

Tại sao doanh nghiệp cần dịch vụ SEO Google AI Overviews ngay bây giờ?

Khi Google bắt đầu thử nghiệm AI Overviews (trước đây gọi là Search Generative Experience) trên kết quả tìm kiếm, nhiều chuyên gia SEO đã giật mình. Giao diện tìm kiếm thay đổi, các đoạn trích dẫn AI xuất hiện ngay trên đầu trang, và lưu lượng truy cập tự nhiên từ các vị trí top 10 bắt đầu dao động. Nhưng sau vài tháng quan sát, tôi nhận thấy một thực tế rõ ràng: AI Overviews không giết chết SEO; nó định nghĩa lại cách chúng ta làm SEO. Và đó chính là lý do dịch vụ SEO Google AI Overviews trở thành một trong những dịch vụ được săn đón nhất hiện nay.

AI Overviews thay đổi cuộc chơi tìm kiếm như thế nào?

Trước khi nói về giải pháp, hãy cùng nhìn vào bức tranh lớn. Google AI Overviews là tính năng tóm tắt câu trả lời từ nhiều nguồn web khác nhau, hiển thị ngay phía trên các kết quả tìm kiếm truyền thống. Thay vì phải click vào từng link, người dùng có thể đọc một đoạn tổng hợp ngắn gọn do AI tạo ra. Điều này có hai hệ quả lớn.

Thứ nhất, tỷ lệ nhấp chuột (CTR) vào các kết quả tự nhiên giảm mạnh, đặc biệt với những truy vấn mang tính thông tin. Nếu bạn đang chạy chiến dịch SEO theo cách cũ, chỉ tập trung vào từ khóa và backlink, bạn sẽ thấy traffic sụt giảm. Thứ hai, Google ưu tiên những trang web có cấu trúc dữ liệu rõ ràng, nội dung chuyên sâu và độ uy tín cao để làm nguồn cho AI Overviews. Nếu trang của bạn được AI Overviews trích dẫn, bạn vẫn nhận được traffic, nhưng dạng traffic này khác: người dùng đến từ Overviews thường có ý định tìm hiểu sâu hơn, và nếu nội dung của bạn thực sự tốt, họ sẽ ở lại.

Vậy câu hỏi đặt ra là: làm thế nào để trang web của bạn không chỉ sống sót mà còn phát triển trong kỷ nguyên AI Overviews? Đây không phải là bài toán có một đáp án duy nhất. Nó đòi hỏi sự kết hợp giữa SEO truyền thống và tối ưu hóa cho AI — một lĩnh vực mà tôi gọi là GEO (Generative Engine Optimization). Và đó là lúc [rankpage dịch vụ SEO Google AI Overviews](#) trở thành một lựa chọn đáng cân nhắc.



Dịch vụ SEO Google AI Overviews khác gì SEO thông thường?

Nhiều người hỏi tôi: "SEO cho AI Overviews có phải chỉ là viết bài dài hơn và nhồi nhét schema?" Câu trả lời là không. SEO truyền thống tập trung vào thứ hạng: đưa trang web của bạn lên vị trí số 1 cho một từ khóa. SEO cho AI Overviews tập trung vào khả năng được trích dẫn: nội dung của bạn có đủ tin cậy và chi tiết để AI chọn làm nguồn tham khảo không?

Dưới đây là ba điểm khác biệt chính mà tôi thường thấy khi làm việc với các khách hàng:

- **Cấu trúc nội dung:** AI Overviews ưa thích những bài viết có cấu trúc rõ ràng, với các tiêu đề phụ (H2, H3), danh sách gạch đầu dòng, và bảng biểu. Điều này giúp AI dễ dàng trích xuất thông tin.
- **Độ uy tín (Authority):** Google AI kiểm tra độ uy tín của nguồn thông qua các tín hiệu như backlink chất lượng, tác giả chuyên môn, và lịch sử cập nhật nội dung. Một trang web mới với ít backlink sẽ khó được chọn.

- **Tối ưu hóa cho câu hỏi:** AI Overviews thường xuất hiện với các truy vấn dạng câu hỏi ("tại sao", "làm thế nào", "khác biệt giữa"). Vì vậy, nội dung của bạn cần trả lời trực tiếp những câu hỏi đó, không chỉ liệt kê từ khóa.

