Sessió 1 · dilluns 16 de novembre · 9:30–11:30

Meta Business Avançat

Planificar, segmentar i muntar en esborrany una campanya de llançament

Formador: Dani M. Casas · danimcasas.com

El cas: un joc de detectius a Steam

- Precinct 2099: novel·la visual noir a NeoTokio, any 2099
- Estudi de dues persones a Barcelona
- Llançament al desembre a Steam, 7,99 €
- Castellà, català, anglès i japonès
- El fem pas a pas a classe; Home Before Dusk és la pràctica autònoma



Què fa diferent vendre a Steam

La compra és a Steam

El Píxel no hi entra. Meta no veu llistes de desitjos ni vendes

Steam mesura per UTM

UTM Analytics mostra visites, llistes i compres de cada enllaç

Preu baix

Uns 4,62 € nets per venda a Espanya. El cost per llista mana abans del llançament

Com aprofitarem les dues hores

1. **9:30 · Cas i objectius** on som i què muntarem
2. **9:45 · Planificació** objectiu, estructura i pressupost · Pràctica 1A
3. **10:20 · Públics i peces** temperatures, exclusions, textos · Pràctica 1B
4. **10:50 · Muntatge real en esborrany** demostració i Pràctica 1C
5. **11:20 · Tancament** AC1 i AC2 al Campus

1

Planificació

De l'objectiu de negoci a l'objectiu de campanya, i quant pots pagar per cada resultat

Tres moments, tres objectius

Moment	Objectiu de negoci	Objectiu de campanya	Mètrica de control
Abans del llançament	Llistes de desitjos	Trànsit a Steam amb UTM	Cost per llista
Setmana de llançament	Vendes i ressenyes	Trànsit + remàrqueting del tràiler	Cost per venda
Després	Comunitat	Interacció amb el making-of	Cost per ThruPlay

Objectiu escrit amb xifra i data: «400 llistes de desitjos abans del 30 de novembre».

El que necessita l'algoritme

50

esdeveniments d'optimització en 7 dies per conjunt

1–2 $

cost per llista de desitjos sa

4,62 €

ingrés net per venda a Espanya

Amb pressupost petit, pocs conjunts i ben alimentats. Per sobre de 3 $ per llista, s'atura i es revisa la peça o el públic.

Dues rutes per al clic

Ruta A · directe a Steam

- Objectiu Trànsit, clics a l'enllaç
- Simple i amb poca fricció
- Meta no rep cap senyal després del clic

Ruta B · a través de la web

- Objectiu Vendes optimitzant ClicSteam
- Meta aprèn qui arriba a Steam
- Un pas més per a l'usuari

Es comença per la ruta A amb poc pressupost i la ruta B es prova com a A/B quan hi ha volum.

Pràctica 1A · El pla de campanya

Omplir la fitxa de pla de la Pràctica guiada 1 per a Precinct 2099

15 min

1. Escriu l'objectiu de negoci amb xifra i data
2. Tria l'objectiu de campanya i la ruta (A o B) i justifica-ho en una frase
3. Reparteix 10 € de prova: dates, mercats i límit de despesa del compte
4. Calcula el cost màxim per llista que acceptaràs

Resultat: fitxa de pla completa, que és la base de l'AC1.

