

KẾ HOẠCH THIẾT KẾ · PHIÊN BẢN 1.0 · 10.2026

Website bán hàng mới cho *Hoà Phát Smart*.

Thiết kế lại batchenang24h.com theo hướng mobile-first, tối ưu chuyển đổi và SEO với Rank Math — đi kèm 3 phương án giao diện để duyệt trước khi build.

78

SẢN PHẨM HIỆN CÓ

44%

SẢN PHẨM “GIÁ LIÊN HỆ”

15

TRANG KHU VỰC CẦN TÁI CẤU TRÚC

8

TUẦN ĐỂ LAUNCH

Chuẩn bị cho: Hoà Phát Smart Việt Nam · MST 038085004310

WordPress · WooCommerce · Rank Math SEO

Mục lục

00	Tóm tắt điều hành	01	Hiện trạng & audit
02	Mục tiêu & KPI	03	Khách hàng & hành trình
04	Kiến trúc thông tin	05	Ba phương án thiết kế
06	Design system	07	Template chi tiết
08	Tính năng bán hàng	09	SEO 2026 với Rank Math
10	Hiệu năng & kỹ thuật	11	Lộ trình 8 tuần
12	QA & launch	13	Rủi ro & câu hỏi
A	Phụ lục kỹ thuật		

00 Tóm tắt điều hành

Website hiện tại đã có nền tảng đúng (WordPress + WooCommerce + Rank Math), nhưng đang trình bày 78 sản phẩm như một danh mục hàng hoá thông thường. Trong khi đó, phần lớn giá trị của Hoà Phát nằm ở dịch vụ may đo, khảo sát và thi công tại chỗ – những thứ giao diện cũ chưa kể được.

Đề xuất trong một câu: chọn Phương án 2 – Chuẩn Kỹ Thuật làm nền, giữ nhịp ảnh lớn và chữ serif của Phương án 1 cho phần câu chuyện xưởng, giữ thanh Zalo và app bar của Phương án 3 cho mobile. Mục tiêu không phải “đẹp hơn”, mà là biến người xem thành yêu cầu báo giá đủ thông tin.

— 5 việc phải làm cùng lúc với giao diện

- 1. Thêm H1 và cấu trúc heading cho trang chủ, danh mục, sản phẩm – hiện trạng chủ không có H1.
- 2. Tái cấu trúc 15 trang quận thành landing page có nội dung riêng, thay vì 15 archive chứa 16–36 sản phẩm trùng nhau.
- 3. Tạo luồng báo giá cho 34/78 sản phẩm “Giá liên hệ”: form + ảnh + số đo + Zalo + SLA 2 giờ.
- 4. Thống nhất NAP (một hotline chính, một địa chỉ chuẩn) và bật LocalBusiness schema.
- 5. Đo lường ngay từ ngày đầu: GA4 events, Search Console, Google Business Profile, Meta Pixel có consent.

— KPI 90 ngày đề xuất

CHỈ SỐ	BASELINE	MỤC TIÊU 90 NGÀY	CÁCH ĐO
Yêu cầu báo giá đủ SĐT + nhu cầu	Cần đo tuần 0	×2	Form + Zalo + call tracking
Tỷ lệ chuyển đổi visit → quote	Cần đo	≥ 3%	GA4
Organic sessions	GSC	+30%	GSC / GA4
Từ khoá vào top 10	Rank Math / GSC	15 từ khoá	GSC
Cuộc gọi từ Google Business	GBP	+40%	GBP Insights
LCP mobile (p75)	Cần đo	≤ 2,5s	CrUX / PageSpeed
INP / CLS	Cần đo	≤ 200ms / ≤ 0,1	CrUX
URL chuẩn được index	GSC	≥ 95%	GSC

Lưu ý: các mục tiêu tương đối chỉ có nghĩa sau khi có baseline. Tuần 0 dành 2 ngày để gắn tracking và đo hiện trạng trước khi launch.

01 Hiện trạng & audit

Số liệu lấy trực tiếp từ website đang chạy ngày 18.10.2026. Mục đích là phân biệt “vấn đề giao diện” với “vấn đề dữ liệu/cấu trúc” – vì đổi giao diện mà giữ nguyên dữ liệu thì không giải quyết được gì.

Dữ liệu nền

Nền tảng	WordPress, theme Flatsome 3.20.5, WooCommerce, Rank Math SEO; PHP 8.x
Sản phẩm	78 sản phẩm, 100% là simple product; 34 sản phẩm (43,6%) để “Giá liên hệ”; giá có sẵn từ 180.000đ đến 11.280.000đ
Danh mục	4 nhóm chính, 14 danh mục con; 15 trang “Thi công theo khu vực” (mỗi trang 16–36 sản phẩm)
Đánh giá	0 review trên toàn bộ sản phẩm (Store API); chưa có review schema
Nội dung	2 bài viết công khai, 11 page (gồm giỏ hàng, thanh toán, tài khoản)
Trang chủ	Không có H1 (chỉ h2/h3); 1 khối JSON-LD Organization/WebSite/WebPage; 10 file CSS, 17 script; 61 ảnh JPG, 10 WebP, 4 PNG
Product schema	Có Product + Breadcrumb, nhưng không có offers, brand, sku, aggregateRating trên sản phẩm kiểm tra
NAP	2 hotline (0971 916 788 và 0375 687 123), 2 cách ghi địa chỉ (Đại Mỗ / Trung Văn)

10 vấn đề ưu tiên

#	VẤN ĐỀ	BẰNG CHỨNG	TÁC ĐỘNG	ƯU TIÊN
1	Trang chủ thiếu H1	Chỉ có h2/h3; tiêu đề nằm trong hình/div	Google khó hiểu chủ đề, mất cơ hội sitelink	Cao
2	15 trang quận trùng lặp	16–36 sản phẩm/trang, phần lớn sản phẩm bị gán vào nhiều quận	Nội dung mỏng, cannibalize từ khoá địa phương	Cao
3	44% sản phẩm “Giá liên hệ”	34/78 sản phẩm không có giá	Mất khách so sánh giá; không đo được chuyển đổi	Cao
4	Product schema thiếu offers	Product JSON-LD không có offers/brand/sku	Rich result kém, Google Shopping không nhận	Cao
5	NAP không nhất quán	2 hotline, 2 địa chỉ	Local SEO và Google Business bị phân tán	Cao
6	Không có luồng báo giá	Chỉ hotline/Zalo; không form, không dự toán	Mất lead ngoài giờ, thiếu thông tin để báo giá	Cao
7	0 đánh giá	Store API trả review_count = 0	Thiếu E-E-A-T và bằng chứng xã hội	Trung bình
8	Chỉ 2 bài viết	Post API trả 2 bài	Thiếu nội dung nuôi SEO và AI Overview	Trung bình
9	Tải nặng, ảnh chưa tối ưu	10 CSS, 17 JS, 61 JPG trên trang chủ	Ảnh hưởng LCP/INP, đặc biệt mobile	Trung bình
10	Menu/footer quá tải	15 link khu vực ở footer + menu 3 cấp	Rối mobile, loãng internal link	Trung bình

— Quick wins 2 tuần đầu

SEO & nội dung

- Thêm H1, sửa hierarchy heading toàn site.
- Viết lại title/meta cho 78 sản phẩm và 15 trang quận.
- Bật LocalBusiness + FAQPage schema; bổ sung offers cho sản phẩm có giá.
- Chuẩn hoá NAP, chọn 1 hotline chính.

