

SEO Benchmarks 2025

10,000 websites

10 ngành hàng

4 chuyên gia SEO

1 báo cáo



Table of contents

> Giới thiệu	<u>3</u>
> Thương mại điện tử	<u>6</u>
> Thời trang & May mặc	<u>9</u>
> Trang sức & Sản phẩm xa xỉ	<u>12</u>
> Thú cưng	<u>14</u>
> Tin tức & Truyền thông	<u>16</u>

> Tài chính	<u>19</u>
> Du lịch & Cư trú	<u>22</u>
> Dịch vụ Doanh nghiệp	<u>24</u>
> Online Marketing	<u>26</u>
> Bất động sản	<u>28</u>

Chào mừng đến với báo cáo chỉ số SEO tiêu chuẩn cho 2025

2024 là một năm mang tính chuyển đổi của SEO, được đánh dấu bởi những thay đổi lớn sẽ định hình chiến lược trong nhiều năm tới.

Sau bản cập nhật **Helpful Content tháng 9/2023**, nhiều trang web lớn đã phải đối mặt với sự sụt giảm traffic nghiêm trọng và rất ít trong số đó có sự phục hồi đáng kể. Giữa những thách thức này, bối cảnh SEO đã chứng kiến sự thay đổi liên tục.

- Vào tháng 2, Google và Reddit đã đạt được một thỏa thuận, nhằm đáp ứng nhu cầu của người dùng tìm kiếm nội dung do người dùng tạo ra (user-generated content) trên các trang kết quả tìm kiếm.
- Vào tháng 5, vụ rò rỉ dữ liệu của Google đã làm chấn động cộng đồng SEO, củng cố tầm quan trọng của các truy vấn có thương hiệu (branded queries) và các chỉ số người dùng (user metrics) trong hiệu suất tìm kiếm.
- Vào tháng 8, Google đã ra mắt AI Overviews, làm rung chuyển bối cảnh SERP hơn nữa.

Những thay đổi này không tác động đồng đều đến tất cả các ngành. **Hành vi người dùng, ý định tìm kiếm, và kỳ vọng về nội dung** rất khác nhau giữa các ngành, khiến SEO trở thành một lĩnh vực mang tính bối cảnh cao.

Đó là lý do tại sao SEO không thể được tiếp cận một cách riêng lẻ. Mỗi ngành đều có những chỉ số tiêu chuẩn riêng biệt, và việc hiểu rõ chúng là chìa khóa để đặt ra các mục tiêu thực tế về traffic, tương tác và thứ hạng.

Với điều đó, chúng tôi xin giới thiệu báo cáo Chỉ số SEO tiêu chuẩn 2025, cẩm nang của bạn để hiểu những gì đang hiệu quả trong ngành của mình. Hãy sử dụng dữ liệu này để so sánh hiệu suất, tinh chỉnh chiến lược và thiết lập các mục tiêu SEO có thể đạt được.

Phương pháp luận: Đo lường tiêu chuẩn cho traffic organic và tương tác (Mỹ)

Trong báo cáo này, chúng tôi cung cấp thông tin chuyên sâu về traffic organic và hiệu suất website bằng cách sử dụng dữ liệu của Similarweb.

Chúng tôi đã phân tích dữ liệu tại Hoa Kỳ từ tháng 1 đến tháng 11 năm 2024 cho top 1,000 website trong một ngành nhất định (còn được gọi là một 'danh mục').

Cách chúng tôi đo lường:

Thay vì đưa ra một con số trung bình chung cho toàn ngành, các chỉ số tiêu chuẩn của chúng tôi được **chia thành ba nhóm dựa trên khối lượng traffic organic mà một thương hiệu nhận được**, được sắp xếp theo những người chơi organic lớn nhất:

- **Giants - Doanh nghiệp lớn:** Top 10 website trong ngành có lượng traffic organic cao nhất.
- **Challengers - Doanh nghiệp vừa:** Các website ở vị trí 11-100 trong ngành.
- **Emerging players - Doanh nghiệp mới:** Các website ở vị trí 101 – 1,000 trong ngành.

Khi bạn xem xét các chỉ số trong báo cáo của chúng tôi, hãy kiểm tra lượng traffic hàng tháng của chính bạn để xác định bạn thuộc nhóm nào và bạn đang ở phía nào của chỉ số tiêu chuẩn. Điều này sẽ giúp bạn xác định các lĩnh vực mà bạn đang vượt trội và các cơ hội để cải thiện.

Các chỉ số tiêu chuẩn trong báo cáo này:

- **Lượt truy cập hàng tháng:** Tổng traffic organic
- **Chỉ số tương tác trên website:** Tỷ lệ thoát, số trang trên mỗi lượt truy cập, và thời gian trên trang.
- **Chỉ số trên SERP:** Sự hiện diện của AI Overview, tìm kiếm không nhấp chuột, và độ khó organic.