2

Segmentació i peces

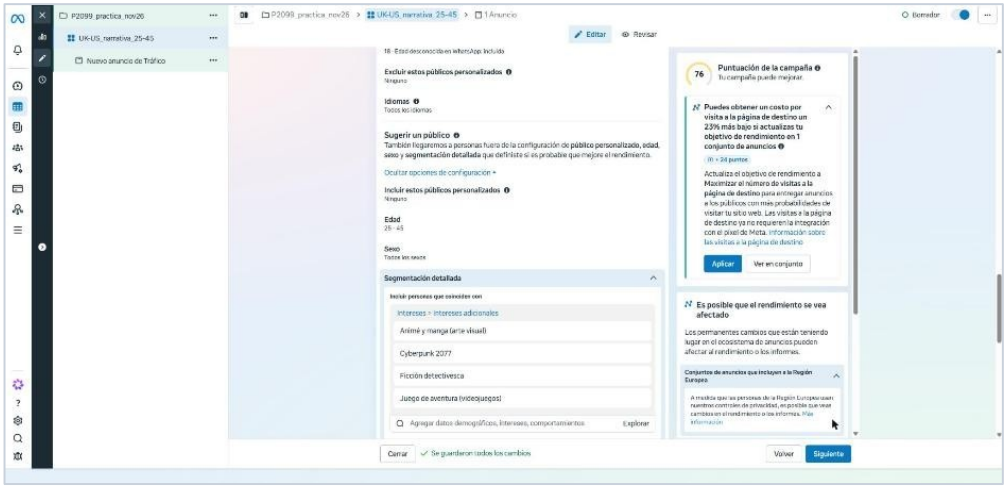
Públics per temperatura, exclusions, mercats i textos amb veu pròpia

Tres temperatures de públic

Temperatura	Públic	Exclusió
Fred	Narrativa, novel·la visual, cyberpunk i anime	Ja han interactuat en 365 dies
Fred ampliat	Similar 1 % de la comunitat	Seguidors actuals
Temperat	Van veure el 50 % del tràiler en 30 dies	Ja han fet ClicSteam
Calent	Van visitar la web del joc en 30 dies	ClicSteam en 7 dies

Controls i suggeriments

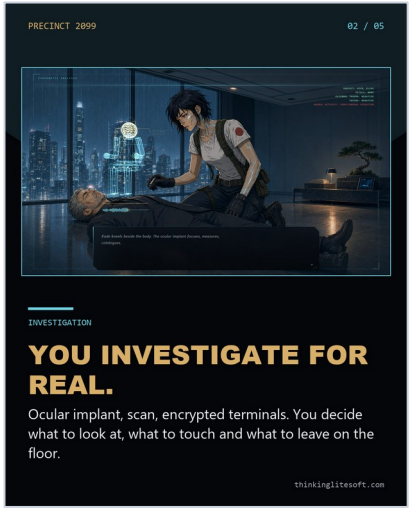
- Controls: llocs, edat mínima, exclusions i idiomes. Meta no en surt
- Suggeriments: edat, gènere i interessos. Meta en pot sortir
- «visual novel» no existeix com a interès: es trien els més propers

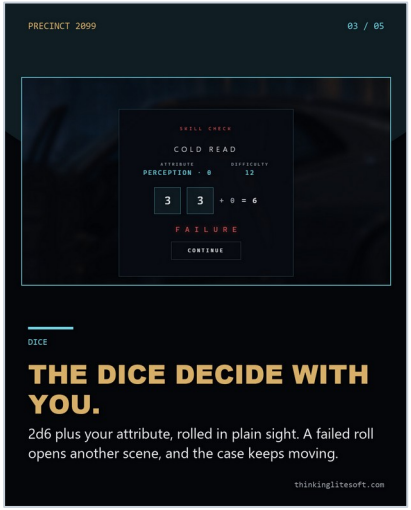


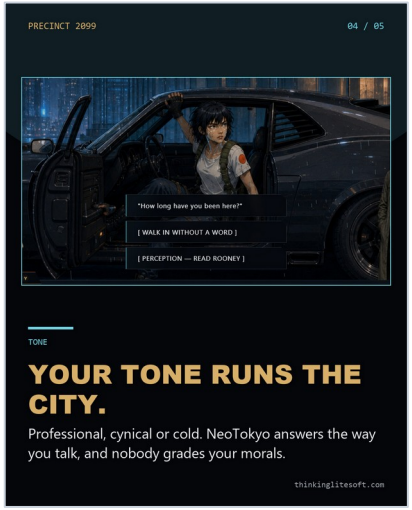
Muntatge real: edat 25–45 i quatre interessos propers.

