

DOCUMENTACIÓN GABMANN

INFORMACIÓN BÁSICA:

Gabmann es una tienda online donde se venden pastillas de guitarra eléctrica. Las pastillas son un conjunto de imanes que hacen que una guitarra suene a través de un amplificador, y existen varios tipos de configuraciones de imanes, que principalmente se dividen en 3 categorías: *humbucker* (pastilla doble), *single coil* (pastilla única) y *P-90* (a medio camino entre ambas). Para el ejemplo de la tienda online he incluido 3 modelos de cada una de las categorías.

Las pastillas, como todo, pueden ser manufacturadas o hechas a mano (mercado boutique). Además, en este mundo se aprecia más el sonido vintage o que recuerde a otros tiempos frente a lo más moderno.

El objetivo de GabMann es ser una tienda boutique de pastillas de guitarra, es decir, vender exclusivamente su propia marca (GabMann) y por supuesto fabricarlas a mano, ya que es lo que más se cotiza en este nicho.

COLORES ESCOGIDOS PARA LA PÁGINA:

Al comienzo del diseño me decidí por una paleta de colores crema, blancos sucios, marrones y ocre para darle un aspecto *vintage* a la página. Sin embargo me acabó pareciendo algo aburrida y decidí incluir colores más vivos en detalles de la página.

--mi-azul: 27c49d;

Es el color de contraste más usado. Tanto en la cabecera cuando la pantalla se hace pequeña, en el color de los botones principales, el fondo de los títulos de sección, el borde de los inputs de formulario y algunos box-shadows.


Lo escogí porque personalmente me parece un color que aporta *frescura* y es una tonalidad bastante equilibrada, ni muy brillante ni muy oscuro.

--mi-azul-darker: # 09e7f;

Acopañando al azul principal pero para dar jugar con el contraste de ambos.

--crema:  #f8eebb;

El background color del body, de las letras del lema del principio y de algunos box-shadows, así como de los bordes. Los bordes del header por ejemplo a primera vista son blancos, pero si afinamos la vista se trata de este color. Al ser más sucio que el blanco creo que cumple su papel de aportar ese toque *vintage*.

--mi-amarillo:  #e2c72e;

Usado principalmente como color auxiliar en box-shadows.

--mi-rojo:  #c4274e;

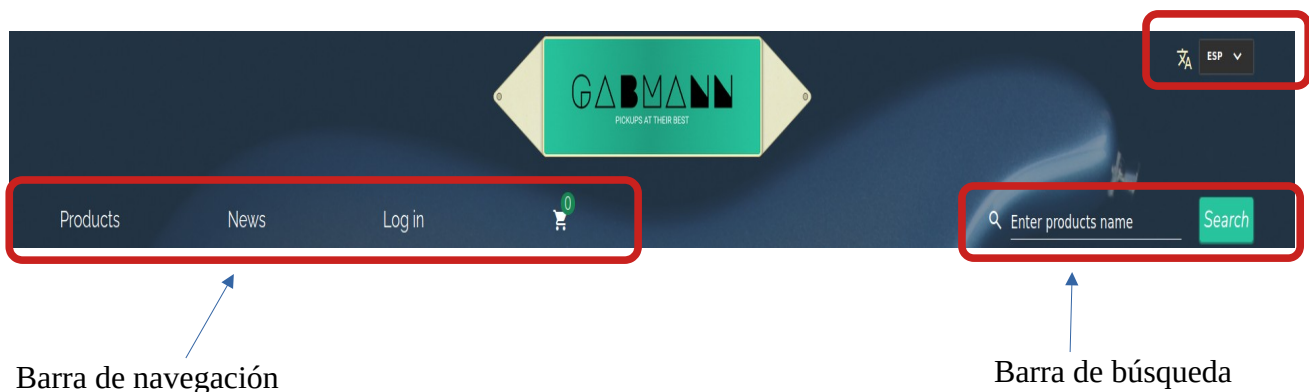
Es un color directamente complementario del azul principal. Hay algunos detalles de la página como bordes, el contenedor del path, el botón del carrito y el color de los nombres del producto en el carrito con este color, que personalmente creo que le da carácter a la página y queda muy bien con el azul.

