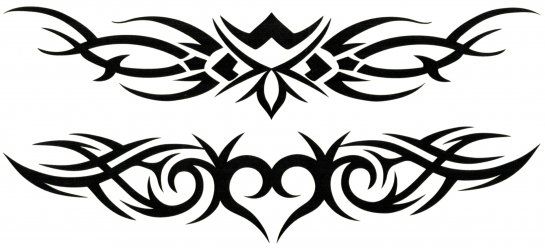
**CLIENT REQUIEREMENTS**



**Índice**

1. Descripción y requisitos del proyecto
   1. Requisitos del cliente
   2. Logotipo
   3. Objetivos
   4. Investigación
   5. Creación de una persona

**1. DESCRIPCIÓN Y REQUISITOS DEL PROYECTO**

Nuestro nuevo cliente nos solicita la creación de una página web sobre su empresa de telefonía. Nunca ha tenido una página web que refleje su negocio físico.

Se requiere la creación de una página web como una herramienta fundamental para lograr una presencia sólida en el mercado digital. Esta plataforma tiene como objetivo principal darse a conocer a un público amplio y brindar información detallada sobre sus servicios y tarifas, lo que facilitará a los clientes tomar decisiones informadas.

Además, la página web deberá servir como un canal de comunicación directa a través del correo electrónico y por número teléfono, fomentando una relación cercana con los clientes. Asimismo, utilizaremos la comparación con la competencia ya que el negocio de la telefonía es muy competitivo. Es por ello que esta nueva web se convertirá en una ventaja estratégica al mostrar las ventajas de nuestro cliente sobre los demás operadores y destacar así su propuesta de valor en un mercado altamente competitivo.

**REQUISITOS DEL CLIENTE**

La empresa del cliente es una de telefonía que vende tarifas móviles, fibras, fijos y alarmas.

Los objetivos que se buscan con esta página web son:

* Dar a conocer el negocio de una manera cercana pero profesional, para ello se nos ha solicitado un espacio en la página donde se puedan encontrar los comerciales de la empresa telefónica, con sus respectivos números de teléfono y direcciones de correo.
* Ventajas que ofrece nuestro cliente sobre las demás operadoras.
* Un apartado donde se muestren las tarifas que vienen acompañadas de un terminal telefónico gratis, junto con sus especificaciones.
* Un espacio donde se muestren sus tarifas individuales junto a sus precios con descuento (si son existentes)
* Otro espacio similar donde se muestren los paquetes dirigidos a empresas y pymes
* Donde se pueden encontrar sus sedes y oficinas para que en caso de que suceda algún problema, sus clientes puedan consultar ayuda en las oficinas de la empresa.

Como añadido adicional en la página web, incorporaremos un apartado en el que las personas que entren a la página, puedan dejar sus datos de correo electrónico y teléfono para que nuestro cliente pueda contactar con ellos en caso de estar interesados.

El cliente requiere de su página web que sea fluida y presente un diseño que capte la atención del espectador. No debe ser confusa a la hora de navegar por ella y la información debe mostrarse sutil pero contrastada con el fondo para que la primera reacción del ojo humano sea centrarse en ella. Para facilitar la lectura a los visitantes de la página pensamos incorporar un pequeño menú lateral que contenga un icono desplegable con el que una vez desplegado se puedan ajustar variables como el tamaño del texto o ajustar los contrastes de los colores de fondo.

Se nos ha especificado que su competencia se encuentra por todas partes y que es muy importante que en la página web exista un apartado en el que los lectores puedan ubicar las tiendas, sedes u oficinas que nuestro cliente posee.

**LOGOTIPO**

Se nos ha encomendado un logotipo personalizado para la página web ya que el cliente persigue el objetivo de innovar y mostrar progreso a través del minimalismo, es preciso usar un logotipo nuevo que deberá ser una versión minimalista del logotipo existente de su empresa.

**OBJETIVOS**

El cliente espera recibir una media de 1400 visitas al mes y obtener un mínimo de 20 reseñas mensuales, con el objetivo de hacerse más visibles y mostrar sus productos frente a la competencia. Esto conllevará a un aumento mínimo del 8% en las ventas totales de todos los productos. (no solo con líneas telefónicas, también con los otros servicios en venta).

Un ejemplo sobre el tipo de clientela a la que se desea que esté enfocada la página web son personas que se encuentren en un rango de edad de entre 20 – 70 años a las que se les esté por terminar la permanencia de un contrato con la competencia, que busquen operadoras para su nuevo negocio y/o personas que puedan mejorar sus facturas comparando precios.

No hay un público más concreto ya que en el intervalo de edad de los 20 a los 70 años se encuentran las personas que contratan tarifas telefónicas. Por debajo de los 20 años a los adolescentes se las compran sus padres y por encima de los 70 años encontramos cada vez más a personas que no han podido seguir a la par con el avance tecnológico y que pueden no saber lo que significa la palabra de fibra óptica. Obviamente disponen de ella, pero se las agencian sus hijos o nietos que se encuentran en el intervalo de edad predispuesto anteriormente.

