

# EJEMPLO BOCETO DE UN DISEÑO WEB

## Identificando al cliente

Quest Research es una empresa ficticia de búsqueda pasiva de talento que ofrece servicios especializados de investigación para la contratación, es decir, recursos humanos.

## Diseñando la marca

Después de hablar con el cliente y realizar una investigación sobre la empresa, quedó claro que la marca necesitaba una estética profesional y corporativa que aún atrajera al sector tecnológico. Querían crear un símbolo que representara a la empresa y sus ideales de rapidez, agilidad e inteligencia. También querían reflejar su creencia de que una empresa relativamente pequeña puede ser poderosa, algo que debería ser capturado en el simbolismo del sitio web.

Se exploraron algunas ideas y se buscó inspiración en el reino animal, en particular en las aves. El Martín pescador, aunque relativamente pequeño y discreto, es un cazador rápido e inteligente, un símbolo perfecto para una empresa que utiliza tecnología y datos para "cazar" recursos humanos talentosos.



A partir de esa idea se esbozaron diferentes para el símbolo del logotipo. Se quiso adoptar un enfoque más abstracto y centrado en representar las alas del ave de diferentes maneras. Comenzando por curvas para dibujar alas en varias formas y tamaños, pero pasando rápidamente a utilizar líneas y ángulos marcados que ayudarían a transmitir la velocidad y agilidad que buscaban. Se mantuvo un diseño del logotipo muy minimalista combinado con el

símbolo con una tipografía sans-serif limpia. Los primeros colores valorados también fueron recogidos del plumaje del ave elegida.



El proceso de creación dio lugar a un logotipo de aspecto moderno, dinámico y veloz, pero a la vez claro, minimalista y nada sobrecargado; jugando con la difuminación o abstracción del concepto inicial del Martín Pescador mediante el uso de formas geométricas rectas.



Aa

Proxima Nova

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

La letra sans-serif, Proxima Nova, aportaría claridad en la lectura, con un trazo fino y limpio que a la vez ayudaría a representar la modernidad del espíritu del sitio web; permitiendo crear una jerarquía para estructurar la información textual del mismo mediante diferentes tamaños de letra y el uso de negritas y cursivas.

Para visualizar el uso de esta tipografía, se diseñó una tarjeta de presentación que buscaba ser sencillo y elegante, impresa en cartulina mate gruesa de estilo clásico.



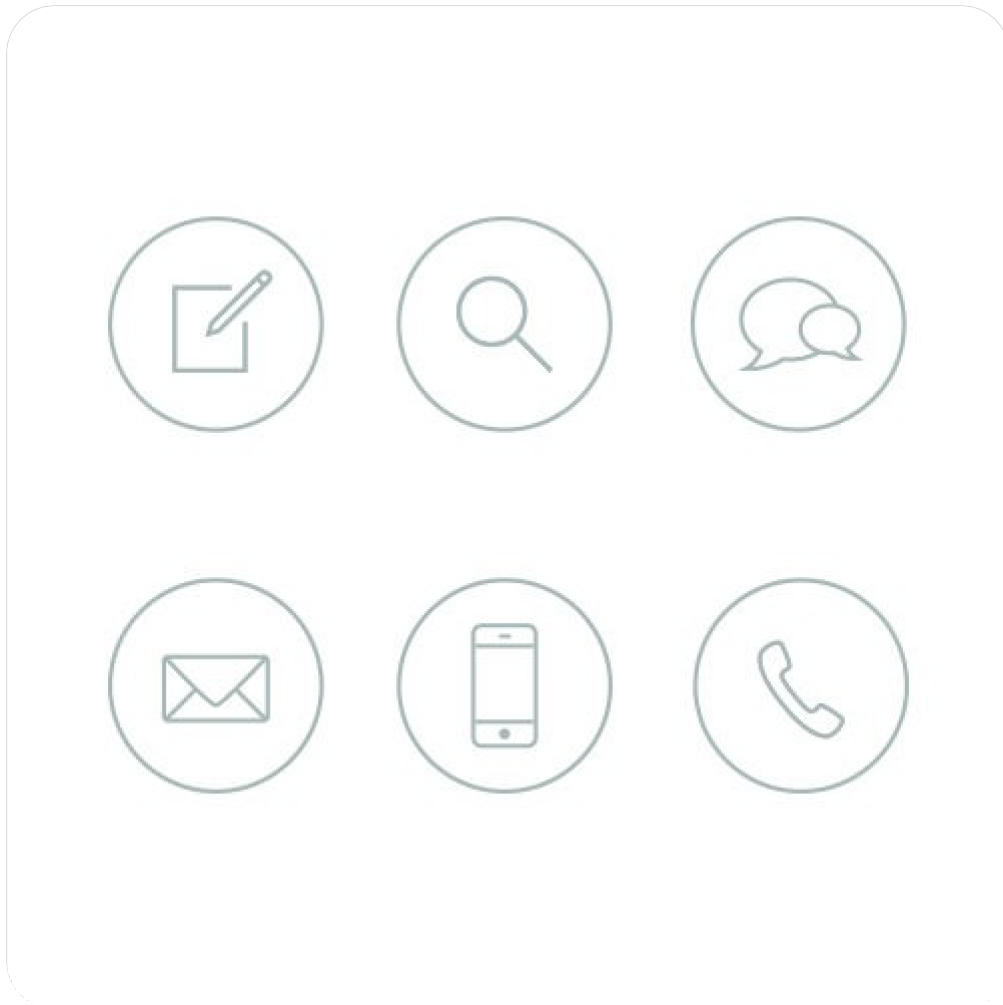
La paleta de colores complementaria en azul y naranja (arriba) fue inspirada por las plumas de colores vivos del Martín pescador.



Las imágenes necesitaban transmitir movimiento, velocidad y belleza. Por ellos se utilizaron fotos de martines pescadores en su hábitat natural. Estas fotografías son especialmente efectivas para comunicar velocidad y potencia; además de generar un contraste entre modernidad y naturaleza.



También se emplearon ilustraciones de línea simple para la iconografía, dándole a la marca un aspecto más técnico.



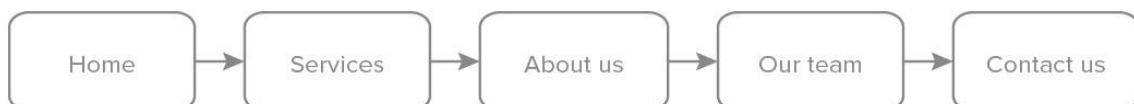
## Investigación y descubrimiento

Junto con la nueva identidad de marca, también se necesitaba crear y desarrollar un sitio web.

Al diseñar un sitio web, una de las primeras cosas que se debe determinar es el contenido. El contenido es, sin duda, lo más importante. ¿Por qué llegaron a tu sitio web? ¿Cómo puedes resolver su problema? Una vez que el propósito del sitio está claro, se puede encontrar la forma más efectiva de transmitir el mensaje.

Dado que el objetivo de la marca era dar a conocer sus servicios como reclutadores de talento, una buena opción sería apostar por un sitio web de tipo folleto que describiera los servicios de la empresa y facilitara a los clientes potenciales una forma sencilla de ponerse en contacto.

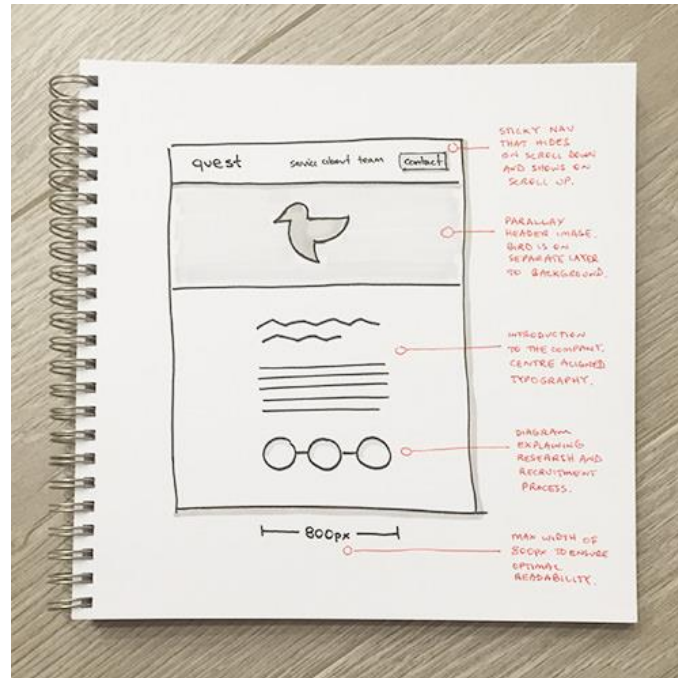
En este momento se fijaron las secciones iniciales del sitio web: Index, Servicios, Sobre nosotros, Nuestro Equipo y Contacto. Estas secciones permitirían estructurar la información de manera clara, acotada, y conducir al usuario mediante un flujo ordenado y coherente.



