

CONTENT

About Brand
Market Analysis
Goals & Objectives
Marketing
Strategy
Report

A background image of palm trees, rendered in a light, faded green color, covering the top half of the slide.

ABOUT BRAND

- **Background Brand**
- **Analysis 4P**

ABOUT BRAND

Background Brand

Final Individual Project | About Brand



Kanatutura merupakan sebuah brand yang menjual berbagai macam healthy product yang dibuat hanya menggunakan bahan-bahan alami tanpa ada tambahan bahan kimia.

Untuk saat ini baru memproduksi produk Minyak Kelapa Murni atau lebih populer dengan sebutan Virgin Coconut Oil. Nantinya berencana untuk memperbanyak produk misalnya Madu, Olive Oil, Minyak Kemiri/Candlenut Oil, dan banyak produk kesehatan alami lainnya.

Kanatutura selalu berkomitmen hanya menjual produk yang berkualitas baik, terjangkau dan aman untuk dikonsumsi/tanpa ada tambahan zat kimia.



ABOUT BRAND

Analysis 4P

Product	Price	Promotion	Place
<p>Kanatura menjual berbagai macam natural healthy product tanpa bahan tambahan bahan kimia.</p> <p>Produk yang dijual saat ini adalah</p> <ul style="list-style-type: none">• Virgin Coconut Oil	<p>Kanatura Extra Virgin Coconut Oil tersedia dalam berbagai ukuran dan harga.</p> <ul style="list-style-type: none">• 100ml - Rp30.000• 250ml - Rp40.000• 500ml - Rp70.000• 1 Liter - Rp120.000	<p>Ada beberapa metode yang digunakan untuk melakukan promosi</p> <ul style="list-style-type: none">• Website/Blog• SEO• Social Media Channel• Facebook/IG Ads• Influencer Marketing• Word of Mouth	<p>Produk Kanatura dapat dibeli melalui beberapa cara/tempat:</p> <ul style="list-style-type: none">• Shopee• Tokopedia• Transfer langsung melalui CS WhatsApp

The top half of the slide features a background image of a dense grove of palm trees, rendered in a light, faded, and slightly desaturated style. The trees are tall and slender, with their fronds creating a textured canopy. The overall tone is light and airy, providing a tropical aesthetic.

MARKET ANALYSIS

- **Target Market**
- **Problem Statement & Value Proposition**
- **Brand Personality**
- **Brand Positioning & Perceptual Mapping**
- **Competitor Research**

MARKET ANALYSIS

Target Market

Demography

- Usia: 25-45 Tahun
- Tinggal di kota besar di Indonesia
- SES C-B
- Gender: Perempuan
- Bekerja dan Ibu Rumah Tangga

Behavioral

- Memilih produk organik
- Mencari produk berkualitas tapi dengan harga yang terjangkau

Psychographic

- Tertarik dengan Healthy Lifestyle
- Suka olahraga
- Peduli dengan kesehatan diri

MARKET ANALYSIS

Problem Statement & Value Proposition

Problem Statement

- Cenderung sering merasa kesusahan dalam mencari *natural healthy product* yg benar-benar bagus kualitasnya.
- Healthy product yang berkualitas baik biasanya memiliki harga yang cukup mahal/tinggi.
- Mencari alternatif dari obat kimia untuk mengatasi penyakit atau masalah kesehatan yang sedang dihadapi.



Value Proposition

- Menghadirkan *Natural healthy product* yg dibuat dari bahan alami berkualitas dan diproses dengan baik.
- Menjual produk dengan harga yang affordable tapi tetap dengan kualitas produk yg bagus.
- Memberikan jaminan bahwa produk diolah secara alami tanpa ada campuran bahan kimia lainnya.

MARKET ANALYSIS

Brand Personality



- Care
- Healthy Life Loving
- Environmentally Friendly
- Helpful

MARKET ANALYSIS

Brand Positioning & Perceptual Mapping

AUDIENCE

Goal. Menikmati hidup dengan badan sehat dan penuh kebahagiaan.