Peces: el carrusel en quatre idees









Nit, investigació, daus, to. Format 4:5 per al feed. Cada targeta diu una sola cosa i l'ordre de selecció és l'ordre del carrusel.

Textos amb la veu de l'estudi

Es fa

- Començar dins l'escena
- Un detall concret abans que un adjectiu
- Dades al final, després de ———

S'evita

- Superlatius i exclamacions
- Comptes enrere i urgència fabricada
- Frases que servirien per a un altre joc

Pràctica 1B · El mapa de públics

Completar el mapa de públics de la Pràctica guiada 1

10 min

1. Un públic fred amb tres interessos que existeixin a Meta
2. Un públic de remàrqueting amb finestra de dies
3. L'exclusió de cada conjunt
4. Mercat i idioma de cada conjunt

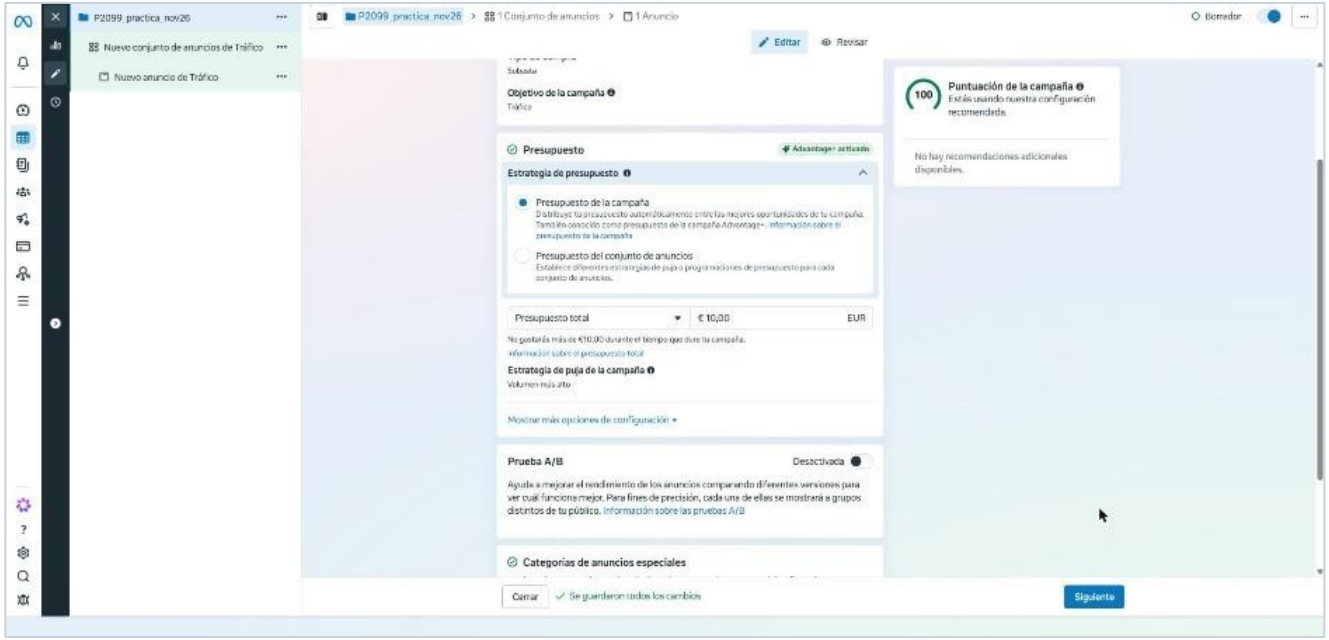
Resultat: mapa de públics, que és la base de l'AC2.

