



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	0	-37.061	-100.00%
Cost per 1,000 Accounts Center accounts reached	Rp 41.803	Rp 0	Rp -41.803	-100.00%
Impressions	83.401	55.028	-28.373	-34.02%
CPM (cost per 1,000 impressions)	Rp 18.576	Rp 0	Rp -18.576	-100.00%
Frequency	2,25	0	-2,25	-100.00%
Link clicks	1.819	0	-1.819	-100.00%
Outbound clicks	1.815	1.343	-472	-26.01%
CPC (cost per link click)	Rp 852	Rp 0	Rp -852	-100.00%
CTR (link click-through rate)	218.10%	244.78%	26.68%	+12.23%
Clicks (all)	3.872	0	-3.872	-100.00%
CTR (all)	464.26%	0.00%	-464.26%	-100.00%
CPC (all)	Rp 400	Rp 0	Rp -400	-100.00%
Content views	1.135	832	-303	-26.70%
Landing page views	1.055	819	-236	-22.37%
* OC to LPV	58.13%	0.00%	-	-
* LC to LPV	58.00%	0.00%	-	-
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%	0.00%	-	-

 **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** stabil
- ! **Impressions** menurun 34.0% perlu optimasi targeting
- ! **Frequency** stabil
- ! **Reach** menurun - perlu expand audience

 **Kesimpulan:** Fokus optimasi CTR untuk efisiensi sambil expand reach.

Growth berkelanjutan memerlukan monitoring metrik kunci secara berkala dan penyesuaian strategi.

 **Rekomendasi:** Tingkatkan CTR dengan testing creative dan optimasi placement.

Ekspansi reach dengan penambahan audience dan budget untuk meningkatkan exposure.

Audience Performance: Age

Total Result / Checkouts Initiated

25-34	91
35-44	72
45-54	30
18-24	19
55-64	4
65+	1

Cost per Checkout Initiated

25-34	Rp 7.006
35-44	Rp 6.469
45-54	Rp 6.061
18-24	Rp 8.728
55-64	Rp 10.600
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
East Java	9.028	East Java
Special Region of Yogyakarta	8.267	Special Region of Yogyakarta

 **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:** Unknown dengan cost per result terendah
- ✓ **Content Terbaik:** Facebook profile feed 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 Unknown 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**