

CASE STUDY: TRIỂN KHAI THỰC TẾ YMYL TRONG SEO

Biên soạn bởi: HỒNG MINH (MINH HM)

CEO LIGHT | Chuyên gia Marketing Online, lập trình với 12+ năm kinh nghiệm

GIỚI THIỆU CASE STUDY

Tài liệu này trình bày 3 case study thực tế về cách triển khai chiến lược SEO cho các website thuộc lĩnh vực YMYL (Your Money or Your Life), được thực hiện trong quá trình tư vấn cho hơn 3000+ doanh nghiệp. Các case study được chọn lọc từ những dự án thành công nhất, đại diện cho 3 ngành chính: Y tế, Tài chính và Pháp lý.

CASE STUDY 1: WEBSITE Y TẾ - PHÒNG KHÁM ĐA KHOA

Thông tin dự án

- Lĩnh vực:** Y tế - Phòng khám đa khoa
- Thời gian triển khai:** 8 tháng (01/2023 - 08/2023)
- Mục tiêu:** Tăng traffic organic 200%, cải thiện ranking cho từ khóa y tế

Thách thức ban đầu

- X Website thiếu thông tin bác sĩ và chứng chỉ
- X Nội dung y tế không có nguồn tham khảo khoa học
- X Thiếu các trang về chính sách, quy trình điều trị
- X Domain Authority thấp (DA: 15)
- X Không có schema markup cho thông tin y tế

Chiến lược triển khai

Bước 1: Xây dựng nền tảng EEAT

- ✓ **Chuyên môn (Expertise):** Tạo trang CV chi tiết cho 12 bác sĩ chuyên khoa
- ✓ **Kinh nghiệm (Experience):** Thêm 5+ năm kinh nghiệm điều trị, số ca thành công
- ✓ **Uy tín (Authoritativeness):** Liên kết với Bộ Y Tế, các hiệp hội y khoa
- ✓ **Đáng tin cậy (Trustworthiness):** Giấy phép hoạt động, chứng nhận ISO

Bước 2: Tối ưu nội dung YMYL

- ✓ Tất cả bài viết y tế được xem xét bởi bác sĩ chuyên khoa
- ✓ Thêm tuyên bố từ chối trách nhiệm rõ ràng: "Thông tin chỉ mang tính tham khảo"
- ✓ Trích dẫn từ tạp chí y khoa uy tín (PubMed, Medline)
- ✓ Cập nhật nội dung định kỳ theo hướng dẫn mới nhất

Bước 3: SEO kỹ thuật cho YMYL

- Schema markup: MedicalOrganization, Physician, MedicalCondition
- Chứng chỉ SSL + HTTPS
- Tối ưu Core Web Vitals (LCP < 2.5s, FID < 100ms)
- Mobile-first indexing

Kết quả đạt được

Chỉ số	Trước	Sau	Tăng trưởng
Lưu lượng Organic	2,500/tháng	7,800/tháng	+212%
Domain Authority	15	34	+127%
Từ khóa Top 3	12	47	+292%
Tỷ lệ chuyển đổi	1.8%	4.2%	+133%
Lịch khám online	25/tháng	89/tháng	+256%

Bài học rút ra

"Với website y tế, việc chứng minh chuyên môn của đội ngũ bác sĩ quan trọng hơn cả việc tối ưu từ khóa. Google ưu tiên những trang có thông tin tác giả rõ ràng và có thể xác minh được."

CASE STUDY 2: WEBSITE TÀI CHÍNH - CÔNG TY TƯ VẤN ĐẦU TƯ

Thông tin dự án

- Lĩnh vực: Tài chính - Tư vấn đầu tư chứng khoán
- Thời gian triển khai: 10 tháng (03/2023 - 12/2023)
- Mục tiêu: Xây dựng uy tín thương hiệu, tăng chất lượng khách hàng tiềm năng

Thách thức ban đầu

- X Lĩnh vực nhạy cảm về tiền bạc, rủi ro cao về YMYL
- X Cạnh tranh khốc liệt với các ngân hàng lớn
- X Thiếu chứng chỉ, giấy phép hoạt động rõ ràng
- X Nội dung thiếu tuyên bố từ chối trách nhiệm về rủi ro đầu tư

Chiến lược triển khai

Bước 1: Tuân thủ pháp lý & Quy định

- ✔️ Hiển thị giấy phép kinh doanh dịch vụ đầu tư từ Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
- ✔️ Thêm tuyên bố từ chối trách nhiệm về rủi ro đầu tư trên mọi trang
- ✔️ Chính sách bảo mật thông tin khách hàng chi tiết
- ✔️ Điều khoản dịch vụ được luật sư xem xét

Bước 2: Xây dựng uy tín

- ✔️ Tổng giám đốc viết bài trên các tạp chí tài chính uy tín
- ✔️ Tham gia podcast, hội thảo trực tuyến về đầu tư
- ✔️ Được trích dẫn trên VnExpress, Cafef, Đầu tư Chứng khoán
- ✔️ Xây dựng thương hiệu cá nhân cho các chuyên gia

