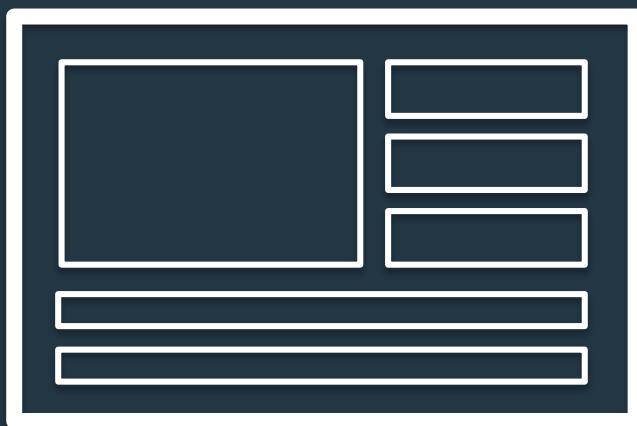


INSPIRACIÓN PARA EL DISEÑO DE SITIOS WEB



77
EJEMPLOS DE
PÁGINAS PRINCIPALES,
BLOGS Y PÁGINAS
DE DESTINO
excepcionales

ÍNDICE

DISEÑOS DE PÁGINAS PRINCIPALES:

Agencias y estudios
Comidas y bebidas
Organizaciones sin fines de lucro
Tecnología y software
Comercio electrónico y comercio minorista
Cultura y estilo de vida

DISEÑOS DE BLOGS:

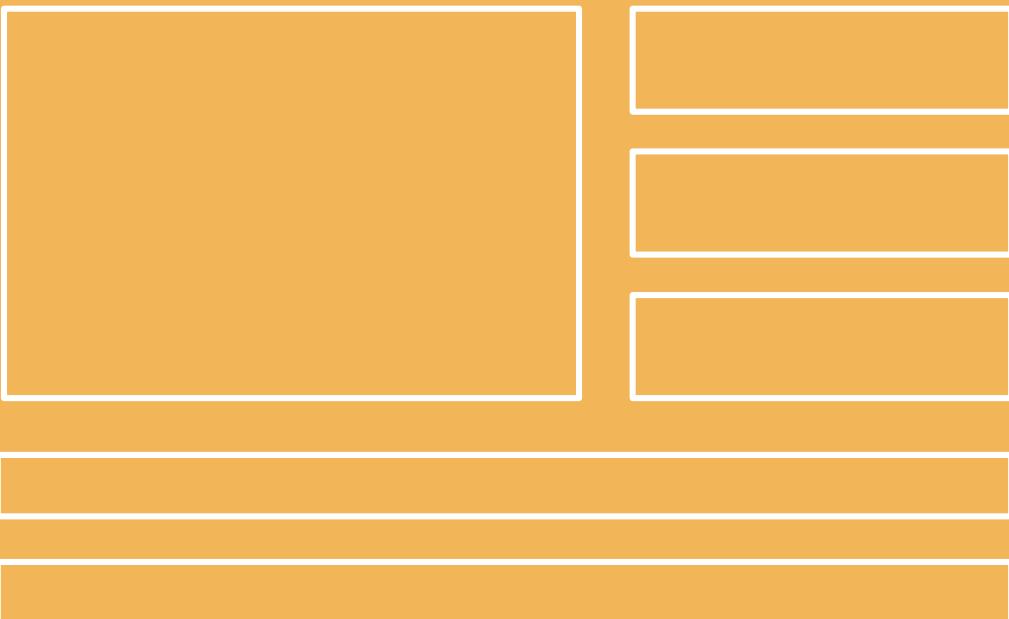
Empresas
Cultura y estilo de vida
Organizaciones sin fines de lucro
Tecnología y software

DISEÑOS DE PÁGINAS DE DESTINO:

Agencias y estudios
Comidas y bebidas
Organizaciones sin fines de lucro
Tecnología y software
Comercio electrónico y comercio minorista
Cultura y estilo de vida

