

Justificación del Diseño – Email Marketing “Feria Dos Ruedas”

Samuel Ortiz

Para quién está diseñado (público objetivo):

El diseño está orientado a tres perfiles clave:

- **Visitantes moteros** (jóvenes y adultos, 18–55 años), interesados en novedades, promociones y experiencias interactivas.
- **Expositores y marcas** del sector (Honda, Yamaha, Mapfre, etc.), buscando visibilidad, generación de leads y fidelización.
- **Prensa e influencers**, para promover la feria y el sorteo.

Por qué se eligió este diseño:

- Se utiliza una **estructura vertical** optimizada para dispositivos móviles y correo electrónico (600px de ancho estándar).
- Se diseñó con jerarquía visual clara: encabezado llamativo, mensaje del sorteo destacado, CTA prominente, beneficios, redes y footer.
- Las imágenes animadas y colores vibrantes (rojo corporativo y fondos blancos) captan la atención y generan dinamismo.
- Se integraron elementos visuales coherentes con la identidad de **Feria Valencia** y el mundo motero (motos, GP, velocidad, logotipos de patrocinadores).

Elementos visuales utilizados:

- **Tipografía moderna y legible** (Poppins).
- **Botones con colores contrastados** (rojo sobre blanco) para guiar la acción del usuario.
- **Imágenes con movimiento** (GIFs) para reforzar la sensación de energía.
- **Distribución en secciones:** encabezado, sorteo, beneficios, CTA, organizadores/patrocinadores, redes sociales y pie.

Jerarquía visual aplicada:

1. **Título impactante** (sorteo) y CTA visible al primer scroll.
2. **Texto persuasivo** y beneficios para motivar al lector.
3. **Botón de acción** (Participa ahora) con color destacado.
4. **Elementos de confianza:** logos, redes, patrocinadores.