

**ĐẠI HỌC UEH**

**TRƯỜNG KINH DOANH**

**KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ - MARKETING**



**UEH**  
**UNIVERSITY**

**ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP TỐI ƯU HÓA QUY TRÌNH  
XÂY DỰNG NỘI DUNG CHUẨN SEO  
CHO WEBSITE DANHGIAXE.COM  
TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GENESYS**

**Sinh viên thực hiện: Trần Nhật Thảo Ngân**

**Chuyên ngành: Marketing                      Khóa: 45**

**GVHD: TS. Đinh Tiên Minh**

**Năm 2022**

**ĐẠI HỌC UEH**  
**TRƯỜNG KINH DOANH**  
**KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ - MARKETING**



**ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP TỐI ƯU HÓA QUY TRÌNH**  
**XÂY DỰNG NỘI DUNG CHUẨN SEO**  
**CHO WEBSITE DANHGIAXE.COM**  
**TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GENESYS**

**Sinh viên thực hiện: Trần Nhật Thảo Ngân**

**Chuyên ngành: Marketing                      Khóa: 45**

**GVHD: TS. Đinh Tiên Minh**

**Năm 2022**

# LỜI CẢM ƠN



Lời đầu tiên, sinh viên xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến đội ngũ Ban Giám Hiệu nhà trường, Giảng viên của Trường Đại học UEH và đặc biệt là quý thầy cô giảng dạy tại Trường Kinh Doanh, Khoa Kinh doanh Quốc tế - Marketing đã tạo điều kiện thuận lợi về mặt tri thức lẫn tinh thần để sinh viên hoàn thành báo cáo Học kỳ Doanh nghiệp này.

Sinh viên cũng đặc biệt cảm ơn Giảng viên hướng dẫn – Tiến sĩ Đinh Tiên Minh đã hỗ trợ, chỉ bảo và giúp đỡ để sinh viên có thể hoàn thành Khóa Luận Tốt Nghiệp một cách khoa học, chín chu và hoàn thiện nhất có thể.

Xin chân thành cảm ơn Công ty Cổ phần GENESYS đã cho tôi cơ hội được thử sức, học hỏi và cống hiến trong môi trường doanh nghiệp. Cảm ơn Anh Phan Trần Khắc Sử - Content Supervisor đã cung cấp nhiều kiến thức, kinh nghiệm bổ ích, cũng như hỗ trợ, hướng dẫn em hết mình trong suốt quá trình làm việc tại Công ty.

Xin cảm ơn tất cả những anh/chị/bạn đã nhiệt tình tham gia phỏng vấn và thực hiện bảng câu hỏi khảo sát, giúp em/mình có được những dữ liệu quý báu để phục vụ cho Khóa luận.

Và cuối cùng, xin cảm ơn đọc giả, những người sẽ đọc và tham khảo luận văn tốt nghiệp của tôi. Dưới đây là tất cả nghiên cứu và tâm huyết mà một sinh viên đã hoàn thành đào tạo chuyên sâu về Marketing của Trường Kinh Doanh – Đại học UEH thực hiện. Hi vọng luận văn này sẽ giúp ích cho đọc giả trong quá trình nghiên cứu của bản thân.

Kính chúc tất cả mọi người nhiều sức khỏe, hạnh phúc và thành công.

Trân Trọng.

Sinh viên thực hiện

Trần Nhật Thảo Ngân

# LỜI CAM KẾT



Tôi xin cam kết đây là báo cáo tốt nghiệp do chính tôi nghiên cứu, thực hiện và không sao chép từ bất cứ bất cứ bài viết của tổ chức và cá nhân nào khác.

Sinh viên thực hiện

Trần Nhật Thảo Ngân

# BẢNG ĐÁNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP

## BẢNG ĐÁNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP

Khoa Kinh doanh quốc tế - Marketing, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM chân thành cảm ơn quý doanh nghiệp đã tiếp nhận sinh viên: TRẦN NHẬT THẢO NGÂN Lớp: MR002 Khóa: K45  
 Đến thực tập tại doanh nghiệp trong thời gian từ: 08/08/2022 đến 16/10/2022  
 Sinh viên được thực tập và làm việc tại bộ phận/phòng: Content  
 Tại công ty Công ty GENESYS  
 Thời gian làm việc trong tuần: 06 ngày/tuần

Học kỳ doanh nghiệp là cơ hội giúp sinh viên tiếp cận môi trường làm việc thực tiễn, chuyên nghiệp tại doanh nghiệp. Chúng tôi kính đề nghị Ông/bà - người phụ trách thực tập của sinh viên - đánh giá quá trình thực tập của sinh viên tại doanh nghiệp theo bảng tiêu chí dưới đây.

Xin vui lòng đánh giá quá trình thực tập của sinh viên tại Doanh nghiệp theo các tiêu chí sau (bằng cách khoanh tròn vào mức độ tương ứng):

Tiêu chí đánh giá	Chưa đạt	Cần cải thiện	Đạt yêu cầu	Khá	Tốt
1. Kiến thức chuyên môn (nắm vững kiến thức và công cụ sử dụng trong lĩnh vực thực tập)	1	2	3	4	5
2. Kỹ năng nghề nghiệp cá nhân (khả năng ra quyết định, khả năng lập kế hoạch và tổ chức công việc, quản lý thời gian hiệu quả, kỹ năng văn phòng...)	1	2	3	4	5
3. Kỹ năng làm việc nhóm (thành viên tích cực hoặc lãnh đạo nhóm hiệu quả, giao tiếp tích cực, đóng góp tốt cho nhóm ...)	1	2	3	4	5
4. Thái độ thực tập (trung thực, tác phong chuyên nghiệp, thân thiện, ý thức kỷ luật, chủ động học hỏi, sáng tạo, yêu thích công việc...)	1	2	3	4	5
5. Mức độ hoàn thành nhiệm vụ (thực hiện công việc đúng yêu cầu, đúng thời hạn, đảm bảo chất lượng công việc)	1	2	3	4	5
6. Hiệu quả đóng góp của khóa luận tốt nghiệp đối với công ty (đề tài thú vị, cần thiết; thể hiện hiểu biết tốt về DN; giải pháp khả thi, thực tiễn; hiệu quả đóng góp cao)	1	2	3	4	5

Trân trọng cảm ơn sự hỗ trợ của quý doanh nghiệp.

Xác nhận của Doanh nghiệp:

Họ tên người xác nhận: PHẠM QUANG TRUNG

Chức vụ: Tổng Giám Đốc Email: quangtrungq1@gmail.com



*Phạm Quang Trung*

## BẢNG ĐÁNH GIÁ CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

TÊN SINH VIÊN:           TRẦN NHẬT THẢO NGÂN  
 MSSV:                       31191026317                       LỚP:   MR002  
 ĐƠN VỊ THỰC TẬP:       CÔNG TY CỔ PHẦN GENESYS

TIÊU CHÍ	ĐIỂM TỐI ĐA	GVHD CHẤM ĐIỂM
<b>PHẦN 1: NHẬT KÝ THỰC TẬP</b>	<b>15</b>	
<b>1. Nội dung</b> ( <i>thông tin chi tiết, cụ thể, bám sát quá trình thực tập, bài học rút ra...</i> )	10	
<b>2. Hình thức trình bày</b> ( <i>hình thức trình bày theo quy định, cách thức trích dẫn, bố cục chuyên nghiệp...</i> )	5	
<b>PHẦN 2: KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP</b>	<b>45</b>	
<b>1. Nội dung</b> ( <i>hiểu biết về doanh nghiệp tốt, nội dung mang tính thực tiễn cao, phù hợp với chương trình đào tạo, tính logic, tính đầy đủ, tính sáng tạo trong xác định vấn đề hoặc xây dựng giải pháp...</i> )	20	
<b>2. Kỹ năng nghiên cứu độc lập</b> ( <i>tìm kiếm tài liệu đầy đủ và phù hợp, phân tích/đánh giá thông tin, phương pháp nghiên cứu phù hợp, hoàn thành bám sát tiến độ kế hoạch...</i> )	5	
<b>3. Kỹ năng giải quyết vấn đề</b> ( <i>xác định vấn đề chính xác, xây dựng cơ sở đề xuất phù hợp với chuyên môn, xây dựng và chi tiết hóa bộ giải pháp mang tính thực tiễn và khả thi...</i> )	10	
<b>4. Hình thức trình bày</b> ( <i>văn phong rõ ràng, súc tích, không có lỗi ngữ pháp, văn phạm, trình bày theo đúng quy định....</i> )	5	
<b>5. Thái độ, hành vi</b> ( <i>chuyên nghiệp, trung thực, cầu tiến, quản trị thời gian, chủ động, tích cực...</i> )	5	
<b>TỔNG ĐIỂM</b>	<b>60</b>	

Họ & tên GVHD: \_\_\_\_\_

Chữ ký: \_\_\_\_\_ Ngày: \_\_\_\_\_

## TÓM LƯỢC

Bước sang năm 2022, khi đại dịch Covid-19 đang được kiểm soát hiệu quả trên phạm vi toàn quốc, thì nền kinh tế Việt Nam cũng bắt đầu có sự khởi sắc với tốc độ tăng trưởng được dự đoán ở mức cao nhất khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Cùng với đó, ngành Ô tô là một trong những ngành được áp dụng chính sách ưu tiên tăng trưởng, với sự quan tâm của Chính phủ thông qua các biện pháp bảo hộ và ưu đãi thuế quan đối với sản phẩm sản xuất trong nước. Chính vì vậy mà thị trường ô tô tại Việt Nam đang trở nên nhộn nhịp hơn bao giờ hết.

Nắm bắt cơ hội này, kể từ đầu năm 2022, trang tin ô tô danhgiaxe.com là sản phẩm chủ lực của Công ty Cổ phần Genesys, đã được tái đầu tư sau một thời gian dài không chú trọng. Dựa vào đó, đề tài này lấy cơ sở từ tình hình thực tế tại bộ phận Content của danhgiaXe mà sinh viên đang thực tập, với mục đích cải thiện quy trình xây dựng nội dung để nâng cao khả năng tiếp cận đến người đọc, và thứ hạng tìm kiếm trên Google, cũng như góp phần tối ưu hiệu quả công việc.

Sinh viên đã tiến hành nghiên cứu tại bàn, phỏng vấn định tính và khảo sát định lượng dưới dạng bảng câu hỏi với 2 nhóm đối tượng từ 18 – 29 tuổi và 30 – 45 tuổi, đang sinh sống, làm việc trên địa bàn TP.HCM. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng việc đề ra mục tiêu rõ ràng, xây dựng quy trình làm việc có khoa học đóng vai trò chính yếu góp phần nâng cao hiệu quả công việc sáng tạo nội dung. Trong số những người thực hiện khảo sát, có khoảng 90% đáp viên thường sử dụng Google làm công cụ tìm kiếm chính. Và khi lướt web, nội dung luôn là yếu tố quan trọng hàng đầu ảnh hưởng đến trải nghiệm của họ, yếu tố hình ảnh và tiêu đề xếp vị trí lần lượt ngay phía sau. Đối với nhóm đối tượng 30 – 45 tuổi, khi mua xe, họ đầu tư nhiều thời gian cho giai đoạn xem xét để tham khảo các bài đánh giá, giá & khuyến mãi, giá lăn bánh và so sánh các dòng xe.

Từ đây, sinh viên tiến hành đề xuất cải thiện quy trình làm việc chuẩn SEO cho danhgiaxe.com theo mô hình mới, phân bổ lại nhân sự, có xem xét đến khả năng cạnh tranh của đối thủ, cũng như tập trung chi tiết vào các bước tối ưu hóa hình thức trang web bên cạnh việc viết bài đơn thuần. Đồng thời, sinh viên đề ra một số quy tắc SEO, cùng chủ đề ô tô cần chú trọng ở giai đoạn xây dựng nội dung.

## MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	i
LỜI CAM KẾT.....	ii
BẢNG ĐÁNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP .....	iii
BẢNG ĐÁNH GIÁ CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN.....	iv
TÓM LƯỢC .....	v
MỤC LỤC .....	vi
MỤC LỤC BẢNG.....	ix
MỤC LỤC BIỂU ĐỒ .....	x
MỤC LỤC HÌNH ẢNH .....	xi
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT .....	xii
MỞ ĐẦU .....	xiii
CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN GENESYS.....	1
1.1. Tổng quan về đề tài.....	1
1.2. Lịch sử hình thành và phát triển .....	1
1.3. Lĩnh vực hoạt động .....	2
1.3.1. danhgiaXe (danhgiaxe.com) .....	2
1.3.2. Car Sale Assistant (CSA).....	3
1.3.3. Lĩnh vực khác: .....	4
1.4. Cơ cấu tổ chức .....	5
1.4.1. Cơ cấu tổ chức chung.....	5
1.4.2. Bộ máy nhân sự của danhgiaxe.com.....	5
1.5. Tình hình kinh doanh từ năm 2019 – 2021.....	6
1.6. Định hướng phát triển trong năm 2022.....	8



CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GENESYS .....	9
2.1. Phân tích vấn đề .....	9
2.1.1. Lý do chọn đề tài.....	9
2.1.2. Mục tiêu nghiên cứu .....	10
2.2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	10
2.2.1. Đối tượng nghiên cứu .....	10
2.2.2. Phạm vi nghiên cứu.....	10
2.3. Quy trình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu .....	11
2.3.1. Quy trình nghiên cứu .....	11
2.3.2. Phương pháp nghiên cứu .....	12
2.3.2.1. Nghiên cứu tại bàn (Desk research) .....	12
2.3.2.2. Nghiên cứu định tính.....	13
2.3.2.3. Nghiên cứu định lượng.....	13
2.4. Phân tích kết quả khảo sát.....	15
2.4.1. Kết quả nghiên cứu định tính.....	15
2.4.2. Kết quả nghiên cứu định lượng.....	17
2.4.2.1. Kết quả chung.....	17
2.4.2.2. Đối tượng từ 18 - 29 tuổi.....	22
2.4.2.3. Đối tượng từ 30 - 45 tuổi.....	26
2.4.3. Tổng quan .....	30
CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP TỐI ƯU HÓA QUY TRÌNH XÂY DỰNG NỘI DUNG CHO WEBSITE DANHGIAXE.COM.....	32
3.1. Thực trạng và hạn chế của quy trình xây dựng nội dung website tại công ty ..	32
3.1.1. Thực trạng .....	32

3.1.2. Hạn chế của quy trình .....	32
3.2. Đề xuất giải pháp .....	38
3.2.1. Cơ sở đề xuất.....	38
3.2.2. Giải pháp .....	39
3.2.2.1. Đề xuất quy trình làm việc chuẩn SEO .....	39
3.2.2.2. Đề xuất các quy tắc SEO .....	46
3.2.3. Các giai đoạn thực hiện và tính khả thi.....	49
3.2.3.1. Các giai đoạn thực hiện .....	49
3.2.3.2. Tính khả thi của giải pháp .....	49
KẾT LUẬN .....	50
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	51
PHỤ LỤC 1: NHẬT KÝ THỰC TẬP .....	53
PHỤ LỤC 2: KẾT QUẢ KIỂM TRA ĐẠO VĂN .....	95
PHỤ LỤC 3: BẢNG CÂU HỎI ĐỊNH TÍNH .....	96
PHỤ LỤC 4: BẢNG CÂU HỎI ĐỊNH LƯỢNG.....	108
PHỤ LỤC 5: LINK MINH CHỨNG .....	116

## MỤC LỤC BẢNG

Bảng 2.1 Bảng mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến trải nghiệm của khách hàng trên website .....	19
Bảng 2.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả công việc sáng tạo .....	23
Bảng 3.1 Bảng quy trình xây dựng nội dung cho website danhgiaXe.com .....	33
Bảng 3.2 Bảng đề xuất quy trình xây dựng nội dung mới cho website danhgiaXe.com .....	41
Bảng 3.3 Bảng quy tắc SEO được đề xuất .....	47

## MỤC LỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1 Biểu đồ độ tuổi các đối tượng khảo sát.....	17
Biểu đồ 2.2 Biểu đồ công cụ tìm kiếm thường được sử dụng.....	18
Biểu đồ 2.3 Biểu đồ mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến trải nghiệm của khách hàng trên website.....	20
Biểu đồ 2.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng từ 30 - 40 tuổi trên website.....	22
Biểu đồ 2.5 Phân loại đối tượng đã/đang/chưa từng làm công việc sáng tạo nội dung	23
Biểu đồ 2.6 Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả công việc sáng tạo.....	25
Biểu đồ 2.7 Mức độ nhận diện các trang tin ô tô.....	27
Biểu đồ 2.8 Các thương hiệu ô tô được yêu thích.....	27
Biểu đồ 2.9 Giai đoạn khách hàng có nhu cầu tìm kiếm cao nhất.....	29
Biểu đồ 2.10 Nội dung về ô tô khách hàng thường tìm kiếm.....	29

## MỤC LỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1	Giao diện website danhgiaxe.com của Công ty Genesys .....	2
Hình 1.2	Giao diện phần mềm quản trị website của công ty Genesys .....	3
Hình 1.3	Một số dự án Marketing Online thành công của công ty Genesys .....	4
Hình 1.4	Cơ cấu tổ chức Công ty Cổ phần Genesys .....	5
Hình 1.5	Bộ máy nhân sự của danhgiaxe.com tại Công ty Cổ phần Genesys .....	6
Hình 1.6	Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Genesys từ 2019 – 2021 .....	7
Hình 2.1	Top 10 thương hiệu ô tô bán nhiều xe nhất Việt Nam năm 2021 .....	28
Hình 3.1	Tính năng tự động chèn anchor link trên danhgiaxe.com khi có từ khóa về các dòng xe .....	36
Hình 3.2	Đo lường tốc độ phản hồi của một bài viết từ website bên ngoài .....	36
Hình 3.3	Đo lường tốc độ phản hồi của một bài viết trên danhgiaxe.com.....	37
Hình 3.4	Giao diện chỉnh sửa với code khi nhân viên nhập liệu thiếu.....	37
Hình 3.5	Quy trình 6 bước xây dựng nội dung chuẩn SEO .....	40
Hình 3.6	Mô hình Smart trong thiết lập mục tiêu .....	44
Hình 3.7	Ví dụ về pop-up hiển thị.....	45
Hình 3.8	Công cụ PageSpeed Insight của Google.....	45
Hình 3.9	Các yếu tố ảnh hưởng đến xếp hạng trang web trong chỉ mục của công cụ tìm kiếm .....	46

**DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT**

<b>STT</b>	<b>Từ viết tắt</b>	<b>Ý nghĩa</b>
1	SEO	Search Engine Marketing (Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm)
2	CSA	Car Sale Assistant
3	TTS	Thực tập sinh

## MỞ ĐẦU

Vốn đã yêu thích viết Content và bắt đầu phụ trách lĩnh vực này cho Fanpage Câu lạc bộ kể từ năm 2020, sinh viên quyết định thử sức mình bằng việc trải nghiệm thực tế trong môi trường doanh nghiệp, với mong muốn học hỏi, trau dồi thêm những kiến thức, kỹ năng liên quan đến chuyên ngành để làm bước đệm tiến xa hơn trong tương lai.

Và kể từ ngày 08/08/2022, sinh viên may mắn nhận được cơ hội trở thành thực tập sinh Content tại Công ty Cổ phần Genesys. Đây là cột mốc quan trọng để đến ngày hôm nay, sinh viên có thể nhìn thấy được sự tiến bộ rõ ràng của bản thân sau hơn 2 tháng làm việc.

Trong suốt quá trình trải nghiệm tại bộ phận Content của danhgiaXe, sinh viên nhận thấy một số vấn đề gây ảnh hưởng đến hiệu quả công việc, cũng như kết quả hoạt động của danhgiaxe.com nhưng công ty chưa có hướng cải thiện. Từ đó, sinh viên quyết định lựa chọn chủ đề “Đề xuất giải pháp tối ưu hóa quy trình xây dựng nội dung chuẩn SEO cho website danhgiaXe.com tại Công ty Cổ phần Genesys” và bắt đầu đi vào nghiên cứu.

Bên cạnh việc tham khảo thông tin từ nhiều nguồn, chủ yếu là các bài nghiên cứu được thực hiện kể từ năm 2018 trở lại đây, sinh viên cũng tiến hành thu thập dữ liệu định tính và định lượng trên địa bàn TP.HCM để làm cơ sở cho toàn bộ đề tài.

Khảo sát định tính được thực hiện từ ngày 29/09 – 30/09/2022 đối với 2 nhóm đối tượng:

- Đối tượng từ 18 - 29 tuổi: Hiện đang là sinh viên/nhân viên văn phòng đã hoặc đang làm việc trong lĩnh vực sáng tạo nội dung, nhằm khám phá các yếu tố ảnh hưởng hàng đầu đến trải nghiệm của đối tượng trên website, cùng một số yếu tố trọng yếu tác động trực tiếp đến hiệu quả công việc của họ.

- Đối tượng từ 30 - 45 tuổi: Hiện đang sở hữu một chiếc ô tô, hoặc đã có dự định mua ô tô trong tương lai gần, nhằm khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng trên website, cùng một số thông tin ô tô được khách hàng quan tâm như hãng xe yêu thích, nội dung thường tìm kiếm về ô tô, ...

Từ ngày 30/09 – 13/10/2022, sinh viên phân tích dữ liệu định tính để làm cơ sở xây dựng bảng câu hỏi định lượng bằng Google Form với 2 nhóm như trên. Kết quả thu về tổng cộng 305 câu trả lời, trong đó có 234 người thuộc nhóm đối tượng 1, đối tượng 2 có 71 người. Sau cùng, dữ liệu được xử lý, thống kê dưới dạng biểu đồ thông qua phần mềm Excel. Sự kết hợp giữa kết quả nghiên cứu này cùng một số bài nghiên cứu tiếng Anh sẽ góp phần xây dựng một quy trình đề xuất cụ thể và khoa học nhất.

Đề tài được thực hiện theo trình tự 3 phần như sau:

- **Chương 1:** Giới thiệu về Công ty Cổ phần GENESYS

Giới thiệu Công ty về lịch sử hình thành và phát triển, các lĩnh vực hoạt động, cơ cấu tổ chức và tình hình kinh doanh giai đoạn 2019 – 2021.

- **Chương 2:** Phân tích vấn đề nghiên cứu tại Công ty Cổ phần GENESYS

Trình bày lí do chọn đề tài, mục tiêu/đối tượng/phạm vi/ quy trình/ phương pháp nghiên cứu và cuối cùng là phân tích kết quả khảo sát.

- **Chương 3:** Đề xuất giải pháp tối ưu hóa quy trình xây dựng nội dung cho website danhgiaxe.com tại Công ty Cổ phần Genesys

Trình bày thực trạng và hạn chế của vấn đề, đề xuất giải pháp dựa trên cơ sở của kết quả nghiên cứu từ chương 2 và nguồn nghiên cứu tiếng Anh.



# CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN GENESYS

## 1.1. Tổng quan về đề tài

- Tên công ty: Công ty Cổ phần Genesys
- Mã số thuế: 0314698804
- Chủ sở hữu: Ông Phạm Quang Trung – Tổng Giám Đốc.
- Trụ sở chính: 54 - 56 Hoa Đào, Phường 2, Quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh.
- Văn phòng: Phòng 13-1-A3, Lầu 12, Chung cư B1 Trường Sa, Phường 17, Quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh.
- Điện thoại: 090.611.2344
- Website: [www.genesys.com.vn](http://www.genesys.com.vn)

## 1.2. Lịch sử hình thành và phát triển

Công ty cổ phần Genesys đi vào hoạt động từ tháng 06/2012 với định hướng đầu tư vào các dự án công nghệ thông tin tiềm năng tại Việt Nam. Sau quá trình nghiên cứu, đánh giá cơ hội, đến đầu năm 2013, Genesys giới thiệu 2 dự án ra thị trường, đó là Đánh giá xe ([danhgiaxe.com](http://danhgiaxe.com)) và Cộng đồng về đồ handmade ([lola.vn](http://lola.vn)).

Trải qua thời gian xây dựng và phát triển, [danhgiaxe.com](http://danhgiaxe.com) đã mang về một số thành tựu bền vững trong ngành, trở thành một trong những trang tin ô tô hàng đầu Việt Nam, chuyên cung cấp những tin tức, đánh giá xe hơi mới nhất, kinh nghiệm, kiến thức lái xe, đồng thời hỗ trợ người mua tìm được mẫu xế hộp phù hợp với nhu cầu của mình. Trong khi đó, Lola ([lola.vn](http://lola.vn)) vẫn chưa tìm được chỗ đứng trong thị trường handmade và thủ công mỹ nghệ Việt Nam.

Tiếp nối sự thành công của [danhgiaxe.com](http://danhgiaxe.com) cùng mong muốn mở rộng thị phần, giữa năm 2015, Genesys quyết định đầu tư vào một dự án Marketing Online trong ngành ô tô mang tên Car Sale Assistant (CSA), xây dựng phần mềm quản trị website độc quyền, đồng thời cung cấp các giải pháp Marketing Online hiệu quả giúp các đại lý, chủ doanh nghiệp kinh doanh xe hơi tiếp cận và thu hút tối đa lượng khách hàng tiềm năng của họ.

Kể đến, giữa năm 2016, chuyên trang thương mại điện tử mang tên sanxehot.vn ra đời, trở thành nơi trao đổi và mua bán xe hơi trực tuyến.

Năm 2018, công ty bắt đầu mở rộng gói dịch vụ của mình ra các lĩnh vực khác như thời trang, mỹ phẩm, F&B, ... Mặc dù không còn gói gọn trong ngành ô tô như trước đây, thế nhưng nó vẫn đang là lĩnh vực chủ chốt mà công ty tập trung xây dựng và phát triển.

Năm 2020, Genesys phát triển thêm dịch vụ SEO trong gói sản phẩm dành cho khách hàng.

### 1.3. Lĩnh vực hoạt động

Như vậy, kể từ khi bắt đầu hoạt động cho đến nay, công ty cổ phần Genesys đã đi qua nhiều giai đoạn, đầu tư vào nhiều dự án khác nhau, và có những thành công, thất bại nhất định. Tổng hợp lại, các lĩnh vực, sản phẩm mà công ty hiện đang tập trung bao gồm: danhgiaXe (danhgiaxe.com), Car Sale Assistant (CSA) và một số lĩnh vực khác.

#### 1.3.1. danhgiaXe (danhgiaxe.com)

Website danhgiaxe.com khởi đầu là một trang cộng đồng dành cho những người yêu xe, nơi cung cấp mọi thông tin cần thiết về ô tô trong suốt hành trình khách hàng như đánh giá sơ bộ, đánh giá chi tiết, tin xe trong nước, tư vấn mua xe, so sánh xe ô tô,... Các thông tin này được đăng tải bởi tài khoản cá nhân (có thể là người dùng hoặc người bán) theo một format có sẵn, sau khi admin công ty kiểm duyệt nội dung, bài viết sẽ chính thức được mở air lên website, nơi độc giả có thể tiếp cận.