EXPLICACIÓN DE LA PÁGINA Y USABILIDAD

El header se repite en todas las páginas, salvo que cambia el color de fondo. A la izquierda las opciones de navegación para el usuario (*products* => ver todos los productos, *news* => ver noticias destacadas, *login* => iniciar sesión y *cart* => ir al carrito para ver todos los productos que has añadido). A la derecha tenemos una barra de búsqueda global donde el usuario puede buscar por nombre. Se buscará cualquier coincidencia.

El logo es un enlace que llevará al usuario a la página principal. Es una práctica muy común y pienso que cualquier usuario podrá descubrirlo sin dificultad.

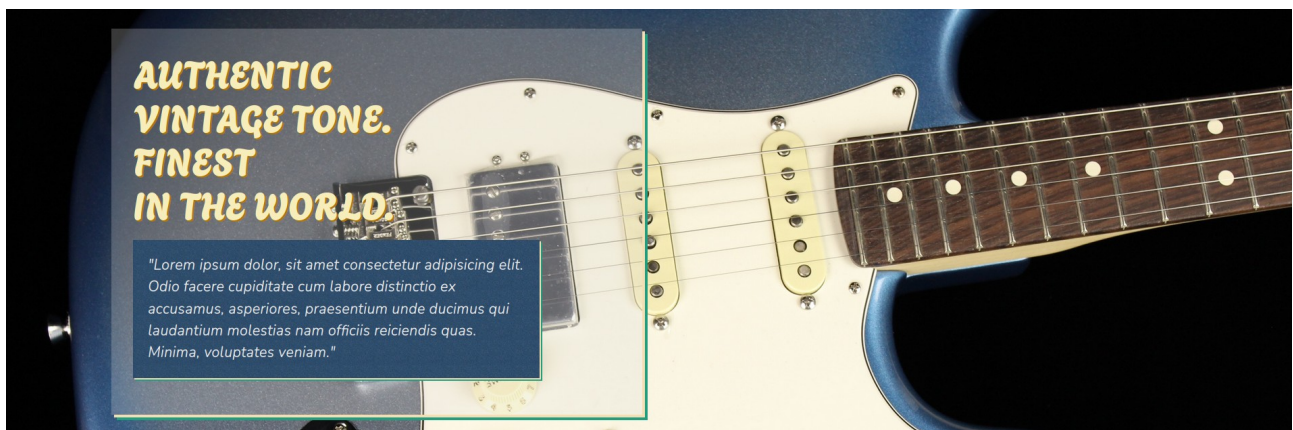
Selector
lengua



En la esquina superior derecha he puesto el selector de idiomas. UN lugar discreto, no muy grande y que está disponible en todas las páginas de inicio, productos y detalle.

En primer lugar tenemos la página principal, donde vemos un cuadro con un lema en letras *vintage* y lo que sería una explicación o presentación de la tienda frente a un hipotético cliente.

De fondo, una guitarra eléctrica azul ocultando algunas de sus partes tras el header y el lema pero que deja ver claramente la zona de las pastillas.



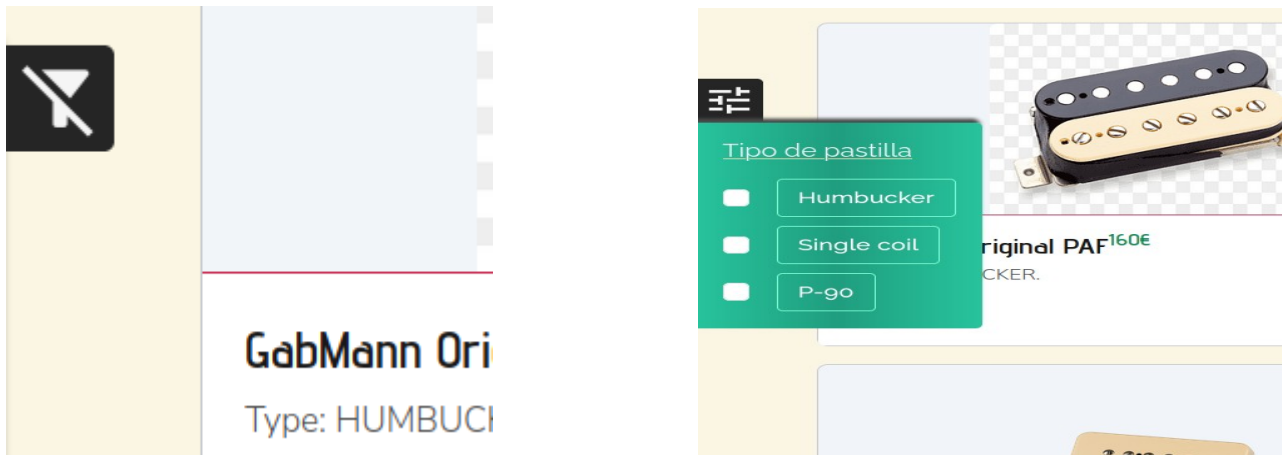
Inmediatamente después un contenedor con 3 categorías, que son 3 enlaces para ver todos los productos de esa categoría. Y más abajo los productos más destacados en forma de carrousel.