DISEÑOS DE PÁGINAS PRINCIPALES

EJEMPLOS DE AGENCIAS Y ESTUDIOS



Hum | Humcreative.com

The screenshot shows the Humcreative.com homepage. At the top, there's a large orange square containing a smartphone displaying a mobile website for "Taco Bell". To its right is a yellow square with a white tote bag featuring a colorful graphic. Below these are two smaller squares: one orange with a black baseball cap and another white with a small graphic. On the left side of the page, there's a photograph of three people working at a desk in an office. To the right of the images is text: "We make brands, websites, and friends." and "We tackle creative challenges with tenacity, and we love what we do." On the far right, there's a vertical column of logos for various clients, including Microsoft, Pratt, Forterra, REI Co-op, Patagonia, Cascade, Skanska, KEXP, Space Needle, Amazon, Town Hall, Sellen, and Theo.

We make brands, websites, and friends.

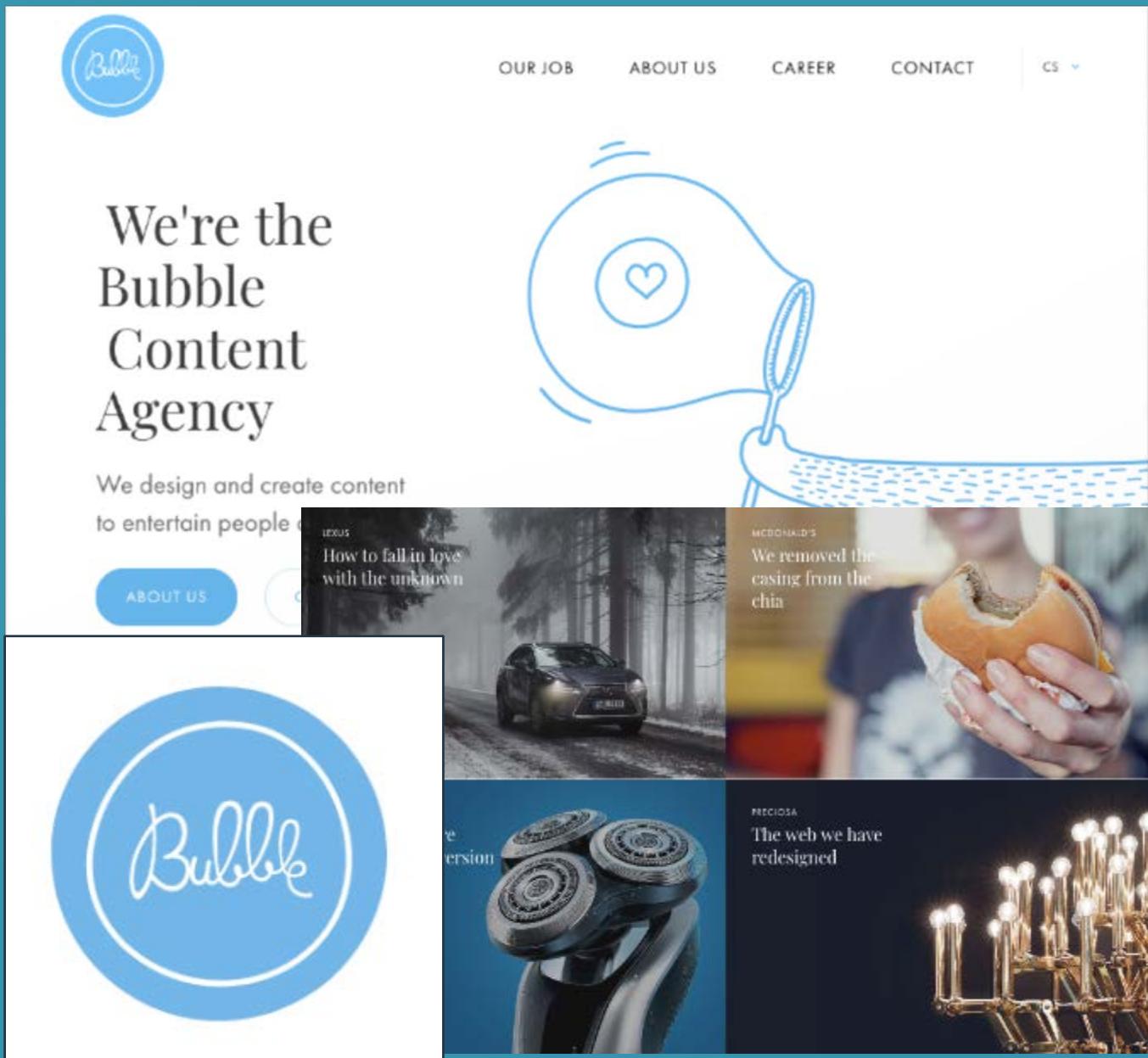
We tackle creative challenges with tenacity, and we love what we do.

