

Surabaya, 1 Agustus 2024

Nomor : 60/ RSMU/PNHK/VIII/2024
Lampiran : 1 (satu) Bendel
Perihal : Laporan Kegiatan Open House GLAC Vol.02

Yth. Dyan Kartika S.KM
GM Umum & HRD
di tempat

Dengan hormat,

Bersama ini, kami sampaikan Laporan Pelaksanaan Kegiatan SMILE Talk Vol.02. Mohon dapat diterima dan dikoreksi.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Hormat Kami,



Yonita Eka S.
Manager Pemasaran & Hubungan Kemitraan

LAPORAN KEGIATAN
OPEN HOUSE GEDUNG LASIK & AESTHETIC CENTER

PEMASARAN & HUBUNGAN
KEMITRAAN RS MATA UNDAAN



Undaan Kulon 19
Surabaya 60274, Indonesia

T +6231 5343 806, 5319 619
F +6231 531 7503
E info@rsmataundaan.co.id

 Rumah Sakit Mata
Undaan Surabaya

 [rs.mataundaan](https://www.instagram.com/rs.mataundaan)

rsmataundaan.co.id

I. LATAR BELAKANG

LASIK & Aesthetic Center RS Mata Undaan memiliki komitmen untuk terus memperkenalkan teknologi dan prosedur medis terbaru kepada masyarakat. Salah satu prosedur terbaru adalah SMILE Pro, sebuah teknologi canggih untuk mengoreksi mata minus dan silinder yang bekerja ekstra cepat dengan durasi 8 Detik. Untuk memperkenalkan teknologi SMILE Pro secara lebih luas, kami berencana mengadakan acara open house yang akan menampilkan tindakan SMILE Pro secara langsung serta pemberian edukasi melalui presentasi oleh dokter spesialis mata.

Dengan kehadiran influencer, diharapkan informasi mengenai teknologi SMILE Pro dapat menyebar lebih luas dan menarik minat calon pasien untuk berkonsultasi dan menjalani tindakan di LASIK & Aesthetic Center RS Mata Undaan.

II. TUJUAN

a) Tujuan Umum

Meningkatkan *Jumlah Kunjungan* di pelayanan LASIK & Aesthetic Center RS Mata Undaan.

b) Tujuan Khusus

- Memperkenalkan teknologi SMILE Pro kepada masyarakat luas.
- Menarik perhatian masyarakat dan calon pasien melalui para influencer.
- Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai prosedur SMILE Pro.
- Menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dan komunitas influencer.
- Meningkatkan jumlah pasien yang tertarik untuk menjalani tindakan SMILE Pro.

III. SASARAN

Sasaran acara Open House ini adalah mengundang para Influencer, dan Calon pasien yang ingin melakukan Tindakan SMILE Pro

IV. STRATEGI PENCAPAIAN

a) Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilakukan dengan format open house LASIK & Aesthetic Center dengan mengundang influencer dan calon pasien. Dalam acara ini nantinya peserta/tamu

yang datang dapat menyaksikan *live surgery* SMILE Pro, serta mendengarkan penjelasan langsung dari dokter spesialis mata.

b) Rincian Kegiatan

Penyelenggaraan acara Open House dalam bentuk Live Surgery Tindakan SMILE Pro dan Presentasi dokter spesialis mata tentang SMILE Pro:

- Tanggal : Sabtu, 27 Juli 2024
- Sasaran : 5 tamu influencer & 20 tamu undangan
- Lokasi : GLAC
- Waktu : 09.00 WIB – 11.00 WIB
- Tim :

Staf Medis

- Dokter Sp.M Tindakan SMILE Pro (dr DI)
- Dokter Sp.M Host & narasumber (dr TY)

Nakes

- Perawat OT1 (Hafiz)
- Perawat OT2 (Raden)

Non Nakes

- Didin (MC Acara Open House)
- Bram (PJ, Perlengkapan, Perencanaan Layout)
- Salma (PJ, co-host MC Didin)
- Naila (PJ, Liaison Influencer)
- Maria CS (Registrasi tamu undangan)

