

How to get 1,2 bio IDR for consulting

Thinking process

- Check history > dapat dari mana?
berapa? use case apa?
- Understanding users problem,
sanggabiz product magic, and tipping
points
- Tiga channel: push, pull, partnership
- Action plan

Client History

- Bagian perekonomian dan kerja sama > evaluasi kerja sama daerah > dapat referensi putut (friend)
- PDAM > SOTK > referensi putut (friend)
- KSO SCISI > Market enhancement > referensi levner (kenalan)
- Pusat Studi Ekonomika dan Bisnis Syariah > Report riset > dapat dari Pugo (friend)
- BPKAD Kota Yogyakarta > pemetaan potensi pajak > dapat dari putut (friends)

Kenapa Pilih Sanggabiz?

- Data driven > case evaluasi kerja sama
- MBA Cambridge > case KSO
- Nulis report dengan keren > case PSEBK
- Objektif > case SOTK

Simpulannya

- We have a great product and people, dan orang2 yang kenal kita percaya dengan kita
- Kata kuncinya: Kenal and Trust

Karena itu Strategy 2026 Adalah Membangun 'Kenal' and 'Trust'

Setelah kenal dan trust baru bisa jadi sales

TAM-SAM-SOM Consulting market

Total unit usaha XXXX

SAM

SOM > saat ini 300 juta

3P untuk membangun 'Kenal' and 'Trust'

Pull

Content marketing via Youtube, email, website SEO.

Example: Ini yang Sanggabiz lakukan untuk membuat laporan yang kece dan impactful

Push

CRM email and whatsapp > mengarahkan agar orang membaca / menonton. Ada form di belakang.

Ads tactical based on use case > search ads untuk laporan tahunan, SOTK dll

Partnership

Cari 10 platform seperti Levner / Yukbisnis / GrowWin dll

User Journey Pull

1. Users ada problem
2. Dia searching di Google / Youtube
3. Muncul content sanggabiz
4. Client isi form
5. Di follow up oleh sales

User Journey Push

1. Kita define use case > misal anual report
2. Kita collect prospect database / select targeting
3. Kita engage (bisa email, ads etc). Misal: free teaser annual report, atau landing page khusus
4. Jika tertarik masuk hot leads untuk di prospek sales

User Journey Partnership

1. Identify platform bisnis target
2. Berikan FREE service > misal gratis
3. Set meeting untuk problem identification
4. Create co-creation product
5. Maintaining the partnership

Estimated Revenue

| Pillar | Activities | Potential Reach | Conversion rate | Deal Projects | Project value | Sales |
|-------------|--|-----------------|-----------------|---------------|---------------|-----------------|
| Pull | Youtube video | 10000 | 0.01% | 1 | Rp25,000,000 | Rp25,000,000 |
| | SEO | 10000 | 0.01% | 1 | Rp25,000,000 | Rp25,000,000 |
| Push | Ads push | 100000 | 0.01% | 10 | Rp25,000,000 | Rp250,000,000 |
| | Join pitching | 200 | 1% | 2 | Rp50,000,000 | Rp100,000,000 |
| | Meminta referral ke existing client (BPKAD, PDAM, KSO etc) | 50 | 5% | 3 | Rp50,000,000 | Rp125,000,000 |
| | CRM (Email & Whatsapp) | 10000 | 0.05% | 5 | Rp25,000,000 | Rp125,000,000 |
| | Sales visit | 150 | 1% | 2 | Rp25,000,000 | Rp37,500,000 |
| | Business forum | 10 | 1% | 0 | Rp25,000,000 | Rp2,500,000 |
| Partnership | Maintain relationship (BPKAD, Levner) | 2 | 100% | 2 | Rp100,000,000 | Rp200,000,000 |
| | Engage to business platform | 50 | 10% | 5 | Rp75,000,000 | Rp375,000,000 |
| Grand Total | Grand Total | | | | | Rp1,265,000,000 |