Chuyển đổi & đo lường

- Gắn GA4 events: call, Zalo, quote, add_to_cart.
- Form báo giá 4 trường + upload ảnh, gửi Zalo/email.
- Thu 20 review thật (Zalo/Google) trước launch.
- Nén ảnh WebP, preload hero, giảm script.

02 Mục tiêu & KPI

Một website bán hàng có 3 lớp mục tiêu: kinh doanh, marketing và kỹ thuật. Nếu chỉ đo “lượng truy cập” thì không biết giao diện mới có hiệu quả hay không.

Ba lớp mục tiêu

LỚP	MỤC TIÊU	CHỈ SỐ CHÍNH
Kinh doanh	Tăng yêu cầu khảo sát/báo giá; tăng đơn hàng có sẵn; giảm thời gian trả lời	Quote/tháng, tỷ lệ chốt, AOV, thời gian phản hồi đầu tiên
Marketing	Tăng hiện diện Google/Maps/Facebook/Zalo; tăng niềm tin	Organic sessions, top 10 keywords, GBP calls, CVR, review count
Kỹ thuật	Nhanh, ổn định, dễ bảo trì, an toàn	LCP, INP, CLS, index coverage, uptime, lỗi 404

North-star metric: số yêu cầu báo giá đủ thông tin (có SĐT + nhu cầu + khu vực, lý tưởng là có ảnh/số đo) mỗi tuần. Đây là chỉ số dẫn dắt doanh thu cho cả hàng có sẵn và hàng may đo.

KPI theo giai đoạn

GIẢI ĐOẠN	TRỌNG TÂM	KPI
30 ngày đầu	Hoàn thiện tracking, sửa quick wins, ổn định tốc độ	100% event hoạt động; LCP ≤ 3s; 0 lỗi 404 mới; 10 review
60 ngày	Tăng trưởng nội dung & local	+15% organic; 8 từ khoá top 10; 5 trang quận mới được index
90 ngày	Tối ưu chuyển đổi	×2 quote; CVR ≥ 3%; +30% organic; 15 từ khoá top 10

03 Khách hàng & hành trình

Sản phẩm của Hoà Phát không phải “một tấm bạt”. Khách mua một giải pháp che cho đúng vị trí, đúng khổ, được đo và lắp bởi người chịu trách nhiệm. Giao diện phải bán được niềm tin đó.

4 nhóm khách chính

NHÓM	NHU CẦU	ĐIỀU HỢ SỢ	KÊNH & CTA
Chủ nhà phố / chung cư 35-55 tuổi	Che ban công, cửa sổ, sân thượng; thẩm mỹ, bền, bảo hành	Làm xong bị chùng, dột, phát sinh; thợ không quay lại	Mobile, Zalo; CTA “Đặt khảo sát”
Chủ quán cafe / nhà hàng 28-45 tuổi	Che sân, mặt tiền; thi công nhanh, không ảnh hưởng kinh doanh; giá theo m²	Mất khách trong lúc thi công; bạt bạc màu	Facebook/Google; CTA “Báo giá trong 2 giờ”
Trường học / BQL 30-50 tuổi	Che sân, nhà đa năng, lưới an toàn; hồ sơ, hoá đơn, tiến độ	Không đủ pháp lý; thi công ảnh hưởng học sinh	Google, giới thiệu; CTA “Gửi yêu cầu khảo sát”
Nhà thầu / đại lý	Báo giá sỉ, tiến độ, mẫu sẵn	Chậm tiến độ, giá không ổn định	Hotline/Zalo; CTA “Liên hệ hợp tác”

Hành trình 5 bước

BƯỚC	CÂU HỎI TRONG ĐẦU KHÁCH	NỘI DUNG/GIAO DIỆN TRẢ LỜI	CTA
1. Nhận biết	“Có ai làm gần đây không?”	Công trình theo quận, ảnh thật, Google review, bài viết địa phương	Xem công trình
2. Tìm hiểu	“Loại nào hợp ban công/quán cafe?”	So sánh bạt xếp – mái hiên – bạt cuốn; tiêu chí chọn	Xem so sánh
3. Định giá	“Khoảng bao nhiêu tiền?”	Bảng giá, dự toán m², giá từ, ví dụ công trình	Tính dự toán
4. Liên hệ	“Gọi ai, bao lâu được trả lời?”	Form 4 trường, Zalo, hotline, cam kết 2 giờ	Gửi ảnh / gọi
5. Sau bán	“Có bảo hành không?”	Hồ sơ bảo hành, tra cứu đơn, nhắc bảo trì, xin review	Tra cứu / đánh giá

Nguyên tắc CTA: hàng có sẵn (44 sản phẩm) → Thêm vào giỏ; hàng may đo (34 sản phẩm) → Nhận báo giá; công trình lớn → Đặt khảo sát. Không dùng một CTA duy nhất cho mọi loại sản phẩm.

04 Kiến trúc *thông tin*

Cấu trúc mới tách rõ 3 loại nội dung: sản phẩm (mua/báo giá), công trình (bằng chứng) và khu vực (local SEO). Đây là thay đổi quan trọng nhất về SEO, còn giao diện chỉ là lớp trình bày.

Sitemap đề xuất

Trang chủ
└ Sản phẩm
└ Bạt che nắng mưa
└ Bạt xếp lớp
└ Mái hiên di động
└ Bạt cuốn
└ Bạt che bể bơi
└ Bạt che quán cafe
└ Cửa chống muỗi & rèm tổ ong
└ Giàn phơi thông minh
└ Lưới an toàn
└ Sản phẩm khác
└ Công trình (case study)
└ Dịch vụ thi công
└ Quy trình & bảo hành
└ 15 trang khu vực (landing page)
└ Bảng giá
└ Cẩm nang (blog)
└ Về Hoà Phát (xưởng, đội ngũ, E-E-A-T)
└ Liên hệ
└ Chính sách (bảo hành, vận chuyển, thanh toán, đổi trả, bảo mật)

Quy ước URL

LOẠI	URL MẪU	GHI CHÚ
Sản phẩm	/san-pham/bat-mai-hien-di-dong-inox/	Giữ slug cũ nếu có thể; bỏ ngày trong permalink bài viết
Danh mục	/san-pham/bat-che-nang-mua/	Chỉ 1 cấp danh mục; tránh URL quá dài
Khu vực	/thi-cong/bat-che-nang-mua-cau-giay/	Landing page, không phải archive sản phẩm
Công trình	/cong-trinh/mai-xep-quan-cafe-cau-giay/	Mỗi công trình 1 URL, ảnh thật, thông số
Bảng giá	/bang-gia/	Cập nhật theo quý, có ngày hiệu lực
Cẩm nang	/cam-nang/chon-bat-che-nang-mua/	Cluster theo chủ đề, không dùng ngày

Tái cấu trúc 15 trang quận

Hiện tại mỗi quận là một `product_cat` chứa 16–36 sản phẩm gần như giống nhau. Cách làm này tạo ra 15 trang mỏng, trùng lặp và dễ bị xem là doorway page. Hướng mới:

- Chuyển thành **landing page** (Page hoặc CPT `khu_vuc`) với nội dung riêng 800–1.200 từ.
- Mỗi trang có: H1 riêng, đặc điểm khu vực, 3–5 công trình thật, dịch vụ phù hợp, khoảng giá, quy trình, FAQ 5 câu, bản đồ, NAP, review thật.
- Không gán toàn bộ 78 sản phẩm vào mọi quận. Dùng block “sản phẩm phù hợp” chọn tay 6–8 sản phẩm.
- Internal link: khu vực → 2–3 sản phẩm chính; sản phẩm → 1–2 khu vực tiêu biểu; không spam link chéo.
- Nếu đổi URL: 301 từ category cũ sang page mới; cập nhật sitemap; theo dõi 404 trong 30 ngày.

