

KRILL Swarm

AI Market Response Simulator

KRILL Swarm Pilot Sample Report

Simulate the swarm before you launch.

Project

Lunara Skin Clinic

Jenis Laporan

Ad Concept Reaction Simulation

Simulasi

10.000 persona virtual product-specific

Putaran Simulasi

5 putaran simulasi

Versi

v1.9.3 - Website Preview Ready

FINAL VERDICT

MENARIK UNTUK LEAD TEST, BELUM KUAT UNTUK SCALE

Attention kuat, tetapi trust, bukti, harga, dan tone harus dikontrol.

Simulasi persona virtual - bukan survei nyata, bukan prediksi pasti, bukan jaminan booking.

// 02 Executive Summary

Keputusan Owner

TEST KECIL DENGAN TONE YANG DIPERBAIKI - JANGAN SCALE DULU

Konsep “Wajah Capek Bukan Takdir” punya attention kuat, tetapi belum aman untuk scale karena trust, bukti, harga/promo, proses skin check, dan kesiapan WhatsApp admin belum cukup kuat.

Peluang Terkuat

Attention kuat

Pain “wajah capek” relatable untuk pekerja urban dan audience beauty-aware.

Risiko Terbesar

Trust belum cukup

Audience skeptis terhadap before-after, harga tersembunyi, dan upsell.

Hook aman

“Wajah capek bukan salahmu...”

Empatik, tidak menyerang insecurity, tetap mengarah ke skin check.

Hook hindari

“Wajah capek bikin kamu tua...”

Terlalu judgemental dan berisiko memicu komentar negatif.

Angka Utama	Hasil	%
Intent Konsultasi Terkuat rata-rata	600 / 10.000	6,0%
Minat lead kuat	900 / 10.000	9,0%
Minat tanya	2.200 / 10.000	22,0%
Butuh bukti	2.300 / 10.000	23,0%
Risiko Komentar Negatif	1.000 / 10.000	10,0%

Kesimpulan Tegas: Perhatian bukan berarti lead berkualitas. Jika komentar ramai tetapi lead tidak serius konsultasi, campaign harus ditahan.

// 03 Snapshot Reaksi Swarm

Angka di bawah adalah hasil rata-rata dari 5 putaran simulasi terhadap 10.000 persona virtual.

Intent Konsultasi Terkuat

600 / 10.000

6,0% - paling dekat ke konsultasi setelah bukti dan proses jelas.

Minat lead kuat

900 / 10.000

9,0% - tertarik kuat, masih butuh bukti dan kredibilitas.

Minat tanya

2.200 / 10.000

22,0% - kemungkinan bertanya harga, promo, treatment, jadwal.

Butuh bukti

2.300 / 10.000

23,0% - trust gap terbesar sebelum booking.

Bingung / Netral

1.400 / 10.000

14,0% - belum paham offer atau urgensi.

Tidak Cocok / Menolak

1.600 / 10.000

16,0% - tidak cocok atau tidak merasa butuh.

Risiko Komentar Negatif

1.000 / 10.000

10,0% - tone bisa dianggap insecurity marketing.

Final verdict

MENARIK UNTUK LEAD TEST, BELUM KUAT UNTUK SCALE

Attention kuat, tetapi trust, bukti, harga, dan tone harus dikontrol.

Diagnosis	Temuan
Hambatan jadi booking terbesar	Trust terhadap klinik, bukti, harga, dan proses konsultasi.
Hambatan kepercayaan terbesar	Keaslian before-after, kredibilitas klinik, dan takut di-upsell.
Risiko Komentar Negatif terbesar	Tone “wajah capek” terasa judgemental / insecurity marketing.
Segmen paling menjanjikan	High-intent treatment seeker + beauty-aware young professional + safety/doctor-trust seeker.

// 04 Action Sheet Operator - 1 Halaman

Halaman ini dibuat untuk di-screenshot dan dikirim ke marketing team, admin WhatsApp, content creator, clinic manager, atau agency.