Problem. Susah menerapkan pola hidup sehat.

Impact/Fear. Takut menyesal di masa depan akibat pola hidup tidak sehat saat ini.

Desire. Ingin mengubah gaya hidup menjadi lebih sehat.

MARKET

Kanatura ada untuk perempuan yg ingin menerapkan pola hidup sehat dan menggunakan produk kesehatan alami yg berkualitas terbaik.

AWARENESS

Website/blog, SEO, Social Media (Marketing & Organic), Influencer Marketing, WoM.

PERCEPTUAL MAPPING



MARKET ANALYSIS

Competitor Research

Javara

Javara memiliki banyak sekali varian produk. Ini merupakan salah satu kelebihan dari brand ini. Selain itu, Javara juga mempunyai website dan IG yg cukup aktif.

Harga untuk produk VCO ada pada kisaran Rp45.000 - Rp250.000. Harganya paling mahal di antara produk VCO lainnya.

Sepertinya target market dari Javara adalah SES A/B..

BeOrganik

BeOrganik juga memiliki varian produk yg cukup lengkap. Beorganik juga memiliki website yg cukup bagus, tetapi untuk IG-nya tidak terlalu aktif.

Rentang harga untuk produk VCO nya sendiri Rp25.000 - Rp135.000. BeOrganik mempunyai target market untuk SES B.

SR12

SR12 tidak hanya menjual produk VCO, tetapi juga menjual berbagai macam produk herbal ataupun produk berbahan kimia. Tidak hanya produk kesehatan tetapi juga produk kecantikan.

Harga VCO SR12 ada pada rentang harga Rp43.000 - Rp180.000.

Dengan harga seperti itu, target market SR12 tidak jauh beda dengan Javara. Dengan SES A/B.

The top half of the slide features a background image of a dense grove of palm trees, rendered in a light, faded green color. The trees are tall and slender, with their fronds reaching upwards. The overall effect is a tropical, serene atmosphere.

GOALS & OBJECTIVES

- Objectives
- Channel

GOALS & OBJECTIVES

Objectives



Kanatura sadar bahwa sekarang ini mempunyai awareness yang sangat rendah dikarenakan Kanatura adalah brand yang baru muncul.

GOAL: Meningkatkan Awareness

OBJECTIVE:

Mendapatkan reach yang tinggi, kemudian akan diarahkan menuju ke landing page Kanatura.

SUCCESS CRITERIA:

Mendapatkan 25.000 reach dalam jangka waktu 7 hari (12 - 19 Februari 2022).

METRIC:

- Reach
- Link Clicks
- Click Through Rate (CTR)

GOALS & OBJECTIVES

Channel

Organic

INSTAGRAM

Untuk Instagram, akan membuat konten yang mengedukasi tentang kesehatan dan pola hidup sehat. Isi kontennya berupa fun fact, healthy tips, healthy lifestyle, promotion, interactive content, dll.

LANDING PAGE

Kanatura akan membuat landing page yang berisi tentang manfaat dari produk Kanatura VCO, cara pembelian produk, value dari produknya, testimoni pengguna, dll. Landing page akan didesain secara modern dan simpel look untuk menarik minat audience berkunjung dan membaca informasi yang ada di landing page tersebut.

Paid

FB ADS

Kanatura akan menjalankan FB Ads untuk meningkatkan awareness . Di dalam FB Ads tersebut, audience diarahkan untuk visit Landing Page Kanatura.

The background of the slide features a dense forest of palm trees, rendered in a light, faded green color. The trees are of varying heights and are closely packed together, creating a lush, tropical atmosphere. The lighting is soft, suggesting a misty or overcast day.

MARKETING STRATEGY

- **Brand Guideline**
- **Unique Selling Point**
- **Landing Page**
- **Content Pillar**
- **Social Media Organic (Instagram)**
- **Facebook Ads**

MARKETING STRATEGY

Brand Guideline

TAGLINE

Dari Hasil Alam Terbaik.

