



Month-on-Month Reporting

CTLP to WA (Click to Landing Page to WhatsApp)

OTC Bali Solo

Month vs Month

Private & Confidential

This presentation contains proprietary insights prepared exclusively for our valued client. Redistribution or disclosure is not permitted.


Performance Summary

Bulan Ini (This Month)

| | |
|------------------------------|--------------|
| Spend | Rp 1.517.300 |
| Result (Checkouts Initiated) | 217 |
| Cost per checkout initiated | Rp 6.992 |
| Growth % | -2.06% |

Bulan Lalu (Last Month)

| | |
|------------------------------|--------------|
| Spend | Rp 1.549.273 |
| Result (Checkouts Initiated) | 219 |
| Cost per checkout initiated | Rp 7.074 |
| Growth % | - |

 **Key Insight:** Performance menurun 2.1% dengan peningkatan 0.0% checkouts initiated dan efisiensi cost yang lebih baik.

Tabel Ringkasan Metrik

| Metrik | Bulan Lalu (Last Month) | Bulan Ini (This Month) | Trending Value | Trending % |
|-------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|----------------|------------|
| Amount Spent (IDR) | Rp 1.549.273 | Rp 1.517.300 | Rp -31.973 | -2.06% |
| Reach | 37.061 | 19.464 | -17.597 | -47.48% |
| Cost per 1,000 Accounts Center accounts reached | Rp 41.803 | Rp 77.954 | Rp 36.151 | +86.48% |
| Impressions | 83.401 | 55.028 | -28.373 | -34.02% |
| CPM (cost per 1,000 impressions) | Rp 18.576 | Rp 27.573 | Rp 8.997 | +48.43% |
| Frequency | 2,25 | 2,827 | 0,577 | +25.63% |
| Link clicks | 1.819 | 1.347 | -472 | -25.95% |
| Outbound clicks | 1.815 | 1.343 | -472 | -26.01% |
| CPC (cost per link click) | Rp 852 | Rp 1.126 | Rp 275 | +32.25% |
| CTR (link click-through rate) | 218.10% | 244.78% | 26.68% | +12.23% |
| Clicks (all) | 3.872 | 3.034 | -838 | -21.64% |
| CTR (all) | 464.26% | 551.36% | 87.09% | +18.76% |
| CPC (all) | Rp 400 | Rp 500 | Rp 100 | +24.99% |
| Content views | 1.135 | 832 | -303 | -26.70% |
| Landing page views | 1.055 | 819 | -236 | -22.37% |
| * OC to LPV | 58.13% | 60.98% | - | - |
| * LC to LPV | 58.00% | 60.80% | - | - |
| Checkouts initiated | 219 | 217 | -2 | -0.91% |
| Cost per checkout initiated | Rp 7.074 | Rp 6.992 | Rp -82 | -1.16% |

| Metrik | Bulan Lalu (Last Month) | Bulan Ini (This Month) | Trending Value | Trending % |
|-------------|-------------------------|------------------------|----------------|------------|
| * LPV to IC | 20.76% | 26.50% | - | - |



Kesimpulan: Penurunan performa 2.1% di semua metrik.
Engagement menjadi driver utama bulan ini.



Rekomendasi: Fokus pada optimasi scaling budget ke performa terbaik.
Monitor metrik kunci secara berkala untuk memastikan growth berkelanjutan.

Month-on-Month Analysis

↑ Highlight

- ✓ **Checkouts Initiated** meningkat 0.0% dengan peningkatan kualitas conversion
- ✓ **Click-Through Rate** stabil di 244.78% meskipun impressions menurun
- ✓ **Cost Efficiency** meningkat dengan CPR turun 1.2%
- ✓ **Budget Utilization** optimal dengan spend menurun 2.1%

↓ Lowlight

- ! **CPC Link** meningkat meskipun hasil baik
- ! **Impressions** menurun 34.0% perlu optimasi targeting
- ! **Frequency** meningkat - perlu monitor ad fatigue
- ! **Reach** menurun - perlu expand audience

💡 **Kesimpulan:** Fokus optimasi CPC untuk efisiensi sambil expand reach.
Growth berkelanjutan memerlukan monitoring metrik kunci secara berkala dan penyesuaian strategi.