Komponen	Arahan
Keputusan	TEST KECIL DENGAN TONE YANG DIPERBAIKI - JANGAN SCALE DULU
Gunakan hook	“Wajah capek bukan salahmu. Kadang kulit cuma butuh dicek dengan benar.”
Hindari hook	“Wajah capek bikin kamu terlihat tua. Segera treatment sekarang.”
Arah Video	Tampilkan wajah lelah natural dan relatable. Lanjutkan dengan proses skin check, ruang klinik bersih, dan konsultasi ramah. Jangan zoom agresif ke kekurangan wajah.
CTA	“Chat WhatsApp untuk jadwal skin check.”
Bukti yang harus siap	Foto/video klinik, video proses skin check, penjelasan konsultasi awal, review/testimoni realistis, FAQ harga dan keamanan.
Aturan balasan pertama admin	Jawab pertanyaan utama dulu. Jangan langsung paksa booking. Jelaskan proses, batas harga/promo, dan bahwa skin check tidak wajib langsung treatment.
Aturan Test	Test budget kecil selama 7 hari. Pantau komentar, pertanyaan WhatsApp, objection harga, permintaan bukti, dan kualitas booking konsultasi.
Naikkan budget jika	Komentar aman, lead bertanya konsultasi serius, bukti mengurangi ragu, dan respons admin stabil.
Tahan jika	Komentar insecurity / backlash naik lebih cepat daripada lead yang serius.
Perbaiki dulu jika	Harga/promo belum jelas, bukti belum siap, admin belum punya jawaban, atau tone masih terasa menghakimi.
Risiko Terbesar	Hook kuat berubah menjadi backlash jika audience merasa wajah lelah dipakai untuk membuat perempuan insecure.

// 05 Cek Stabilitas Simulasi

KRILL menjalankan 5 putaran simulasi terhadap 10.000 persona virtual untuk membaca apakah pola reaksi utama tetap stabil atau berubah besar antar putaran.

Kategori Reaksi	Rata-rata	Rentang	Stabilitas
Intent Konsultasi Terkuat	600	575-631	Stabil
Minat lead kuat	900	875-925	Stabil
Minat tanya	2.200	2.150-2.237	Stabil
Butuh Bukti / Ragu	2.300	2.275-2.338	Stabil
Bingung / Netral	1.400	1.375-1.413	Stabil
Tidak Cocok / Menolak	1.600	1.575-1.625	Stabil
Risiko Komentar Negatif	1.000	981-1.025	Stabil

Status Stabilitas: STABIL

Pola utama stabil dalam 5 putaran simulasi. Namun stabil bukan berarti aman untuk scale besar. Stabilitas hanya menunjukkan pola simulasi konsisten; keputusan tetap: test kecil dulu, jangan scale sebelum bukti dan WhatsApp siap.

Putaran simulasi ini bukan market test nyata, bukan survei, dan bukan prediksi pasti.

// 06 Cara KRILL Membangun Persona Virtual

Bagian ini dibuat lebih ringkas untuk pembaca bisnis. Intinya: angka bukan random, tetapi juga bukan data orang nyata.

Alur	Penjelasan
1. Input Brief	Project, kategori, offer, channel, target audience, dan risiko utama.
2. Penguncian Asumsi	KRILL mengunci asumsi agar simulasi tidak melebar.
3. Desain Cluster Persona	10 kategori audience yang relevan dengan iklan beauty clinic Lunara.
4. Klasifikasi Reaksi	Persona diklasifikasikan ke intent konsultasi, minat kuat, minat tanya, butuh bukti, netral, menolak, atau risiko komentar negatif.
5. Agregasi 5 Putaran	5 putaran simulasi dirata-rata dan dicek rentang hasilnya.
6. Output Keputusan	Hasil dipakai untuk menentukan: test, naikkan budget, tahan, atau perbaiki dulu.

Aspek	Asumsi yang Dikunci
Project / brand	Lunara Skin Clinic
Kategori	Beauty clinic / campaign perawatan kulit
Konsep iklan	“Wajah Capek Bukan Takdir”
Offer	Konsultasi awal + promo skin check
Target pasar	Wanita 22-38, pekerja urban, young professional, calon pengantin, dan audience beauty-aware
Channel	Instagram Reels / TikTok + jalur lead WhatsApp
Aksi konversi	Chat WhatsApp / booking konsultasi skin check
Core hook	Wajah capek bukan salahmu. Kadang kulit cuma butuh dicek dengan benar.
Data yang Belum Tersedia	Data iklan nyata, harga nyata, kredensial klinik, dan kualitas respons WhatsApp nyata

Cara membaca halaman ini

KRILL tidak sedang mengklaim punya responden nyata. Halaman ini hanya menunjukkan input dan asumsi yang dikunci supaya simulasi tidak terlihat seperti angka random.

Yang belum tersedia - harga nyata, kredensial klinik, log WhatsApp, dan review nyata - tetap harus divalidasi lewat test kecil.

