

## **Brief del Cliente**

**Cliente:** Dis-fruta

### **Antecedentes**

Dis-fruta es un negocio familiar que ofrece el servicio de entrega a domicilio de frutas en distintas presentaciones, asegurando alimentos frescos y saludables para el consumo al instante. Este emprendimiento aún está en su etapa inicial de planeación por lo que busca enviar un mensaje potente y captación de clientela por lo que se necesita un landing que solucione este planteamiento.

### **Descripción del producto o servicio**

El landing será beneficioso ya que se tendrá información de clientes interesados en el giro del negocio y poder segmentarlo por distritos para darle mayor fuerza a los distritos donde se encuentre el mayor número de interesados.

### **Beneficios, atributos, características**

Con esto se pretende llegar a más personas, que conozcan los beneficios y las características del servicio. Armas una base de datos

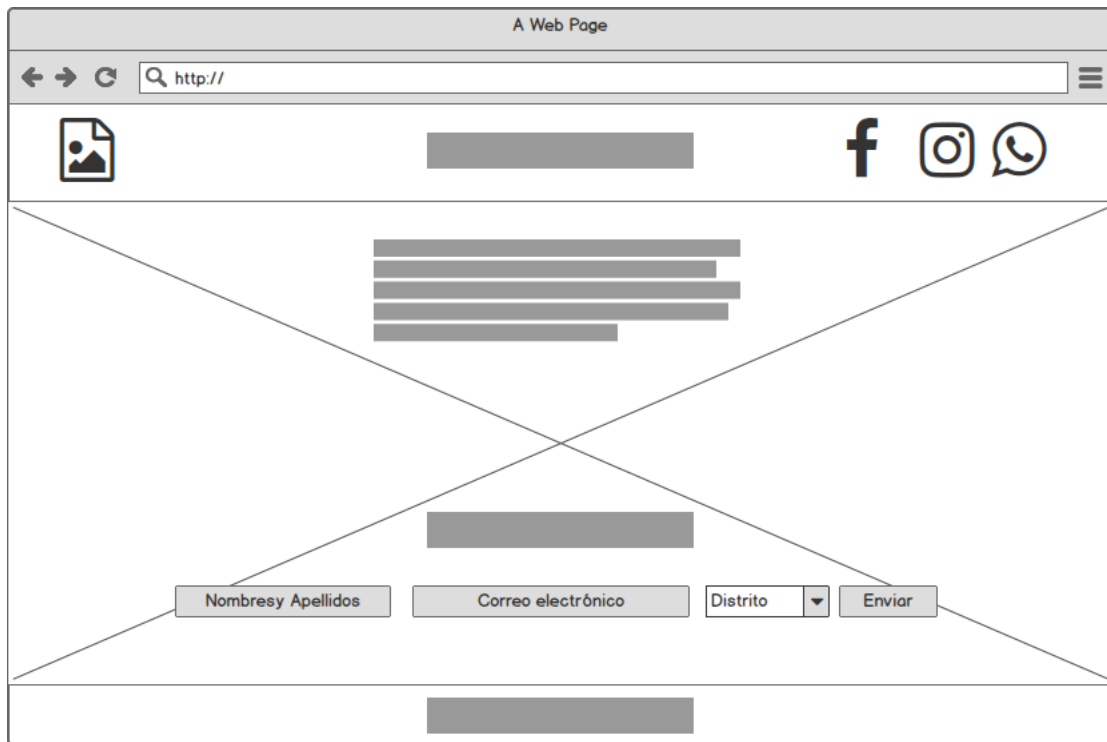
### **Público Objetivo**

Familia con hijos pequeños. Jóvenes deportistas que cuiden su alimentación. Centros de estudios para niños menores de 6 años que ofrecen alimentación a sus alumnos.

### **Posicionamiento**

Se busca destacar y posicionarse en el mercado como el principal negocio delivery especializado en frutas.

## Análisis de la estructura (Wireframe)



En el header figura el logo, el título y las redes sociales.

En el cuerpo de la página se tiene un fondo de imagen de extremo a extremo vinculado al giro del negocio. Una frase centrada y en la parte baja también centrado el formulario para envío de lista de precios a cambio de datos.

En el footer solo figura los derechos de registro para no quitar relevancia al CTA del formulario.

## **Sustento de Diseño de Interfaz y Experiencia de Usuario**

La imagen elegida identifica claramente el giro del negocio y a la vez muestra elementos frescos y naturales, generando sensaciones positivas en el visitantes.

También se juega con colores suaves de tono natural como el cereza (#c64247) y un verde suave (#88b04b) y el blanco como como tercer elemento de color para resaltar mas a los mencionados anteriormente.

Los botones y cajas tienen bordes redondeados para dar sentido de calidez, vida y naturalidad.

Igualmente se emplea el tipo de letra Oswald y sin serifas. Con esto se permite la fácil lectura de los usuarios.

Todo el landing busca generar sensaciones positivas a los usuarios, empleando elementos de la naturaleza, colores vivos y formas redondeadas.

Sobre la experiencia de usuario, se busca facilitar al máximo la ubicación del CTA por lo que se crean animaciones en torno al formulario que atraigan el interés del visitante.

Ademas el fondo blanco de las casillas a rellenar del formulario destacan sobre la imagen de fondo seleccionada.

También se tiene a las redes sociales en la parte superior y sobre fondo blanco para que destaquen, pero alejado de nuestro principal objetivo que es el formulario.