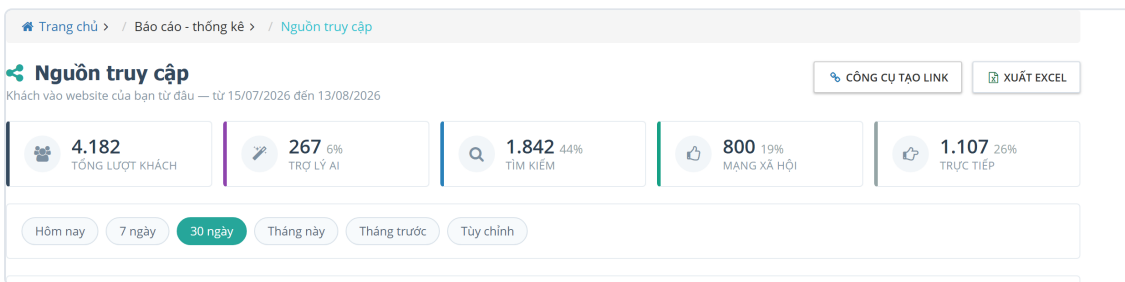


Báo cáo Nguồn truy cập

Biết chính xác khách vào website của bạn đến từ đâu



Đường dẫn: Báo cáo - thống kê → Nguồn truy cập

Địa chỉ quản trị: <https://admin.anpero.com>

Đối tượng: Chủ website, người phụ trách marketing

Ngày phát hành: 13/08/2026

Mục lục

1. Báo cáo này giải quyết việc gì

- 1.1 Câu hỏi ai cũng có, ít ai trả lời được
 - 1.2 Một nguồn khách hoàn toàn mới: trợ lý AI
 - 1.3 Bạn nhận được gì
-

2. Mở báo cáo

- 2.1 Vào báo cáo đầy đủ
 - 2.2 Xem nhanh ngay ở trang chủ
-

3. Đọc báo cáo

- 3.1 Năm ô tổng hợp
 - 3.2 Chọn khoảng thời gian
 - 3.3 Biểu đồ lượt khách theo ngày
 - 3.4 Bảng chi tiết theo nguồn
 - 3.5 Bảng trang khách vào đầu tiên
 - 3.6 Xuất ra Excel
-

4. Sáu nhóm kênh nghĩa là gì

5. Công cụ tạo link

- 5.1 Vì sao mục "Trực tiếp" của bạn quá lớn
 - 5.2 Tạo link chỉ với ba bước
 - 5.3 Đăng ở đâu thì chọn gì
-

6. Đọc số để ra quyết định

- 6.1 Bốn tình huống thường gặp
 - 6.2 Chỉ số Trang/khách — thước đo chất lượng
-

7. Câu hỏi thường gặp

1. Báo cáo này giải quyết việc gì

1.1. Câu hỏi ai cũng có, ít ai trả lời được

Mỗi ngày website của bạn có khách ghé thăm. Nhưng họ đến từ đâu? Từ Google, từ bài bạn đăng trên Facebook, từ tin nhắn Zalo bạn gửi cho khách, hay từ tấm biển ngoài cửa hàng?

Câu trả lời quyết định bạn nên dồn thời gian và tiền bạc vào đâu. Nếu 44% khách đến từ Google thì viết thêm nội dung là việc đáng làm nhất. Nếu Facebook mang về nhiều lượt bấm nhưng khách vào rồi thoát ngay, thì vấn đề nằm ở trang đích chứ không phải ở ngân sách quảng cáo.

Báo cáo **Nguồn truy cập** trả lời thẳng câu hỏi đó, bằng ngôn ngữ của người bán hàng, ngay trong trang quản trị bạn vẫn dùng hằng ngày. Không cần cài đặt gì thêm, không cần gắn mã theo dõi.

1.2. Một nguồn khách hoàn toàn mới: trợ lý AI

Từ năm nay, các trợ lý AI như ChatGPT, Gemini hay Copilot bắt đầu dẫn khách về cho website. Khi ai đó hỏi "*mua máy lọc nước ở Thái Bình chỗ nào uy tín*" và được trợ lý AI dẫn link tới web bạn, đó là một khách hàng thật — thường là khách đang có nhu cầu rõ ràng.