Bước 3: Chiến lược nội dung

- Báo cáo thị trường hàng tuần với dữ liệu thực tế
- Video phân tích chuyên sâu về các mã cổ phiếu
- Sách điện tử miễn phí về chiến lược đầu tư dài hạn
- Hội thảo trực tuyến định kỳ với 500+ nhà đầu tư tham gia

Kết quả đạt được

Chỉ số	Trước	Sau	Tăng trưởng
Khách hàng tiềm năng chất lượng	45/tháng	178/tháng	+296%
Tìm kiếm thương hiệu	320/tháng	1,240/tháng	+288%
Người đăng ký nhận tin	1,200	8,900	+642%
Người tham gia hội thảo	0	500/tháng	Mới
Tài sản quản lý (AUM)	12 tỷ	47 tỷ	+292%

Hiểu biết quan trọng

"Trong lĩnh vực tài chính, việc xây dựng thương hiệu cá nhân cho người sáng lập và các chuyên gia quan trọng hơn cả website. Khách hàng đầu tư tiền dựa trên niềm tin vào con người, không phải vào công ty."

CASE STUDY 3: WEBSITE PHÁP LÝ - VĂN PHÒNG LUẬT SƯ

Thông tin dự án

- **Lĩnh vực:** Pháp lý - Tư vấn luật doanh nghiệp
- **Thời gian triển khai:** 6 tháng (06/2023 - 11/2023)
- **Mục tiêu:** Tăng khách hàng doanh nghiệp, cải thiện danh tiếng

Thách thức ban đầu

- X Website cũ không có thông tin về đội ngũ luật sư
- X Thiếu nghiên cứu tình huống và hồ sơ thành tích
- X Nội dung pháp lý không cập nhật theo luật mới
- X Không có lời chứng thực từ khách hàng

Chiến lược triển khai

Bước 1: Hồ sơ luật sư & Thông tin xác thực

- ☒ Trang cá nhân cho 8 luật sư với CV chi tiết
- ☒ Chứng chỉ hành nghề, bằng cấp, kinh nghiệm
- ☒ Các vụ án tiêu biểu đã thắng (tuân thủ bảo mật)
- ☒ Thành viên của Liên đoàn Luật sư Việt Nam

Bước 2: Uy tín nội dung pháp lý

- ✓ Cập nhật 100+ bài viết theo luật mới nhất
- ✓ Phân tích án lệ và tiền lệ pháp lý
- ✓ Hướng dẫn từng bước các thủ tục pháp lý
- ✓ Hỏi đáp về các vấn đề pháp lý phổ biến

Bước 3: Niềm tin & Chứng minh xã hội

- 15+ lời chứng thực từ Tổng giám đốc các công ty lớn
- 50+ nghiên cứu tình huống thành công (ẩn danh)
- Đề cập trong báo chí từ báo pháp luật
- Giải thưởng từ tổ chức luật sư quốc tế

Kết quả đạt được

Chỉ số	Trước	Sau	Tăng trưởng
Khách hàng doanh nghiệp	23	67	+191%
Giá trị vụ việc trung bình	45 triệu	89 triệu	+98%
Cuộc gọi tư vấn	12/tháng	43/tháng	+258%
Tỷ lệ giới thiệu	15%	38%	+153%
Đề cập trong báo chí	2/năm	14/năm	+600%

Yếu tố thành công chính

"Với website luật, việc minh bạch về thông tin cá nhân và kinh nghiệm của từng luật sư là yếu tố quyết định. Khách hàng cần biết chính xác ai sẽ xử lý vụ việc của họ."

PHÂN TÍCH CHUNG CHO CẢ 3 CASE STUDY

Các yếu tố chung dẫn đến thành công

1. Chuyên môn (Expertise)

- ✓ Thông tin chi tiết về trình độ, bằng cấp
- ✓ Số năm kinh nghiệm được nêu rõ
- ✓ Chuyên môn hóa trong từng lĩnh vực cụ thể
- ✓ Giáo dục liên tục và cập nhật chứng chỉ

2. Kinh nghiệm (Experience)

- ✓ Nghiên cứu tình huống và câu chuyện thành công
- ✓ Lời chứng thực từ khách hàng với họ tên + chức vụ đầy đủ
- ✓ Danh mục công việc và thành tích
- ✓ Kết quả trước/sau với số liệu cụ thể

3. Uy tín (Authoritativeness)

- ✓ Đưa tin trên báo chí và đề cập báo chí
- ✓ Phát biểu tại hội thảo và sự kiện ngành
- ✓ Thành viên các hiệp hội chuyên nghiệp
- ✓ Nội dung dẫn dắt tư duy

4. Đáng tin cậy (Trustworthiness)

- ✓ Thông tin liên hệ rõ ràng và địa chỉ thực tế
- ✓ Giấy phép chuyên nghiệp và chứng chỉ

- ✓ Chính sách bảo mật và điều khoản dịch vụ
- ✓ Minh bạch về hạn chế và tuyên bố từ chối trách nhiệm