- Nếu muốn giữ 15 URL cũ: giữ slug, thay toàn bộ nội dung archive bằng landing page; canonical self.

Quyết định cần chốt: giữ 15 trang quận hay gộp thành 5–7 cụm (nội thành, phía Tây, phía Nam, phía Bắc, ngoại thành)? Với 78 sản phẩm và đội thi công hiện tại, tôi khuyên giữ 15 trang nhưng chỉ 5–7 trang được đầu tư nội dung mạnh trước, các trang còn lại ở mức cơ bản và mở rộng dần.

— Quy tắc internal link

- Mỗi trang sản phẩm có 3–5 link nội bộ: danh mục cha, 2 sản phẩm liên quan, 1 công trình, 1 bài cẩm nang.
- Mỗi bài cẩm nang link về 2–3 sản phẩm và 1 trang khu vực; anchor mô tả, không nhồi exact match.
- Footer chỉ giữ 4 nhóm chính + 5–7 khu vực tiêu biểu, không list toàn bộ 15 khu vực.
- Breadcrumb hiển thị và có BreadcrumbList schema trên mọi trang.

05 Ba phương án *thiết kế*

Cả 3 phương án dùng chung dữ liệu sản phẩm, ảnh công trình và hotline thật. Khác nhau ở thứ tự ưu tiên: thương hiệu, chuyển đổi hay tốc độ liên hệ. Xem trực tiếp tại [mockups/index.html](#).

01

Xưởng Việt — premium editorial

ẢNH LỚN · SERIF · KỂ CHUYỆN VẬT LIỆU

Đưa website về đúng chất may đo: nhịp chậm, ảnh công trình lớn, chữ serif, câu chuyện về khung – ray – phụ kiện. Bán cảm giác “được làm riêng” trước khi bán sản phẩm. Phù hợp nếu Hoà Phát muốn nâng định vị lên nhóm khách nhà phố, biệt thự, quán cafe thiết kế.

Điểm mạnh: khác biệt, đáng nhớ, nâng giá trị cảm nhận. **Đánh đổi:** cần bộ ảnh rất tốt; ít tính “chốt đơn”; 34 sản phẩm giá liên hệ vẫn cần module báo giá riêng.

[Xem mockup](#) [So sánh](#)

02

Chuẩn Kỹ Thuật — conversion system

DỰ TOÁN M² · SO SÁNH · FORM BÁO GIÁ

Biến 78 sản phẩm và 44% “giá liên hệ” thành một hệ thống báo giá: dự toán theo m², bảng so sánh vật liệu, quy trình 4 bước, FAQ và schema. Trả lời câu hỏi “bao nhiêu tiền, làm trong bao lâu, bảo hành thế nào” trước khi khách gọi.

Điểm mạnh: tăng tỷ lệ để lại số, cấu trúc tốt cho SEO/Ads, dễ mở rộng module. **Đánh đổi:** cần chốt đơn giá minh hoạ; cảm xúc thương hiệu thấp hơn PA1.

[Xem mockup](#) [Vì sao đề xuất](#)

03

24h Gần Bạn — local first

ZALO · APP-LIKE · GỬI ẢNH NHẬN GIÁ

Thiết kế như một ứng dụng: thẻ màu, chat Zalo, gửi ảnh nhận giá, thanh điều hướng dưới. Phù hợp khách mobile, quảng cáo local và những người muốn có giá trong 2 giờ. Đây là phương án dễ tiếp cận nhất với khách chung cư và quán nhỏ.

Điểm mạnh: gần gũi, ít bước, Zalo-first, thuận lợi chạy ads local. **Đánh đổi:** ít premium, khó thể hiện công trình lớn, phụ thuộc Zalo.

[Xem mockup](#) [So sánh](#)

Đề xuất: PA2 làm nền; mượn ảnh lớn + serif của PA1 cho section “câu chuyện xưởng”; mượn app bar + Zalo + gửi ảnh của PA3 cho mobile. Đây là hybrid có kiểm soát, không phải “trộn ba phong cách”.

06 Design system

Một hệ thống tối giản nhưng đủ để đội dev dựng 12 template mà không phải hỏi lại từng màn hình. Token và component lấy theo PA2, có biến thể cho PA1/PA3.

Ngôn ngữ thương hiệu

Tính cách

Thẳng thắn, kỹ thuật, tử tế. Nói bằng số đo, vật liệu, thời gian – không dùng từ “số 1”, “tốt nhất”.

Giọng điệu

Xưng “Hoà Phát” và “bạn”. Câu ngắn. Ưu tiên động từ: đo, khảo sát, may, lắp, bảo hành.

Tránh

“Giá rẻ vô địch”, “cam kết 100%”, “uy tín hàng đầu” khi không có bằng chứng; ảnh stock; chữ trên ảnh.

Bằng chứng

Ảnh công trình thật, số đo, chính sách bảo hành, MST, địa chỉ, review thật.

Màu sắc

TOKEN	GIÁ TRỊ	DÙNG CHO	GHI CHÚ
--color-ink	#0A1B2B	Chữ chính, footer	Đạt AA trên nền trắng
--color-brand	#0B2A4A	Header, nút chính, bảng so sánh	Navy kỹ thuật
--color-accent	#F26522	CTA, giá, điểm nhấn	Chỉ dùng cho hành động
--color-bg	#F4F7FA	Nền section	Tránh trắng hoàn toàn
--color-surface	#FFFFFF	Card, form	
--color-line	#DCE5EE	Border, divider	
--color-muted	#5C6C7C	Chữ phụ	Kiểm tra contrast trên bg
--color-success	#15803D	Trạng thái thành công	
--color-danger	#B91C1C	Lỗi form	

Typography

- **Be Vietnam Pro** cho toàn bộ nội dung và heading (hỗ trợ tiếng Việt đầy đủ, 5 weight).
- **Lora** chỉ dùng cho câu chuyện thương hiệu/quote nếu chọn hybrid PA1; không dùng cho UI.
- Scale: 12 / 14 / 16 / 18 / 24 / 32 / 44 / 56 px; line-height 1.5 body, 1.05–1.12 heading.
- Heading mobile dùng `clamp()`, không nhỏ hơn 28px cho H2 và 32px cho H1.
- Không dùng quá 2 font family; không dùng font-weight 300 cho nội dung dài trên mobile.