We work with those we wholeheartedly admire.

Microsoft
Pratt
Forterra
REI Co-op
Patagonia
Cascade
Skanska
KEXP
Space Needle
Amazon
Town Hall
Sellen
Theo

La página principal de Hum usa fotografías brillantes para contar la historia del estudio. En lugar de usar un formato de cuadricula, sobrepone fotos de diferentes tamaños y en distintas posiciones para lograr un mayor interés visual. Los enlaces de navegación permanecen fijos en las cuatro esquinas mientras te desplazas por la página, mientras que el logotipo de la marca presenta una animación mínima, pero notable.

Bubble | Followbubble.com



Esta agencia situada en la República Checa utiliza una combinación de ilustraciones divertidas, espacio en blanco e imágenes de alta calidad para captar tu atención. El diseño es definido y amigable, perfectamente compatible con la marca.

HUGE | Hugeinc.com

H

Hello.



04. ————— Ideas.

What matters now.

Strategists, technologists, designers, & creatives at Huge share perspectives on the year ahead.

Las agencias a menudo tienen que elegir entre destacar su marca y destacar su trabajo. La agencia HUGE encontró una manera creativa y atractiva de resaltar ambos elementos mediante el uso de fuentes en negrita y contenido visual interesante para demostrar quiénes son y qué hacen.

BORN | Borngroup.com

BORN

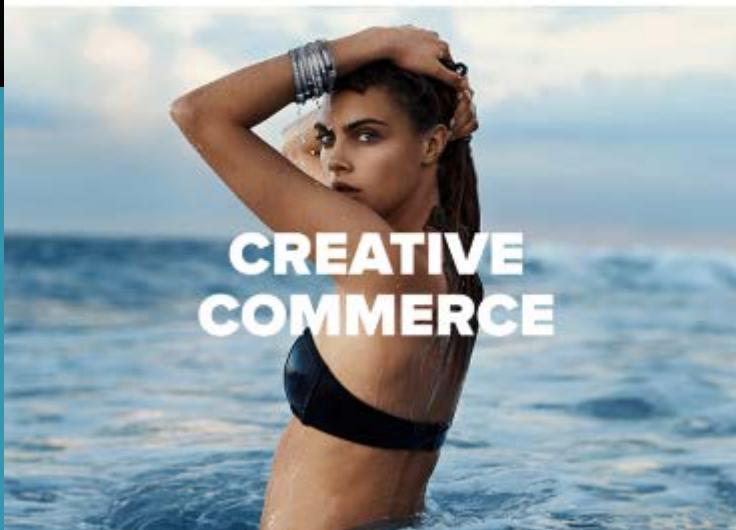


Big Experiences

Global digital & content production agency

BORN

Featured Work



La página principal de BORN usa un video de alta definición en lugar de una imagen de encabezado estándar para atraer tu atención desde el primer momento. Si te desplazas hacia abajo en la página, encontrarás un área llamada “Trabajo destacado”, que se divide en dos categorías principales, cada una con una imagen cautivante. Al hacer clic en estas imágenes, te trasladas hacia páginas con ejemplos de clientes en un formato de cuadricula.

Si Digital | Sidigital.co



HOME

SERVICES

PROJECTS

We help progressive companies increase productivity, improve customer experience and gain competitive advantage by **designing & building user focussed digital products.**

FEATURED PROJECT

Hasbro Source

A bespoke software solution to develop a web-based catalogue, viewable offline on multiple devices. Easy editing, PDF generation and a UX focus to create a platform that supports all teams.

READ CASE STUDY

La página principal de Si Digital ofrece una proposición de valor muy clara, con una parte del texto en color rosa que contrasta y destaca las especialidades. Debajo de la primera plana, el contenido toma protagonismo con el estilo de caso de éxito, ofreciendo a los visitantes una demostración en las redes sociales desde el comienzo.