He diseñado la página principal así para que el usuario sepa de inmediato de qué trata la página. También me gusta poner las categorías en el medio de la página porque no quiero aburrir al usuario con anuncios o contenedores con más lemas sobre la empresa. Directo. Esto es lo que tenemos, tres categorías, y el usuario puede ir directamente, sin rodeos.

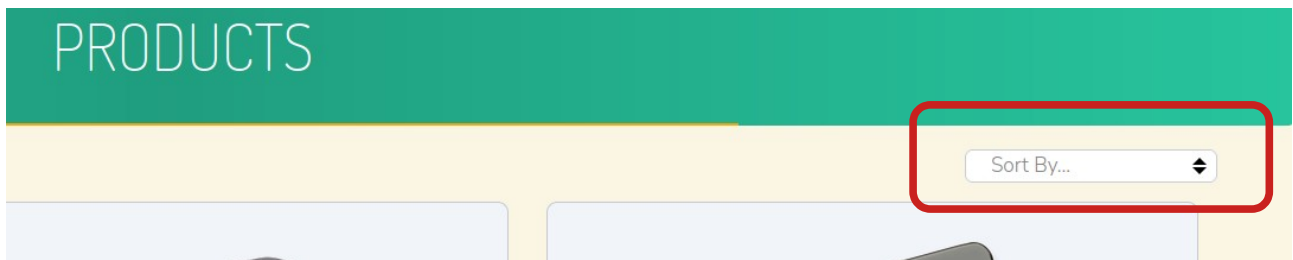
El carrusel con los productos más destacados me pareció buena idea para dar algo de movilidad y agilidad a la página.

La página de productos es mucho más sencilla y muestra cada producto en cartas de bootstrap, con el nombre del producto y la categoría a la que pertenece.

Además aparece un widget anclado al borde izquierdo que se abre para poder filtrar los productos por categoría. He optado por anclarlo para que el usuario decida si quiere mantenerlo abierto o no, y tampoco es muy molesto en la experiencia final.



Arriba a la derecha de los productos incluyo un selector de orden. El usuario podrá elegir el orden con el cuál quiere que se muestren los productos (nombre, precio, novedad).



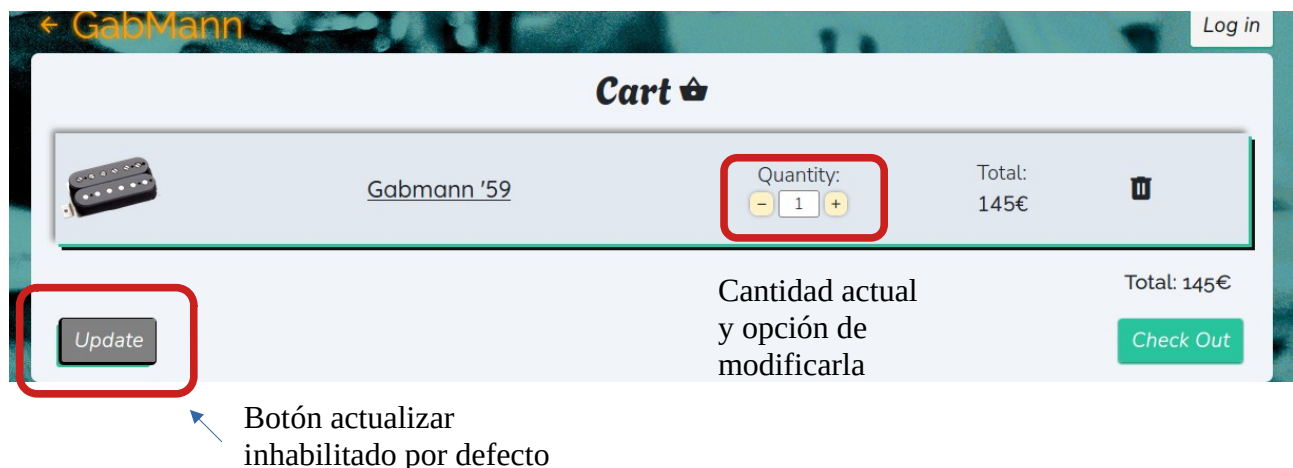
Cada carta de producto tiene un botón *View/Detail* con un enlace para ir a su página de detalle.

