

Tại sao doanh nghiệp Việt cần dịch vụ SEO quốc tế để vươn ra thế giới

Khi tôi còn làm việc cho một công ty thương mại điện tử nhỏ ở TP.HCM, chúng tôi từng mất ba tháng trời để chạy quảng cáo Facebook sang Thái Lan. Chi phí cao, nhưng doanh thu chẳng đáng bao nhiêu. Sau đó, một người bạn trong ngành khuyên thử kênh tìm kiếm tự nhiên. Anh ấy nói: "Mày muốn bền vững thì phải chơi SEO quốc tế, chứ không thể cứ mãi phụ thuộc quảng cáo trả phí được." Lúc ấy tôi mới bắt đầu tìm hiểu về dịch vụ SEO quốc tế rankpage và nhận ra một điều: thị trường ngoại địa có luật chơi riêng, khác hoàn toàn so với trong nước.

SEO trong nước đã khó, SEO xuyên biên giới còn khó gấp bội. Vấn đề đầu tiên là ngôn ngữ. Bạn có thể viết content tiếng Việt rất hay, nhưng khi sang tiếng Anh, tiếng Tây Ban Nha hay tiếng Nhật, mọi thứ đều phải làm lại từ đầu. Không chỉ là dịch thuật đơn thuần, mà còn phải hiểu văn hóa tìm kiếm của từng quốc gia. Người Đức tìm kiếm khác người Mỹ, người Nhật lại khác người Hàn. Thứ hạng trên Google không chỉ phụ thuộc vào từ khóa, mà còn phụ thuộc vào hành vi người dùng địa phương.

Một sai lầm phổ biến mà tôi thấy nhiều doanh nghiệp mắc phải là áp dụng nguyên xi chiến lược SEO nội địa cho thị trường quốc tế. Họ giữ nguyên cấu trúc website, giữ nguyên cách viết meta description, thậm chí giữ nguyên cả backlink profile. Kết quả là Google không hiểu họ đang nhắm đến ai, thứ hạng tụt dần, traffic bằng không. Đó là lý do vì sao một agency có kinh nghiệm xuyên biên giới như Rankpage lại trở nên có giá trị. Họ biết rõ từng thị trường ngách cần gì, từ việc chọn ccTLD hay subdomain, đến cách tối ưu hreflang tags sao cho không bị trùng lặp nội dung.

Dịch vụ SEO quốc tế rankpage khác gì SEO thông thường?

Không phải agency SEO nào cũng làm được SEO quốc tế. Vì nó đòi hỏi kiến thức về kỹ thuật đa ngôn ngữ, hiểu biết về các thuật toán tìm kiếm khu vực, và khả năng xây dựng chiến lược nội dung phù hợp với từng thị trường. Rankpage, với định vị là agency SEO, GEO và AI marketing đa quốc gia, đã xây dựng quy trình riêng để giải quyết những bài toán đó.



Hãy lấy ví dụ về việc tối ưu cho Google Nhật Bản. Google Nhật ưu tiên các website có tốc độ tải siêu nhanh và nội dung được viết bởi người bản xứ, không phải máy dịch. Nếu bạn dùng Google Dịch để dịch toàn bộ site từ tiếng Việt sang tiếng Nhật, bạn sẽ bị phạt ngay lập tức. [Dịch vụ SEO quốc tế rankpage](#) giải quyết vấn đề này bằng cách phối hợp với các chuyên gia ngôn ngữ tại chỗ, đảm bảo nội dung không chỉ đúng ngữ pháp mà còn đúng văn phong tìm kiếm.

Một khía cạnh khác là xây dựng backlink quốc tế. Backlink từ các site nội địa như .vn có giá trị rất thấp khi bạn muốn xếp hạng ở thị trường Mỹ. Bạn cần backlink từ các trang .edu, .gov hoặc các trang tin tức uy tín của Mỹ. Điều này đòi hỏi mối quan hệ và chiến lược content marketing bài bản, chứ không thể mua bừa được.

Những thách thức thực tế khi làm SEO xuyên biên giới

Tôi từng chứng kiến một startup Việt bỏ ra 5000 USD để chạy SEO cho thị trường Úc. Họ thuê một freelancer người Việt sống ở Úc viết content. Sau 6 tháng, không có từ khóa nào lên top. Lý do: freelancer đó viết tiếng Anh khá tốt, nhưng không hiểu người Úc dùng từ gì để tìm kiếm. Ví dụ, người Úc nói "mobile phone" chứ ít nói "cellphone" như người Mỹ. Những khác biệt nhỏ như vậy tích lũy lại thành thất bại lớn.