REESTART | Reestart.com

REESTART

Ensemble, créons votre réussite digitale.

[CONTACTER L'AGENCE](#)

FONDATION GOODPLANET

SIGRID DARMENDRAIL
DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION



Collaborer avec Reestart, c'est s'associer **une agence réellement impliquée, passionnée** par ses projets et ayant le **souci du travail bien fait.**

[LIRE L'ÉTUDE DE CAS : FONDATION GOODPLANET](#)

La singular página de inicio de esta agencia francesa presenta animaciones coloridas dentro del logotipo. A medida que te desplazas hacia abajo en la página, aparecen recomendaciones de clientes a ambos lados que destacan el trabajo de la agencia.

Nota: el hecho de que añade rostros a cada recomendación genera confianza de inmediato y capta la atención de los visitantes.

COMIDAS + BEBIDAS



Mah Ze Dahr | Mahzedahrbakery.com

SHOP ABOUT PRESS CONTACT



LOGIN CART 0



A DELECTABLE JOURNEY of
MYSTERY and DESIRE

The background of the main banner features a dark, artistic photograph of various baked goods. On the left, there's a chocolate cookie with white frosting. In the center, a slice of cake with white frosting and red cherries is shown. On the right, there's a tray with more cookies and a fork.

Banana Bread

\$29.39



Brioche Doughnut

\$22.96



Carrot Cake

\$50.52



Chocolate Chip Cookies

\$11.02

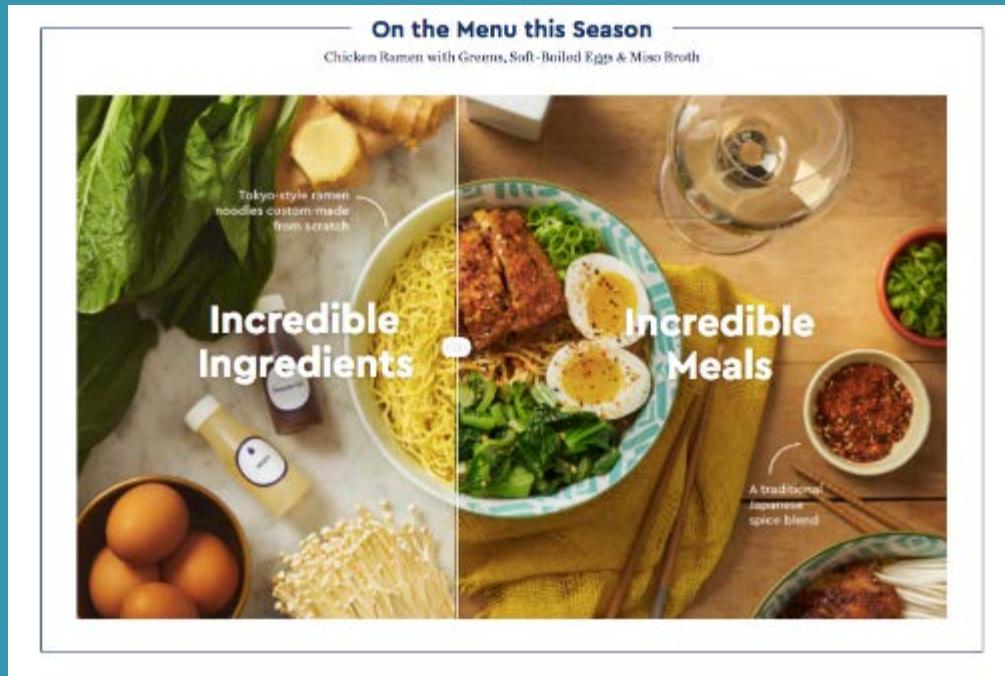
La página principal de la panadería Mah Ze Dahr presenta un agradable equilibrio entre fotografías hermosas de ancho completo, imágenes recortadas de productos panificados y texto informativo.

El logotipo ocupa una posición central y permanece fijo mientras te desplazas hacia abajo en la página, lo que permite que la marca se destaque todo el tiempo.

