Meta Business Avançat · Sessió 1 · dilluns 16 de novembre

Pràctica guiada 1

Pla, mapa de públics i muntatge en esborrany

Durada a classe: 55 minuts en tres parts (1A, 1B i 1C)
Cas guiat: Precinct 2099 · Pots fer-la amb el teu negoci si ho prefereixes
Material de suport: Manual de l'alumne, capítols 1, 2, 3 i 7
Connexió amb l'avaluació: base de l'AC1 i de l'AC2

Abans de començar

Aquesta pràctica segueix el mateix ordre que el muntatge real del curs: primer es decideix el pla, després els públics i, al final, es munta tot a l'Administrador d'anuncis. Cada part acaba amb una fitxa que fas servir a la part següent.

Resultats d'aprenentatge

- Convertir un objectiu de negoci en un objectiu de campanya amb xifra, data i cost màxim acceptable.
- Definir públics per temperatura amb les seves exclusions, mercats i idiomes.
- Muntar una campanya en esborrany canviant els valors per defecte que no convenen.

Necessites	Detall
Compte de Meta	Accés a l'Administrador d'anuncis d'un portfolio comercial. Si no en tens, segueix la demostració i omple les fitxes
Peces	Les quatre targetes del carrusel de Precinct 2099 (Campus › Recursos) o imatges del teu negoci
Enllaç	https://store.steampowered.com/app/5045000/Precinct_2099/ o la URL del teu producte

> **Tot en esborrany.** Res d'aquesta pràctica es publica ni s'activa. Si el teu compte demana mètode de pagament, verificació o acceptar condicions, ho decideixes tu fora de la classe.

> **Dades personals fora.** No enganxis correus, telèfons ni dades de clients en cap xat d'IA ni en aquesta fitxa. Si treballes amb el teu negoci, fes servir xifres agregades.

Part 1A · El pla de campanya (15 min)

Pas a pas

1. Escriu l'**objectiu de negoci** amb una xifra i una data. Exemple del cas: «Sumar 400 llistes de desitjos de Precinct 2099 abans del 30 de novembre».
2. Tria el **moment del llançament** (abans, setmana de llançament o després) i l'objectiu de campanya que li correspon (manual, capítol 2).
3. Decideix la **ruta del clic**: A, directe a Steam amb objectiu Trànsit; o B, a través de la web amb Píxel. Justifica-ho en una frase.
4. Reparteix el **pressupost de prova**: 10 € totals, dates d'inici i fi, mercats i límit de despesa del compte.
5. Calcula el **cost màxim** que acceptaràs per resultat. Per a Precinct: 4,62 € nets per venda i entre 1 i 2 $ per llista de desitjos com a referència.

> **Exemple resolt (muntatge real).** Objectiu de campanya Trànsit · ruta A · pressupost total de 10 € · del 18/11 a les 18:00 al 22/11 a les 23:59 · Regne Unit i Estats Units en anglès · límit de despesa del compte de 20 € amb restabliment manual · cost màxim per llista: 3 $.

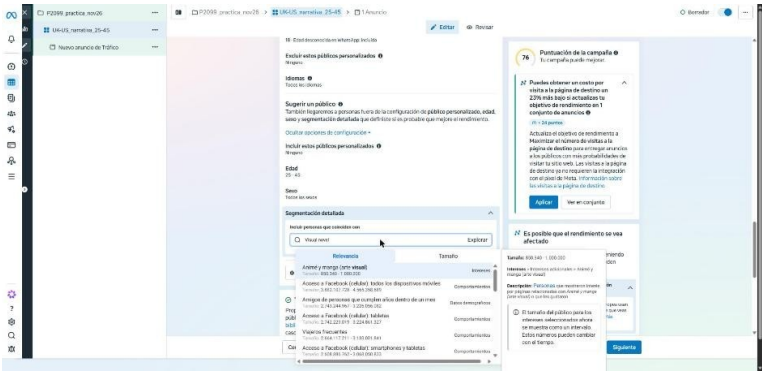
Fitxa 1A · Pla

Producte o negoci	
Objectiu de negoci (xifra i data)	
Moment i objectiu de campanya	
Ruta del clic i per què	
Pressupost total i dates	
Mercats i idiomes	
Límit de despesa del compte	
Cost màxim per resultat	

Part 1B · El mapa de públics (10 min)

Pas a pas

1. Defineix un **públic fred**: tres interessos que existeixin de veritat a Meta. Comprova-ho al cercador del conjunt d'anuncis: «visual novel» no hi és, «Ficción detectivesca» sí.
2. Defineix un **públic de remàrqueting**: font (vídeo, web, pàgina) i finestra de dies.
3. Escriu l'**exclusió** de cada conjunt, per no pagar per qui ja ha fet el pas.
4. Assigna **mercat i idioma** a cada conjunt. Un conjunt per idioma, amb text i peça en el mateix idioma.
5. Escriu el **text principal** del primer anunci: comença dins l'escena, un detall concret, dades al final després de ——.