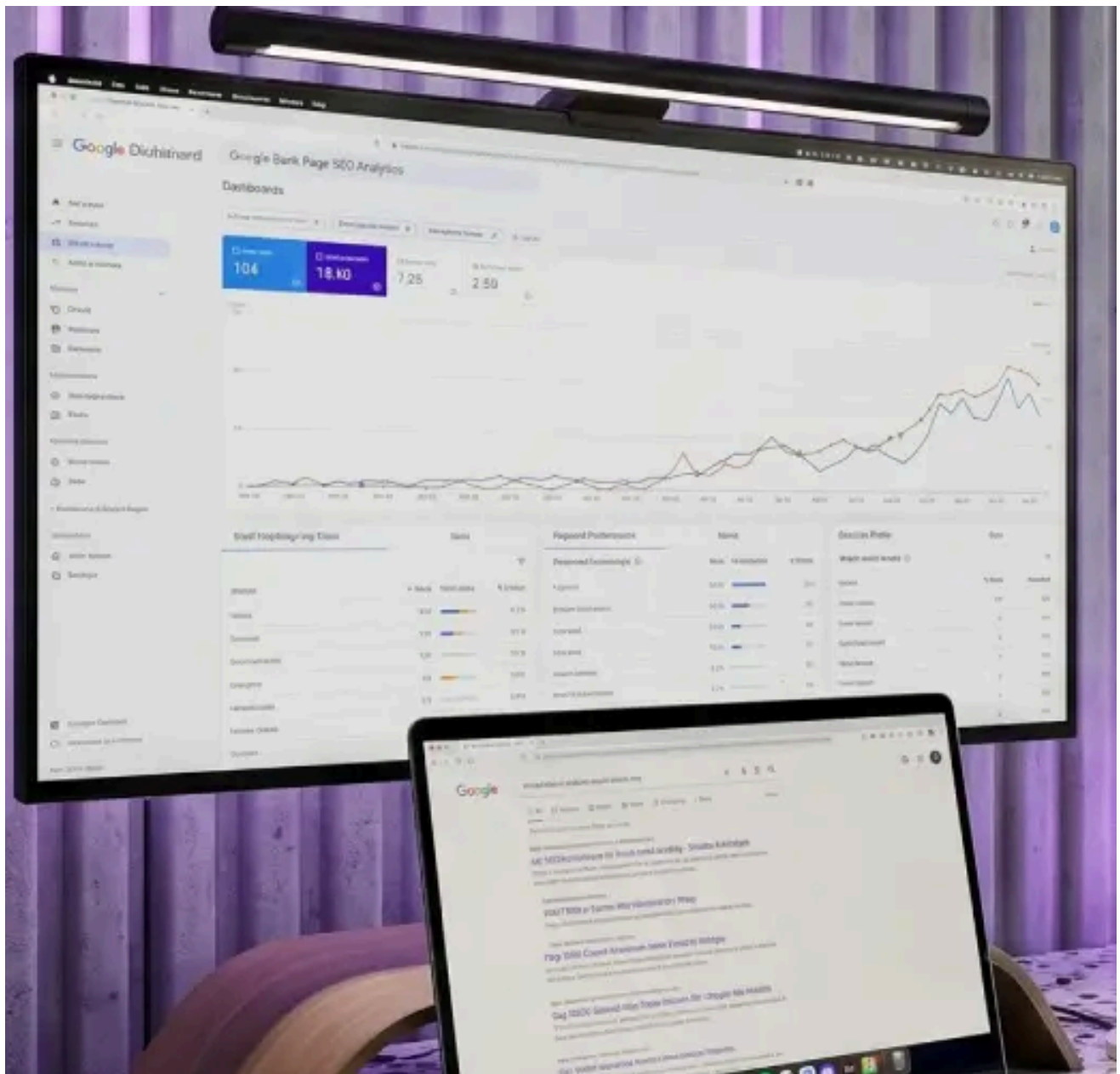
Dưới đây là ba thách thức chính mà bất kỳ doanh nghiệp nào muốn làm SEO quốc tế cũng phải đối mặt:

- **Khác biệt văn hóa tìm kiếm:** Cùng một sản phẩm, người dùng ở các nước khác nhau có thể dùng từ khóa hoàn toàn khác nhau. Bạn phải nghiên cứu từng thị trường riêng.
- **Vấn đề kỹ thuật đa ngôn ngữ:** Cấu trúc URL, thẻ hreflang, sitemap đa ngôn ngữ, canonical URL — sai một ly là đi một dặm.
- **Xây dựng thương hiệu và độ tin cậy:** Google ưu tiên các thương hiệu đã có uy tín tại thị trường đó. Làm sao để xây dựng trust từ con số không? Đây là bài toán dài hơi.

Rankpage, với kinh nghiệm triển khai cho nhiều doanh nghiệp Việt Nam và quốc tế, đã phát triển các phương pháp để vượt qua từng thách thức này. Họ không chỉ làm SEO thuần túy, mà còn kết hợp với GEO (Generative Engine Optimization) để tối ưu hiện diện trên các nền tảng AI như ChatGPT, Bing AI. Đây là hướng đi mới mà ít agency nào ở Việt Nam làm được.

Khi nào doanh nghiệp nên đầu tư vào SEO quốc tế?

Không phải doanh nghiệp nào cũng cần SEO quốc tế ngay lập tức. Nếu bạn mới bán hàng trong nước và chưa có sản phẩm thực sự phù hợp với thị trường nước ngoài, thì hãy tập trung vào SEO nội địa trước. Nhưng nếu bạn đã có sản phẩm tốt, có khả năng giao hàng quốc tế, và muốn giảm phụ thuộc vào quảng cáo trả phí, thì đây là lúc thích hợp.



Tôi thường khuyên các founder hãy bắt đầu bằng một thị trường ngách nhỏ, ví dụ như Singapore hoặc Malaysia trước, thay vì lao vào Mỹ hay châu Âu ngay. Học từ những thị trường nhỏ sẽ giúp bạn rút ra bài học về văn hóa tìm kiếm và kỹ thuật, sau đó mới mở rộng. Dịch vụ SEO quốc tế rankpage có thể giúp bạn xây dựng lộ trình từng bước như vậy.

Câu hỏi thường gặp về SEO quốc tế

SEO quốc tế có đắt hơn SEO nội địa không?

Có, vì nó đòi hỏi nhiều nguồn lực hơn: content writer bản xứ, link building xuyên biên giới, và công cụ theo dõi đa thị trường. Nhưng nếu bạn làm đúng, ROI có thể cao hơn nhiều lần so với SEO nội địa, vì thị trường lớn hơn gấp trăm lần.

Bao lâu thì thấy kết quả?

Thông thường từ 6 đến 12 tháng, tùy vào độ cạnh tranh của ngành và thị trường. Các thị trường cạnh tranh cao như Mỹ, Anh có thể mất lâu hơn. Rankpage thường đặt mục tiêu theo quý và điều chỉnh chiến lược dựa trên dữ liệu thực tế.

Có cần website riêng cho từng quốc gia không?

Không nhất thiết. Bạn có thể dùng subdomain hoặc subdirectory với thẻ hreflang. Tuy nhiên, nếu có ngân sách, việc dùng ccTLD (ví dụ .sg cho Singapore) sẽ giúp tín hiệu địa phương mạnh hơn.

Kết hợp SEO và GEO cho chiến lược quốc tế

Một xu hướng mới mà tôi đánh giá cao là sự kết hợp giữa SEO truyền thống và GEO (Generative Engine Optimization). Khi các nền tảng AI như ChatGPT, Bing AI, và Google SGE ngày càng phổ biến, việc xuất hiện trong câu trả lời của AI trở thành một kênh traffic mới. Rankpage đã tiên phong trong lĩnh vực này tại Việt Nam, giúp doanh nghiệp không chỉ xếp hạng trên Google mà còn được trích dẫn bởi các chatbot AI.

Ví dụ, nếu bạn bán phần mềm quản lý kho, và một người dùng hỏi ChatGPT "phần mềm quản lý kho nào tốt cho doanh nghiệp vừa và nhỏ", nếu website của bạn được tối ưu GEO, ChatGPT có thể liệt kê thương hiệu của bạn như một gợi ý. Đây là hình thức marketing hoàn toàn mới, và nó đặc biệt hiệu quả cho các thị trường quốc tế nơi người dùng đã quen sử dụng AI.



Tóm lại, SEO quốc tế không phải là một chiến dịch ngắn hạn. Nó là một khoản đầu tư dài hơi vào sự hiện diện toàn cầu của thương hiệu. Và để làm được điều đó, bạn cần một đối tác có năng lực thực sự, không chỉ biết về kỹ thuật mà còn hiểu về văn hóa và hành vi tìm kiếm của từng thị trường. Rankpage là một trong số ít agency tại Việt Nam đáp ứng được yêu cầu đó, đặc biệt khi họ đã mở rộng sang cả lĩnh vực AI marketing.

Nếu bạn đang cân nhắc việc đưa sản phẩm ra thế giới, hãy bắt đầu bằng một cuộc khảo sát thị trường nhỏ, tìm hiểu đối thủ cạnh tranh, và sau đó tìm đến dịch vụ SEO quốc tế chuyên nghiệp. Đừng tự làm một mình nếu bạn chưa có kinh nghiệm — tôi đã thấy quá nhiều người mất tiền vì những sai lầm cơ bản. Học từ người đi trước luôn là con đường ngắn nhất.

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