// 07 Desain Kategori Persona

Kategori persona dipilih berdasarkan target market, hook, offer, channel, risiko trust, price risk, WhatsApp risk, dan risiko komentar negatif. Tabel ini adalah bukti desain cluster, bukan daftar customer nyata.

Kategori Persona	Jumlah	%	Keberatan Utama
High-intent treatment seeker	1.250	12,5%	Treatment apa, harga, konsultasi membantu atau tidak.
Beauty-aware young professional	1.190	11,9%	Takut mahal / paket panjang.
Price-sensitive beauty buyer	1.125	11,3%	Hidden cost.
Skeptical before-after viewer	1.125	11,3%	Filter / overclaim.
Safety / Doctor-Trust Seeker	1.060	10,6%	Siapa yang menangani / aman?
Insecure but afraid judged audience	1.000	10,0%	Takut dihakimi.
Promo hunter	875	8,8%	Low-quality lead / hanya cari diskon.
Fast scroller / short attention viewer	1.060	10,6%	Tidak paham offer dalam 3 detik.
Anti-insecurity marketing critic	750	7,5%	Bahasa dianggap mengeksploitasi insecurity.
Wrong-fit audience	565	5,7%	Tidak merasa butuh.
TOTAL	10.000	100,0%	Reconciles to report base.

// 08 Hasil per Cluster Persona

Tabel cluster dipertahankan sebagai bukti ringkas. Untuk website, halaman 1-4 sebaiknya menjadi preview utama; halaman ini cukup menjadi bukti pendukung di dalam PDF.

Persona	Jumlah	Intent Konsultasi	Minat Kuat	Tanya	Butuh Bukti	Netral	Menolak	Negatif
High-intent	1.250	150	188	288	262	100	187	75
Beauty-aware	1.190	119	175	326	288	94	125	63
Price-sensitive	1.125	50	81	275	288	131	225	75
Skeptical proof	1.125	31	75	213	450	131	125	100
Safety seeker	1.060	87	143	224	299	112	125	70
Afraid judged	1.000	69	100	188	313	112	100	118
Promo hunter	875	44	69	225	175	100	212	50
Fast scroller	1.060	37	56	224	175	424	106	38
Insecurity critic	750	6	13	100	38	100	268	225
Wrong-fit	565	7	0	137	12	96	127	186
TOTAL	10.000	600	900	2.200	2.300	1.400	1.600	1.000

Ini adalah klasifikasi intent dalam simulasi persona virtual, bukan prediksi booking aktual.

Cara Membaca Hasil

Cluster menunjukkan masalahnya bukan awareness. Masalahnya adalah friksi setelah minat awal: bukti, harga, trust, dan respons WhatsApp.

Karena itu, halaman ini tidak perlu dijadikan preview utama website. Tampilkan halaman 1-4 untuk prospect dingin, lalu gunakan halaman ini jika mereka ingin melihat bukti struktur simulasi.

// 09 Contoh Kartu Persona Virtual

Contoh berikut adalah persona virtual, bukan customer nyata, bukan lead nyata, dan bukan komentar nyata.

LUN-014	High-intent treatment seeker Wanita 29, pekerja kantor, kulit kusam dan wajah lelah. Reaksi: Hook sangat relate; takut treatment salah dan mahal; butuh proses skin check, harga awal, review. Klasifikasi: Intent Konsultasi	LUN-027	Beauty-aware young professional Wanita 26, aktif lihat skincare content. Reaksi: Tertarik karena wajah capek terasa dekat; takut diarahkan ke paket panjang. Klasifikasi: Minat lead kuat
LUN-041	Price-sensitive beauty buyer Wanita 31, tertarik treatment tapi ketat budget. Reaksi: Mau coba jika promo jelas; hidden cost dan treatment mahal menjadi blocker. Klasifikasi: Minat tanya	LUN-066	Skeptical before-after viewer Wanita 34, skeptis pada iklan beauty clinic. Reaksi: Ingin lihat bukti dulu; before-after dianggap filter. Klasifikasi: Butuh Bukti / Ragu
LUN-088	Safety / Doctor-Trust Seeker Wanita 32, kulit sensitif. Reaksi: Tertarik jika proses aman; ingin tahu siapa yang cek dan apakah cocok untuk kulit sensitif. Klasifikasi: Minat lead kuat	LUN-112	Insecure but afraid judged Wanita 25, sensitif pada bahasa menghakimi. Reaksi: Hook bisa relate, tapi rawan tersinggung; butuh tone empatik. Klasifikasi: Butuh Bukti / Ragu
LUN-148	Anti-insecurity critic Wanita 30, kritis pada beauty ads. Reaksi: Membaca hook sebagai judgemental; bisa komentar negatif jika tone salah. Klasifikasi: Risiko Komentar Negatif	LUN-173	Fast scroller Wanita 23, scroll cepat di TikTok/Reels. Reaksi: Berhenti jika opening 3 detik jelas; bisa skip jika offer tidak langsung paham. Klasifikasi: Bingung / Netral