Để giúp bạn hiểu về bối cảnh marketing của mình, chúng tôi đã bao gồm:

- **Mức độ tập trung thị trường:** Tỷ lệ traffic bị chiếm lĩnh bởi top 1% người chơi trong mỗi ngành.
- **Nhân khẩu học & Sở thích của khán giả:** Hành vi tìm kiếm được phân bổ như thế nào trong tệp khán giả của bạn.
- **Lòng trung thành của khán giả:** Số lượng trang web trong ngành mà khán giả của bạn truy cập.

Sai lầm lớn nhất trong SEO là hoạt động một cách biệt lập.

Việc đo lường tiêu chuẩn sẽ đặt hiệu suất SEO của bạn vào đúng **bối cảnh**, và thông qua đó bạn sẽ tìm thấy những lĩnh vực mới để cải thiện, tối ưu hóa và **phát triển**.

Tổng quan ngành: Thương mại điện tử

Điểm nhấn trong ngành

Doanh số thương mại điện tử của Hoa Kỳ được dự báo sẽ tăng trưởng liên tục cho đến năm 2029. Sự tăng trưởng bền vững này mang lại cơ hội cho các SEOer tối ưu hóa cho một loạt từ khóa liên quan đến thương mại điện tử rộng lớn hơn, đặc biệt là những từ khóa gắn liền với ý định mua hàng và hành vi tiêu dùng đang thay đổi.

Traffic:

Truy cập hàng tháng
5.32B



Thị phần traffic của Top 1%
88%

Phân bố Kênh truy cập:

Traffic Share



Lòng trung thành & Nhận diện Thương hiệu

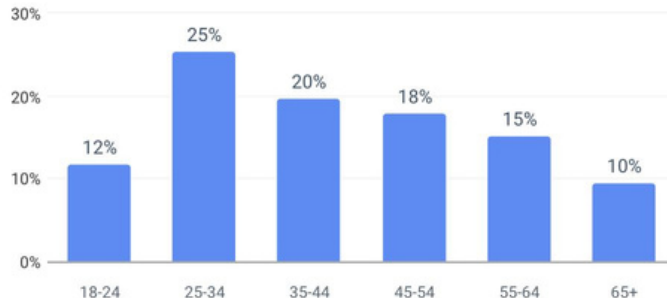
Lòng trung thành
3.5%



Traffic từ thương hiệu và truy cập trực tiếp
71.7%

Nhân khẩu học & Sở thích

Age distribution



Thiết bị



Mobile
55.9%



Desktop
44.1%

Giới tính



Nam
46%



Nữ
54%

Phân tích hiệu suất Organic theo ngành: Thương mại điện tử

	Giants (1-10)	Challengers (11-100)	Emerging Players (101 - 1,000)
Trung bình truy cập hàng tháng	36.6M	813.7K	42.6K
Số trang mỗi lần truy cập	12.6	6.1	6.2
Tỷ lệ thoát	29.7%	41.8%	43.7%
Thời gian truy cập trung bình	06:10	03:58	04:04

 % AI Overviews
0.6%

 Tìm kiếm không click chuột
62%

 Độ khó Organic
Cao

Insights:

Chúng ta đang thấy một môi trường "kẻ thắng có tất cả", khi các "doanh nghiệp lớn" nhận được lưu lượng truy cập nhiều hơn khoảng 900 lần so với các "Doanh nghiệp mới" và chiến thắng ở các chỉ số tương tác trên mọi phương diện.

Mặc dù nhận diện thương hiệu trong ngành này rất cao, người dùng có xu hướng mua sắm qua lại giữa các thương hiệu, tạo cơ sở cho việc **tăng cường tập trung vào SEO thương hiệu như một lĩnh vực trọng tâm trong năm 2025**.

Một câu chuyện thành công lớn tại thị trường Hoa Kỳ từ năm 2024 là thương hiệu Trung Quốc Temu, đã **tăng lưu lượng truy cập organic lên 39%** và đạt được mức độ tương tác mạnh mẽ, định vị mình là một thương hiệu SEO đáng chú ý trong năm 2025.

Trong bối cảnh SERP ngày càng chống lại vị trí organic số 1, các SEOer trong lĩnh vực thương mại điện tử cần theo dõi và chuyển trọng tâm sang các tính năng SERP, kết quả mua sắm và cả AI Overviews, những yếu tố đang tăng trưởng đều đặn.