- Rundown acara:

No	Waktu	Kegiatan
1.	08.00	Persiapan Acara Open House
2	09.00 – 09.25	Registrasi + Welcome Drink & Welcome Food + Iringan Musik Spotify + Photo Corner (MELO minggle)
3.	09.25 – 09.30	Naik ke Lt.2
4.	09.30 – 09.35	Opening by MC. Perkenalan LAC
5.	09.35 – 09.50	Presentasi Dokter Sp.M “Solusi Bebas Kaca Mata”
	09.50 – 10.20	Live Surgery SMILE Pro & brief dari dr host

No	Waktu	Kegiatan
6.	10.20 – 10.40	Q&A post op bersama dr dini, dr tyas, jessica ceren (berbagi pengalaman di dalam ruang tindakan)
7.	10.40 - 11.00	Spin Wheels Doorprize & closing by MC
8.	11.00 - 11.30	Free pemeriksaan untuk pemenang undian
9.	11.30	Selesai

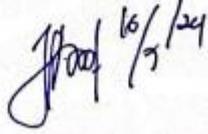
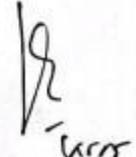
• **Promosi dan Gimmick:**

Berikut adalah pengajuan promo sebagai bentuk gimmick acara Open House LASIK & Aesthetic Center:

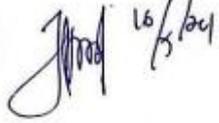
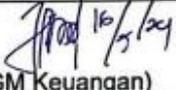
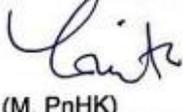
UNTUK SEMUA UNDANGAN

JENIS PROMOSI	SENILAI	MENYETUJUI	MENGETAHUI
Diskon Pre LASIK 15%	Tarif normal Rp.2.500.000 Tarif promo Rp 2.125.000	 (GM Keuangan)	 (Manager Premium)
Paket Bundling SMILE Pro + Pre LASIK	Tarif normal Rp 37.500.000 Tarif promo Rp 36.550.000		

DEALS DI TEMPAT

JENIS PROMOSI	SENILAI	MENYETUJUI	MENGETAHUI
Diskon Pre LASIK 15% +10%	Tarif normal Rp.2.500.000 Tarif promo Rp 1.912.500	 (GM Keuangan)	 (Manager Premium)
Diskon SMILE Pro Rp 10.000.000 (diundi diantara yang deals hari itu, hanya untuk 1 orang)	Tarif normal Rp 40.000.000 Tarif promo Rp 20.000.000		

UNDIAN SPIN WHEELS

JENIS PROMOSI	JUMLAH VOUCHER	MENYETUJUI	MENGETAHUI
Free Voucher pemeriksaan ARK di LASIK & Aesthetic Center	5	 16/5/2024	 (Manager Premium)
Free Voucher pemeriksaan Scheimer Test di LASIK & Aesthetic Center	5		 (Manager Premium)
Free Voucher pemeriksaan Pentacam di LASIK & Aesthetic Center	2		 (Manager Premium)
Voucher diskon pemeriksaan di poli eksekutif pagi sebesar 15%	5	 (GM Keuangan)	 (Manager Keuangan)
Voucher makan di Ning Manda senilai Rp 50.000 untuk pembelanjaan Rp 100.000	3	 (M. PnHK)	

Syarat dan ketentuan undian berhadiah adalah sebagai berikut:

1. Voucher pemeriksaan di LASIK & Asthetic hanya berlaku di hari yang sama
2. Diskon pemeriksaan di Poli Eksekutif Pagi & Voucher Ning Manda berlaku hingga 27 Oktober 2024
3. Voucher dapat dipindah-tangankan

