Plantilla Business model canvas:

<https://en.wikipedia.org/wiki/File:Business_Model_Canvas.png> ->

Cover Pages:

[MI Covers - A4 - Canva](https://www.canva.com/design/DAGgBoFMRzo/qTAaHlllDfOHcynzaMpJmw/edit)

Bloc 1:

[Your paragraph text - Presentation - Canva](https://www.canva.com/design/DAGgAtEPRBI/G2OOSmKVqJ2JUOEgNrTdAA/edit)

Repartimiento de puntos :

Gerard 1, 2

Eric 5,6

Dimas 11,12,13

Guillem 4,7,8

Rozhina 3, 9,10

Bloc 2:

<https://www.canva.com/design/DAGg8Werlbw/rz6VPHsl6s9RR1TmgmGfsQ/edit?utm_content=DAGg8Werlbw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton>

Repartimiento de puntos:

1- Rozhina

2- Guillem

3.1.1 - Dimas

3.1.2 - Eric

4.2.1.1 - Relació de continguts i funcionalitats necessàries - \*Guillem\*

4.2.1.2 - Clasificació de la informació - \*Guillem\*

4.2.1.3 - Llista de pàgines - \*Godett\*

4.2.2 - Esquema de navegació - \*Godett\*

4.2.2.1 - Embuts de conversió - \*Rozhina\*

4.2.3 - Wireframes - \*Èric\*

4.2.4 - Prototip Hi-Fi - \*Èric\*

5.1 - Creació del lloc web - \*Godett\*

7 - KPI - \*Dimas\*

Web - Godet

Bloque 4:

<https://www.canva.com/design/DAGkmuGksP0/_U28WrfH3xm8oxDQfVH6MA/edit?utm_content=DAGkmuGksP0&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton>

Repartimiento de puntos:

1. Objectius tàctics d'atracció per mesos i distribuïts per fonts i/o campanyesb - \*Rozhina\*

2.1.Calendari d'activitats i campanyes SEO, PPC i altres fonts d'atracció - \*Rozhina\*

2.2.Pressupost (només SEO i Google Ads) - \*Rozhina\*

3.1.Grup de cerques - \*Dimas\*

3.2.Investigació de paraules clau - \*Dimas\*

3.3.Tàctica d'ús de Kws per a SEO i per a Google Ads - \*Dimas\*

4.1.Anàlisi de la competència - \*Èric\*

4.2.Anàlisi per a millora de la pròpia web (usant un lloc de la competència com

a propi) - \*Eric\*

4.3.Llista pròpia de factors d'optimització a treballar - \*Eric\*

4.4.Mostrar aplicació de factors d'optimització visibles - \*Gerard\*

4.5.Altres activitats d'optimització no reflectides en el punt anterior - \*Gerard\*

5.1.Llista de campanyes a realitzar i descripció de cadascuna - \*Guillem\*

5.2.Disseny i implementació amb Google Ads d'1 campanya - \*Guillem\*

6. KPIs d’analítica d’atracció de trànsit - \*Gerard\*

Bloque 5:

<https://www.canva.com/design/DAGmSaPyUlA/zTo5Ksks5iEFQbT46etQgA/edit?utm_content=DAGmSaPyUlA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton>

Repartimiento de puntos:

1- Táctica d'utilització de l'email mktg - Rozhina

2- Adquisició i construcció de BBDD - Dimas

3- Per a una campanya a BBDD propia (fidelització),

construcció del missatge - Guillem

4- Enviament - Èric

5 - KPI's d'analítica de seguiment de les campanyes d'email - Godett

Bloque 6:

[Presentation 1.pptx](https://1drv.ms/p/c/2d0f16e08d255595/Eev4n2TxeMREuviV3GymnHkBOxjGKvtya-XEIZiEhsWEkg?e=SsHgho)

<https://www.canva.com/design/DAGn4nVUwIs/oWp47OYFWCgRck6HciuGqg/edit>