**Hình 1.1** Giao diện website danhgiaxe.com của Công ty Genesys



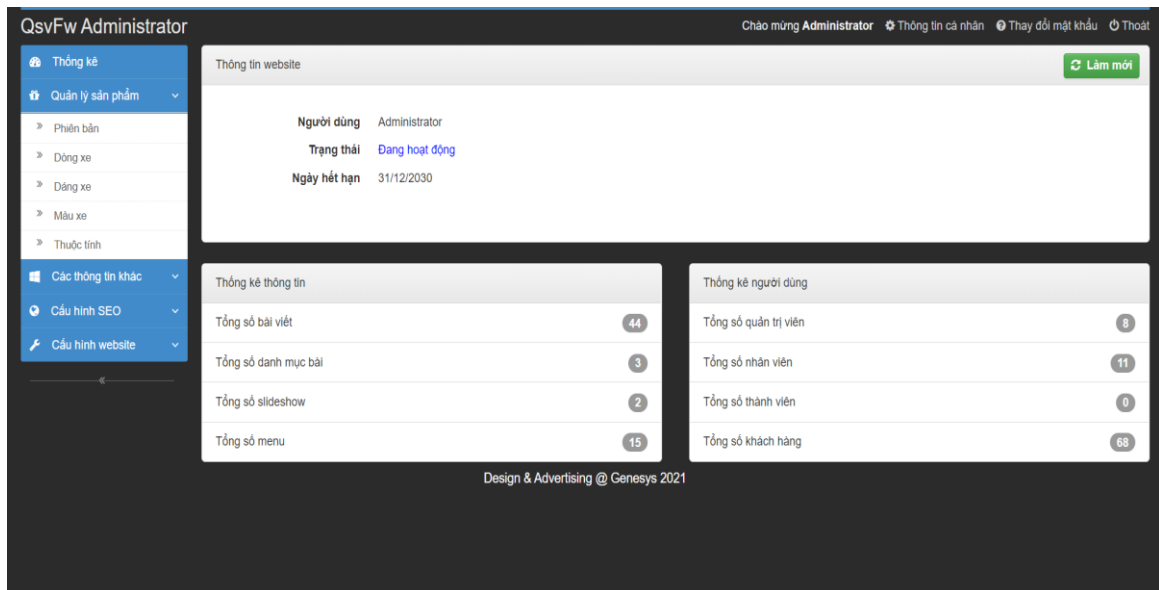
(Nguồn: Website danhgiaxe.com)

Bước sang năm 2018, khi công ty mở rộng sang nhiều lĩnh vực khác, danhgiaxe.com không còn được chú trọng nhiều khiến lượng traffic giảm đi rõ rệt. Mãi cho đến gần đây, nhận thấy được tiềm năng của thị trường ô tô sau đại dịch Covid 19, Genesys tiến hành tối ưu hóa lại sản phẩm này, và xây dựng thành một trang tin do các thành viên nội bộ công ty chịu trách nhiệm sản xuất nội dung, không còn theo kiểu cộng đồng như trước. Từ đó, bên cạnh việc cung cấp thông tin phi lợi nhuận, công ty đã nhận thêm về nhiều dự án viết bài quảng bá cho các thương hiệu, đại lý, showroom ô tô khác nhau, cũng như những banner quảng cáo và video review sản phẩm.

### 1.3.2. Car Sale Assistant (CSA)

Đây là phần mềm quản trị website được xây dựng bởi Genesys, kiểm soát toàn bộ thông tin hiển thị trên website từ hình ảnh, âm thanh, nội dung, pop-up, ... Trong đó, bộ phận thực tập sinh/cộng tác viên đảm nhiệm phần viết bài blog SEO theo keyword thịnh hành.

**Hình 1.2** Giao diện phần mềm quản trị website của công ty Genesys



(Nguồn: Phần mềm quản trị website của công ty Genesys)

Hiện hệ thống CSA được chia thành 2 dạng:

- Các website đang được sở hữu bởi một cá nhân/tổ chức cụ thể, Genesys tiếp tục điều hành, xây dựng nội dung cho website đó.

- Các website được “nuôi” theo tên cụ thể như *giaxemazda*, *giaxetoyota*, ... để chào bán cho các nhân viên sale xe hoặc đại lý ô tô có nhu cầu.

### 1.3.3. Lĩnh vực khác:

Bên cạnh ngành chủ lực là ô tô, Genesys đã bắt tay tham gia vào nhiều lĩnh vực khác (gọi là ngành ngoài), trở thành phòng Marketing thuê ngoài với các khách hàng điển hình như Đức Trí Music (Đàn piano), Bông Maxishop (Thời trang), Tierra (Trang sức), Lão Trư & Lão Ngu (Nhà hàng BBQ), ...

**Hình 1.3 Một số dự án Marketing Online thành công của công ty Genesys**

The image displays four distinct marketing success stories arranged in a 2x2 grid. Each story includes a header image with a logo, a title, a brief description of the project and its results, and a red button labeled 'Yêu cầu tư vấn' (Request consultation).

- Top Left:** Kahuna resort. Title: 'Content marketing, Lead generation - Kahuna Hồ Tràm Strip'. Description: 'Với 50 leads mỗi ngày, dự án khu phức hợp Kahuna Hồ Tràm Strip đã đạt mục tiêu 100 hợp đồng đặt mua trước căn hộ chỉ sau 1 tháng.' Button: 'Yêu cầu tư vấn'.
- Top Right:** Chevrolet Colorado 2017. Title: 'Sản xuất video - Chevrolet Colorado 2017'. Description: 'Chuỗi video quảng bá Chevrolet Colorado do Genesys tổ chức thực hiện nhận được hơn 500.000 lượt xem chỉ sau 1 tháng ra mắt.' Button: 'Yêu cầu tư vấn'.
- Bottom Left:** Mitsubishi Triton. Title: 'Content marketing, Lead generation - Mitsubishi Triton'. Description: 'Chỉ trong 5 tháng, từ việc là con xe có doanh số thấp nhất trong tổng doanh số của Mitsubishi Việt Nam, Triton đã vươn lên là con xe nằm trong top 2 dòng xe bán chạy nhất với hơn 100 leads mỗi ngày.' Button: 'Yêu cầu tư vấn'.
- Bottom Right:** Bông Maxishop. Title: 'Quản lý Fanpage, Content marketing - Bông Maxishop'. Description: 'Từ một doanh nghiệp non trẻ, ít người biết đến, Bông Maxishop đã tăng trưởng vượt bậc, trở thành thương hiệu dẫn đầu trong thị trường đầm Maxi tại TP.HCM với lượt theo dõi fanpage lên đến 200.000.' Button: 'Yêu cầu tư vấn'.

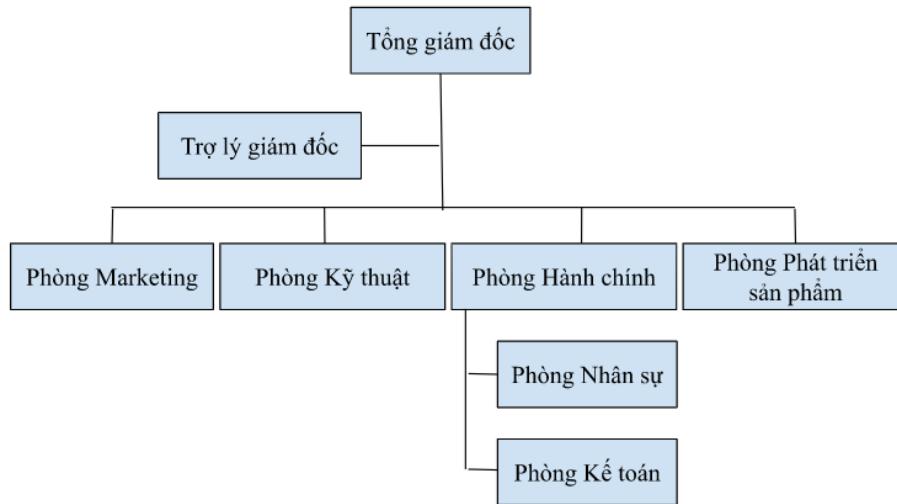
(Nguồn: Website [www.genesys.com.vn](http://www.genesys.com.vn))

Công ty cung cấp các dịch vụ: Lead generation, quảng cáo Google Adwords, xây dựng Website, quảng cáo Facebook, quản lý Fanpage và Content Marketing.

## 1.4. Cơ cấu tổ chức

### 1.4.1. Cơ cấu tổ chức chung

Hình 1.4 Cơ cấu tổ chức Công ty Cổ phần Genesys



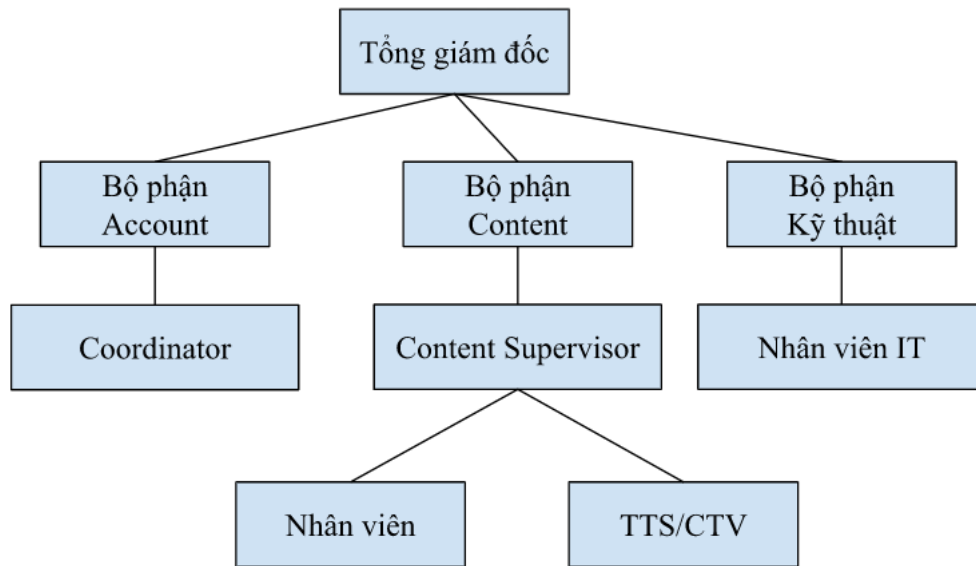
(Nguồn: Phòng nhân sự)

Công ty Genesys có người đứng đầu là Tổng Giám Đốc, Trợ lý Giám Đốc sẽ thay mặt Tổng Giám Đốc trực tiếp giải quyết các vấn đề hằng ngày.

Tiếp đến là các phòng ban gồm: Phát triển sản phẩm, Marketing, Kỹ thuật và Hành chính. Phòng phát triển sản phẩm đảm nhiệm vai trò chủ lực trong việc nghiên cứu và phát triển các sản phẩm, dịch vụ tiềm năng theo đúng định hướng của công ty. Hai phòng ban Marketing và kỹ thuật sẽ trực tiếp thực hiện các hoạt động trên sản phẩm, dịch vụ chính của công ty.

### 1.4.2. Bộ máy nhân sự của danhgiaxe.com

**Hình 1.5 Bộ máy nhân sự của danhgiaxe.com tại Công ty Cổ phần Genesys**



(Nguồn: Phòng nhân sự)

Ở bộ phận chịu trách nhiệm nội dung của danhgiaxe.com, Tổng Giám Đốc giữ vai trò quyết định trong việc đưa ra định hướng phát triển, mục tiêu cần đạt được cho website, cũng như tìm kiếm nội dung, lên ý tưởng mới để thực hiện. Tổng Giám Đốc làm việc trực tiếp với Coordinator (Điều phối viên), người này cũng đồng thời thay mặt triển khai công việc cho bộ phận Kỹ thuật và Content.

Content Supervisor sẽ theo dõi, giám sát các hoạt động viết bài của nhân viên/TTS, từ đó, đưa ra những đề xuất, chỉnh sửa kịp thời và duyệt bài để tiến hành xuất bản lên website.

Nhân viên chính thức tiếp xúc với đại lý để thực hiện các bài viết mang tính sáng tạo, chuyên nghiệp như so sánh dòng xe, tin xe trong nước,... Trong khi đó, TTS tìm kiếm những nội dung có sẵn từ website chính hãng hay website đối thủ để diễn đạt lại, điều kiện là tỷ lệ đạo văn không vượt quá 20%.

### **1.5. Tình hình kinh doanh từ năm 2019 – 2021**

**Hình 1.6 Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Genesys từ 2019 – 2021**

ĐVT: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.370.545.648	1.530.707.439	6.830.465.901
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	0	0	0
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.370.545.648	1.530.707.439	6.830.465.901
4. Giá vốn hàng bán	603.210.118	524.896.345	2.978.325.601
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	767.335.530	1.005.811.094	3.852.140.300
6. Doanh thu hoạt động tài chính	771.483	955.469	2.485.201
7. Chi phí hoạt động tài chính	142.302.681	113.417.963	123.716.834
8. Chi phí bán hàng	0	0	0
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	383.652.419	694.654.983	1.909.135.608
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	242.151.913	198.733.617	1.821.773.059
11. Thu nhập khác	100.305.969	50.983.400	156.783.921
12. Chi phí khác	5.348.401	2.469.551	20.609.821
13. Lợi nhuận khác	23.573.892	13.604.339	98.872.193
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	265.725.805	212.338.610	1.920.645.252
15. Chi phí thuế TNDN hiện hành	0	0	0
16. Chi phí thuế TNDN hoãn lại	0	0	0
17. Lợi nhuận sau thuế TNDN	265.725.805	212.338.610	1.920.645.252

(Nguồn: Phòng Kế toán Công ty Genesys)

Car Sale Assistant (CSA) và danhgiaXe.com là hai sản phẩm mang lại nguồn doanh thu chính cho Genesys. Trong đó, danhgiaXe.com chiếm tỷ lệ 50%.

Từ bảng số liệu kết quả hoạt động kinh doanh của Genesys trong giai đoạn 2019 - 2021, có thể thấy doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty tăng trưởng liên tục trong 3 năm. Tuy nhiên do ảnh hưởng của dịch Covid-19 tác động lên toàn bộ nền kinh tế Việt Nam, doanh thu của năm 2020 chỉ tăng nhẹ 160.161.791 VNĐ so với năm 2019, tương đương 11,22%.

Bước qua năm 2021, Genesys đã vượt qua sự suy thoái của kinh tế để vươn lên và mang về kết quả đột phá với doanh thu 6.830.465.901 VNĐ, tăng gấp 4,5 lần so với năm 2020. Thành công này đến từ sự tâm huyết của đội ngũ nhân viên công ty trong từng dự án, giúp đưa ra những chiến lược, chiến thuật hiệu quả và nhận về được sự tin tưởng của các cá nhân/tổ chức/doanh nghiệp trên toàn quốc.

Từ nguồn doanh thu ổn định của sản phẩm danhgiaXe.com, Genesys đã tập trung đầu tư và phát triển Carsaleassistant.com để biến dự án trở nên phổ biến và ngày càng được nhiều doanh nghiệp biết đến, tạo nên sự tăng trưởng lớn cho công ty.

### **1.6. Định hướng phát triển trong năm 2022**

Trong năm 2022, mục tiêu của công ty cổ phần Genesys là tập trung hoàn thiện những sản phẩm, dịch vụ hiện có một cách tốt nhất, không ngừng hoàn thiện mình để mang đến giải pháp Marketing hiệu quả cho khách hàng. Cùng với đó là việc đầu tư, nghiên cứu, mở rộng thêm các lĩnh vực xoay quanh ngành ô tô, nhằm khai thác tối đa tiềm năng của thị trường, và tạo ra nguồn doanh thu ngày một tăng trưởng mạnh mẽ.



## CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GENESYS

### 2.1. Phân tích vấn đề

#### 2.1.1. Lý do chọn đề tài

Trải qua hơn 2 năm sống chung với đại dịch Covid-19, mặc dù có tốc độ tăng trưởng GDP năm 2021 đạt 2,58%, song, nền kinh tế Việt Nam đã phải gánh chịu những ảnh hưởng nặng nề. Thị trường ô tô cũng không ngoại lệ khi gặp nhiều trở ngại từ giai đoạn giãn cách xã hội, các hoạt động sản xuất kinh doanh đình trệ, quy trình xuất nhập khẩu gặp nhiều khó khăn, đồng thời, thu nhập của các cá nhân/tổ chức giảm sút cũng khiến cho nhu cầu mua ô tô bị hạn chế.

Thế nhưng, đây được xem như là một bước đệm để đưa thị trường ô tô phát triển vượt bậc kể từ sau khi nhà nước thực hiện chính sách mở cửa, sống chung với dịch bệnh vào quý IV năm 2021. Minh chứng điển hình là trong tháng 07/2022, sức tiêu thụ của thị trường này dù chưa thể bằng tháng 4 và tháng 5, nhưng đã tăng 20% so với tháng 6, đạt mức tăng trưởng 88% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong khi đó, trang tin ô tô danhgiaXe.Com - sản phẩm chủ lực của CTCP Genesys đã không còn được chú trọng đầu tư kể từ năm 2018, và chỉ mới quay trở lại trong vài tháng gần đây. Nếu không chớp lấy cơ hội để khai thác kịp thời, công ty có thể sẽ bỏ lỡ một miếng mồi “béo bở” trong đúng lĩnh vực chuyên môn của mình.

Hơn nữa, ngày nay, đứng trước thời đại mà truyền thông và quảng cáo lên ngôi, Content Marketing là yếu tố truyền tải những giá trị cốt lõi đến khách hàng, đúng như câu nói nổi tiếng “Content is King” của nhà sáng lập Microsoft Bill Gates. Cùng với đó, dưới sự phát triển mạnh mẽ của “ông trùm” Google - công cụ tìm kiếm hàng đầu Việt Nam, Content Website đang ngày càng được nhiều doanh nghiệp sử dụng làm thước đo cho sự thành công trong chiến lược kinh doanh của mình, thông qua các tiêu chí gọi là SEO (Search Engine Optimization). Thế mới thấy được rằng, tầm quan trọng của SEO trong lĩnh vực Content Website là không thể phủ nhận, vì nó như một cách tuân thủ theo “luật chơi” được đề ra bởi Google nhằm nâng cao trải nghiệm cho người dùng, và cũng

là một chuẩn mực để doanh nghiệp mang đến những bài viết chất lượng nhất, tạo sự tin tưởng đối với khách hàng.

Kết hợp cả hai vấn đề trên, có thể rút ra được rằng, tiềm năng Content Website trên danhgiaXe.com là vô cùng lớn khi nhu cầu trên thị trường ô tô có xu hướng tăng trưởng mạnh mẽ. Thế nhưng, trong giai đoạn mới bắt đầu xây dựng lại trang web, CPTP Genesys đã gặp không ít khó khăn bởi các công đoạn và quy trình chưa được chuẩn hóa, dẫn đến sự thiếu thống nhất giữa các thành viên, phải trải qua thử nghiệm nhiều lần mới có thể dần đúc kết ra bài học, khiến cho hiệu quả công việc bị giảm đi đáng kể.

Chính vì vậy mà bài nghiên cứu này sẽ đi sâu vào việc đề xuất các giải pháp giúp tối ưu hóa quy trình xây dựng nội dung chuẩn SEO cho website danhgiaXe.com. Từ đó, vừa có thể đưa các bài viết được xếp thứ hạng cao trên công cụ tìm kiếm, nhằm tiếp cận tốt hơn đến khách hàng tiềm năng, vừa giúp cải thiện hiệu quả công việc của các nhân viên trong bộ phận.

### ***2.1.2. Mục tiêu nghiên cứu***

- Kiểm chứng mức độ phổ biến của Google trong nhóm đối tượng mục tiêu.
- Các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng đối với một bài Content Website.
- Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả công việc sáng tạo của nhân viên tại công ty, kiểm chứng tầm quan trọng của quy trình làm việc.
- Thông tin về ô tô được quan tâm hàng đầu trong suốt hành trình khách hàng (Thông số, giá thành, so sánh, đánh giá, bảo dưỡng, ...).

## **2.2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### ***2.2.1. Đối tượng nghiên cứu***

Quy trình xây dựng nội dung chuẩn SEO tối ưu cho website danhgiaXe.com.

### ***2.2.2. Phạm vi nghiên cứu***

Không gian: Nghiên cứu được tiến hành trong phạm vi địa bàn TP.HCM, là nơi sinh viên đang có cơ hội học tập, làm việc và tiếp xúc với nhiều đối tượng khác nhau, tạo điều kiện cho việc khảo sát diễn ra thuận lợi.

Thời gian: Từ ngày 29/09/2022 đến ngày 13/10/2022.

## **2.3. Quy trình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu**

### **2.3.1. Quy trình nghiên cứu**

#### **Bước 1: Nghiên cứu đề tài**

Tìm hiểu sâu hơn về vấn đề cần được giải quyết trong đề tài tại công ty từ việc quan sát, hỏi thăm đồng nghiệp xung quanh hoặc nhờ anh/chị có kinh nghiệm lâu năm chỉ bảo, sau đó xác định đúng đối tượng cần hướng tới và vạch ra hướng đi lần lượt cho toàn bộ quy trình.

#### **Bước 2: Tìm kiếm, thu thập, tổng hợp và phân tích dữ liệu thứ cấp**

Dữ liệu thứ cấp đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng cho đề tài, từ nền tảng lý thuyết, cho đến các đề tài có liên quan đã được thực hiện trước đây, nhằm giúp bài nghiên cứu có cơ sở vững chắc và có thể cải thiện những hạn chế của các nghiên cứu đó.

#### **Bước 3: Xây dựng bảng câu hỏi định tính**

Dựa trên những thông tin tìm kiếm được từ nhiều nguồn, kết hợp với tư duy phân tích vấn đề và tư duy logic của cá nhân để tiến hành xây dựng nội dung bảng câu hỏi định tính, nhằm giúp khai thác thêm các ý kiến về vấn đề được đặt ra.

#### **Bước 4: Tiến hành thực hiện khảo sát định tính**

Tìm kiếm và thực hiện phỏng vấn trực tiếp đối với 2 đối tượng, chú ý khai thác càng sâu vào vấn đề càng tốt để hiểu được điểm mấu chốt, lý do vì sao họ lại trả lời như vậy hay còn có yếu tố nào khác tác động đến câu trả lời hay không. Cuối cùng là đúc kết, hệ thống lại thông tin và rút ra insight.

#### **Bước 5: Xây dựng bảng câu hỏi định lượng**

Kết quả định tính sẽ làm nền tảng cho bảng câu hỏi định lượng, nhằm kiểm chứng tính đúng đắn của kết luận trên một quy mô mẫu đủ thuyết phục.

#### **Bước 6: Tiến hành nghiên cứu định lượng**

Thực hiện gửi form khảo sát đến đối tượng mục tiêu nhằm thu thập thông tin một cách nhanh nhất, tránh gửi tràn lan nhưng không đúng đối tượng gây mất thời gian.

#### **Bước 7:** Xử lý số liệu Excel

Sử dụng phần mềm Excel để xử lý số liệu thu thập được từ form khảo sát, đúc kết những giá trị quyết định trong việc kiểm chứng insight đã đề ra. Bên cạnh đó, việc khám phá thêm một insight mới để làm nền tảng cho các nghiên cứu về sau cũng là điều cần thi

#### **Bước 8:** Đưa kết quả thu được vào báo cáo

Trình bày kết quả thu được dưới dạng biểu đồ trực diện đi kèm nhận xét khách quan nhất, để từ đó đưa ra được giải pháp phù hợp thỏa mãn mục tiêu nghiên cứu của đề tài.

#### **Bước 9:** Kết luận và đề xuất giải pháp:

Từ các dữ liệu phía trên cùng kiến thức cá nhân, sinh viên tiến hành đề xuất những giải pháp thiết thực để cải thiện quy trình làm việc chuẩn SEO cho Website danhgiaXe.com.

#### **Bước 10:** Xây dựng kế hoạch thực thi

Lên kế hoạch thực thi cụ thể cho từng giải pháp, bao gồm thời gian, tiến độ, ngân sách, ... sao cho phù hợp với khả năng thực tế của công ty.

### **2.3.2. Phương pháp nghiên cứu**

#### **2.3.2.1. Nghiên cứu tại bàn (Desk research)**

➤ Tìm hiểu các thông tin lý thuyết chuẩn xác để làm cơ sở trong suốt quá trình nghiên cứu: Content Marketing, Content Website, quy trình sáng tạo nội dung chuẩn SEO, bản đồ hành trình khách hàng.

➤ Tìm hiểu về tình hình phát triển của thị trường ô tô tại Việt Nam trong những năm gần đây và dự đoán trong tương lai.

➤ Tìm hiểu các yếu tố về SEO được Google quy định cho một bài viết chuẩn.

➤ Tham khảo các đề tài đã được nghiên cứu tại công ty và từ nhiều nguồn khác để xác định đúng hướng đi, đồng thời xem xét cải thiện những hạn chế của các đề tài đó.

➤ Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh của trang danhgiaxe.com về nội dung, hình thức truyền tải.

### 2.3.2.2. Nghiên cứu định tính

#### Đối tượng từ 18 - 29 tuổi

➤ Họ hiện đang là sinh viên/nhân viên văn phòng đã hoặc đang làm việc trong lĩnh vực sáng tạo nội dung.

➤ Số lượng mẫu: 3 người

➤ Mục đích: Khám phá các yếu tố ảnh hưởng hàng đầu đến trải nghiệm của đối tượng trên website (\*), cùng với đó là một số yếu tố trọng yếu tác động trực tiếp đến hiệu quả công việc của họ.

➤ Hình thức khảo sát: Phỏng vấn trực tiếp.

#### Đối tượng từ 30 - 45 tuổi

➤ Họ hiện đang sở hữu một chiếc ô tô, hoặc đã có dự định mua ô tô trong tương lai gần.

➤ Số lượng mẫu: 4 người

➤ Mục đích: Khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng trên website, cùng một số thông tin ô tô được khách hàng quan tâm như hãng xe yêu thích, nội dung thường tìm kiếm về ô tô, ...

➤ Hình thức khảo sát: Phỏng vấn trực tiếp.

*(\*) Việc nghiên cứu trải nghiệm của đối tượng 18 - 29 tuổi trên website cũng góp phần giúp cho công ty có định hướng xây dựng nội dung tốt hơn, vì trong tương lai, họ sẽ là khách hàng tiềm năng của ngành ô tô. Hơn nữa vì phân khúc người giàu ở Việt Nam đang dần được trẻ hóa, nên theo dự đoán, thói quen tìm kiếm thông tin sẽ chưa thể thay đổi nhanh đến như vậy.*

### 2.3.2.3. Nghiên cứu định lượng

#### Đối tượng từ 18 - 29 tuổi

➤ Bất kể các đối tượng nào nằm trong độ tuổi từ 18 - 29 tuổi, ưu tiên những người đã hoặc đang làm công việc sáng tạo nội dung để khai thác sâu hơn về mức độ quan trọng của một số yếu tố cụ thể có ảnh hưởng đến hiệu quả công việc.

- Số lượng mẫu: 230 người (\*\*)
- Phương pháp chọn mẫu: ngẫu nhiên
- Công thức tính:

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2}$$

❖ Trong đó:

- n: cỡ mẫu
- z: giá trị phân phối tương ứng với độ tin cậy lựa chọn (độ tin cậy 95%)
- p: ước tính tỷ lệ % của tổng thể
- q= 1-p
- Tỷ lệ p và q
- e: sai số cho phép (5%)

(\*\*) Theo kết quả điều tra dân số chính thức vào thời điểm ngày 1 tháng 4 năm 2019 thì dân số TP.HCM là 8.993.082 người. Kết hợp với bảng thống kê dân số TP.HCM theo độ tuổi năm 2019, có thể ước tính người trong độ tuổi từ 18 – 29 tuổi rơi vào khoảng 1,6 triệu người, tức chiếm tỷ lệ 17,8% (p=0,178).

#### **Đối tượng từ 30 - 45 tuổi**

➤ Họ hiện đang sở hữu một chiếc ô tô, hoặc đã có dự định mua ô tô trong tương lai gần.

- Số lượng mẫu: 70 người (\*\*\*)
- Phương pháp chọn mẫu: có chủ đích

(\*\*\*) Cũng từ nghiên cứu nêu ở (\*\*), số người trong độ tuổi từ 30 – 45 nằm ở mức 2,4 triệu người. Theo kết quả Tổng điều tra dân số nhà ở 2019 của Tổng cục Thống kê, cả nước có 5,7% tổng số hộ gia đình có xe hơi. Trong đó, tỷ lệ ở TP.HCM chỉ chiếm 6,7%, tức khoảng 171.447 hộ trong số 2.558.914 hộ (Trang tin điện tử Đảng bộ TP.HCM. Số người bình quân 1 hộ ở khoảng 3,6 người. Vậy có 617.000 người. Giả sử

*1 hộ có 1 người nằm trong độ tuổi 30 – 45 tuổi, cộng thêm số người đang có ý định mua ô tô làm tròn lên thành 172.000 người, chiếm 7,17% trong 2,4 triệu người.*

*Tuy nhiên, sinh viên lựa chọn phương pháp chọn mẫu có chủ đích, tức gửi khảo sát trực tiếp cho những người trong độ tuổi mục tiêu, đang dự định hoặc đã sở hữu một chiếc ô tô nhằm đảm bảo thời gian hoàn thành việc thu thập thông tin.*

## **2.4. Phân tích kết quả khảo sát**

### **2.4.1. Kết quả nghiên cứu định tính**

Trong thời gian đầu phỏng vấn, sinh viên đã vấp phải một số nghi vấn, rằng nhu cầu tìm kiếm thông tin về ô tô có thể sẽ khác đôi chút so với nhu cầu tìm kiếm thông thường. Điều này là do câu hỏi thực sự chưa rõ ràng, đối tượng 18 – 29 tuổi sẽ trả lời chung cho tất cả các trang web, trong khi đó, người từ 30 – 45 tuổi hiển nhiên nghĩ đến trải nghiệm của họ trên website ô tô vì phần phỏng vấn trước đó hoàn toàn đề cập đến ô tô. Thế nhưng thật bất ngờ rằng kết quả thu được lại khá tương đồng với nhau.