Điểm đáng chú ý: các công cụ này **tự động đánh dấu nguồn** trên đường link chúng dẫn ra ngoài. Nghĩa là lưu lượng từ AI hoàn toàn đo được. Báo cáo có riêng một nhóm **Trợ lý AI** cho việc này, và với nhiều cửa hàng con số đó đang tăng đều mỗi tuần.

ĐÁNG ĐỂ Ý

Khách đến từ trợ lý AI thường xem nhiều trang hơn hẳn mức trung bình — họ đã được AI giới thiệu nên vào với sự tin tưởng sẵn có. Hãy so cột **Trang/khách** của nhóm này với các nhóm khác trong báo cáo của chính bạn.

1.3. Bạn nhận được gì

- Biết khách đến từ **sáu nhóm kênh** và từ **từng nguồn cụ thể** (google.com, facebook.com, zalo.me, chatgpt.com...)
- Biết nguồn nào mang về khách **thật sự quan tâm**, không chỉ đồng
- Biết **trang nào** đang kéo khách về cho bạn
- Có **công cụ tạo link** để tự gắn nguồn trước khi đăng bài, chỉ ba ô nhập
- Xuất được ra **Excel** để lưu hoặc báo cáo

2. Mở báo cáo

2.1. Vào báo cáo đầy đủ

Đường dẫn menu: **Báo cáo - thống kê** → **Nguồn truy cập**

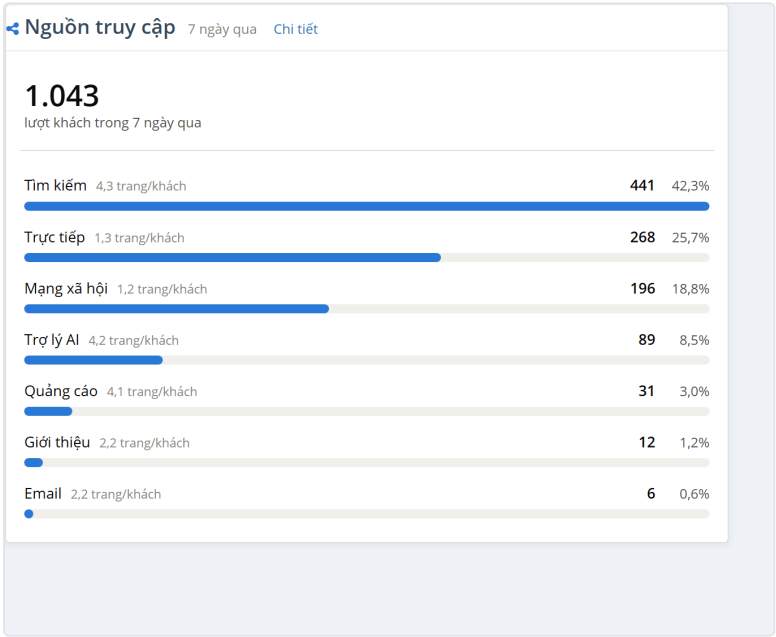
- 1. Đăng nhập trang quản trị tại <https://admin.anpero.com>
- 2. Ở menu bên trái, mở mục **Báo cáo - thống kê**
- 3. Chọn **Nguồn truy cập**

KHÔNG THẤY MENU NÀY?

Báo cáo yêu cầu quyền **Xem thống kê**. Nếu bạn không nhìn thấy mục **Nguồn truy cập**, hãy nhờ chủ website cấp quyền tại **Phân quyền** → **Quản trị người dùng**.

2.2. Xem nhanh ngay ở trang chủ

Không cần mở báo cáo đầy đủ mỗi ngày. Ngay tại trang chủ của quản trị đã có sẵn một khối xếp hạng **7 ngày gần nhất** — liếc qua là biết kênh nào đang dẫn đầu. Bấm **Chi tiết** ở góc phải để mở báo cáo đầy đủ.

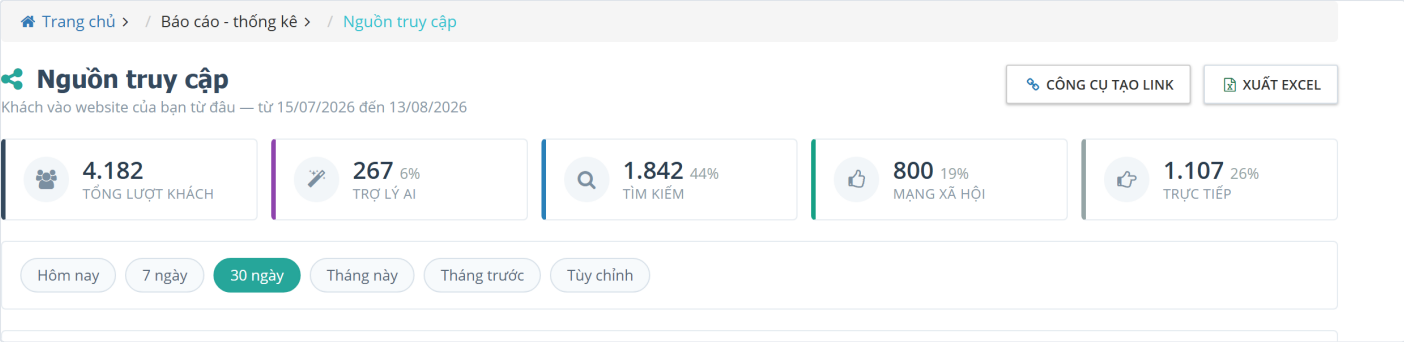


Hình 1 — Khối xem nhanh ở trang chủ, xếp hạng theo lượt khách 7 ngày gần nhất

3. Đọc báo cáo

3.1. Năm ô tổng hợp

Ngay đầu trang là năm ô cho bạn bức tranh tổng quát: tổng lượt khách, và bốn nhóm kênh chính kèm tỉ lệ phần trăm. Đây là chỗ nhìn đầu tiên mỗi khi bạn mở báo cáo.



Hình 2 — Năm ô tổng hợp và hàng nút chọn khoảng thời gian

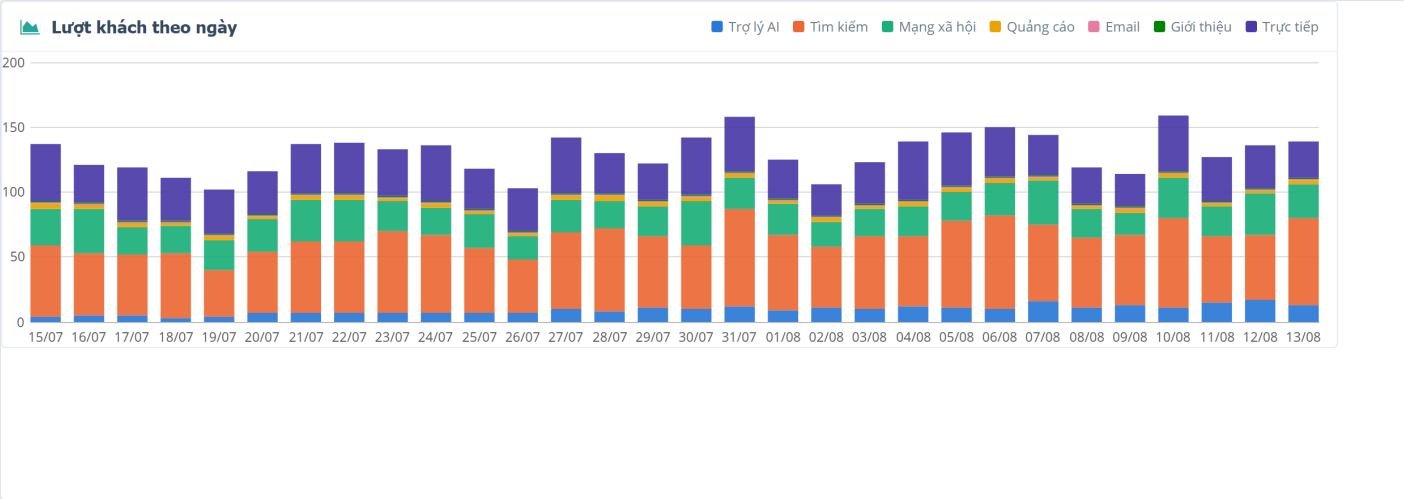
3.2. Chọn khoảng thời gian

Ngay dưới năm ô là hàng nút chọn nhanh. Bấm một nút là báo cáo tính lại toàn bộ:

Nút	Khoảng thời gian	Dùng khi nào
Hôm nay	Từ 0h hôm nay	Theo dõi một chiến dịch vừa chạy
7 ngày	7 ngày gần nhất	Xem nhanh tình hình tuần này
30 ngày	30 ngày gần nhất	Mặc định — đủ dài để thấy xu hướng
Tháng này	Từ ngày 1 tháng này	Báo cáo theo tháng
Tháng trước	Trọn tháng trước	So sánh với tháng này
Tùy chỉnh	Bạn tự chọn	Xem đúng một đợt khuyến mại

3.3. Biểu đồ lượt khách theo ngày

Mỗi cột là một ngày, mỗi màu trong cột là một nhóm kênh. Nhìn biểu đồ bạn thấy ngay ngày nào đông khách, kênh nào đang lên và kênh nào đang xuống. Đưa chuột lên một cột để xem số liệu chi tiết.



Hình 3 — Biểu đồ theo ngày, tách theo từng nhóm kênh

3.4. Bảng chi tiết theo nguồn

Đây là phần quan trọng nhất. Mỗi dòng là một nguồn cụ thể, sắp theo lượt khách giảm dần.

Cột	Nghĩa là
Kênh	Nhóm kênh — xem bảng giải nghĩa ở mục 4
Nguồn	Nơi cụ thể khách đến: google.com, facebook.com, chatgpt.com...
Kênh phụ	Cách khách đến: tìm kiếm tự nhiên, quảng cáo trả tiền, mạng xã hội...
Chiến dịch	Tên đợt quảng bá, nếu bạn có gắn khi tạo link
Lượt khách	Số lần khách ghé thăm. Một người xem 5 trang liền vẫn là 1 lượt khách
Lượt xem trang	Tổng số trang được mở
Trang/khách	Trung bình mỗi lượt khách xem bao nhiêu trang — thước đo chất lượng
Tỉ lệ	Phần trăm so với tổng lượt khách

Chi tiết theo nguồn							
KÊNH	NGUỒN	KÊNH PHỤ	CHIẾN DỊCH	LƯỢT KHÁCH	LƯỢT XEM TRANG	TRANG/KHÁCH	TỈ LỆ
Tìm kiếm	google.com	organic	—	1.842	7.910	4,3	44,0%
Trực tiếp	(không xác định)	—	—	1.107	1.402	1,3	26,5%
Mạng xã hội	facebook.com	social	—	612	731	1,2	14,6%
Trợ lý AI	chatgpt.com	referral	—	214	903	4,2	5,1%
Mạng xã hội	zalo.me	social	—	188	244	1,3	4,5%
Quảng cáo	google.com	cpc	khuyen-mai-thang-8	98	402	4,1	2,3%
Giới thiệu	baothaibinh.vn	referral	—	44	96	2,2	1,1%
Trợ lý AI	gemini.google.com	referral	—	41	166	4,0	1,0%
Email	(không xác định)	email	ban-tin-thang-8	24	51	2,1	0,6%
Trợ lý AI	perplexity.ai	referral	—	12	38	3,2	0,3%
Trang khách vào đầu tiên				Trang nào đang kéo khách về cho bạn			
TRANG				KÊNH		LƯỢT KHÁCH	
/may-loc-nuoc-karofi				Tìm kiếm		1.204	
/				Trực tiếp		986	

Hình 4 — Bảng chi tiết theo nguồn và bảng trang khách vào đầu tiên

3.5. Bảng trang khách vào đầu tiên

Bảng này cho biết khách mở trang nào đầu tiên khi vào website. Đây thường là phát hiện bất ngờ nhất: rất nhiều cửa hàng nhận ra một bài viết hướng dẫn cũ mới là thứ mang về nhiều khách nhất, chứ không phải trang sản phẩm.

