

1.Introducción al problema

Una clienta posee un negocio de papelería y provee tanto a colegios como a empresas, en vista de que su negocio es próspero y ha aumentado notablemente sus ingresos en los últimos años, ha decidido dar un paso más y quiere invertir en crear una marca propia de productos de diseño de papelería y accesorios, su intención es diferenciar este proyecto de su negocio ya que el producto es distinto y ha de llegar a otro tipo de clientes. Se ha de crear una aplicación web desde cero para acceder a estos nuevos clientes, por lo tanto, necesita un equipo de profesionales que le ayuden a desarrollar una aplicación fácil de usar, intuitiva y que además tenga un diseño atractivo.

2. Explicación del servicio

La aplicación debe exponer una muestra general de los productos más destacados y últimas colecciones para que el usuario pueda tener una idea del tipo de producto que se ofrece. También se debe poder filtrar por categoría, gamas de colores y motivo del diseño. Una vez el usuario ha encontrado el producto que le interesa y lo selecciona han de mostrarse vistas más detalladas, descripción, autor del diseño, precio y también se deberán exponer más productos de la misma colección o del mismo tipo.

También será necesario que la aplicación permita actualizar los productos, es decir, añadir nuevos diseños y cambiar información como el stock o el precio (para poder ponerlos en oferta), aunque no será necesario cambiar el autor o la descripción, también debe permitir eliminar productos.

Se pide que se puedan registrar los productos vendidos y los datos de los usuarios, que estos puedan registrarse o apuntarse a la newsletter.

3. Estudio del mercado

Aquí compararemos y buscaremos puntos negativos y positivos de Wouf (<https://wouf.com/>), marca de accesorios de diseño similar a la que ha creado nuestra clienta y que me ha parecido un buen referente. Posteriormente analizaremos Anthropologie (<https://www.anthropologie.com>), también una web que vende artículos de diseño, no es exactamente el tipo de producto que vende Wouf pero está relacionado y la he escogido porque he encontrado puntos que me han parecido interesantes y su diseño se diferencia bastante al de Wouf.

WOUF Lo que me gusta

- Diseño atractivo y con personalidad, es intuitivo y muestra los productos de manera interesante, su modo de exponer las imágenes es elegante y algo informal reforzando el estilo que busca la marca.
- No hay exceso de texto lo que le da un aspecto más limpio y permite centrarse más en las imágenes.
- Filtrado por categorías: facilita la búsqueda del producto, la información está ordenada y es fácil acceder a ella.
- El efecto hover te muestra otra perspectiva del producto de manera que en un primer golpe de vista puedes tener una idea más clara sin necesidad de entrar en su descripción.
- Si entramos en la descripción del producto, tenemos un texto con sus detalles, envío y algunas frases que hablan de sus puntos fuertes, muestra varias imágenes con diferentes perspectivas y a un buen tamaño, todo esto en conjunto te permite conocer bien las características del producto sin saturarte de información ni entretenerte en detalles innecesarios.
- Stories, historias sobre personas con textos originales e imágenes atractivas, son entretenidas y breves, transmiten de esta manera la filosofía de la marca y el perfil de sus clientes.

WOUF Lo que NO me gusta

- Tarda algo en cargar, quizá habría que mejorar la optimización de las imágenes.
- Algunos textos que están situados sobre las imágenes y no se ven con claridad, dificulta la legibilidad.
- Hay algún enlace roto y da la impresión de que está mal acabada.
- Aunque encuentro algo positivo que no haya un exceso de texto, en “about us” no hay mucho, es una explicación bastante escueta y ambigua que habla solo de la filosofía de la marca, pero no nos dice mucho de la marca.

ANTHOPOLOGIE

Lo que me gusta:

- Sencillez, muestra las imágenes de distinto tamaño y de manera aparentemente desordenada restándole rigidez a la composición.
- Como se ayuda de los colores para destacar información y diferenciarse de otras webs de la competencia ya que la mayoría no suele utilizar color de fondo.
- El uso de la tipografía, el modo que tiene de combinar tres tipografías diferentes, y se ayuda de ellas para organizar la información.
- A pesar de que es una web con mucho contenido y muchos productos, las categorías están agrupadas de manera clara destacando siempre un diseñador y una imagen consiguiendo que no se vea solo un texto denso y funcional.
- Es interesante que en aquellos productos que disponen de colores diferentes te muestren esos colores en círculos que puedes clicar y cambiar así el color del producto, te ofrece una manera rápida y sencilla de ver las diferentes opciones.
- Me ha gustado el modo en que muestra el producto una vez entras en él. Puedes clicar sobre varios puntos de vista y poniendo el cursor sobre la imagen hace zoom de la zona en la que estás. También da la opción de cambiar a otros colores disponibles. Es una buena visualización del producto.

ANTHOPOLOGIE

Lo que NO me gusta:

- Aunque tiene una estética cálida y agradable el diseño no es original ni fresco, al tratarse de una web donde las imágenes tienen bastante importancia sería interesante mostrarlas de una manera que las potencie más, la estructura es bastante conservadora para ser una web donde se vende diseño. Tiene un ancho máximo por lo que en pantallas panorámicas (cada vez son más frecuentes) por ejemplo el contenido quedaría muy reducido en el centro de la pantalla.
- Wouf marca una filosofía y concreta el tipo de cliente al que se enfoca, sin embargo, Anthropologie, aunque busca la cercanía con el cliente tiene un aspecto más industrial, menos exclusivo.