Cơ hội tăng trưởng:

- Tối ưu hóa cho các tìm kiếm sản phẩm ở cuối phễu để thu hút người dùng đã sẵn sàng mua hàng.
- Cải thiện các chỉ số tương tác bằng cách tinh chỉnh trải nghiệm website.
- Làm việc trên các nỗ lực xây dựng thương hiệu nhóm với đội ngũ marketing rộng lớn hơn.

“Rõ ràng là traffic organic vẫn là một kênh thiết yếu cho các trang thương mại điện tử, nơi người dùng nói chung thể hiện rất ít lòng trung thành. Do đó, các trang thương mại điện tử nên bắt kịp với việc SERPs của Google đang trở thành một **trải nghiệm giống như một sàn giao dịch**, tận dụng tất cả các tính năng tìm kiếm liên quan đến sản phẩm, nhìn xa hơn các bảng xếp hạng liên kết xanh truyền thống để tối đa hóa khả năng hiển thị và giữ cho traffic organic của họ tiếp tục phát triển trong một bối cảnh đầy thách thức của năm 2025.”



Aleyda Solís

Aleyda là một chuyên gia SEO với hơn 15 năm kinh nghiệm. Cô là người sáng lập của Orainti, một công ty tư vấn SEO chiến lược và quốc tế. Cô cũng giúp cộng đồng SEO cập nhật thông tin qua bản tin SEOFOMO và quản lý Lộ trình học SEO miễn phí tại LearningSEO.io, cùng nhiều sáng kiến khác.

Tổng quan ngành: Thời trang & May mặc

Điểm nhấn trong ngành

Những thách thức kinh tế trong năm 2024 đã ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng và traffic trong ngành này đã **giảm 4% so với cùng kỳ năm trước**, với nhiều thương hiệu hàng đầu trải qua sự sụt giảm đáng kể. Kết quả là, chúng ta thấy các doanh nghiệp lớn và vừa đang trì trệ trong khi các công ty mới lại có sự tăng trưởng nhiều hơn. Với việc người tiêu dùng ưu tiên giá trị hơn sự độc quyền, các doanh nghiệp phải điều chỉnh chiến lược của mình để thu hút một phạm vi sức mua rộng lớn hơn.

Traffic:



Truy cập hàng tháng

1.2B



Thị phần traffic của Top 1%

50%

Phân bố Kênh truy cập:

Traffic Share



Lòng trung thành & Nhận diện Thương hiệu



Lòng trung thành

6.7%

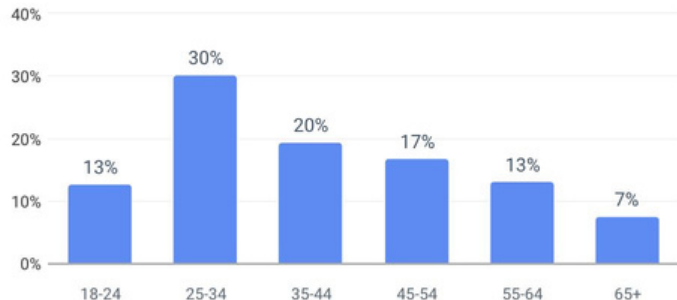


Traffic từ thương hiệu và truy cập trực tiếp

79.1%

Nhân khẩu học & Sở thích

Age distribution



Thiết bị



Mobile

75.9%



Desktop

24.1%

Giới tính



Nam

33%



Nữ

67%

Phân tích hiệu suất Organic theo ngành: Thời trang & May mặc

	Giants (1-10)	Challengers (11-100)	Emerging Players (101 - 1,000)
Trung bình truy cập hàng tháng	1.5M	360.8K	34.3K
Số trang mỗi lần truy cập	10.6	8.9	7.1
Tỷ lệ thoát	21.8%	31.3%	33.5%
Thời gian truy cập trung bình	06:52	05:11	04:25

 % AI Overviews
0.6%

 Tìm kiếm không click chuột
57.7%

 Độ khó organic
Trung bình

Insights:

Người dùng có xu hướng tin tưởng các thương hiệu quen thuộc, dẫn đến việc các **Doanh nghiệp lớn chiến thắng ở tất cả các chỉ số tương tác**.

SEO mang lại một **cơ hội đáng kể** với độ khó organic ở mức trung bình và khối lượng tìm kiếm không nhấp chuột thấp. Các tính năng PPC và thương mại điện tử trên SERP vẫn là thách thức lớn nhất đối với organic.

Các tìm kiếm có thương hiệu và truy cập trực tiếp chiếm 79% lưu lượng truy cập, cho thấy rằng trong khi người dùng thường xuyên khám phá nhiều thương hiệu, họ vẫn gắn bó với một nhóm các tên tuổi quen thuộc và nổi tiếng.