V. Target

- a) Mengundang dan memastikan kehadiran 5 influencer media sosial.
- b) Memperoleh prospektif invitees sebanyak 20 orang dari masyarakat umum.
- c) Menghasilkan konten promosi yang positif dari para influencer untuk menarik minat calon pasien.
- d) Menaikkan jumlah followers akun IG @smileproindonesia sebanyak 300 followers
- e) Mendapatkan kunjungan pasien SMILE Pro dari event sebanyak 5% dari undangan

VI. Pencatatan dan Laporan Evaluasi Kegiatan

1. Jumlah peserta yang terdaftar Open House LAC adalah 24 peserta. 4 diantaranya merupakan influencer, sementara 20 sisanya merupakan Masyarakat umum yang tertarik akan Solusi bebas kacamata
2. 12 dari peserta umum yang terdaftar dan 4 influencer datang ke acara Open House LAC. Influencer terdiri dari influencer Surabaya dan Madura
3. Kerjasama influencer tertuang dalam SOW Brief sesuai kesepakatan antara 2 belah pihak (pihak RSMU dan influencer) dan disahkan melalui MOU
4. Influencer bertujuan menarik lebih banyak pasien yang datang. Evaluasi efektivitas influencer dapat dilihat melalui tambahan followers Instagram smileproindonesia/rs.mataundaan maupun pasien yang menggunakan kode voucher influencer. Pasien yang menggunakan kode voucher ini akan mendapatkan potongan harga khusus
5. Promosi kegiatan dilakukan melalui ads facebook dan instragram, blasting WA ke database pasca event, blasting WA ke pasien-pasien yang pernah bertanya mengenai LASIK/SMILE Pro di WA PELO maupun DM Instagram, kunjungan ke sekolah-sekolah diantaranya: SMA Hangtuhah 1, SMA Hangtuhah 4, SMK pelayaran.
6. Promosi melalui instagram ads (via story) dilakukan sejak tanggal 19 Juli – 25 Juli 2024 sebesar Rp 170.941. Dari ads instagram didapatkan 5.119 akun reach dan 4 pesan masuk
7. Promosi melalui facebook ads dilakukan sejak tanggal 21 Juni 2024 – Juni 2024 sebsar Rp. 270.355. Dari ads facebook didapatkan 97.082 reach dan 32 pesan masuk
8. Membuat vidio promosi untuk kampanye Open House agar lebih menarik dan berhasil mendatangkan kunjungan ke event Open House.
9. Evaluasi dari video promosi pertama: terlalu banyak gimmick, terlalu banyak kata-kata, dan kurang menunjukkan gambaran kegiatan secara riil. Sehingga dibuatlah video promosi kedua dengan menambahkan footage-footage acara sebelumnya ditambah dubbing suara.
10. Sebagai upaya lain, diwaktu bersamaan juga menaikkan ads di facebook berupa poster kegiatan yang didalamnya tidak tertulis biaya registrasi dan dibuat dengan desain yang lebih simple
11. Setelah melakukan evaluasi ads, mulai banyak yang menanyakan terkait dengan cara registrasi acara