Blue Apron | Blueapron.com

Order our top-rated
recipes today!

Get Started



La página principal del servicio de reparto de comida va directamente al grano: “¡Pide hoy nuestras recetas mejor valoradas!”

A medida que te desplazas hacia abajo en la página, Blue Apron te muestra elementos visuales interactivos asombrosos, como el módulo del control deslizante que permite a los visitantes alternar entre dos vistas.

Orangina | Orangina.eu

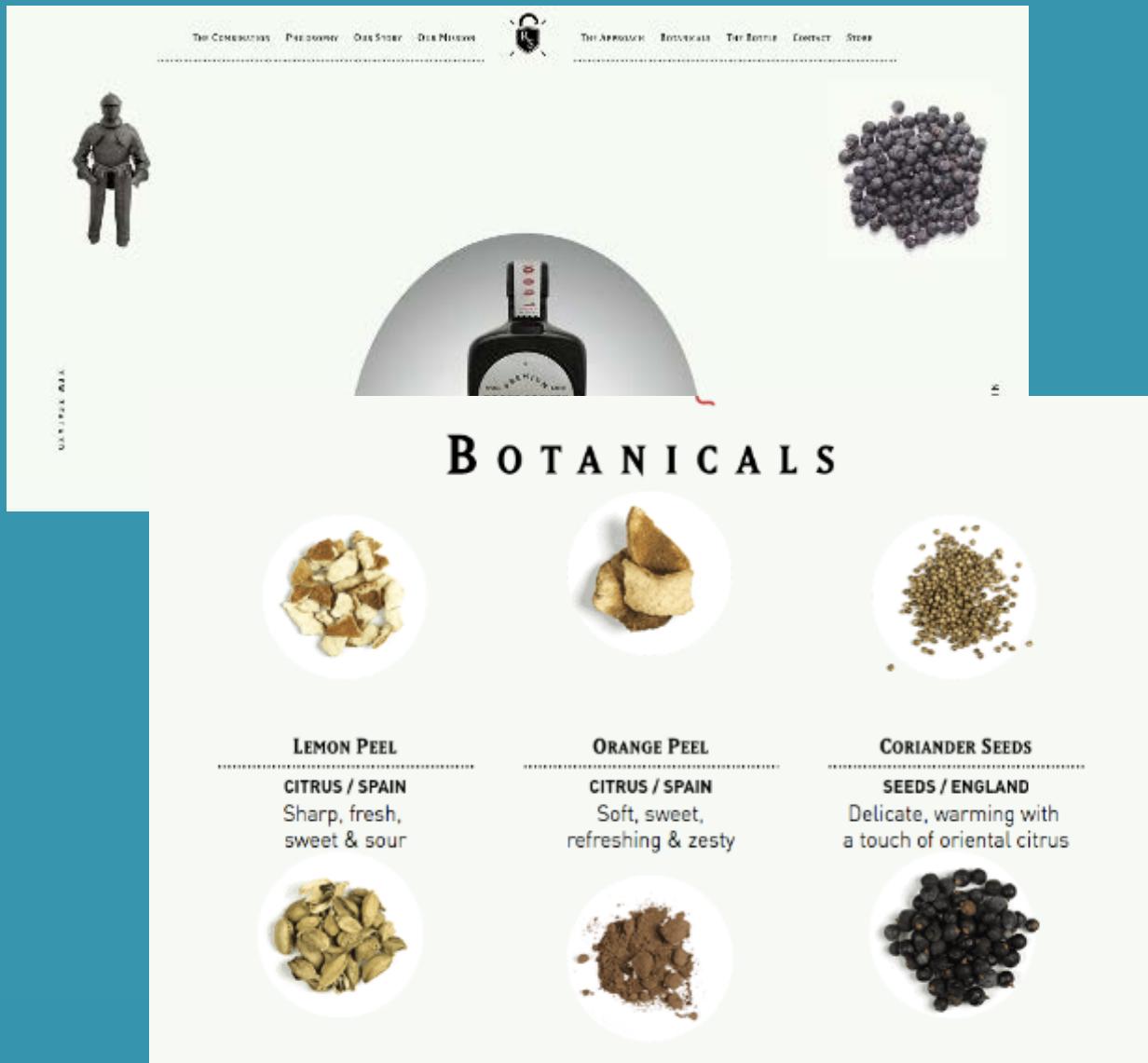
The screenshot shows the Orangina website's main page. At the top left is the Orangina logo. To the right are navigation links: a smartphone icon labeled "HOME", an orange slice icon labeled "HERITAGE", a bottle icon labeled "PRODUCTS", and a "English" dropdown menu. Below the navigation is a large, stylized yellow bottle of Orangina with a blue label that says "ORANGINA Original". To the left of the bottle is a graphic of a hand holding a bottle and the text "SHAKE THE PULP". Below this is a note: "To really enjoy the taste of Orangina you have to gently shake the bottle to mix the fruit inside." At the bottom is a grid of five interactive cards:

- ORANGINA ON FACEBOOK**: Includes a Facebook "Like" button.
- THE VERY FIRST BOTTLE**: Shows an image of the first Orangina bottle.
- NOTHING TO HIDE**: Features an orange slice icon and text about the product's ingredients.
- IN 1953...**: Shows a vintage Orangina advertisement.
- THE ORANGINA PRODUCTS**: A "VIEW ALL" button.

Después de presentarte fotografías de productos de alta calidad, la página principal de Orangina te guía hacia abajo hasta una cuadrícula de contenido interactivo. Cuando colocas el cursor sobre un determinado cuadrado en la cuadrícula, su estructura cambia de forma.

Se trata de una página original y bien organizada, que proporciona una divertida experiencia del usuario.

Rouge Society | Roguesocietygin.com



La página principal de este fabricante de ginebra neozelandés es un gran ejemplo de lo que puede ocurrir cuando se conjugan la ilustración, la fotografía, el diseño de paralaje y la identidad de una marca para contar una historia cohesiva.

Cada sección de contenido presenta una nueva parte de la historia (en compañía de elementos visuales atractivos) y un navegador numerado en el lado izquierdo que te permite monitorizar tu progreso.

COSO | Cosowinerestaurant.com

co
so

COSO

MENU

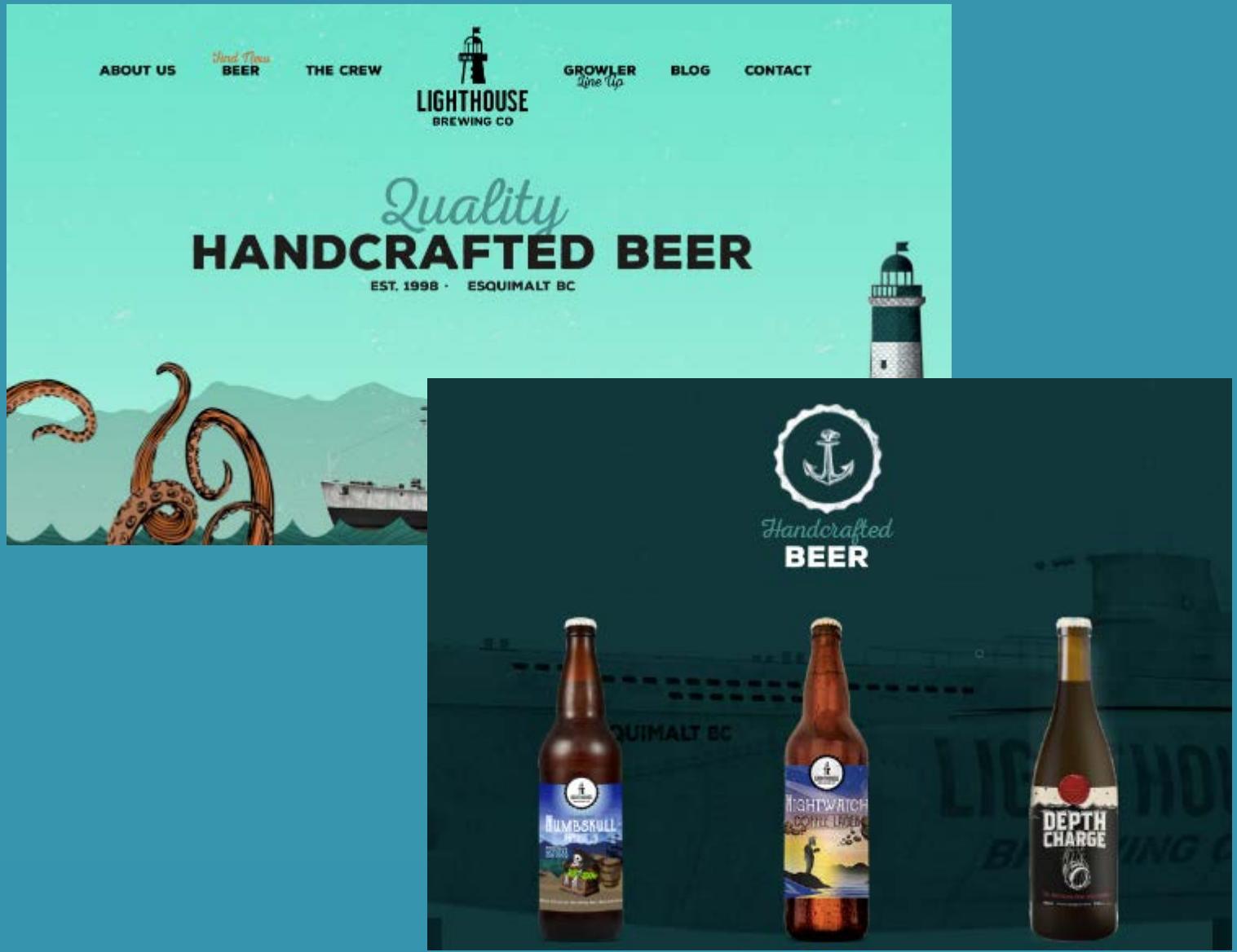
PRENOTAZIONI

CONTATTI



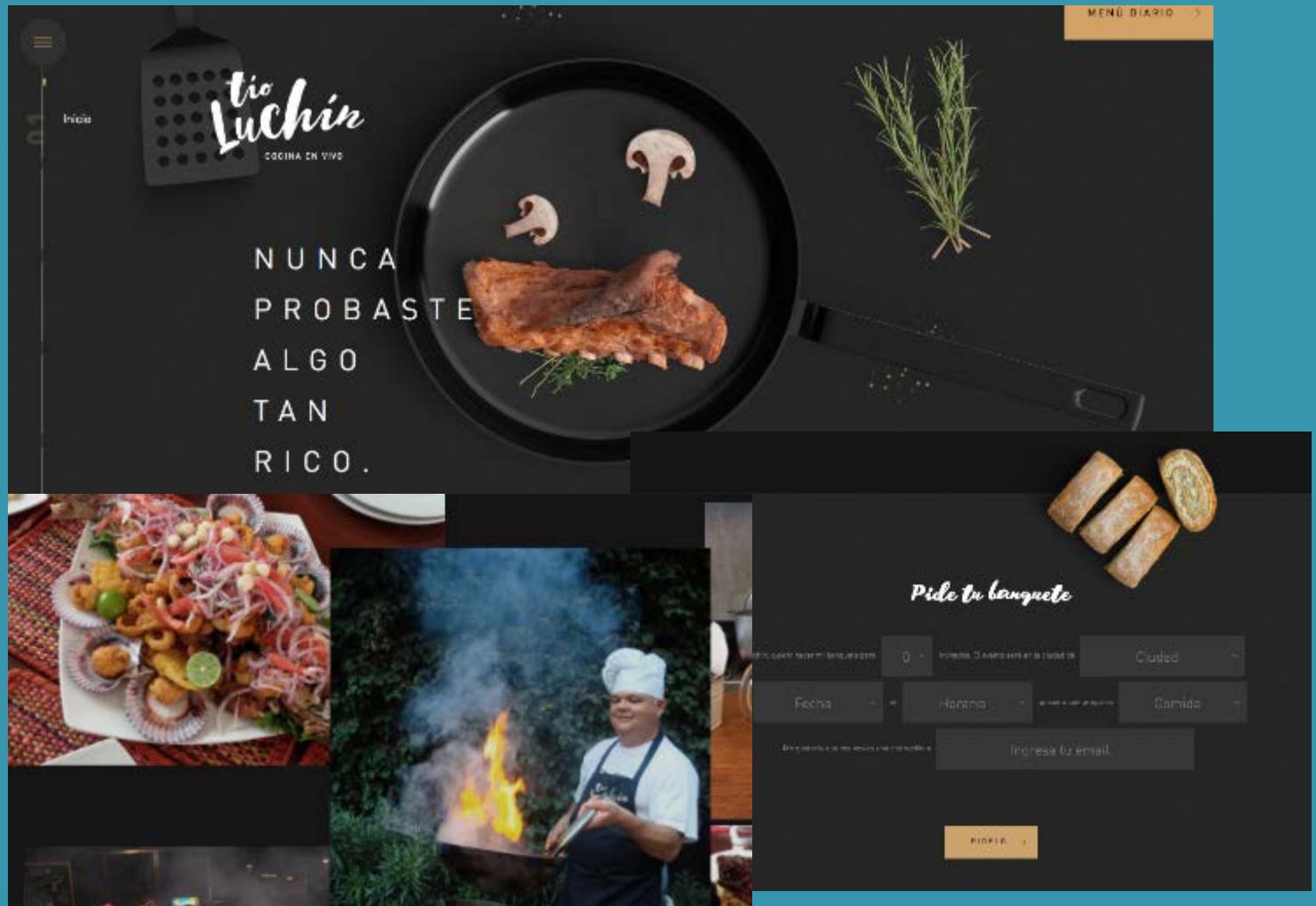
Esta es la deliciosa página principal italiana del restaurante bodega COSO. Una flecha indica claramente cuál debería ser tu primera interacción en la página, mientras que un navegador vertical del lado derecho te permite monitorizar tu progreso. Para que todo luzca interesante, la página usa una combinación de elementos visuales en blanco, negro y color.

