

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT. Erha Clinic Indonesia berawal dari sebuah klinik di Jakarta Barat yang berdiri pada 28 September 1999, Erha hadir membawa warna baru dalam industri *derma beauty & wellness* di Indonesia. Didukung oleh para dermatologis terbaik, produk-produk yang inovatif, teknologi terkini dan pelayanan terbaik, Erha senantiasa mengembangkan program-program terkini di bidang ilmu pengetahuan spesialis kulit. Produk dan layanan dari Erha selalu telah melewati uji klinis *Research & Development* dan terbukti efektif serta aman digunakan. Selama masa proyek ini penulis menemukan yang teridentifikasi sebagai masalah yaitu kurangnya edukasi terhadap klinik kecantikan, pelanggan di kategori anak muda masih rendah, tingkat pelanggan baru belum kembali seperti tahun 2019, dan informasi terkait promosi yang masih pasif di sosial media. Dengan masalah-masalah ini penulis menggunakan pendekatan konseptual dengan teori Brand Activation 4 Realms, Integrated Marketing Communication, AIDA, dan Community Marketing. Kemudian kami melakukan activation marketing dengan membuat event kolaborasi antara Erha Clinic dengan Jessica Yasin (Instruktur Yoga) sebanyak tiga kali yang diadakan di Jakarta Selatan yang bertujuan untuk meningkatkan edukasi mereka terhadap standar klinik kecantikan. Dimulai dari diadakan di Erha Ultimate Tebet Raya yang diadakan untuk pertama kali dengan tujuan pilot yaitu menyebar awareness dengan jumlah 20 orang peserta. Kemudian kedua diadakan di Gropa Studio berlokasi di Ragunan dengan jumlah peserta mencapai 29 orang dan ada yang mencoba konsultasi dengan dokter sebanyak 9 orang dan bahkan terjadi transaksi produk. Ketiga diadakan di Erha Derma Center Pondok Indah dengan jumlah peserta 21 dan kemudian berhasil mendatangkan new registered customer sebanyak 9 orang. Implementasi ini juga menguntungkan dan memberikan perkembangan dari sisi cost benefit.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

EXECUTIVE SUMMARY

Started as a clinic in West Jakarta on September 28, 1999, Erha brings a new color to the derma beauty & wellness industry in Indonesia. Supported by the best dermatologists, innovative products, the latest technology and the best service, Erha always develops the latest programs in the field of skin specialist science. Erha's products and services have always passed Research & Development clinical trials and are proven to be effective and safe to use. During this project, the author found what was identified as a problem, namely the lack of education about beauty clinics, customers in the youth category are still low, the level of new customers has not returned to 2019, and information related to promotions is still passive on social media. With these problems, the author uses a conceptual approach with Brand Activation theory, Integrated Marketing Communciation, AIDA, and Community Marketing. Then we did activation marketing by creating a collaboration event between Erha Clinic and Jessica Yasin (Yoga Instructor) three times held in South Jakarta which aims to increase their education on beauty clinic standards. Starting from being held at Erha Ultimate Tebet Raya which was held for the first time with a pilot goal of spreading awareness with 20 participants. Then the second was held at Grippa Studio located in Ragunan with 29 participants and there were 9 people who tried to consult with the doctor and even product transactions occurred. The third was held at Erha Derma Center Pondok Indah with 21 participants and then managed to bring in new registered customers as many as 9 people. This implementation is also profitable and provides progress in terms of cost benefits.