Nếu bạn đang tự hỏi liệu có nên đầu tư vào một dịch vụ chuyên biệt hay không, hãy nhìn vào ngân sách và mục tiêu của bạn. Với các doanh nghiệp nhỏ, việc tự tối ưu có thể khả thi nếu bạn có kiến thức nền tảng. Nhưng với các doanh nghiệp vừa và lớn, nơi mỗi phần trăm traffic đều có giá trị, rankpage dịch vụ SEO Google AI Overviews mang lại lợi thế cạnh tranh rõ rệt.

Những lưu ý khi chọn dịch vụ SEO cho AI Overviews

Thị trường dịch vụ SEO đang tràn ngập những lời hứa hẹn. Có đơn vị bảo đảm "đưa bạn vào AI Overviews trong 30 ngày", có đơn vị lại nói rằng chỉ cần viết 500 từ là đủ. Kinh nghiệm của tôi cho thấy, không có công thức thần kỳ nào cả. Một chiến lược hiệu quả thường kéo dài ít nhất 3-6 tháng, bao gồm các bước sau:



1. **Kiểm toán nội dung hiện tại:** Xác định những trang nào đang có tiềm năng được AI Overviews trích dẫn, dựa trên độ uy tín và cấu trúc.
2. **Tối ưu hóa kỹ thuật:** Cải thiện tốc độ tải trang, schema markup, và dữ liệu có cấu trúc.
3. **Xây dựng nội dung chuyên sâu:** Viết các bài viết dạng "ultimate guide" hoặc "so sánh chi tiết" với độ dài 2000-3000 từ, có chú thích nguồn và trích dẫn chuyên gia.
4. **Phát triển backlink chất lượng:** Tập trung vào các liên kết từ trang báo, blog uy tín trong ngành.
5. **Theo dõi và điều chỉnh:** Sử dụng các công cụ như Google Search Console và Ahrefs để xem trang nào được AI Overviews hiển thị, và điều chỉnh chiến lược.

Một điểm quan trọng khác: đừng đặt hết trứng vào một giỏ. AI Overviews vẫn đang trong giai đoạn thử nghiệm và thay đổi liên tục. Chiến lược thông minh là duy trì nền tảng SEO vững chắc (kỹ thuật, nội dung, backlink) đồng thời thử nghiệm các kỹ thuật tối ưu hóa cho AI. Đây là lúc các agency như Rankpage phát huy thế mạnh, khi họ có đội ngũ chuyên gia theo dõi sát sao các thay đổi của Google.

Làm thế nào để đo lường hiệu quả?

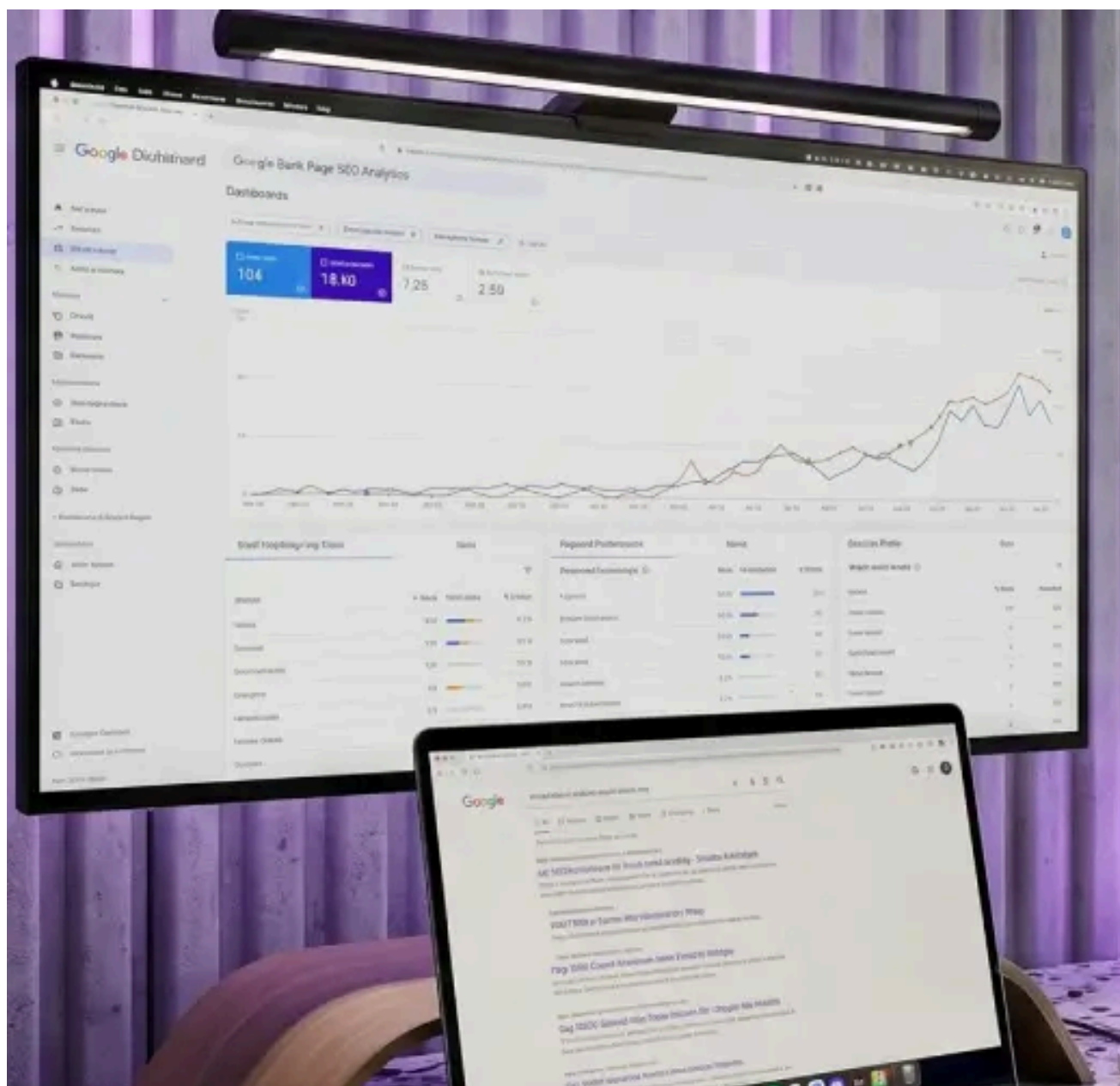
Một câu hỏi mà tôi nhận được rất nhiều là: "Làm sao biết chiến dịch SEO cho AI Overviews có thành công?" Câu trả lời ngắn gọn: bạn không thể đo lường trực tiếp số lần xuất hiện trong AI Overviews (vì Google chưa công bố dữ liệu này trong Search Console), nhưng bạn có thể đo lường gián tiếp qua các chỉ số sau:

- **Thay đổi về traffic hữu cơ:** Nếu traffic từ các truy vấn thông tin tăng, đó là dấu hiệu tốt.
- **Thứ hạng từ khóa:** Các từ khóa dạng câu hỏi thường có thứ hạng cải thiện sau khi tối ưu.
- **Tỷ lệ nhấp chuột (CTR):** Nếu CTR giảm nhưng traffic tăng, có thể bạn đang nhận traffic từ Overviews.
- **Lượt xem trang (pageviews):** Người dùng từ Overviews thường có xu hướng xem nhiều trang hơn nếu nội dung tốt.

Tôi từng chứng kiến một khách hàng trong lĩnh vực tài chính cá nhân, sau 4 tháng triển khai chiến dịch tối ưu hóa cho AI Overviews, traffic từ các truy vấn "cách tiết kiệm tiền" và "đầu tư cho người mới" tăng 70%. Điều thú vị là thứ hạng từ khóa của họ không thay đổi nhiều, nhưng lượng người dùng đến từ các đoạn trích dẫn AI lại tăng vọt. Đó là lợi ích thực sự của việc đầu tư vào dịch vụ SEO Google AI Overviews.

Kết luận (thay lời khuyên)

AI Overviews không phải là cơn ác mộng của SEO, mà là một cơ hội để làm SEO tốt hơn, có chiều sâu hơn. Những doanh nghiệp chấp nhận thay đổi, đầu tư vào nội dung chất lượng và tối ưu hóa cho cả người dùng lẫn AI sẽ là người chiến thắng. Nếu bạn đang cân nhắc việc thuê ngoài, hãy tìm một đối tác có kinh nghiệm thực tế, không chỉ biết lý thuyết. Và nếu bạn muốn bắt đầu ngay, hãy thử kiểm tra xem trang web của bạn có đang được AI Overviews trích dẫn cho bất kỳ truy vấn nào không – đó là bước đầu tiên để hiểu mình đang ở đâu.



Cuối cùng, tôi muốn nhấn mạnh rằng rankpage dịch vụ SEO Google AI Overviews không phải là một phép màu. Nó là sự kết hợp của kỹ thuật, nội dung và chiến lược – và quan trọng nhất, là sự kiên nhẫn. Google luôn thay đổi, nhưng giá trị của nội dung hữu ích thì không bao giờ lỗi thời.

Follow Rankpage on  [Facebook](#)  [Instagram](#)