COMMUNICATION STYLE

Bahasa yg digunakan adalah semi-formal, tidak terlalu kaku dan baku. Hal ini disesuaikan dengan target audience agar bisa terjadi komunikasi yang baik.

TONE OF VOICE

- Friendly
- Caring
- Positive
- Enthusiastic

TONE OF VISUAL

Menggunakan dominan warna hijau, gold dan putih. Untuk jenis typefacenya menggunakan Filson Pro, dipilih karena simple, tidak kaku dan mudah dibaca meskipun dalam size yang kecil. Penggunaan images juga diharuskan menggunakan talent asian look.



FILSON PRO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

MARKETING STRATEGY

Unique Selling Point

BAHAN TERBAIK

Kanatura hanya dibuat menggunakan bahan alami terbaik dan diproses tanpa menghilangkan kandungan nutrisi di dalamnya.

AFFORDABLE

Dengan kualitas terbaik, harga dari produk Kanatura tetap terjangkau agar semakin banyak orang bisa merasakan manfaatnya.

AMAN

Kanatura diproses tanpa ada penambahan bahan kimia sehingga sangat aman dikonsumsi dan tanpa ada efek samping negatif.

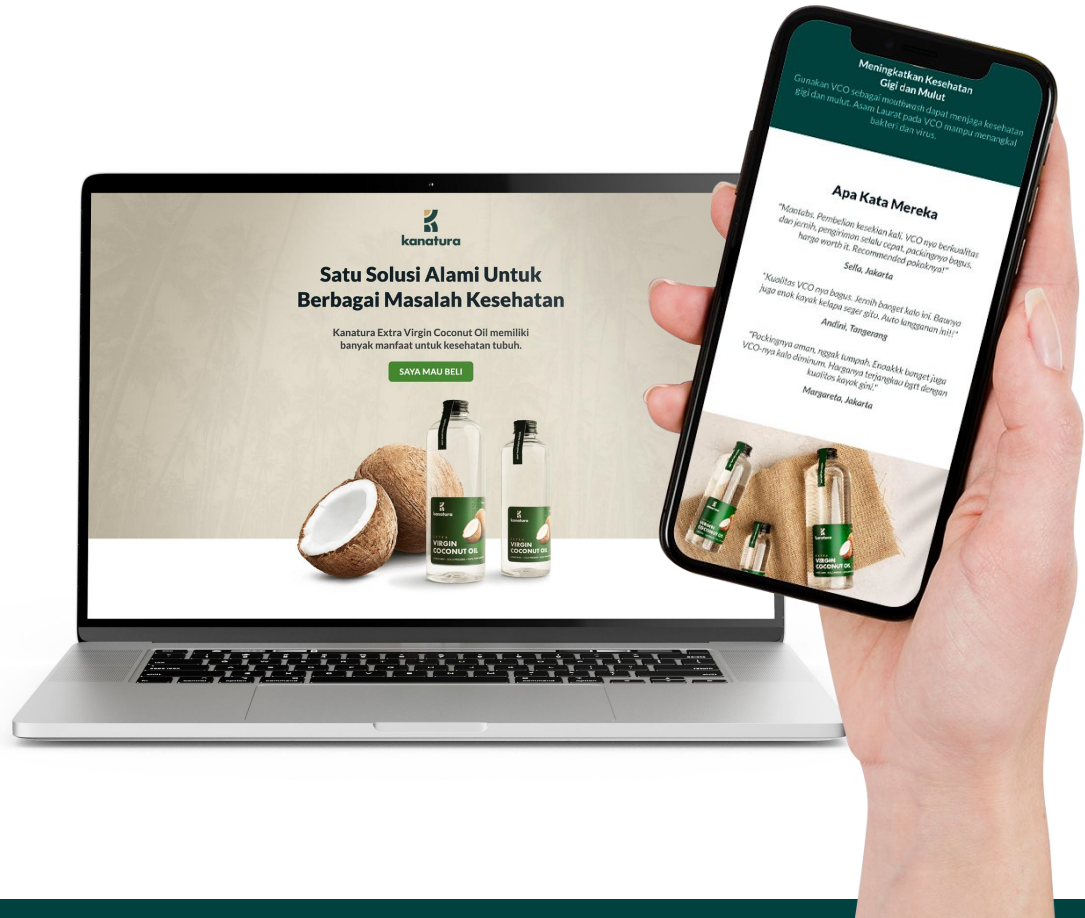
MARKETING STRATEGY

Landing Page

kanatura-vco.carrd.co

Landing page dibuat dengan look modern minimalist dan clean supaya orang bisa “betah” membaca informasi di dalamnya. Struktur landing page sudah mengikuti format funneling (Awareness-Consideration-Conversions) yang terdiri dari:

- Headline
- Key Visual
- Value Proposition & Fitur Product
- Social Proof
- Call to Action



MARKETING STRATEGY

Content Pillar

Product	Promotion	Education	Interactive
