GUÍA DE ESTILOS: L´ATIER TOCADOS

Vamos a estructurar la guía de estilos de nuestra marca en varios apartados



**1.Imagen de la marca:**

-Logo: Hemos generado un logo mediante inteligencia

artificial acorde a nuestra marca, asegurando un tamaño

adecuado para su uso en nuestra página web. Con este logo

queremos dejar claro los productos a los que nos

dedicamos.

-Colores corporativos: El verde es el color predominante. Hemos

seleccionado tonos específicos de dicho color que se utilizarán de manera consistente en toda la marca.

-Tipografías: Para el tipo de letra hemos querido reflejar la elegancia y sofisticación de nuestros productos. El título cuenta con un tipo de letra llamada “Lucida Sans”, en cambio la descripción de como y donde nació nuestra marca tiene un tipo de letra llamada “Gill sans”.

**2.Diseño de interfaz:**

Para el diseño de interfaz de nuestra marca nos hemos centrado en aspectos que resalten tanto los productos como la experiencia del usuario. Dado que pamelas y tocados son accesorios de moda, la interfaz tiene un diseño elegante y moderno. La página web cuenta con una navegación intuitiva, asegurando que los usuarios puedan encontrar fácilmente los productos que trabajamos; pamelas y tocados.

**3.Galería de imágenes de alta calidad:**

Debido a que nuestra página web se dedica a la venta de productos de moda es obligatorio tener imágenes de alta calidad que llamen la atención del usuario y le inciten a comprarlos. Hemos añadido la funcionalidad que cuando el usuario pase el ratón por encima de cada producto se amplíe la imagen y pueda verlos con mas precisión.

Se incluye el nombre y precio de cada producto.

**4.Funcionalidad de carrito de compra:**

Implementamos un sistema de carrito de compras fácil de usar con un contador, cuando el usuario hace click en añadir producto se suma al carrito y el botón que ha pulsado cambia a color verde. Con esto facilitamos al usuario las elecciones que ha ido haciendo. Al hacer click en añadir producto de un producto ya seleccionado se elimina un elemento del carrito de compra y el botón vuelve a su color original.

El carrito de compra con la suma total de productos seleccionados lo hemos colocado en el margen superior derecho. Pensé incluirle “position:fixed” para que el usuario pudiera ver en todo momento la cantidad de productos en el carrito pero estéticamente no era viable.

**5.Optimización para diferentes dispositivos:**

Hoy en día la mayoría de tráfico en internet vienen de dispositivos móviles, y es por eso que le hemos añadido “media screen and (max-witdh: 600px)” para definir estilos aplicables a dispositivos con un ancho máximo de 600 píxeles. Útil para adaptar el diseño de nuestra web a dispositivos móviles o pantallas más pequeñas.

**6.Integración de redes sociales:**

En el margen inferior centrado hemos creado accesos directos a las redes sociales más conocidas; Facebook, Instagram y Meta. Incluir estos enlaces dan seguridad y confianza a la marca.

**7.Soporte a clientes**

En la página de contacto hemos desarrollado un formulario para atender cualquier duda, sugerencia o pregunta de los usuarios, incluyendo el horario de atención al cliente. Dicho formulario tiene estilos acordes a nuestra marca, tonos verdes tanto de fondo como en el botón de enviar. Cuando el usuario pasa el botón por encima del botón de enviar cambia de color. Estos pequeños detalles hacen que el usuario tenga una mejor experiencia en nuestro sitio web.