Spacing, grid, breakpoint

Spacing (4px base) 4 · 8 · 12 · 16 · 24 · 32 · 48 · 64 · 96. Section padding: 56–96px desktop, 40–56px mobile.	Breakpoint 360 · 390 · 480 · 768 · 1024 · 1280 · 1440 · 1920. Container 1280px, gutter 24px (16px mobile).
---	---

— Component inventory

Header (sticky, mega menu, search), hero (3 biến thể), category card, product card, price row, quote form, calculator, comparison table, timeline, FAQ accordion, review card, project gallery, sticky mobile bar, modal, toast, breadcrumb, pagination, filter chips, variation swatches, gallery lightbox, trust badges, Zalo float, back-to-top.

— State & accessibility

- Mọi component có: default, hover, focus-visible, active, disabled, loading, error, empty.
- WCAG 2.2 AA: contrast $\geq 4.5:1$ cho chữ thường; touch target $\geq 44 \times 44\text{px}$; không dùng màu làm tín hiệu duy nhất.
- Form: label luôn hiển thị, lỗi cụ thể cạnh field, không chỉ toast; hỗ trợ bàn phím và screen reader.
- Tôn trọng `prefers-reduced-motion`; không parallax trên mobile; animation 180–280ms.
- Skip link, focus ring rõ, alt text mô tả công trình (không nhồi từ khoá).

— Design tokens (rút gọn)

```
:root {
  --font-sans: "Be Vietnam Pro", system-ui, sans-serif;
  --font-serif: "Lora", Georgia, serif;
  --color-ink: #0A1B2B;
  --color-brand: #0B2A4A;
  --color-accent: #F26522;
  --color-bg: #F4F7FA;
  --color-surface: #FFFFFF;
  --color-muted: #5C6C7C;
  --color-line: #DCE5EE;
  --radius-sm: 6px;
  --radius-md: 10px;
  --radius-lg: 18px;
  --shadow-1: 0 10px 30px -24px rgba(10,27,43,.35);
  --shadow-2: 0 30px 70px -40px rgba(10,27,43,.45);
  --container: 1280px;
  --gutter: 24px;
  --space-1: 4px; --space-2: 8px; --space-3: 12px;
  --space-4: 16px; --space-6: 24px; --space-8: 32px;
  --space-12: 48px; --space-16: 64px; --space-24: 96px;
}
```

07 Template *chi tiết*

12 template đủ cho một kênh bán hàng hoàn chỉnh. Cột “mục tiêu” là điều kiện để duyệt design: nếu một section không phục vụ mục tiêu, cắt bỏ.

TEMPLATE	MỤC TIÊU	SECTION CHÍNH	SEO / CTA
Trang chủ	Định vị + dẫn vào 3 luồng: mua, báo giá, xem công trình	Hero, 4 nhóm, bán chạy, dự toán, công trình, quy trình, bảo hành, review, tin tức, khu vực, FAQ	H1 chứa “bạt che nắng mưa Hà Nội”; CTA Zalo + báo giá
Danh mục	Giúp chọn đúng loại, lọc nhanh, hiểu khoảng giá	Intro, filter, grid 24, SEO copy, FAQ, internal link	H1 danh mục; ItemList; CTA báo giá
Sản phẩm	Chốt mua hoặc lấy yêu cầu báo giá	Gallery, giá/CTA, biến thể, thông số, mô tả, công trình, review, FAQ, liên quan, sticky bar	Product schema; CTA Zalo/gọi/mua
Công trình	Bằng chứng thật theo loại/khu vực	Ảnh lớn, thông số, vị trí, vật liệu, câu chuyện, CTA	Article/ImageObject; link sản phẩm
Khu vực	Local SEO + chốt khảo sát	Intro riêng, công trình, dịch vụ, giá, quy trình, FAQ, map, NAP	Service + LocalBusiness + FAQ; CTA gọi
Bảng giá	Minh bạch giá, lọc khách không phù hợp	Bảng theo nhóm, ghi chú, ví dụ, FAQ, CTA	H1 “bảng giá”; cập nhật ngày
Bài viết	Kéo organic, trả lời câu hỏi dài	TL;DR, mục lục, nội dung, bảng, FAQ, tác giả, liên quan	Article + FAQ + Breadcrumb; CTA miễn
Liên hệ	Chốt cuộc gọi/Zalo/khảo sát	Form, hotline, Zalo, map, giờ, NAP	LocalBusiness; form ngắn
Giỏ hàng	Giữ đơn, upsell nhẹ	Line item, phí lắp đặt, mã giảm, cross-sell	Noindex
Thanh toán	Giảm bỏ giỏ, chọn COD/chuyển khoản	3 bước, thông tin, lịch lắp, VAT, xác nhận	Noindex; tracking purchase
Tài khoản / tra cứu	Tra đơn, bảo hành, tái hoá đơn	Login, order list, warranty lookup	Noindex
404 / tìm kiếm	Giữ khách ở lại	Gợi ý sản phẩm, ô tìm, hotline	Noindex

— Trang sản phẩm – anatomy

1. **Breadcrumb** + H1 (tên sản phẩm, không thêm từ khoá nhỏ).
2. **Gallery 4–6 ảnh** (ảnh công trình thật + ảnh chi tiết phụ kiện), có lightbox và alt mô tả.
3. **Khối giá/CTA**: giá niêm yết hoặc “Giá liên hệ”; đơn vị (cái/m²/bộ); nút “Thêm vào giỏ” hoặc “Nhận báo giá”; Zalo; hotline; cam kết khảo sát 0đ.
4. **Biến thể** (nếu có): kích thước, màu, vật liệu; giá cập nhật theo biến thể; cảnh báo “chưa chọn đủ”.
5. **Thông số dạng bảng**: kết cấu, vật liệu, bảo hành, khu vực, thời gian thi công (nếu chắc chắn).
6. **Mô tả có cấu trúc**: vấn đề → giải pháp → vật liệu → phù hợp với ai → lưu ý.
7. **Công trình thực tế** dùng sản phẩm này (2–3 ảnh).
8. **Review thật + ảnh**; chưa có thì hiển thị CTA “Đánh giá sau khi lắp”.
9. **FAQ 4–6 câu**; schema FAQPage.
10. **Sản phẩm liên quan** 4 item; **sticky bar** mobile với giá + gọi + Zalo.

— Trang khu vực — template nội dung

KHOÍ	NỘI DUNG	ĐỘ DÀI
H1 + intro	“Thị công bật che nắng mưa tại [Quận]” + đặc điểm khu vực (chung cư, nhà phố, quán cafe)	150–200 từ
Công trình	3–5 ảnh thật, loại sản phẩm, địa chỉ rút gọn, năm	—
Dịch vụ & giá	4 nhóm sản phẩm, khoảng giá “từ”, ghi chú khảo sát	200–300 từ
Quy trình	4 bước, thời gian phản hồi, bảo hành	150 từ
FAQ	5 câu riêng theo khu vực	250 từ
Map + NAP	Bản đồ, địa chỉ, hotline, giờ	—
Review	2–3 review thật từ khách trong khu vực	—
Internal link	2–3 sản phẩm, 2 quận lân cận, 1 bài cẩm nang	—

— Checkout — 3 bước

Bước 1: thông tin nhận hàng + chọn “cần lắp đặt” (tự tính phí theo khu vực). **Bước 2:** phương thức thanh toán (COD, chuyển khoản, VNPAY, MoMo) + yêu cầu hoá đơn VAT. **Bước 3:** xác nhận + hẹn khảo sát/lắp đặt. Với hàng may đo, checkout chuyển thành “đặt cọc & hẹn khảo sát”, không thu full.