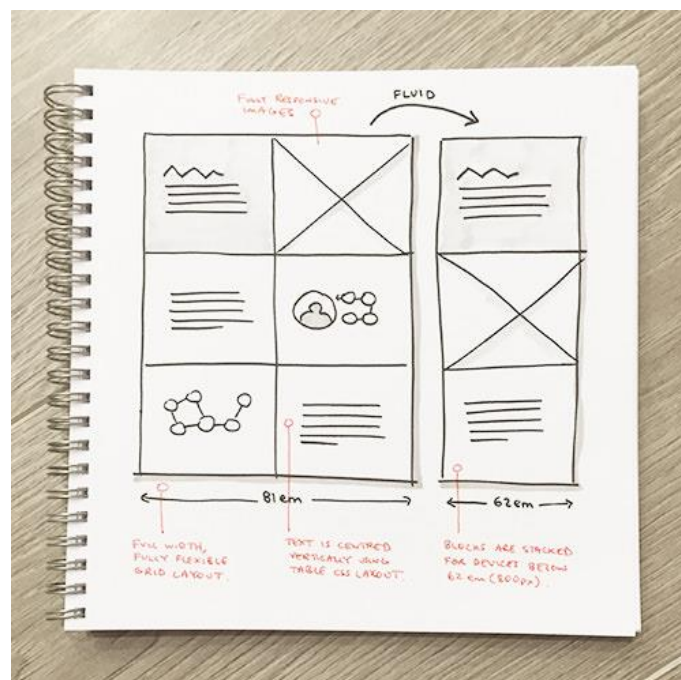


Para mantener ese estilo minimalista y moderno se puede apostar por crear un *grid* de una única página dividida en cinco secciones.

Al hacer clic en un enlace de la barra de navegación superior, el usuario se desplazaría a la sección correspondiente de la página mediante enlaces a cada una de las secciones.