// 10 Hambatan Jadi Booking + Panduan Test Awal

- Bukti belum cukup: tanpa review, before-after realistis, atau video proses klinik, iklan terasa kosong.
- Harga dan promo belum jelas: audience ingin tahu skin check berapa, termasuk apa, dan biaya tambahan.
- Kredibilitas klinik belum terlihat: audience ingin tahu siapa yang memeriksa dan bagaimana SOP-nya.
- Admin WhatsApp lambat: lead beauty cepat dingin jika admin lama membalas.
- Tone terlalu menekan insecurity: “wajah capek” bisa terasa seperti penghinaan jika visual/copy salah.
- Takut di-upsell: skin check promo sering dicurigai sebagai pintu masuk paket mahal.

Masalah utama bukan hook. Masalah utama adalah trust setelah hook.

Detik	Visual	Teks / VO	Tujuan
0-3s	Wajah lelah natural.	“Wajah capek bukan salahmu.”	Buka dengan empati.
3-6s	Kulit dull/lelah halus.	“Kadang kulit cuma butuh dicek dengan benar.”	Geser dari shame ke edukasi.
6-10s	Proses skin check, klinik bersih.	“Mulai dari skin check dulu.”	Bangun trust.
10-13s	Konsultasi ramah.	“Tidak semua kulit butuh treatment yang sama.”	Hindari overclaim.
13-15s	WhatsApp booking card.	“Chat WhatsApp untuk jadwal skin check.”	CTA ringan dan jelas.

// 11 Perbandingan Hook + Starter Script WhatsApp

Komponen	Isi
Ide Awal	“Wajah Capek Bukan Takdir.”
Diagnosis Risiko	Hook kuat, tetapi rawan judgemental jika visual dan tone menyorot kekurangan wajah.
Arah KRILL yang Lebih Aman	“Wajah capek bukan salahmu. Kadang kulit cuma butuh dicek dengan benar.”
Versi Berisiko yang Harus Dihindari	“Wajah capek bikin kamu terlihat tua. Segera treatment sekarang.”
Alasan	Versi aman mempertahankan emotional relevance, tetapi menurunkan risiko komentar negatif.

Situasi	Balasan Admin yang Disarankan	Jangan Bilang Ini
Lead Tanya Harga	Halo Kak, skin check awal bisa dibantu sesuai promo. Nanti kami cek kondisi kulit dulu sebelum rekomendasi treatment. Biaya treatment bergantung kondisi kulit dan pilihan treatment.	Datang dulu saja Kak, nanti dijelaskan di klinik.
Lead Tanya Proses	Skin check awal tujuannya melihat kondisi kulit dan concern utama. Tidak langsung wajib treatment.	Prosesnya cepat Kak, nanti langsung kami arahkan treatment.
Lead Takut Upsell	Wajar Kak kalau khawatir. Di awal fokusnya skin check dan konsultasi dulu. Rekomendasi treatment adalah pilihan, bukan paksaan.	Tenang Kak, nggak mahal kok.
Keamanan / Dokter	Untuk pengecekan dan treatment, kami mengikuti SOP klinik dan akan menjelaskan siapa yang menangani sesuai layanan. Hasil setiap orang bisa berbeda.	Aman kok Kak, pasti cocok.

