

Published based on [Membuat Daftar Prospek, Cara Cerdas Mendapat Tautan dan Traffic Pengunjung](#)

Membuat Daftar Prospek, Cara Cerdas Mendapat Tautan dan Traffic Pengunjung

Sedang berusaha mendapat tautan dan traffic pengunjung dari blog yang sudah mapan? Ingin mempromosikan konten atau bisnis anda? Berpikir bahwa anda berhak mendapat audience yang lebih banyak dengan kualitas konten yang anda miliki? Atau mungkin ingin memperoleh penghasilan dari bisnis online dan mendapat referral sebanyak mungkin?

Namun anda merasa tidak bisa membuat siapapun mereferensikan, mempengaruhi dan membuat tautan kepada anda. Para blogger mengabaikan pesan anda dan tidak membalasnya.

Anda pikir mereka terlalu sibuk, anda merasa konten serta tawaran yang diberikan tidaklah sehebat yang anda duga.

Pernahkah terpikir bahwa anda sebetulnya bisa mendapat hasil yang jauh lebih baik jika saja memiliki hubungan yang dekat dan bersifat pribadi dengan blogger yang bersangkutan.

Tidak sulit mendapat tautan jika anda betul-betul memiliki sesuatu yang relevan dan menarik. Juga akan jauh lebih mudah mendapat rekomendasi jika anda pernah membuat kontak dan/atau hubungan yang lebih dekat dengan blogger tersebut.

Ada artikel tentang cara tepat mendekati jurnalis ([the proper way to stalk a journalist](#)) oleh John Jantsch:

You know you need to get your story told in the media, but you can't seem to get anyone interested. The problem is you need to look at journalists as a target market - you need to get them to know, like and trust you just like you would a customer.

Here's the thing, if you can prove yourself a reliable resource for a journalist you will be looked upon as a friend, until then, you're just a pest to an overworked, often underpaid, reporter.

Anda perlu mendekati blogger dan membuat daftar blogger yang memiliki kemungkinan tertarik, anda pantau tulisannya dan berlangganan atau mengomentari blog mereka sambil secara sistematis mengangkat konten berkualitas anda yang berkaitan dengan artikel yang mereka tulis.

Sekarang saya akan memaparkan tentang mengapa dan bagaimana membuat daftar prospek para blogger dan menggunakannya untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan.

Membuat Daftar Prospek - Pengantar

Pelaku pemasaran mendefinisikan prospek sebagai calon pelanggan, klien, atau pembeli. Prospek yang bernilai biasanya dicirikan melalui kesetiaan, daya beli atau tingkat ketertarikannya terhadap suatu produk atau jasa.

Saat anda mempromosikan situs anda pada komunitas blogger, anda harus mencari prospek yang mampu mengembangkan "merek" anda sekaligus dapat menghasilkan targeted traffic. Berhubung membangun prospek biasanya memerlukan upaya yang melelahkan, saya sarankan untuk melakukannya hanya pada sekelompok blogger sebagai kelompok utama, masing-masing memiliki lingkaran pengaruh yang sudah mapan.

Daripada mengincar banyak blogger, lebih baik fokus pada sedikit saja tapi yang memiliki pengaruh besar. Anda tidak bisa menyenangkan semua orang, itu sudah pasti mustahil, tapi anda bisa mendapatkan hati sedikit blogger. Biar mereka ini yang merekomendasikan anda pada para audience-nya.

Ini jauh lebih mudah, apalagi bila anda betul-betul "anak baru".

Bagaimana Cara Membuat Daftar Prospek?

Ambil beberapa kata kunci (keyword) untuk website atau segmen anda dan lakukan pencarian di Technorati, yang akan memberikan hasil pencarian berdasarkan Technorati authority.

Authority ini merupakan indikasi secara garis besar atas popularitas blog, yang ditentukan melalui jumlah tautan yang diterima dari blog lainnya. Berikut ini adalah contoh hasil pencarian untuk [marketing](#) dan [web design](#).

