

Les 4P del teu projecte i un test de primera venda real

Cada equip definix el màrqueting operatiu (4P) del seu projecte, formula la seua proposta de valor en una frase i la posa a prova amb un experiment de venda de baix cost: una landing simple, un lloc, un cartell o un preorder. Després mesura el resultat amb un indicador senzill i decidix si la gent paga de veritat o només diu que li agrada.

DURADA

100 min · 2 sessions (amb un mini test de camp intermedi)

AGRUPAMENT

equips de projecte (3-4)

UNITAT 7

Màrqueting i validació

MATERIALS

- Plantilla de les 4P (Producte, Preu, Plaça, Promoció)
- Plantilla de proposta de valor en una frase
- Eina gratuïta per a muntar una landing simple, un formulari o un cartell (o cartolina i retoladors per a un lloc físic)
- Plantilla d'un indicador únic: visites/contactes enfront d'interessats que deixen dades o reserven
- Guió de protocol d'atenció al client i gestió d'una queixa

ENCAIX CURRICULAR · Sabers RA4 · Comp. específiques RA4 · Comp. clau CE, CD, STEM, CCL

Plantejament

Tindre un bon model de negoci no servix de res si ningú coneix el projecte, ningú vol comprar-lo o ningú repetix. Esta activitat trau el projecte al carrer. Primer l'equip ordena les seues decisions de **màrqueting operatiu** amb les **4P** (Producte, Preu, Plaça, Promoció), comprovant que són coherents entre si. Després fa el que de veritat importa: un **test de primera venda de baix cost**. La frase que guia tota la unitat és del *lean startup*: **no preguntes si la teua idea agrada, comprova si algú paga per ella**.

El test no necessita producte acabat ni diners. Val una landing amb un botó de «reservar», un lloc al pati amb un cartell i un full de reserves, o un *preorder* anunciat en xarxes. El que es mesura no és opinió, sinó **acció**: quanta gent fa un pas real (deixa el seu email, reserva, paga una senyal). Eixa senyal distingix l'interés cortés de l'interés que val diners.

Objectius didàctics

- Dissenyar les 4P del màrqueting operatiu d'un projecte concret, coherents entre si.
- Formular una proposta de valor clara i provar-la amb clients reals.
- Muntar un experiment de venda de baix cost i mesurar el seu resultat amb un indicador senzill.
- Aplicar un protocol bàsic d'atenció al client i gestió de queixes.

Passos

Sessió 1 — 4P, proposta de valor i disseny del test (50 min)

- 1. Les 4P del projecte (25 min).** L'equip definix Producte (què rep el client a més del producte), Preu (amb una lògica, no un número a l'atzar), Plaça (per quin canal arriba) i Promoció (quin missatge i on). Comprovació de coherència: un preu premium demana un canal i un missatge premium.

2. **Proposta de valor en una frase (10 min).** Una sola frase que un desconegut entenga en cinc segons.
3. **Disseny de l'experiment de venda (15 min).** L'equip decidix el seu test de baix cost i, sobretot, **què mesurarà**: l'indicador únic que dirà si funciona (per exemple, «de cada 20 persones que veuen el cartell, quantes deixen el seu contacte»).

Mini test de camp (intermedi, fora de l'aula)

L'equip llança el seu experiment durant uns dies: landing publicada, lloc muntat, *preorder* anunciat. Registra els números reals.

Sessió 2 — Resultats, atenció al client i decisió (50 min)

1. **Lectura de resultats (15 min).** Cada equip calcula el seu indicador i l'interpreta amb honestedat: la gent va actuar o només va donar «m'agrada»?
2. **Role-play d'atenció al client (20 min).** Per parelles dins de l'equip, se simula atendre un client interessat i gestionar una queixa amb el protocol. Canvi de rols.
3. **Decisió i pas següent (10 min).** Amb les dades a la mà: seguir, ajustar el preu o el missatge, o pivotar. Decisió basada en l'indicador, no en la il·lusió.
4. **Posada en comú (5 min).** Quin experiment va donar la senyal més clara i per què.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Coherència de les 4P	Les quatre decisions encaixen entre si i amb la proposta de valor	25 %
Claredat de la proposta de valor	Una frase comprensible en cinc segons	15 %
Qualitat del test de venda	Experiment barat, ben dissenyat, amb indicador definit per endavant	30 %
Lectura honesta de les dades	L'equip interpreta l'indicador sense autoengany	20 %
Atenció al client	Aplica el protocol i gestiona la queixa amb correcció	10 %

Variants i extensions

- **Variant fum (smoke test).** Una landing que anuncia el producte abans d'existir i mesura quants premen «comprar» (que porta a «molt prompte»). És la forma més barata de validar demanda.
- **Variant mercadet del centre.** Si el centre organitza una fira o jornada, els equips muntan un lloc real i la primera venda deixa de ser simulació.
- **Connexió amb la Unitat 8.** Qui descobreixca que el seu projecte resol un problema social pot reorientar-lo cap a l'emprenedoria social de la unitat següent.