08 **Tính năng bán hàng**

Không cần biến website thành một sàn thương mại điện tử phức tạp. Cần đủ để bán hàng có sẵn, nhận yêu cầu may đo và giữ khách quay lại.

— 4 mô hình sản phẩm

MÔ HÌNH	SỐ LƯỢNG DỰ KIẾN	LUỒNG	GHI CHÚ
Hàng có sẵn, giá niêm yết	~44 sản phẩm	Add to cart → checkout → giao/lắp	COD/chuyển khoản; phí lắp theo khu vực
May đo, “Giá liên hệ”	~34 sản phẩm	Form/Zalo → khảo sát → báo giá → cọc → thi công	Không dùng giỏ hàng; trạng thái pipeline
Biến thể (kích thước/màu/vật liệu)	Mở rộng sau	Chọn biến thể → giá theo m² → cart/quote	Cần bảng giá theo m² và quy tắc làm tròn
Combo (mái hiên + lưới, giàn phơi + che)	3–5 combo	Bundle → cart	Chỉ tạo khi có giá thật

— Luồng báo giá (quote flow)

- Khách gửi form/Zalo: tên, SĐT, khu vực, hạng mục, kích thước ước lượng, ảnh (tối đa 5).
- Hệ thống gửi email/Zalo cho người phụ trách + auto-reply cho khách (“đã nhận, gọi lại trong 2 giờ”).
- Kỹ thuật gọi lại, xác nhận nhu cầu, hẹn khảo sát; ghi chú vào CRM.
- Khảo sát → báo giá PDF/Zalo có khổ, vật tư, phụ kiện, thời gian, bảo hành.
- Chốt → cọc (30–50% với may đo) → sản xuất → lắp → nghiệm thu → kích hoạt bảo hành → xin review.

Công cụ đề xuất: Fluent Forms (form + upload) + FluentCRM (pipeline, email) + Zalo OA (chat, ZNS) + Google Sheet backup. Không cần ERP ở giai đoạn này.

— Thanh toán & vận chuyển

Thanh toán - COD cho hàng có sẵn. - Chuyển khoản ngân hàng (hiển thị STK + nội dung CK). - VNPay / MoMo cho đơn online (sandbox trước khi bật). - Cọc 30–50% với công trình may đo. - Yêu cầu hoá đơn VAT: field riêng, xuất sau khi thanh toán.	Vận chuyển & lắp đặt - Phí lắp theo khu vực: nội thành / ngoại thành / tỉnh. - Khảo sát miễn phí 15 quận; ngoại thành báo trước. - Chọn ngày/giờ hẹn khi checkout hoặc sau khi báo giá. - Ghi chú “không có thang máy”, “quán đang mở”, “cần thi công ngoài giờ”.
--	---

— **Tính năng hỗ trợ chuyển đổi**

TÍNH NĂNG	MỤC ĐÍCH	GIẢI ĐOẠN
Tìm kiếm live + gợi ý	Giảm 3 bước tìm sản phẩm	Launch
Lọc theo không gian / loại / giá	Giúp chọn đúng	Launch
Dự toán m ²	Trả lời “bao nhiêu tiền”	Launch
So sánh 3 sản phẩm	Hỗ trợ quyết định	Launch
Review có ảnh	Tăng tin cậy	Launch
Wishlist	Lưu để cân nhắc	Phase 2
Abandoned cart	Thu hồi đơn	Phase 2
Mã giảm giá / combo	Tăng AOV	Phase 2
Tra cứu bảo hành	Giảm tải hotline	Phase 2
Đặt lịch khảo sát online	Giảm vòng gọi	Phase 2

— **Analytics events**

EVENT	KHI NÀO	THAM SỐ
generate_lead	Submit form báo giá thành công	need, area, source, has_photo
call_click	Click tel:	page_type, product_id
zalo_click	Click Zalo	page_type, product_id
calculator_use	Đổi slider / xem kết quả	type, area, result_range
add_to_cart / begin_checkout / purchase	Woo events	value, currency, items
search	Tìm kiếm nội bộ	search_term
filter_use	Chọn filter	filter_name, value

09

SEO 2026 với Rank Math

Rank Math đã có sẵn trên site; vấn đề không phải cài thêm plugin mà là cấu hình đúng và tạo nội dung đủ sâu. Chiến lược 2026: technical sạch, entity rõ, nội dung trả lời câu hỏi, local nhất quán và schema đầy đủ.

—

Technical checklist

Nền tảng • HTTPS toàn site, không mixed content. • Permalink: bỏ ngày; một cấp danh mục. • Canonical self; noindex cho tag, search, filter thừa, giở/thanh toán. • Sitemap XML sạch, chỉ URL chuẩn; gửi GSC. • Breadcrumb hiển thị + schema. • 301 toàn bộ URL cũ khi đổi cấu trúc; 404 monitor.	Hiệu năng & mobile • $LCP \leq 2,5s$ (p75 mobile), $INP \leq 200ms$, $CLS \leq 0,1$. • Ảnh WebP/AVIF, srcset, width/height, lazy trừ LCP. • Font self-host, subset tiếng Việt, preload 1 font. • Không dùng slider nặng ở hero; không autoplay video. • Kiểm tra 360/390/768/1024/1440.
---	---

—

Title & meta formula

TRANG	TITLE (≤ 60 KÝ TỰ)	META DESCRIPTION (≤ 155)
Trang chủ	Bạt Che Nắng Mưa Hoà Phát – Thi Công Tại Hà Nội	Thi công bạt che nắng mưa, mái hiên, lưới an toàn tại Hà Nội. Khảo sát 0đ, báo giá trong 2 giờ. Gọi 0971 916 788.
Danh mục	%category% – Giá Tốt, Thi Công Tận Nơi Hoà Phát	Chọn %category% phù hợp, giá tham khảo rõ ràng, khảo sát miễn phí 15 quận. Xem mẫu và báo giá trong 2 giờ.
Sản phẩm	%title% Bạt Che Nắng 24h Hoà Phát	%excerpt% Khảo sát 0đ, bảo hành theo chính sách. Gọi 0971 916 788.
Khu vực	Thi Công Bạt Che Nắng Mưa Tại %quận% – Khảo Sát 0đ	Công trình thật tại %quận%, thi công bạt xếp, mái hiên, lưới an toàn. Khảo sát miễn phí, báo giá trong 2 giờ.
Công trình	%title% – Công Trình Thực Tế Hoà Phát	Ảnh và thông số công trình %title%. Xem vật liệu, khổ, thời gian thi công và đánh giá.
Bài viết	%title% Cẩm Nang Hoà Phát	%excerpt% Kinh nghiệm chọn và thi công bạt che từ đội ngũ Hoà Phát.
Bảng giá	Bảng Giá Bạt Che, Mái Hiên, Lưới An Toàn 2026	Giá tham khảo theo m²/bộ, ghi rõ vật tư và phạm vi. Khảo sát miễn phí để báo giá chính xác.

