bố cục, khác nhau về các checklist công việc... thì đó là thứ mà chúng ta đều phải học hết, đừng nên đem kiến thức SEO của bên này sang bên khác rồi bảo họ làm sai, còn cái nịt đấy.

CHỐT: khi đã chuyển qua được vị trí chuyên viên SEO rồi thì chúng ta sẽ

được đánh giá năng lực rất rõ, kết quả rất rõ nên thưởng phạt cũng rất phân minh. SEO nó là 1 quy trình các bước và nó rất khác so với việc chỉ viết content website. Khi chúng ta viết content thì chúng ta chẳng biết chúng ta sẽ ra kết quả như thế nào, các bước ra sao nhưng SEO thì chắc chắn có thể đo đếm được.

Nếu được, hãy cố gắng lên làm chuyên viên SEO sớm, ít nhất bạn cũng có thể biết được là mình có phù hợp với ngành này hay không.
ĐỪNG GIẤM CHÂN QUÁ LÂU VỚI VIỆC VIẾT CONTENT WEBSITE.

3. LEADER SEO

Nói là leader vậy thôi chứ làm SEO tầm 1 - 2 năm là bắt đầu thấy nản :v người làm SEO hay bất cứ người nào làm trong giới Digital Marketing đều sẽ có tư duy này.

MÌNH ĐÃ LÀM SEO ĐƯỢC MỘT DỰ ÁN, SAO MÌNH LẠI KHÔNG TỰ LÀM CHO MÌNH?

Đây là tâm lý mà rất nhiều bạn làm SEO cho những doanh nghiệp vừa và nhỏ hay mắc phải. Càng biết nhiều thì tỉ lệ out của các bạn càng nhiều, điều này là điều không trách được... vì chính người chủ cũng đang phó mặc cho bạn làm tất cả, chỉ mình bạn biết cách làm, chỉ bạn biết rõ quy trình làm... Vậy thì bạn đi là đúng.



Nói vậy thôi chứ vì cái tình cái nghĩa, chúng ta vẫn sẽ ở lại công ty, nhưng thương người thì tội mình... Vì vậy, mình nhắc lại một lần nữa việc "CHỌN ĐÚNG NƠI ĐỂ LÀM" rất quan trọng. Thà bạn là một đứa học sinh tệ trong 1 ngôi trường giỏi còn tốt hơn bạn là một đứa học sinh giỏi nhất trong một ngôi trường tệ. Khi bạn làm ở môi trường tốt, bạn sẽ có một khoảng cách về "tâm" và năng lực, đó là thứ sẽ giúp bạn gắn bó lâu dài với công ty và càng lúc càng phát triển.

Và... nhất thiết phải nhớ điều này. Việc TỰ HỌC là quan trọng nhất, đừng nghĩ đi vào môi trường tốt là bạn sẽ được sự đào tạo kỹ càng. Ngành này là một ngành hơi thiên về MMO (Make Money Online) nên sự

giấu nghề là không thể tránh khỏi, nếu tìm được một người thầy tốt thì hãy cố gắng học hỏi và gắn bó.



CHỐT: khi đã trở thành một Leader SEO rồi thì ngoài việc có thể tự giao checklist công việc cho team thì chúng ta còn phải có khả năng quản trị dự án, quản trị công nghệ, quản trị nhân sự nữa... nên nếu tự ra mở dự án thì còn lâu chúng ta mới có cơ hội học hỏi những case này, đừng bị ảo tưởng sức mạnh, bạn sẽ bị tổ trác đấy.

CÁC KỸ NĂNG CẦN CÓ CHO TỪNG CHẶNG ĐƯỜNG

Đây là phần chi tiết con đường cần phải đi trong công việc SEO-ER này.

1. CONTENT SEO

Bước chuẩn bị: Hãy xem nhiều bài viết, video nói về chủ đề "vì sao phải viết bài cho website".

