

GUÍA DE ESTILOS:

¿Qué es High end Heels?

La idea de mi web es crear una **tienda online de zapatos de tacón de lujo**, de tal manera que puedas buscar tus zapatos ideales entre distintas marcas sin salir de una sola web. Te permitirá comparar entre marcas, buscar el modelo que más te guste y comprar con mayor comodidad. Está dirigida a un público objetivo o target formado mayoritariamente por mujeres de un nivel económico medio-alto o alto, por lo que el diseño de la web tratará de reflejar y atraer a ese tipo de clientes.

Estructura de la web:

En todas las páginas se mantiene la cabecera y el pie de página. Lo único que varía es el fondo del apartado del menú de la cabecera en el que te encuentres en ese momento utilizando la función de "hover".

La web consta de 3 partes: cabecera, pie de página y cuerpo de la web.

Cabecera

La cabecera consta de varias partes:

- Una barra horizontal blanca con el logo de la marca y dos iconos: Login y Cesta.
- Una barra horizontal negra con el menú (en forma de menú desplegable) con las diferentes secciones principales de la web y termina con un menú de hamburguesa (que se abriría en forma de desplegable lateral) en el que se incluyen las secciones secundarias de la web.
- Mirar si hay alguna parte más

La dimensión horizontal de la cabecera ocupará todo el ancho del navegador. Añadir medidas concretas?

Imagen de cabecera

Pie de página

El pie de página se compone del isotipo de la marca, un botón de "reservar una llamada" para obtener atención especializada por parte de un profesional, botones con enlaces directos a las redes sociales e información de contacto. Todo esto con la tipografía en color blanco sobre fondo negro.

La dimensión horizontal del pie de página ocupará todo el ancho del navegador. Añadir medidas concretas?

Imagen de pie de página

Contenido central

El contenido central de la web varía según la sección en la que se encuentre el usuario, pero como regla general primarán siempre las imágenes y el texto será reducido, intentando ser lo más visual posible para no cansar al cliente e instándole a quedarse más tiempo contribuyendo así a una posible compra.

La simetría dentro de la web es un recurso fundamental para darle estabilidad visual y coherencia y facilitar la navegación.

Componentes

Botones

Existen dos botones en la web, situados al principio y al final de ésta. Ambos están situados de manera centrada y simétrica en la web y tienen la misma forma y el mismo tamaño. Esto ayuda a crear coherencia en la web y a que sea más intuitiva y de fácil navegación para el usuario.

- **Botón de “Comprar”:** Situado al inicio de la web, bajo la cabecera, pretende crear la necesidad de comprar en el cliente. Al pulsarlo de redirige al apartado de de la web, donde el usuario puede buscar los productos por categorías.

Imagen del botón.

- **Botón de “Reserva una llamada”:** Situado al final de la web, en el pie de página. La idea es que te lleve a un formulario en el que rellenes tus datos para recibir una llamada de asesoramiento profesional para tu experiencia de compra en la web. No es necesario haberse registrado para ello, pero sí te pedirá una serie de datos personales como el número de teléfono, nombre y apellidos o correo electrónico.

Imagen del botón.

Logotipo

La marca cuenta con un logotipo, isotipo e imagotipo.

Logotipo:

Imagen

Isotipo:

Imagen

Imagotipo:

Imagen

Se puede presentar en negro sobre fondo blanco o en blanco sobre fondo negro.

Aparece varias veces a lo largo de la web..... (Especificar dónde)

(Explicar el diseño del isotipo y el por qué del nombre de la marca)

Mapa de la página

¿??

Identidad de marca

Al tratarse de una web para un sector tan concreto y de alto nivel adquisitivo, la web tiene que transmitir una imagen de marca acorde al tipo de cliente que se espera obtener. Para ello se utilizan colores, tipografías, diseño web, composición, recursos gráficos... completar

Colores

Los colores que priman en la web son el **blanco y el negro** (nunca el blanco total ni el negro total) y alguna tonalidad de gris.

Esto se debe a varias razones:

- Según la **psicología del color**, el blanco transmite..... y el negro transmite.....
- Mediante el uso de una paleta de color tan neutra, se busca que **destaquen más las imágenes y los productos**. El centro de atención debe ser lo que se quiere vender.
- Un **diseño sencillo** en cuanto a colores siempre se considera más elegante y de mejor gusto.

El color de fondo variará de blanco a negro según la sección de la web en la que nos encontremos.

Paleta de colores:

Imagen

Tipografía

Hay varias fuentes que se utilizan en la web

Logotipo: Se opta por una fuente sin serifa, elegante y fácil de leer. Se busca crear identidad de marca y transmitirla al posible cliente desde el primer momento.

Menú:

Pies de imagen: Título.....

Descripción.....

Imágenes

Fotos de productos:

Iconos:

Fondo de pantalla de inicio: