

PERTANYAAN

Search Engine Optimization (SEO)

- Bagaimana strategi SEO yang diterapkan oleh PT. Menteng Mandiri Sejahtera pada situs web dan platform media sosial terkait perumahan Cluster Grand Everest?
- Sejauh mana SEO mempengaruhi visibilitas cluster perumahan di mesin pencari? Apakah metode yang diterapkan sudah sesuai dengan tren SEO terbaru?
- Apa saja kata kunci (keywords) yang paling efektif dan relevan untuk pemasaran Cluster Grand Everest, dan bagaimana mereka digunakan dalam konten pemasaran di media sosial serta dalam deskripsi produk di situs web?
- Bagaimana SEO membantu dalam menarik calon pembeli dari target pasar yang lebih luas ke situs web atau akun media sosial perusahaan?
- Seberapa efektif SEO dalam meningkatkan brand awareness dan konversi pemasaran online untuk cluster perumahan ini? Apakah ada perbedaan antara kinerja SEO pada situs web utama dibandingkan dengan media sosial?
- Bagaimana penggunaan elemen Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat, dan Promosi) dioptimalkan dalam SEO? Apakah setiap elemen memiliki kata kunci dan pendekatan SEO yang disesuaikan?
- Apa peran backlink dari situs eksternal atau media sosial dalam mendukung SEO untuk meningkatkan peringkat situs web Cluster Grand Everest di mesin pencari?
- Apakah PT. Menteng Mandiri Sejahtera memanfaatkan teknik SEO lokal (*local SEO*) untuk menarik calon pembeli dari area spesifik? Jika ya, bagaimana strategi ini diimplementasikan?
- Bagaimana perusahaan memantau dan mengukur efektivitas SEO? Apakah ada alat atau metrik tertentu yang digunakan untuk menilai keberhasilan strategi SEO yang diterapkan?

Media Sosial Online Advertising

- Bagaimana PT. Menteng Mandiri Sejahtera memanfaatkan iklan berbayar di platform media sosial (seperti Facebook, Instagram, atau YouTube) untuk mempromosikan cluster perumahan Grand Everest?
- Apa saja strategi penargetan (*targeting*) yang diterapkan dalam iklan berbayar di media sosial untuk menjangkau calon pembeli perumahan? Apakah demografi, lokasi, atau minat tertentu menjadi prioritas?
- Seberapa sering dan dalam format apa (gambar, video, carousel) iklan online ditampilkan pada platform media sosial, dan bagaimana efektivitasnya dalam menarik perhatian calon pembeli?
- Bagaimana *engagement* (seperti likes, comments, shares) pada iklan media sosial berperan dalam meningkatkan minat dan kepercayaan calon pembeli terhadap Cluster Grand Everest?
- Seberapa efektif iklan berbayar dalam meningkatkan kunjungan ke situs web atau akun media sosial perusahaan? Bagaimana konversi dari iklan tersebut dibandingkan dengan media pemasaran lainnya?
- Apakah PT. Menteng Mandiri Sejahtera menggunakan fitur *retargeting* pada platform media sosial untuk menarik kembali calon pembeli yang telah mengunjungi situs atau media sosial perusahaan? Jika ya, bagaimana strategi ini diimplementasikan?

- Bagaimana elemen Marketing Mix 4P diterapkan dalam konten iklan berbayar di media sosial? Apakah elemen seperti harga promosi, keunggulan produk, atau lokasi ditonjolkan untuk menarik minat konsumen?
- Bagaimana perusahaan menyesuaikan anggaran dan frekuensi iklan berbayar di media sosial untuk mengoptimalkan hasil pemasaran tanpa mengorbankan efisiensi biaya?
- Bagaimana perusahaan mengukur dan menganalisis efektivitas iklan berbayar di media sosial? Apakah ada *metrics* atau *analytics tools* tertentu yang digunakan untuk memantau performa iklan?
- Seberapa besar kontribusi iklan berbayar di media sosial terhadap brand awareness dan keputusan pembelian cluster perumahan Grand Everest?

KONTEN DIGITAL MARKETING

- Apa boleh saya minta beberapa contoh konten digital marketing yang digunakan oleh team Grand Everest?