T

Muntatge real en esborrany

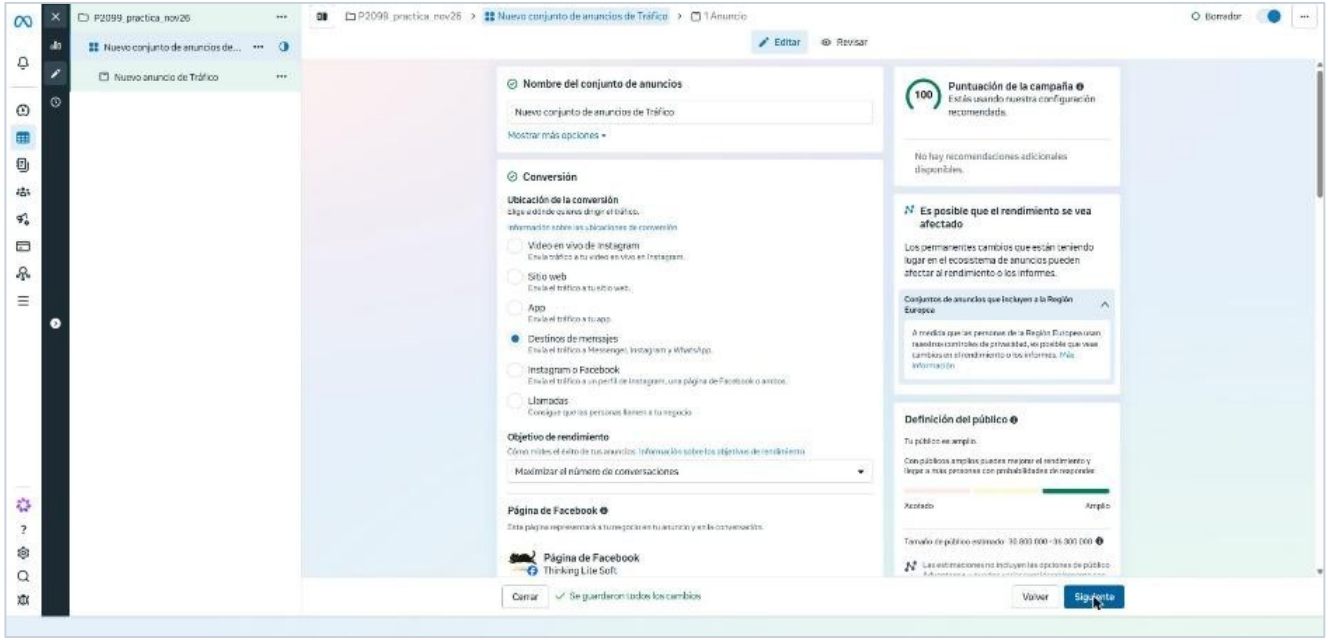
Campanya, conjunt i anunci de 10 €, desactivats, canviant el que Meta proposa per defecte