En la página de detalle muestro el path con la información para llegar hasta ese producto y muestro los detalles en una forma de carta de bootstrap pero en formato más grande.

Abajo del detalle hay una sección de *media* dónde incluyo un vídeo de Youtube con una demo de las pastillas en cuestión.

En este nicho de mercado, los guitarristas son bastantes puristas en cuánto al tono y es más cómodo proporcionar al usuario la demo específica porque tarde o pronto buscará la demo en Youtube por cuenta propia.

Pulsando el botón de *buy* en la página de detalle te lleva a la página de carrito. Se muestran todos los productos en forma de *cartas* alargadas con toda la información del producto y opciones de aumentar o reducir la cantidad, además de un botón de actualizar (que actualizará todo el carrito), que por defecto estará inhabilitado y mediante JS cambiará de estado cuando alguna de las cantidades ha sido modificada. Esto lo he hecho porque no tiene mucho sentido permitir al usuario actualizar el carrito (lo que supone una llamada al servidor) cuando ninguna cantidad ha sido modificada.



En la página de carrito hay un botón *confirmar* que será el encargado de pedir la tarjeta bancaria. Sin embargo este botón abrirá la ventana de inicio de sesión si el usuario no se ha verificado hasta ese momento. En caso de que el usuario se haya verificado, te llevará directamente a la petición de la cuenta bancaria.

Por otro lado, la ventana de inicio de sesión se trata de una ventana modal que se encuentra disponible en cada página del sitio web. Esta ventana tiene los campos email, contraseña y un checkbox de *recuérdame*.

Abajo se encuentra el botón de *login* y a la izquierda un botón que nos lleva a la página de *registro*.

Log in



Your Email

Your Password

☐ Check me out

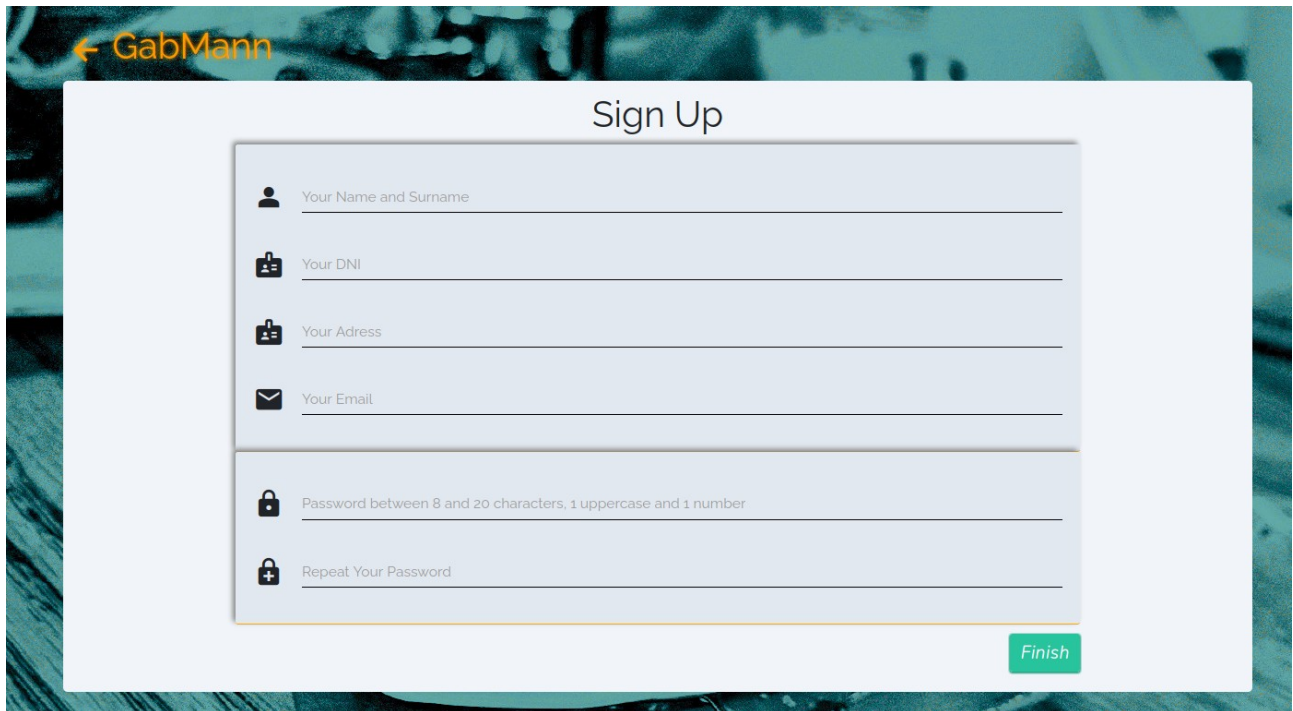
[Don't have an account?](#)

