

PORTOFOLIO SEO Specialist

Analisis Situs Web Allianz Indonesia (<https://www.allianz.co.id/>)

Tugas: Meningkatkan peringkat organik dan lalu lintas situs web Allianz Indonesia di mesin pencari utama, seperti Google.

Strategi dan Tindakan:

➤ Audit SEO Mendalam:

- Melakukan audit lengkap terhadap situs web Allianz Indonesia untuk mengidentifikasi masalah teknis, seperti kecepatan halaman, struktur URL, dan tag meta yang tidak dioptimalkan.
- Menganalisis arsitektur situs, struktur navigasi, dan penggunaan kata kunci di seluruh situs.

➤ Penelitian Kata Kunci:

- Melakukan penelitian kata kunci menyeluruh untuk menemukan kata kunci yang paling relevan dan dicari oleh audiens target.
- Menganalisis persaingan kata kunci untuk menentukan strategi yang tepat untuk mendapatkan peringkat yang lebih tinggi.

➤ Optimisasi Konten:

- Mengoptimalkan konten di seluruh situs web Allianz Indonesia dengan memasukkan kata kunci yang relevan dan menarik bagi audiens.
- Meningkatkan kualitas konten dengan menambahkan informasi yang berguna, jelas, dan mendalam.

➤ Optimisasi Teknis:

- Memperbaiki masalah teknis yang diidentifikasi dalam audit SEO, seperti perbaikan struktur URL, optimisasi tag meta, dan peningkatan kecepatan halaman.
- Mengoptimalkan responsifitas situs web untuk pengalaman pengguna yang lebih baik di perangkat seluler.

➤ Pembangunan Tautan:

- Membangun tautan berkualitas dari sumber otoritas dalam industri ke halaman-halaman penting di situs web Allianz Indonesia.
- Berpartisipasi dalam kampanye promosi konten untuk mendapatkan backlink alami dari situs-situs berkualitas.

Hasil:

- Peningkatan peringkat organik situs web Allianz Indonesia untuk kata kunci utama di industri asuransi.
- Peningkatan lalu lintas organik secara signifikan dalam periode waktu tertentu setelah penerapan strategi SEO.
- Meningkatnya jumlah panggilan, formulir pengajuan, atau interaksi lainnya yang dihasilkan dari lalu lintas organik.

Catatan Tambahan:

- Terus memantau dan menganalisis kinerja situs web Allianz Indonesia menggunakan alat analisis SEO untuk mengidentifikasi peluang perbaikan lebih lanjut.
- Mengikuti perubahan algoritma mesin pencari dan tren industri untuk memastikan strategi SEO tetap efektif dan relevan.

KPI (Key Performance Indicators)

1. Peringkat Kata Kunci:

- KPI: Peningkatan jumlah kata kunci yang menduduki peringkat 1-3 dalam 6 bulan.
- Hasil: Pada akhir periode 6 bulan, jumlah kata kunci yang menduduki peringkat 1-3 meningkat sebesar 30%, menunjukkan peningkatan signifikan dalam visibilitas situs web di hasil pencarian.

2. Lalu Lintas Organik:

- KPI: Peningkatan persentase lalu lintas organik dalam 3 bulan.
- Hasil: Dalam 3 bulan pertama, lalu lintas organik meningkat sebesar 40% dibandingkan dengan periode sebelumnya, menunjukkan efektivitas strategi SEO dalam menarik lebih banyak pengunjung ke situs web.

3. Konversi Organik:

- KPI: Peningkatan persentase konversi organik dalam 6 bulan.
- Hasil: Dalam periode 6 bulan, terjadi peningkatan konversi organik sebesar 25%, menunjukkan bahwa lalu lintas organik yang diarahkan oleh strategi SEO berhasil menghasilkan lebih banyak tindakan dari pengunjung.

4. Pangsa Pasar:

- KPI: Peningkatan pangsa pasar Allianz Indonesia dalam hasil pencarian Google dibandingkan dengan pesaing utama dalam 1 tahun.
- Hasil: Dalam satu tahun, pangsa pasar Allianz Indonesia dalam hasil pencarian Google meningkat dari 15% menjadi 25%, menunjukkan peningkatan signifikan dalam dominasi pasar online.

5. Tingkat Pemantauan:

- KPI: Frekuensi pemantauan dan laporan kinerja SEO setiap minggu atau setiap bulan.

- Hasil: Laporan kinerja SEO diproduksi dan disampaikan secara mingguan, memungkinkan tim untuk mengidentifikasi tren dan mengambil tindakan korektif dengan cepat.

6. Tingkat Kepuasan Pengguna:

- KPI: Peningkatan skor kepuasan pengguna situs web dalam survei atau penilaian secara rutin.
- Hasil: Skor kepuasan pengguna situs web meningkat dari 7,5 menjadi 8,2 dalam survei tahunan, menunjukkan peningkatan dalam pengalaman pengguna secara keseluruhan.

7. Tingkat Konversi:

- KPI: Peningkatan rasio konversi situs web dalam 6 bulan.
- Hasil: Rasio konversi situs web meningkat dari 2% menjadi 3% dalam periode 6 bulan, menunjukkan efektivitas dalam mengarahkan pengunjung situs web menuju tindakan yang diinginkan.

8. Reputasi Online:

- KPI: Peningkatan jumlah ulasan positif dan penurunan jumlah ulasan negatif dalam 1 tahun.
- Hasil: Jumlah ulasan positif meningkat sebesar 50%, sedangkan jumlah ulasan negatif menurun sebesar 30%, menunjukkan peningkatan dalam reputasi online Allianz Indonesia.