// 12 Starter Balasan Komentar + Checklist Bukti

Komentar Negatif	Arah Balasan	
"Ini bikin perempuan insecure."	Terima kasih masukannya. Pesan kami bukan untuk membuat siapa pun merasa kurang, tetapi mengajak yang punya concern kulit untuk cek kondisi kulitnya dengan lebih tepat.	
"Pasti ujungnya mahal."	Kekhawatiran soal biaya wajar. Konsultasi awal digunakan untuk menjelaskan kondisi kulit, opsi perawatan, dan estimasi biaya sebelum ada keputusan.	
"Before-after filter ya?"	Before-after harus dibuat sejujur mungkin dengan lighting konsisten dan tanpa klaim hasil pasti. Hasil setiap kulit bisa berbeda.	
"Wajah capek normal, ngapain di-treatment?"	Betul, wajah capek bisa normal. Skin check bukan untuk memaksa treatment, tetapi membantu memahami kondisi kulit bagi yang ingin mengecek.	
Bukti	Status	Kenapa Penting
Foto/video klinik	Wajib Disiapkan	Membuktikan klinik real, bersih, layak dipercaya.
Video proses skin check	Wajib Disiapkan	Menjelaskan apa yang terjadi setelah booking.
Penjelasan konsultasi awal	Wajib Disiapkan	Mengurangi takut dipaksa treatment.
Review/testimoni realistis	Siapkan Jika Ada	Meningkatkan trust tanpa overclaim.
FAQ harga dan keamanan	Wajib Disiapkan	Menurunkan hidden cost suspicion dan menjawab concern safety.
Pernyataan Tanpa Klaim Hasil Pasti	Wajib Disiapkan	Melindungi trust dan safety language.

// 13 Aturan Keputusan Setelah Test

Aturan	Kondisi
Naikkan budget jika	Komentar relate dan pertanyaan konsultasi lebih banyak daripada komentar negatif; WhatsApp lead bertanya jadwal, proses, safety, dan harga dengan serius.
Perbaiki jika	Hook menciptakan attention tetapi offer tidak dipahami; banyak yang bertanya “ini treatment apa?”.
Tahan jika	Komentar negatif naik lebih cepat daripada lead berkualitas; admin tidak siap; banyak lead ghosting setelah harga.
Ganti hook jika	Audience merasa dihakimi atau komentar insecurity marketing muncul berulang.

Disiplin Komersial

Jangan scale berdasarkan jumlah views saja. Campaign baru layak dinaikkan ketika komentar, WhatsApp intent, proof request, dan respons admin menunjukkan kualitas lead yang sehat.

// 14 Reality Check: Kapan Campaign Harus Ditahan

Hal yang Dicek	Jawaban Singkat
Alasan Terkuat untuk Tidak Scale	Iklan bisa ramai karena hook relatable, tetapi gagal booking karena trust, bukti, harga, dan WhatsApp belum siap.
Asumsi Terlemah	Owner mungkin mengira hook yang relatable otomatis menghasilkan lead berkualitas.
Titik Gagal Paling Mungkin	Audience tertarik, lalu hilang setelah bertanya harga/proses di WhatsApp.
Kapan Ini Jadi Ide Buruk	Jika engagement datang dari debat/insecurity comments, bukan dari niat konsultasi.
Hal yang Mungkin Diremehkan Owner	Audience beauty clinic sangat skeptis terhadap before-after, klaim klinik, harga tersembunyi, dan bahasa yang menekan insecurity.

Kondisi	Aturan
Stop jika	Komentar backlash naik lebih cepat daripada lead konsultasi berkualitas.
Jangan scale jika	Mayoritas lead hanya tanya harga, tidak percaya, atau ghosting setelah admin menjawab.
Jangan launch jika	Bukti klinik, proses konsultasi, batas harga/promo, dan starter balasan komentar belum siap.
Perbaiki dulu jika	Hook membuat audience merasa dihakimi, bukan dibantu.

// 15 Stress Test Keputusan + Blind Spot Client

Pertanyaan Stress Test	Jawaban Singkat
Jika campaign ini gagal, kenapa?	Karena orang relate dengan hook, tetapi tidak cukup percaya untuk booking.
Di mana budget bocor?	Di WhatsApp: lead tanya harga/proses, lalu hilang karena admin, bukti, atau batas promo belum siap.
Sinyal ide lebih lemah dari dugaan	Engagement ramai, tetapi pertanyaan konsultasi serius sedikit.
Sinyal market tidak peduli	Audience skip, tidak bertanya, tidak save/share, dan tidak memberi pertanyaan soal skin check.
Sinyal offer disalahpahami	Banyak yang bertanya “ini treatment apa?” atau mengira iklan menjanjikan hasil instan.

- Owner mungkin mengira attention sama dengan booking. Realitanya: perhatian bukan berarti lead berkualitas.
- Owner mungkin terlalu percaya pada visual before-after. Realitanya: before-after terlalu sempurna bisa terlihat seperti filter.
- Owner mungkin meremehkan kelemahan admin WhatsApp. Realitanya: lead sering mati setelah chat pertama.
- Owner mungkin mengira “relatable” berarti siap booking. Realitanya: relatable hanya membuka pintu.
- Owner mungkin mengabaikan ketakutan terhadap upsell. Realitanya: skin check promo sering dicurigai sebagai pintu masuk paket mahal.