Xét về tổng quan, Google là công cụ tìm kiếm được lựa chọn 100%, các đối tượng trả lời phỏng vấn đều cho rằng 3 yếu tố bao gồm tiêu đề, nội dung, hình ảnh đóng vai trò quan trọng đối với trải nghiệm của họ trên website. Trong đó, yếu tố nội dung luôn được chú trọng hàng đầu vì việc xây dựng nội dung chính xác, thú vị sẽ khiến họ đánh giá cao website mà mình đang tham khảo.

#### **🚦 Đối tượng: 18 - 29 tuổi**

Khi được hỏi về các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả công việc, các đáp viên chủ yếu hướng đến 2 vấn đề chính, đó là quy trình làm việc rõ ràng, nhanh chóng và việc đầu tư cho các yếu tố về con người (Kiến thức, trình độ chuyên môn, chính sách thưởng phạt, sự phối hợp giữa các đồng nghiệp,...).

#### **🚦 Đối tượng: 30 - 45 tuổi**

Bên cạnh nhu cầu tìm kiếm khi mua xe mới, có 3/3 đáp viên là nam giới trả lời rằng họ có quan tâm đến tin tức ô tô hàng ngày. Độ nhận diện của danhgiaXe.com đạt tỷ lệ tối đa, bên cạnh đó, một số trang đối thủ nằm trong danh sách đáng chú ý như muaxegiatot.vn, danchoioto.com và oto.com.

Trong giai đoạn xem xét mua xe, họ cần nhiều thông tin về ô tô nhất, chủ yếu liên quan đến các đánh giá từ chuyên gia, người dùng đánh giá, bảng giá xe cùng các công nghệ mà mẫu xe đó sở hữu. Ngoài ra, việc xem video trên youtube trở nên khá phổ biến vì nó đem đến cái nhìn thực tế hơn so với dạng ảnh đã được chỉnh màu trên các bài viết.

Trong số 4 người tham gia phỏng vấn, có 2 người khá quan tâm đến chất lượng hình ảnh, bởi họ nghĩ rằng hình ảnh xe đẹp, sắc nét sẽ khiến họ “có cảm tình” với website đó, và đồng thời xác định được liệu mình có thích kiểu mẫu như thế không rồi mới quyết định tìm đọc nội dung, điều này đã dấy lên cho sinh viên nhiều lo ngại về độ tin cậy của số lượng mẫu.

Tuy nhiên, sinh viên thật may mắn khi tiếp nhận được một thông tin rất bổ ích từ Content Supervisor, rằng theo khảo sát của công ty đã thực hiện trước đó về hành vi của khách hàng trên website, họ cũng chủ yếu dừng lại ở các mục bảng giá, khuyến mãi, phiên bản, màu xe, hình xe và video đính kèm nếu có. Các phần nội dung dạng chữ viết hầu như rất ít người đọc. Đây là minh chứng rất rõ ràng cho việc tiếp nhận thông tin ở dạng bảng/hình ảnh/video sẽ được ưu tiên hơn.

Thế nhưng, cũng theo cung cấp từ anh, đây hầu hết sẽ là những người có kiến thức cơ bản về ô tô mà khi chỉ nhìn qua hình ảnh, họ đã có thể đánh giá được một phần về các thông số của xe. Bên cạnh đó, vẫn sẽ có người dùng quan tâm đến nội dung, họ cần đọc kỹ các mô tả để nắm được thông tin chi tiết về xe. Hơn thế nữa, việc đầu tư xây dựng nội dung chuẩn chỉnh sẽ góp phần đưa trang web lên top thứ hạng cao trên google, giúp tiếp cận người đọc dễ hơn, và trong khi người đọc lướt xem bài viết, bảng yêu cầu báo giá sẽ hiện ra, thúc đẩy người có nhu cầu điền thông tin của mình vào đây. Điều này giúp mang lại nguồn thu cho công ty.

#### ❖ **Insight**

➤ Người dùng xem Google như một công cụ tìm kiếm hàng đầu có thể giải đáp các vấn đề mà họ đang thắc mắc. Và trong khi trải nghiệm việc lướt web, yếu tố nội dung được họ chú trọng nhiều nhất, tiếp đến, hình ảnh và tiêu đề được xếp ngang hàng với nhau.



➤ Các yếu tố về quy trình làm việc, mục tiêu và con người sẽ quyết định rõ ràng đến hiệu quả của công việc sáng tạo nội dung.

➤ Người mua ô tô thường chuộng các mẫu xe hiện đang rất phổ biến trên thị trường, đặc biệt là xe thương hiệu Nhật Bản như Honda, Mazda. Và họ sẽ tìm hiểu các đánh giá, thông số, hình ảnh của chúng trước khi đưa ra quyết định.

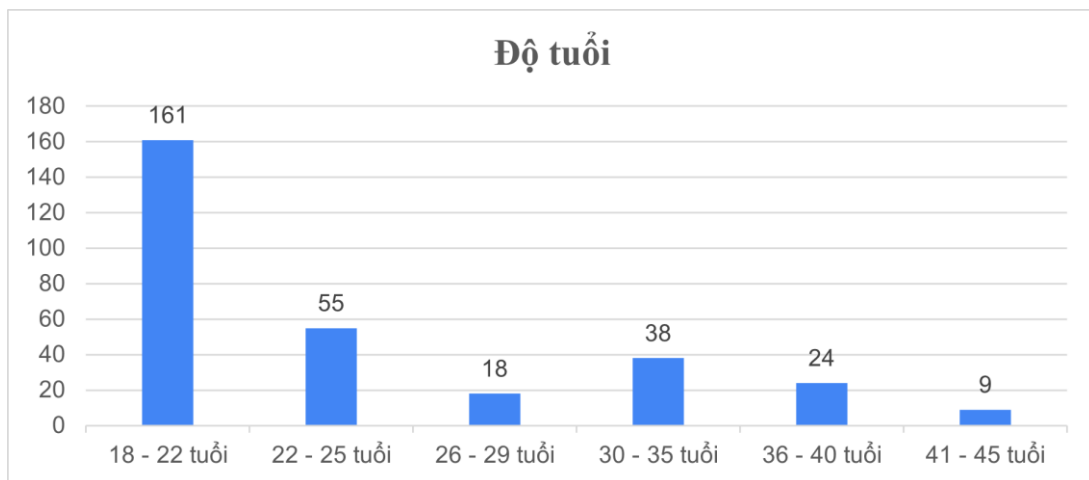
## 2.4.2. Kết quả nghiên cứu định lượng

### 2.4.2.1. Kết quả chung

Trải qua một thời gian thu thập thông tin khảo sát bằng nền tảng Google Form, sinh viên thu về được 305 câu trả lời và bắt đầu đi đến việc sàng lọc, phân tích dữ liệu để có thể tìm ra những khám phá thực sự hữu ích cho công ty. Trong đó, 234 người thuộc nhóm đối tượng 1, đối tượng 2 có 71 người.

**Biểu đồ 2.1 Biểu đồ độ tuổi các đối tượng khảo sát**

ĐVT: Người



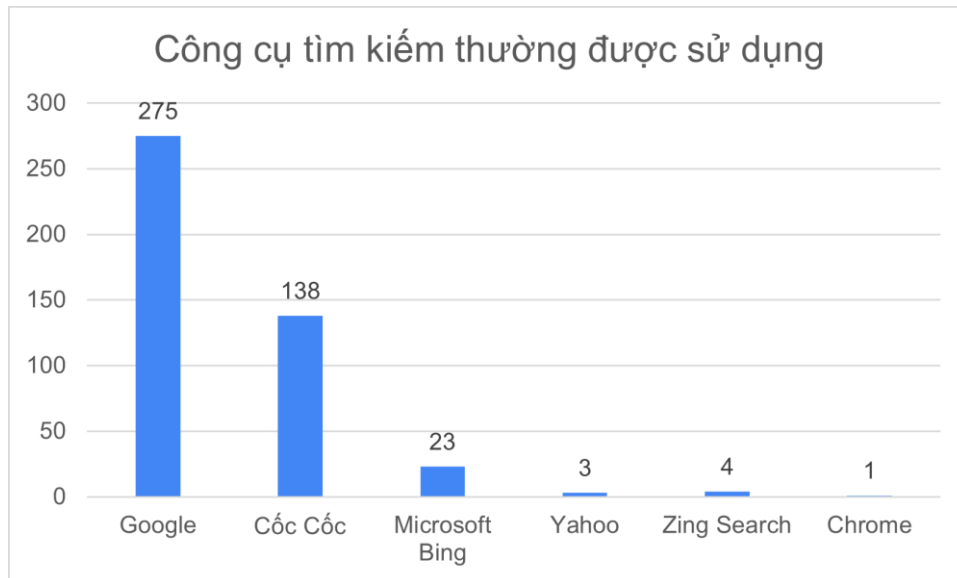
Về tổng quan, đối tượng tham gia khảo sát chính nằm trong độ tuổi 18 – 22 tuổi (161 người), vì đây là độ tuổi mà sinh viên dễ tiếp cận nhất thông qua các hoạt động trường, lớp hoặc giao lưu văn hóa, văn nghệ. Nhóm tuổi từ 23 – 25 đứng thứ 2 với 55 người thực hiện khảo sát, là những anh chị đồng nghiệp tại công ty và từ một số nguồn mạng xã hội khác.

Nhóm đối tượng từ 41 – 45 tuổi chiếm tỷ lệ ít nhất (2,95%), kế đến là nhóm 36 – 40 tuổi, chiếm 7,87%. Nhóm đáp viên này khá bận rộn với công việc nên ít khi dành

thời gian cho việc hoàn thành form khảo sát. Những bài khảo sát thành công chủ yếu thông qua việc trao đổi trực tiếp hoặc từ người quen.

**Biểu đồ 2.2 Biểu đồ công cụ tìm kiếm thường được sử dụng**

ĐVT: Người



Một minh chứng rất rõ ràng cho mức độ phổ biến của “ông trùm” Google là có đến 275 đáp viên thường sử dụng, và 147 người trong số đó sử dụng mặc định làm công cụ tìm kiếm chính. Bên cạnh đó, Cốc Cốc cũng chiếm một chỗ đứng nhất định trong người dùng với 138 lượt chọn, và 23 người chỉ sử dụng Cốc Cốc để phục vụ cho mục đích tìm kiếm của mình.

Xét về các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng trên website, đáp viên được đề xuất đánh giá mức độ quan trọng trên thang điểm từ 1 - rất không quan trọng, 2 - không quan trọng, 3 - bình thường, 4 - quan trọng và đến 5 - rất quan trọng. Sau khi tổng hợp số liệu và xử lý dưới dạng tính giá trị trung bình của các yếu tố, Bảng 2.1 được hình thành như sau:

**Bảng 2.1** Bảng mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến trải nghiệm của khách hàng trên website

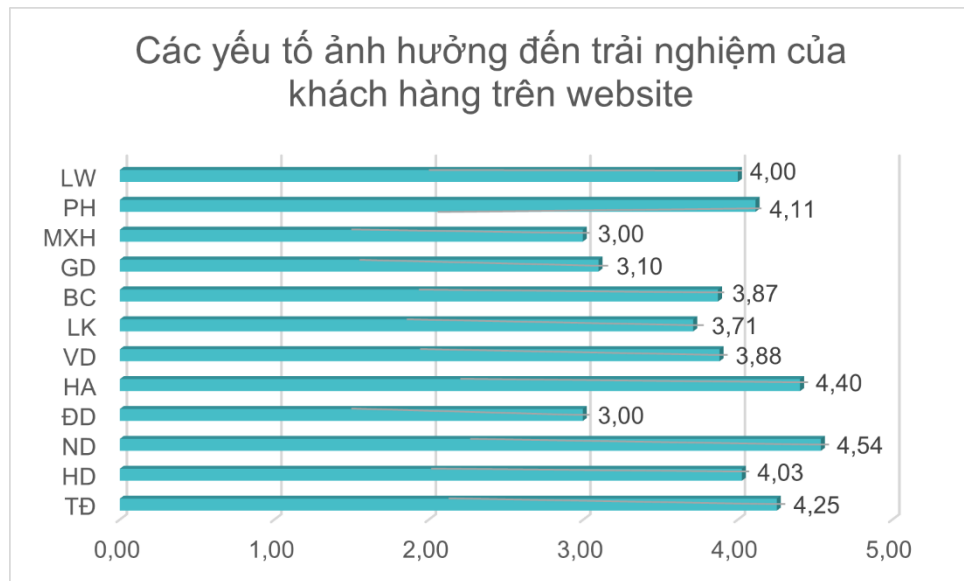
<b>STT</b>	<b>Tên yếu tố</b>	<b>Viết tắt</b>	<b>Giá trị trung bình</b>
<b>1</b>	Tiêu đề thu hút	TĐ	4,25
<b>2</b>	Thẻ heading chia bố cục rõ ràng	HD	4,03
<b>3</b>	Nội dung chất lượng, độc đáo	ND	4,54
<b>4</b>	Nội dung quá ngắn (dưới 300 từ) hoặc quá dài (trên 2.000 từ)	ĐD	3,00
<b>5</b>	Hình ảnh thú vị, sắc nét	HA	4,40
<b>6</b>	Được đính kèm video	VD	3,88
<b>7</b>	Được chèn thêm các liên kết hữu ích khác có liên quan	LK	3,71
<b>8</b>	Bố cục hợp lý, giao diện thân thiện	BC	3,87
<b>9</b>	Có giao diện dành cho điện thoại	GD	3,10
<b>10</b>	Có liên kết đến các trang mạng xã hội khác của thương hiệu đó (Facebook, Youtube, Instagram)	MXH	3,00
<b>11</b>	Tốc độ phản hồi của website	PH	4,11
<b>12</b>	Website thường gặp lỗi không phản hồi	LW	4,00

Trên đây là các yếu tố bao hàm trong quy trình SEO (Search Engine Optimization) được sinh viên lọc ra dựa trên tiêu chí khách hàng có thể trực tiếp cảm nhận được, nhằm nghiên cứu sự tác động của chúng đến trải nghiệm của người dùng.

Từ đây, sinh viên có thể đưa ra các đề xuất cải thiện giúp tối ưu hóa trang web danhgiaXe.com của công ty.

Và để mang đến cái nhìn tổng quan nhất, bảng dữ liệu trên được chuyển hóa thành dạng biểu đồ như Biểu đồ 2.3 sau:

**Biểu đồ 2.3 Biểu đồ mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến trải nghiệm của khách hàng trên website**



Để thấy rằng, các thành phần của SEO đều chiếm một vai trò quan trọng nhất định đối với trải nghiệm khách hàng, khi có đến 10/12 yếu tố được đánh giá trên mức 3, tức là họ có chú ý hoặc thậm chí rất quan tâm đến chúng.

Đưa mắt về 3 cột ngang ngắn nhất trên biểu đồ, độ dài nội dung (ĐD) và các liên kết đến trang mạng xã hội (MXH) có số điểm thấp nhất ở mức 3,00. Điều này chứng tỏ người dùng sẽ chủ yếu tập trung tìm kiếm thông tin trên một website, việc tìm hiểu chi tiết hơn về nguồn tin trên các tài khoản mạng xã hội thường ít xảy ra, nên website dường như không phải là một phương tiện hiệu quả để tăng độ nhận diện cho những trang này. Thậm chí theo một số khám phá có được từ khảo sát định tính, họ thậm chí chỉ nhớ man máng tên trang web mà mình vẫn thường truy cập, do thói quen nhấn đọc theo thứ tự hiển thị của công cụ tìm kiếm.

Bên cạnh đó, các bài viết có nội dung quá ngắn (dưới 300 từ) hoặc quá dài (trên 2.000 từ) cũng ít ảnh hưởng đến trải nghiệm của người đọc. Từ đây có thể nhận định rằng, mục đích chính của khách hàng khi truy cập vào một bài content website vẫn là

những thông tin bổ ích mà nó cung cấp, họ thường không để ý nhiều đến các yếu tố phụ xung quanh, và đôi khi sẽ dành nhiều thời gian hơn để đọc bài viết dài khi họ cảm thấy nội dung đó thực sự hữu ích. Ngoài ra, yếu tố “Có giao diện dành cho điện thoại” cũng chỉ nhỉnh hơn một chút với số điểm 3,10, cho thấy người dùng không ưu tiên sử dụng điện thoại thông minh, mà chủ yếu tìm kiếm thông tin qua các thiết bị cỡ lớn, chẳng hạn như Ipad hay Laptop.

Yếu tố nội dung chiếm vị trí dẫn đầu với số điểm trung bình đạt 4,54 điểm, dẫn ngay phía sau là hình ảnh sắc nét, thú vị (4,4 điểm) và tiêu đề thu hút (4,25 điểm). Đây được xem là bộ 3 yếu tố đóng vai trò quan trọng nhất trong việc ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng trên website. Trong đó, nội dung chất lượng, chính xác vẫn được ưu tiên hàng đầu, giúp khẳng định giá trị mà trang web đó có thể mang lại cho người đọc.

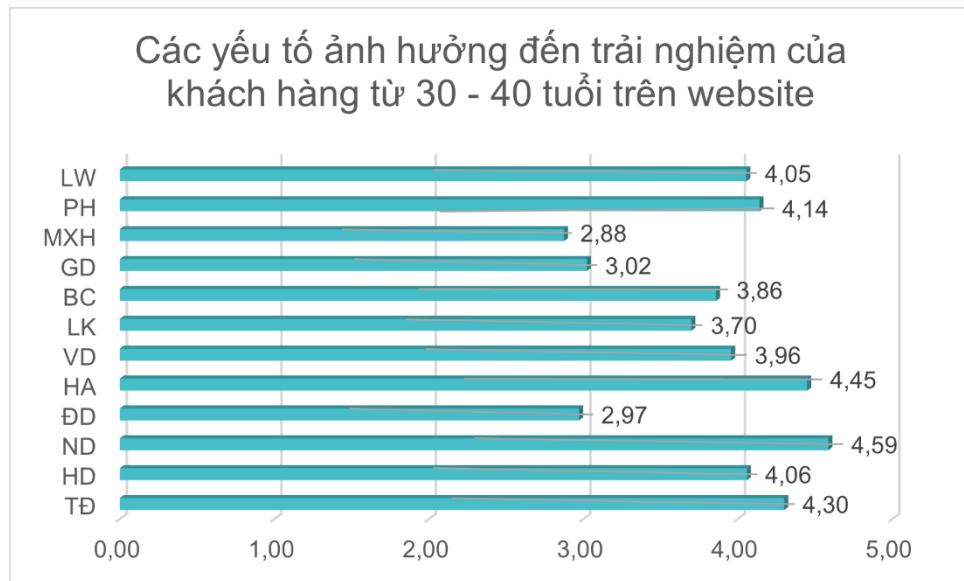
Theo ý kiến của Content Supervisor, đối với anh, bên cạnh nội dung thì hình ảnh sẽ là yếu tố thể hiện sự tôn trọng của người viết dành cho độc giả. Hình ảnh sắc nét, rõ ràng cho thấy họ có chăm chút cho thành phẩm của mình. Và dĩ nhiên việc website cung cấp hình quá mờ hoặc không liên quan đến nội dung khiến người đọc cảm giác như tác giả không mấy quan tâm đến chất lượng bài viết, mà cốt lõi bài viết đó dành cho khách hàng.

Không thể phủ nhận việc tiêu đề là yếu tố xuất hiện và gây ấn tượng đầu tiên đối với người đọc. Tuy nhiên từ cả 2 kết quả khảo sát định tính và định lượng, các đáp viên đều cho rằng, nếu đem lên bàn cân so sánh, họ vẫn sẽ ưu tiên hướng về phần nội dung nhiều hơn. Điều này khá đúng với thực trạng hiện nay khi có quá nhiều bài viết, bài báo được đăng tải với tiêu đề giật gân, gây tranh cãi, nhưng giá trị nội dung mà nó mang lại có khi chỉ bằng 0.

Ba yếu tố cũng nằm ở thang điểm từ mức 4 là “Thẻ heading chia bố cục rõ ràng” (4,03), “Tốc độ phản hồi của website” (4,11) và “Website thường gặp lỗi không phản hồi (4,00), đi kèm với “Bố cục hợp lý, giao diện thân thiện” (3,87) thể hiện được rằng, mặc dù không mấy quan tâm đến các yếu tố “râu ria” bổ sung, khách hàng lại khá quan trọng về hình thức bố trí của website thông qua giao diện, cùng việc sử dụng thẻ heading rõ ràng. Cũng có thể hiểu là, các yếu tố này tác động trực tiếp về mặt thời gian và sự

kiên nhẫn của người đọc, đặc biệt là với đối tượng khách hàng trên 30 tuổi. Họ có quá nhiều công việc xoay quanh và không muốn mất thêm thời gian cho việc tìm hiểu bố cục của bài viết, loay hoay giữa một “rừng” tùy chọn hay thậm chí là phải chờ thêm vài giây để trang web kịp load.

**Biểu đồ 2.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng từ 30 - 40 tuổi trên website**



Biểu đồ 2.4 trên đây góp phần thể hiện rõ nét hơn những nhận định vừa rồi. Các yếu tố được đề cập có số điểm đa phần cao hơn so với tổng thể, lần lượt là 4,06/4,14/4,05/3,86.

Ngoài ra, việc chèn thêm các liên kết có liên quan đến nội dung bài viết, cũng như đính kèm các video hữu ích cũng sẽ là một phương pháp hiệu quả giúp nâng cao trải nghiệm của người đọc trên website, đồng thời vừa có thể hướng khách hàng đến những bài viết chủ chốt của trang web đó.

#### **2.4.2.2. Đối tượng từ 18 - 29 tuổi**

Bên cạnh việc tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng trên website, nhóm đối tượng từ 18 – 29 tuổi sẽ được hỏi rằng “Anh/chị đang hoặc đã từng làm công việc sáng tạo nội dung chưa?”, nếu câu trả lời là “Chưa từng”, khảo sát sẽ dừng lại tại đây.

**Biểu đồ 2.5 Phân loại đối tượng đã/đang/chưa từng làm công việc sáng tạo nội dung**

ĐVT: Người



Qua đó, có 199 đáp viên tiếp tục đi đến phần câu hỏi phía sau với 77 người đã từng và 122 người đang làm công việc sáng tạo nội dung.

Có 16 yếu tố được đề cập để xác minh mức độ ảnh hưởng của chúng đến hiệu quả công việc sáng tạo, đáp viên tiếp tục đánh giá trên thang điểm 5 (1 - rất không đồng ý, 2 - không đồng ý, 3 - trung lập, 4 - đồng ý, 5 - hoàn toàn đồng ý). Kết quả được phân tích theo giá trị trung bình của từng yếu tố để cho ra như Bảng 3.2 sau:

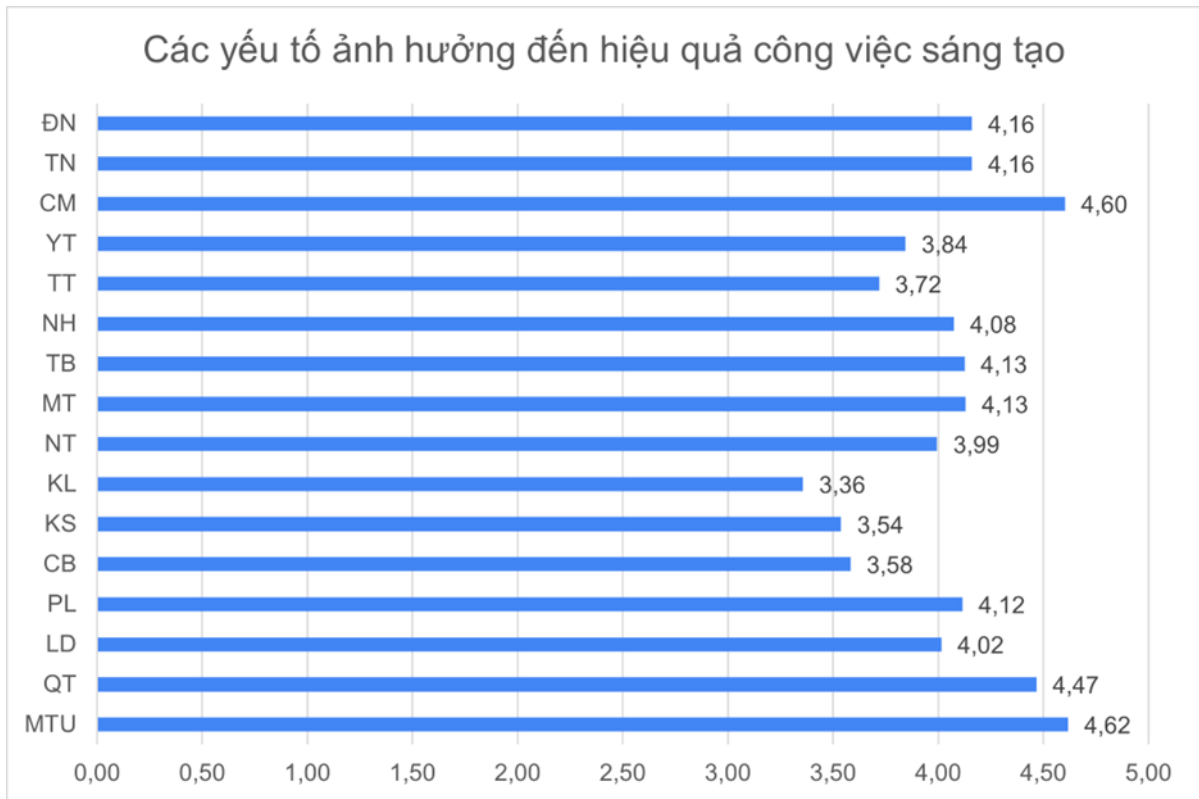
**Bảng 2.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả công việc sáng tạo**

STT	Tên yếu tố	Viết tắt	Giá trị trung bình
1	Đề ra mục tiêu khả thi	MT	4,62
2	Quy trình làm việc rõ ràng, nhanh chóng	QT	4,47
3	Leader gương mẫu	LD	4,02
4	Chính sách phúc lợi quan tâm đến nhân viên	PL	4,12

<b>5</b>	Sự công bằng giữa các nhân viên	CB	3,58
<b>6</b>	Kiểm soát chặt chẽ	KS	3,54
<b>7</b>	Kỷ luật nghiêm khắc	KL	3,36
<b>8</b>	Tuân thủ nguyên tắc, làm việc đúng giờ	NT	3,99
<b>9</b>	Môi trường làm việc sạch sẽ	MT	4,13
<b>10</b>	Các thiết bị, phần mềm làm việc nhanh chóng và an toàn	TB	4,13
<b>11</b>	Nhân viên trung thành, nhiệt huyết với công việc	NH	4,08
<b>12</b>	Nhân viên có được thành tựu để tự hào và động lực để cố gắng	TT	3,72
<b>13</b>	Nhân viên có nhiều ý tưởng sáng tạo để đáp ứng tiến độ công việc	YT	3,84
<b>14</b>	Nhân viên có kiến thức, kỹ năng chuyên môn cao	CM	4,60
<b>15</b>	Nhân viên có trách nhiệm với công việc	TN	4,16
<b>16</b>	Có sự hợp tác, hỗ trợ giữa các đồng nghiệp	ĐN	4,16

Cùng với đó, dữ liệu từ bảng cũng được chuyển thành dạng biểu đồ để thuận tiện cho việc nhận xét và đánh giá.



**Biểu đồ 2.6 Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả công việc sáng tạo**

Ấn tượng đầu tiên khi nhìn vào biểu đồ là 3 yếu tố có số điểm chênh khá nhiều so với các thành phần còn lại. Trong đó, “Đề ra mục tiêu khả thi” dẫn đầu bảng với 4,62 điểm, kế đến là yếu tố chuyên môn của nhân viên (4,60 điểm) và “Quy trình làm việc rõ ràng, nhanh chóng” (4,47 điểm). Điều này rất đúng theo quan niệm “Đầu xuôi đuôi lọt” từ dân gian, những gì khởi nguồn tốt đẹp thường sẽ gặp nhiều thuận lợi về sau. Và trong công việc cũng vậy, khi đích đến là khả thi, đi kèm với quy trình khoa học, thì mọi việc sẽ dễ dàng kiểm soát, dễ dàng thành công hơn.