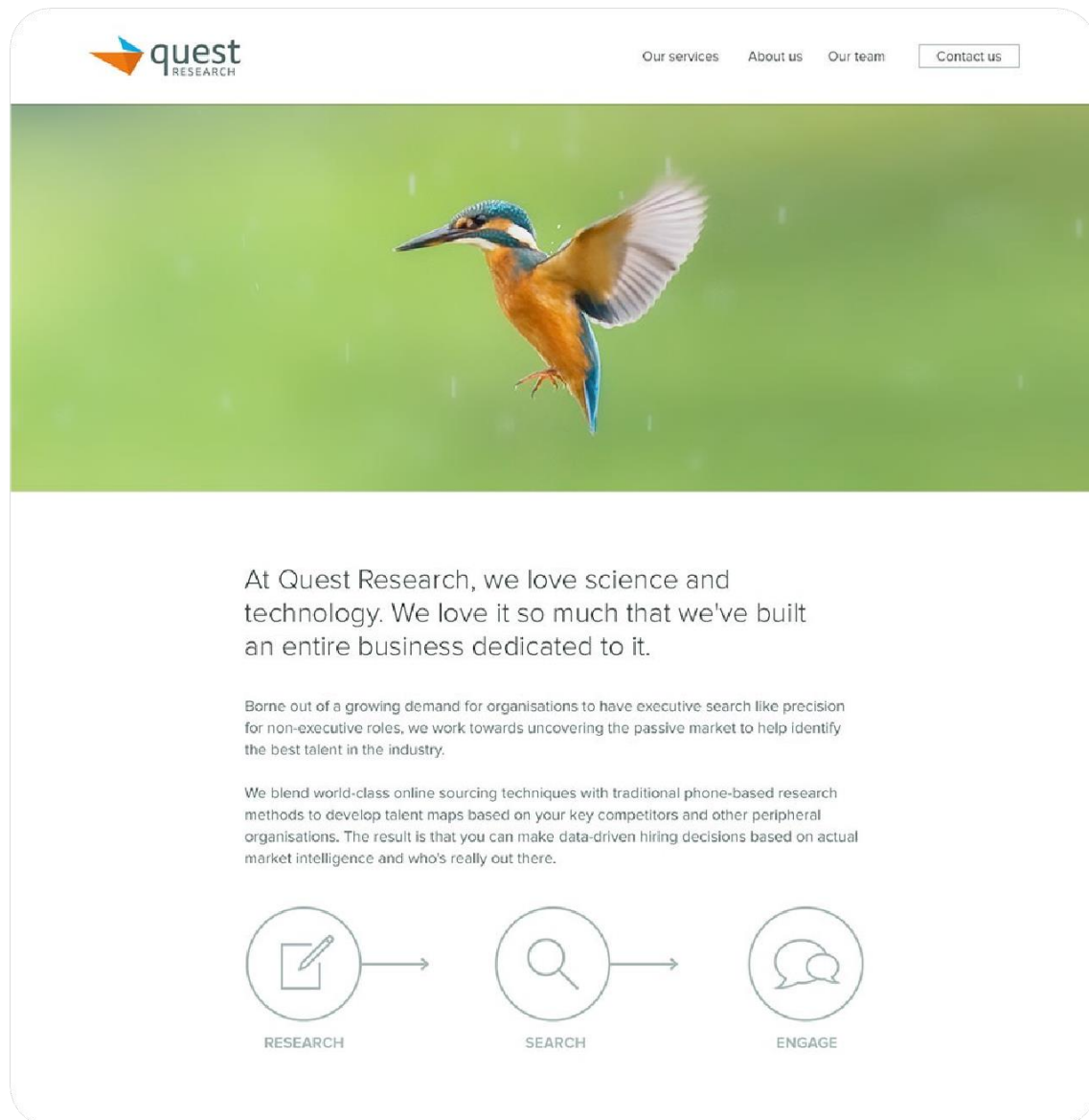


Además, para garantizar un diseño fluido donde la información estuviera visible de manera rápida, cada sección contaría con dos columnas, un *sub-grid* "de libro", donde se alternaría texto e imágenes para no sobrecargar a los visitantes. Además, el sistema en dos columnas es sencillo de adaptar a una única columna si la web es visitada desde un dispositivo móvil.



## Diseñando los elementos visuales

Después de un primer bocetado a mano, ya teníamos una marca, un esquema del sitio web y contenido con el que trabajar (generado por IA a modo de ejemplo mientras Quest Research no nos enviara los textos finales), así que era momento de afinar los detalles visuales y de generar un diseño o prototipo estático real.



La estética del diseño debía ser minimalista, con un fuerte enfoque en el contenido y en el manejo de la tipografía. Para ello sería necesario añadir algunos efectos:

- En la página de inicio, la imagen del Martín pescador se mueve de forma independiente del fondo para crear un sutil efecto de paralaje.
- La barra de navegación está fija en la parte superior del navegador y sigue al usuario mientras se desplaza, para garantizar que pueda navegar fácilmente a diferentes secciones en todo momento.

- La barra de navegación se oculta cuando el usuario se desplaza hacia abajo, para no obstruir el contenido, y hacer que reaparezca cuando el usuario se desplaza hacia arriba.
- Los enlaces de la barra de navegación contarán con un efecto *on hover* que ayudará al usuario a identificarlos como un elemento clickable.

## Our services

Looking at strategic sourcing for a Leadership position, hard-to-fill role or niche skill set? We offer a range of talent solutions and bespoke services to meet your recruitment needs.



### TALENT POOLING

Be proactive and build a solid pipeline of talent before a role becomes live in order to reduce your time to fill.

Used to help build real-time succession plans for business critical positions or for critical skillsets with a high potential of growth.



### TALENT MAPPING

Strategic sourcing at its very best.

Gain visibility on a target market to enable you to make the right hiring decisions based on actual market intel. Take a strategic approach to finding a solution to your human capital need.

“To give real service you must add something that cannot be bought or measured with money, and that is sincerity and integrity.”

- Douglas Adams




La sección de servicios está dividida en bloques de contenido, con un bloque de color sólido y una imagen para separar cada sección; siguiendo la composición estilo libro.

El texto se centrará verticalmente dentro de cada bloque, lo que resultará bastante complicado de codificar, ya que se trata de una cuadrícula fluida y los bloques de texto tienen alturas dinámicas, pero que, junto a la jerarquía de texto empleada generará pequeños bloques de contenido fáciles de leer y visualmente elegantes que dotarán al contexto de un ambiente trabajado y cuidado.

También se utilizarán algunas citas grandes y alineadas al centro para completar la sección con frases correspondientes con la identidad corporativa de la marca.


## Our team


We at Quest Research believe that people are the lifeblood of our business; Our customers, the talent we identify and our team.



**Ken Hew**  
DIRECTOR

Ken has over 7 years experience as a search specialist. He was a foundation member of the research team at the Xpend Group, one of Australia's highest award winning recruitment and executive search firms. Ken is proud to have worked with world leading science organisations and some of Australia's largest businesses. He is passionate about Research and is active in the Australian Sourcing community.





**Stephanie Hew**  
SOCIAL MEDIA & ENGAGEMENT MANAGER

Stephanie has a strong background working with higher education institutes to help young adults realise and refine their full potential. Over the last 7 years, she has worked with private education providers and universities to develop student engagement programs and implemented social media strategies to foster effective communication and increase engagement with their student communities.

## About us

Quest Research aims to break away from traditional recruitment strategies to bring you the best and the brightest.



### Not getting the results you need from the same old recruitment channels: job ads, the internal database or personal networks?

Coming from industry, we know that recruitment agencies work towards a monthly revenue target and prioritise high value roles and those with quick wins. We believe that this approach does not work particularly well for those more challenging positions that require a little more effort.

Quest Research is at the forefront of search in today's information rich society. We take a proactive approach in identifying the right types of people using the best possible approach and technologies available for your specific role.

Imagine if you had full visibility into your target market and you were able to reach in and pick out the best in the industry for your talent needs.