Objectiu Trànsit i pressupost total



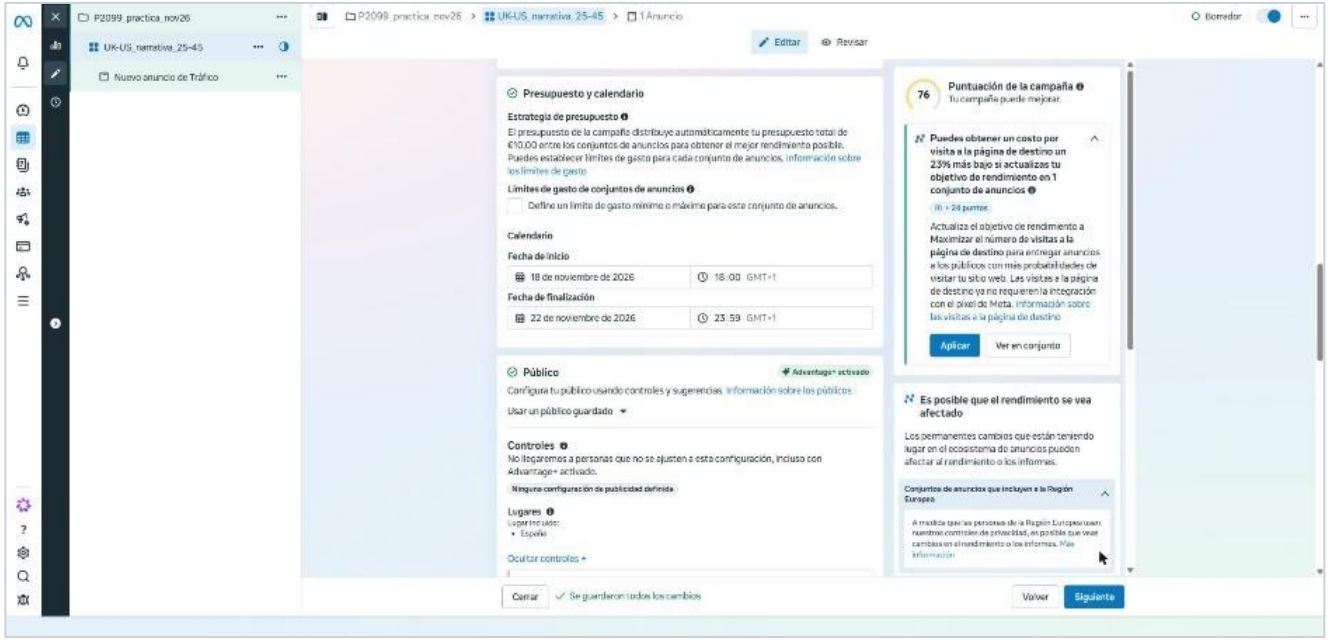
Meta proposa 20 € diaris. Es canvia a pressupost total de 10 € amb data de fi.

Destinació: lloc web



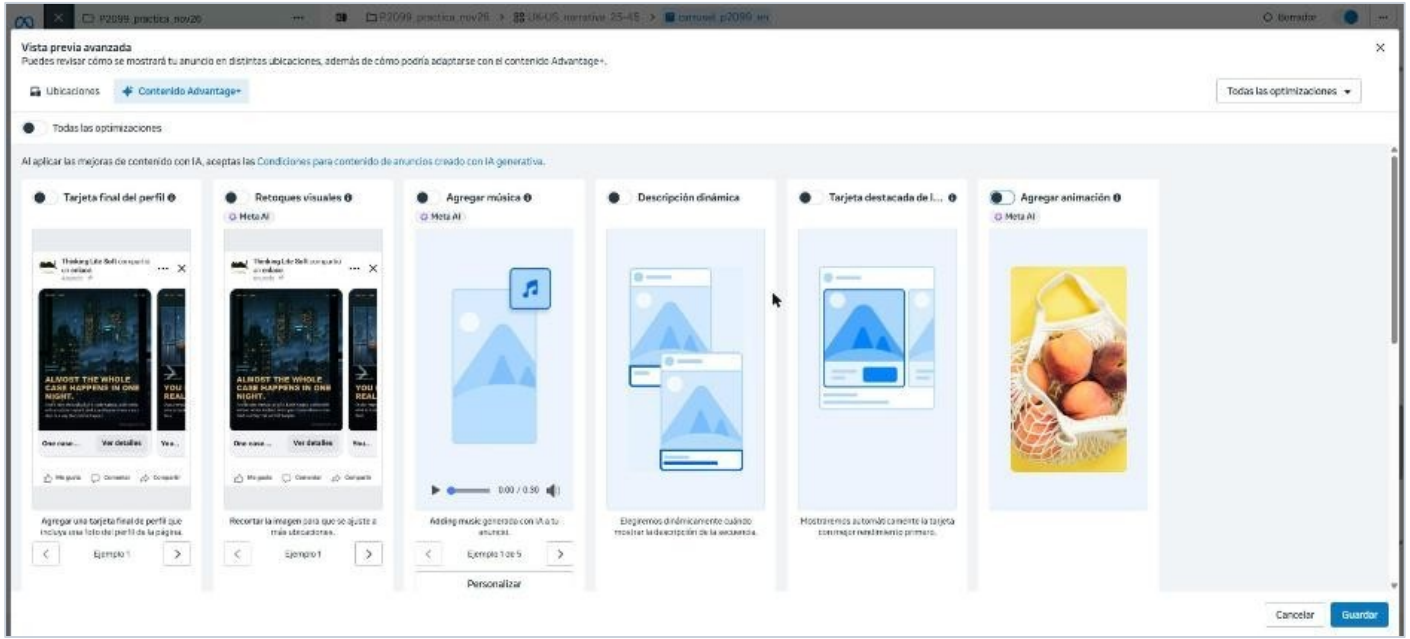
Per defecte surt «Destinos de mensajes». Es canvia a «Sitio web» per portar trànsit a Steam.

