

DNA MEREK

mahenly.co

Partner Digital Marketing untuk UMKM

Spesialis Meta Ads • Berbasis Data • Fokus Performa

mahenly.co

Presisi yang Menghasilkan

Daftar Isi

1. Cerita & Asal Usul Merek
2. Esensi Merek
3. Tujuan Merek
4. Nilai-Nilai Inti
5. Kepribadian Merek
6. Panduan Suara & Nada
7. Audiens Target
8. Janji Merek
9. Pernyataan Positioning
10. Pembeda Utama
11. Kerangka Pesan
12. Arahan Identitas Visual

1. Cerita & Asal Usul Merek

mahenly.co lahir dari pengalaman personal pendiri, Mahendra, yang melihat banyak UMKM pemula kesulitan dengan iklan digital. Mereka punya produk bagus, anggaran ada, tapi hasilnya mengecewakan karena kampanye tidak diatur dengan tepat.

Nama **mahenly** sendiri berasal dari gabungan nama belakang pendiri (**Mahendra**) dengan akhiran '**ly**' yang mencerminkan pendekatan modern dan mudah didekati. Bukan agensi yang kaku dan formal, tapi partner yang bisa diajak ngobrol santai sambil tetap serius soal hasil.

Di era digital yang penuh gangguan, mahenly.co hadir sebagai partner yang bisa diandalkan. Bukan cuma menjalankan iklan, tapi benar-benar

memahami tujuan bisnis kamu dan menyusun strategi yang sejalan dengan objektif tersebut.

2. Esensi Merek

"Presisi yang Menghasilkan"

mahenly.co adalah kombinasi sempurna antara **ilmu data** dan **intuisi pemasaran**. Kami percaya bahwa setiap kampanye harus didukung oleh angka yang solid, tapi juga dipandu oleh pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dan dinamika pasar.

Presisi bukan hanya soal penargetan yang tepat—tapi juga waktu yang pas, kreatif yang beresonansi, dan alokasi anggaran yang optimal. Dan yang terpenting? Semua itu harus **menghasilkan**—bukan cuma tayangan atau klik, tapi dampak bisnis nyata dalam bentuk penjualan dan pertumbuhan pendapatan.

mahenly.co

Presisi yang Menghasilkan

3. Tujuan Merek

Mengapa Kami Ada:

"Memberdayakan UMKM Indonesia untuk mengembangkan bisnis mereka melalui pemasaran digital yang presisi dan terukur."

Kami percaya setiap UMKM punya potensi besar untuk berkembang. Yang mereka butuhkan bukan cuma anggaran iklan, tapi **partner strategis yang paham cara memaksimalkan setiap rupiah pengeluaran pemasaran.**

Terlalu banyak UMKM yang membakar uang di kampanye yang tidak optimal—salah penargetan, kreatif tidak menarik, atau tidak tahu cara membaca dan mengoptimalkan data. Kami hadir untuk mengubah itu.

Setiap kampanye sukses kami adalah bukti bahwa **dengan pendekatan yang tepat, UMKM bisa bersaing dan menang di ruang digital**—tanpa harus punya anggaran sebesar merek besar.

4. Nilai-Nilai Inti

Keputusan Berbasis Data

Setiap keputusan kampanye kami berdasarkan data, bukan asumsi atau perasaan. Kami menganalisis metrik, menguji variabel, dan mengoptimalkan terus-menerus. Angka tidak berbohong—and kami tahu cara membacanya.

Presisi Daripada Kesempurnaan

Kami tidak mengejar kampanye sempurna yang indah tapi tidak jalan. Kami fokus ke kampanye yang **tertarget dengan presisi, terukur efektivitasnya, dan konsisten memberikan hasil**. Eksekusi mengalahkan kesempurnaan.

Kemitraan Transparan

Semua proses, hasil, dan pengeluaran anggaran kami bagikan secara transparan. Kamu tahu persis kemana uangmu pergi dan apa yang kamu dapatkan. Tidak ada biaya tersembunyi, tidak ada omong kosong.

Pembelajaran Berkelanjutan

Pemasaran digital berubah cepat. Algoritma diperbarui, tren bergeser, perilaku konsumen berevolusi. Kami berkomitmen untuk terus belajar dan tetap mengikuti praktik terbaik terkini.

Hasil Nomor Satu, Selalu

Pada akhirnya, yang penting bukan seberapa keren kampanyenya, tapi seberapa banyak kamu menutup penjualan. Performa adalah segalanya.