Bên cạnh đó, đối với môi trường làm việc sáng tạo, đội ngũ nhân viên có chuyên môn cao là điều hết sức cần thiết, đặc biệt là trong những Agency nhỏ đang mọc lên ngày càng nhiều cùng với nhu cầu Marketing khổng lồ như hiện nay. Bởi vì họ sẽ tiếp xúc với nhiều dự án thuộc những lĩnh vực khác nhau, điều này yêu cầu sự linh hoạt cao cùng nền tảng vững chắc để có thể cung cấp những giải pháp hiệu quả cho khách hàng.

Các yếu tố mặc dù vẫn được đánh giá cao nhưng xếp thứ hạng thấp nhất chính là phần kỷ luật (KL – 3,36 điểm), kiểm soát (KS – 3,54 điểm) và sự công bằng (CB – 3,58 điểm). Từ đây có thể thấy rằng các đáp viên, và cũng đang hoặc từng là nhân viên

trong bộ phận sáng tạo, không thích sự gò bó, áp đặt. Mức điểm > 3 nhưng < 4 chứng tỏ họ không phủ nhận tầm quan trọng của các yếu tố này, tuy nhiên là những người làm việc ở lĩnh vực sáng tạo, thì việc đặt áp lực lên nhân viên bằng kỷ cương, kỷ luật đôi khi có thể gây ảnh hưởng xấu đến khả năng cống hiến của họ.

Ngoài ra, sự công bằng giữa các nhân viên cũng được cho là ít gây tác động đến hiệu quả công việc, bởi nếu bạn mang lại nhiều giá trị tốt đẹp cho công ty, bạn xứng đáng được ưu ái hơn, và đây còn có thể là động lực cho những cá nhân khác cố gắng hơn nữa.

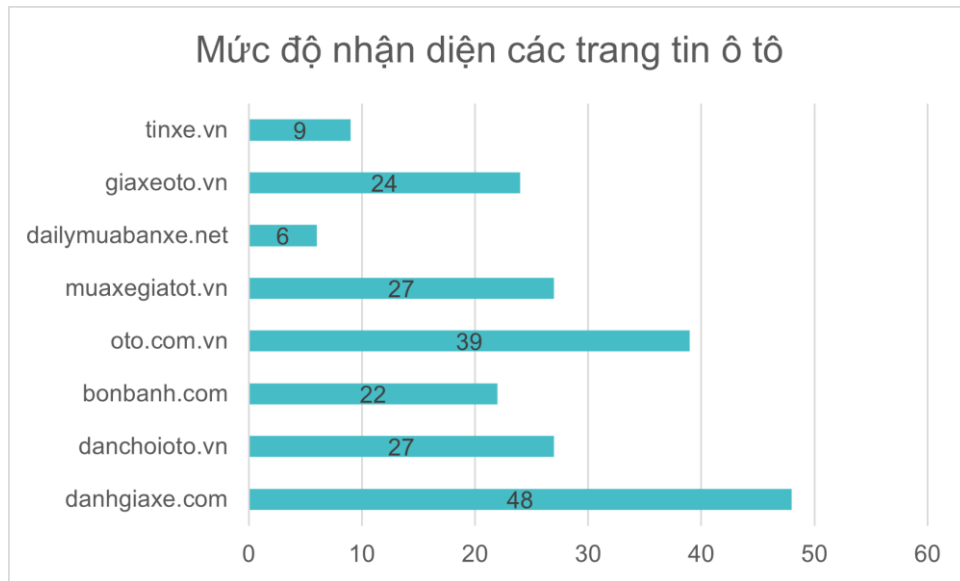
Bên cạnh đó còn có nhiều yếu tố sở hữu số điểm cao (>4) như trách nhiệm công việc và sự hỗ trợ từ đồng nghiệp (4,16), thiết bị và môi trường làm việc (4,13), chính sách phúc lợi (4,12), tinh thần nhiệt huyết với công việc (4,08), Leader gương mẫu (4,02).

Mặc dù không thích sự gò bó nhưng yếu tố “Tuân thủ nguyên tắc, làm việc đúng giờ” cũng nhận được sự đồng tình khá cao (3,99/5), vì nó giúp cho công việc được thực hiện theo thời gian và một trình tự có tổ chức, đảm bảo đúng tiến độ và không gây ảnh hưởng đến những đồng nghiệp có liên quan. “Nhân viên có được thành tựu để tự hào và động lực để cố gắng” cũng như “Nhân viên có nhiều ý tưởng sáng tạo để đáp ứng tiến độ công việc” có số điểm thấp hơn một chút. Dường như đa số đáp viên là những người nhân viên khá trầm tính và chưa có cơ hội đột phá.

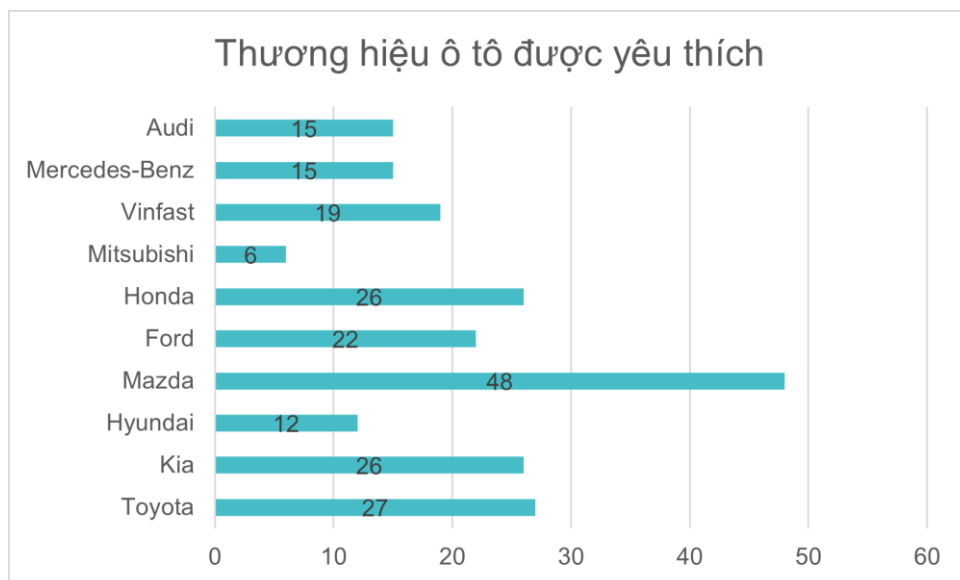
#### ***2.4.2.3. Đối tượng từ 30 - 45 tuổi***

Sau khi nghiên cứu về trải nghiệm của khách hàng trên website, sinh viên bắt đầu khai thác sâu hơn về một số thông tin ô tô được nhóm đối tượng từ 30 – 45 tuổi quan tâm. Câu trả lời cho phép chọn nhiều đáp án nên kết quả thu về sẽ được phân tích theo kiểu thống kê mô tả.

Dưới đây là những trang web đối thủ có thứ hạng cao trên Google, sinh viên sử dụng câu hỏi này để đo lường mức độ nhận biết của khách hàng đối với từng website cụ thể, từ đó đánh giá một số đối thủ mạnh nhất mà danhgiaxe.com cần phải chú ý.

**Biểu đồ 2.7 Mức độ nhận diện các trang tin ô tô**

Kết quả là có 48/71 người trả lời rằng họ có biết về danhgiaxe.com, theo sát ngay phía sau là trang web oto.com.vn với 39 lượt chọn. Bốn trang web còn lại như giaxeoto.vn, muaxegiatot.vn, bonbanh.com và danchoioto.vn có mức độ nhận diện khá tương đương nhau, nằm trong khoảng 22 – 27 lượt chọn.

**Biểu đồ 2.8 Các thương hiệu ô tô được yêu thích**

Các mẫu xe sang của Audi hay Mercedes-Benz không được ưa chuộng nhiều, có thể là do các đáp viên chủ yếu nằm trong phân khúc tầm trung. Và theo hiểu biết của sinh viên trong quá trình làm việc tại công ty, những khách hàng ở phân khúc cao không phải là khách hàng tiềm năng của danhgiaXe.com, bởi họ có ít thời gian nhưng lại có

nguồn tài chính dư dả, họ thường chọn đến trực tiếp showroom để được tư vấn chính xác thay vì lướt tìm đọc các bài content website.

Xét trong phân khúc xe bình dân, thương hiệu ô tô Mazda đã chinh phục 48/71 người được hỏi, chiếm 67,6%. Các thương hiệu như Kia, Toyota, Honda, Ford hay Vinfast có mức độ yêu thích vào khoảng 19 – 26 lượt chọn.

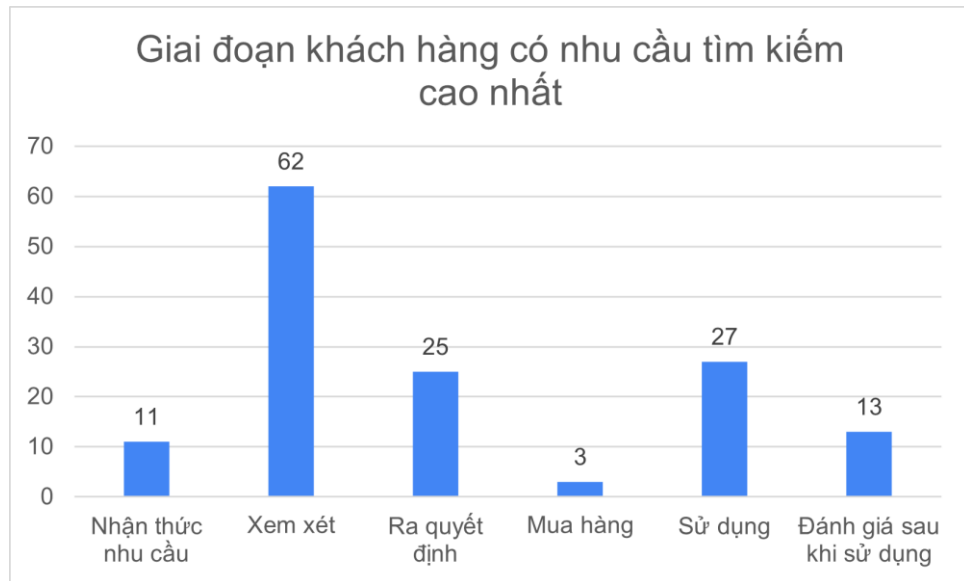
Tuy nhiên, câu trả lời này dường như chưa thực sự chính xác, bởi theo quan sát của cá nhân sinh viên trên đường phố TP.HCM, cũng như tham khảo báo cáo bán hàng từ Hiệp Hội các nhà sản xuất ô tô Việt Nam (VAMA) năm 2021, thương hiệu ô tô hiện đang dẫn đầu với doanh số cao nhất là hãng xe đến từ Hàn Quốc - Hyundai, Toyota xếp ngay liền sau, doanh số cuối năm chênh lệch khoảng 3.000 chiếc. Kế đến vẫn là sự góp mặt của một “người con xứ Hàn” Kia cùng hãng xe hơi nước nhà Vinfast. Trong khi đó, Mazda xếp ở vị trí thứ 5.

**Hình 2.1 Top 10 thương hiệu ô tô bán nhiều xe nhất Việt Nam năm 2021**

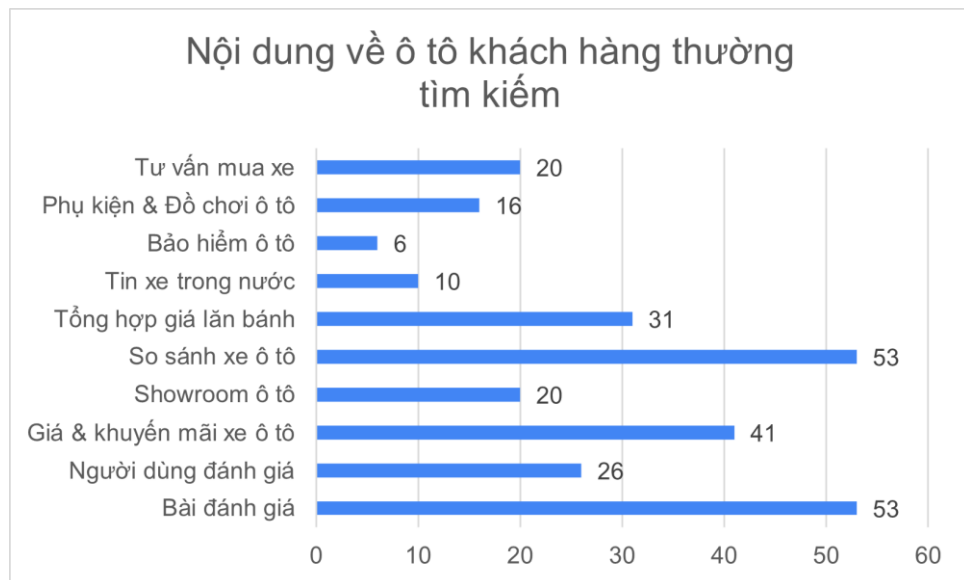
XẾP HẠNG	THƯƠNG HIỆU	DOANH SỐ THÁNG 12/2021	DOANH SỐ 2021
1	Hyundai	9.807	70.518
2	Toyota	12.424	67.533
3	KIA	7.368	45.532
4	VinFast	3.047	35.723
5	Mazda	5.271	27.286
6	Mitsubishi	4.742	27.243
7	Ford	2.346	23.708
8	THACO	1.480	22.841
9	Honda	4.292	21.698
10	Suzuki	1.752	13.740

(Nguồn: Hiệp Hội các nhà sản xuất ô tô Việt Nam (VAMA) năm 2021)

Sai sót này có thể xuất phát từ nhiều nguyên nhân, thương hiệu mà khách hàng yêu thích có thể khác với thương hiệu họ chọn mua, nhằm ưu tiên việc đáp ứng tốt các nhu cầu cần thiết cho gia đình; khả năng tài chính còn giới hạn; ...

**Biểu đồ 2.9 Giai đoạn khách hàng có nhu cầu tìm kiếm cao nhất**

Dưới đây là một số danh mục nổi bật của danhgiaxe.com nhằm đánh giá mức độ ưu tiên của từng danh mục để công ty chú trọng đầu tư.

**Biểu đồ 2.10 Nội dung về ô tô khách hàng thường tìm kiếm**

Kết hợp dữ liệu từ Biểu đồ 2.9 và Biểu đồ 2.10 phía trên, giai đoạn xem xét luôn khiến khách hàng gặp nhiều khó khăn trước khi đưa ra quyết định chọn mua một mẫu xe hợp ưng ý. Họ tìm đọc các bài đánh giá, so sánh, giá & khuyến mãi xe ô tô để cân nhắc khả năng tài chính của gia đình, cũng như tự thẩm định liệu chiếc xe đó có phù hợp với nhu cầu hay giá tiền bỏ ra hay không. Họ cũng quan tâm đến giá lăn bánh ước

tính vì các khoản thuế dành cho ô tô ở Việt Nam hiện đang ở mức khá cao khiến họ e ngại.

Sau quá trình xem xét, chọn lựa, đã đến lúc khách hàng đưa ra quyết định cuối cùng, những thông tin như showroom ô tô, tư vấn mua xe lúc này sẽ thực sự hữu ích. Ngoài ra, số ít khách hàng cũng thích cập nhật tin xe trong nước để nắm bắt thông tin mới nhất về những dòng xe trên thị trường, từ đó, họ có thể có sự chuẩn bị tốt hơn để chào đón một “thành viên mới” về với gia đình nhỏ của mình.

### **2.4.3. Tổng quan**

Về cơ bản, kết quả khảo sát định lượng đi khá sát với insight mà sinh viên thu thập được từ khảo sát định tính, giúp hỗ trợ cho nghiên cứu đi đúng hướng đã đề ra.

Qua đó, sinh viên đã có thể kiểm chứng được mức độ phổ biến của Google, khi nó trở thành công cụ tìm kiếm được ưa chuộng nhất hiện nay và nắm giữ 91,9% thị phần. Chính vì vậy, xu hướng content website sẽ còn phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới.

Tổng kết lại một số vấn đề đã được rút ra từ kết quả nghiên cứu, các yếu tố nội dung, hình ảnh và tiêu đề đóng vai trò quan trọng nhất trong việc ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng trên website. Các cách bố trí, độ phản hồi của website cũng như việc đính kèm các liên kết/video có liên quan sẽ góp phần nâng cao chất lượng bài viết, khiến cho nó trở nên thân thiện và bổ ích với người đọc.

Muốn đạt được hiệu quả công việc như ý muốn, công ty cần đảm bảo xây dựng một quy trình làm việc khoa học với mục tiêu cụ thể. Bên cạnh đó, yếu tố về con người như kiến thức, kỹ năng, tinh thần trách nhiệm cũng có tác động không hề nhỏ.

Và cuối cùng, xét về các thông tin ô tô được khách hàng quan tâm, trang web oto.com.vn sẽ là đối thủ mạnh mẽ mà công ty cần đặc biệt chú ý, bên cạnh đó còn có một số cái tên nổi bật khác như giaxeoto.vn, muaxegiatot.vn, bonbanh.com và danchoioto.vn. Vì thông tin thương hiệu ô tô được yêu thích có sự chênh lệch so với thực tế, nên sinh viên sẽ đưa ra đề xuất dựa vào nội dung nghiên cứu được theo thống kê của Hiệp Hội các nhà sản xuất ô tô Việt Nam (VAMA) năm 2021, tức bao gồm các hãng xe Hyundai, Toyota, Kia, Vinfast, Mazda. Một số nội dung mà website cần chú

trọng đầu tư phải kể đến như: Bài đánh giá, so sánh xe ô tô, giá & khuyến mãi xe ô tô, tổng hợp giá lăn bánh.

Tất cả những khám phá nêu trên sẽ là cơ sở vững chắc để sinh viên tiến hành thực hiện đề xuất giải pháp thiết thực, tối ưu nhất dành cho công ty – nơi sinh viên đang làm việc.

## **CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP TỐI ƯU HÓA QUY TRÌNH XÂY DỰNG NỘI DUNG CHO WEBSITE DANHGIAXE.COM**

### **3.1. Thực trạng và hạn chế của quy trình xây dựng nội dung website tại công ty**

#### ***3.1.1. Thực trạng***

Tại Công ty Cổ phần Genesys, website danhgiaXe.com ban đầu là một sản phẩm chiến lược xây dựng từ năm 2012 nhưng đã không được chú trọng đầu tư trong một thời gian dài. Cho đến đầu năm nay, nhận thấy tiềm năng của thị trường ô tô cũng như xu hướng content website đang ngày càng trở nên mạnh mẽ hơn, công ty đã quyết định xây dựng lại trang web và bắt đầu nhận về một số dự án như viết bài quảng cáo xe/showroom, nhận làm banner hay quay các video trải nghiệm xe mới.

Tuy nhiên, vì mới ở giai đoạn khởi điểm nên quy trình làm việc phát sinh nhiều hạn chế mà công ty vẫn chưa có dấu hiệu cải thiện, khiến cho hiệu quả công việc chưa thể đạt được như mong muốn, cùng với đó, các bài viết trên danhgiaXe.com cũng không được xếp thứ hạng cao trên Google khiến việc tiếp cận đến người đọc trở nên khó khăn hơn bao giờ hết.

Đúc kết từ thực tiễn công ty, tham khảo ý kiến của các đồng nghiệp, cũng như kết quả nghiên cứu trong chương 2, sinh viên có thể đưa ra nhận định rằng quy trình làm việc khoa học có vai trò vô cùng quan trọng giúp đảm bảo kết quả công việc, năng suất thực hiện và tiến độ triển khai theo đúng kế hoạch. Đây cũng sẽ là vấn đề mà Công ty Cổ phần Genesys cần ưu tiên xem xét trong thời gian tới.

#### ***3.1.2. Hạn chế của quy trình***

Hiện nay, quy trình xây dựng nội dung cho website danhgiaXe.com được tiến hành lần lượt theo Bảng 3.1 bên dưới.



**Bảng 3.1** Bảng quy trình xây dựng nội dung cho website danhgiaXe.com

<b>STT</b>	<b>Các bước trong quy trình</b>	<b>Bộ phận chịu trách nhiệm</b>	<b>Người chịu trách nhiệm</b>	<b>Nội dung</b>
<b>1</b>	Lên kế hoạch	Ban lãnh đạo	Giám đốc	- Xác định mục tiêu hướng đến, nội dung cốt lõi và chỉ tiêu cần đạt được theo từng giai đoạn phát triển của Website
<b>2</b>	Nghiên cứu từ khóa và nội dung thịnh hành	Bộ phận Account /Ban lãnh đạo	Giám đốc/Coordinator	- Nghiên cứu từ khóa có chỉ số Search Volume cao và nội dung liên quan đến từ khóa được tìm kiếm nhiều nhất.
<b>3</b>	Lên ý tưởng			- Đề xuất ý tưởng sau quá trình nghiên cứu
<b>4</b>	Triển khai nội dung	Bộ phận Account	Coordinator	- Lên kế hoạch chi tiết nội dung - Phân bổ nhân sự triển khai
<b>5</b>	Viết/Sản xuất nội dung	Bộ phận Content	NV/TTS Content	- Viết bài dựa trên yêu cầu và guideline đã được lập trên nền tảng Google Docs
<b>6</b>	Nộp bài			- Nộp bài dưới dạng link docs, có mở quyền nhận xét lên giao diện Monday
<b>7</b>	Duyệt bài và đề xuất chỉnh sửa lần 1	Bộ phận Account	Coordinator	- Duyệt bài và đề xuất chỉnh sửa nếu người viết thực hiện thiếu yêu cầu, sai chính tả, sai văn phong,...

<b>8</b>	Sửa bài và đăng bài trên tài khoản dgX	Bộ phận Content	NV/TTS Content	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sửa bài theo đề xuất</li> <li>- Tiến hành đăng tải nội dung lên website theo đường dẫn: <a href="https://www.danhgiaxe.com/login">https://www.danhgiaxe.com/login</a> và bấm chọn lưu nhập</li> </ul>
<b>9</b>	Chỉnh sửa bài trên phần mềm admin		NV/TTS Content	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rà soát và chỉnh sửa nội dung vừa đăng tải trên phần mềm admin: <a href="https://www.danhgiaxe.com/admin">https://www.danhgiaxe.com/admin</a></li> </ul>
<b>10</b>	Duyệt và đề xuất chỉnh sửa lần 2 (nếu có)		Content Supervisor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Duyệt nội dung, hình ảnh theo chuẩn SEO và đề xuất</li> <li>- Quét đạo văn trên nền tảng <a href="https://www.check-plagiarism.com/">https://www.check-plagiarism.com/</a></li> </ul>
<b>11</b>	Sửa bài lần 2 (Nếu có)		NV/TTS Content	- Chỉnh sửa theo đề xuất nếu có
<b>12</b>	Air bài		Content Supervisor	- Xác nhận air bài thông qua phần mềm admin
<b>13</b>	Đánh giá kết quả		Ban lãnh đạo	Giám đốc

Như vậy, quy trình được chia làm 13 bước nhỏ, hoàn thiện dần theo kinh nghiệm rút ra từ những hạn chế đã gặp phải trước đó, nhìn chung sẽ bao gồm 5 giai đoạn chính: Lên kế hoạch và ý tưởng - Triển khai - Sản xuất nội dung – Giám sát - Đánh giá kết quả.

*Qua đây, sinh viên nhận thấy một số điểm hạn chế như sau:*

#### **✚ Đây là một quy trình mang tính chủ quan**

Chỉ tập trung vào website của công ty mà không xem xét đến khả năng cạnh tranh với các đối thủ.

#### **✚ Công đoạn xây dựng nội dung dài dòng và chuyển tiếp qua nhiều cá nhân mới có thể cho ra một bài viết hoàn chỉnh**

Điển hình như việc viết bài trên nền tảng Google docs để Coordinator tiến hành kiểm duyệt lần 1, sau khi chỉnh sửa và up web sẽ có Content Supervisor duyệt lần 2. Trong khi đó, Coordinator chưa có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực ô tô cũng như chưa đủ chuyên môn để đánh giá chính xác một bài content chuẩn mực, hơn nữa, lối văn phong của Coordinator và Content Supervisor đôi khi không có sự tương đồng, khiến bài viết phải sửa nhiều lần.

Nền tảng Google docs sẽ chỉ phù hợp cho những nhân viên mới, chưa quen với cách viết bài nên cần đề xuất chỉnh sửa nhiều để rút kinh nghiệm về sau. Đối với nhân viên đã khá thành thạo trong việc sử dụng từ ngữ, và hình ảnh cho bài, việc tiếp tục thực hiện bước viết bài thông qua nền tảng thứ 2 gây mất nhiều thời gian, mà đôi khi không phải chỉnh sửa gì nhiều.

#### **✚ Nội dung chưa đảm bảo các yêu cầu trong quy tắc SEO**

Ở giai đoạn xây dựng nội dung, nhân viên được yêu cầu viết bài dựa trên hiểu biết cá nhân và kết hợp các thông tin từ website đối thủ để cho ra bài viết hoàn chỉnh, đảm bảo độ unique content trên 80%, và hình thức chỉnh chu theo bài mẫu (Heading 2, 3 cho các mục nhỏ trong bài, đoạn văn từ 3 – 4 câu cần ngắt dòng để không gây nhàm chán cho người đọc khi có nhiều chữ). Ngoài ra, nhân viên không phải tuân theo quy định về từ khóa, title, meta description hay bất kỳ các nguyên tắc nào khác.

Hơn nữa, chủ đề bài viết vẫn chưa thực sự tập trung vào một số danh mục chủ chốt được nhiều khách hàng quan tâm.

#### **✚ Trang web chưa được tối ưu hóa**

Vì là sản phẩm chủ lực của công ty, không thể phủ nhận rằng danhgiaXe.com đã được đầu tư nhiều tính năng cao cấp. Chẳng hạn như tính năng tự động chèn anchor link, tự động tối ưu và đổi định dạng hình ảnh sang webp để thân thiện hơn với Google, cho phép các hình ảnh được đăng tải với dung lượng lên đến 2MB nhưng vẫn không gây ảnh hưởng đến tốc độ phản hồi như nhiều website khác.

**Hình 3.1** Tính năng tự động chèn anchor link trên danhgiaxe.com khi có từ khóa về các dòng xe

## 2. NGOẠI THẤT

Đánh giá Kia Seltos 2023 về tổng quan, xe có ngoại hình nổi bật nhất phân khúc với những đường nét thiết kế vuông vức, khỏe khoắn và không kém phần trẻ trung, đậm chất việt già. Xe có kích thước lớn hơn các đối thủ như Hyundai Kona, [Ford EcoSport](#) hay [MG ZS](#) với tỷ lệ Dài x Rộng x Cao lần lượt là 4.315 x 1.800 x 1.645 (mm), giúp mang đến không gian bên trong xe rộng rãi hơn cho toàn bộ hành khách.