Alternatif lainnya adalah menggunakan daftar peringkat berdasar faktor tertentu seperti Alexa. Anda juga bisa blogwalking di komunitas blog seperti MyBlogLog, Bumpzee, atau BlogCatalog. Carilah blogger yang aktif dengan reputasi kuat.

Setelah anda membuat daftar blog, berlangganlah melalui [RSS feed](#) blog-blog tersebut. Saya sarankan anda menyimpannya pada folder khusus pada feed reader yang anda gunakan, atau manfaatkan halaman muka (start page) untuk mengorganisir prospek anda. Untuk yang terakhir ini, tulisan lengkapnya di bawah.

Kenapa Anda Harus Membuat Daftar Prospek Blogger?

Pertama, untuk secara bertahap membuat blogger tersebut mengirimkan anda qualified traffic atau merekomendasikan anda pada para audience-nya, ini penting untuk mengembangkan bisnis, maupun image pribadi anda.

Daftar prospek adalah sistem yang diarahkan untuk membantu anda dalam rangka mendapat respon yang diharapkan dari blogger yang masuk pada daftar tersebut. Anda dapat menilai waktu dan energi yang dikeluarkan pada masing-masing prospek.

Kedua, saling berbalas ([reciprocation](#)). Seseorang membantu anda karena anda pernah membantu dia.

Reciprocation ini adalah aspek dasar dari budaya dan masyarakat. Terlihat pada semua jenis hubungan antar manusia. Kita melakukan sesuatu untuk orang lain dengan harapan (disadari ataupun tidak) bahwa seseorang akan membantu kita di masa yang akan datang.

Sekilas tentang [rule of reciprocity](#):

This rule requires that one person try to repay what another person has provided. By obligating the recipient to an act of repayment in the future—the rule for reciprocation allows one individual to give something to another with the confidence that it is not being lost.

The decision to comply with someone's request is frequently based upon the Rule of Reciprocity. Again, a possible and profitable tactic to gain probable compliance would be to give something to someone before asking for a favor in return.

Membuat daftar prospek membantu anda secara sistematis mencatat dan membalas tindakan yang pernah dilakukan untuk anda. Ini diarahkan untuk meningkatkan kualitas hubungan menjadi lebih baik.

Daftar ini membantu anda untuk secara bertahap mengubah seorang regular blogger menjadi [teman](#) dan [aset masa depan](#) yang dapat mengangkat bisnis/website anda.

Mengadopsi Cara Berpikir (Mindset) yang Tepat

Anda harus memantau prospek anda dengan sikap yang ingin mengangkat konten yang mereka miliki, dalam rangka membangun hubungan secara pribadi dan memiliki nilai yang lebih baik.

Trik nya adalah dengan menganggap diri anda sebagai pendukung dan penggemar hasil karyanya, bukan sekedar pembaca biasa. Nah, di mana perbedaan kedua jenis cara berpikir ini?

Mindset yang pertama bersifat aktif, menyerap konten, menyuarakan opini, lalu mempromosikannya pada orang lain yang kira-kira akan mendapat manfaat darinya. Anda memberikan reaksi pada konten blogger tersebut sambil menggunakannya sebagai platform untuk terhubung pada level yang lebih personal.

Mindset yang kedua itu pasif, menyerap informasi dan tidak sungguh-sungguh melakukan sesuatu atas informasi tersebut. Pembaca biasa ini akan mudah tenggelam dalam "keramaian" dan tidak terlihat lebih penting daripada pembaca lainnya. Pembaca biasa hanya seseorang yang mencari pengetahuan atau hiburan dari blog orang lain dan ... ya sudah cuma itu. Tidak lebih.

Semakin "kelihatan" diri anda, semakin besar dampaknya untuk image anda dan lebih mudah untuk selanjutnya membangun hubungan yang lebih menguntungkan.

Bagaimana Cara Membuat Daftar Prospek?

