

4.000

SEATS

TARGET

13.500+

Alumni
AMUH 13 & 14

100K+

Database
Donor

1M+

Monthly
Reach

STRATEGI UTAMA

Kita Tidak Jual Event. Kita Jual Identitas Baru.

Audiens tidak butuh info — mereka butuh cermin yang mencerminkan kondisi hidup mereka sendiri. Konten yang "kena" lebih powerful dari konten yang informatif.

3 PILAR KONTEN

RESET MIND

Overthinking · Lost direction · Prokrastinasi

RESET HEART

Spiritual burnout · Ibadah tanpa rasa

RESET DIRECTION

Stuck · Niat tanpa eksekusi · Lingkungan salah

"Musuh utama: 'Nanti aja'. Bottleneck bukan harga — tapi urgensi & relevansi."

Framework · 5 Fase Campaign · Mesin Konversi

01 DISRUPTION Mei W1-W2 Konten identity & tension. ZERO CTA tiket. Bangun cermin.	02 DIAGNOSIS Mei W3-W4 Poll, quiz, Auto DM. Kumpulkan leads & masuk Grup WA.	03 SOLUTION Jun W1-W2 Reset sebagai jawaban. Webinar funneling. Soft conversion.	04 WAR TIKET Jun W3-W4 4 Termin WAR Tiket. IG Live + Zoom. Full conversion mode.	05 FINAL CLOSE Jul H-12~H Urgency maksimal. Social proof masif. Sold out.
--	---	---	---	--

PROPORSI KONTEN

60%	AWARENESS Identity & Tension — zero jual tiket
25%	SOCIAL PROOF Transformasi alumni, bukti nyata
15%	CONVERSION WAR Tiket, Webinar, Urgency

MESIN KONVERSI

KONTEN TRIGGER CTA 'RESET' / 'ALUMNI' di komentar → Auto DM aktif
AUTO DM → GRUP WA Alumni → Eksklusif · Publik → Umum · CS follow-up
WEBINAR FUNNELING 75 mnt Zoom · Selling on stage · Conv rate 30-35%
WAR TIKET 4 TERMIN

Angka, Metrik & Dukungan untuk Eksekusi Optimal

1.600

ALUMNI

tiket · 40%

Core engine · WAR Eksklusif 3 hari lebih awal

1.200

WARM AUDIENCE

tiket · 30%

Webinar + Sosmed + WA blast komunitas CQF

1.200

COLD AUDIENCE

tiket · 30%

Paid Ads Meta & TikTok · TRM · Media partner

 TARGET STRETCH: 5.500 TIKET (+37.5%) · Lever: Bring 1 Person Challenge (+500) · Group Deal (+300) · Corporate Partner (+300) · Alumni Ambassador (+400)

KPI UTAMA SOSMED

Reels 3-detik hold rate

≥65%

Auto DM → Grup WA conv.

≥40%

Saves / Reach ratio

≥1.5%

Webinar closing rate

≥30%

CTR ke link tiket

≥2.2%

Alumni reactivation

≥40%

YANG KAMI BUTUHKAN

DARI MANAJEMEN

Approval budget ads · Akses database alumni & donor · Konfirmasi talent & narasumber webinar

DARI TIM MARKETING

Sinkronisasi tema mingguan · Jadwal WAR Tiket terkonfirmasi · List talent & medpart HIPO

DARI TIM SOSMED

"Strategi ini hanya bekerja kalau semua pihak bergerak dalam satu arah dan satu timing — sosmed tidak bisa bekerja sendirian."