[Sign in](#)

Registro y carrito:

Las páginas de registro y carrito son idénticas en el sentido que comparten estilos y al mismo tiempo se salen del estilo principal de las página de inicio, productos y detalle.


registro





The Sign Up form is a light gray rectangular box with a white border. It features a header 'Sign Up' in a dark gray font. Below the header, there are six input fields, each with a small icon to its left: a person icon for 'Your Name and Surname', a DNI card icon for 'Your DNI', a house icon for 'Your Address', an envelope icon for 'Your Email', a padlock icon for 'Password between 8 and 20 characters, 1 uppercase and 1 number', and a plus padlock icon for 'Repeat Your Password'. A green 'Finish' button is located at the bottom right of the form. The background of the page is a teal-colored image of a guitar pickup.


← GabMann


Sign Up


 Your Name and Surname

 Your DNI

 Your Address

 Your Email

 Password between 8 and 20 characters, 1 uppercase and 1 number

 Repeat Your Password

Finish

carrito



The Cart page features a light gray rectangular box with a white border. At the top left, there is a 'Log in' button. The header 'Cart' is centered at the top of the box. Below the header, there is a table with one row. The table has four columns: a product image, the product name 'Gabmann '59', the quantity '1' with minus and plus buttons, and the total price '145€' with a trash icon. Below the table, there is an 'Update' button on the left and a 'Check Out' button on the right. The background of the page is a teal-colored image of a guitar pickup.

← GabMann

Log in

Cart

	Gabmann '59	Quantity:  1 	Total: 145€ 
---	-------------	---	---

Update

Total: 145€

Check Out

Se puede acceder a carrito desde todas las páginas, pero desde carrito sólo hay un enlace a la página de productos.

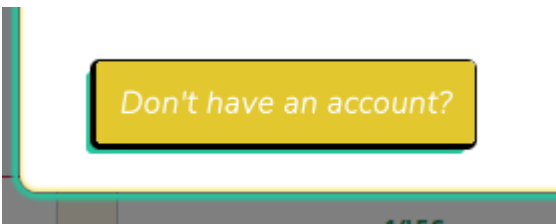
(accediendo a carrito desde cualquier página mediante el icono de carrito de la página de navegación)



(desde carrito, el enlace “GabMann llevará al usuario a la página de productos)



A registro solo se accede abriendo la ventana modal de inicio de sesión, y desde registro se accede a cualquier otra página excepto la de login, ya que registro devuelve automáticamente a la página desde dónde el usuario ha abierto la ventana modal de inicio de sesión.



La distribución cambia. No hay header, sólo un enlace naranja fosforito para volver a la página de productos, y un contenedor principal en blanco que contiene el contenido importante (el formulario o el carrito).

Además el fondo es una mesa de taller con una pastilla de guitarra a medio hacer, con un filtro azulado para mantener el motivo *azul* de todo el sitio web.

Esta decisión la he tomado porque ambas páginas las considero páginas de algún modo *auxiliares*, es decir, que no aportan información relevante al usuario sobre la marca ni sobre ningún producto, sino que son meros trámites por los que el usuario va a tener que pasar. Tanto en *registro* como en *carrito* el usuario estará el tiempo estrictamente necesario, mientras que en la página de productos o detalle (en una página enorme como Thomann o Amazon) el usuario puede pasarse mucho tiempo buscando y dudando sobre qué comprar.