**INVESTIGACIÓN**

Investigando páginas web de las marcas líder dentro de la competencia, he encontrado algunos elementos que podrían o no implementarse en la página web:

En **https://www.yoigo.com/**

La mezcla de colores rosáceos y purpúreos con el fondo blanco que proyectan de alguna manera el progreso y futuro me han llamado la atención. Nuestro cliente nos ha proporcionado una paleta de colores similar, obtendré la paleta de colores de la página web del resultado de analizar los colores de esta página web y la paleta que nos ha proporcionado nuestro cliente.



\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

En **https://www.pepephone.com/adsl-fibra-movil?utm\_id=NDLyBl2076PP&gclid=CjwKCAjw4P6oBhBsEiwAKYVkq8b\_2ZyDpgEIyXmJp14peILyuUPGOLERqL9m\_iJGEXhNKH29d3TjSRoCds0QAvD\_BwE**

La idea de plantear preguntas retóricas con una breve explicación es bastante interesante. En mi página web podría incluir cajas o secciones que contrasten del fondo en las que realice preguntas como ¿Por qué elegir nuestros servicios? ¿Quiénes somos? o explicando alguna función.



**CREACIÓN DE UNA PERSONA**

Una persona típica que contrata los servicios de nuestro cliente:

Un empresario de entre 30-50 años, con una empresa dedicada a ventas que alberga no más de 20 empleados y quiere contratar una tarifa de centralita para que sus oficinas tengan fibra.

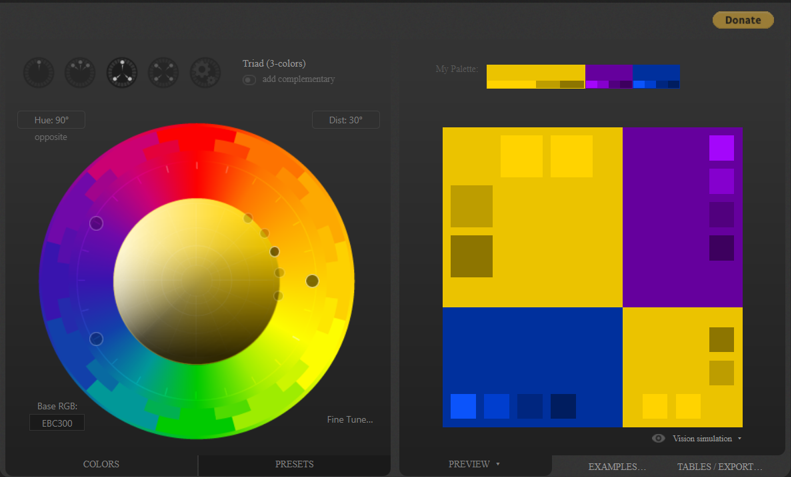
Un autónomo de entre 25-34 años, que necesita de fibra y un teléfono fijo en su oficina.

**2.-**

**COLORES**

En cuanto a los colores, el cliente ha dejado dos opciones que difieren bastante entre sí:





1. Con la primera paleta de colores se pretende trasmitir fluidez e inspirar calma

2. Con la segunda paleta de colores se pretende imbuir dinamismo al darle un estilo eléctrico.

Con el objetivo de imbuir seguridad, progreso y darle un sentido ‘futurista’ se va a usar la primera paleta de colores. Dado a que se nos ha encomendado la creación de un logo minimalista derivado del logo actual de la empresa, estos colores nos facilitarán la tarea gracias a que combinan muy bien con el color blanco.

Se pretende seguir el esquema de 60 (color primario) / 30 (colores secundarios) / 10 (colores llamativos).

Las tonalidades rosas acapararán los colores primarios y se tratará de combinarlos con un fondo blanco-rosado. En los colores secundarios encontraremos los morados oscuros y azules que servirán sobre todo para contrastar con los rosas, aunque también se usarán como por ejemplo para resaltar las letras del menú cuando el ratón pase por encima, para delimitar los fondos de secciones diferentes en una misma parte de la página y para crear un efecto de desvanecimiento en los botones call to action.

Para colorear el 10% restante de nuestra página se dará uso de un morado bastante más claro que el morado oscuro utilizado de color secundario. Con esto se conseguirá el objetivo de que el ojo humano se centre en estas zonas púrpuras brillantes para darles relevancia.

**Planning using Gantt diagram**

**TIPOGRAFÍA**

Para la creación de la página web vamos a utilizar dos tipografías diferentes. Ya que el uso de una tercera tipografía me parece excesivo e incluso contraproducente porque el ojo humano se puede enfocar en que hay 3 tipos de tipografías y no en el mensaje que transmiten los párrafos.

Como fuente principal planeamos utilizar de la familia de **Sans – Serif** la variante “Verdana” ya que transmite sensaciones de modernidad, limpieza y legibilidad. Su diseño equilibrado y formas claras generan una sensación de profesionalismo y facilidad de lectura en el ser humano, que es lo que el cliente desea.

Y como fuente secundaria hemos elegido una buena combinación, la fuente serif “Georgia”. La combinación de una fuente sans-serif como “Verdana” con una fuente serif como “Georgia” crea un contraste agradable y equilibrado. Mientras que “Verdana” es moderna y fácil de leer para el ojo humano, “Georgia” tiene un aspecto más tradicional y elegante, lo que puede aportar un toque más profesional a la página web.

**Enlace a GITHUB: https://github.com/CruzAntonioDIWWEB/DOCS.git**