

Apple

Enlace: <https://www.apple.com/es/>

Lo primero que observamos es el color negro que es el que mas abunda, demostrando de primera mano prestigio, valor y por supuesto sofisticación. Esto se confirma con los altos precios que ofrece esta marca en cualquier producto.

La tipografía que usa es 'Saprona', esta demuestra contundencia y seguridad, a la vez que modernidad y seriedad. La intención de esta tipografía es de seguridad extrapolándose a la seguridad y durabilidad que ofrecen los artículos Apple.

En cuanto a la estructura demuestra simplicidad, demostrando en primera instancia el producto mas caro como es Macbook. Tiene mucha interacción y dinamicidad.

Nesquik

Enlace: <https://www.nesquik.es/>

El color por excelencia de la marca es el amarillo demostrando en primera instancia, positividad, y calor. Esto valida mucho con los anuncios ya que cuando mas hacen es verano. El amarillo se usa mucho para productos alimentarios.

Una tipografía muy limpia y altamente legible dirigida a un publico mas joven, incluyendo la negrita en los títulos para que aun sea más atractiva y sencilla.

La estructura muy dirigida al publico joven demostrando al patrocinador desde el primer momento con una cabecera llena de opciones y una estructura muy legible todo al centro para facilitar la lectura y así atraer al cliente más joven.

PlayStation

Enlace: <https://www.playstation.com/es-es/>

El color que más abunda es el blanco seguido del azul, que son los que la identifican como marca. Este color azul demuestra confianza y seguridad, este color predomina mucho en los ámbitos tecnológicos.

Utilizan una fuente que en seguida demuestra limpieza y modernidad, también muestra geometría lo que la conecta rápidamente con el mundo tecnológico.

Una estructura muy clara llena de opciones, pero muy fáciles de encontrar, cuando entramos a esta pagina es con las ideas muy claras y estas te las muestra en primera instancia en la cabecera. El primer contenido que encontramos son anuncios de juegos que cambian todo el rato ya que los productos principales los encontramos en el header. Muy habitual esta estructura múltiples anuncios por el centro y al final el footer y las redes sociales.

Eneryeti

Enlace: <https://eneryeti.es/>

Lo primero que vemos es una explosión de colores con énfasis en el color rojo ya que es el de su producto original, con este color rápidamente transmite energía y provocación. Tiene mucho sentido lo que quiere transmitir el color rojo ya que es un producto de bebida energética.

Esta tipografía nos transmite rebeldía y futurismo, con un tipo de letra que el imita el de un terminal, con formas muy recortadas siempre dirigida al mismo publico que es el joven.

Su estructura es bastante inmersiva y muy visual, el header es minimalista pero a la vez eficaz con el típico menú hamburguesa, en el cuerpo tenemos mucha animación y sensaciones temáticas bastante dirigidas al publico joven, para terminar tenemos un footer bastante corriente y muy utilizado ya que es el mas eficiente con columnas.