Bước 1: (1 - 2 tháng)

Nhận bất kỳ công việc viết bài content website nào (freelancer), bạn có thể vào các đội nhóm tuyển cộng tác viên viết bài để nhận việc. Lưu ý, trong bước 1 này các bạn cần học được các điều sau:



- Giao diện viết bài của nhiều loại website khác nhau, và các điểm quan trọng mà dù là giao diện nào thì nó cũng phải có (ví dụ như keyword chính, tiêu đề, link bài, ảnh đại diện....).

- Barem viết bài của nhiều đơn vị (học để hiểu cái hay ở mỗi đơn vị).
- Guideline viết bài của từng đơn vị.
-

Bước 2: (3 - 6 tháng)

Nhận vào làm fulltime tại 1 đơn vị, tiêu chí chọn lựa công ty.



- Công ty đã có nền tảng sẵn về SEO, đã có website phát triển SEO mạnh hoặc có cả một hệ thống website (đừng nên chọn công ty mới xây website từ con số 0).

- Sếp là người thân thiện, và có nhiều kiến thức về SEO (này cảm nhận thôi).
- Công ty có chia các cv của nhân sự rõ ràng (ví dụ nhân viên content, nhân viên seo, nhân viên).

- Công ty nên bán những sản phẩm không quá khó (khó quá thì nhiệm vụ của người làm content giá trị rất ít, ngành dễ ví dụ như mỹ phẩm cũng dễ nè, nước hoa, đèn trang trí.... Còn những ngành như điện thoại, đồng y v.v.... thì khó lắm)

- Môi trường làm việc tốt (này tự cảm nhận, nhận công việc mà cách nhà 15km thì đi cũng hơi quan ngại).

Trong bước này bắt buộc chúng ta phải học được:

- Case study từ việc viết 1 bài từ lúc chưa được index đến khi index, sau đó vào được top 100, vào được top 20 - 10 - 5 như thế nào.

- Cách để xây dựng một bộ từ khóa.

- Cách để "phân tích 1 từ khóa khó dễ như thế nào".

- Cách viết bài chuẩn SEO.

- Cách để xây dựng bộ Pillar, bộ Silo Page.

- Cách viết bài nhanh theo barem (làm barem trước khi viết bài)

- Cách để sắp xếp công việc Content trong ngày.

- Cách để xem Google Analytics, Search Console, Ahref (QUAN TRỌNG, vì cái này giúp chúng ta biết chúng ta có đang ra kết quả hay là không).

Làm được hết các bước trên là bạn đã đủ level trong ngành viết Content chuẩn SEO, có thể bay khắp bốn phương nhận job Content website được rồi đó.

2. SEO EXECUTIVE

Sau khi đã là 1 chuyên viên Content website rồi thì chúng ta bắt đầu phải triển khai việc "học SEO" để có thể thăng tiến sớm thành nhân viên SEO. thông thường, nhân viên Content chỉ cần làm 3 tháng, có thời gian chuẩn bị rồi thì tháng thứ 4 đã có thể bắt đầu công việc của 1 nhân viên SEO. Ở bước này, chúng ta phải học các công việc chính như:



- Hiểu SEO bao gồm bao nhiêu bước (mỗi đơn vị có 1 trường phái riêng, và nếu chúng ta làm ở công ty lớn thì thường nó là White Hat, sẽ bền và phát triển lâu dài hơn).
- Hiểu các kiến thức căn bản, từ vựng ngành: backlink là gì, chuẩn SEO là gì, onpage, offpage là gì...
- Hiểu "thế mạnh" của công ty mình (ví dụ như công ty mình có 200 website, giờ dùng 200 website đó thì kéo site nào cũng lên).
- Hiểu cách build "Entity Link", nói nôm na là xây dựng hệ thống link từ mxh, blog, diễn đàn.
- Hiểu cách phân tích website mạnh yếu để đi backlink.
- Hiểu cách phân tích 1 từ khóa cần bao nhiêu tiền để lên top (các checklist công việc là gì).
- Hiểu cách tối ưu onpage website, cách xây Google Map...
- Hiểu cách xây dựng Backlink, Juice Link.
- Hiểu cách Audit bài viết (cái này cần công cụ, có thể là Coraseo, Website auditor...).
- Hiểu cách phân tích, cách báo cáo website thường xuyên cho sếp.