Muntatge real: «visual novel» no surt com a interès. Es trien els més propers.

Fitxa 1B · Públics

Conjunt	Temperatura	Públic (interessos o font)	Exclusió	Mercat i idioma
1	Fred			
2				
3	Remàrqueting			

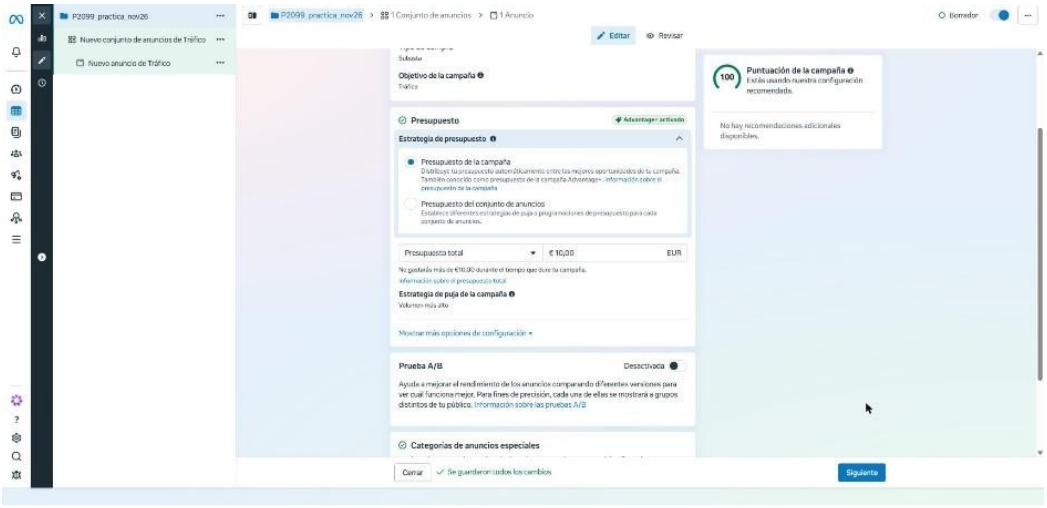
Text principal del primer anunci	
Crida a l'acció	

Part 1C · Muntatge en esborrany (30 min)

Primer ho veuràs a la demostració i després ho fas al teu compte. Les captures són del muntatge real i la interfície de Meta surt en castellà.

Campanya

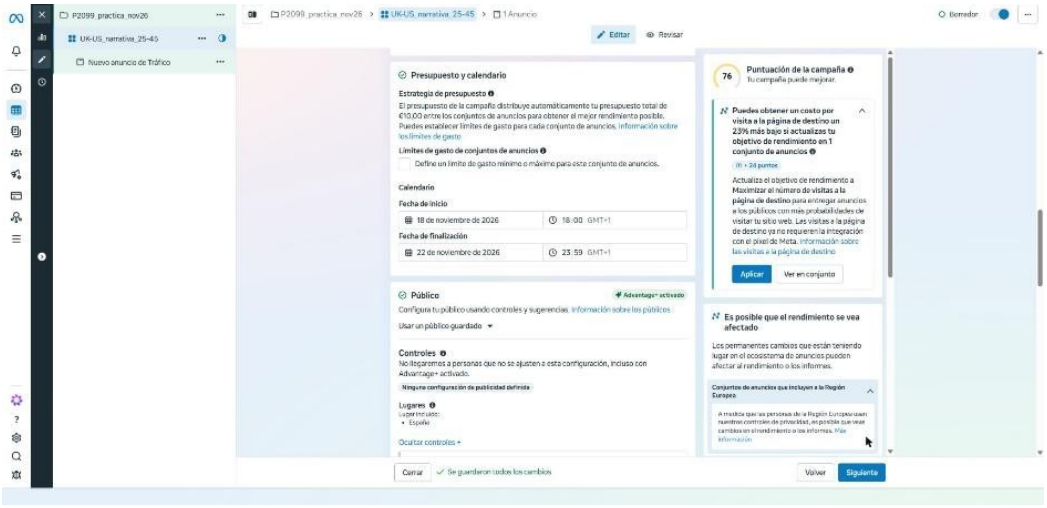
1. Administrador d'anuncis › «Crear». Objectiu «Tráfico» › «Campaña manual de tráfico».
2. Nom: la teva convenció. Exemple: P2099_practica_nov26.
3. Pressupost: canvia els 20 € diaris per **pressupost total**. Prova A/B desactivada i cap categoria especial.



Pressupost total de 10 €.

Conjunt d'anuncis

1. Ubicació de la conversió: de «Destinos de mensajes» a **«Sitio web»**.
2. Objectiu de rendiment: clics a l'enllaç o visites a la pàgina de destinació.
3. Calendari: les dates de la fitxa 1A. Les hores es canvien amb les fletxes del teclat. Si apareix l'error de pressupost mínim, escurça les dates.
4. Llocs i suggeriments de la fitxa 1B. Nom del conjunt: mercat_públic_edat.