JAWABAN SECARA GARIS BESAR DARI WAWANCARA :


SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

- Strategi SEO yang kami pakai adalah memakai keyword yang paling sesuai dengan produk kami baik itu keyword tentang Lokasi, harga, bahkan tagline kami.
- SEO cukup berpengaruh terhadap visibilitas produk kami terhadap market yang kami tuju. Dari SEO, kami juga mendapatkan market market baru walaupun secara prosentase tidak besar.
- Keyword yang kami gunakan #rumah700jtan #selangkahdarisurabaya #rumahsurabayabarat #westnewcluster
- SEO secara langsung memberikan efek yang cukup baik untuk brand awareness produk kami. Memang SEO paling efektif pada produk kami bisa diterapkan pada social media.
- Sesuai keyword SEO yang kami pakai, semua keyword kami tetap pada dasar marketing 4P. jadi keyword kami juga menampilkan keunggulan produk kami.
- Kami menggunakan SEO pada social media kami dengan memanfaatkan ads pada social media kami. Ini cukup baik untuk menyasar market kami. Kami biasa melihat statistic trafik kami dengan menggunakan statistic yang ada pada social media, itu memberikan kami insight atas brand awareness kami.

MEDIA SOCIAL ONLINE ADVERTISING

- Kita seringkali menggunakan fitur ads pada social media kami terutama Instagram untuk menyasar ke market yang kami tuju.
- Strategi yang kami lakukan seringkali menspesifikasikan demografi kami mulai dari umur, pekerjaan, hingga hal hal yang setara dengan nilai dari produk kami seperti contoh otomatis dsb
- Kami seringkali memanfaatkan gambar produk dan gambar event kami sebagai produk ads kami.
- Online advertising pada social media kami sangat berdampak untuk brand awarness kami, apalagi bila ads kami yang berhubungan dengan promo dan event yang kami adakan. Untuk efektifitas sendiri untuk mencapai closing dalam penjualan tidak terlalu signifikan jika dibandingkan dengan strategi lainnya seperti contoh brosur door to door dsb. Akan tetapi sangat efektif untuk brand awarness kami.
- Semua dasar marketing 4P pasti kami tampilkan dalam 1 konten untuk promosi kami.
- Anggaran untuk iklan sebetulnya sudah ada Bersatu dengan model promosi lainnya, jadi secara dasar perhitungan itu sudah termasuk efisiensi biaya untuk menggantikan strategi pemasaran yang lainnya.
- Kami seringkali melihat traffic social media kami dan engagement ads kami sebagai bentuk bukti brand awareness kami.
- Bila untuk brand awarness, online ads sungguh berpengaruh besar untuk produk kami. Online ads bisa menggantikan pemasaran dengan menggunakan banner dsb.