(Nguồn: Website danhgiaxe.com)

**Hình 3.2** Đo lường tốc độ phản hồi của một bài viết từ website bên ngoài

▲ Phân phối hình ảnh ở định dạng mới và hiệu quả hơn 8,55 s

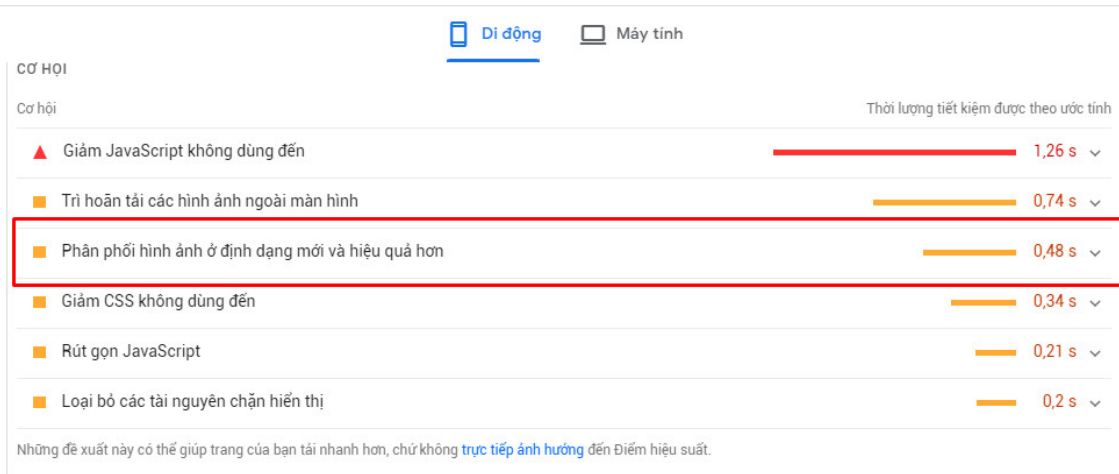
Các định dạng hình ảnh như WebP và AVIF thường nên tốt hơn so với các định dạng PNG hoặc JPEG. Điều này có nghĩa là tốc độ tải hình ảnh xuống sẽ nhanh hơn và tiêu tốn ít dữ liệu hơn. [Tìm hiểu thêm.](#)

Hiển thị tài nguyên của bên thứ ba (8)

	URL	Kích thước tài nguyên	Lượng dữ liệu có thể tiết kiệm được
ul > li > a > img 	/files/veloz-cro...jpg (www.toyotacanthovn.com)	127,7 KiB	104,3 KiB
ul > li > a > img 	/files/wigo-copy--WNYtH1GpEP.jpg (www.toyotacanthovn.com)	122,1 KiB	99,8 KiB
ul > li > a > img 	/files/raize-cop...jpg (www.toyotacanthovn.com)	113,2 KiB	92,4 KiB
ul > li > a > img 	/files/avanza-pr...jpg (www.toyotacanthovn.com)	111,7 KiB	90,3 KiB
ul > li > a > img 	/files/land-crui...jpg (www.toyotacanthovn.com)	109,7 KiB	88,5 KiB

(Nguồn: Website PageSpeed Insight)

**Hình 3.3** Đo lường tốc độ phản hồi của một bài viết trên danhgiaxe.com



(Nguồn: Website PageSpeed Insight)

Tuy nhiên, quy trình vẫn còn vấp phải một số hạn chế trong việc đăng bài, như việc nhập liệu lưu nháp và chỉnh sửa bài nằm ở 2 giao diện khác nhau. Điều này khiến cho công đoạn phải trải qua thêm một bước nữa, và chưa kể đến khi ở bước nhập liệu, nhân viên nhập thiếu các loại dữ liệu có chứa định dạng như caption ảnh, bố cục ảnh hay thẻ heading,... sẽ phải tiến hành chỉnh sửa can thiệp đến mã nguồn (code).

**Hình 3.4** Giao diện chỉnh sửa với code khi nhân viên nhập liệu thiếu

```

Mã nguồn HTML
1 <p>Outlander 2023 là một mẫu crossover 7 chỗ hạng C đến từ thương hiệu Nhật Bản Mitsubishi. Được trang bị động cơ 2.0 lít, xe được lắp ráp trong nước với bộ linh kiện nhập khẩu, nhờ đó mang lại sự thoải mái, êm ái và tiết kiệm nhiên liệu. Ngoài ra, xe còn được trang bị nhiều tiện nghi và hệ thống an toàn hiện đại, Mitsubishi Outlander 2023 vẫn chưa thực sự vượt trội so với các đối thủ như Hyundai Tucson, Mazda CX-5 hay Honda CR-V.</p>
2 <p>Ngày 28/02/2022, Outlander bản mới nhất được ra mắt tại Việt Nam, bao gồm 2 phiên bản là 2.0 CDT và 2.0 CDT Premium. Mitsubishi tiên tiến, bổ sung thêm một số trang bị cho mẫu xe này với hy vọng tạo được sự bất ngờ và đường đua doanh số.</p>
3 <h2>Giới thiệu Mitsubishi Outlander 2023</h2>
4 <p>Mitsubishi Outlander 2023 được phân phối tại thị trường Việt Nam với 2 phiên bản và mức giá như sau:</p>
5 <p><span data-sheets-value="{" 1=" :2=" :3=" :4=" smart=" id="104" data-sheets-userformat="{" :769=" :3=" :0=" :11=" :3=" :12=" }</span></p>
6 <p><b>Xem thêm</b></p>
7 <blockquote><a href="/bang-gia-xe-khuyen-mai-xe-mitsubishi-moi-nhat-2022-31074" target="_blank">Bảng giá và khuyến mãi Mitsubishi mới nhất</a></blockquote>
8 <h2>Màu sắc Mitsubishi Outlander 2023</h2>
9 <p>Màu xe hiện mang đến cho người dùng 5 lựa chọn màu sắc ngoại thất, bao gồm: Đen, đỏ, trắng, xanh, và màu khác.</p>

```

(Nguồn: Phần mềm quản trị website công ty Genesys)

Về thực chất, nhân viên IT có can thiệp trong quy trình này, nhưng chỉ khi được yêu cầu lúc website gặp lỗi. Tuy nhiên, các vấn đề cũng không được xử lý nhanh chóng mà thường kéo dài rất lâu.

### **3.2. Đề xuất giải pháp**

Đứng trước những điểm hạn chế trên của công ty, sinh viên đã tiến hành việc nghiên cứu, sàng lọc thông tin để có cái nhìn tổng quan hơn về vấn đề, từ đó tiến hành đề xuất giải pháp cải thiện.

#### **3.2.1. Cơ sở đề xuất**

Trong số 16 yếu tố được gợi ý để các đáp viên, đang hoặc từng là nhân viên phụ trách công việc sáng tạo nội dung, đánh giá về mức độ ảnh hưởng của chúng đến hiệu quả công việc, thì quy trình làm việc rõ ràng, nhanh chóng, đi kèm yếu tố đề ra mục tiêu khả thi nằm trong top 3 với số điểm lần lượt là 4,47 và 4,62.

Cùng với đó, 275/305, tức hơn 90% đáp viên cho biết họ thường xuyên sử dụng Google để phục vụ cho nhu cầu tìm kiếm của mình, nên việc danhgiaxe.com cần chú trọng hơn vào tối ưu hóa các bài viết trên Google như là một lẽ hiển nhiên. Sở dĩ phải nhấn mạnh điều này bởi vì Google đang là một trong các công cụ tìm kiếm phổ biến nhất hiện nay, nên cách thức mà nó đánh giá và xếp thứ hạng website có tác động rất lớn tới SEO.

Hơn nữa, mỗi công cụ tìm kiếm sẽ sử dụng các thuật toán toán học phức tạp khác nhau để xem xét chất lượng của một trang web, cũng như diễn giải, phân tích hành vi của người dùng, từ đó đề xuất nội dung hiển thị phù hợp nhằm nâng cao trải nghiệm của họ. Google đã làm rất tốt việc này và rất khó bị thao túng như nhiều công cụ khác, vì bên cạnh việc xem xét các yếu tố on-page (như tần suất từ khóa, thẻ meta, tiêu đề, liên kết và cấu trúc website), “ông trùm” còn kết hợp cả yếu tố off-page (như Hyperlink, PageRank) để đánh giá giá trị của trang thông qua số lượng, chất lượng của các trang liên kết đến nó. Theo một khám phá từ Saul Hansell của New York Times vào năm 2007, Google lúc này đã sử dụng hơn 200 điều kiện khác nhau khi xếp hạng các website.

Chính vì những quy tắc kiểm soát nghiêm ngặt, Google ngày càng trở nên thân thiện với người dùng và được ưa chuộng rộng rãi. Đây cũng là lúc các doanh nghiệp

cạnh tranh mạnh mẽ hơn trong việc mang đến những giá trị bền vững nhất cho khách hàng của mình.

Kết hợp cả 2 vấn đề trên, một quy trình xây dựng nội dung theo chuẩn SEO từ Google sẽ là giải pháp vô cùng thiết thực cho Team danhgiaXe, nhằm giúp tối ưu hóa hiệu quả công việc, cũng như tăng thứ hạng tìm kiếm để tiếp cận người dùng tốt hơn.

### **3.2.2. Giải pháp**

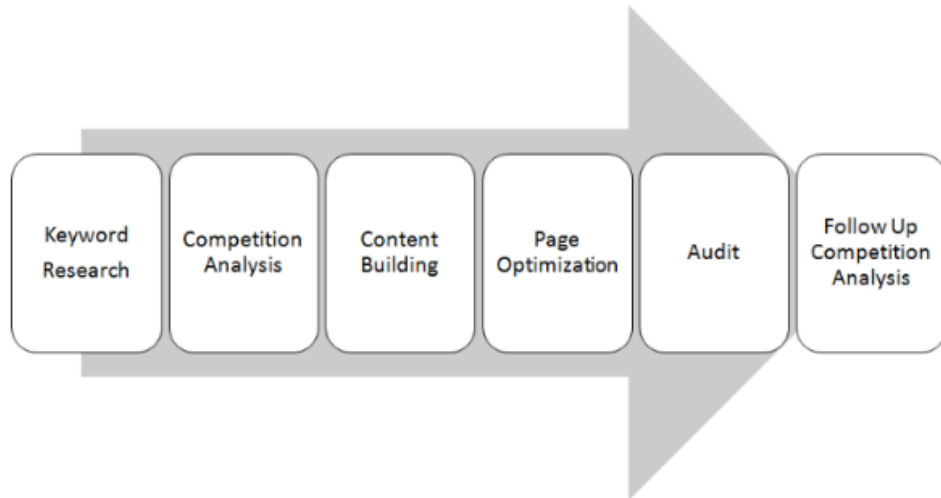
Trong phần đề xuất giải pháp, giai đoạn sản xuất nội dung sẽ được chú trọng hơn hết vì thuộc trách nhiệm của bộ phận Content, nơi mà sinh viên đang làm việc. Đề xuất dựa vào kết quả nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng trên website, thông tin ô tô được khách hàng quan tâm từ chương 2, kết hợp một số thông tin nghiên cứu từ bên ngoài.

Các đề xuất cho lĩnh vực thuộc bộ phận khác chỉ mang tính chất tham khảo, và sẽ được thảo luận chuyên sâu hơn với người có liên quan, để có thể đưa ra những giải pháp khả thi nhất trên cơ sở của quy trình chung.

#### **3.2.2.1. Đề xuất quy trình làm việc chuẩn SEO**

Dựa trên bài nghiên cứu mới đây về các yếu tố ảnh hưởng đến thứ hạng của website trên trang tìm kiếm, được thực hiện vào ngày 01/06/2022 bởi một nhóm nghiên cứu trường đại học Sukkur IBA, sinh viên đề xuất xây dựng nội dung website danhgiaxe.com theo quy trình gồm 6 bước như hình sau.

**Hình 3.5 Quy trình 6 bước xây dựng nội dung chuẩn SEO**



(Nguồn: Sukkur IBA Journal of Computing and Mathematical Sciences-SJCMS)

- **Bước 1:** Tìm kiếm từ khoá.
- **Bước 2:** Phân tích trang web của một số đối thủ mạnh nhất để nắm bắt được lợi thế cạnh tranh.
- **Bước 3:** Xây dựng nội dung: Từ khóa chính - phụ, title, meta description, heading, anchor text, ...
- **Bước 4:** Tối ưu hoá giao diện trang web.
- **Bước 5:** Kiểm tra hiệu suất của trang web như thời gian phản hồi, bảo mật, anchor text, dung lượng ảnh, ... bằng các công cụ quản trị trang web của Google, GTmetrix, BuiltWith, SEMrush Site Audit, IIS SEO Toolkit, Screaming Frog, ...
- **Bước 6:** Đánh giá kết quả bằng cách so sánh mức độ thu hút của website so với đối thủ, đánh giá từ đó đưa ra phương án giải quyết các vấn đề cụ thể.

Từ đây, quy trình xây dựng nội dung cho danhgiaXe sẽ được quy về thành 6 bước, áp dụng từ mô hình mẫu với công tác phân bổ phân sự như Bảng 3.2.



**Bảng 3.2** Bảng đề xuất quy trình xây dựng nội dung mới cho website danhgiaXe.com

<b>STT</b>	<b>Giai đoạn</b>	<b>Các bước trong quy trình</b>	<b>Bộ phận chịu trách nhiệm</b>	<b>Người chịu trách nhiệm</b>	<b>Nội dung</b>
<b>1</b>	<b>Lên kế hoạch, nghiên cứu từ khóa</b>	Lên kế hoạch	Ban lãnh đạo	Giám đốc	- Xác định mục tiêu hướng đến, nội dung cốt lõi và chỉ tiêu cần đạt được theo từng giai đoạn phát triển của Website dựa trên mô hình SMART.
		Nghiên cứu từ khóa và nội dung thịnh hành	Bộ phận	Giám đốc /Coordinator	- Nghiên cứu từ khóa có chỉ số Search Volume cao và nội dung liên quan đến từ khóa được tìm kiếm nhiều nhất.
		Lên ý tưởng	Account /Ban lãnh đạo		- Đề xuất và chốt ý tưởng sau quá trình nghiên cứu.
<b>2</b>	<b>Phân tích đối thủ</b>	Phân tích trang web đối thủ			- Phân tích các đối thủ cạnh tranh để đánh giá điểm mạnh/yếu, từ đó tối ưu chiến lược xây dựng website.

3	<b>Xây dựng nội dung</b>	Triển khai nội dung	Bộ phận Account	Coordinator	- Lên kế hoạch chi tiết nội dung. - Phân bổ nhân sự triển khai.
		Viết/Sản xuất nội dung	Bộ phận Content	NV/TTS Content	- Viết bài và chỉnh sửa trực tiếp nội dung website theo đường dẫn: <a href="https://www.danhgiaxe.com/admin">https://www.danhgiaxe.com/admin</a> - Nộp đường link nháp lên Monday để được tiến hành duyệt.
		Đăng bài trên tài khoản dgX			
4	<b>Tối ưu hóa giao diện trang web</b>	Tối ưu hóa giao diện trang web	Bộ phận Account/ Bộ phận kỹ thuật	Nhân viên IT/Coordinator	- Nghiên cứu, kiểm tra và tối ưu giao diện trang web sao cho thân thiện với người dùng
5	<b>Kiểm tra hiệu suất bài viết</b>	Kiểm tra hiệu suất bài viết	Bộ phận Account	Coordinator	- Kiểm tra các thành phần gây ảnh hưởng đến khả năng truy cập website của người dùng như độ bảo mật, tốc độ phản hồi, anchor

					text, ... và đề xuất cải thiện nếu có
<b>6</b>	<b>Đánh giá kết quả</b>	Đánh giá kết quả	Ban lãnh đạo	Giám đốc	- Kiểm tra, đánh giá các chỉ số đạt được theo định kỳ
		Phân tích đối thủ			- Đánh giá mức độ cạnh tranh so với đối thủ, đưa ra phương án cải thiện

Giải thích rõ hơn về những thay đổi này, sinh viên sẽ tiến hành đi lần lượt từng bước.

➤ **Bước 1:** Bộ phận Creative và Ban lãnh đạo thực hiện lên kế hoạch, nghiên cứu từ khóa và đề xuất ý tưởng như quy trình cũ.

Riêng phần mục tiêu được xây dựng dựa trên mô hình SMART, bám sát vào 5 yếu tố:

- **Specific:** Mục tiêu cụ thể, minh bạch, dễ nắm bắt, tránh gây chệch hướng trong quá trình thực hiện.
- **Measurable:** Mục tiêu có thể đo lường chính xác tiến độ triển khai, hoàn thành công việc.
- **Achievable:** Mục tiêu mang tính thiết thực và có thể thực hiện.
- **Relevant:** Mục tiêu phù hợp với khả năng của cá nhân, tập thể.
- **Time bound:** Chỉ định khoảng thời gian có thể thu về kết quả như mong muốn.

Hình 3.6 Mô hình Smart trong thiết lập mục tiêu



(Nguồn: Google)

➤ **Bước 2:** Tiến hành phân tích website đối thủ, đặc biệt là 5 trang web đáng chú ý như oto.com.vn, giaxeoto.vn, muaxegiatot.vn, bonbanh.com và danchoioto.vn, rồi đặt ra các câu hỏi: Vì sao website này được người dùng yêu thích? Vì sao website này có thứ hạng tìm kiếm cao? Website này vượt trội so với website công ty ở điểm nào, có thể cải thiện yếu tố đó được không?

Từ đó, nắm bắt được lợi thế cạnh tranh của danhgiaXe để tiếp tục phát huy, và đồng thời xem xét cải thiện những vấn đề còn thiếu sót.

➤ **Bước 3:** Sau khi Coordinator triển khai các ý tưởng, nội dung được yêu cầu, các TTS content tiến hành viết bài trực tiếp trên phần mềm đăng bài của danhgiaXe. Sau đó, Content Supervisor, người thông thạo kiến thức về ô tô, sẽ thực hiện chỉnh sửa và nhấn chọn “Active” bài lên website.

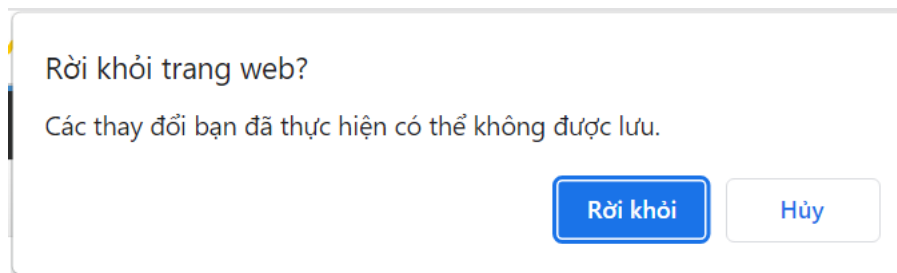
Về cơ bản, bước này đã lược bỏ đi công đoạn viết/nộp bài dưới dạng file docs, tuy nhiên, vẫn sẽ áp dụng đối với các nhân viên mới như một phương pháp cải thiện lỗi hiệu quả.

➤ **Bước 4:** Bộ phận Creative cùng Bộ phận kỹ thuật nghiên cứu, đánh giá mức độ thân thiện của website đối với người dùng.

Ở bước này, sinh viên đề xuất thêm 2 vấn đề:

- Hợp nhất 2 giao diện viết bài admin và login thành 1 nhằm giúp tối ưu thời gian viết, cũng như chỉnh sửa bài.
- Xem xét tích hợp thêm popup hiện ra hỏi rằng “Liệu bạn có muốn thoát trang?” khi người viết bài vô tình nhấn tắt thẻ đang viết dở, bởi đã có nhiều trường hợp như trên diễn ra khiến nhân viên phải tiến hành nhập liệu lại từ đầu gây mất thời gian.

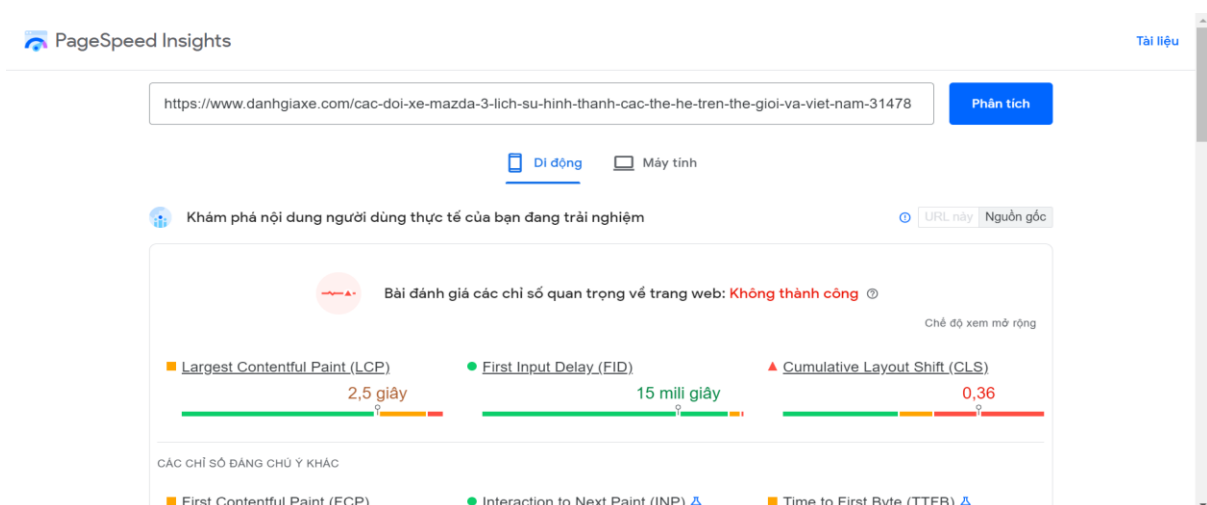
**Hình 3.7 Ví dụ về pop-up hiển thị**



➤ **Bước 5:** Kiểm tra tốc độ phản hồi của website cũng như các yếu tố gây ảnh hưởng đến dung lượng truy cập của người dùng.

Mặc dù hiện tại danhgiaXe.com đã thực hiện khá tốt trong việc đảm bảo tối ưu tốc độ web một cách tự động. Tuy nhiên, sinh viên đề xuất thêm việc kiểm tra theo định kỳ bằng công cụ PageSpeed Insights của Google để chắc chắn rằng sau một thời gian, website vẫn hoạt động ổn định mà vẫn chưa phát sinh lỗi.

**Hình 3.8 Công cụ PageSpeed Insight của Google**



(Nguồn: Google)

➤ **Bước 6:** Bên cạnh việc đánh giá các chỉ số của website công ty, Ban lãnh đạo cần xem xét đánh giá lại mức độ cạnh tranh của danhgiaxe.com so với đối thủ, để có thể mang lại cái nhìn khách quan hơn, và đề ra phương án cạnh tranh hiệu quả hơn nếu cần thiết.

### 3.2.2.2. Đề xuất các quy tắc SEO

Sau khi trình bày khái quát về một số thay đổi của các bước trong quy trình, ở phần này, sinh viên sẽ đề xuất chuyên sâu hơn về các quy tắc SEO để xây dựng nội dung cho danhgiaxe.com.

Trong bài nghiên cứu có tên “Important Factors for Improving Google Search Rank” được thực hiện vào tháng 11/2018 tại trường đại học Macedonia, tác giả đã tiến hành sàng lọc qua 125 bài nghiên cứu về SEO, và sau đó chọn ra 23 bài làm cơ sở cho tổng quan tài liệu. Các liệt kê ở hình bên dưới là những yếu tố ảnh hưởng đến xếp hạng trang web trong chỉ mục của công cụ tìm kiếm, được đề cập trong các bài nghiên cứu này.

**Hình 3.9** Các yếu tố ảnh hưởng đến xếp hạng trang web trong chỉ mục của công cụ tìm kiếm

Page Size and Website Loading Time	[7,11,21,24,26,30]
Keyword in Title tag	[8,10,11,19,20,23,25,27,30]
Keyword in H1/H2/H3 Tag	[8,19,20,30]
Keyword Density in Text	[7,8,11,19,20,25,30]
Keyword in URL	[8,19,20,30]
Keyword in Meta Description Tag	[8,15,19,20,25,30]
Alt Text	[10,13,15,23]
Unique - High Quality Content	[10,13,14,20,30]
Title Length/ Description Length	[7,9,11,19,22]
URL Length	[8,9,13,19,21,22,26,30]
Text Length	[22,26]
Text to Code Ratio	[22]
Internal Linking	[17,20,25]
Quality and Quantity of Backlinks	[7-9,12,13,15-17,20,25,26,30]
Website Structure	[7,9,14,16,19,25]
Social Media Support	[7,9,12-16,18,23,30]
Custom 404 page	[11,15,21]
SSL Certificate	[22,26,30]
Sitemap xml file	[7,8,11,15,21]
Domain age	[7-9,11,17,25]
Responsive layout	[14,15,20]
W3C Validity	[8]
Bounce Rate	[24-26]
Time on Site	[24]

(Nguồn: Future Internet)

Các yếu tố được đề cập nhiều nhất bao gồm chất lượng và số lượng backlink, sự hỗ trợ của phương tiện truyền thông xã hội, từ khóa trong thẻ tiêu đề, độ dài URL và cấu trúc trang web. Kết hợp với kết quả khảo sát ở chương 2, sinh viên đề xuất một số quy tắc SEO cho bộ phận content nhằm giúp nâng cao trải nghiệm của khách hàng trên website, vừa có thể đưa danhgiaxe.com lên thứ hạng tìm kiếm cao trên Google.

**Bảng 3.3 Bảng quy tắc SEO được đề xuất**

STT	Yếu tố	Quy tắc
1	Nội dung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Xây dựng nội dung chính xác và hạn chế tối đa việc lấy nguyên câu văn từ website khác.</li> <li>- Check đạo văn bằng công cụ <a href="https://www.check-plagiarism.com/">https://www.check-plagiarism.com/</a> với tỷ lệ Unique trên 90%.</li> <li>- Mật độ keyword chính bằng 2% độ dài văn bản (Bài viết 1.000 từ thì số lượng từ khóa là 30), xuất hiện trước 50 ký tự đầu tiên.</li> <li>- Mật độ keyword category bằng 50% số lượng keyword chính (Ví dụ như xe SUV, SUV 7 chỗ, SUV đô thị).</li> <li>- Mật độ keyword promotion xuất hiện tối thiểu 4 lần trong bài (giá xe Mazda 2, giá lăn bánh xe Mazda 2,...)</li> </ul>
2	Hình ảnh	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sử dụng hình ảnh có kích thước lớn, chiều ngang tối thiểu 1.000 px, độ phân giải tối thiểu 250 KB.</li> </ul>

		- Hình ảnh không chứa logo của website đối thủ.
<b>3</b>	Tiêu đề và mô tả (dành cho người đọc khi nhấn vào bài viết)	- Tiêu đề và mô tả có chứa keyword
<b>4</b>	Title và Meta description (hiển thị trên công cụ tìm kiếm)	- Thẻ title có chứa keyword, tối đa 70 ký tự. - Thẻ Meta description có chứa keyword và phần Call To Action, tối đa 155 ký tự.
<b>5</b>	Thẻ Heading	- Thiết lập các thẻ Heading rõ ràng gồm H2 và H3 (H1 là tiêu đề). - Thẻ Heading có bao gồm keyword.
<b>6</b>	Internal link	- Một bài chèn từ 3 – 5 link xem thêm tùy độ dài. - Ưu tiên các link bài đánh giá hoặc video review xe.
<b>7</b>	Social media	- Đăng tải một đoạn nội dung tóm tắt trên fanpage danhgiaXe và dẫn link về bài đầy đủ trên website.

Cùng với đó, nội dung xây dựng trên danhgiaxe.com cần tập trung vào những chủ đề được nhiều khách hàng quan tâm, cụ thể là các bài đánh giá xe, người dùng đánh giá, so sánh xe ô tô, giá & khuyến mãi xe ô tô và tổng hợp giá lăn bánh.

Đồng thời, các bộ phận liên quan, đặc biệt là Ban lãnh đạo và bộ phận Account, cần chú trọng theo dõi những tin tức mới nhất của các dòng xe Hyundai, Toyota, Kia, Vinfast và Mazda để kịp thời đưa tin đến cho người đọc.



### 3.2.3. Các giai đoạn thực hiện và tính khả thi

#### 3.2.3.1. Các giai đoạn thực hiện

➤ **Giai đoạn 1:** Trình bày

- Trình bày kế hoạch mới trước toàn Team.
- Thảo luận với các bộ phận liên quan để đi đến thống nhất cụ thể cho từng bước trong quy trình.

➤ **Giai đoạn 2:** Triển khai và thử nghiệm

- Phổ biến kế hoạch cuối cùng.
- Tiến hành thử nghiệm trong vòng 1 tháng.

➤ **Giai đoạn 3:** Đo lường hiệu quả dựa trên 2 tiêu chí

- Các chỉ số, thứ hạng đạt được so với tháng trước và so với đối thủ cạnh tranh.

- Cảm nhận của nhân viên về hiệu quả trong tiến độ công việc.

- **Giai đoạn 4:** Đánh giá, sửa đổi nếu phát sinh vấn đề và tiếp tục thực hiện theo quy trình mới.

#### 3.2.3.2. Tính khả thi của giải pháp

- Các giải pháp được đề ra không có tác động đến ngân sách công ty, mà chỉ cần đầu tư thời gian thử nghiệm dựa trên sự thống nhất chung của tất cả các bộ phận. Điều này là một điểm cộng lớn giúp Ban lãnh đạo dễ dàng chấp nhận đề xuất mà không phải lo lắng về chi phí phải bỏ ra.

