



# Digital Marketing Campaign

Natur-E Vitamin E Supplement  
Meningkatkan Brand Awareness & Engagement Produk  
Kecantikan dari Dalam

Ai Shanti Sugianty

Simulasi Portofolio

Tanggal: 9 November 2025

# Tujuan: Mengubah Persepsi dan Meningkatkan Keterlibatan

Campaign ini dirancang untuk mencapai beberapa tujuan strategis yang akan memperkuat posisi Natur-E di pasar suplemen kecantikan, terutama di kalangan konsumen muda yang aktif secara digital.

## Meningkatkan Brand Awareness

Memperluas jangkauan dan pengenalan Natur-E secara signifikan di kalangan wanita usia produktif (18–35 tahun) di wilayah urban dan suburban (Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan).

## Mendorong Engagement Digital

Menciptakan interaksi yang berarti melalui konten edukatif dan inspiratif yang relevan dengan tren kesehatan dan kecantikan alami saat ini.

## Peningkatan Conversion Rate

Mendorong pembelian produk inti seperti **Natur-E 100 IU** dan **Natur-E White** melalui Call-to-Action (CTA) yang terarah di platform digital.

## Membangun Citra Partner Kecantikan

Menanamkan persepsi bahwa Natur-E adalah solusi holistik dan alami, bukan hanya sekadar suplemen, tetapi [partner untuk kecantikan yang dimulai dari dalam](#).

# Target Audiens: Memahami Audiens Kunci: Wanita Urban, Sadar Kesehatan

## Demografi dan Perilaku Digital

- Perempuan Usia 18-35 Tahun, Kelas Menengah
  - Fase hidup di mana penampilan dan kesehatan menjadi prioritas utama, dengan kemampuan finansial yang stabil.
- Pengguna Aktif Media Sosial
  - Sangat bergantung pada **Instagram, TikTok, dan YouTube** sebagai sumber informasi, hiburan, dan referensi produk kecantikan.
- Tinggal di Urban & Suburban
  - Fokus pada kota-kota besar (Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan) yang menjadi pusat tren dan memiliki penetrasi digital tinggi.