Cơ hội tăng trưởng:

- Xây dựng niềm tin và uy tín bằng cách củng cố nhận diện thương hiệu.
- Trong khi khả năng chi trả vẫn là ưu tiên hàng đầu của người tiêu dùng đại chúng, các lượt tìm kiếm cho thời trang bền vững (eco and conscious fashion) vẫn tiếp tục tăng.

Chuyên gia trong ngành: **Thời trang & May mặc**

“Người tiêu dùng thời trang thể hiện lòng trung thành cao hơn so với những người mua sắm thương mại điện tử thông thường, cho thấy rằng việc xây dựng thương hiệu mạnh và cung cấp những sản phẩm độc đáo sẽ tạo ra một tệp khách hàng gắn kết hơn. Digital PR và việc tăng cường hiện diện trên tìm kiếm organic cũng như trên các nền tảng marketing khác có thể giúp các **thương hiệu tầm trung** định vị mình bên cạnh **những ông lớn trong ngành**.

Organic đóng một vai trò nhỏ hơn trong ngành thời trang so với các ngành khác, vì vậy những thương hiệu **vượt qua các chỉ số SEO tiêu chuẩn sẽ mang lại giá trị đặc biệt**. Các thương hiệu thời trang hàng đầu có được sự tương tác sâu sắc hơn, với nhiều trang trên mỗi lượt truy cập và thời gian phiên dài hơn, chứng tỏ rằng người dùng sẽ khám phá nhiều hơn một khi họ đã truy cập vào một trang web đáng tin cậy và được tối ưu hóa. Trong năm 2025, các thương hiệu thời trang nên tập trung vào khả năng khám phá organic trên nhiều nền tảng, không chỉ giới hạn trong top 10 kết quả của Google.

Hãy cân nhắc đến organic shopping, các đề xuất dựa trên AI, và nội dung tương tác để trở nên nổi bật. Đừng ngại phá vỡ khuôn mẫu—nếu **doanh nghiệp lớn nhất** không thử một điều gì đó mới, có lẽ họ đang dựa dẫm vào sự hiện diện thương hiệu của mình. Với việc Google đang chuyển hướng sang tìm kiếm bằng hình ảnh và AI, việc đầu tư vào SEO hình ảnh, video dạng ngắn, thương mại hội thoại (conversational commerce), và cải thiện trải nghiệm người dùng có khả năng sẽ mang lại một lợi thế cạnh tranh.”



Sophie Brannon

Sophie là Giám đốc SEO tại RushOrderTees. Cô có 7 năm kinh nghiệm về SEO & content tại các agency, làm việc tự do và trong các doanh nghiệp in-house. Sophie là giám khảo, diễn giả và cây viết cho các giải thưởng trong ngành, và cô đam mê việc mang lại ROI và thể hiện giá trị của SEO như một kênh kỹ thuật số cho mọi loại hình kinh doanh.

Tổng quan ngành: Trang sức & Sản phẩm xa xỉ

Điểm nhấn trong ngành

Thị trường Trang sức & Sản phẩm xa xỉ đã trải qua sự sụt giảm nhu cầu 6.6% vào năm ngoái khi lạm phát định hình lại hành vi của người tiêu dùng. Ngày càng nhiều người mua sắm ưu tiên các lựa chọn thay thế hiệu quả về chi phí và chất lượng cao, tạo ra một sự dịch chuyển đáng chú ý từ các thương hiệu xa xỉ lớn sang các nhà bán lẻ như Costco, nơi nhấn mạnh vào giá trị và giá cả cạnh tranh.

Traffic:

Truy cập hàng tháng
96.4M

Thị phần traffic của Top 1%
48%

Phân bổ Kênh truy cập

Traffic Share



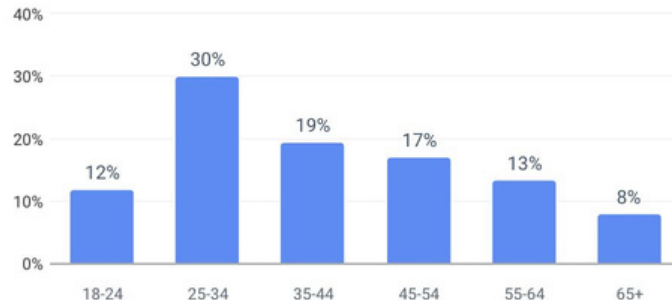
Lòng trung thành & Nhận diện Thương hiệu

Lòng trung thành
30%

Traffic từ thương hiệu và truy cập trực tiếp
73.5%

Nhân khẩu học & Sở thích

Age distribution



Thiết bị

Mobile
67.7%

Desktop
23.3%

Giới tính

Nam
44%

Nữ
56%