<p>Konten di sini seputar produk-produk Kanatura:</p> <ul style="list-style-type: none">• Konten mengenai value produk Kanatura• Brand story• Proses produksi• Beauty shot produk• Konten tentang cara penggunaan produk	<p>Berisi konten khusus untuk promosi brand Kanatura:</p> <ul style="list-style-type: none">• Flash Sale• Special Promo, misal 12.12 atau WIB• Seasonal Promo• Big Discount Promo	<p>Konten berfokus untuk mengedukasi mengenai healthy lifestyle:</p> <ul style="list-style-type: none">• Tips & Tricks• Healthy Fact• Myth or Fact• Recipe• Workout• Quote of the Day	<p>Berfokus untuk membuat konten yang mengajak audience untuk berinteraksi:</p> <ul style="list-style-type: none">• Giveaway• Daily Reminder• Testimonial• Polling• Trivia

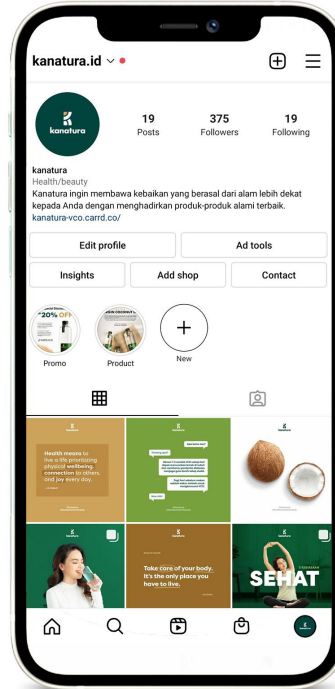
Content Pillar di atas dapat diaplikasikan ke berbagai media sosial (Instagram & Facebook Page)

MARKETING STRATEGY

Social Media Organic (Instagram)

@kanatura.id

Berikut ini beberapa penerapan Content Pillar pada feed akun Instagram Kanatura.



MARKETING STRATEGY

Facebook Ads

Untuk Facebook Ads, Kanatura mencoba untuk menjalankan 1 materi iklan. Dengan detail campaign structure, audience dan budget sebagai berikut:

Location: Jakarta (+17km)

Age: 25 - 45

Gender: Women

Interest:

Healthy Habits, Quality of life, Natural product, Healthy lifestyles, Self care, Skin, Hair care, Natural foods or Organic product.

Language: All languages

Estimate Audience Size:

2,400,000 - 2,800,000

Daily Budget: Rp20.000

Campaign Budget

Daily Budget	Rp20,000	IDR
--------------	----------	-----

Actual amount spent daily may vary. ⓘ

Campaign bid strategy

Lowest cost

MARKETING STRATEGY

Facebook Ads

Creative Material

Pada saat menjalankan Facebook Ads kali ini hanya menggunakan 1 materi.

