

Published based on [Contoh Kustomisasi Strategi SEO](#)

Contoh Kustomisasi Strategi SEO

Setiap website punya tujuan yang berbeda, tujuan ini yang akan menentukan jenis keyword apa yang ingin disasar, bagaimana komposisi audien-nya, seberapa ganas persaingannya, seberapa kuat modal dan waktu yang mampu anda keluarkan.

Seperti yang sudah saya janjikan [disini](#), pada artikel ini akan saya tampilkan contoh untuk meng-*kustomisasi strategi SEO* pada dua jenis proyek yang berbeda:

Situs A adalah situs informasi (bukan situs produk) yang fokus pada niche tertentu. Sifat ini menentukan kata kunci/keyword yang hendak "ditembak". Kata-kata kunci tersebut (begitu juga dengan target niche-nya) memiliki tingkat persaingan rendah, sehingga dibutuhkan sedikit saja kerja, waktu, dan biaya yang perlu dikeluarkan agar Situs A ini mendapat posisi #1 untuk target keyword-nya. Kemudian, ditentukan bahwa Situs A ini akan sangat mengandalkan traffic dari mesin pencari.

Dengan informasi ini, ada dua alternatif solusi - pertama, anda bisa menekan biaya dengan melakukan SEO 'gratis' dan tidak perlu mengeluarkan ongkos untuk membayar tautan dan *directory submission*. Atau, anda bisa menghemat waktu dengan membayar beberapa direktori dengan otoritas tinggi untuk menempatkan tautan agar hasilnya cepat terasa di mesin pencari.

Contoh lain:

Situs B adalah website korporat sebuah perusahaan yang sedang berkembang pesat dalam industri yang cukup kompetitif secara offline, tapi persaingan di dunia online-nya belum terlalu sengit. Sebagian kata kunci yang lazim digunakan dalam industri ini memiliki tingkat kompetisi rendah sampai menengah (nanti akan kita bahas juga apa sebetulnya arti 'kompetisi' ini dan bagaimana anda bisa menentukan situs-situs yang paling kuat persaingannya).

Kemudian diketahui bahwa mesin pencari hanya salah satu aspek dalam strategi *online marketing* perusahaan tersebut. Tujuan utama situs ini adalah untuk menekankan keunggulan layanan dan produk mereka, dan menyasar sejumlah kata kunci utama (punya level kompetisi yang tinggi).

Berdasarkan informasi ini, anda tahu bahwa untuk mendapat posisi #1 perusahaan harus menginvestasikan waktu dan uang. Membayar *directory submission* menjadi wajib, begitu pula membeli tautan. Sebagian dari kata kunci tersebut juga perlu upaya *link building* terpadu dan terkoordinasi serta biasanya perlu waktu cukup lama sebelum hasilnya terlihat di halaman pertama (bukan/belum posisi #1) SERP.

Dalam kasus ini, strategi SEO anda juga akan tergantung pada seberapa luwes kebebasan yang dimiliki untuk mengeluarkan uang dan melakukan perubahan pada situs - anda mungkin diminta dulu contoh hasil terdahulu sebelum proposal anggaran disetujui dan dana yang dibutuhkan cair. Selain itu, melakukan perubahan pada situs korporat biasanya tidak terlalu mudah karena hambatan-hambatan birokratis dan non-teknis lainnya.

Tentu saja, apapun jenis proyeknya, anda harus memutuskan sendiri kustomisasi strategi SEO yang harus dibuat, saya bisa menunjukkan cara dan alat bantu, tapi andalah yang harus membuat keputusan.

Namun jangan khawatir, jika berpegang pada panduan yang dijelaskan nanti, anda tidak akan menemukan masalah berarti. Tidak sabar? Silakan cek artikel-[artikel Panduan SEO](#) selengkapnya.

You can also find this article published on [Contoh Kustomisasi Strategi SEO](#), and on the tag pages [directory submission](#), [link building](#), [mesin pencari](#), [seo](#), [strategi seo](#).