- Bên cạnh đó, team danhgiaXe hiện tại bao gồm 18 người, nên việc triển khai, lấy ý kiến cũng như thực thi trở nên nhanh chóng mà không gây nhiều trở ngại.

- Hơn hết, các đề xuất đều dựa trên những căn cứ từ nghiên cứu thực tiễn của sinh viên, kết hợp với những nghiên cứu được thực hiện trước đây nên độ chính xác và tỷ lệ thành công cao.

## KẾT LUẬN

Đề tài “Đề xuất giải pháp tối ưu hóa quy trình xây dựng nội dung chuẩn SEO cho website danhgiaxe.com tại Công ty Cổ phần Genesys” kết thúc với những phát hiện mới từ quá trình nghiên cứu. Sinh viên hi vọng rằng, bằng tất cả tâm huyết, kiến thức và sự nỗ lực của mình, giải pháp được đề ra sẽ thực sự hữu ích cho Công ty Cổ phần Genesys trong giai đoạn phát triển sắp tới.

Tuy nhiên, không thể phủ nhận rằng đề tài cũng còn vấp phải một số hạn chế. Điển hình là sự giới hạn về phạm vi địa lý khi chỉ thực hiện khảo sát trên địa bàn TP.HCM, trong khi danhgiaxe.com là trang tin dành cho bạn đọc toàn quốc.

Đồng thời, trong số các tác nhân ảnh hưởng đến hiệu quả công việc, tác giả nhận thấy rằng, bên cạnh quy trình và mục tiêu rõ ràng, thì các yếu tố về con người cũng đóng vai trò quan trọng không kém. Bởi số đông đáp viên đánh giá rất cao trình độ chuyên môn của nhân viên, chính sách đãi ngộ, thái độ, tinh thần và trách nhiệm làm việc. Đây có thể là cơ sở để phát triển cho những bài nghiên cứu chuyên sâu hơn trong tương lai, nhằm góp phần nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên trong công ty, và đẩy nhanh tiến độ công việc.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Iqbal, M. (2022, July 21). Search Engine Optimization (SEO): A Study of important key factors in achieving a better Search Engine Result Page (SERP) Position | Sukkur IBA Journal of Computing and Mathematical Sciences, 5 – 8. Retrieved October 17, 2022, from Sukkur IBA Journal of Computing and Mathematical Sciences-SJCMS.

[2]. Sari, Y. F., Santoso, R., Permana, E., Wiwin, W., & Ayu S, R. (2022). Analysis of Factors Affecting Employee Performance at Aetra Regional Drinking Water Company of Jakarta (PDAM). Ijomata International Journal of Management, 3(1), 108 – 109. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v3i1.407>

[3]. Wikipedia contributors. (2021, December 8). Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm. Retrieved October 17, 2022, from [https://vi.wikipedia.org/wiki/T%E1%BB%91i\\_%C6%B0u\\_h%C3%B3a\\_c%C3%B4ng\\_c%E1%BB%A5\\_t%C3%ACm\\_ki%E1%BA%BFm](https://vi.wikipedia.org/wiki/T%E1%BB%91i_%C6%B0u_h%C3%B3a_c%C3%B4ng_c%E1%BB%A5_t%C3%ACm_ki%E1%BA%BFm)

[4]. Tính đến 0 giờ ngày 1/4/2019: Dân số TPHCM đạt 8.993.082 người. (n.d.). Trang Tin Điện Đảng Bộ Thành Phố Hồ Chí Minh. Retrieved October 17, 2022, from <https://www.hcmcpv.org.vn/tin-tuc/tinh-den-0-gio-ngay-1-4-2019-dan-so-tphcm-dat-8-993-082-nguoi-1491858621>

[5]. Vinh Đ. (2020, May 26). Tỷ lệ hộ sở hữu xe hơi ở TPHCM thấp hơn Lào Cai. Khoa Học Và Đời Sống. Retrieved October 17, 2022, from <https://khoahocdoisong.vn/ty-le-ho-so-huu-xe-hoi-o-tphcm-thap-hon-lao-cai-post130958.html>

[6]. Việt, D. K. H. (2021, March 13). Thống kê dân số Tp. Hồ Chí Minh theo độ tuổi mới nhất -. Tư Vấn Quản Lý, Tư Vấn Đầu Tư. Retrieved October 17, 2022, from <https://kehoachviet.com/thong-ke-dan-so-thanh-pho-ho-chi-minh-theo-do-tuoi/>

[7]. Lý, T. T. (2022, March 12). Dân số Thành phố Hồ Chí Minh: TPHCM 2022 có bao nhiêu triệu dân? Retrieved October 17, 2022, from <https://meta.vn/huong-dan/tong-hop/dan-so-thanh-pho-ho-chi-minh-9868>

[8]. An A. (2020, November 13). Việt Nam hiện có bao nhiêu hộ gia đình và trung bình mỗi gia đình có bao nhiêu người? Gia Đình Mới. Retrieved October 17, 2022, from <https://giadinhmoi.vn/viet-nam-hien-co-bao-nhieu-ho-gia-dinh-va-trung-binh-moi-gia-dinh-co-bao-nhieu-nguoi-d50091.html>

## PHỤ LỤC 1: NHẬT KÝ THỰC TẬP

### 1. Giới thiệu công việc thực tập của sinh viên tại Công ty Cổ phần Genesys

#### 1.1. Vị trí và công việc đảm nhiệm

Sinh viên hiện đang thực tập tại phòng Marketing của Công ty Cổ phần Genesys ở bộ phận Content. Các công việc mà sinh viên đã và đang đảm nhiệm như sau:

- Đức Trí Music:
  - Tối ưu bài Blog
  - Tối ưu link CAT
  - Tối ưu link sản phẩm
  - Viết bài blog mới
- Mitsubishi Trung Thượng:
  - Viết bài blog mới
- CSA:
  - Nhập liệu title và meta description hàng tháng
  - Viết bài blog cho website [giaxemazda.org](http://giaxemazda.org)
- danhgiaXe:
  - Viết bài theo chuyên đề và dòng xe được giao
- Khác:
  - Viết content facebook cho Fanpage Nissan Tân Phú
  - Viết content quảng cáo facebook cho danhgiaXe

#### 1.2. Kết quả đạt được

Trải qua hơn 2 tháng thực tập tại Công ty Cổ phần Genesys, sinh viên cảm thấy vô cùng may mắn vì đã có cơ hội thực chiến trong môi trường doanh nghiệp, qua đó lĩnh hội được nhiều kiến thức, cũng như tích lũy những kinh nghiệm quý báu cho bản thân.

Thời gian đầu đối với sinh viên quả thật khó khăn bởi chưa thích nghi kịp với văn hóa công ty, cùng các yêu cầu trong công việc. Mặc dù đã từng thử sức ở phần content cho Fanpage câu lạc bộ, nhưng việc tiếp xúc thực tế khiến sinh viên không khỏi ngỡ ngàng. Các

bài blog mang tính chuyên nghiệp hơn rất nhiều và áp dụng nghiêm ngặt các quy tắc SEO được công ty đề ra, nhằm đem đến hiệu quả hiển thị tối ưu cho website trên công cụ tìm kiếm Google.

Hiểu được điều này, trong tuần đầu làm việc, công ty đã không gây áp lực KPI cho thực tập sinh, mà chú trọng vào chất lượng của từng bài viết. Dần về sau, các vấn đề như câu văn lủng củng, lan man, thời gian tìm kiếm thông tin kéo dài, hay bài viết chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu được cải thiện đáng kể. Tất cả là nhờ vào sự hướng dẫn tận tình của các anh/chị trong công ty, sự nỗ lực cùng tinh thần không ngừng học hỏi từ sinh viên để khám phá ra những phương pháp làm việc hiệu quả hơn, những công cụ hỗ trợ hữu ích, đồng thời nâng cao vốn từ, kiến thức và kỹ năng viết giúp theo kịp tiến độ công việc.

Kết thúc thời gian thực tập, sinh viên đã có thể cảm nhận rõ ràng sự tiến bộ của bản thân. Từ lúc chưa nắm rõ về các quy tắc SEO cho bài viết, đến khi tìm hiểu, tập tành thực hành và chăm chút cho bài blog đầu tiên trong vòng 8 tiếng đồng hồ, từng cảm thấy rất mơ hồ giữa những kiến thức công nghệ, thông số lạ lẫm trên ô tô, và rồi hôm nay, sinh viên tự tin hoàn thành 2 bài viết hoàn chỉnh trên 1.500 từ trong 1 ngày, thậm chí chỉ cần tham khảo hình ảnh, bảng thông số của xe là có thể tự đưa ra đánh giá một cách chi tiết.

Chính vì vậy, KPI hàng tuần luôn được đáp ứng tốt. Sinh viên cũng nhận được lời khen từ Giám Đốc và Content Supervisor nhờ khả năng viết bài nhanh, chính xác cùng cách hành văn mạch lạc, trôi chảy nên có thể linh hoạt viết nhiều dạng bài.

Trong thời gian tới, sinh viên sẽ nỗ lực hơn nữa để hoàn thành tốt các chỉ tiêu, tiếp tục gắn bó và cống hiến những giá trị tốt đẹp cho Công ty Cổ phần Genesys.

## 2. Giải thích kí hiệu và công việc

Từ viết tắt	Ý nghĩa
V1 - V2 - V3	Đây là những ký hiệu về quy định độ dài của một bài blog. - V1: 1.200 - 1.500 từ

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- V2: 800 - 1.000 từ</li> <li>- V3: 400 - 500 từ</li> </ul> <p>Các quy tắc chung về tỷ lệ xuất hiện của từ khóa, hình ảnh, title, meta description,... đã được nêu rõ trong phần guideline, người viết sẽ tùy vào độ dài của bài để phân bổ mật độ từ khóa phù hợp.</p>
Đức Trí Music	<p>Client - Đại lý chuyên phân phối các loại đàn piano chính hãng và cung cấp đa dạng dịch vụ khác như: Cho thuê đàn piano, giao nhận tận nhà, bảo hành chính hãng,...</p> <p>Website: <a href="https://ductrimusic.vn/">https://ductrimusic.vn/</a></p>
Tối ưu bài blog SEO	<p>Thực hiện chỉnh sửa các bài blog đã được viết trước đây, nhưng chưa chuẩn theo quy tắc SEO (Chủ yếu là content viết còn lủng củng, không đủ số từ, số từ khóa, hầu như phải viết lại từ đầu).</p>
Tối ưu link danh mục (CAT)	<p>Khi khách hàng nhấn chọn xem một danh mục đàn trên website, bên cạnh việc hiển thị các loại đàn được sở hữu bởi thương hiệu đó, thì phía cuối trang sẽ là phần mô tả về dòng đàn mà khách hàng đang quan tâm.</p>

	<div data-bbox="695 216 812 243" data-label="Section-Header"> <p><b>ĐÀN PIANO UPRIGHT STEINBACH &amp; SONS</b></p> </div> <div data-bbox="706 252 768 300" data-label="List-Group"> <ul style="list-style-type: none"> <li>Theo giá ▾</li> <li>Màu sắc ▾</li> </ul> </div> <div data-bbox="695 312 769 331" data-label="Section-Header"> <p><b>ĐÀNG PIANO</b></p> </div> <div data-bbox="706 340 797 411" data-label="List-Group"> <ul style="list-style-type: none"> <li>Đàn Upright Piano</li> <li>Đàn Grand Piano</li> <li>Đàn Piano Điện</li> </ul> </div> <div data-bbox="695 422 769 443" data-label="Section-Header"> <p><b>HÀNG PIANO</b></p> </div> <div data-bbox="706 449 790 571" data-label="List-Group"> <ul style="list-style-type: none"> <li>Yamaha</li> <li>Steinway &amp; Sons</li> <li>Đàn Piano Kawai</li> <li>Mason &amp; Hamlin</li> <li>Xem thêm</li> </ul> </div> <div data-bbox="933 203 1136 350" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="906 375 1157 436" data-label="Caption"> <p>ĐÀN UPRIGHT PIANO STEINBACH &amp; SONS S2DM UPR26005 42.000.000 đ</p> </div> <div data-bbox="1239 203 1437 350" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1203 375 1466 436" data-label="Caption"> <p>ĐÀN UPRIGHT PIANO STEINBACH &amp; SONS S2W UPR26006 38.000.000 đ</p> </div> <div data-bbox="889 483 1484 522" data-label="Text"> <p>Một trong những thương hiệu đàn piano bán chạy nhất tại thị trường Nhật bản, giá cả phải chăng nhưng chất lượng không thể bàn cãi, Đức Tri Music xin giới thiệu đến quý khách hàng thương hiệu Steinbach &amp; Sons.</p> </div> <div data-bbox="889 527 1365 552" data-label="Section-Header"> <p><b>THÔNG TIN ĐÀN UPRIGHT PIANO STEINBACH &amp; SONS</b></p> </div> <div data-bbox="889 560 1484 598" data-label="Text"> <p>Đàn upright piano Steinbach &amp; Sons là sản phẩm của thương hiệu piano nội địa Nhật Bản – Steinbach, sản xuất bởi công ty Heiwa Gakki và chỉ cung cấp riêng cho thị trường trong nước.</p> </div> <div data-bbox="889 602 1484 657" data-label="Text"> <p>Thương hiệu này từng khá nổi tiếng trong các thập kỷ trước đây, hiện tại công ty đã ngưng sản xuất. Nhưng chính nhờ những tính năng nổi bật đi kèm chất lượng vượt trội với mức giá vừa túi tiền, đàn upright piano cũ Steinbach vẫn được sự săn đón từ những người mới bắt đầu tại Việt Nam.</p> </div> <div data-bbox="889 659 1484 705" data-label="Section-Header"> <p><b>NHỮNG ĐIỂM NỔI TRỘI CỦA ĐÀN UPRIGHT PIANO STEINBACH &amp; SONS</b></p> </div> <div data-bbox="938 726 1023 745" data-label="Text"> <p>0909.916.696</p> </div> <div data-bbox="1133 726 1224 745" data-label="Text"> <p>TƯ VẤN NGAY</p> </div>																						
<p>Tối ưu link sản phẩm</p>	<p>Là dạng bài mô tả chi tiết về một sản phẩm cụ thể về lý do nên chọn, ưu nhược điểm, video test âm thanh đàn (nếu có).</p> <div data-bbox="750 1209 1049 1514" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1185 1169 1511 1243" data-label="Caption"> <p>ĐÀN UPRIGHT PIANO STEINBACH &amp; SONS S2DM UPR26005 42.000.000 đ*</p> </div> <div data-bbox="1185 1264 1511 1484" data-label="Table"> <table border="1"> <tr> <td>Xuất xứ</td> <td>NHẬT B</td> </tr> <tr> <td>Kích thước</td> <td>131x</td> </tr> <tr> <td>Chất liệu phím</td> <td>Nhựa tổng h</td> </tr> <tr> <td>Màu sắc</td> <td>Gỗ óc c</td> </tr> <tr> <td>Pedal</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dạng đàn</td> <td>Upright pia</td> </tr> <tr> <td>Tình trạng</td> <td>US</td> </tr> <tr> <td>Năm sản xuất</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>Nơi sản xuất</td> <td>Nhật B</td> </tr> <tr> <td>Thiết kế</td> <td>Chân cong Ph</td> </tr> <tr> <td>Giá KM</td> <td>410000</td> </tr> </table> </div> <div data-bbox="1300 1507 1424 1526" data-label="Text"> <p>ĐẶT LỊCH XEM ĐÀN</p> </div> <div data-bbox="727 1570 1055 1635" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="799 1694 1391 1726" data-label="Section-Header"> <p><b>ĐÀN UPRIGHT PIANO STEINBACH &amp; SONS S2DM</b></p> </div> <div data-bbox="799 1728 1278 1757" data-label="Section-Header"> <p><b>Vì sao nên chọn đàn upright piano Steinbach &amp; Sons S2DM?</b></p> </div> <div data-bbox="799 1759 1433 1848" data-label="Text"> <p>Đàn upright piano Steinbach &amp; Sons S2DM là sản phẩm của thương hiệu piano cơ nội địa Nhật Bản – Steinbach, sản xuất bởi công ty Heiwa Gakki và chỉ cung cấp riêng cho thị trường trong nước. Thương hiệu này từng khá nổi tiếng trong các thập kỷ trước đây, hiện tại công ty đã ngưng sản xuất. Nhưng chính nhờ những tính năng nổi bật đi kèm chất lượng vượt trội với mức giá vừa túi tiền, chiếc đàn piano chính hãng dòng upright piano này vẫn được sự săn đón từ những người mới bắt đầu tại Việt Nam.</p> </div>	Xuất xứ	NHẬT B	Kích thước	131x	Chất liệu phím	Nhựa tổng h	Màu sắc	Gỗ óc c	Pedal		Dạng đàn	Upright pia	Tình trạng	US	Năm sản xuất	19	Nơi sản xuất	Nhật B	Thiết kế	Chân cong Ph	Giá KM	410000
Xuất xứ	NHẬT B																						
Kích thước	131x																						
Chất liệu phím	Nhựa tổng h																						
Màu sắc	Gỗ óc c																						
Pedal																							
Dạng đàn	Upright pia																						
Tình trạng	US																						
Năm sản xuất	19																						
Nơi sản xuất	Nhật B																						
Thiết kế	Chân cong Ph																						
Giá KM	410000																						



<p>Mitsubishi Thương</p> <p>Trung</p>	<p>Client - Đại lý ủy quyền chính hãng của Mitsubishi Việt Nam, chuyên kinh doanh, cung cấp dịch vụ, phụ tùng chính hãng các dòng xe Mitsubishi.</p> <p>Các bài blog của đại lý này được viết theo quy trình như nhau:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Điều phối tìm các từ khóa có mật độ search volume cao như nội thất Xpander Cross, Xpander 2022 ra mắt,... sau đó điền vào sheet, và phân bổ người viết.</li> <li>- Người viết dựa trên từ khóa được giao sẽ tự lên outline và tiến hành viết bài theo chuẩn quy định SEO riêng của đại lý.</li> <li>- Có 2 dạng bài blog: bài 400 - 800 chữ (V3), bài trên 800 chữ (V2) (Không kể phần giới thiệu cuối bài).</li> </ul> <p>Ví dụ về bài viết của sinh viên đã được air lên web: <a href="#">Xpander 2022 ra mắt, tiếp tục thống trị phân khúc MPV với nhiều cải tiến mới mẽ</a></p>
---	---

### 3. Nhật ký thực tập từ ngày 08/08/2022 – 16/10/2022

#### 3.1. Nhật ký thực tập từ ngày 08/08 - 31/08/2022

Thời gian	Nội dung công việc	Kết quả đạt được	Bài học rút ra
<b>Tuần 1: Từ ngày 08/08/2022 đến ngày 14/08/2022</b>			
<b>Thứ 2</b>	- Quan sát tổng quan môi trường làm việc của công ty.	- Hiểu rõ cách hoạt động, nhập liệu của website CSA.	<b>- Kiến thức:</b> + Kiến thức cơ bản về cấu trúc, cách vận hành của một website.

	<p>- Xem video youtube được chia sẻ về hệ thống CSA, và cách sử dụng phần mềm Photoshop CS6 căn bản.</p>	<p>- Nắm được cách sử dụng Photoshop cơ bản.</p>	<p>+ Cách sử dụng photoshop dùng để chỉnh sửa số điện thoại trên banner và up web tạm thời, trong khi chờ designer hoàn thiện banner mới.</p> <p>+ Website <a href="https://imagecompressor.com/vi/">https://imagecompressor.com/vi/</a> dùng để nén hình ảnh trực tuyến.</p> <p>+ Website: <a href="https://tienich.bambu.vn/convertcase.aspx">https://tienich.bambu.vn/convertcase.aspx</a> chuyên chữ hoa &lt;=&gt; thường, có dấu &lt;=&gt; không dấu.</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Quan sát xung quanh để nắm được cơ bản vị trí của từng nhân viên, văn hóa công ty từ cách ứng xử, trao đổi thông tin, đến việc ăn trưa, nghỉ trưa.</p> <p>+ Học hỏi và tự tìm hiểu thêm kiến thức bên ngoài dựa trên nền tảng từ video được gửi.</p>
<p><b>Thứ 3</b></p>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Đọc thông tin từ file trang tính được chia sẻ về Guideline viết bài</p>	<p>- Nắm được cơ bản các yêu cầu cần thực hiện cho một bài</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Các quy tắc SEO cần có cho một bài Content Website về: Số lượng từ, số lượng từ khóa</p>

	<p>chuẩn SEO cho Đức Trí Music.</p> <p>+ Tiến hành viết bài blog V1 đầu tiên: Lịch sử hình thành đàn piano? Đàn piano có bao nhiêu loại?</p>	<p>Content website chuẩn SEO.</p> <p>- Hoàn thành bài blog được giao.</p>	<p>(chính, phụ), định dạng và kích thước hình ảnh (jpg - tối đa 150kb), quy định về title và meta description, chèn internal link (Dành cho Google nhận diện),...</p> <p>+ Lịch sử hình thành của đàn piano.</p> <p>+ Các loại đàn piano đang có mặt trên thị trường hiện nay (piano cơ, piano điện).</p> <p>+ Kích thước, cấu tạo, vật liệu làm đàn piano ảnh hưởng lớn đến âm thanh được phát ra, và mục đích sử dụng đối với cây đàn đó.</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Đọc và nắm rõ yêu cầu.</p> <p>+ Tìm kiếm thông tin từ nguồn tiếng Anh.</p> <p>+ Sử dụng văn phong phù hợp với đối tượng người đọc: Xúc tích, dễ hiểu.</p>
<p><b>Thứ 4</b></p>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu hóa bài blog SEO</p>	<p>- Tối ưu hóa bài blog SEO V1: 2 bài</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Sử dụng trang web <a href="https://wordcounter.net/">https://wordcounter.net/</a> để tiến hành đếm số từ, số ký tự trong</p>

			<p>bài hoặc cho phần title/meta description.</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tìm kiếm, chắt lọc thông tin từ web đối thủ, web nước ngoài.</p> <p>+ Trau chuốt lại câu văn của bài blog cần tối ưu.</p> <p>+ Chính sửa câu văn của web khác thành bài của mình mà không bị trùng lặp câu chữ.</p>
<b>Thứ 5</b>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu hóa bài blog SEO</p>	<p>- Tối ưu hóa bài blog SEO V1: 3 bài</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Biết về website photoshop online:  <a href="https://www.photopea.com/">https://www.photopea.com/</a>, và bắt đầu thực hiện các thao tác với ảnh trên website này, vì tiện lợi, nhanh chóng, dễ sử dụng hơn.</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Đọc và hiểu nội dung chính trong các bài blog tiếng Anh, hiểu tên gọi các bộ phận trên đàn piano bằng tiếng Anh (Soundboard, Bass, Treble, Bridge,...).</p>

<b>Thứ 6</b>	<p>- <b>Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu hóa bài blog SEO</p>	<p>- Tối ưu hóa bài blog SEO:</p> <p>+ Bài V1: 2</p> <p>+ Bài V2: 1</p>	<p>- <b>Kiến thức:</b></p> <p>+ Thiết kế nội thất hiện đại phong cách Rock 'n' Roll với Grand piano.</p> <p>- <b>Kỹ năng:</b></p> <p>+ Chịu tìm tòi thông tin từ nhiều nguồn, từ web đối thủ, web chính hãng hay web nước ngoài, để truyền tải thông tin chính xác nhất đến cho người đọc.</p>
<b>Thứ 7</b>	<p>- <b>Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu hóa bài blog SEO</p>	<p>- Tối ưu hóa bài blog SEO:</p> <p>+ Bài V1: 2</p> <p>+ Bài V2: 1</p>	<p>- <b>Kiến thức:</b></p> <p>+ Các trang web piano đáng tin cậy: Việt Thương Music, Sovaco, Piano House (Đối thủ), Antique Piano Shop (Nước ngoài).</p> <p>- <b>Kỹ năng:</b></p> <p>+ Lắng nghe, rút kinh nghiệm từ những thiếu sót đã được góp ý về văn phong, hình ảnh trong bài,... cùng những lần loay hoay vì không biết làm như thế nào, gây mất nhiều thời gian.</p>

**Tổng  
kết  
tuần 1**

- **Kết quả đạt được:**

- **Đức Trí Music:**

- + Viết bài blog mới: 1
- + Tối ưu bài blog SEO: 9 V1, 2 V2

- **CSA:** Hiểu rõ cách nhập liệu, hoạt động của website

- **Khó khăn:**

- Lần đầu tiếp xúc với môi trường văn phòng nên sinh viên còn nhiều **bỡ ngỡ, khó hòa nhập** với mọi người.

- Vì **thời gian làm việc hiệu quả** của sinh viên thường rơi vào **buổi sáng và đêm khuya**, nên việc **làm việc gần 8h/ngày**, nghỉ trưa từ 1h - 1h30p khiến cơ thể **mệt mỏi, không thể tập trung** được vào buổi chiều.

- Các nhân viên công ty đa phần là **gen Z**, nhưng sống khá **khép kín**, đồng thời, việc viết content cần sự **tập trung cao độ**, nên dường như việc trao đổi trong quá trình làm việc phải **nhấn tin riêng**, ít khi nói chuyện trực tiếp.

- Lần đầu tiếp xúc với phần mềm admin, cũng như cách viết bài SEO khiến sinh viên gặp nhiều trở ngại, **thời gian viết bài còn lâu, chưa đảm bảo** hết các **yêu cầu** trong guideline.

- **Thái độ:**

- Vì là nhân viên mới, bản thân cần tỏ ra lịch sự, khiêm nhường, cúi đầu chào mỗi khi gặp ai đó.

- Bắt chuyện với người ngồi cạnh để dễ trao đổi về văn hóa trong công ty, cũng như kinh nghiệm làm việc.

- Nghiêm túc thực hiện theo sự phân công của Coordinator, mối quan hệ với điều phối tốt đẹp thì làm việc sẽ dễ dàng và hiệu quả hơn.