Materi iklan ini mengangkat benefit produk Kanatura VCO yang mempunyai manfaat nyata untuk mengatasi segala masalah pada rambut, seperti ketombe, rambut rontok, rambut kering dan kusut.



The top half of the slide features a background image of a dense grove of palm trees, rendered in a light, faded green color. The trees are tall and slender, with their fronds reaching towards the top of the frame.

REPORT

- Facebook Ads Performance
- Summary

REPORT

Facebook Ads Performance



Campaigns

Kanatura (616736379391807)

Search and filter

Campaigns

Ad sets

1 selected

Ads

Create

Edit

A/B Test

Rules

View Setup

<input type="checkbox"/>	Off / On	Campaign name	Delivery	Bid strategy	Budget	Results	Impressions	Cost per result	Amount spent	Ends	Frequency	Link clicks	Clicks (all)	CTR (all)	CPC (All)	Result rate
<input type="checkbox"/>	<div><div></div></div>	<div><div></div><div>Kanatura - Reach Campaign #1</div></div>	Off	Lowest cost	Rp20,000 Daily	49,890 Reach	49,890	Rp2,405 Per 1,000 ...	Rp120,000	Feb 19, 2022	1.00	64	99	0.20%	Rp1,212	100.00...
Results from 1 campaign ⓘ						49,890 Reach	49,890 Total	Rp2,405 Per 1,000 P...	Rp120,000 Total Spent		1.00 Per Person	64 Total	99 Total	0.20% Per Im...	Rp1,212 Per Click	100.00% Average

OBJECTIVE ACHIEVED

Melihat dari data di atas, setelah 7 hari running Facebook Ads, ternyata hasilnya melebihi target/objective yang sudah ditentukan sebelumnya, 25.000 selama 7 hari.

REACH yang didapatkan selama 7 hari adalah **49,890** .
Hasil ini lebih banyak hampir 2x lipat dari objective yang sudah ditentukan sebelumnya.
Link Clicks yg didapat sebanyak 64.
CTR yg diraih tergolong rendah, hanya 0,20%

REPORT

Summary

FACEBOOK ADS

Paid

Dengan budget yang sangat terbatas Rp120.000 selama 7 hari, campaign ini sudah memenuhi target Reach sebanyak 49.890 selama masa tayang iklan tersebut. Tetapi ada metric yang masih belum bisa perform seperti Click Through Ratio (CTR) yang cukup rendah, hanya 0.20%.

Untuk ke depannya akan lebih dieksplorasi lagi di bagian creative-nya agar bisa membuat materi iklan yang sesuai dengan target audience Kanatura.

Bisa dengan mencoba membuat beberapa ad set dengan berbagai macam message ataupun target audience yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang jauh lebih maksimal.

REPORT

Summary

INSTAGRAM

Organic & Paid

Konten untuk Instagram Kanatura belum di-update dengan konten yang baru. Nantinya akan dibuat rutin 2-3 kali per minggu dengan konten yang sesuai dengan Content Pillar.

Selama ini konten di Instagram hanya di feed saja, mungkin nanti bisa dibuat lebih banyak konten IG Story dan Reel agar lebih menarik dan variatif kontennya.

Selain itu akan dipertimbangkan untuk menggunakan Paid Promote. Bisa bekerja sama dengan akun-akun yang concern untuk healthy life atau influencer yang memiliki follower dan engagement yang tinggi.

REPORT

Summary

LANDING PAGE

Organic & Paid

Landing Page Kanatura dibuat menggunakan carrd yang mempunyai beberapa keterbatasan. Oleh karena itu mungkin akan dipertimbangkan untuk upgrade akun Carrd agar mendapatkan fitur lebih lengkap.

Saat ini Landing Kanatura belum terindeks oleh Google karena akun Carrd Free belum bisa masukin html code verifikasi. Setelah upgrade akun, akan coba verifikasi agar bisa terindeks oleh Google.

Kemudian akan melakukan SEO optimization, dengan merapikan konten, tags, meta description dll.

Thank You