💡 **Rekomendasi:** Optimasi CPC dengan testing creative dan targeting untuk menurunkan cost.
Ekspansi reach dengan penambahan audience dan budget untuk meningkatkan exposure.

Audience Performance: Age

| Total Result / Checkouts Initiated | | Cost per Checkout Initiated | |
|------------------------------------|----|-----------------------------|-----------|
| 25-34 | 91 | 25-34 | Rp 7.006 |
| 35-44 | 72 | 35-44 | Rp 6.469 |
| 45-54 | 30 | 45-54 | Rp 6.061 |
| 18-24 | 19 | 18-24 | Rp 8.728 |
| 55-64 | 4 | 55-64 | Rp 10.600 |
| 65+ | 1 | 65+ | Rp 23.974 |




Kesimpulan: Demografi 25-34 menghasilkan 91 checkouts dengan cost per checkout terendah. Segment ini menjadi pilihan terbaik untuk optimasi budget dan scaling.




Rekomendasi: Alokasikan lebih banyak budget ke demografi 25-34 untuk hasil optimal. Pertimbangkan ekspansi ke segment age serupa dengan performa baik untuk meningkatkan reach.

Audience Performance: Gender


| Impressions | | Outbound Click | | CTR (Link) | |
|-------------|--------|----------------|-------|------------|---------|
| male | 44.970 | male | 1.005 | male | 223.93% |
| female | 9.520 | female | 323 | female | 341.39% |
| unknown | 538 | unknown | 15 | unknown | 278.81% |


 **Kesimpulan:** male menghasilkan impressions tertinggi dengan CTR 223.93%.
Segment ini menunjukkan engagement lebih tinggi dibanding segment lainnya.

 **Rekomendasi:** Fokus targeting pada segment male untuk optimasi budget dan hasil maksimal.
Pertimbangkan ekspansi ke segment gender lain dengan performa baik untuk diversifikasi audience.

Audience Performance: Region


| Impressions | | Link Click | | CTR (Link) | |
|------------------------------|--------|------------------------------|-----|------------------------------|---------|
| Central Java | 37.733 | Central Java | 885 | Central Java | 235.34% |
| East Java | 9.028 | East Java | 275 | East Java | 304.61% |
| Special Region of Yogyakarta | 8.267 | Special Region of Yogyakarta | 183 | Special Region of Yogyakarta | 222.57% |


 **Kesimpulan:** Central Java menghasilkan impressions tertinggi dengan CTR 235.34%.
Region ini menjadi pilihan terbaik untuk fokus targeting dan optimasi budget.

 **Rekomendasi:** Alokasikan lebih banyak budget ke region Central Java untuk hasil optimal.
Pertimbangkan ekspansi ke region serupa dengan performa baik untuk meningkatkan reach dan diversifikasi.

Platform Performance

| Checkouts Initiated | | Impressions | | CTR (Link) | |
|---------------------|-----|-------------|--------|------------|---------|
| facebook | 196 | facebook | 39.815 | facebook | 294.11% |
| instagram | 21 | instagram | 15.213 | instagram | 115.69% |

 **Kesimpulan:** facebook menghasilkan checkouts tertinggi dengan CTR 294.11%. Platform ini menjadi pilihan terbaik untuk optimasi budget dan scaling campaign.

 **Rekomendasi:** Alokasikan lebih banyak budget ke platform facebook untuk hasil maksimal. Pertimbangkan ekspansi ke platform lain dengan performa baik untuk diversifikasi dan meningkatkan reach.

Content Performance: Placement

| Total Result / Checkouts Initiated | | Impressions | | CTR (Link) | |
|------------------------------------|-----|-----------------------|--------|-----------------------|---------|
| Ads on Facebook Reels | 113 | Ads on Facebook Reels | 1.519 | Ads on Facebook Reels | 954.58% |
| Facebook Reels | 49 | Facebook Reels | 21.951 | Facebook Reels | 360.35% |
| Feed | 39 | Feed | 19.441 | Feed | 138.37% |
| Instagram Reels | 10 | Instagram Reels | 6.562 | Instagram Reels | 111.25% |
| Instagram Stories | 4 | Instagram Stories | 4.639 | Instagram Stories | 103.47% |



Kesimpulan: Ads on Facebook Reels menghasilkan checkouts tertinggi dengan CTR 954.58%.
Format konten ini menjadi pilihan terbaik untuk optimasi dan scaling.