Calendari curt



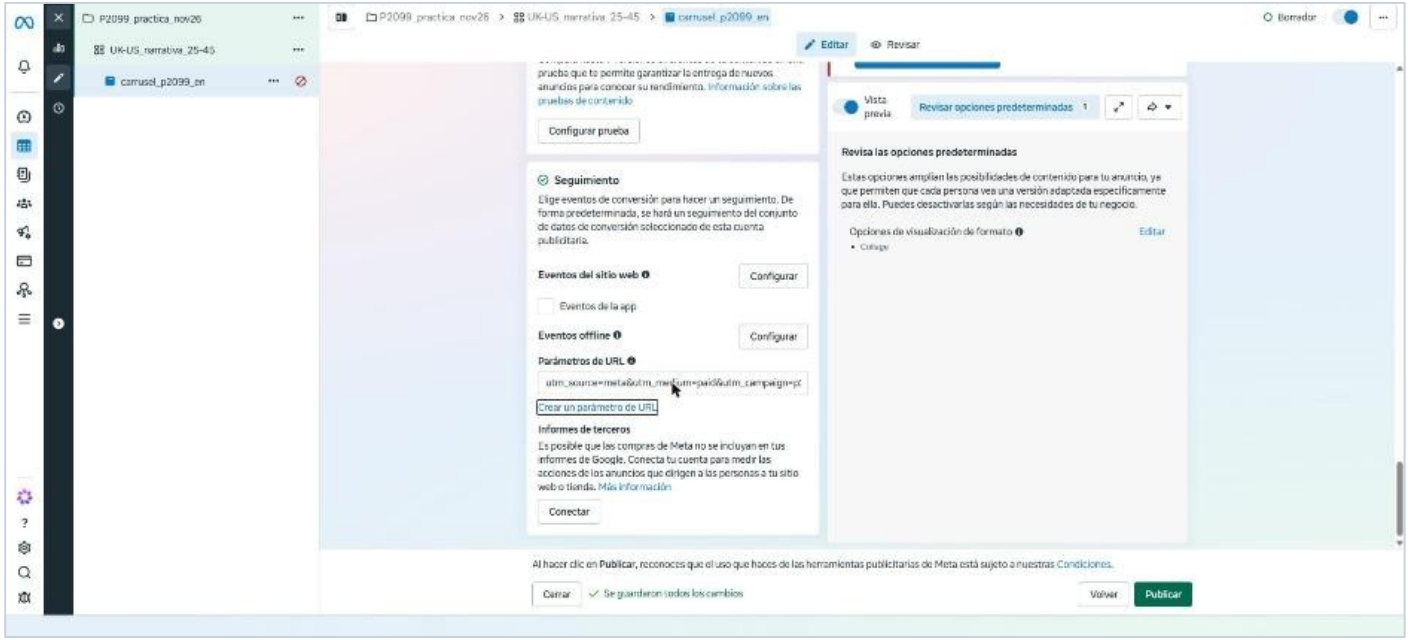
Del 18/11 a les 18:00 al 22/11 a les 23:59. Amb 30 dies, Meta exigeix més pressupost mínim.

