

Content marketing luôn hướng tới mục đích là tạo ra lưu lượng truy cập. Nếu bạn không thể thu hút khách truy cập vào trang web của mình, cơ hội thành công gần như bằng 0. Tuy nhiên, trong vài năm qua, đã có rất nhiều nhà tiếp thị và chủ doanh nghiệp nhỏ cố gắng tìm một con đường dễ dàng hơn để tăng traffic bằng cách sản xuất và quảng bá cái gọi là “clickbait”. Khi được sử dụng một cách khéo léo và tiết chế, clickbait có thể là một công cụ tiếp thị hiệu quả – nhưng bạn phải thực hiện thật cẩn thận.



Clickbait là gì?

Bạn đã thấy clickbait ở khắp mọi nơi, ngay cả khi bạn không phải lúc nào cũng biết về nó. Clickbait nhằm lôi kéo người dùng vào một trang web cụ thể

Nói một cách đơn giản, clickbait là một phần nội dung cố ý hứa hẹn quá mức hoặc trình bày sai sự thật, nhằm lôi kéo người dùng vào một trang web cụ thể. Clickbait thường thu hút người dùng bằng dòng tiêu đề giật gân – chẳng hạn như “bạn sẽ không tin điều này” hoặc “bạn sẽ không bao giờ đoán được điều gì xảy ra tiếp theo” – nhưng sau đó không đáp ứng được mong đợi ngầm của người dùng. Một trong những loại nội dung clickbait phổ biến là tạo ra “listicle”, tổng hợp nội dung từ các trang web khác để kéo nhiều người dùng hơn vào một trang web. Các bài viết về clickbait có xu hướng dài dưới 300 từ và thông thường không bao gồm các ý tưởng hoặc nội dung gốc. Thay vào đó, chúng là bản tóm tắt của những câu chuyện dài hơn hoặc video nhúng có thể tìm thấy ở nơi khác và khi kiểm tra không nhất thiết phải khớp với dòng tiêu đề hoặc phần dẫn tương ứng. Nhiều chủ doanh nghiệp nhỏ và đại lý tiếp thị thích sử dụng clickbait, vì đây là cách tạo lưu lượng truy cập web cực nhanh – và có thể mang đến kết quả. Các listicle cụ thể trong ngành nói riêng có thể giúp người dùng tiết kiệm rất nhiều thời gian và công sức khi cố gắng tự mình tổng hợp thông tin. Sự gia tăng lưu lượng truy cập sau đó mà nội dung này tạo ra có thể cải thiện đáng kể sự hiện diện của trang web trên công cụ tìm kiếm. Nói chung là đôi bên cùng có lợi.

Khó có thể nói rằng lưu lượng truy cập đó có trực tiếp dẫn đến tỷ lệ chuyển đổi cao hơn và tăng

doanh số bán hàng hay không. Nhưng nếu các công ty quá phụ thuộc vào clickbait, việc này thường phản tác dụng.

Tại sao nên cẩn thận khi dùng clickbait để quảng bá cho doanh nghiệp?

Cẩn thận trọng khi dùng clickbait để quảng bá cho doanh nghiệp. Rắc rối là clickbait luôn hứa hẹn quá mức, vì vậy rất có thể hầu hết khách hàng tương lai của bạn sẽ cố gắng tránh điều đó bất cứ khi nào có thể. Rốt cuộc, không ai thích cảm giác như bị lừa hoặc lãng phí thời gian của mình – và vì vậy, nếu bạn bắt đầu xuất bản hoặc quảng cáo clickbait quá thường xuyên, thương hiệu của bạn có thể bị “gắn mác” chuyên đưa thông tin có vấn đề hoặc gây lãng phí thời gian. Quan trọng hơn nữa, bạn có thể tự đánh bại mình về mặt SEO.

Xem thêm: Bộ Phim Ninja Rùa – Xem Phim Ninja Rùa Đột Biến

Các công cụ tìm kiếm như Google đưa rất nhiều tiêu chí vào những thuật toán của mình khi tạo ra các trang kết quả cho người dùng – và một trong những yếu tố đó là chất lượng của nội dung web. Cứ vài tháng một lần, Google tung ra một số bản cập nhật được thiết kế để sàng lọc các chiêu trò tăng tỷ lệ nhấp chuột, nội dung trùng lặp và tin tức giả mạo, sau đó “trừng phạt” các trang và website có liên quan đến nội dung chất lượng thấp đó, bằng cách đẩy chúng xuống sâu hơn trên những trang kết quả. Một yếu tố khác mà công cụ tìm kiếm xem xét khi xếp hạng các trang web khác nhau là tỷ lệ thoát của trang web. Nếu người dùng nhấp vào một trang, xác định nội dung đó là vô dụng và ngay lập tức “thoát” khỏi trang web mà không cần nhấp vào trang khác, Google thường xếp trang web đó có ít giá trị hơn, theo quan điểm của người dùng. Càng nhiều người dùng thoát khỏi nội dung vô nghĩa của bạn, trang web của bạn càng bị ảnh hưởng. Facebook cũng đã thực hiện các bước của riêng mình để chống lại nạn clickbait. Mùa hè năm ngoái, gã khổng lồ mạng xã hội này đã tiết lộ một bản cập nhật thuật toán mới, xác định cách thức clickbait được các công ty đăng và sau đó ngăn những bài đăng đó hiển thị trong News Feed của người dùng. Hãy ghi nhớ điều này: Bạn nên suy nghĩ kỹ trước khi host clickbait trên trang web công ty hoặc chia sẻ nó trên mạng xã hội. Khi được sử dụng một cách tiết chế và sáng tạo, nó có thể tạo ra lưu lượng truy cập tích cực, thúc đẩy sự hiện diện trực tuyến của doanh nghiệp. Nhưng phụ thuộc quá nhiều vào clickbait cũng là một cách chắc chắn gây hại cho kế hoạch SEO của bạn, làm mất đi những người theo dõi trên mạng xã hội và niềm tin vào thương hiệu của bạn. Vì vậy, bạn thực sự nên cẩn trọng.

Tại sao việc tương tác trên mạng xã hội lại quan trọng đối với SEO? Disavow link là gì? Cách từ chối một backlink Voice SEO là gì? Negative SEO là gì?

The post [Clickbait Nghĩa Là Gì ? Tại Sao Bạn Nên Cẩn Thận Khi Sử Dụng Clickbait?](#) appeared first on [WEBBANCA](#).

via WEBBANCA

<https://webbanca.top/clickbait-nghia-la-gi-tai-sao-ban-nen-can-than-khi-su-dung-clickbait>