

Tại sao họ lại cần SEO?

Có một vài câu trả lời đối với câu hỏi về [SEO](#) này mà tôi không hài lòng lắm đó là:

- Thêm *links*.
- Thêm lưu lượng truy cập.
- Thêm nội dung.

Chúng có vẻ là câu trả lời hay, nhưng khi bạn nhận được các câu trả lời như vậy thì bạn cũng cần phải hỏi tại sao?

Tại sao bạn cần liên kết nhiều hơn?

Tại sao bạn cần thêm lưu lượng truy cập?

Tại sao bạn cần nhiều **nội dung** hơn?

Nhưng câu trả lời này có vẻ gần với những gì bạn muốn nghe hơn. Hay nói theo 1 cách khác:

Đâu là quan trọng đối với doanh nghiệp của bạn?

Làm thế nào để kiếm tiền?

Cái gì thúc đẩy lợi nhuận của bạn mỗi năm?

Câu trả lời mà bạn đang tìm kiếm là một trong những điều làm cho doanh nghiệp của bạn tồn tại, và câu trả lời sẽ phù hợp với lý do tại sao công ty tồn tại. Đây là điểm bắt đầu mà chúng ta cần có, bởi vì từ đây sẽ cho chúng ta phương hướng hoạt động, kim chỉ nam cho doanh nghiệp. Đó cũng là lý do vì sao chúng ta phải bắt đầu với những câu hỏi. Một khi bạn đã rõ vấn đề này, bạn sẽ nâng lên một tầm cao mới để bắt đầu xác định chiến lược không chỉ đem lại các liên kết mà còn giúp doanh nghiệp đạt mục tiêu của mình.

Không đo lường sự thành công bởi số lượng link

Một số người có thể không đồng tình nhưng đây là những gì tôi cảm thấy về việc xây dựng liên kết
hiện nay:

Sự phân biệt của một doanh án không phải là liên kết, sự phân biệt là một cái tên mới trong văn đề khách hàng – doanh thu.

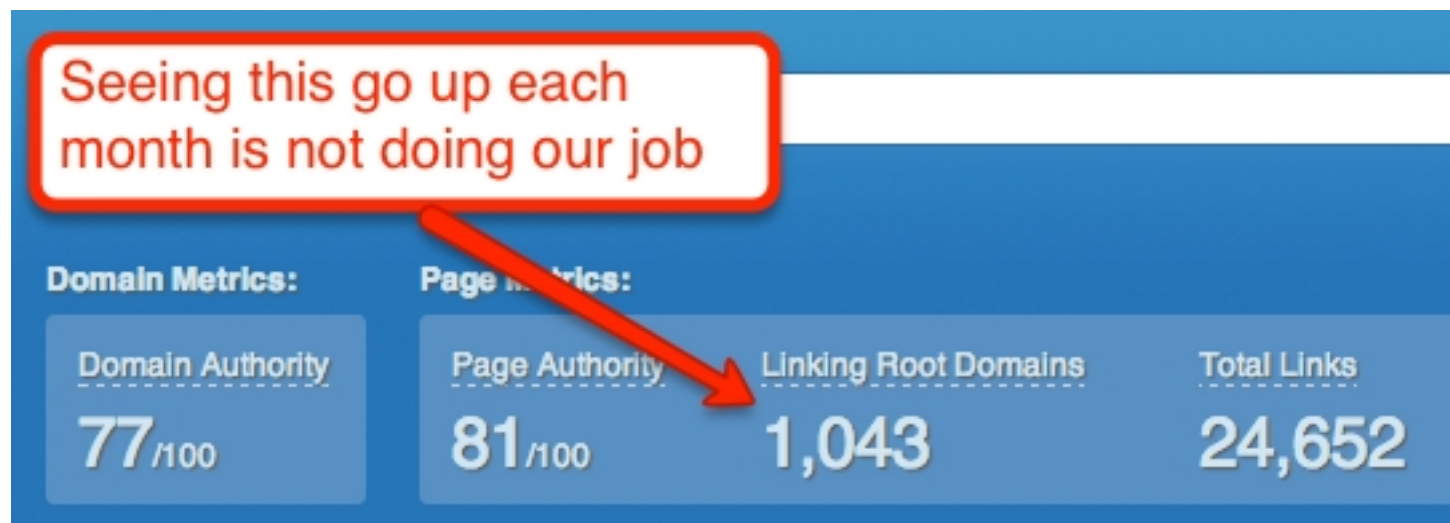
Tôi không bao giờ làm việc mà không quan tâm tại vì cái tại sao lại phải xây dựng một số lượng liên kết trong 1 tháng. Tôi luôn đặt ra câu hỏi tại sao tôi cần 50 links 1 tháng và tháng nào cũng vậy. Nhưng liệu liên kết tôi có được là gì? Nếu bạn xây dựng chúng một tháng, bạn có cái tên để đo doanh thu cho khách hàng của bạn hay không?