5. Kepribadian Merek

Kalau mahanly.co adalah orang, dia adalah:

Sifat	Deskripsi
Ahli yang Mudah Didekati	Dia tahu banget soal Meta Ads, tapi tidak pakai istilah teknis yang bikin pusing. Dia menjelaskan dengan bahasa yang gampang dimengerti.
Bicara Apa Adanya	Dia tidak memaniskan kata-kata. Kalau ada yang perlu diperbaiki, dia bilang langsung. Kalau hasil bagus, dia merayakan bersama. Jujur dan langsung pada intinya.
Mengikuti Tren	Dia tahu apa yang sedang terjadi di dunia pemasaran digital. Pembaruan algoritma terbaru, format iklan yang sedang viral, strategi terkini—semua dia ikuti.

Berorientasi Solusi	Dia tidak hanya mengeluh kalau ada masalah. Dia datang dengan solusi konkret dan langkah-langkah yang bisa ditindaklanjuti. Pemecah masalah sejati.
Kolaboratif	Dia memperlakukan klien sebagai mitra, bukan pelanggan. Kesuksesanmu adalah kesuksesannya. Dia berinvestasi dalam pertumbuhanmu.

6. Panduan Suara & Nada

Suara Merek

Elemen Konsisten:

- **Santai-profesional:** Santai tapi tetap kredibel. Pakai bahasa sehari-hari tanpa kehilangan keahlian.
- **Langsung:** Langsung pada intinya, tanpa bertele-tele. Sampaikan yang perlu disampaikan dengan jelas.
- **Didukung data:** Setiap klaim didukung angka atau wawasan konkret.
- **Berempati:** Paham kesulitan klien dan berbicara tentang masalah mereka.

Gaya Bahasa:

- Campur Bahasa Indonesia dan Inggris (alih kode yang natural)
- Pakai istilah teknis kalau perlu, tapi selalu jelaskan
- Kontraksi boleh (nggak, udah, gimana) untuk nada percakapan
- Hindari jargon pemasaran yang terlalu korporat

Variasi Nada Berdasarkan Konteks

Konteks	Nada	Contoh
---------	------	--------

Media Sosial	Ramah, energik, trendy	"CPM lo naik terus? Waktunya optimasi! Yuk ngobrol 🚀"
Laporan Klien	Profesional, fokus data, jelas	"Performa kampanye minggu ini: ROAS naik 2.3x dengan CPA turun 40%"
Konten Website	Percaya diri, fokus manfaat, meyakinkan	"Anggaran iklan habis tapi penjualan nggak naik? Saatnya beralih ke partner yang paham data"
Pemecahan Masalah	Tenang, fokus solusi, mendukung	"CTR turun? Jangan panik. Mari kita analisis perilaku audiens dan performa kreatif"

Yang Boleh & Tidak Boleh

✓ BOLEH	✗ JANGAN
Gunakan data dan metrik	Buat janji yang samar
Jujur tentang tantangan	Terlalu berjanji tentang hasil
Jelaskan istilah teknis dengan sederhana	Gunakan jargon tanpa konteks
Tunjukkan kepribadian dan relatable	Terlalu formal atau robotik
Fokus pada kesuksesan klien	Hanya bicara tentang fitur

7. Audiens Target

Audiens Utama: UMKM Pemula

Demografi:

- Usia: 25-40 tahun
- Bisnis: 1-3 tahun berdiri
- Pendapatan: 100 juta - 2 miliar per tahun
- Ukuran tim: Pendiri tunggal atau tim kecil (2-5 orang)
- Industri: E-commerce, makanan & minuman, fashion, kecantikan, produk gaya hidup

Psikografi:

- Ambisius dan berorientasi pertumbuhan
- Paham digital tapi belum ahli di iklan
- Sadar nilai (tidak asal belanja, tapi bersedia berinvestasi untuk hasil)
- Lebih suka kemitraan daripada hubungan agensi transaksional
- Aktif di media sosial dan mengikuti tren

Masalah yang Dihadapi:

- Sudah coba iklan sendiri tapi hasil tidak maksimal
- Anggaran terbatas dan tidak mau membuang uang
- Kewalahan dengan banyaknya platform dan strategi
- Butuh hasil cepat karena tekanan arus kas
- Tidak mengerti cara membaca dan mengoptimalkan metrik
- Takut ditipu agensi yang janji manis tapi tidak memberikan hasil

Tujuan:

- Mengembangkan penjualan secara konsisten
- Membangun kesadaran merek di pasar target
- Memaksimalkan ROI dari anggaran pemasaran

- Belajar dan akhirnya bisa mandiri atau minimal memahami prosesnya

8. Janji Merek

"Kami menghadirkan kampanye Meta Ads yang presisi, terukur, dan menghasilkan—dengan transparansi penuh di setiap langkah."