Chỉ số đo lường EEAT

Chỉ số	Công cụ	Mục tiêu
Uy tín tác giả	Tìm kiếm Google	80%+ kết quả hiển thị thông tin tác giả
Tìm kiếm thương hiệu	Google Analytics	25%+ tổng lưu lượng organic
Lưu lượng trực tiếp	GA4	30%+ (cho thấy nhận biết thương hiệu)
Lưu lượng giới thiệu	GA4	15%+ từ các trang uy tín
Đánh giá sao	Google Business	4.5+ sao, 100+ đánh giá

LỘ TRÌNH TRIỂN KHAI YMYL CHO DỰ ÁN MỚI

Giai đoạn 1: Nền tảng (Tháng 1-2)

- ☐ Kiểm toán toàn bộ website hiện tại
- ☐ Xây dựng hồ sơ tác giả chi tiết
- ☐ Thiết lập các trang pháp lý (Bảo mật, Điều khoản, Từ chối trách nhiệm)
- ☐ Triển khai SSL và các biện pháp bảo mật

Giai đoạn 2: Nội dung & Uy tín (Tháng 3-5)

- ☐ Kiểm toán nội dung và cập nhật theo hướng dẫn YMYL
- ☐ Xây dựng nội dung dẫn dắt tư duy
- ☐ Tiếp cận báo chí và chiến dịch quan hệ công chúng
- ☐ Thành viên các hiệp hội chuyên nghiệp

Giai đoạn 3: Kỹ thuật & Tối ưu (Tháng 6-7)

- ☐ Triển khai schema markup
- ☐ Tối ưu Core Web Vitals
- ☐ Thiết kế lại ưu tiên di động
- ☐ Thiết lập phân tích nâng cao

Giai đoạn 4: Mở rộng & Giám sát (Tháng 8+)

- ☐ Tạo nội dung liên tục
- ☐ Chiến dịch đánh giá và lời chứng thực
- ☐ Xây dựng liên kết từ các trang uy tín
- ☐ Giám sát và điều chỉnh liên tục

KHUYẾN NGHỊ THỰC TIỄN

Với Website Y tế:

1. **Luôn có bác sĩ xem xét nội dung** trước khi xuất bản
2. **Tuyên bố từ chối trách nhiệm y tế** phải xuất hiện trên mọi trang
3. **Trích dẫn nghiên cứu khoa học** cho mọi thông tin y tế
4. **Cập nhật nội dung** theo hướng dẫn y tế mới nhất

Với Website Tài chính:

1. **Tuyên bố từ chối trách nhiệm về rủi ro** phải rõ ràng và dễ thấy
2. **Thành tích thực tế** quan trọng hơn lời hứa hẹn
3. **Tuân thủ quy định** phải được đảm bảo 100%
4. **Xây dựng thương hiệu cá nhân** cho người sáng lập và chuyên gia chính

Với Website Pháp lý:

1. **Thông tin xác thực luật sư** phải được xác minh
2. **Nghiên cứu tình huống** cần tuân thủ bí mật luật sư-khách hàng
3. **Tuyên bố từ chối trách nhiệm pháp lý** về thẩm quyền và phạm vi
4. **Thành viên các hiệp hội chuyên nghiệp** phải có

KẾT LUẬN VÀ BƯỚC TIẾP THEO

Qua 3 case study thực tế, chúng ta thấy rằng **EEAT không chỉ là hướng dẫn mà là yêu cầu bắt buộc** đối với website YMYL. Sự thành công không đến từ việc "hack" thuật toán mà từ việc thực sự xây dựng uy tín và chuyên môn.

Điểm chính cần nhớ:

- EEAT là đầu tư dài hạn, không phải chiến thắng nhanh
- Xây dựng thương hiệu cá nhân quan trọng ngang xây dựng thương hiệu website
- Tín hiệu tin cậy phải được xác minh bởi bên thứ ba
- Chất lượng nội dung quan trọng hơn số lượng nội dung

Hành động cần thực hiện cho dự án tiếp theo:

1. Đánh giá tình trạng EEAT hiện tại của website
 2. Xác định khoảng trống trong việc thể hiện chuyên môn
 3. Lập kế hoạch chiến dịch xây dựng uy tín
 4. Triển khai tín hiệu tin cậy và biện pháp tuân thủ
-

VỀ CHUYÊN GIA HỒNG MINH

CHUYÊN GIA HỒNG MINH

CEO LIGHT

Hơn 12 năm kinh nghiệm trong ngành Marketing Online, lập trình, SEO, thiết kế đồ họa, chạy quảng cáo, vv...

- Đào tạo chuyên sâu về SEO, Google Ads, Quảng cáo cho hơn 3000+ doanh nghiệp
 - 20+ Khóa tư vấn đào tạo cho doanh nghiệp về Marketing Online
 - Chuyên gia YMYL với 50+ dự án thành công trong lĩnh vực nhạy cảm
 - Facebook: <https://www.facebook.com/hm.phm>
 - Chi tiết: <https://light.com.vn/minh-hm>
 - Youtube: <https://www.youtube.com/@minhbmchannel2340>
-

Light - Nhanh - Chuẩn - Đẹp