Filosofi dasar dalam hal networking baik itu online maupun offline sebetulnya sama saja dan tidak sulit: cari kawan sebanyak mungkin, hindari mencari musuh, hindari kebohongan dan cari cara untuk menghasilkan win-win outcome.

Blogger adalah orang juga dengan emosi yang sama seperti kita. Mereka akan bersikap lebih hangat dan lebih positif pada sahabat dekat atau orang yang mereka kenal baik. Alamiah saja.

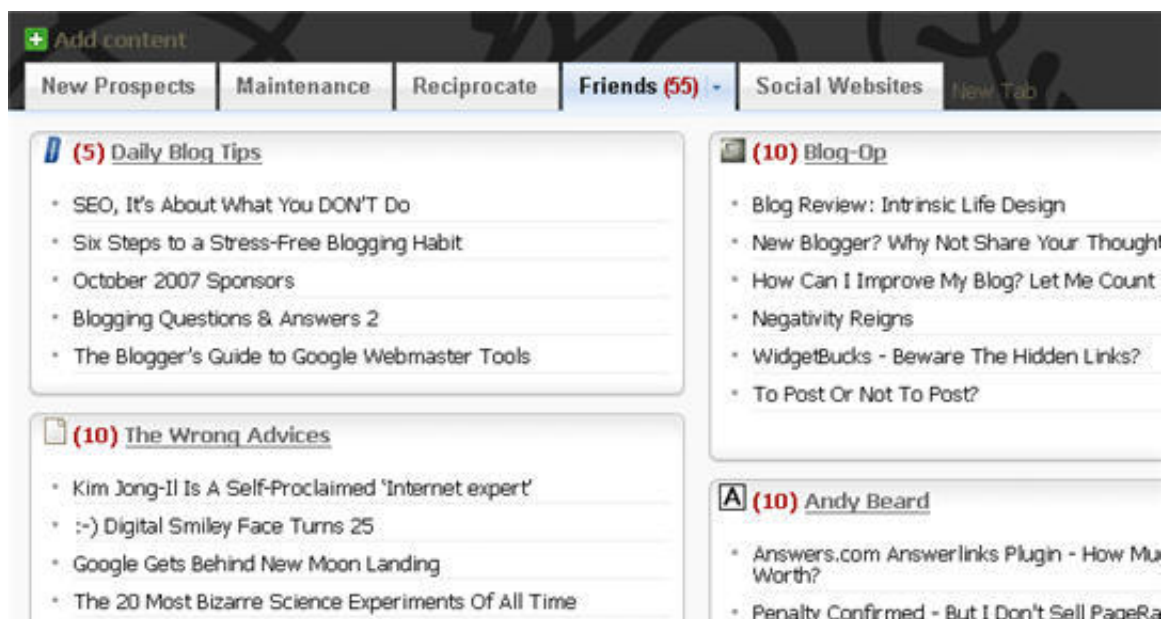
Berteman dan mencoba kenal lebih dekat dengan pemilik blog adalah hal yang penting. Gunakan saluran komunikasi langsung seperti IM atau bahkan telepon dan kopdar (kopi darat - bertemu langsung), khususnya bila anda telah cukup lama berada dalam "jangkauan radar" blogger tersebut.

Jangan pernah lupa bantuan dan dukungan yang pernah diberikan. Cobalah membalasnya kapanpun memungkinkan.

Reciprocation adalah kunci untuk membina hubungan yang lebih dekat karena hal tersebut menunjukkan dengan jelas minat anda yang tidak hanya tertarik untuk menguntungkan diri sendiri tapi juga pihak lainnya. Hal ini membuat orang tersebut akan lebih bersedia untuk meluangkan waktu dan sumberdayanya untuk anda.

1. Manajemen Daftar Prospek

Anda bisa mulai dengan menggunakan [Netvibes](#), ini termasuk cara yang paling efisien untuk mengelola daftar prospek. Pisahkan para blogger dalam beberapa tab seperti di bawah.