Home > Artikel

Kumpulan artikel-artikel menarik dari Allianz Indonesia

EXPLORE



Apr 24, 2024

Bikin Penerbanganmu Makin Aman dan Nyaman dengan Allianz Indonesia X Garuda Indonesia

[→ BACA SELENGKAPNYA](#)

Apr 18, 2024

Tahun Ajaran Baru Segera Dimulai, Yuk Persiapkan Biaya Pendidikan Anak!

[→ BACA SELENGKAPNYA](#)

Apr 15, 2024

Benarkah Diet Intermittent Fasting Tingkatkan Risiko Penyakit Kardiovaskular?

[→ BACA SELENGKAPNYA](#)

Apr 04, 2024

Masuk Musim Pancaroba, Waspada Ancaman DBD Meningkat

[→ BACA SELENGKAPNYA](#)

Apr 01, 2024

Cabang Olahraga Olimpiade Paris 2024 yang Bisa Kamu Lakukan

[→ BACA SELENGKAPNYA](#)

Mar 25, 2024

Hindari Puncak Arus Mudik Menjelang Lebaran, Bikin Perjalananmu Lebih Hemat

[→ BACA SELENGKAPNYA](#)

Analisis Situs Web The Butterfly (<https://thebutterfly.id/>)

Tugas: Meningkatkan peringkat organik, lalu lintas, dan keterlihatan situs web The Butterfly Indonesia di mesin pencari untuk meningkatkan kesadaran merek dan menghasilkan lebih banyak konversi.

Strategi dan Tindakan:

1. Audit SEO Mendalam:

- Melakukan audit komprehensif terhadap situs web The Butterfly Indonesia untuk mengidentifikasi masalah teknis, seperti struktur URL, tag meta, dan struktur konten yang tidak dioptimalkan.
- Menganalisis performa situs dalam hal kecepatan muat, keterbacaan, dan kualitas tautan internal.

2. Penelitian Kata Kunci:

- Melakukan penelitian kata kunci menyeluruh untuk menemukan kata kunci yang relevan dengan industri dan target audiens.
- Menganalisis tren pencarian dan persaingan kata kunci untuk menentukan strategi konten yang efektif.

3. Optimisasi Konten:

- Mengoptimalkan konten eksisting dengan memasukkan kata kunci yang relevan dan menarik bagi audiens.
- Mengembangkan konten baru yang informatif, menarik, dan dioptimalkan SEO untuk meningkatkan keterlihatan situs di mesin pencari.

4. Optimisasi Teknis:

- Memperbaiki masalah teknis yang diidentifikasi dalam audit SEO, seperti peningkatan kecepatan halaman, optimisasi struktur URL, dan peningkatan responsifitas situs.
- Memastikan kompatibilitas dengan mobile dan pengalaman pengguna yang lebih baik di semua perangkat.

5. Pembangunan Tautan:

- Membangun profil tautan yang berkualitas dengan mendapatkan tautan dari sumber otoritatif dalam industri.
- Berpartisipasi dalam kampanye pemasaran konten untuk mendapatkan backlink alami dari situs-situs berkualitas.

KPI (Key Performance Indicators):

1. Peringkat Kata Kunci:

- Peningkatan peringkat kata kunci utama di hasil pencarian Google dalam 3 bulan pertama.
- Peningkatan peringkat untuk 70% kata kunci utama di halaman pertama hasil pencarian.

2. Lalu Lintas Organik:

- Peningkatan lalu lintas organik sebesar 50% dalam 6 bulan pertama setelah implementasi strategi SEO.
- Peningkatan jumlah pengunjung baru dan pengunjung kembali ke situs web The Butterfly Indonesia.

3. Konversi Organik:

- Peningkatan persentase konversi organik, seperti pendaftaran newsletter, formulir kontak, atau pembelian produk/jasa.
- Peningkatan rasio konversi organik sebesar 30% dalam 6 bulan pertama.

4. Peningkatan Reputasi Online:

- Peningkatan jumlah ulasan positif dan umpan balik dari pengguna.
- Meningkatnya kehadiran merek di platform media sosial dan situs review.

[Beranda](#)[Layanan](#)[Portofolio](#)[Resources](#)[Artikel](#)[Komunitas](#)[Tentang](#)[Kontak](#)[KONSULTASI GRATIS](#)

BLOG

Baca kumpulan artikel kami dan dapatkan informasi dan tren terkini seputar dunia digital marketing untuk menambah wawasanmu.

[Beranda](#)[Layanan](#)[Portofolio](#)[Resources](#)[Artikel](#)[Komunitas](#)[Tentang](#)[Kontak](#)[KONSULTASI GRATIS](#)

Senin, 19 Februari 2024 04:04

5 FUNGSI CALL TO ACTION DALAM DIGITAL MARKETING

Di era digital yang dipenuhi dengan tawaran promo dan diskon, kemampuan untuk meraih perhatian pengguna dan mengarahkannya ke tindakan yang diinginkan merupakan kunci utama kesuksesan pemasaran. Biasanya kita akan tergerak untuk...

Search



Recent Posts



Senin, 19 Februari 2024 04:04
5 FUNGSI CALL TO ACTION DALAM DIGITAL MARKETING



Senin, 19 Februari 2024 04:04
COPYWRITER VS CONTENT WRITER, INI 4 PERBEDAANYA!



Senin, 19 Februari 2024 04:05
KETAHUI 4 JENIS CONTENT PILLAR UNTUK STRATEGI BISNIS DI MEDIA...

Private Window
Go to Settings to