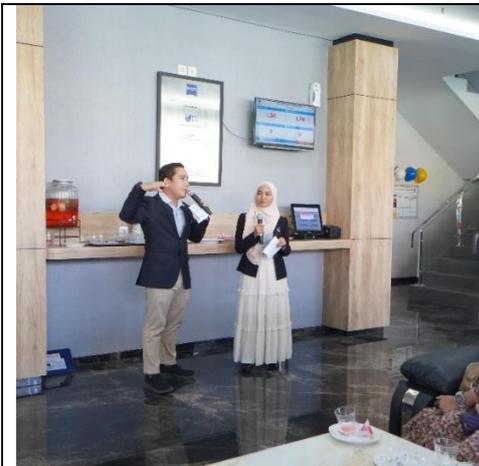
12. Dikarenakan mendekati hari H hanya ada 1 pasien yang bersedia membayar biaya registrasi sebesar 50 ribu, maka diputuskan Open House diadakan secara gratis
13. Opening by MC berlangsung agak mundur dari jadwal, hal ini dikarenakan menunggu para tamu undangan datang dan menunggu situasi kondusif di lantai 2.
14. Semua tamu undangan mendapat doorprize yang dibagikan pada hari H acara
15. Ada 4 orang yang melakukan DP pada hari H acara. 1 dari mereka memenangkan undian potongan SMILE Pro senilai 10 juta rupiah
16. Pasien yang sudah DP akan di follow up lebih lanjut terkait jadwal pre-LASIK dan kelanjutan indakan.
17. Hingga laporan ini dibuat, peningkatan jumlah follower akun Instagram @smileproindonesia pasca event sebesar 568 followers
18. Peningkatan jumlah DM ke WA khusus PELO SMILE Pro pasca event hingga laporan ini dibuat sebanyak 60 DM baru di Instagram @smileproindonesia dan 21 di WA PELO (11 dari Tiktok & 10 dari Instagram)
19. Peningkatan jumlah engagement berasal dari masing-masing KOL
 - Influencer 1 (fuad sasmita): 21.7K views, 16 komentar dan 593 likes pada postingan video tiktok pada akun @fuadsasmita
 - Influencer 2 (lina herdyanti): 15K views, 17 komentar, dan 308 likes di postingan reels akun IG @linaherdyanti
 - Influencer 3 (Rio Asmoro): 1.968 views, 8 komentar di postingan reels akun IG @riosap_utra
 - Influencer 4 (Dela Kusuma): akan diunggah maksimal tanggal 4 Agustus pada IG @delaakr_
 - Influencer pasien (jesica ceren): 260K views, 65 komentar, 156 share dan 5.479 likes di postingan reels akun IG @jesicaceren yang berkolaborasi dengan @smileproindonesia. 167.7K views, 132 komentar, 2228 saved dan 9633 likes pada video tiktok akun @jesicaceren
20. Catatan untuk kegiatan Open House selanjutnya:
 - Rundown acara : jika memungkinkan mengadakan acara di sore atau malam hari
 - Keterlibatan KOL : KOL dipastikan hadir tepat waktu dan tidak tertinggal rundown, sebelum hari H KOL diminta untuk buat perencanaan/gambaran bentuk video reels yang akan dibuat, dan memastikan kembali bahwa KOL sesuai dengan *campaign*.
 - Kesesuaian produk & layanan yang ditawarkan : mencoba melakukan open house untuk layanan / produk yang lain seperti *dry eye*

VII. Rencana Anggaran

No	KEBUTUHAN KEGIATAN	PENGAJUAN	REALISASI
1	SOUVENIR		
	• Exclusive Souvenir (untuk influencer)	Rp600.000	Rp. 303.000
	• Tas Souvenir	Rp200.000	Rp 407.252
	• Dekorasi souvenir	Rp100.000	Rp 80.348
2	KONSUMSI		
	• Canape, Free flow coffee & tea	Rp1.300.000	Rp 698.900
	• Snack bar	Rp 800.000	Rp 582.500
	• Nasi kotak panitia	Rp 225.000	Rp 225.000
3	HADIAH UNDIAN		
	• Mug Kaca	Sesuai Stok P&HK	Sesuai Stok P&HK
	• Voucher Periksa ARK	Cetak Internal	Cetak Internal
	• Voucher Schimmer Test	Cetak Internal	Cetak Internal
	• Voucher Pentacam	Cetak Internal	Cetak Internal
	• Voucher Diskon Pemeriksaan Poli Eksekutif Pagi	Cetak Internal	Cetak Internal
	• Voucher Makan Ning Manda	Cetak Internal	Cetak Internal
5	Honorarium (hari kerja)		
	• Dokter narasumber (dr. TS, dr DI)	Rp. 600.000	Rp. 0
	• Nakes	Rp. 300.000	Rp. 0
	• Non Nakes (MELO, PELO, MC, CS)	Rp. 375.000	Rp.150.000