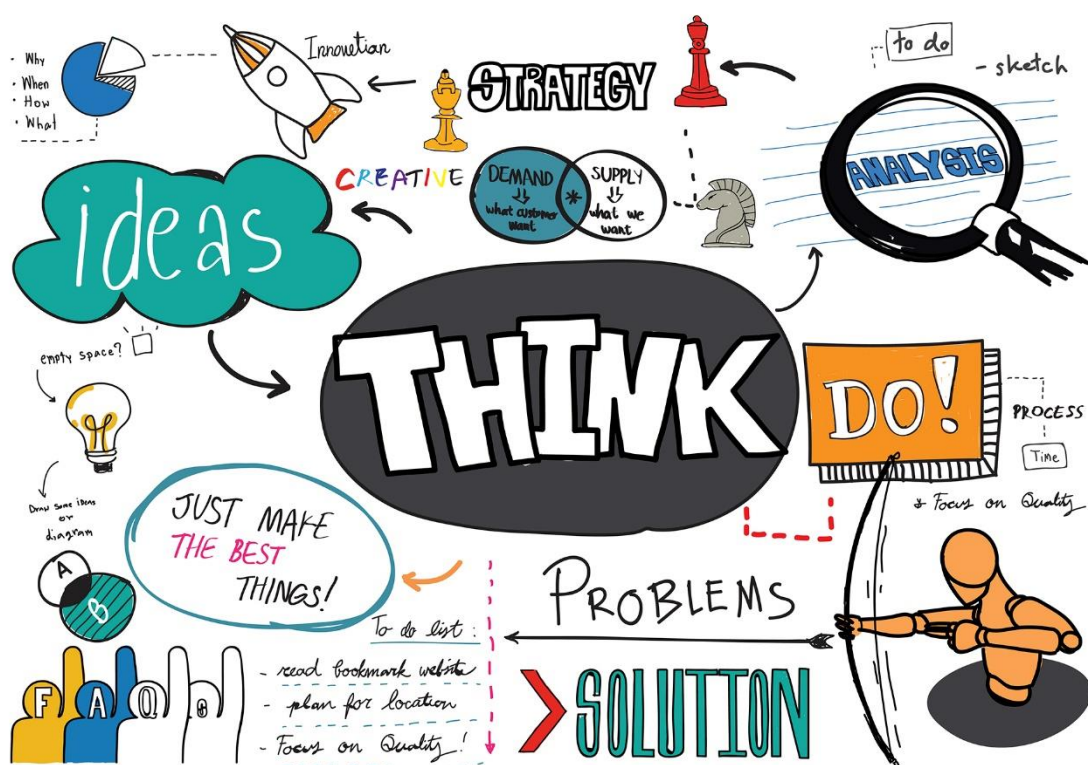


Hiểu rồi còn phải thực hành cho ra kết quả nữa nha, căn bản trong việc làm nhân viên SEO chúng ta vẫn phải nghe theo lời của sếp, vẫn phải theo trường phái mà công ty đang làm đó giờ, thời gian 1-2 tháng

đầu thì chúng ta không nên phản biện, quan trọng là cách làm đó vẫn ra kết quả thì chúng ta nên học theo. Thời gian tiếp theo khi đã làm SEO được 3-6 tháng rồi, chúng ta sẽ có những đóng góp, cải thiện khi chúng ta đã có 1 lượng kiến thức mới từ việc "tự học".

