

Justificación del Diseño del Boletín Oficial – Sorteo Moto GP Cheste

Samuel Ortiz

Objetivo del diseño

El propósito de este correo es incentivar la participación en un sorteo que regala 2 entradas para el GP de Motociclismo en Cheste a quienes completen el formulario de la feria antes del 1 de septiembre.

Justificación del diseño

1. Mensaje directo y jerarquía visual clara

- **Cabecera visual** (gif animado de fondo + logotipo): Llama la atención de inmediato, genera dinamismo y sitúa al lector en el contexto de la marca.
- **Bloque rojo principal ("Sorteo GP de Motociclismo")**: Usa un color corporativo fuerte y contrastado para destacar el anuncio del sorteo. La tipografía en blanco + emojis acentúan el mensaje.
- **Subtítulo claro**: “Participa antes del 1 de septiembre...” transmite urgencia y destaca la fecha límite de forma inmediata.

2. Personalización

- El saludo “Hola {{nombre}}” aporta cercanía y engagement, especialmente si se vincula a un CRM.

3. Contenido escaneable y enfocado

- Se explica de forma concisa qué se sortea, cómo participar y hasta cuándo.
- Se ofrece un **botón CTA claro y centrado**: “¡Participa ahora y no te lo pierdas!”, con diseño adaptativo para móviles y escritorio.
- El uso de una **flecha animada debajo del botón** añade un toque visual que guía al usuario intuitivamente.

4. Beneficios destacados

- Sección “¿Por qué asistir?” con bullets simples y útiles: capta rápidamente la atención de personas que aún no estén convencidas.

5. Contenido multimedia optimizado

- La imagen del GP (Zarco en Le Mans) contextualiza visualmente el premio del sorteo, apelando a los fans del motociclismo.

6. Sección de contacto y navegación adicional

- Botones tipo “Sobre nosotros” facilitan la acción: enviar correo, visitar web o leer más info. Son responsive y bien distribuidos.

- Incluye botones para **valorar** la experiencia o **compartir** en redes sociales, lo cual amplifica la visibilidad de la campaña sin distracciones externas.

7. Redes sociales y validación de marca

- Sección de redes con íconos visuales y enlaces directos.
- Inclusión de organizador y patrocinador aporta **confianza y credibilidad** al usuario.

8. Responsividad y experiencia de usuario

- Estilos media query para móviles y tablets cuidadosamente definidos: botones grandes, texto centrado, imágenes redimensionadas.
- Agrupación con `mj-group` para alinear botones en filas o columnas de forma fluida.

Estilo visual:

- Colores: Se mantiene coherencia con el color institucional (#b71c1c) y tonos complementarios suaves (#ffdddd, #f1f1f1).
- Tipografía: “Poppins” moderna y legible, bien jerarquizada.
- Diseño modular y limpio: Evita el ruido visual, facilitando la acción principal (participar).

CONCLUSIÓN PERSONAL:

He hecho este diseño porque quería que fuera fácil de entender y que llamara la atención rápido. He usado colores fuertes y una estructura clara para que la gente se anime a participar en el sorteo sin complicaciones. También me he asegurado de que se viera bien en móvil, porque hoy casi todo se mira desde el teléfono. Aparte he tenido en cuenta la web de Feria Valencia sus plantillas. Al final, busco que el email sea directo, visual y que invite a hacer clic sin pensarlo mucho.