

Strategi link building yang efektif dan cocok untuk meningkatkan jumlah pengunjung situs



Segala sesuatu yang instan itu memang tidak baik. Hal ini juga berlaku dalam dunia digital marketing. Kebanyakan website memberikan Anda panduan untuk “meroketkan” brand dan situs dalam waktu singkat. Masalahnya, kadang kepopuleran ini hanya berlangsung dalam waktu yang singkat pula.

Jika Anda ingin berinvestasi untuk masa depan bisnis, maka Anda butuh metode yang mampu memberikan hasil dalam jangka panjang. Strategi link building berikut ini akan membantu Anda melakukan investasi bisnis yang menjanjikan.

Membangun fondasi yang kuat dalam upaya link building



Setiap upaya link building perlu dibangun di atas landasan yang kuat. Hal pertama yang perlu Anda ketahui adalah apa saja yang membuat sebuah link dikatakan sebagai link yang bagus. Banyak orang menggunakan SEO sebagai media sekaligus alat ukur keberhasilan pembangunan website. Bagi saya, sebuah link yang bagus harus mampu melampaui hasil yang diberikan SEO.

Ada banyak elemen lain yang perlu dipertimbangkan selain upaya optimalisasi kinerja SEO. Misalnya beberapa hal berikut ini:

- Lalu lintas keseluruhan
- Arahkan lalu lintas potensial
- Social media following
- Ukuran daftar email
- Komunitas aktif
- Branding/visibilitas
- Frekuensi pengiriman
- Kualitas konten
- Pedoman editorial yang ketat

Semua elemen itu juga perlu menjadi fokus ketika Anda ingin membangun fondasi yang kuat dalam upaya link building.

Manfaatkan media sosial untuk mendorong upaya link building



Sebelum memanfaatkan media sosial, siapkan terlebih dahulu “amunisi” Anda berupa konten berkualitas tinggi. Untuk menciptakan konten berkualitas tinggi, beberapa elemen ini perlu Anda pertimbangkan untuk dimasukkan dalam konten:

- Posting blog
- Infografis
- Konten interaktif
- Video
- Panduan PDF
- Gambar

Jika elemen-elemen itu tidak cukup efektif untuk menarik audiens, coba beberapa topik berikut ini:

- Post berupa daftar
- Posting sumber daya terperinci
- Wawancara kelompok
- Teori atau opini

- Newsjacking

Setelah konten selesai dirancang dan di-publish, sekarang saatnya menggunakan peran media sosial untuk melakukan promosi. Upayakan untuk menjangkau audiens sebanyak mungkin. Semakin banyak orang tahu konten Anda, semakin baik.

Jalin kerja sama dengan para publisher dan influencer



Untuk memaksimalkan hasil dari upaya promosi konten lewat sosial media, Anda perlu beberapa “batu lompatan”. Bekerja sama dengan blogger, publisher, hingga influencer akan sangat membantu proses kampanye Anda. Temukan orang yang tepat dengan audiens sesuai target, kemudian susunlah sebuah email penawaran kerja sama yang menarik. Kirim dan bersiaplah melakukan sebuah kesepakatan.

Beberapa pedoman ini dapat Anda terapkan untuk meningkatkan kemungkinan suksesnya penawaran kerja sama di atas:

- **Relevansi.** Analisis siapa yang ingin Anda ajak bekerja sama. Kemudian periksalah apakah blog Anda relevan dengan orang tersebut. Jika tidak, sebaiknya cari yang lain. Karena para blogger juga akan memikirkan keuntungan bekerja sama dengan Anda.

- **Bangun hubungan.** Ingat, tujuan Anda yaitu membangun kerja sama. Minimal harus “mengenal” siapa target Anda. Mulailah dengan mengomentari blog mereka, terlibat dengan mereka di media sosial dan tunjukkan ketertarikan kepada mereka.
- **Personalisasi email.** Menunjukkan bahwa Anda tahu siapa lawan bicara akan meningkatkan kemungkinan mendapat respons.
- **Ringkas.** Sampaikan saja intinya, mereka tidak punya banyak waktu.
- **Sertakan call to action yang jelas.** Biarkan orang tahu apa yang Anda minta untuk mereka lakukan.
- **Buat penawaran yang tidak mungkin ditolak.** Kuncinya adalah bagaimana mengemas email penawaran Anda agar mereka tidak bisa berkata “tidak”.
- **Manfaatkan kemampuan copywriting.** Agar kesepakatan dapat tercapai, cobalah untuk lebih persuasif namun jangan sampai terkesan terlalu agresif apalagi memaksa.

Source:

<https://bloggingwizard.com/link-building-in-2015/>

<https://www.pexels.com/>