<b>Tuần 2: Từ ngày 15/08/2022 đến ngày 21/08/2022</b>			
<b>Thứ 2</b>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu link danh mục</p>	<p>- Tối ưu link danh mục: 3</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tự tra cứu vốn từ về đàn piano.</p> <p>+ Tìm kiếm thông tin từ web tiếng Anh và đối thủ.</p> <p>+ Chủ động liên hệ người có liên quan để nhận hướng dẫn về công việc được giao.</p>
<b>Thứ 3</b>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu link danh mục</p>	<p>- Tối ưu link danh mục: 4</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tự tra cứu vốn từ về đàn piano.</p> <p>+ Tìm kiếm thông tin từ web tiếng Anh và đối thủ.</p>
<b>Thứ 4</b>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu link danh mục</p>	<p>- Tối ưu link danh mục: 4</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tìm kiếm thông tin từ các nguồn không phải tiếng Anh, ví dụ: đàn piano Weinburg có xuất xứ từ Nhật Bản, sinh viên sẽ dịch câu tìm kiếm sang tiếng Nhật để tìm thông tin, hoặc nếu thương hiệu đó vẫn còn đang được sản xuất, có thể tìm đến</p>

			trang chủ để có thông tin chính xác hơn.
<b>Thứ 5</b>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu link danh mục</p>	<p>- Tối ưu link danh mục: 5</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Kiểm soát tốt hơn thời gian viết bài để kịp đáp ứng KPI.</p> <p>+ Tìm thông tin nhanh và có cách biểu đạt riêng để mô tả những gì mình hiểu, mà không phụ thuộc câu văn người khác.</p>
<b>Thứ 6</b>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu link danh mục.</p> <p>+ Tối ưu link sản phẩm.</p>	<p>- Tối ưu link danh mục: 3</p> <p>- Tối ưu link sản phẩm: 2</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Kiểm soát tốt hơn thời gian viết bài để kịp đáp ứng KPI.</p> <p>+ Tìm thông tin nhanh và có cách biểu đạt riêng để mô tả những gì mình hiểu, mà không phụ thuộc câu văn người khác.</p>
<b>Thứ 7</b>	<p><b>- Đức Trí Music:</b></p> <p>+ Tối ưu link sản phẩm.</p>	<p>- Tối ưu link sản phẩm: 4</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Ghi chú lại các trang web đáng tin cậy thường ghé xem, để khi tìm kiếm thông tin, tập trung vào các web đó, tránh lan man, mất thời gian.</p>



<b>Tổng kết tuần 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kết quả đạt được:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Đức Trí Music:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tối ưu link danh mục: 19</li> <li>+ Tối ưu link sản phẩm: 6</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● <b>Tiến độ công việc:</b> <p>Nhìn chung, bước qua tuần thứ 2, sinh viên đã thích nghi dần với môi trường làm việc tại công ty. Bên cạnh việc hoàn thành công việc được giao, sinh viên cũng làm quen được với một số đồng nghiệp khác, chủ yếu là thực tập sinh, để cùng nhau chia sẻ kinh nghiệm, hỗ trợ nhau ở các công đoạn khó.</p> <p>Thời gian làm việc của sinh viên dần được tối ưu hóa, tranh thủ chợp mắt 30 phút sau khi ăn trưa sẽ giúp bản thân tỉnh táo hơn để làm việc.</p> <p>Số lượng bài nhiều, ngắn nhưng thời gian tìm kiếm thông tin lại rất lâu. Đặc biệt là những sản phẩm piano nội địa Nhật, được sản xuất cách đây mấy mươi năm bởi các công ty gia đình, hiện đã tan rã và sản phẩm bán ra là đàn đã qua sử dụng, vì vậy, các thông tin về những dòng đàn này còn sót lại rất ít. Sinh viên đã cải thiện điều này bằng cách tìm bằng tiếng Nhật, và sử dụng google dịch để có nguồn thông tin đa dạng hơn.</p> </li> </ul>		
<b>Tuần 3: Từ ngày 22/08/2022 đến ngày 28/08/2022</b>			
<b>Thứ 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Mitsubishi Trung Thượng:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài blog mới</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài blog: 4 V3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Kỹ năng:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Thích nghi nhanh với một đề tài mới.</li> <li>+ Tự trau dồi vốn từ về xe hơi.</li> </ul> </li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tìm kiếm và tham khảo thông tin từ web đối thủ, web đại lý để cho ra một bài blog hoàn chỉnh, không bị đạo văn.</li> </ul>
<b>Thứ 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Mitsubishi Trung Thượng:</b></li> <li>+ Viết bài blog mới</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài blog: 5 V3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Kỹ năng:</b></li> <li>+ Tự trau dồi vốn từ về xe hơi.</li> <li>+ Tìm kiếm thông tin nhanh và chính xác.</li> <li>+ Cân đối thời gian làm việc để mang lại hiệu suất cao hơn.</li> </ul>
<b>Thứ 4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Mitsubishi Trung Thượng:</b></li> <li>+ Viết bài blog mới</li> <li>- <b>danhgiaXe:</b></li> <li>+ Viết bài giới thiệu showroom đại lý</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài blog Mitsubishi Trung Thượng: 1 V2</li> <li>- Viết bài giới thiệu showroom: 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Kỹ năng:</b></li> <li>+ Thích ứng nhanh với giao diện viết bài mới (danhgiaXe).</li> <li>+ Thực hiện đúng các yêu cầu được đưa ra đối với bài dgX chuẩn, ít sai sót.</li> </ul>
<b>Thứ 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>danhgiaXe:</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài giới thiệu showroom: 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Kỹ năng:</b></li> <li>+ Tìm kiếm thông tin nhanh chóng.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài giới thiệu showroom đại lý</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Chủ động ứng phó với trường hợp không tìm được thông tin chính xác bằng cách: Tham khảo các trang đối thủ tin cậy, tham khảo fanpage, trang youtube chính thức của đại lý.</li> </ul>
<b>Thứ 6</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài giới thiệu showroom đại lý</li> </ul>	<p><b>- Viết bài giới thiệu showroom: 4</b></p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Công ty sử dụng Website <a href="https://www.check-plagiarism.com/">https://www.check-plagiarism.com/</a> để check tỷ lệ unique content của bài viết, từ đó, sinh viên có thể chủ động điều chỉnh đạo văn trước khi gửi bài cho Content Supervisor.</li> </ul> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tìm kiếm thông tin nhanh chóng.</li> <li>+ Linh hoạt xử lý tình huống khi các đại lý rất ít khi up hình showroom, hoặc nếu có hình thì đều bị dính logo đối thủ: Tìm kiếm video giới thiệu đại lý, để chất lượng cao nhất và chụp ảnh màn hình.</li> </ul>

<p><b>Thứ 7</b></p>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài giới thiệu showroom đại lý</li> <li>+ Up web dgX các bài đã được duyệt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài giới thiệu showroom: 2</li> <li>- Up web dgX các bài đã được duyệt: 8</li> </ul>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tìm kiếm thông tin nhanh chóng.</li> <li>+ Tìm kiếm các mẹo để thực hiện công đoạn up web nhanh hơn.</li> </ul>
<p><b>Tổng kết tuần 3</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kết quả đạt được:</b></li> <li>- <b>Mitsubishi Trung Thượng:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài blog mới: 9 V3, 1 V2</li> </ul> </li> <li>- <b>danhgiaXe:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài giới thiệu showroom: 10</li> <li>+ Up web dgX các bài đã được duyệt: 8</li> </ul> </li> <li>● <b>Tiến độ công việc:</b></li> </ul> <p>Trải qua tuần thứ 3 đồng hành cùng Genesys, sinh viên cảm thấy rất vui vì đã dần quen với công việc, biết cách quản lý thời gian để viết bài nhanh chóng hơn. Cùng với đó, sinh viên cũng làm quen được với nhiều người hơn, tạo cảm giác thoải mái khi làm việc.</p> <p>Đây cũng là lần đầu sinh viên được tiếp xúc với mảng ô tô, nên việc viết bài lúc đầu còn nhiều loay hoay, thắc mắc. Sinh viên đã trực tiếp hỏi Content Supervisor để được giải đáp cụ thể.</p> <p>Bài showroom ô tô là bài viết đơn giản, không yêu cầu quá nhiều kinh nghiệm, chỉ cần câu chữ trau chuốt, phù hợp với đặc thù của ngành là được. Sinh viên được Giám đốc và Content Supervisor khen ngợi vì viết bài chuẩn chỉnh, tiến</p>		

	bộ hơn mà không cần phải chỉnh sửa gì nhiều. Qua tuần mới, sinh viên sẽ được tiếp xúc với dạng bài phiên bản, chuyên sâu hơn.		
<b>Tuần 4: Từ ngày 29/08/2022 đến ngày 04/09/2022</b>			
<b>Thứ 2</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài phiên bản</li> <li>+ Up web dgX các bài đã được duyệt</li> </ul>	<p><b>- Viết bài phiên bản:</b></p> <p>1</p> <p>- Up web dgX các bài đã được duyệt: 2</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tự tìm hiểu về các thuật ngữ ở ô tô để nhớ sâu hơn.</li> <li>+ Không ngại hỏi để được giải đáp chi tiết.</li> <li>+ Kết hợp các thông tin từ nhiều nguồn để kết hợp thành một bài blog chuẩn chỉnh, chính xác nhất.</li> </ul>
<b>Thứ 3</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài phiên bản</li> <li>+ Up web bài đã duyệt</li> </ul>	<p><b>- Viết bài phiên bản:</b></p> <p>1</p> <p>- Up web dgX các bài đã được duyệt: 1</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tự đánh giá và cải thiện lại cách viết theo feedback của Content Supervisor.</li> <li>+ Tìm kiếm và kết hợp thông tin nhanh, chính xác.</li> </ul>
<b>Thứ 4</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài phiên bản</li> <li>+ Up web bài đã duyệt</li> </ul>	<p><b>- Viết bài phiên bản:</b></p> <p>1</p> <p>- Up web dgX các bài đã được duyệt: 1</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tìm kiếm và kết hợp thông tin chính xác.</li> </ul>

			<p>+ Quản lý thời gian để không chú tâm nhiều vào những phần không quan trọng.</p>
<p><b>Tổng kết tuần 4</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kết quả đạt được:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>đanhgiaXe:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài phiên bản: 3</li> <li>+ Up web dgX các bài đã được duyệt: 4</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● <b>Tiến độ công việc:</b> <p>Tổng kết lại các ngày cuối của tháng 8, sinh viên cảm thấy thoải mái hơn trong công việc khi các mối quan hệ xung quanh ngày càng thân thiết hơn, đặc biệt là với Sếp và Content Supervisor. Từ đó, sinh viên có thể dễ dàng trao đổi những khó khăn và nhờ sự hỗ trợ.</p> <p>Tiến độ của mấy ngày qua còn khá chậm trễ, vì việc tiếp xúc chuyên sâu với các thuật ngữ, thông số của ô tô khiến sinh viên mất nhiều thời gian để hiểu, và trình bày sao cho người đọc cũng cảm thấy dễ hiểu nhất. Nhưng nhờ sự giúp đỡ, tư vấn của Content Supervisor, sinh viên đỡ áp lực hơn và có thể tiếp tục hoàn thành tốt công việc trong khả năng của mình. Đồng thời, sinh viên cũng chủ động đề xuất giải pháp, cải tiến mới trong quy trình để công việc được thực hiện trơn tru, nhanh chóng hơn. Dự kiến vào tuần kế tiếp, sinh viên sẽ đáp ứng đủ KPI 1 ngày 2 bài do Sếp đề ra.</p> <p>Là một thực tập sinh chưa hề có kinh nghiệm trong lĩnh vực SEO, chỉ bắt đầu với những content fanpage đơn thuần cho Câu Lạc Bộ, sinh viên cảm thấy mình đã tiến bộ hơn nhiều trong cách viết, cách dùng từ, văn phong, có được cho mình nhiều kiến thức, kỹ năng, hay các mẹo vặt đã đúc kết được trong quá trình làm việc.</p> </li> </ul>		

### 3.2. Nhật ký thực tập từ ngày 01/09 - 30/09/2022

Thời gian	Nội dung công việc	Kết quả đạt được	Bài học rút ra
<b>Tuần 1: Từ ngày 05/09/2022 đến ngày 11/09/2022</b>			
<b>Thứ 2</b>	<p><b>- CSA:</b></p> <p>+ Cập nhật title và meta description cho cụm website giaxe.</p>	<p>- Cập nhật title và meta description cho cụm website giaxe: 14/21 web</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Cách nhập liệu website CSA cho các danh mục dòng xe, phiên bản, trang chủ, bảng giá, thông tin tư vấn, thông tin liên hệ,...</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Chủ động liên hệ người hướng dẫn để tiếp nhận việc.</p> <p>+ Làm quen nhanh với nhiệm vụ mới.</p> <p>+ Cẩn thận rà soát lại các mục đã làm để chắc chắn rằng không bỏ lỡ một bước nào.</p>
<b>Thứ 3</b>	<p><b>- CSA:</b></p> <p>+ Cập nhật title và meta description</p>	<p>- Cập nhật title và meta description cho</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p>

	<p>tháng 9 cho cụm website giaxe.</p> <p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>cụm website giaxe: 7/21 web</p> <p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p>	<p>+ Tìm ra cách nhập liệu nhanh, chính xác hơn mà không bỏ sót bất kỳ danh mục nào.</p> <p>+ Tìm kiếm, chọn lọc thông tin nhanh hơn để hoàn thành bài viết trong ngày.</p>
<b>Thứ 4</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-Benz GLC 200 và GLC 200 4Matic.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Nắm được sự khác nhau cơ bản giữa 2 phiên bản của dòng S450, từ đó diễn đạt thành câu văn cho độc giả dễ hiểu nhất.</p>
<b>Thứ 5</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-Benz GLC 300 4MATIC và GLC 300 4MATIC Coupé.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Nắm bắt nhanh chóng sự khác nhau cơ bản giữa 2 phiên bản của dòng GLC 200, và diễn đạt chính xác, dễ hiểu bằng câu văn.</p>
<b>Thứ 6</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Hiểu được sự khác nhau giữa 2 phiên bản GLE 450</p>



	+ Viết bài phiên bản và up web.	- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-Benz GLS 450 4MATIC.	4MATIC để diễn đạt trong bài viết một cách rõ ràng nhất.  + Tối ưu thời gian tìm kiếm hình ảnh chất lượng mà chính xác.
<b>Thứ 7</b>	<b>- danhgiaXe:</b>  + Viết bài phiên bản và up web.	- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1  - Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-Maybach S450 4MATIC.	<b>- Kỹ năng:</b>  + Diễn đạt nội dung một cách ngắn gọn, tinh tế nhưng vẫn phô trương được những ưu điểm vượt trội mà chiếc xe sở hữu so với các đối thủ trong cùng phân khúc.
<b>Tổng kết tuần 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kết quả đạt được:</b></li> <li>- <b>CSA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Cập nhật title và meta description cho cụm website giaxe: 21/21 web</li> </ul> </li> <li>- <b>DGX:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài phiên bản và up web: 5</li> </ul> </li> <li>● <b>Khó khăn và giải pháp:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Việc cập nhật title và meta description không quá phức tạp, tuy nhiên mất nhiều thời gian (Vì mỗi thương hiệu có nhiều dòng xe, mỗi dòng lại có nhiều phiên bản, mỗi phiên bản mang đến đa dạng các tùy chọn màu sắc khác nhau), cũng như cần sự tỉ mỉ, tập trung cao.</li> </ul> </li> </ul>		

=> Thích ứng nhanh chóng với nhiệm vụ mới, đồng thời tìm ra cách làm tối ưu vừa giúp tiết kiệm thời gian, vừa có thể đảm bảo hoàn thành nhiệm vụ chính xác, đầy đủ tuyệt đối.

- Bài phiên bản cần người viết có một nền tảng kiến thức sâu hơn về ô tô để dễ dàng hiểu và đánh giá được các thông số của xe.

=> Luôn chủ động hỏi hoặc tự tìm hiểu mỗi khi gặp một thuật ngữ mới, hay một công nghệ mới giúp trau dồi thêm kiến thức cho bản thân, phục vụ cho việc viết bài tốt hơn.

● **Thái độ:**

- Sẵn sàng đón nhận những góp ý để hoàn thiện công việc tốt hơn.

- Hòa đồng với mọi người xung quanh.

- Tận dụng mọi cơ hội để được lĩnh hội thêm những kiến thức mới.

**Tuần 2: Từ ngày 12/09/2022 đến ngày 18/09/2022**

<b>Thứ 2</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-Maybach S680 4MATIC và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Đăng cấp thực sự của dòng xe Maybach lừng danh nhà Mercedes, bên cạnh thiết kế đầy sang trọng, mẫu xe còn có những trang bị cùng công nghệ hiện đại hàng đầu thế giới như: hệ thống đèn Multibeam, âm thanh vòm Burmester 3D, điều hòa làm sạch không khí tích hợp</p>
--------------	---	---	--

			<p>hương nước hoa được chiết xuất từ lá quế độc quyền,...</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Sử dụng ngôn từ hoa mỹ mà tinh tế, giúp tôn lên sự sang trọng của chiếc Maybach S450 4MATIC.</p>
<b>Thứ 3</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-Maybach GLS 480 4MATIC và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Nắm được sự tân tiến của phiên bản Maybach S680 4MATIC so với “đàn em” Maybach S450, từ đó, câu chữ trong bài giúp người đọc hiểu cơ bản vì sao có sự chênh lệch về mức giá đến 8 tỷ đồng.</p>
<b>Thứ 4</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-Maybach GLS 600 4MATIC và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tối ưu hóa thời gian bằng cách chọn lọc nhanh các bài viết có đầy đủ thông tin từ những nguồn đáng tin cậy, tránh việc tìm kiếm lan man.</p>

<b>Thứ 5</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-AMG A35 4MATIC và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ So sánh nhanh để nắm sự khác nhau cơ bản giữa 2 phiên bản Maybach GLS 480 và 600, từ đó, tôn lên vẻ đẳng cấp hơn của mẫu GLS 600.</p>
<b>Thứ 6</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-AMG GT 53 4MATIC+ và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tìm hiểu nhanh về một dòng xe mới.</p> <p>+ Dùng các từ ngữ cá tính hơn để mô tả đúng chất thể thao của dòng xe AMG.</p>
<b>Thứ 7</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-AMG GLA 45 S 4MATIC+ và liệt kê trước</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Chắt lọc từ nhiều nguồn để có được thông tin và hình ảnh chính xác nhất.</p> <p>+ Tận dụng sự tương đồng trên 2 mẫu xe để có thể</p>

		những thông tin cơ bản.	hoàn thành 2 bài viết trong cùng ngày.
<b>Tổng kết tuần 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kết quả đạt được:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>DGX:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài phiên bản và up web: 7</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● <b>Khó khăn và giải pháp:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- KPI được đề ra ban đầu là 2 bài/ngày, tuy nhiên với nền tảng kiến thức về ô tô còn nhiều hạn chế, tiến độ này khá nhanh và sinh viên chưa thể đáp ứng.</li> <li>=&gt; Kết thúc tuần 2, sinh viên thảo luận với Content Supervisor về khó khăn đang gặp phải, mong muốn hạ KPI còn 3 bài/2 ngày. Anh đã đồng ý và luôn sẵn sàng giải đáp mỗi khi sinh viên có thắc mắc. Bên cạnh đó, trong tuần, sinh viên sẽ tận dụng thời gian còn lại sau khi hoàn thành một bài viết để tìm hiểu trước về dòng xe tiếp theo, từ đó, ngày hôm sau có thể đi vào công việc nhanh hơn.</li> </ul> </li> <li>● <b>Thái độ:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trình bày vấn đề một cách chân thành để cấp trên hiểu và hỗ trợ giải quyết.</li> <li>- Luôn cố gắng hoàn thành được nhiều bài viết nhất trong khả năng của bản thân.</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Tuần 3: Từ ngày 19/09/2022 đến ngày 25/09/2022</b>			

<b>Thứ 2</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-AMG GLB 35 4MATIC và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Những đặc trưng mà một chiếc xe AMG thường sở hữu như bộ lưới tản nhiệt gồm nhiều nan đơn đặt dọc; thiết kế hầm hố, khỏe khoắn; mâm bánh xe thể thao; động cơ có in logo AMG;...</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tận dụng những kiến thức tích góp được để đẩy nhanh tiến độ viết bài và tìm thông tin, hình ảnh.</p>
<b>Thứ 3</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-AMG G63 và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tối ưu thời gian viết bài để đáp ứng KPI 3 bài/2 ngày.</p>
<b>Thứ 4</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm hiểu về dòng xe Mercedes-Benz V250 Luxury và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tận dụng tối đa thời gian để chuẩn bị tiếp cho bài sau.</li> <li>+ Lướt nhanh qua một bài viết của đối thủ bất kỳ và đánh giá bài viết có đạt chất lượng hay không, từ đó giúp chọn lọc thông tin nhanh và chính xác hơn.</li> </ul>
<b>Thứ 5</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài phiên bản và up web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</li> <li>- Tìm hiểu về dòng xe Audi A6 45 TFSI và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</li> </ul>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Những đột phá mà V250 mang lại giúp thay đổi định kiến của người dùng về một chiếc MPV chỉ đáp ứng được không gian chở hành khách như: Ngoại hình sang trọng, khỏe khoắn; khoang nội thất thời thượng với những tiện ích hiện đại cùng nhiều vật liệu cao cấp; thiết kế 2 hàng ghế sau có thể quay mặt vào nhau tạo một phòng họp di động;...</li> </ul> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Nắm bắt nhanh sự khác nhau, đồng thời tận dụng những</li> </ul>

			<p>thiết kế, trang bị tương đồng để viết bài năng suất hơn.</p> <p>+ Linh động trong việc tìm kiếm thông tin khi mẫu xe này không được đăng trên website chính hãng mà ở dạng nhập khẩu tư nhân.</p>
<b>Thứ 6</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Audi A7 2021 55 TFSI quattro và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Thích nghi nhanh với một task mới, dòng xe mới.</p> <p>+ Chắt lọc thông tin từ nhiều nguồn để mang đến một bài viết khách quan nhất.</p> <p>+ Tìm kiếm hình ảnh màu xe từ nhiều nguồn, vì web chính hãng rất ít khi công bố màu xe.</p>
<b>Thứ 7</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 1</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Audi Q2 35 TFSI COD và liệt kê trước</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Thích nghi nhanh với một task mới, dòng xe mới.</p> <p>+ Tự tìm hiểu về một thuật ngữ mới.</p>



	những thông tin cơ bản.	
<b>Tổng kết tuần 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kết quả đạt được:</b></li> <li>- <b>DGX:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài phiên bản và up web: 9</li> </ul> </li> <li>● <b>Tiến độ công việc:</b> <p>Bước qua tuần thứ 3, sinh viên đã cơ bản hoàn thành được KPI 3 bài/2 ngày. Ở các ngày thứ 3, 4 và 5, tiến độ được đẩy nhanh hơn ở mức 2 bài/ngày, nhờ việc tận dụng tối đa thời gian để chuẩn bị cho bài. Chẳng hạn, sau khi hoàn thành xong bài viết 1 thì sẽ không còn thời gian để viết nốt bài viết 2, nhưng sinh viên sẽ tranh thủ thời gian còn lại để hoàn thành sườn bài cho bài viết 2 về các thông tin cơ bản như: Bảng thông số kỹ thuật, giới thiệu chung, màu xe, bảng giá, các trang bị an toàn. Ngày hôm sau, sinh viên có thể nhanh chóng viết tiếp các phần lõi còn lại về ngoại thất, nội thất, tiện nghi và khả năng vận hành. Vậy là tốc độ viết bài cũng từ đó mà trở nên nhanh chóng hơn.</p> <p>Tuy nhiên thời gian về sau do tiếp xúc với một thương hiệu mới là Audi, thông tin được cung cấp trên website chính hãng chưa chắc chính xác và có thể thay đổi bất cứ lúc nào mà không báo trước, hơn nữa, hình ảnh màu xe cũng không có sẵn, sinh viên cần tìm ảnh từ nhiều nguồn sao cho tương ứng với tên tiếng anh của màu xe (Các bài viết chỉ đăng hình ảnh, không cho biết đó là màu xe gì), chính vì vậy, tiến độ bị chậm lại ở mức 1 bài/ngày.</p> </li> <li>● <b>Giải pháp và bài học cho tuần kế tiếp:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mặc dù có sự khác nhau giữa web chính hãng và các web đối thủ về thông tin, người viết nên tập trung dựa vào web chính hãng trước, vì nếu thông tin đưa</li> </ul> </li> </ul>	

ra có sai thì cũng là do từ nguồn chính thống. Khi người mua đọc bài viết, sau đó đến trực tiếp showroom để xem xe và biết được hãng đã có một số thay đổi cho mẫu xe đó, họ sẽ xem đó là sự thú vị khi có thêm những thông tin mới. Trái lại, nếu dựa vào nguồn ngoài mà không chính xác, lòng tin của khách hàng đối với danhgiaXe sẽ giảm đi.

- Việc tìm kiếm hình ảnh màu xe có thể dễ dàng hơn nhờ việc tìm kiếm theo cú pháp: tên xe + 2022 + màu xe (tiếng anh). Qua đó, các hình ảnh màu xe từ trang web nước ngoài sẽ hiện ra hàng loạt. Về cơ bản, các thị trường là khác nhau nên thiết kế có thể khác đi đôi chút nhưng không đáng kể, chỉ cần để ý đến vị trí ghế lái phía bên trái hay phải là được, vì mục đích chính của việc này là cho khách hàng biết màu xe đó trông như thế nào.

- **Thái độ:**

- Nhiệt tình, thân thiện với mọi người, chủ động làm quen với những nhân viên mới.

- Sẵn sàng hỏi nếu thông tin đó thực sự cần thiết.

- Luôn cố gắng tìm cách hoàn thành được nhiều bài viết nhất trong khả năng của bản thân.

#### **Tuần 4: Từ ngày 26/09/2022 đến ngày 30/09/2022**

<b>Thứ 2</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Audi Q3 35 TFSI Advanced và liệt kê</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Nắm bắt nhanh chóng sự khác nhau giữa bản tiêu chuẩn và bản nâng cấp để viết bài.</p>
--------------	---	---	---

		trước những thông tin cơ bản.	+ Chọn lọc thông tin kỹ càng vì có nhiều trang web nhằm lẫn giữa 2 phiên bản này.
<b>Thứ 3</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Audi Q5 45 TFSI quattro và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Nắm bắt nhanh chóng sự khác nhau giữa bản Advanced và bản nâng cấp S line để viết bài.</p> <p>+ Chọn lọc thông tin kỹ càng vì có nhiều trang web nhằm lẫn giữa 2 phiên bản này.</p>
<b>Thứ 4</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Audi Q5 45 Sportback và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Nắm bắt nhanh chóng sự khác nhau giữa bản tiêu chuẩn và bản nâng cấp S line để viết bài.</p> <p>+ Chọn lọc thông tin kỹ càng vì có nhiều trang web nhằm lẫn giữa 2 phiên bản này.</p>
<b>Thứ 5</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tìm kiếm thông tin về dòng xe Sportback, so sánh với</p>

		- Tìm hiểu về dòng xe Audi Q8 55 S line TFSI và liệt kê trước những thông tin cơ bản.	bản thường để nắm bắt được sự khác nhau.
<b>Thứ 6</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web.</p>	<p>- Viết bài phiên bản DGX và up web: 2</p> <p>- Tìm hiểu về dòng xe Audi A8 55 + A8 55 Plus + A8 55 Premium và liệt kê trước những thông tin cơ bản.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Nắm bắt nhanh chóng sự khác nhau giữa bản tiêu chuẩn và bản nâng cấp S line để viết bài.</p> <p>+ Chọn lọc thông tin kỹ càng vì có nhiều trang web nhầm lẫn giữa 2 phiên bản này.</p>
<b>Tổng kết tuần 4</b>	<p>● <b>Kết quả đạt được:</b></p> <p>- danhgiaXe:</p> <p>+ Viết bài phiên bản và up web: 10</p> <p>● <b>Tiến độ công việc:</b></p> <p>Tổng kết tuần 4, sinh viên rất vui vì đã đáp ứng được KPI 2 bài/ngày đề ra từ đầu, tất cả là nhờ vào sự nỗ lực không ngừng trong việc tìm ra những phương pháp, cách làm mới, nhanh chóng, chính xác hơn, tối ưu được thời gian và cho ra những thành phẩm chất lượng mà không phải chỉnh sửa lại nhiều.</p>		

Tuy nhiên thời gian tới có lẽ KPI sẽ được đẩy lên nữa, sinh viên cần cố gắng hơn để nâng cao các kỹ năng của bản thân và vừa hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

- **Thái độ:**

- Hòa đồng, thân thiện với mọi người, đặc biệt trong những buổi ăn uống cùng nhau.

- Chủ động giúp đỡ đồng nghiệp nếu có thể.

- Hài khi cần thiết với thái độ sẵn sàng tiếp nhận.