6	Fun Activity		
	• Photo corner properties	Rp. 100.000	Rp. 69.500
	• Selfie Standee	Rp. 1.500.000	Rp 1.890.000
		Rp. 6.100.000	Rp 4.406.500
8.	Lain-lain		
	• BHP Jesica Ceren (endorse SMILE Pro)	Rp 15.500.000	
	• Income Ticket Pre Sale	Rp 200.000	-
	• Income Ticket Regular	Rp 250.000	-

VIII. Dokumentasi



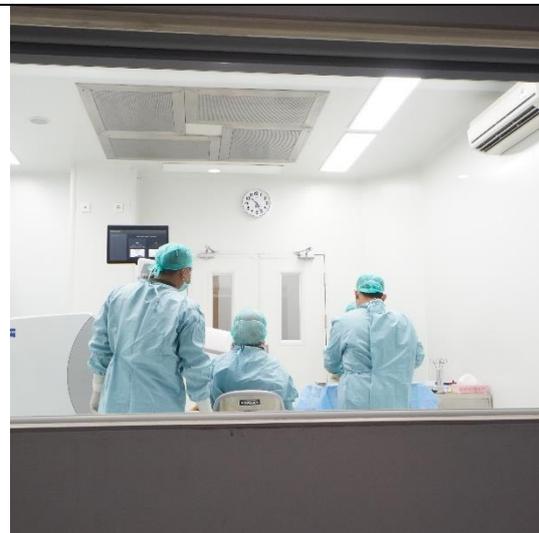
Opening MC lantai 1



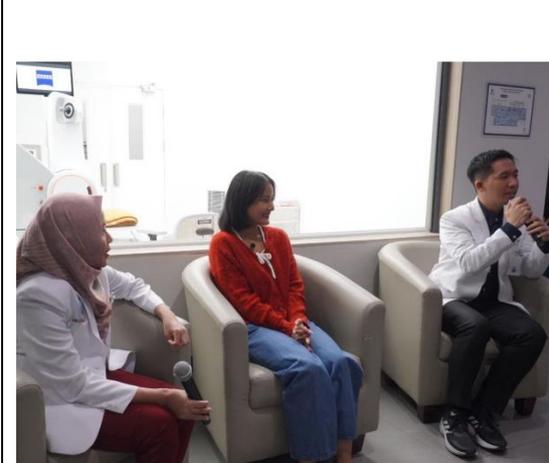
Photobooth



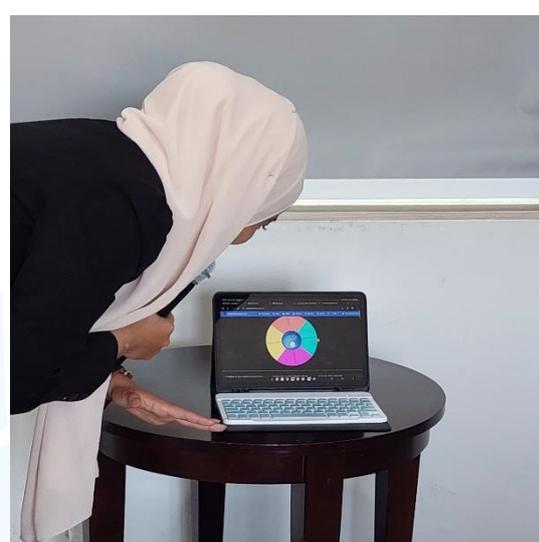
Presentasi dr. Tigor (Solusi bebas kacamata)



Live surgery SMILE Pro dengan dr. Dini



Mini Talkshow dengan dr. Dini, Jessica Ceren (pasien) dan dr. Tigor



Pengundian pemenang potongan diskon 10 juta SMILE Pro

IX. Penutup

Demikian kami sampaikan Kerangka Acuan Kegiatan yang dimaksud, sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan sehingga lebih terarah dan mudah dalam evaluasinya. Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 1 Agustus 2024

Disusun oleh



Bramantia Anggara Putra, S.E

Patient Educator & Liaison Officer

Mengetahui,



Yonita S. Sos

Manager Pemasaran & Hubungan Kemitraan
RS.Mata Undaan