Biết rồi thì việc cần làm rất rõ ràng — viết thêm những bài tương tự.

3.6. Xuất ra Excel

Bấm nút **XUẤT EXCEL** ở góc trên bên phải để tải toàn bộ bảng chi tiết về máy, đúng khoảng thời gian bạn đang xem.

4. Sáu nhóm kênh nghĩa là gì

Kênh	Nghĩa là	Ví dụ nguồn
Trợ lý AI	Khách hỏi một trợ lý AI và được nó dẫn link tới website của bạn	chatgpt.com, perplexity.ai, gemini.google.com, copilot.microsoft.com
Tìm kiếm	Khách gõ từ khoá trên công cụ tìm kiếm rồi bấm vào kết quả	google, bing, coccoc
Mạng xã hội	Khách bấm link bạn đăng trên mạng xã hội	facebook, zalo, tiktok, youtube
Quảng cáo	Link có đánh dấu là quảng cáo trả tiền	google (trả tiền), facebook (trả tiền)
Giới thiệu	Một website khác đặt link trở về bạn	báo điện tử, diễn đàn, trang đối tác
Trực tiếp	Khách gõ thẳng địa chỉ, mở từ dấu trang, hoặc đến từ nơi không gửi thông tin nguồn	—

5. Công cụ tạo link

5.1. Vì sao mục "Trực tiếp" của bạn quá lớn

Nếu nhóm **Trực tiếp** chiếm tỉ lệ lớn bất thường, nguyên nhân thường **không phải** vì khách thuộc lòng tên miền của bạn.

Rất nhiều nơi **không gửi thông tin nguồn** khi khách bấm link: ứng dụng Zalo và Messenger, phần mềm đọc email, file PDF, hay khi khách copy link rồi dán vào trình duyệt. Với những trường hợp đó, hệ thống chỉ thấy "có khách vào" mà không biết từ đâu.

Cách khắc phục là **gắn dấu nguồn vào link trước khi đăng**. Công cụ tạo link làm việc đó thay bạn.

5.2. Tạo link chỉ với ba bước

Vị trí: nút **CÔNG CỤ TẠO LINK** ở góc trên bên phải trang báo cáo

1. **Dán địa chỉ trang** bạn muốn dẫn khách tới. Ô này đã điền sẵn tên miền của bạn, chỉ cần sửa phần đuôi.
2. **Chọn nơi bạn định đăng** — Facebook, Zalo, TikTok, email, mã QR... Nếu đăng ở nơi khác, chọn *Nơi khác (tự nhập)* rồi gõ tên.
3. **Chọn có phải quảng cáo trả tiền không**, và đặt **tên đợt quảng bá** nếu muốn theo dõi riêng từng chiến dịch.
4. Bấm **SAO CHÉP**, rồi dán link đó khi đăng bài.

Công cụ tạo link
Gắn nguồn vào link trước khi đăng bài, để báo cáo biết khách đến từ đâu

Địa chỉ trang muốn dẫn khách tới

Bạn đăng ở đâu? Có phải quảng cáo trả tiền không?

Tên đợt quảng bá (không bắt buộc)

Link để đăng
 SAO CHÉP

Dán link này khi đăng bài. Mọi khách bấm vào sẽ được ghi nhận đúng nguồn trong báo cáo trên.

ĐÓNG

Hình 5 — Công cụ tạo link: nhập ba ô, bấm Sao chép là xong

MẸO

Đặt **tên đợt quảng bá** theo quy ước dễ nhớ, ví dụ `khuyen-mai-thang-8`, `tet-2027`. Sau này bạn lọc được đúng từng đợt trong bảng chi tiết, biết đợt nào hiệu quả hơn.