Millores de contingut Advantage+



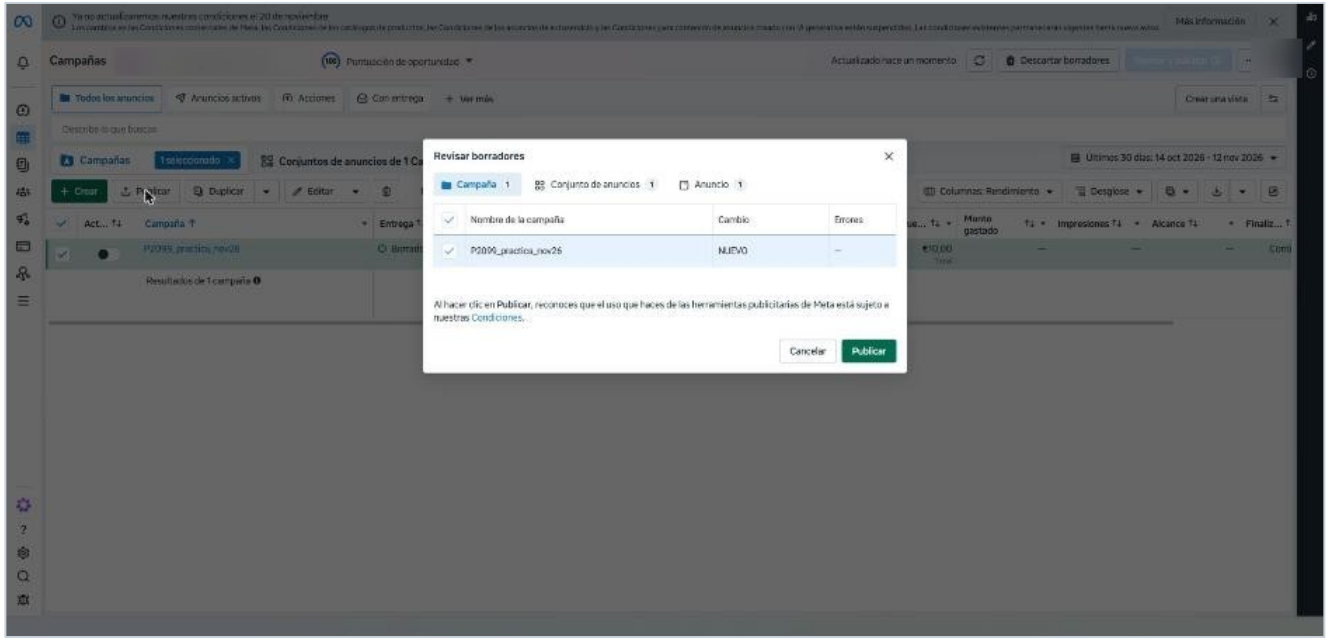
Vuit opcions activades per defecte. Es revisen una per una i s'apaguen.

UTM a l'apartat de seguiment



Els paràmetres van a «Seguimiento › Parámetros de URL» i s'apliquen a totes les targetes.

Compte amb el botó Publicar



En seleccionar una campanya, «Publicar» ocupa el lloc on hi havia «Duplicar».

Pràctica 1C · Muntatge en esborrany

Muntar la campanya de la teva fitxa, sense publicar

30 min

1. Campanya: objectiu, pressupost total i nom amb la convenció del curs
2. Conjunt: destinació, calendari, llocs i suggeriments
3. Anunci: format, peces, text, crida a l'acció i UTM
4. Revisa els valors per defecte de la taula del manual (capítol 7)
5. Deixa-ho tot desactivat i fes una captura de la pestanya «Revisar»

Resultat: campanya en esborrany i captura de revisió.

Per a dijous

AC1 · Pla de campanya

Objectiu, ruta, pressupost i llindars de Precinct 2099 o del teu negoci

AC2 · Mapa de públics

Públics, exclusions, mercats i dos textos d'anunci

Manual

Capítols 1 a 3 i 7, per repassar el que hem fet avui

Fins dijous

Gràcies

Dijous 19 de novembre, 9:30: Píxel, UTM, agents d'IA i lectura de resultats

Formador: Dani M. Casas · danimcasas.com