Apa Artinya:

- **Presisi:** Setiap kampanye diatur dengan penargetan yang tepat, kreatif yang diuji, dan alokasi anggaran yang optimal.
- **Terukur:** Kamu akan tahu angka pastinya—CPA, ROAS, CTR, tingkat konversi. Tidak ada tebak-tebakan.
- **Menghasilkan:** Fokus kami adalah penjualan dan pertumbuhan pendapatan. Angka cantik tanpa profit? Bukan gaya kami.
- **Transparansi:** Kamu akan tahu kemana setiap rupiah anggaranmu pergi dan apa yang kamu dapatkan dari setiap kampanye.

9. Pernyataan Positioning

Untuk UMKM pemula yang perlu mengembangkan bisnis mereka lewat pemasaran digital, mahanly.co adalah spesialis Meta Ads yang menghadirkan kampanye presisi dan terukur. Berbeda dengan agensi besar yang memperlakukan kamu sebagai nomor klien saja atau freelancer yang tidak konsisten, kami adalah mitra yang menggabungkan pendekatan berbasis data dengan perhatian personal—memastikan setiap rupiah anggaranmu memaksimalkan dampak.

Rincian:

- **Target:** UMKM pemula
- **Kebutuhan:** Mengembangkan bisnis lewat pemasaran digital
- **Kategori:** Spesialis Meta Ads
- **Manfaat:** Kampanye presisi dan terukur dengan perhatian personal
- **Diferensiasi:** Berbasis data + pendekatan mitra (bukan cuma vendor)

10. Pembeda Utama

Apa yang membuat mahanly.co berbeda dan lebih baik:

1. Presisi Berbasis Data

Setiap keputusan kampanye berdasarkan data nyata. Kami menguji, menganalisis, dan mengoptimalkan tanpa henti. Kami tidak mengandalkan perasaan atau praktik terbaik yang sudah usang. Angka memandu strategi kami.

2. Fokus Meta Ads

Kami bukan ahli segala bidang. Kami spesialisasi di Meta Ads—artinya kami benar-benar memahami platform, pembaruan algoritma, praktik terbaik, dan cara memaksimalkan hasil di ekosistem Facebook & Instagram.

3. Pendekatan Mengutamakan UMKM

Kami memahami tantangan unik UMKM. Anggaran terbatas? Kami bekerja dengannya. Perlu hasil cepat? Kami prioritaskan. Ingin belajar? Kami mendidik. Kami tidak memperlakukan kamu sebagai klien saja—kami berinvestasi dalam pertumbuhanmu.

4. Transparansi Penuh

Kamu akan punya visibilitas penuh ke performa kampanye, pengeluaran anggaran, dan tindakan optimasi. Laporan mingguan dengan rincian detail. Tidak ada metrik tersembunyi, tidak ada pemanis.

5. Gesit & Responsif

Kami lincah dan responsif. Perlu penyesuaian strategi? Selesai dalam hitungan hari, bukan minggu. Kampanye kurang performa? Kami pivot cepat. Tidak seperti agensi besar dengan birokrasi, kami bisa bergerak cepat.

6. Obsesi Performa

Kesuksesan kami diukur dari HASIL kamu. Kami tidak puas dengan metrik kosong. Kampanye terlihat cantik tapi tidak konversi? Itu kegagalan. Kami obsesi dengan ROAS, CPA, dan dampak lini bawah.

11. Kerangka Pesan

Hierarki Pesan Inti

Pesan Utama:

"Meta Ads yang presisi, berbasis data, dan terbukti menghasilkan untuk UMKM"

Pesan Pendukung:

- Hentikan pemborosan anggaran pada kampanye yang tidak jalan
- Strategi berbasis data yang memaksimalkan setiap rupiah pengeluaran
- Kemitraan transparan, bukan cuma vendor
- Keahlian spesialisasi di ekosistem Meta Ads

Pilar Pesan Utama

Pilar 1: Presisi

- **Frasa kunci:** "Setiap kampanye diatur dengan penargetan yang tepat sasaran"
- **Bukti:** Riset audiens, uji A/B, strategi penargetan detail
- **Manfaat:** Anggaranmu tidak terbuang ke orang yang tidak relevan