KONTEN DIGITAL MARKETING

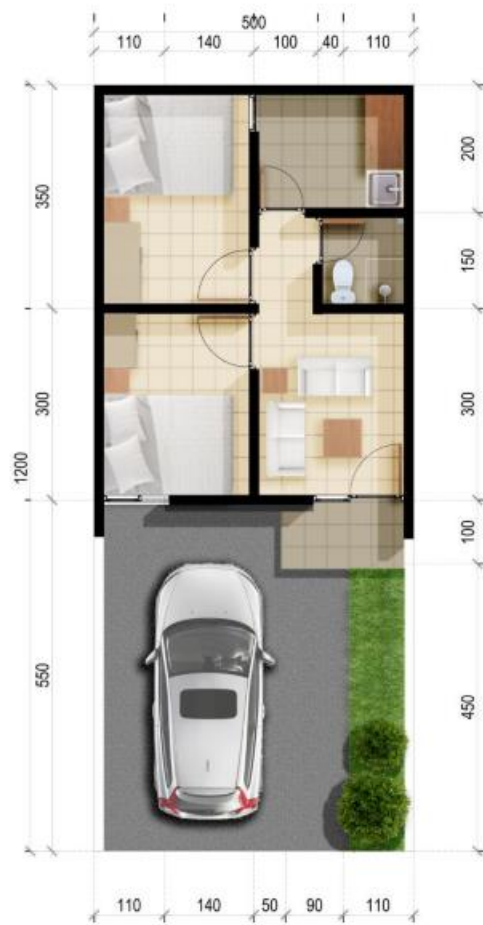
<div>  <div> PRICELIST <small>GRAND EVEREST</small> </div> </div>										
BLOK	NO	LUAS TANAH	LUAS BANGUNAN	PRICE LIST	DP	MAX KPR	ASUMSI ANGSURAN KPR (BUNGA 9%)			
							5 TAHUN	10 TAHUN	15 TAHUN	20 TAHUN
N	11	67,5	55	943.800,000	94.380,000	849.420,000	17.632,562	10.760,093	8.615,384	7.642,452
N	12 - 21	58,5	55	840.950,000	84.095,000	756.855,000	15,711,065	9,587,520	7,676,527	6,809,620
N	22	67,5	55	943.800,000	94.380,000	849.420,000	17.632,562	10.760,093	8.615,384	7.642,452
AA	1	72	55	943.800,000	94.380,000	849.420,000	17.632,562	10.760,093	8.615,384	7.642,452
AA	2 - 17	60	55	840.950,000	84.095,000	756.855,000	15,711,065	9,587,520	7,676,527	6,809,620
AA	18	84	55	1.126.510,000	112.651,000	1.013.859,000	21.046,045	12.843,137	10.283,233	9.121,952
AA	19	84	36	1.024.870,000	102.487,000	922.383,000	19,147,153	11,684,358	9,355,423	8,298,919
AA	20 - 32	60	36	719.950,000	71.995,000	647.955,000	13.450,480	8.208,020	6.571,991	5.829,820
AA	33	102	36	1.040.600,000	104.060,000	936.540,000	19,441,029	11,863,693	9,499,013	8,426,294
AB	1	84	55	1.126.510,000	112.651,000	1.013.859,000	21.046,045	12.843,137	10.283,233	9.121,952
AB	2-11	60	55	840.950,000	84.095,000	756.855,000	15,711,065	9,587,520	7,676,527	6,809,620
AB	12	84	55	1.126.510,000	112.651,000	1.013.859,000	21.046,045	12.843,137	10.283,233	9.121,952
AB	15	84	36	1.024.870,000	102.487,000	922.383,000	19,147,153	11,684,358	9,355,423	8,298,919
AB	16-25	60	36	719.950,000	71.995,000	647.955,000	13.450,480	8.208,020	6.571,991	5.829,820
AB	26	84	36	1.024.870,000	102.487,000	922.383,000	19,147,153	11,684,358	9,355,423	8,298,919
AC	1	84	36	1.024.870,000	102.487,000	922.383,000	19,147,153	11,684,358	9,355,423	8,298,919
AC	2-10	60	36	719.950,000	71.995,000	647.955,000	13.450,480	8.208,020	6.571,991	5.829,820
AC	11	84	36	1.024.870,000	102.487,000	922.383,000	19,147,153	11,684,358	9,355,423	8,298,919
AD	1	84	36	1.024.870,000	102.487,000	922.383,000	19,147,153	11,684,358	9,355,423	8,298,919
AD	2-11	60	36	719.950,000	71.995,000	647.955,000	13.450,480	8.208,020	6.571,991	5.829,820
AD	12	84	36	1.024.870,000	102.487,000	922.383,000	19,147,153	11,684,358	9,355,423	8,298,919

DESIGN TAMPAK RUMAH 1 LANTAI (36/60)



Arnica

DESIGN RUMAH 1 LANTAI (36/60)