Trong giai đoạn này, nếu được thì chúng ta có thể học thêm các kỹ năng:

- Thiết kế Website (để tự mình làm 1 cái website cho mình, này học lẻ lắm 2 - 3 tuần là xong, dựng wordpress cơ bản không cần học code).
- Cài đặt Google Map.
- Sử dụng các công cụ SEO (nên xem thị trường họ đang dùng những công cụ gì).
- Kỹ năng thiết kế landing page (thông thường là elementor).
- Kỹ năng thiết kế popup .
- Kỹ năng design photoshop căn bản.
- Kỹ năng sử dụng tawk.to, chatbot.
- Kỹ năng tìm kiếm PBN.
- Kỹ năng dựng PBN.
-



Khi bạn đã hoàn thiện được tất cả những kỹ năng nêu trên, bạn đã hoàn toàn có thể tự mình lập kế hoạch để SEO 1 website từ A - Z. Bạn sẽ có đủ case study để có thể tự mình triển khai cho 1 website mới toanh, đó mới là điều quan trọng của nghề SEO.

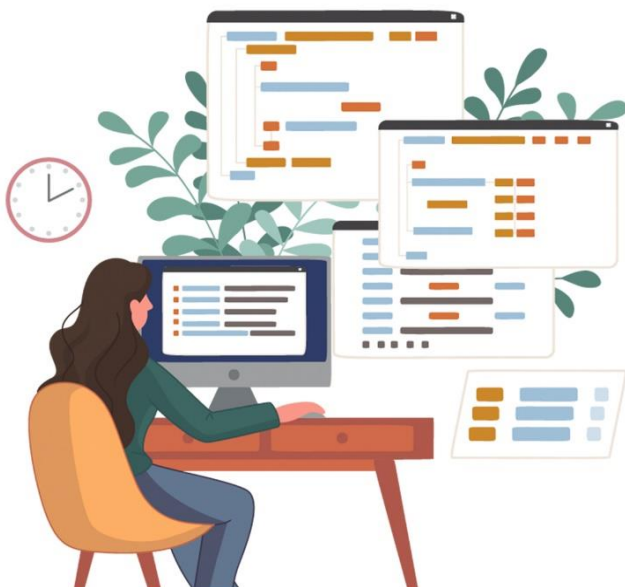
Hãy cố gắng để bất cứ khi nào có ai đó giao cho bạn một website, bạn đều có thể SEO nó từ con số 0 lên hàng chục nghìn traffic một tháng.

3. LEADER SEO

Tới đây thì công việc càng lúc càng khó, mạn phép trích lại bài của chính mình vào nửa năm trước về các công việc của một leader SEO:

- Lên bộ Keyword, săn keyword mới, ngon hàng tháng (cả chủ đề của công ty lẫn chủ đề đời sống).
- Đo đạt traffic của website, các bài viết nào lên và không lên.
- Quản lý Index bài viết, Quản lý link Zombie (sửa các bài không index, hoặc xóa luôn), Quản lý tình trạng ăn thịt content (không để trùng keyword, trùng bài viết).
- Tạo các chiến dịch mới (sản phẩm mới, gói bán mới, đợt giảm giá mới): giao xuống cho nhân sự làm banner, landing page.
- Quản lý các category để gắn popup các chiến dịch quảng cáo mới
- Quản lý form thông tin, chia leads xuống cho Sale (hoặc tạo ra file quản lý form tự động cho sales).
- Xây dựng các bộ Pillar Page mới.
- Quản lý các bài viết lên top: chỉnh sửa audit bài theo thời gian (giao cho nhân viên), gắn thêm banner, popup, CTA trong bài viết (giao cho nhân viên).
- Quản lý lỗi website: tốc độ Google Page Speed, các thay đổi thuật toán của Google, các mã độc, DDOS,....
- Quản lý Backlink out - in của website: cái nào bị out là phải đi fix lại, cái nào in mà bị broken là phải đi khiêu nại liền.
- Quản lý Source code của landing page, bài viết, schema, trang home (mấy cái menu mà để thành h1 h2 hết là toang rồi).
- Quản lý Content, bài viết mới hàng tháng (giao cho nhân viên).
- Tinh chỉnh, tối ưu sitemap phù hợp với Search Console Google