Pilar 2: Performa

- **Frasa kunci:** "Kampanye yang terbukti menghadirkan pertumbuhan penjualan"
- **Bukti:** Metrik ROAS, studi kasus, testimoni klien
- **Manfaat:** Dampak bisnis nyata, bukan cuma metrik kosong

Pilar 3: Kemitraan

- **Frasa kunci:** "Mitra yang berinvestasi dalam kesuksesanmu"
- **Bukti:** Komunikasi reguler, pelaporan transparan, optimasi proaktif
- **Manfaat:** Kamu tidak sendirian dalam menavigasi pemasaran digital

Contoh Pesan Kampanye

Tahap Kesadaran

- "Anggaran iklan habis tapi penjualan tidak naik? Kamu tidak sendirian—dan ada solusinya"
- "Meta Ads itu kuat—kalau diatur dengan tepat. Yuk bahas strategi"

- "UMKM yang cerdas tidak asal belanja. Mereka berinvestasi di kampanye yang terbukti memberikan hasil"

Tahap Pertimbangan

- "Lihat bagaimana kami bantu [nama klien] mencapai ROAS 3x dalam 2 bulan"
- "Meta Ads berbasis data: Mengapa angka lebih penting dari penghargaan kreatif"
- "Mitra yang transparan vs vendor yang menghilang—ini bedanya"

Tahap Konversi

- "Siap untuk berkembang? Mari audit kampanye kamu saat ini dan tunjukkan apa yang mungkin"
- "Audit Meta Ads gratis: Temukan peluang optimasi dalam kampanyemu"
- "Bergabunglah dengan UMKM lain yang sudah berkembang dengan mahanly.co. Pesan panggilan strategi"

12. Arahan Identitas Visual

Catatan: Bagian ini memberikan arahan untuk pengembangan identitas visual. Logo, palet warna, dan aset desain aktual harus dibuat oleh desainer berdasarkan panduan ini.

Arahan Palet Warna

Warna Utama:

- **Biru Modern:** Berwawasan teknologi, dapat dipercaya, profesional. Pikirkan **#1A73E8** atau **#2E75B6**

- **Aksen Hijau Pertumbuhan:** Warna cerah untuk sorotan dan CTA. Pikirkan **#34A853** (hijau) atau **#FBBC04** (kuning)

Warna Pendukung:

- **Dasar Netral:** Putih bersih dan abu-abu terang untuk latar belakang
- **Teks Gelap:** Arang atau biru tua untuk keterbacaan
- **Visualisasi Data:** Gradien biru dan hijau untuk grafik dan metrik

Arahan Tipografi

- **Heading:** Sans-serif modern yang tebal dan berdampak. Pertimbangkan font seperti: Inter, Poppins, atau DM Sans
- **Teks Isi:** Sans-serif bersih yang mudah dibaca. Pertimbangkan: Inter, Open Sans, atau Roboto
- **Data/Angka:** Monospace atau semi-monospace untuk tampilan metrik

Arahan Logo

Konsep:

- Berbasis wordmark dengan tipografi bersih dan modern
- Kemungkinan penggabungan elemen data/grafik atau simbol presisi
- Harus bekerja baik dalam warna maupun monokrom
- Serbaguna untuk aplikasi digital dan cetak

Kepribadian:

- Modern, profesional, tapi mudah didekati
- Bersih dan minimalis—hindari desain yang terlalu rumit
- Mudah diingat dan khas dalam ruang pemasaran digital yang ramai

Panduan Gaya Visual

- **Fotografi:** Orang nyata, momen autentik. Hindari foto stok yang terlalu dipoles. Tunjukkan keaslian.
- **Visualisasi Data:** Grafik, diagram, dan tampilan metrik yang bersih. Buat data menjadi indah dan mudah dipahami.
- **Ikon:** Gaya sederhana, modern, dan konsisten. Berbasis garis atau gaya isi minimal.
- **Grafis:** Bentuk geometris bersih, gradien untuk kedalaman, elemen 3D sesekali untuk minat visual.
- **Tata Letak:** Ruang putih yang murah hati, hierarki yang jelas, struktur berbasis grid.

Catatan Implementasi

DNA Merek ini adalah dokumen yang hidup. Seiring mahanly.co berkembang, beberapa elemen mungkin perlu disempurnakan atau diperbarui. Yang penting:

- **Tetap konsisten** dengan nilai inti dan kepribadian
- **Selalu prioritaskan** kesuksesan klien dan pendekatan berbasis data
- **Pertahankan** nada yang mudah didekati dan komunikasi transparan
- **Terus berkembang** dengan kebutuhan pasar dan tren