Arti masing-masing Tab:

1. **New prospects.** Berisi blog yang masih perlu banyak perhatian. Konsentrasi pada upaya relationship building, menangkan perhatian dan dukung penuh blogger yang bersangkutan. Anda harus "kelihatan".
2. **Maintenance.** Daftar blogger yang sudah pernah berhubungan langsung. Sudah saling mengenal lebih dekat. Tidak perlu banyak upaya untuk memperoleh atensi. Pelihara terus hubungan yang sudah terbina.
3. **Reciprocate.** Blogger yang pernah melakukan sesuatu untuk anda atau sudah jelas menunjukkan dukungannya terhadap anda atau bisnis anda. Fokus diarahkan pada memantau konten mereka dan temukan kesempatan untuk membalasnya dengan memberi tautan, mempromosikannya pada situs [social media](#) atau merekomendasikannya ke orang lain.
4. **Friends.** Berisi para blogger yang telah berhubungan selama beberapa bulan. Sama-sama memiliki opini yang disukai satu sama lain dan bisa dipertimbangkan untuk bekerja sama pada suatu proyek. Idealnya, blogger yang mengisi Tab Maintenance dipindahkan ke Tab ini setelah beberapa lama.
5. **Social Websites.** Tab ini berisi koleksi feed untuk memantau pengiriman artikel oleh blogger tertentu ke situs-situs sosial. Feed ini diikuti untuk vote up artikel yang menarik. Termasuk juga to-do list dan notepad untuk mengingatkan tentang apa yang harus dilakukan.

2. Tindak Lanjut Daftar Prospek

Setelah mengklasifikasikan daftar prospek, ada beberapa cara untuk melakukan tindakan sesuai dengan konten yang sedang anda pantau:

- **Kirimkan konten mereka ke situs-situs sosial.** Pada saat seorang blogger memposting artikel baru, cobalah untuk mempromosikannya melalui situs sosial seperti [StumbleUpon](#) atau [Digg](#). Berapa sering? Tergantung pada nilai sang prospek dan kualitas konten.
- **Kumpulkan artikel.** Kualitas konten masih tetap penting, namun prioritaskan perhatian pada situs yang belum pernah diberi tautan. Bookmark artikel blog-blog tersebut pada [del.icio.us](#) dan referensikan dalam posting blog anda.
- **Menulis komentar.** Komentar adalah senjata networking yang ampuh dan usahakan untuk tidak mempromosikan situs apapun pada isian komentar sebuah blog kecuali anda sudah beberapa kali menulis komentar (dan diterima bila dimoderasi) pada blog tersebut. Isi komentar lebih sering pada prospek baru dan silakan komentari blog teman just for fun.
- **Berbagi tautan.** Berbagi tautan yang mengarah pada artikel tertentu untuk pembaca adalah cara yang baik untuk menunjukkan bahwa anda adalah sumber referensi yang baik, juga untuk menunjukkan bahwa anda tidak egois untuk selalu mengangkat konten anda sendiri.
- **Terlibat dalam diskusi.** Terlibat dalam diskusi tentang artikel seorang blogger adalah cara yang sangat tepat untuk menunjukkan bahwa anda memberi perhatian. Anda bisa juga berdiskusi tentang topik tertentu melalui email atau IM. Jangan lupa bertemu langsung kalau bisa.

Anda bisa menggunakan cara manajemen prospek lainnya yang disukai, selama anda merasa cara tersebut dapat mengelola daftar prospek secara efektif.

Networking adalah faktor penting menuju sukses, seorang blogger akan menyadari betapa pentingnya mendapat kelompok pendukung yang bersedia memberi perhatian sejak awal blognya berkibar.

You can also find this article published on [Membuat Daftar Prospek, Cara Cerdas Mendapat Tautan dan Traffic Pengunjung](#), and on the tag pages [Blogging](#), [Internet Business](#).