Dùng biến Rank Math: %title%, %category%, %sitename%, %sep%, %excerpt%. Không nhồi từ khóa; mỗi title chỉ một ý chính.

—

Schema cần bật

SCHEMA	TRANG	TRƯỜNG BẮT BUỘC	GHI CHÚ
HomeAndConstructionBusiness	Toàn site (Organization)	name, url, telephone, address, geo, openingHours, areaServed, sameAs, image, priceRange	Dùng 1 địa chỉ chuẩn; map đúng
WebSite + SearchAction	Trang chủ	url, name, potentialAction	Rank Math bật sẵn
BreadcrumbList	Tất cả	itemListElement	Khớp breadcrumb hiển thị

SCHEMA	TRANG	TRƯỜNG BẮT BUỘC	GHI CHÚ
Product + Offer	Sản phẩm có giá	name, image, description, sku, brand, offers(price, priceCurrency, availability, url)	Không bịa giá; chỉ bật khi có giá thật
Product không Offer	Sản phẩm “Giá liên hệ”	name, image, description, brand, additionalProperty	Không dùng AggregateOffer nếu không có giá
AggregateRating / Review	Sản phẩm có review thật	ratingValue, reviewCount, author	Không tạo review giả
Service	Trang khu vực, dịch vụ	name, provider, areaServed, serviceType	Kèm LocalBusiness
FAQPage	Trang có FAQ	mainEntity	Chỉ dùng khi FAQ hiển thị thật
Article / BlogPosting	Bài viết	headline, author, datePublished, dateModified, image	Author thật, có bio
HowTo	Quy trình thi công	step, tool, supply	Không dùng nếu quy trình không rõ
ItemList	Danh mục	itemListElement	Hỗ trợ hiểu cấu trúc
VideoObject	Công trình có video	name, thumbnailUrl, uploadDate, contentUrl	Video thật, không autoplay

Local SEO

- NAP:** chốt 1 hotline (đề xuất 0971 916 788) và 1 địa chỉ đầy đủ; cập nhật đồng bộ website, GBP, Facebook, Zalo, các directory.
- Google Business Profile:** đúng ngành (HomeAndConstructionBusiness / Awning), dịch vụ, khu vực, giờ, ảnh công trình, bài đăng hàng tuần, Q&A, review.
- Review:** xin review sau nghiệm thu bằng link ngắn; trả lời mọi review; không mua review.
- Landing page:** 15 trang quận có nội dung riêng, map, công trình, FAQ; internal link về hub sản phẩm.
- Citation:** danh bạ ngành, hội nhóm xây dựng, trang vàng; giữ NAP giống nhau.

AEO – tối ưu cho AI Overview & tìm kiếm hội thoại

- Mỗi trang trả lời câu hỏi chính trong 40–60 từ đầu tiên (answer-first), sau đó mới giải thích.
- Dùng bảng so sánh, định nghĩa, “giá bao nhiêu”, “loại nào tốt”, “có bền không”, “thi công bao lâu”.
- FAQ thật, heading dạng câu hỏi, cập nhật ngày, tác giả có chuyên môn.
- Tránh nội dung mỏng/trùng; mỗi trang có mục đích riêng và dữ liệu riêng.
- Cần nhắc `llms.txt` và trang “Về chúng tôi” đầy đủ để AI hiểu entity.

Kênh & hành động

KÊNH	VAI TRÒ	HÀNH ĐỘNG CHÍNH
Google Search	Kênh organic chính	SEO on-page, schema, internal link, 24 bài trong 90 ngày
Google Maps / GBP	Local intent, cuộc gọi	NAP, ảnh, review, bài đăng, Q&A, dịch vụ
Google Ads	Bắt cầu nhanh	Search brand + non-brand, PMax, call tracking; Local Services nếu đủ điều kiện
Merchant Center	Hàng có sẵn	Feed chỉ sản phẩm có giá; loại sản phẩm “liên hệ”
Facebook / Meta	Nhận diện + retargeting	OG tag, Pixel/CAPI có consent, catalog, Messenger, lead ads

KÊNH	VAI TRÒ	HÀNH ĐỘNG CHÍNH
Zalo OA	Chốt đơn, chăm sóc	Chat, ZNS, broadcast, QR, mini app (phase 2)
TikTok / YouTube	Video công trình	Video ngắn trước/sau, nhúng + VideoObject
Directory / ngành	Citation	Trang vàng, hội xây dựng, đối tác

— Kế hoạch nội dung 90 ngày

CLUSTER	BÀI	MỤC TIÊU
Chọn loại gạch	6	So sánh gạch xếp/mái hiên/gạch cuốn; chọn theo vị trí
Giá & dự toán	4	Giá theo m², yếu tố ảnh hưởng, tránh phát sinh
Thi công & bảo hành	5	Quy trình, lỗi thường gặp, bảo trì mùa mưa
Khu vực	15	Landing page quận, công trình thật
Công trình	10	Case study ảnh + thông số
So sánh vật liệu	4	PVC/PE/PP, inox 304/316, lưới cáp

Tổng ~44 nội dung trong 90 ngày. Nếu nguồn lực hạn chế, ưu tiên 15 trang khu vực + 10 case study + 8 bài chọn loại/giá.

— Migration & 301

1. Crawl toàn bộ URL hiện tại (Screaming Frog) + export GSC 16 tháng.
2. Lập bảng mapping: URL cũ → URL mới, giữ slug khi có thể.
3. 301 từng URL, không redirect hàng loạt về trang chủ.
4. Cập nhật internal link, sitemap, canonical, OG image.
5. Gửi sitemap mới, theo dõi 404/soft 404 trong 30 ngày.
6. Giữ title/meta/H1 cũ nếu URL giữ nguyên, chỉ cải thiện dần.

10 **Hiệu năng & kỹ thuật**

Giao diện mới phải nhanh hơn, không chỉ đẹp hơn. Với đặc thù ảnh công trình nhiều, hiệu năng là phần khó nhất – cần ngân sách ngay từ đầu.

— **Chọn hướng triển khai theme**

HƯỚNG	ƯU ĐIỂM	NHƯỢC ĐIỂM	THỜI GIAN	KHUYẾN NGHỊ
Custom block theme (theme.json + Woo block templates)	Kiểm soát tối đa, nhẹ, đúng design, dễ mở rộng	Chi phí cao, cần dev WordPress giỏi	5–6 tuần	Đề xuất
Kadence/Blocksy child theme	Nhanh, ổn định, nhiều module sẵn	Ít khác biệt, phụ thuộc plugin, khó tinh chỉnh sâu	3–4 tuần	Phương án dự phòng
Refresh Flatsome (UX Builder)	Rẻ, quen tay, giữ nội dung	Legacy, nặng, khó đạt CWV, design dễ giống mẫu	2–3 tuần	Không khuyến nghị cho 2026