### 3.3. Nhật ký thực tập từ ngày 01/10 - 16/10/2022

Thời gian	Nội dung công việc	Kết quả đạt được	Bài học rút ra
<b>Tuần 1: Từ ngày 03/10/2022 đến ngày 09/10/2022</b>			
<b>Thứ 2</b>	<p><b>- CSA:</b></p> <p>+ Cập nhật title và meta description cho cụm website giaxe.</p>	<p>- Cập nhật title và meta description cho cụm website giaxe: 21/21 web (Done)</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Các dòng xe của 21 hãng ô tô khác nhau như Toyota, Mitsubishi, Honda, Ford, Hyundai, Nissan,...</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tận dụng những kiến thức, kỹ năng có được trong lần thực hiện task tương tự ở tháng</p>

			trước để hoàn thành task này chỉ trong một ngày.
<b>Thứ 3</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web.</p> <p><b>- Công việc khác:</b></p> <p>+ Hướng dẫn bạn Thực tập sinh mới nhập liệu trên tài khoản dgX.</p>	<p>- Viết bài đánh giá 2023 và up web: 1</p> <p>- Hoàn thành việc hướng dẫn bạn Thực tập sinh mới.</p> <p>- Hoàn thành sườn bài cho dòng KIA Morning 2023.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Làm quen với dạng bài mới từ bố cục, đến các yêu cầu về nội dung.</p> <p>+ Tìm ra cách tìm kiếm thông tin về một dòng xe mới sao cho nhanh chóng và hiệu quả.</p> <p>+ Hệ thống lại toàn bộ kiến thức đã học được sau thời gian làm việc trên danhgiaXe.com và truyền tải một cách dễ hiểu nhất đến bạn mới.</p>
<b>Thứ 4</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web.</p>	<p>- Viết bài đánh giá 2023 và up web: 2</p> <p>- Hoàn thành sườn bài cho dòng KIA Carnival 2023.</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Những tin tức mới nhất về tình hình của các dòng xe này trên thị trường hiện nay, chẳng hạn như KIA Morning từng chiếm giữ ngôi vương trong</p>

			<p>phân khúc Hatchback hạng A suốt nhiều năm liền, nhưng từ khi thị trường có sự góp mặt của Hyundai i10 và đối thủ nước nhà Vinfast Fadil, dòng xe thể thao Hàn Quốc đã trở nên yếu thế hẳn đi mà hiện vẫn chưa thể lấy lại được phong độ.</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Thích nghi nhanh với dạng bài mới để đảm bảo tiến độ 2 bài/ngày.</li> <li>+ Tham khảo và chọn lọc ra nguồn tin chính xác về thế hệ mới nhất của dòng xe đang viết.</li> </ul>
<b>Thứ 5</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài đánh giá 2023 và up web: 2</li> <li>- Hoàn thành sườn bài cho dòng KIA K3 2023.</li> </ul>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Phân biệt xe SUV và MPV.</li> </ul> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tìm kiếm thông tin về thuật ngữ xe mới.</li> </ul>

			<p>+ Tự đặt câu hỏi và tự đi tìm câu trả lời để mở rộng khả năng hiểu biết.</p> <p>+ Chọn lọc ra các web có thể lấy hình ảnh xe để tiết kiệm thời gian, tránh tìm kiếm lan man.</p>
<b>Thứ 6</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web.</p>	<p>- Viết bài đánh giá 2023 và up web: 2</p> <p>- Hoàn thành sườn bài cho dòng KIA Soluto 2023.</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Tìm kiếm thông tin để nắm rõ các đời xe của dòng xe đang viết, từ đó biết được dòng xe hiện tại đang ở thế hệ nào, hay là sắp có bản cập nhật mới chưa.</p> <p>+ Tìm kiếm hình ảnh trên facebook của các Saler, đánh giá nhanh hình ảnh có dung lượng kém, để không mất thời gian sửa hình, up web rồi mới phát hiện ra kích thước, dung lượng hình không đảm bảo.</p>
<b>Thứ 7</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p>	<p>- Viết bài đánh giá 2023 và up web: 2</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p>



	<p>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web.</p>	<p>+ Tối ưu thời gian tìm kiếm hình ảnh.</p> <p>+ Vận dụng những hiểu biết trước đó để nắm bắt nhanh các đặc điểm cơ bản của dòng xe đang viết, và có thể ngay lập tức triển khai thành văn bản.</p>
<p><b>Tổng kết tuần 1</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kết quả đạt được:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>CSA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Cập nhật title và meta description cho cụm website giaxe: 21/21 web</li> </ul> </li> <li>- <b>DGX:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web: 9</li> </ul> </li> <li>- <b>Công việc khác:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Hướng dẫn bạn mới nhập liệu trên danhgiaXe</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● <b>Khó khăn và giải pháp:</b> <p>Bước qua tuần đầu tiên của tháng 10, sinh viên đã khá quen thuộc với công việc tại công ty nên hầu như mọi thứ đều khá suôn sẻ, có thể đáp ứng tốt KPI đề ra.</p> <p>Sinh viên chỉ cảm thấy khó khăn ở các bước tìm kiếm hình ảnh, bởi dòng xe KIA tuy có nhiều hình ảnh trên Google, kể cả Facebook, nhưng đa số hình ảnh này đều có dính thêm logo hoặc chất lượng không rõ nét.</p> </li> </ul>	

Để giải quyết được vấn đề này, sinh viên đã thử qua nhiều cách giúp tối ưu thời gian viết bài của mình. Cụ thể, sinh viên sẽ tìm kiếm các web nước ngoài, hình ảnh của họ rất đẹp và rõ nét, cũng không có logo, chỉ có điều người viết cần chú ý đến những điểm khác biệt bởi kiểu xe có thể được tinh chỉnh đôi chút để phù hợp với từng thị trường. Điền hình như xe ở thị trường châu Âu có tay lái bên trái, và có 2 dải phản quang ngay vòm bánh xe phía trước, hỗ trợ đi đường trong thời tiết có nhiều sương mù hoặc tuyết rơi.

Bên cạnh đó, sinh viên có thể dành thêm một chút thời gian để lướt trong phần hình ảnh của Google, lọc ra hình có kích thước lớn, thường sẽ tìm thấy được hình rất chất lượng của các website đại lý, chỉ là vị trí hiển thị của nó không cao nên khó tiếp cận được.

- **Thái độ:**

- Luôn trong tâm thế sẵn sàng tiếp nhận những kiến thức, kỹ năng mới.
- Hoà đồng với mọi người xung quanh, đặc biệt là người mới, để có thêm những mối quan hệ tốt đẹp.
- Lắng nghe những góp ý từ Content Supervisor và nhanh chóng khắc phục thiếu sót.

### **Tuần 2: Từ ngày 10/10/2022 đến ngày 16/10/2022**

<b>Thứ 2</b>	<b>- danhgiaXe:</b>  + Viết bài đánh giá 2023 và up web.	- Viết bài đánh giá 2023 và up web: 2  - Lên sườn bài cho dòng Hyundai Creta.	<b>- Kỹ năng:</b>  + Linh hoạt sử dụng nhiều phương pháp để đẩy nhanh thời gian tìm kiếm hình ảnh.
--------------	--	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tìm các website uy tín viết về dòng xe Hyundai chính xác nhất.</li> <li>+ Thích nghi nhanh với kiểu thiết kế của một dòng xe mới để phục vụ cho việc diễn đạt theo hiểu biết cá nhân.</li> </ul>
<b>Thứ 3</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài đánh giá 2023 và up web: 2</li> <li>- Lên sườn bài cho dòng Hyundai Santafe.</li> </ul>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Lọc ra các website có bài viết chuẩn để tham khảo, tránh việc đọc nhiều bài nhưng nội dung lai tương tự nhau, gây mất thời gian.</li> <li>+ Tìm kiếm và nắm bắt các thông tin nhanh chóng.</li> </ul>
<b>Thứ 4</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài đánh giá 2023 và up web: 2</li> </ul>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Lọc thông tin nhanh chóng, và diễn đạt rõ ràng, mạch lạc, dễ hiểu.</li> </ul>
<b>Thứ 5</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viết bài chuyên đề dòng xe và up web: 1</li> </ul>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ford Territory 2023 là dòng SUV đến từ Mỹ, vốn đã ra</li> </ul>

	<p>+ Viết bài chuyên đề dòng xe và up web.</p>		<p>mất thị trường từ năm 2018, nhưng do dịch bệnh diễn biến phức tạp nên ngày 10/10/2022 vừa qua, mẫu xe này mới chính thức diện kiến người dùng Việt tại Mỹ Đình, Hà Nội.</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <p>+ Làm quen với dàn bài mới – so sánh các phiên bản.</p> <p>+ Dựa trên bảng thông số kỹ thuật, hình ảnh và video youtube để tự viết bài, vì dòng xe mới ra nên chưa có nhiều bài viết đánh giá được đầu tư chuẩn chỉnh.</p> <p>+ Chọn lọc hình ảnh từ nhiều nguồn, bởi đây là tin nóng nên các trang đưa tin thường in logo đánh dấu bản quyền.</p>
<p><b>Thứ 6</b></p>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <p>+ Viết bài chuyên đề dòng xe và up web.</p>	<p>- Viết bài chuyên đề dòng xe và up web: 2</p>	<p><b>- Kiến thức:</b></p> <p>+ Hyundai Elantra 2023 tại Việt Nam hiện đang ở thế hệ thứ 7, vừa mới ra mắt vào ngày hôm nay, 14/10/2022. Sự xuất hiện của mẫu Sedan hạng C này</p>

			<p>sẽ gây ra nhiều áp lực với các đối thủ như Toyota Corolla Altis, Honda Civic, Kia K3 và Mazda 3.</p> <p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tìm hiểu nhanh về một dòng xe mới ra mắt.</li> <li>+ Dựa trên bảng thông số kỹ thuật, hình ảnh và video youtube để tự viết bài, vì dòng xe mới ra nên chưa có nhiều bài viết đánh giá được đầu tư chuẩn chỉnh.</li> </ul>
<b>Thứ 7</b>	<p><b>- danhgiaXe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài chuyên đề dòng xe và up web.</li> </ul>	<p>- Viết bài chuyên đề dòng xe và up web: 1</p>	<p><b>- Kỹ năng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tìm hiểu nguồn thông tin đầy đủ về các phiên bản Hyundai Elantra 2023 bởi các bài báo đăng tải chỉ mô tả sơ lược chứ không đi vào chi tiết.</li> <li>+ Dựa trên bảng thông số kỹ thuật, hình ảnh và video youtube để tự viết bài, vì dòng xe mới ra nên chưa có nhiều bài</li> </ul>

			viết đánh giá được đầu tư chuẩn chỉnh.
<b>Tổng kết tuần 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kết quả đạt được:</b></li> <li>- <b>DGX:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Viết bài đánh giá 2023 và up web: 6</li> <li>+ Viết bài chuyên đề dòng xe và up web: 4</li> </ul> </li> <li>● <b>Tiến độ công việc:</b> <p>Trong tuần thứ 2 của tháng 10, sinh viên đã có thể thích nghi nhanh chóng với những dạng bài khác nhau như bài đánh giá 2023 (đánh giá chi tiết), bài so sánh các phiên bản (màu sắc, giá cả, thông số kỹ thuật và điểm qua một số điểm nhận diện của từng phiên bản) hay bài đánh giá chi tiết nội thất (chuyên về không gian nội thất, thể hiện được quan điểm của người viết về các chức năng đó).</p> <p>Các bài viết trước đây thường chỉ khoảng dưới 2.000 từ, nhưng những bài mà sinh viên đảm nhiệm hiện tại như bài đánh giá có thể lên đến 3.000 từ, trong khi tiến độ vẫn đáp ứng đủ 2 bài/ngày. Điều này cho thấy khả năng của sinh viên đã dần được nâng cao.</p> </li> </ul>		

## PHỤ LỤC 2: KẾT QUẢ KIỂM TRA ĐẠO VĂN

---

FDV\_KLTN\_MR\_K45\_Trần Nhật Thảo Ngân

---

ORIGINALITY REPORT

---

**7**%

SIMILARITY INDEX

**9**%

INTERNET SOURCES

**2**%

PUBLICATIONS

**0**%

STUDENT PAPERS

---

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

13%

★ VNUA

Publication

---

## PHỤ LỤC 3: BẢNG CÂU HỎI ĐỊNH TÍNH

### 1. Đối tượng: 18 - 29 tuổi

+ Sinh viên hoặc nhân viên văn phòng, là những người đang hằng ngày thực hiện các công việc sáng tạo nội dung.

+ Số lượng dự kiến: 4 người (Nhân viên công ty, đang trải nghiệm thực tế với môi trường cùng quy trình làm việc tại đây).

+ Nội dung nghiên cứu:

STT	Câu hỏi	Tác giả gốc	Câu phát biểu nguyên gốc	Câu phát biểu chuyển ngữ/ngữ cảnh	Lý do được hỏi
<b>1</b>	Anh/chị bao nhiêu tuổi?				Đối tượng được hỏi sẽ từ 18 - 29 tuổi, việc hỏi tuổi chính xác có thể giúp phát hiện ra một vấn đề mới, từ đó có thể phân loại nhóm đối tượng này thành những nhánh nhỏ hơn. Ví dụ ở những giai đoạn khác nhau, con người sẽ có suy



					nghĩ và hành động khác nhau.
2	Công cụ tìm kiếm mà anh/chị thường sử dụng?				Kiểm chứng mức độ phổ biến của Google để đề xuất việc tập trung đầu tư, đẩy mạnh Content Website cho trang danhgiaXe.com.
3	Điều gì khiến anh/chị quan tâm đến một bài viết cụ thể đối với giao diện website? (Tiêu đề thu hút/Tiêu đề liên quan đến từ khóa cần tìm/Nội dung chính xác, sáng	Christos Ziakis, Maro Vlachopoulou, Theodosios Kyrkoudis và Makrina Karagkiozidou	In order to accomplish the study, we researched several scientific databases to find articles about SEO. The keyword used in our research is “Search Engine Optimization”. To choose the most relevant articles, we	Các yếu tố bao gồm trong SEO được 4 thành viên từ Đại học Macedonia tìm hiểu, chọn lọc, tổng hợp từ 23 bài nghiên cứu trước đây.	Kiểm chứng sự bám sát thực tế của lý thuyết, để biết được liệu các yếu tố SEO được đề cập trong bài nghiên cứu trước đây có thực sự ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng, và liệu còn yếu tố nào khác chưa

	<p>tạo/Hình ảnh thứ vị, sắc nét/Giao diện web thân thiện/Câu văn trau chuốt, tách đoạn rõ ràng,...)</p>		<p>searched academic papers using the PRISMA methodology [2] as shown on Figure 1 on the digital libraries of (i) Science Direct, (ii) Springer, and (iii) IEEE Xplore during February and March of 2018. The first search resulted in almost 1010 citations. By applying the PRISMA methodology we retrieved 125 articles after title and abstract screening and used 23 articles as the base for</p>	<p>được khai thác hay không.</p>
--	---	--	--	--------------------------------------

			<p>the literature review.</p> <p>Through the literature review we found that the factors as shown on Table 1 impact the ranking of websites in search engine indexes.</p>		
4	Công việc sáng tạo nội dung cụ thể của anh/chị là gì?				Kiểm chứng xem liệu tính chất công việc sáng tạo nội dung khác nhau có ảnh hưởng đến các yếu tố giúp tăng hiệu quả công việc.
5	Theo anh/chị, những yếu tố nào tác động	Yunita Fajar Sari, Rukun Santoso, Erwin	Based on some of the above definitions, it can be concluded that	Hiệu suất là kết quả của công việc mà ai đó có thể	Khám phá những yếu tố tác động đến hiệu quả công việc theo

	<p>nhiều đến hiệu quả công việc? (Quy trình rõ ràng, nhanh chóng/Có sự hợp tác giữa các nhân viên/Giao diện làm việc tối ưu/Chính sách thưởng phạt rõ ràng/Nhân viên có kiến thức và chuyên môn,...)</p>	<p>Permana, Wiwin, Ratih Ayu S</p>	<p>performance is the result of work that can be achieved by someone to complete the tasks assigned to him based on his skills, experience, sincerity, and time. In assess the performance of an employee, various aspects of the assessment are needed including knowledge of work, leadership initiative, quality of work, cooperation, decision making, creativity, reliability, planning, communication,</p>	<p>đạt được để hoàn thành nhiệm vụ được giao, dựa trên kỹ năng, kinh nghiệm, sự chân thành và thời gian của người đó. Để đánh giá hiệu suất của một nhân viên, cần có nhiều khía cạnh khác nhau bao gồm kiến thức về công việc, sáng kiến của lãnh đạo, chất lượng công việc, hợp tác, ra quyết định, tính sáng tạo, độ tin cậy, lập kế hoạch, giao tiếp, thông minh, giải</p>	<p>suy nghĩ của người được phỏng vấn.</p>
--	--	------------------------------------	--	--	---

			<p>intelligence, problem-solving, delegation, attitude, motivational effort, and organization (Ogunmokun et al., 2020; Permana et al., 2019). Based on this explanation, this study proposes three research hypotheses, namely:</p> <p>H1 = Work discipline affects performance</p> <p>H2 = Occupational Safety and Health (K3) affects performance</p>	<p>quyết vấn đề, ủy quyền, thái độ, nỗ lực tạo động lực và tổ chức (Ogunmokun và cộng sự, 2020; Permana và cộng sự, 2019).</p> <p>Dựa trên giải thích này, nghiên cứu này đề xuất ba giả thuyết nghiên cứu, đó là:</p> <p>H1 = Kỷ luật làm việc ảnh hưởng đến hiệu suất</p> <p>H2 = An toàn vệ sinh lao động (K3) ảnh</p>	
--	--	--	---	---	--

			<p>H3 = Work discipline and (K3) simultaneously affect performanc</p>	<p>hưởng đến hiệu suất H3 = Kỷ luật làm việc và (K3) đồng thời ảnh hưởng đến hiệu suất</p>	
6	<p>Công ty anh/chị đang làm hiện tại đã đáp ứng được hết những yếu tố đó nhằm đảm bảo hiệu quả công việc cho nhân viên chưa? Nếu chưa thì anh/chị có mong muốn cải thiện vấn đề nào không?</p>				<p>Kiểm chứng mức độ hài lòng của đáp viên về việc đảm bảo hiệu quả công việc cho nhân viên tại công ty đang làm việc.</p>

**2. Đối tượng: 30 - 45 tuổi**

+ Đang sở hữu hoặc dự định sở hữu một chiếc xe ô tô.

+ Số lượng dự kiến: 4 người

+ Nội dung nghiên cứu:

<b>STT</b>	<b>Câu hỏi</b>	<b>Tác giả gốc</b>	<b>Câu phát biểu nguyên gốc</b>	<b>Câu phát biểu chuyển ngữ/ngữ cảnh</b>	<b>Lý do được hỏi</b>
<b>1</b>	Anh/chị bao nhiêu tuổi?				Đối tượng được hỏi sẽ từ 30 - 45 tuổi, việc hỏi tuổi chính xác có thể giúp phát hiện ra một vấn đề mới, từ đó có thể phân loại nhóm đối tượng này thành những nhánh nhỏ hơn. Ví dụ ở những giai đoạn khác nhau, con người sẽ có suy nghĩ và hành động khác nhau.

2	<p>Anh/chị thường có thường tìm kiếm các thông tin về ô tô không?</p> <p>Nếu có thì anh/chị tìm cho mục đích hiểu biết đơn thuần, hay chỉ khi có nhu cầu mua xe mới?</p>				<p>Kiểm chứng mức độ thường xuyên trong việc tìm kiếm thông tin về ô tô của đáp viên.</p> <p>Kiểm chứng loại thông tin mà khách hàng quan tâm.</p>
3	<p>Anh/chị thường tìm kiếm thông tin trên nền tảng nào? (Google, Youtube, Facebook,...)</p>				<p>Kiểm chứng mức độ phổ biến của Google để đề xuất việc tập trung đầu tư, đẩy mạnh Content Website cho trang danhgiaxe.com.</p>
4	<p>Một số trang tin ô tô nổi bật</p>				<p>Xem xét sự phổ biến của trang danhgiaXe.com</p>



	mà anh/chị biết đến?				và một số đối thủ mà danhgiaXe cần chú ý.
<b>5</b>	Trang tin ô tô anh/chị đang theo dõi?				Xem xét sự phổ biến của trang danhgiaXe.com và một số đối thủ mà danhgiaXe cần chú ý.
<b>6</b>	Dòng xe anh/chị quan tâm/yêu thích?				Tìm hiểu về dòng xe được quan tâm nhiều nhất để tập trung nội dung vào.
<b>7</b>	Trong giai đoạn nào của quy trình mua hàng, từ lúc nhận thức, xem xét, quyết định, mua hàng đến sử dụng, đánh giá, anh/chị có				Khám phá giai đoạn mà khách hàng cần nhiều thông tin từ nguồn ngoài nhất để tập trung nội dung vào.

	nhu cầu tìm kiếm cao nhất, nội dung cụ thể là gì?				
8	Điều gì khiến anh/chị quan tâm đến một bài viết cụ thể đối với giao diện website? (Tiêu đề thu hút/Tiêu đề liên quan đến từ khóa cần tìm/Nội dung chính xác, sáng tạo/Hình ảnh thú vị, sắc nét/Giao diện web thân thiện/Câu văn trau chuốt, tách đoạn rõ ràng,...)	Christos Ziakis, Maro Vlachopoulou, Theodosios Kyrkoudis và Makrina Karagkiozidou	In order to accomplish the study, we researched several scientific databases to find articles about SEO. The keyword used in our research is “Search Engine Optimization”. To choose the most relevant articles, we searched academic papers using the PRISMA methodology [2] as shown on Figure 1 on the digital libraries of (i) Science Direct, (ii) Springer, and (iii) IEEE Xplore during February and March	Các yếu tố bao gồm trong SEO được 4 thành viên từ Đại học Macedonia tìm hiểu, chọn lọc, tổng hợp từ 23 bài nghiên cứu trước đây.	Kiểm chứng sự bám sát thực tế của lý thuyết, để biết được liệu các yếu tố SEO được đề cập trong bài nghiên cứu trước đây có thực sự ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng, và liệu còn yếu tố nào khác chưa được khai thác hay không.

			<p>of 2018. The first search resulted in almost 1010 citations. By applying the PRISMA methodology we retrieved 125 articles after title and abstract screening and used 23 articles as the base for the literature review.</p> <p>Through the literature review we found that the factors as shown on Table 1 impact the ranking of websites in search engine indexes</p>		
--	--	--	--	--	--

## PHỤ LỤC 4: BẢNG CÂU HỎI ĐỊNH LƯỢNG

### 1. Đối tượng: 18 - 29 tuổi

+ Nội dung nghiên cứu: Khai thác chuyên sâu vào sự phổ biến của Content Website, những ý kiến cho một bài viết thu hút cùng quy trình sáng tạo và làm việc hiệu quả.

+ Bảng câu hỏi:

STT	Câu hỏi	Thang đo
1	Độ tuổi của anh chị? <ul style="list-style-type: none"> <li>• 18 - 22 tuổi</li> <li>• 22 - 25 tuổi</li> <li>• 26 - 29 tuổi</li> </ul>	Thang đo khoảng
2	Công cụ tìm kiếm anh/chị thường sử dụng? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Google</li> <li>• Cốc Cốc</li> <li>• Microsoft Bing</li> <li>• Yahoo</li> <li>• Zing Search</li> </ul>	Thang đo định danh

3	<p>Hãy cho biết tầm quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của anh/chị đối với một website (1 - rất không quan trọng, 2 - không quan trọng, 3 - bình thường, 4 - quan trọng, 5 - rất quan trọng).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiêu đề thu hút</li> <li>• Thẻ heading chia bố cục rõ ràng</li> <li>• Nội dung chất lượng, độc đáo</li> <li>• Nội dung quá ngắn (dưới 300 từ) hoặc quá dài (trên 2.000 từ)</li> <li>• Hình ảnh thú vị, sắc nét</li> <li>• Được đính kèm video</li> <li>• Được chèn thêm các liên kết hữu ích khác có liên quan</li> <li>• Bố cục hợp lý, giao diện thân thiện</li> </ul>	Thang đo Likert 5 điểm
---	--	------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có giao diện dành cho điện thoại</li> <li>• Có liên kết đến các trang mạng xã hội khác của thương hiệu đó (Facebook, Youtube, Instagram)</li> <li>• Tốc độ phản hồi của website</li> <li>• Website thường gặp lỗi không phản hồi</li> </ul>	
4	<p>Anh/chị đang hoặc đã từng làm công việc sáng tạo nội dung chưa?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Đã từng</li> <li>• Đang làm</li> <li>• Chưa từng</li> </ul>	Thang đo định danh
5	<p>Hãy cho biết mức độ đồng ý của anh/chị với các ý kiến về những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả công việc (1 - rất không đồng ý, 2 - không đồng ý, 3 - trung lập, 4 - đồng ý, 5 - rất đồng ý).</p> <p><b>Kỷ luật:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Đề ra mục tiêu khả thi</li> </ul>	Thang đo Likert 5 điểm

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Quy trình làm việc rõ ràng, nhanh chóng</li><li>• Leader gương mẫu</li><li>• Chính sách phúc lợi quan tâm đến nhân viên</li><li>• Sự công bằng giữa các nhân viên</li><li>• Kiểm soát chặt chẽ</li><li>• Răn đe nếu sai phạm</li><li>• Kỷ luật nghiêm khắc</li></ul> <p><b>An toàn và sức khỏe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Môi trường làm việc sạch sẽ</li><li>• Thiết bị làm việc tron tru và an toàn</li></ul> <p><b>Hiệu suất của nhân viên:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nhân viên trung thành, nhiệt huyết với công việc</li><li>• Nhân viên có được thành tựu để tự hào và động lực để cố gắng</li><li>• Tuân thủ nguyên tắc, làm việc đúng giờ</li><li>• Nhân viên có nhiều ý tưởng sáng tạo để đáp ứng tiến độ công việc</li></ul>	
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có sự hợp tác, hỗ trợ giữa các đồng nghiệp</li> <li>• Nhân viên có kiến thức, kỹ năng chuyên môn cao</li> <li>• Nhân viên có trách nhiệm với công việc</li> </ul>	
--	--	--

## 2. Đối tượng: 30 - 45 tuổi

+ Nội dung nghiên cứu: Khai thác chuyên sâu vào sự phổ biến của Content Website, những ý kiến cho một bài viết thu hút và thông tin ô tô mà tệp khách hàng này quan tâm.

+ Bảng câu hỏi:

STT	Câu hỏi	Thang đo
1	Độ tuổi của anh chị? <ul style="list-style-type: none"> <li>• 30 - 35 tuổi</li> <li>• 36 - 40 tuổi</li> <li>• 41 - 45 tuổi</li> </ul>	Thang đo khoảng
2	Công cụ tìm kiếm anh/chị thường sử dụng? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Google</li> <li>• Cốc Cốc</li> <li>• Microsoft Bing</li> </ul>	Thang đo định danh



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yahoo</li> <li>• Zing Search</li> </ul>	
3	<p>Anh/chị biết đến những trang tin ô tô nào dưới đây?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• danhgiaXe.com</li> <li>• Danchoioto.com</li> <li>• Bonbanh.com</li> <li>• oto.com.vn</li> <li>• muaxegiatot.vn</li> <li>• dailymuabanxe.net</li> <li>• giaxeoto.vn</li> <li>• tinxe.vn</li> <li>• Khác (Vui lòng điền vào bên dưới)</li> </ul>	Thang đo định danh
4	<p>Thương hiệu xe anh/chị quan tâm/yêu thích?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toyota</li> <li>• Kia</li> <li>• Hyundai</li> <li>• Mazda</li> <li>• Ford</li> <li>• Honda</li> <li>• Mitsubishi</li> <li>• Vinfast</li> <li>• Mercedes-Benz</li> <li>• Audi</li> </ul>	Thang đo định danh

5	<p>Trong giai đoạn nào của quy trình mua hàng, anh/chị có nhu cầu tìm kiếm cao nhất?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nhận thức nhu cầu</li> <li>• Xem xét</li> <li>• Ra quyết định</li> <li>• Mua hàng</li> <li>• Sử dụng</li> <li>• Đánh giá sau khi sử dụng</li> </ul>	Thang đo định danh
6	<p>Nội dung anh chị thường tìm kiếm về ô tô là gì?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài đánh giá</li> <li>• Người dùng đánh giá</li> <li>• Giá &amp; khuyến mãi xe ô tô</li> <li>• Showroom ô tô</li> <li>• So sánh xe ô tô</li> <li>• Tổng hợp giá lăn bánh</li> <li>• Tin xe trong nước</li> <li>• Bảo hiểm ô tô</li> <li>• Phụ kiện &amp; Đồ chơi ô tô</li> <li>• Tư vấn mua xe</li> </ul>	Thang đo định danh
7	<p>Hãy cho biết tầm quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm của anh/chị đối với một website (1 - rất không quan trọng, 2 - không quan trọng, 3 - bình thường, 4 - quan trọng, 5 - rất quan trọng).</p>	Thang đo Likert 5 điểm

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiêu đề thu hút</li><li>• Thẻ heading chia bố cục rõ ràng</li><li>• Nội dung chất lượng, độc đáo</li><li>• Nội dung quá ngắn (dưới 300 từ) hoặc quá dài (trên 2.000 từ)</li><li>• Hình ảnh thú vị, sắc nét</li><li>• Được đính kèm video</li><li>• Được chèn thêm các liên kết hữu ích khác có liên quan</li><li>• Bố cục hợp lý, giao diện thân thiện</li><li>• Có giao diện dành cho điện thoại</li><li>• Có liên kết đến các trang mạng xã hội khác của thương hiệu đó (Facebook, Youtube, Instagram)</li><li>• Tốc độ phản hồi của website</li><li>• Website thường gặp lỗi không phản hồi</li></ul>	
--	--	--

## **PHỤ LỤC 5: LINK MINH CHỨNG**

**Link hình ảnh các cá nhân/hội/nhóm gửi khảo sát/File ghi âm khảo sát/Form định lượng:**

[https://drive.google.com/drive/folders/1QlhuAsIUxXGLOUCSxi\\_9TYPxDtpiQICC?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1QlhuAsIUxXGLOUCSxi_9TYPxDtpiQICC?usp=sharing)