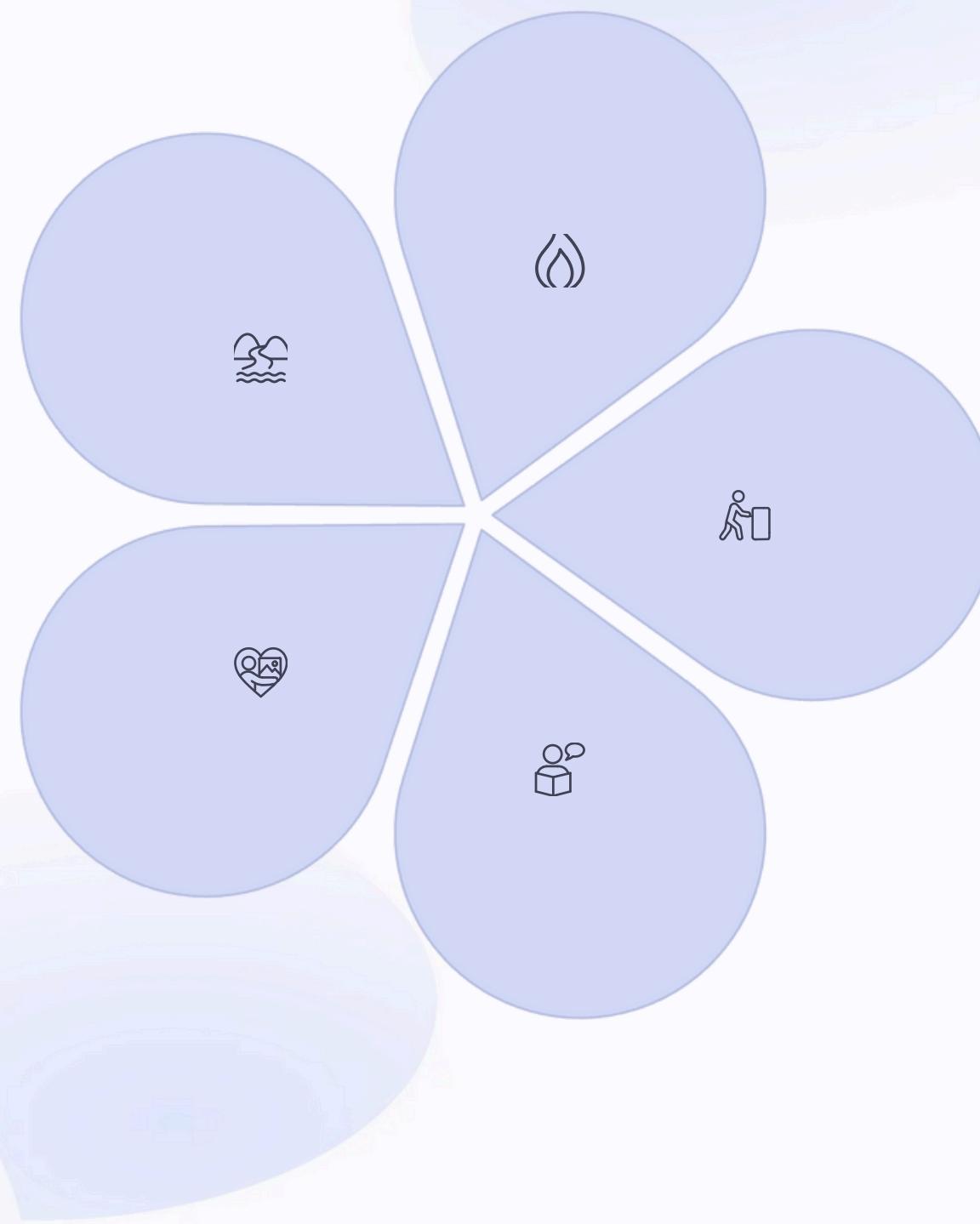
## Insight

Mereka peduli pada kesehatan kulit dan penampilan, mencari solusi [alami tanpa efek samping](#), dan aktif mengikuti tren **self-care** dan **clean beauty**.

# Strategy & Big Idea

**Insight Utama**  
Kecantikan sejati datang dari dalam; Natur-E adalah solusi untuk keseimbangan kulit dan tubuh.

**Interactive Engagement**  
Mengadakan tantangan digital (misalnya 7 hari) dan kuis berhadiah **Natur-E Care Package**.



Big Idea

**"Glow  
Naturally, From  
the Inside Out"**

**Influencer Collaboration**

Menggandeng *beauty creators* ternama untuk testimoni yang autentik dan terpercaya.

**Content-Driven Focus**

Prioritas pada edukasi Vitamin E, manfaat, dan cara integrasinya ke dalam rutinitas harian.

# Execution: Optimalisasi Multi-Channel

Eksekusi campaign akan memanfaatkan setiap platform digital secara strategis, memaksimalkan kekuatan visual dan interaksi langsung.

Channel	Aktivitas Utama	Tujuan Spesifik
Instagram & TikTok	Video edukasi “7 Days Glow Challenge,” konten reels yang cepat dan menarik, review influencer.	Menciptakan <b>Awareness</b> yang masif & <b>Engagement</b> yang tinggi.
YouTube	Mini series “Glow Talk” format diskusi mendalam dengan dermatolog, ahli nutrisi, dan influencer.	Membangun <b>Edukasi</b> mendalam dan <b>Trust Building</b> .
Website & Shopee Store	Pembuatan Landing Page khusus campaign dengan detail produk, testimoni, dan CTA kuat: “Mulai Rutinitasmu Sekarang.”	Meningkatkan <b>Conversion</b> dan pengalaman belanja yang mulus.
Email Marketing	Newsletter berkala berisi tips skincare alami, promo eksklusif, dan cerita sukses pengguna Natur-E.	Memastikan <b>Retention</b> pelanggan dan <b>Loyalty</b> .

# Simulasi Hasil Campaign (3 Bulan)

Proyeksi hasil campaign digital selama tiga bulan menunjukkan performa yang melampaui target awal, berkat fokus pada konten berkualitas dan interaksi audiens.



## Kenaikan Reach

Dari target 3 juta, estimasi mencapai 3,5 juta jangkauan di Instagram dan TikTok.



## Engagement Rate

Melampaui target 5%, menunjukkan resonansi konten yang kuat dengan audiens.



## CTR ke Website

Tingginya minat klik dari media sosial ke landing page campaign, melebihi target 2,5%.



## Conversion Rate

Peningkatan konversi hingga 0.7% di atas target, membuktikan efektivitas CTA dan landing page.

Secara finansial, total **Penjualan Online** diestimasi mencapai **Rp 178 Juta**, melampaui target Rp 150 Juta. Selain itu:

- Brand mention di media sosial mengalami kenaikan signifikan sebesar **40%**.
- Survei menunjukkan **80% peserta challenge** menyatakan “lebih percaya Natur-E sebagai suplemen kecantikan alami” pasca-campaign.