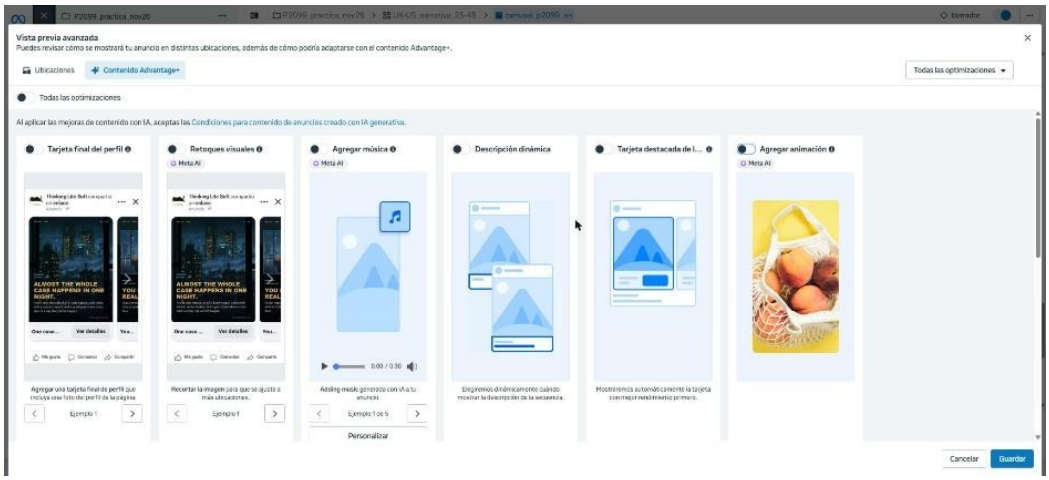


Calendari curt per a una prova de 10 €.

> **Compte amb la tecla Esc.** Tanca l'editor i pregunta si vols publicar els esborranys. Respon «Cerrar».

Anunci

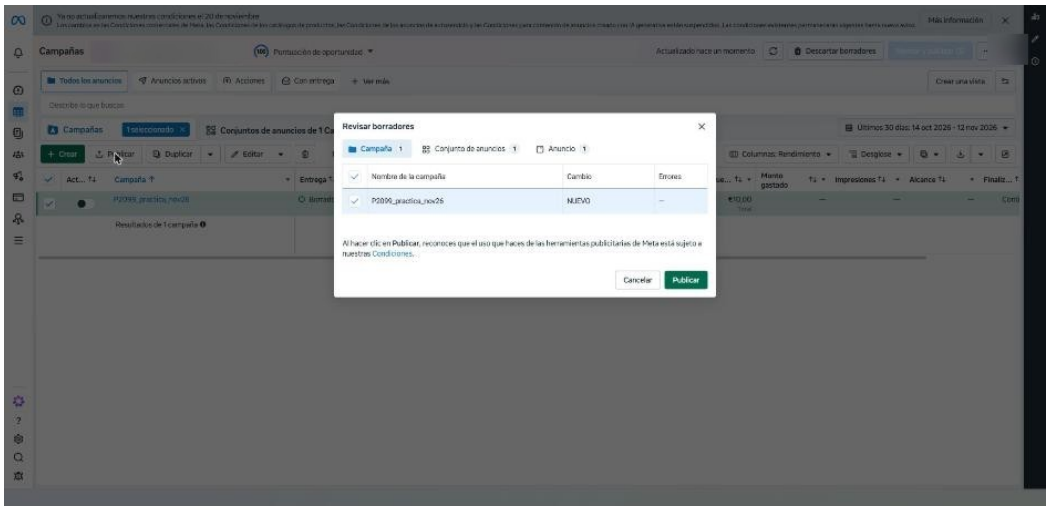
1. Identitat: la teva pàgina de Facebook.
2. Format: **seqüència** (carrusel) i «Anuncios multianunciante» desmarcat.
3. Selecciona les quatre targetes en ordre. L'ordre de selecció és l'ordre del carrusel.
4. «Revisar opciones predeterminadas»: apaga una per una les millores de contingut Advantage+.
5. Text principal i crida a l'acció «Más información».
6. URL de destinació i UTM a «Seguimiento › Parámetros de URL».



Millores Advantage+ apagades.

Revisió

1. Pestanya «Revisar»: comprova camp per camp contra les fitxes 1A i 1B.
2. Deixa la campanya **desactivada** (interruptor en gris).
3. Fes una captura de la pestanya «Revisar» per a l'AC1.



En seleccionar la campanya, «Publicar» ocupa el lloc de «Duplicar». No el premis.

Fitxa 1C · Comprovació

Camp	Valor per defecte de Meta	Valor que has deixat	Fet
Pressupost	20 € diaris		☐
Calendari	30 dies		☐
Ubicació de la conversió	Destinos de mensajes		☐
Llocs	País del compte		☐
Anuncis multianunciant	Marcat		☐
Millores Advantage+	Vuit activades		☐
UTM	—		☐
Estat de la campanya	—	Desactivada	☐