5.3. Đăng ở đâu thì chọn gì

Bạn định đăng ở	Chọn "Bạn đăng ở đâu?"	Quảng cáo trả tiền?
Bài đăng thường trên trang Facebook	Facebook	Không
Quảng cáo Facebook có trả tiền	Facebook	Có
Tin nhắn Zalo, Zalo OA	Zalo	Không
Video TikTok, phần mô tả	TikTok	Không
Email gửi khách, bản tin	Email / bản tin	Không
Mã QR trên tờ rơi, biển hiệu	Mã QR	Không
Báo, diễn đàn, trang đối tác	Nơi khác (tự nhập)	Không

6. Đọc số để ra quyết định

6.1. Bốn tình huống thường gặp

Bạn thấy	Nên làm gì
Trợ lý AI tăng đều mỗi tuần	Viết thêm bài dạng hỏi–đáp, giải thích rõ ràng sản phẩm và dịch vụ. Đó là loại nội dung AI hay trích dẫn nhất.
Facebook nhiều lượt khách nhưng Trang/khách khoảng 1,0	Bài đăng câu được click nhưng trang đích chưa giữ chân. Sửa trang đích trước khi đổ thêm tiền quảng cáo.
Một trang đích chiếm phần lớn lượt khách	Xem trang đó có gì hay rồi làm thêm những trang tương tự.
Một chiến dịch có lượt khách rất thấp	Link có thể bị đăng sai chỗ, hoặc bạn quên gắn nguồn vào link.

6.2. Chỉ số Trang/khách — thước đo chất lượng

Đây là cột phân biệt "**nhieu lượt**" với "**hiệu quả**". Nó cho biết trung bình mỗi lượt khách xem bao nhiêu trang:

- Khoảng 1,0** — khách vào rồi thoát ngay. Nội dung chưa đúng thứ họ tìm.
- Từ 3 trở lên** — khách chịu khó xem tiếp. Nguồn này đang mang về khách thật sự quan tâm.

Một nguồn 200 lượt khách với 4,3 trang/khách thường đáng giá hơn một nguồn 500 lượt khách với 1,1 trang/khách.

7. Câu hỏi thường gặp

SỐ LIỆU CẬP NHẬT KHI NÀO?

Số của **hôm nay** cập nhật gần như tức thời — tải lại trang là thấy. Số của các **ngày trước** đã được lưu cố định, không thay đổi nữa.

VÌ SAO SỐ KHÁC GOOGLE ANALYTICS?

Hai bên đếm gần giống nhau nhưng không giống hệt. Google Analytics bị các phần mềm chặn quảng cáo chặn mất một phần, còn số liệu ở đây thì không. Hãy dùng báo cáo này để **so sánh các kênh với nhau** và nhìn xu hướng tăng giảm, đừng so từng con số tuyệt đối với Google Analytics.

"LƯỢT KHÁCH" VÀ "LƯỢT XEM TRANG" KHÁC NHAU THẾ NÀO?

Lượt khách là một lần ghé thăm. Một người mở website, xem vài trang rồi rời đi thì tính là *một* lượt khách. Nếu họ không thao tác gì trong 30 phút rồi quay lại, đó là lượt khách mới. **Lượt xem trang** là số trang được mở ra.

HỆ THỐNG CÓ THU THẬP THÔNG TIN CÁ NHÂN CỦA KHÁCH KHÔNG?

Không. Hệ thống không lưu địa chỉ IP, không lưu thiết bị, không lưu danh tính khách. Nó chỉ cộng dồn số lượt theo từng ngày và từng nguồn. Vì vậy bạn không cần hiện thông báo xin phép cookie vì tính năng này.

TÔI CÓ PHẢI CÀI ĐẶT HAY GẮN MÃ GÌ KHÔNG?

Không. Tính năng đã có sẵn trên website của bạn. Chỉ cần mở báo cáo là dùng được.

NHÂN VIÊN CỦA TÔI CÓ XEM ĐƯỢC BÁO CÁO NÀY KHÔNG?

Được, nếu bạn cấp quyền **Xem thống kê** cho họ tại **Phân quyền** → **Quản trị người dùng**. Người không có quyền sẽ không nhìn thấy mục này trong menu.

CẦN HỖ TRỢ

Cuối trang báo cáo còn có phần **Hướng dẫn đọc báo cáo** mở/đóng được, giải thích chi tiết từng chỉ số ngay tại chỗ. Nếu cần thêm trợ giúp, liên hệ bộ phận hỗ trợ của Anpero.