

Mil dos-cents seguidors i dotze vendes: separar les mètriques que afalaguen de les que servixen

Exercici numèric amb les dades d'un projecte d'aula: calcular taxes de conversió i cost per venda, classificar cada mètrica com a vanitat o accionable, i decidir amb números en què gastar els següents 60 €.

DURADA

45 min · 1 sessió

AGRUPAMENT

parelles

UNITAT 12

El projecte emprenedor: model de negoci, prototip, finançament i pitch

MATERIALS

- Fitxa amb el panell de mètriques del projecte
- Calculadora
- Plantilla de dues columnes: vanitat / accionable

ENCAIX CURRICULAR · **Sabers** Design Thinking y modelo de negocio (Business Model Canvas), Prototipado, producto mínimo viable y validación con personas reales, Presupuesto, precio, punto muerto y tamaño de mercado del proyecto, Fuentes de financiación de un proyecto, Marketing básico, elevator pitch, pitch deck y demo day · **Comp. específiques** CE6 · **Comp. clau** STEM, CD, CE

Plantejament

Tot projecte d'aula que obri un compte a xarxes acaba ensenyant el nombre de seguidors. És la dada que es mira, la que es celebra i la que quasi mai significa res.

La unitat distingix mètriques de vanitat de mètriques accionables. La definició operativa és esta i cap en una línia: **si el número puja i no saps què fer a continuació, és de vanitat**. Este exercici l'aplica sobre un panell complet, i acaba on ha d'acabar: decidint en què gastar els següents 60 €.

El panell del projecte

Un grup de 4t ESO ha llançat el seu projecte emprenedor: una funda de mòbil feta amb material reciclat, a **12 € la unitat**. Porten un mes i este és el panell:

MÈTRICA	VALOR
Seguidors a xarxes	1.200
«M'agrada» acumulats	3.450
Visites a la web	340
Formularis d'interés emplenats	51
Vendes tancades	12
Despesa en publicitat	60 €

Objectius didàctics

- Calcular taxes de conversió encadenades i comprovar que el seu producte dona la conversió total.

- Calcular el cost d'adquisició per venda i comparar-lo amb el preu del producte.
- Classificar mètriques com a de vanitat o accionables aplicant un criteri, no una intuïció.
- Localitzar el coll de botella d'un embut i decidir on invertir en conseqüència.

Preguntes de l'exercici

1. Quin percentatge de les visites deixa el seu **formulari**?
2. Quin percentatge dels formularis acaba en **venda**?
3. Quin percentatge del total de visites acaba comprant? Comprova que coincideix amb multiplicar les dues anteriors.
4. Quant els ha costat **cada venda** en publicitat? Quant els queda de cada funda abans de descomptar el que costa fabricar-la?
5. Quants **seguidors** calen, en este projecte, per cada venda? Et servix eixe número per a decidir alguna cosa?
6. Classifica les sis mètriques del panell en **vanitat** o **accionable**, aplicant el criteri de la unitat. Afig dues mètriques accionables que al grup li falta mesurar.
7. Els queden **60 € més**. En què els gastaries: a portar més visites, o a arreglar una altra cosa? Justifica-ho amb els números de les preguntes 1 i 2.
8. Calcula què passaria amb les vendes i amb el cost per venda si aconseguiren pujar la conversió de formulari a venda fins al 40 % **sense portar ni una visita més**.

Passos

1. **Lectura del panell (5 min)**. Abans de calcular, cada parella assenyalava quin número li sembla «el més important». S'anota i es recupera al final: quasi sempre és el de seguidors.
2. **L'embut (12 min)**. Preguntes 1 a 3. Dibuixar l'embut amb les tres xifres ajuda a veure on cau la gent.
3. **Els diners (8 min)**. Preguntes 4 i 5.
4. **La classificació (8 min)**. Pregunta 6, aplicant el criteri en veu alta per a cada mètrica.
5. **La decisió (10 min)**. Preguntes 7 i 8, que són l'objectiu real de la sessió.
6. **Tornada al principi (2 min)**. Recuperar el que cada parella havia assenyalat com «el número més important» en començar i comparar-ho amb el que dirien ara.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Taxes de conversió	Les tres ben calculades i encadenades	25 %
Cost per venda	El calcula i el compara amb el preu	20 %
Classificació	Aplica el criteri i proposa dues mètriques que falten	25 %
Decisió d'inversió	Identifica el coll de botella i el justifica amb números	30 %

Variants i extensions

- **Variant curta (20 min)**: preguntes 1 a 5 i classificació oral.
- **Variant amb el panell invertit**: donar un panell amb conversió de visita a formulari del 2 % i de formulari a venda del 60 %. Ara el coll de botella està al principi i la resposta correcta a la pregunta 7 s'invertix. És la millor comprovació que s'ha entés l'embut i no memoritzat la resposta.
- **Extensió amb el projecte propi (tot el curs)**. Muntar este mateix panell per al projecte del grup i revisar-lo cada dues setmanes. Les mètriques només ensenyen alguna cosa quan es miren repetides vegades.

- **Connexió amb el pitch de la unitat:** un pitch que ensenya seguidors en lloc de conversió sol ser un pitch sense dades. Usar este exercici com a filtre abans del Demo Day.

Solució orientativa

Per al professorat: passos de la resolució de l'exercici.

1. Pas 1: Conversió de visita a formulari. $51 / 340 \times 100 = **15 \%**$. De cada cent persones que entren a la web, quinze deixen les seues dades.
2. Pas 2: Conversió de formulari a venda. $12 / 51 \times 100 = **23,5 \%**$. De cada quatre persones interessades, una acaba comprant.
3. Pas 3: Conversió total, de visita a venda. $12 / 340 \times 100 = **3,5 \%**$. Es pot comprovar multiplicant les dues anteriors: $0,15 \times 0,235 = 0,035$.
4. Pas 4: Cost per venda. $60 \text{ € gastats en publicitat} / 12 \text{ vendes} = **5 \text{ € per venda}**$. Com que el producte es ven a 12 €, queden 7 € per venda abans de comptar el cost de fabricar-lo.
5. Pas 5: Seguidors per venda. $1.200 / 12 = **100 \text{ seguidors per cada venda}**$. Este número no servix per a decidir res: és la mètrica de vanitat del panell.
6. Pas 6: Classificació. ****Vanitat****: seguidors, «m'agrada», visites totals acumulades, impressions. ****Accionables****: les tres taxes de conversió, el cost per venda i el percentatge de compradors que repetixen. La prova és senzilla: si el número puja, saps què fer a continuació? Si no ho saps, és vanitat.
7. Pas 7: On gastar els 60 € següents. Amb una conversió de visita a formulari del 15 % però de formulari a venda del 23,5 %, el coll de botella està ****després**** del formulari: hi ha 39 persones interessades que no van comprar. Portar més visites amb més publicitat multiplicaria el mateix problema. L'eficient és gastar a arreglar eixe pas —preguntar a eixes 39 per què no van comprar, millorar la pàgina de preu, oferir una garantia— abans que a atraure més gent.
8. Pas 8: Comprovació. Si la conversió de formulari a venda pujara del 23,5 % al 40 % sense portar ni una visita més, les vendes passarien de 12 a $51 \times 0,40 \approx **20**$, i el cost per venda baixaria a $60 / 20 = **3 \text{ €}**$.