// 16 Scorecard + Final Verdict

Dimensi	Score / 10	Interpretasi
Market Interest Score	7,8	Hook relatable untuk wanita urban dan beauty-aware audience.
Conversion Potential	6,4	Ada potensi lead, tetapi perlu bukti, trust, dan WhatsApp response kuat.
Trust Strength	5,5	Trust belum cukup tanpa credential, review, dan pricing transparency.
Price Acceptance	5,8	Skin check promo bisa diterima, tetapi biaya treatment menahan lead.
Differentiation	6,2	Hook cukup memorable, tetapi beauty clinic ads banyak yang mirip.
Risiko Komentar Negatif	6,6	Cukup tinggi jika tone terasa judgemental.
Clarity Score	6,5	Hook jelas, tetapi offer dan proses treatment harus diperjelas.
Launch Readiness	6,1	Layak diuji terkontrol, belum layak scale besar.

FINAL VERDICT

MENARIK UNTUK LEAD TEST, BELUM KUAT UNTUK SCALE

Keputusan Owner: TEST KECIL DENGAN TONE YANG DIPERBAIKI - JANGAN SCALE DULU

Kesimpulan Tegas: Perhatian bukan berarti lead berkualitas.

Lunara boleh test kecil. Lunara belum boleh scale besar.

// 17 Appendix Bukti Ringkas

- Apa yang diuji: konsep iklan beauty clinic “Wajah Capek Bukan Takdir” dengan CTA WhatsApp untuk konsultasi skin check.
- Siapa yang disimulasikan: 10.000 persona virtual dalam 10 kategori audience beauty clinic.
- Bagaimana kategori dipilih: berdasarkan target market, hook, offer, channel, trust risk, price risk, WhatsApp risk, dan risiko komentar negatif.
- Bagaimana angka dibentuk: persona diklasifikasikan berdasarkan need relevance, offer clarity, price acceptance, trust strength, proof dependency, action friction, timing urgency, objection intensity, dan backlash tendency.
- Kenapa 600 disebut Intent Konsultasi Terkuat: mereka menunjukkan sinyal paling dekat ke chat / booking konsultasi setelah bukti, harga, dan proses dijelaskan dengan jelas.
- Batasan: belum ada data iklan nyata, kredensial klinik nyata, harga nyata, kualitas handling WhatsApp nyata, atau data review nyata.

Snapshot Akhir	Total
Intent Konsultasi Terkuat	600
Minat lead kuat	900
Minat tanya	2.200
Butuh Bukti / Ragu	2.300
Bingung / Netral	1.400
Tidak Cocok / Menolak	1.600
Risiko Komentar Negatif	1.000
TOTAL	10.000

// 18 Appendix / Disclaimer

- Disclaimer persona sintetis: laporan ini dibuat berdasarkan simulasi persona pasar virtual. Persona ini bukan lead asli, bukan responden survei nyata, dan bukan data performa iklan nyata.
- Disclaimer putaran stabilitas: putaran simulasi ini bukan market test nyata, bukan survei, dan bukan prediksi pasti.
- Disclaimer tanpa prediksi: laporan ini tidak memprediksi jumlah lead, booking konsultasi, revenue, ROAS, atau konversi aktual secara pasti.
- Disclaimer medis / beauty: laporan ini bukan nasihat medis, bukan rekomendasi treatment, dan bukan klaim hasil treatment. Beauty clinic wajib memastikan semua klaim sesuai regulasi, etika, dan standar profesional yang berlaku.
- Disclaimer tanpa jaminan hasil: tidak boleh ada klaim hasil pasti. Kondisi kulit setiap orang berbeda.
- Panduan Test Awal disclaimer: bagian ini adalah arah awal terbatas untuk test terkontrol. Ini bukan paket creative agency penuh, bukan produksi iklan final, bukan media buying plan, bukan training admin, bukan SOP WhatsApp lengkap, dan bukan jaminan konversi.
- Disclaimer konversi wajib: angka ini adalah klasifikasi minat dalam simulasi persona virtual, bukan jumlah lead nyata, bukan estimasi booking aktual, dan bukan jaminan konversi.
- Disclaimer intent wajib: Ini adalah klasifikasi intent dalam simulasi persona virtual, bukan prediksi booking aktual.

END OF REPORT