— **Plugin stack đề xuất**

NHÓM	PLUGIN	MỤC ĐÍCH
Core	WooCommerce	Bán hàng, sản phẩm, đơn
SEO	Rank Math	Title/meta, schema, sitemap, redirect, local
Form & CRM	Fluent Forms + FluentCRM	Báo giá, pipeline, email
Cache	WP Rocket hoặc LiteSpeed Cache	Cache, CSS/JS tối ưu
Ảnh	ShortPixel / Imagify	WebP/AVIF, resize
Thanh toán	VNPay, MoMo (gateway chính thức)	Thanh toán online
Meta	Meta for WooCommerce + PixelYourSite	Catalog, Pixel/CAPI
Feed	Product Feed PRO	Google Merchant, Facebook catalog
Zalo	Zalo OA plugin / Mini App	Chat, ZNS, broadcast
Backup & bảo mật	UpdraftPlus, Wordfence	Sao lưu, firewall, 2FA
SMTP	WP Mail SMTP	Email giao dịch
Dev	Query Monitor (staging)	Debug, không bật production

— **Ngân sách hiệu năng**

HẠNG MỤC	MỤC TIÊU
HTML	≤ 100 KB (nén)
CSS	≤ 80 KB critical + defer phần còn lại
JS	≤ 150 KB; không jQuery nếu không cần
Hero image	≤ 200 KB (WebP/AVIF), preload
Fonts	≤ 2 family, 4 weight, self-host, subset Việt
Requests	≤ 50 trang chủ
LCP / INP / CLS	≤ 2,5s / ≤ 200ms / ≤ 0,1 (p75 mobile)
TTFB	≤ 600ms (có cache/CDN)

HẠNG MỤC	MỤC TIÊU
Lighthouse mobile	≥ 90 Performance, ≥ 95 SEO, ≥ 90 A11y

— **Hạ tầng & vận hành**

- PHP 8.3+, MySQL 8, Redis object cache, HTTP/3, CDN (Cloudflare/LiteSpeed).
- Staging riêng; deploy qua Git hoặc plugin migration có kiểm soát.
- Backup hằng ngày (giữ 30 ngày), backup trước mỗi lần update.
- 2FA cho admin, least privilege, WAF, giới hạn login, cập nhật plugin hàng tuần.
- Uptime monitoring + cảnh báo; log 404/500; kiểm tra Core Web Vitals hằng tháng.

Quyền riêng tư: Pixel/CAPI và GA4 chỉ chạy sau khi khách đồng ý (consent mode). Cập nhật chính sách quyền riêng tư, nêu rõ dữ liệu ảnh khách gửi qua Zalo/form, thời gian lưu và cách xoá. Đây là yêu cầu ngày càng được người dùng và cơ quan quản lý để ý.

11 **Lộ trình 8 tuần**

Giả định nội dung và ảnh được cung cấp đúng hạn. Nếu ảnh/nội dung chậm, tuần 3–4 sẽ trượt; đây là rủi ro lớn nhất của dự án.

TUẦN	CÔNG VIỆC	ĐẦU RA	PHỤ TRÁCH
0	Kickoff, đo baseline, chốt NAP/KPI, chọn phương án	Biên bản chốt, baseline GA4/GSC	Chủ shop + PM
1	Chốt IA, danh mục, URL; kiểm kê ảnh/nội dung; viết copy hero & 10 trang ưu tiên	Sitemap, content brief, ảnh bộ 1	PM + Content
2	Design system + 3 template chính (home, category, product); review vòng 1	Figma/HTML prototype, duyệt	Design
3	Dựng theme, header/footer, block library, Woo template	Theme staging	Dev
4	Quote module, calculator, filter, search, form upload	Luồng báo giá chạy được	Dev + PM
5	Template khu vực, công trình, blog, contact, checkout; nhập nội dung	12 template hoàn chỉnh	Dev + Content
6	SEO schema, sitemap, 301, tracking, tối ưu tốc độ	SEO checklist pass	SEO + Dev
7	QA chức năng, cross-browser, mobile, accessibility, bảo mật; UAT	Bug list = 0 blocker	QA + PM
8	Launch, monitor 72h, training, bàn giao	Site live, tài liệu, dashboard	Cả team

— **Ước lượng nguồn lực**

VAI TRÒ	EFFORT	GHI CHÚ
PM / chủ shop	10–12 ngày	Chốt nội dung, duyệt, phối hợp ảnh
Design	15–20 ngày	Design system + 12 template + states
Dev WordPress	25–35 ngày	Theme, Woo, quote, calculator, SEO technical
Content / SEO	15–20 ngày	15 trang khu vực, 10 case study, 12 bài
QA	5–7 ngày	Functional, mobile, a11y, performance
Nhiếp ảnh	2–3 ngày	20–30 ảnh công trình, 3–5 video ngắn

Tổng ~70–95 person-days. Con số thay đổi theo số template và mức độ tùy biến; chưa gồm chi phí hosting, plugin trả phí, quảng cáo.

— **RACI rút gọn**

HẠNG MỤC	CHỦ SHOP	PM	DESIGN	DEV	SEO/CONTENT
Chốt phương án & NAP	A	R	C	I	C
Nội dung & ảnh	A	R	C	I	R
Design system	I	A	R	C	C
Build & tích hợp	I	A	C	R	I
SEO & migration	A	R	I	C	R
Launch	A	R	I	R	R

12 QA & launch

Checklist dùng để “pass/fail” trước khi bấm launch. Mỗi mục có người chịu trách nhiệm và bằng chứng (ảnh, link, báo cáo).

NHÓM	KIỂM TRA
Nội dung	Không còn placeholder; H1 duy nhất mỗi trang; ảnh có alt; số điện thoại/địa chỉ đúng; chính sách đầy đủ; ngày cập nhật.
SEO	Title/meta đủ; canonical; schema validate; sitemap; robots; 301; breadcrumb; internal link; không index giở/thanh toán/filter.
WooCommerce	Thêm giỏ, biến thể, phí lắp, coupon, COD/chuyển khoản, email đơn, hoàn tiền, tồn kho, thuế/VAT.
Quote	Form gửi được; upload ảnh; email/Zalo đến người phụ trách; auto-reply; dữ liệu lưu CRM; SLA 2h.
Mobile	360/390/414/768; sticky bar không che CTA; menu mở/đóng; form dễ nhập; không tràn ngang.
Hiệu năng	LCP/INP/CLS; Lighthouse mobile; ảnh WebP; cache; không render-blocking; font swap.
Accessibility	Keyboard; focus; contrast; label; lỗi form; reduced motion; alt; skip link.
Bảo mật	2FA; backup; WAF; quyền user; plugin bản mới; không lộ debug; SSL; form spam.
Analytics	GA4 events; GSC; GBP; Meta Pixel/CAPI; consent; UTM; dashboard.
Pháp lý	Chính sách bảo mật, điều khoản, cookie/consent, hoá đơn VAT, thông tin công ty.

— Ngày launch

1. Backup full + export database; chụp ảnh site cũ.
2. Đóng băng nội dung 24h trước; chạy crawl cuối.
3. Chuyển DNS/duplicate lên production; bật SSL, cache, CDN.
4. Kiểm tra 20 URL quan trọng + form + thanh toán + 301.
5. Gửi sitemap GSC, yêu cầu index các URL chính.
6. Theo dõi 404, 500, tốc độ, đơn hàng, form trong 72h.
7. Thông báo nội bộ, cập nhật GBP, Zalo, Facebook.