Hãy nhìn nhanh vào 1 ví dụ. Một công ty thuê bạn làm dịch vụ quản lý SEO và bạn đồng ý với mức tiêu 50 link/tháng và hợp đồng là 3 tháng. Sau 3 tháng, bạn đã xây dựng 150 link, do đó bạn đi gặp đối tác khác, bạn cho họ thấy bạn đã làm được như vậy và bạn coi đó là thành công.

Tôi chắc chắn một điều rằng có các giám đốc điều hành của công ty, những người nghe thấy rằng bạn

đã đặt được một tiêu chuẩn. Họ hỏi thêm doanh thu đặt thêm được bao nhiêu, như là kết quả của những liên kết bạn đã làm được này. Trung đội SEO (chính là bạn) không trả lời được câu hỏi của họ. Ban giám đốc yêu cầu bạn cho thấy công việc bạn làm đã giúp cải thiện hình ảnh thương hiệu của công ty họ như thế nào. Bạn nhìn vào danh sách 150 bài đăng trên các blog không liên quan và im lặng.

Vấn đề ở đây là gì?



như: [Bảng thống kê số lượng link đã xây dựng](#)

Nếu chúng ta làm việc nghiêm túc hơn như thế này đây là 1 ngành thực sự thì chúng ta có thể tin cậy cung cấp cho các CEO của các công ty lớn câu trả lời giúp họ hiểu được.

Các CEO không quan tâm tới Open Site Explorer hoặc Majestic SEO thế hiện họ sợ backlink hoàn toàn của bạn. Họ chỉ quan tâm với việc trả lương cho nhân viên theo thời gian, tiền thuê văn phòng và trả ra là nhu cầu. Các link nằm ngoài mối quan tâm của họ. Họ chỉ sợ đường liên kết khi chúng là hàng hóa ít rõ ràng, nhưng chúng ta lại không nghĩ như họ.

Chúng ta đã thuê đội ngũ SEO để tạo thêm thu nhập cho công ty, nếu chúng ta có thể làm việc này bằng cách xây dựng 50 link/tháng thì quá là tuyệt vời. Đó không phải là cách giúp chúng ta luôn thành công và tôi biết rằng đó cũng không phải là 1 cách dễ dàng. Vì vậy, dưới đây tôi xin nói với các bạn giúp chúng ta thành công.

Tập trung vào các sản phẩm quan trọng cho khách hàng của bạn

Nếu khách hàng của bạn không không trực tiếp làm tăng doanh thu từ website của họ, bạn cần phải tìm phương án khác. Hãy tập trung vào những bạn đang làm việc với một trang web B2B không bán hàng trực tuyến. Trong trường hợp này, công việc của bạn nên được đo lường bằng doanh thu.

Điểm mấu chốt là phân phối của bạn nên tạo một số khác biệt cho doanh nghiệp mà bạn đang làm việc. Tìm ra các sản phẩm quan trọng, sau đó tìm ra cách làm thế nào để cải thiện nó.

Ví dụ: Tôi tập trung làm việc với một khách hàng SaaS ở Anh, những người có web B2B. Một người mua hàng sẽ đem lại doanh thu 100k £ 1 năm. Những sự chuyển đổi từ khách tìm kiếm thành khách mua hàng, quá trình này rất thú vị khi một nhu cầu tháng. Tôi có thể theo dõi các yêu cầu từ những kẻ tìm kiếm, nhưng tôi cũng không biết được việc chuyển đổi từ khách tìm kiếm thành khách mua hàng. Vì vậy tôi đã gặp một các chuyên gia Marketing hàng tháng để thấy được hàng hóa đã được bán như thế nào. Và họ cho tôi biết được người tìm kiếm có thể chuyển đổi thành khách mua hàng hay không. Cuộc trao đổi đó cho tôi thấy được, công việc chúng tôi làm thực sự hiệu quả, đã đem lại doanh thu lớn cho công ty thông qua tìm kiếm.

Nguồn: www.seomoz.org

Còn nữa...