

Arsitektur website yang membantu pembeli

Ubah daftar halaman menjadi jalur yang membantu calon pelanggan memahami layanan, menilai kecocokan, dan menghubungi tim Anda.

FONDASI DIGITAL

Untuk siapa panduan ini?

Pemilik bisnis, marketing, desainer, dan pengembang yang sedang menata website baru atau merapikan website lama.

Hasil yang disiapkan

Peta halaman, tujuan setiap URL, dan hubungan antara layanan, bukti, serta kontak.

Bahan awal

- Daftar layanan dan segmen pelanggan
- Pertanyaan yang sering diterima sales
- Daftar URL yang masih aktif

Isi Playbook

01 Persiapan / 02 Langkah kerja / 03 Contoh latihan

04 Titik review / 05 Lembar kerja / 06 Checklist & rujukan

Panduan kerja terbuka, bukan sertifikasi atau jaminan hasil. Contoh di dalamnya adalah latihan editorial, bukan dokumentasi klien.

Kerjakan dalam urutan yang jelas.

01 Mulai dari keputusan pembeli

Tulis tiga pertanyaan yang muncul sebelum orang bersedia berdiskusi: apakah layanan ini cocok, bukti apa yang tersedia, dan bagaimana prosesnya. Ambil dari percakapan sales atau wawancara singkat; jangan menyamakan asumsi internal dengan riset pelanggan. Kelompokkan pertanyaan yang berulang, lalu beri urutan sesuai kebutuhan pembeli.

Output: Daftar pertanyaan dengan sumber dan prioritas.

02 Beri satu peran utama pada setiap halaman

Halaman layanan menjelaskan cakupan. Halaman industri menjelaskan konteks. Studi kasus menjelaskan pekerjaan dan bukti. Kontak membantu memulai percakapan. Jika dua URL menjawab kebutuhan yang sama, tentukan apakah keduanya layak dipisahkan. Pertahankan URL lama yang masih relevan; rencanakan pengalihan jika benar-benar dipindahkan.

Output: Inventaris URL dengan peran dan keputusan pertahankan, gabungkan, atau buat.

03 Hubungkan halaman sesuai alur keputusan

Dari layanan, tautkan bukti yang benar-benar berkaitan dan satu langkah kontak yang jelas. Dari artikel, arahkan ke layanan hanya ketika pembaca sudah mendapatkan jawaban. Label tautan harus menjelaskan tujuan, bukan sekadar “klik di sini”. Navigasi tidak perlu menampilkan semua halaman; pilih pintu masuk yang paling berguna.

Output: Peta hubungan antarahalaman beserta label tautan.

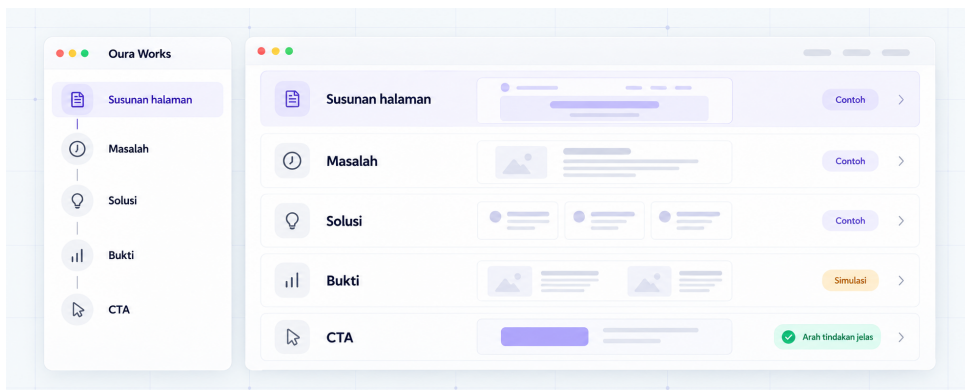
04 Uji dengan tugas yang nyata

Minta seseorang yang belum mengenal bisnis mencari satu layanan, batas pengerjaan, dan cara meminta penawaran. Amati letak kebingungannya tanpa langsung membantu. Uji di ponsel dan dengan keyboard. Catat masalah yang menghalangi tugas, lalu perbaiki sebelum menambahkan halaman baru.

Output: Catatan tugas, hambatan, penanggung jawab, dan perbaikan.

Hubungkan langkah dengan keputusan.

Distributor alat industri membutuhkan halaman produk yang membantu procurement menemukan spesifikasi sebelum meminta penawaran. Dalam latihan ini, katalog bukan tempat untuk menyalin seluruh brosur tanpa struktur.



Ilustrasi alur kerja; data dan label adalah contoh, bukan hasil klien.

Halaman	Pertanyaan pembeli	Langkah berikutnya
Layanan pasokan	Barang dan area apa yang dilayani?	Lihat kategori produk
Detail produk	Apakah spesifikasinya cocok?	Unduh spesifikasi yang tersedia / minta penawaran
Studi kasus	Pekerjaan serupa apa yang pernah dilakukan?	Periksa konteks dan ruang lingkup
Formulir RFQ	Informasi apa yang perlu saya siapkan?	Kirim kebutuhan ke tim sales

04 / HINDARI SALAH LANGKAH

Membuat halaman untuk setiap variasi keyword

Pisahkan halaman ketika kebutuhan atau isi memang berbeda. Jumlah URL bukan ukuran kelengkapan.

Menjadikan semua CTA “Hubungi kami”

Pembaca yang belum siap kontak mungkin membutuhkan spesifikasi, proses, atau bukti terlebih dahulu.

Susun rencana Anda.

Isi kondisi, keputusan, atau pertanyaan yang perlu dikonfirmasi. Jangan menuliskan password, token, atau data pribadi pelanggan.

01 Segmen pembeli utama

02 Tiga pertanyaan pembeli

03 URL dan peran halaman

04 Tautan menuju bukti

05 Perubahan URL dan rencana pengalihan

06 Tugas untuk pengujian

06 / CHECKLIST SEBELUM DISERAHKAN

- ☐ Setiap URL punya tujuan yang berbeda
- ☐ Layanan terhubung ke bukti yang relevan
- ☐ Formulir memiliki label dan status yang jelas
- ☐ URL lama memiliki keputusan migrasi
- ☐ Jalur utama bisa digunakan di ponsel

Periksa batas dan sumbernya.

Berapa halaman yang diperlukan?

Mulai dari kebutuhan pembeli dan kapasitas mengelola konten. Peta halaman yang kecil tetapi jelas lebih berguna daripada puluhan halaman berulang.

Haruskah seluruh URL lama diganti?

Tidak. Nilai manfaat dan dampak migrasi terlebih dahulu, termasuk tautan, trafik, dan pengalihan.

Rujukan publik

[Google Search Essentials](https://developers.google.com/search/docs/essentials)

<https://developers.google.com/search/docs/essentials>

[W3C: label untuk formulir](https://www.w3.org/WAI/tutorials/forms/labels/)

<https://www.w3.org/WAI/tutorials/forms/labels/>

Batas penggunaan

Rujukan diperiksa pada 2 Oktober 2026. Langkah, contoh, dan lembar kerja merupakan rumusan editorial Oura dengan bantuan AI dan rujukan publik. Sesuaikan keputusan dengan kondisi bisnis dan periksa hal teknis bersama pihak yang berwenang. Panduan ini bukan kontrak, sertifikasi, atau jaminan hasil.

[Baca versi interaktif Playbook](#)