- Quản lý audit bài viết cho bài viết nào "cần lên top": chỉnh sửa content chuẩn SEO bằng coraseo, screaming frog, website audit. (cái này khó).
- Đo đạt website đối thủ ở các keyword bán hàng xem họ có tăng trưởng gì không.
- Kết nối thường xuyên với đơn vị thiết kế Website để quản lý tốc độ website, fix lỗi source, chỉnh sửa giao diện website (hoặc tự chỉnh nếu được).
- Quản lý các PBN của thương hiệu, phát triển song song, kéo nguồn lực traffic về cho website.
- Tạo các tài liệu, ebook, bài tổng hợp để kéo traffic về cho website (nếu được).
- Quản lý remarketing Ads cho Website (remarketing đối với các category, chủ đề có liên quan tới ngành): cái này thiên về bộ phận ads, leader SEO có thể nắm hoặc nếu được thì tự chạy.
- Quản lý điều hướng traffic từ các bài tầng 3 (bài viết traffic) sang các bài viết vòng pillar hoặc sang bài pillar, từ bài pillar về bài viết bán hàng hoặc bài viết cần lên top.
- Quản lý headmap (bản đồ nhiệt của website), đo đạt UI/UX tỉ lệ click ở các button, các banner, các popup để tạo ra banner popup mới phù hợp hơn.
- Quản lý backlink 2.0, backlink MXH, và cả backlink PBN, báo, blog (đo đạt, quản lý các chỉ số bài back link cũ và mới).



Nói thật chứ nhìn vào là đã thấy nhức đầu rồi nên các bạn làm Content giờ đọc chưa hiểu đâu, lưu lại Ebook này rồi khi nào làm SEO lấy ra vọc lại thôi chứ giờ học vào là tẩu hỏa cà na đó.

LÀM SEO ĐEM LẠI LỢI ÍCH GÌ CHO DÂN CONTENT?

• **Hiểu thêm về "thực tế"**

Nói thật, mình đã kinh qua cả hai nghề nên mình cũng hiểu được một phần tư duy của người làm SEO và Content. (sự thật thì mất lòng), những người làm Content thì thường rất bay bổng, rất "cảm hứng" và đôi khi hay thần tượng hóa công việc... nhưng đến khi hỏi 1 câu thực tế "một bài viết của em trị giá bao nhiêu tiền và vì sao lại trị giá như vậy" thì đôi khi chúng ta lại không hiểu được.

Trong quá trình làm SEO, chúng ta sẽ học sâu vào kỹ thuật, học sâu vào các con số và có các checklist công việc rõ ràng... nó thiên về "kỹ thuật" và đây là công việc hoàn toàn có thể đo đạt rõ ràng. Vì vậy, đây là một CÔNG VIỆC RẤT THỰC TẾ, bạn có thể là một người bay bổng, nhưng nếu người bay bổng vẫn nằm trong một khuôn khổ nhất định và tạo ra được kết quả nữa thì quá tuyệt vời, hãy sống thực tế.



• **Hiểu thêm về "case study"**

Nếu xét về Case Study của người viết Content thì rất khó vì bạn có viết 1 bài viết hay đến nhường nào mà không có người xem thì cũng chẳng ai kiểm chứng nội dung của bạn. Nói đúng hơn, bạn phải có môi trường, điển hình như một Fanpage 500.000 like, một website một triệu traffic/tháng v.v.... Nhưng người mới thì chẳng thể nào thể hiện được điều đó trừ khi bạn làm tại 1 công ty nào đó mạnh về Marketing hoặc là Agency.