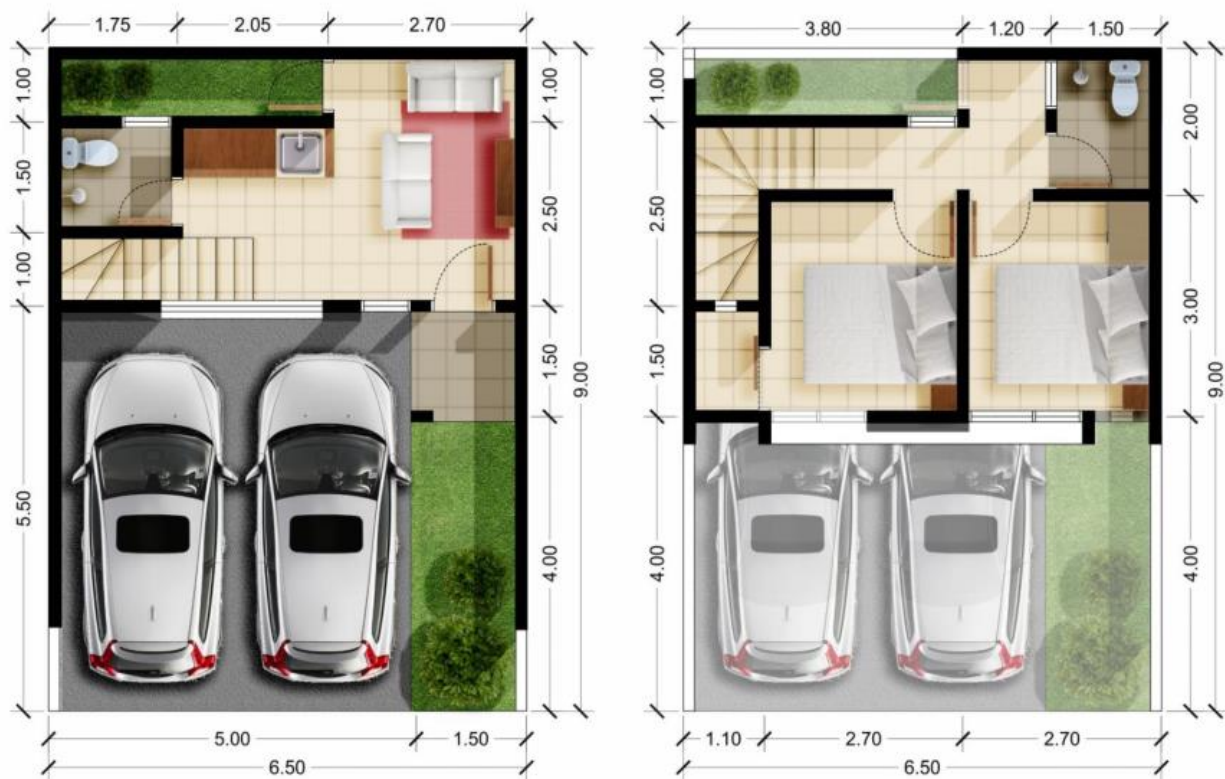
Arnica

DESIGN TAMPAK RUMAH 2 LANTAI (55/60)



Daisy

DESIGN DENAH 2 LANTAI (55/60)



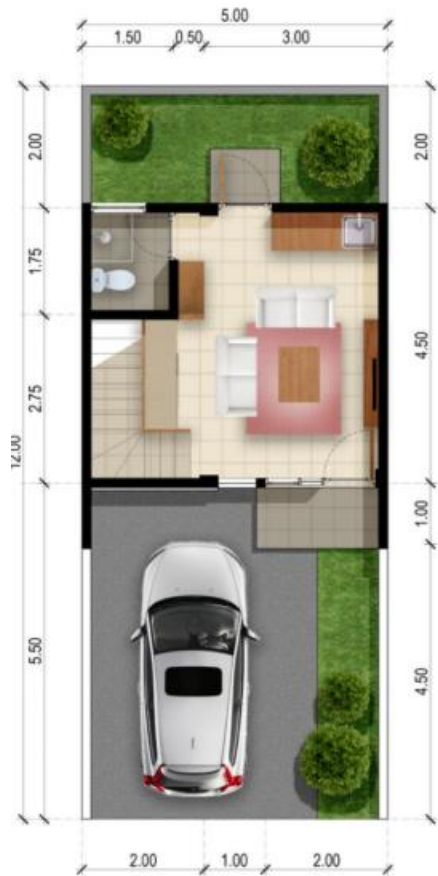
Daisy

DESIGN TAMPAK RUMAH 2 LANTAI (55/60)



Edelweiss

DESIGN DENAH 2 LANTAI (55/60)



Edelweiss

GRAND
EVEREST

WEST
NEW CLUSTER

DAPATKAN
**HARGA
SPECIAL**

UTJ
HANYA
**15
JUTA**



GRAND
EVEREST

WEST
NEW CLUSTER

Harga Mulai Dari
600 Juta-an

Free
PPN, BPHTB



GRAND EVEREST

WEST NEW CLUSTER

DP
DAPAT DICICIL

6

KALI

CICILAN
MULAI

4

JUTA - AN

CONTACT

FREE PPN, BPHTB, TAMAN, TANDON



What's your ad budget? ⓘ

\$180 over 30 days

Ad budget

12,000 - 32,000

Estimated reach

Payment summary

Daily budget

Budget per day
\$6

Duration

Run this ad until I pause it

Set duration

Number of days
30

Ad budget \$180.00

Estimated tax \$0.00

Total \$180.00



You won't be charged until your ad is approved and starts running.



DENAH LOKASI