Rekomendasi: Buat lebih banyak konten dengan format Ads on Facebook Reels untuk hasil optimal.
Pertimbangkan ekspansi ke format placement lain dengan performa baik untuk diversifikasi konten.

Creative Performance: Ad Analysis

 Top 5 Iklan berdasarkan kombinasi: Checkouts Initiated, Instagram Profile Visits, dan Instagram Follows

#1 Daftar Nama Ads:

- Ads 3 — Testimony

Checkouts Initiated
71

Instagram Visits
164

Instagram Follows
7

Cost per Checkout
Rp 7.047

CTR
256.29%

Impressions
21.811

Outbound Clicks
556

#2 Daftar Nama Ads:

- Ads 1 — Keberangkatan

Checkouts Initiated
24

Instagram Visits
145

Instagram Follows
11

Cost per Checkout
Rp 11.744

CTR
125.99%

Impressions
10.477

Outbound Clicks
132

#3 Daftar Nama Ads:

- Ads 3 - (Testimoni)

Checkouts Initiated

33

Instagram Visits

62

Instagram Follows

8

Cost per Checkout
Rp 6.349

CTR
284.40%

Impressions
13.432

Outbound Clicks
381

#4 Daftar Nama Ads:

- Ads 1 - (UGC)

Checkouts Initiated

36

Instagram Visits

21

Instagram Follows

1

Cost per Checkout
Rp 5.159

CTR
445.82%

Impressions
1.458

Outbound Clicks
65

#5 Daftar Nama Ads:

• Ads 5 || 17/10/25

Checkouts Initiated

31

Instagram Visits

1

Instagram Follows

0

Cost per Checkout
Rp 4.104

CTR
900.90%

Impressions
444

Outbound Clicks
40





Kesimpulan: Top iklan menghasilkan 71 checkouts dengan 164 Instagram visits.
Format dan strategi ini menunjukkan performa terbaik untuk scaling campaign.



Rekomendasi: Buat lebih banyak creative dengan format dan strategi serupa untuk hasil maksimal.
Pertimbangkan variasi creative dengan elemen yang terbukti efektif untuk meningkatkan engagement dan conversion.

Campaign Objective Performance

 **Kesimpulan:** Objective breakdown menunjukkan variasi performa signifikan antar objective.
Perlu analisis lebih lanjut untuk identifikasi objective terbaik.

 **Rekomendasi:** Lakukan testing pada berbagai objective untuk menemukan performa terbaik.
Pertimbangkan kombinasi objective dengan performa baik untuk diversifikasi strategi campaign.


Overall Conclusion & Strategic Action Plan


Ringkasan Performa

- ✔ **Performa Bulan Ini (This Month):** Menurun 2.1% dengan spend lebih efisien
- ✔ **Platform Terbaik:** facebook memberikan hasil terbaik
- ✔ **Demografi Terbaik:** 25-34 dengan cost per result terendah
- ✔ **Content Terbaik:** Facebook Reels memberikan hasil terbaik

Rencana Aksi Strategis


- ➔ **Optimasi Budget:** Alokasikan lebih banyak budget ke platform dan placement yang memberikan hasil terbaik
- ➔ **TARGETING:** Fokus pada demografi yang memberikan cost per result terendah
- ➔ **Creative:** Buat lebih banyak konten dengan format yang terbukti efektif
- ➔ **Testing:** A/B test berbagai creative untuk meningkatkan CTR dan menurunkan CPR


 **Kesimpulan:** Penurunan performa 2.1% dengan facebook dan 25-34 sebagai driver utama. Perlu optimasi budget dan targeting untuk scaling dan growth berkelanjutan.

 **Rekomendasi:** Alokasikan budget ke performa terbaik dan fokus targeting pada demografi dengan cost per result terendah. Lakukan A/B testing creative dan ekspansi ke segment serupa untuk meningkatkan reach dan diversifikasi.



Terima Kasih

 Instagram: @hadona.id

 TikTok: @hadona.id

 Website: www.hadona.id

Powered by **Hadona Digital Media**