— 30 ngày sau launch

- Tuần 1: sửa lỗi phát sinh, kiểm tra index, đọc GA4.
- Tuần 2: tối ưu trang có traffic cao nhưng CVR thấp; bổ sung FAQ.
- Tuần 3: thu thập review, cập nhật ảnh công trình, viết 4 bài mới.
- Tuần 4: báo cáo KPI, điều chỉnh kế hoạch quý tiếp theo.

13 Rủi ro & câu hỏi

Những rủi ro dưới đây đã từng làm chậm các dự án tương tự. Xác định trước để không phải xử lý giữa đường.

RỦI RO	KHẢ NĂNG	TÁC ĐỘNG	GIẢM THIỂU
Ảnh công trình ít/không đẹp	Cao	Cao	Bố trí 2–3 ngày chụp; dùng ảnh thật + mô tả thông số; không dùng stock
Thiếu review thật	Cao	Trung bình	Xin review sau nghiệm thu; ưu tiên 20 review trước launch
34 sản phẩm không có giá	Chắc chắn	Cao	Quote flow + “giá từ” + dự toán; không bịa giá
Nội dung 15 quận chậm	Trung bình	Cao	Template + 1 ngày/trang; làm 5 trang trước
Scope creep (thêm tính năng)	Cao	Trung bình	Phase 2 backlog; chỉ giữ must-have cho launch
Migration làm rớt SEO	Trung bình	Cao	301 mapping, giữ URL, monitor 30 ngày
Thanh toán/Zalo lỗi	Trung bình	Cao	Test sandbox; phương án COD dự phòng
Hosting yếu	Trung bình	Trung bình	Staging + load test trước launch; CDN

— 10 câu hỏi cần trả lời trước khi build

1. Khách mục tiêu ưu tiên: nhà ở, quán cafe hay trường học? Tỷ trọng doanh thu hiện tại?
2. Hotline/địa chỉ nào là chuẩn để thống nhất NAP?
3. Giữ 15 trang quận hay gộp thành 5–7 cụm?
4. Có thể công bố “giá từ” cho 34 sản phẩm “Giá liên hệ” không? Nếu không, dùng dự toán khoảng giá?
5. Ai phụ trách ảnh, nội dung, trả lời Zalo trong 2 giờ?
6. Có xuất hoá đơn VAT không? Quy trình hiện tại?
7. Bật thanh toán online nào (VNPay, MoMo, cả hai)?
8. Ngân sách và deadline mong muốn?
9. Được dùng ảnh/địa chỉ khách hàng không? Cần xin phép thể nào?
10. KPI ưu tiên 90 ngày: leads, đơn hàng hay nhận diện?

Điều kiện để dự án thành công: một người có quyền quyết định nội dung, một người chịu trách nhiệm ảnh, và một cam kết trả lời khách trong 2 giờ. Thiếu một trong ba, giao diện đẹp đến mấy cũng không tạo ra doanh thu.

A Phụ lục *kỹ thuật*

— A1. Schema LocalBusiness mẫu

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "HomeAndConstructionBusiness",
  "@id": "https://batchenang24h.com/#business",
  "name": "Hoà Phát Smart Việt Nam – Bạt Che Nắng 24h",
  "url": "https://batchenang24h.com",
  "telephone": "+84971916788",
  "image": "https://batchenang24h.com/logo.jpg",
  "priceRange": "180.000đ – 11.280.000đ",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "56 Đại Linh, P. Đại Mỗ",
    "addressLocality": "Nam Từ Liêm",
    "addressRegion": "Hà Nội",
    "addressCountry": "VN"
  },
  "areaServed": { "@type": "City", "name": "Hà Nội" },
  "openingHoursSpecification": {
    "@type": "OpeningHoursSpecification",
    "dayOfWeek": ["Monday", "Tuesday", "Wednesday", "Thursday", "Friday", "Saturday", "Sunday"],
    "opens": "07:30", "closes": "19:00"
  },
  "sameAs": ["https://zalo.me/0375687123"]
}
```

— A2. Product schema có giá

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Product",
  "name": "Bạt che nắng tự cuốn màu trắng HM0053",
  "image": ["https://.../hm0053.jpg"],
  "description": "Bạt tự cuốn màu trắng cho ban công, cửa sổ.",
  "sku": "HM0053",
  "brand": { "@type": "Brand", "name": "Hoà Phát Smart" },
  "offers": {
    "@type": "Offer",
    "url": "https://batchenang24h.com/san-pham/...",
    "priceCurrency": "VND",
    "price": "180000",
    "availability": "https://schema.org/InStock",
    "itemCondition": "https://schema.org/NewCondition"
  }
}
```

— A3. Bảng mapping 301 (mẫu)

URL CŨ	URL MỚI	LOẠI	GHI CHÚ
/danh-muc-san-pham/khu-vuc-ha-noi/thi-cong-cau-giay/	/thi-cong/bat-che-nang-mua-cau-giay/	301	Landing page mới

URL CŨ	URL MỚI	LOẠI	GHI CHÚ
/danh-muc-san-pham/bat-che-nang-mua/bat-cuon/	/san-pham/bat-che-nang-mua/bat-cuon/	301	Giữ cấu trúc
/2026/03/11/bai-viet-cu/	/cam-nang/bai-viet-cu/	301	Bỏ ngày
/san-pham/abc-123/	/san-pham/abc/	301	Chuẩn hoá slug

A4. GA4 events tối thiểu

EVENT	TRIGGER	ĐÍCH ĐẾN
generate_lead	Submit form báo giá	GA4 + Ads + Meta (consent)
call_click	tel: link	GA4
zalo_click	Zalo link	GA4
calculator_use	Slider change	GA4
add_to_cart / purchase	Woo	GA4 + Ads + Meta
search	Search form	GA4
filter_use	Filter chip	GA4

A5. Checklist ảnh

- Tối thiểu 20 ảnh công trình: 5 nhà phố, 5 quán cafe, 5 bể bơi/sân vườn, 5 trường học/lưới an toàn.
- Mỗi công trình: 1 ảnh toàn cảnh, 1 ảnh chi tiết phụ kiện, 1 ảnh trước/sau nếu có.
- Kích thước tối thiểu 1600px cạnh dài; định dạng gốc + WebP/AVIF; không chèn chữ/logo lên ảnh.
- Alt mô tả: “Mái xếp xanh che sân quán cafe tại Cầu Giấy” – không nhồi từ khoá.
- Có giấy phép/cho phép của khách nếu ảnh có địa chỉ/nhận diện.

A6. Rank Math – cấu hình nhanh

Bật - Titles & Meta, Sitemap, Schema, Breadcrumbs, Local SEO, Redirections, 404 Monitor, Instant Indexing. - Schema type: HomeAndConstructionBusiness; Product; FAQ; Article. - Breadcrumb hiển thị + schema. - Noindex: search, tag thừa, filter, cart, checkout, account.	Kiểm tra - Title ≤ 60 ký tự, meta ≤ 155; không trùng giữa 78 sản phẩm. - Product schema chỉ bật offer khi có giá. - Review schema chỉ khi có review thật. - Redirect 301 không tạo chuỗi; kiểm tra 404 hàng tuần.
---	---