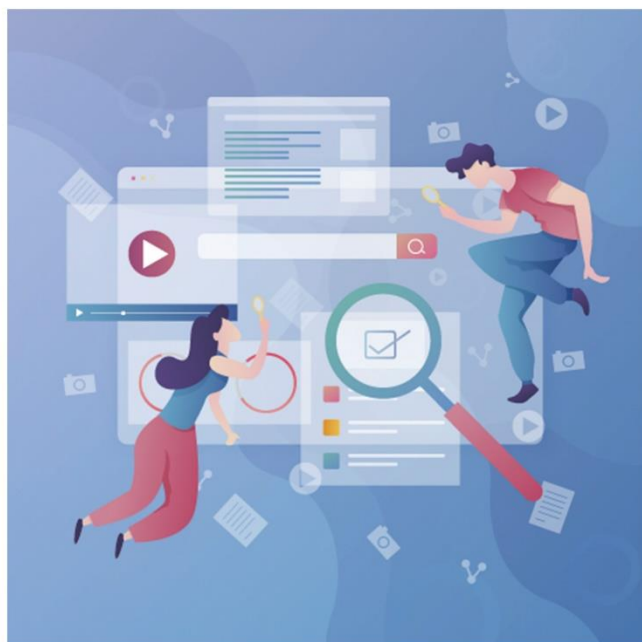
Muốn thực tế thì bắt buộc chúng ta phải có "Case Study" đi kèm. Case Study là gì, cCase Study là những thứ mà chúng ta tự tay làm từ A - Z cho đến khi nó RA KẾT QUẢ. Vậy, đối với người làm content, kết quả là được nhiều like, share, có đơn hàng... cơ mà mình viết cho hay cho giỏi mà bên Marketing làm quá tệ thì cũng chẳng có. Vậy nên nghề content còn QUÁ PHỤ THUỘC.

Khi chúng ta làm trong ngành SEO, mọi thứ rất thực tế. Các Case Study hầu hết bạn đều có thể tự tạo ra được từ việc viết một bài mới, đi backlink, kéo traffic.... tất cả mọi thứ đều có con số rõ ràng. Từ đó, Case Study sẽ dễ dàng đo đạt và từ đó bạn sẽ tự tin hơn trong công việc.

• **Hiểu thêm về "cách kiếm tiền"**

Điều này chắc chắn người làm Content ít ai để ý tới nè. Ví dụ, bạn có thể viết một bài content fanpage, bạn có thể tạo ra một ebook, bạn có thể viết một bài website.... nhưng rốt cuộc bài đó như thế nào nó mới tạo ra chuyển đổi một đơn hàng?

Khi làm SEO, chúng ta sẽ biết rất rõ hành trình một người đi vào website, sau đó họ click vào những cái gì (heatmap) rồi sau đó họ có điền form hay không, 1000 người vào xem web thì bao nhiêu người điền form v.v.... Chúng ta sẽ hiểu rất rõ chỉ cần chỉnh form, chỉnh popup, chỉnh traffic một xíu là đơn hàng rớt tăng thấy rõ. RẤT RÕ RÀNG TRONG QUÁ TRÌNH KIẾM TIỀN, Content là một phần trong các quá trình đó.



- **Hiểu thêm về quá trình vận hành**

Khi làm content, Sếp ra đề bài, chúng ta viết Content... nó là một quy trình rất dễ chỉ có vài bước. Làm SEO thì nó không dễ thế, các bước phân chia rất rõ ràng:

Bước 1: Làm website

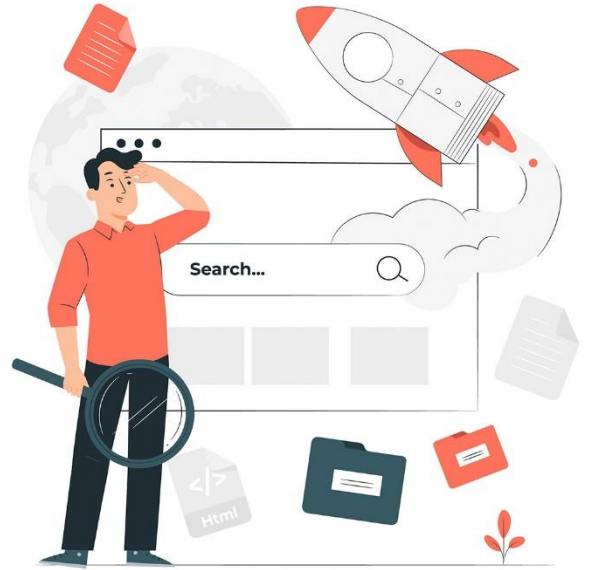
Bước 2: tối ưu onl page off page

Bước 3: tìm bộ keyword

Bước 4: phân tích keyword

Bước 5:

Bạn sẽ được tìm hiểu ngọn ngành các bước vận hành để 1 website có thể phát triển và ra đơn hàng, đây là một kinh nghiệm cực kỳ quý báu vì chỉ cần bạn nắm được quy trình vận hành thì chính bạn cũng có thể tự mình tạo ra được một Website mới, tự mình SEO cho 1 website mới và khi mà bạn đã nắm được 1 cái quy trình mà có thể ra kết quả rồi thì sống ở đâu sống cũng được.



ĐỜI SỐNG THƯỜNG NHẬT CỦA MỘT SEO-ER

(Cái này là công việc của một bạn nhân viên trong công ty mình, công ty mình đặt cao sự đa nhiệm lên trên đầu, đôi khi các công ty khác không như vậy thì mọi người bỏ qua nhé).

Lưu ý: đây là 1 ngày thường nhật, không có nghĩa ngày nào cũng y chang vậy.



8h00: Tới công ty, chấm công, hoàn tất việc check mail, check tin khách và kèm theo việc kết bạn nick facebook (nhân viên SEO kiêm cả đi tìm khách SEO). Note checklist công việc hôm nay cho sếp.

8h30: Kiểm tra các nội dung của các bạn CTV viết bài (công ty mình thuê outsource content), sửa lỗi và yêu cầu các bạn fix, giao keyword mới (nếu có) cho các bạn.



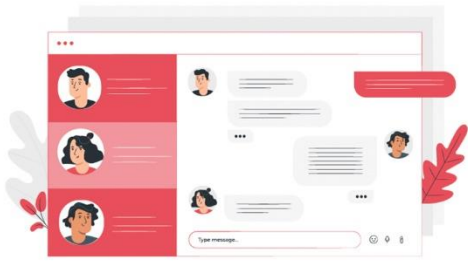
9h00: Check website Google Analytics, Search Console để xem có keyword nào mới lên không (thú vui của người làm SEO), xem tầm 5 - 10 website đang control, xem coi site nào lên traffic, sụp traffic... nếu có sụp thì phân tích vì sao sụp.

10h00: Xử lý các cuộc chat với khách hàng.

11h00: Xây bộ keyword cho nhadatrao-vat.vn (tầm 100-200 keyword ngon).

12h00: Nghỉ trưa.





13h30: Bắt đầu giao keyword mới cho nhân sự CTV và note các lưu ý (vì là website mới, cần có barem mới).



14h00: Làm hoạt động xây backlink cho website (social), đi backlink cho các keyword đang cần lên top (hiện đang ở top 20) (bao gồm cả việc viết bài).



16h00: Viết bài phụ cho CTV nếu không đủ nguồn lực.



18h00: Tới công chuyện, à nhầm tới giờ về.



20h00: Lại lôi máy tính ra làm việc, có thể là nghiên cứu kiến thức, có thể là đọc các kiến thức SEO, có thể là hỏi sếp một vài vấn đề về SEO...

22h00: Xem Netflix tới 2h sáng rồi ngủ.



Lưu ý 2: Đây là thời gian của một thanh niên FA, không tính những đứa có bồ, FA thì rảnh lắm.

TỔNG KẾT

Các phần trên cũng chưa phải đầy đủ lắm về chặng đường của một người làm SEO nhưng nó cũng mờ mờ cho chúng ta thấy là cái nghề này nó khó lắm, biết đường thì lo suy nghĩ lại mà qua ngành khác đi.