Lighthouse Brewing Co | Lighthousebrewing.com



La página principal de Lighthouse Brewing Co llama la atención de inmediato con una hermosa ilustración del océano, con olas y otros elementos animados que se mueven suavemente hacia arriba y hacia abajo. A medida que te desplazas hacia abajo, en las profundidades, todo el contenido se alinea estéticamente y se produce un equilibrio entre la información y los elementos visuales.

Tío Luchín | Tioluchin.com



Tío Luchín es un servicio de catering de comida peruana con una página principal dinámica.

Una serie de efectos de desplazamiento de paralaje te guía a través de cinco secciones, cada una de las cuales incluye un componente visual o audible. Casi al final de la página, hay un sencillo cuestionario con campos de formulario (en la parte superior derecha) que invita a solicitar un presupuesto de un modo fácil y divertido.

Chickenbot | Chickenbot.it



The best chicken in your home with a click.
From today with more potatoes and sauces of your choice!

BAKED

MADE IN ITALY CHICKEN

13, 50 €

DIRECTLY TO YOUR HOME

 DO YOU WANT A CHICKENBOT?



La página principal de este servicio de reparto de pollo italiano nos brinda un gran ejemplo de cómo usar el diseño de paralaje para contar una historia. A medida que te desplazas hacia abajo en la página, unas deliciosas imágenes se deslizan hacia el centro de la pantalla. Si continúas, aparecen automáticamente algunas estadísticas. Cada pequeño movimiento e interacción te incita a seguir descubriendo información.

ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO



Rotary | Rotary.org



WE CONNECT PEOPLE

Rotary unites more than a million people

Through Rotary clubs, people from all continents and cultures come together to exchange ideas, and form friendships and professional connections while making a difference in their backyards and around the world.

1.2 MILLION
members and 35,000+ clubs

The main page of the Rotary website features a large image of a young child looking at a water filter. Overlaid on this image is the Rotary logo and the text "People of Action". Below this, there is a white callout box containing the tagline "WE CONNECT PEOPLE" and the statement "Rotary unites more than a million people". It also includes a brief description of how Rotary clubs bring people from different backgrounds together to make a difference. To the right of the text is a graphic showing a network of people's faces connected by lines, with a central circle containing the number "1.2 MILLION members and 35,000+ clubs".

La página principal de Rotary comienza con ventanas que describen sus misiones, y presenta videos breves que muestran las diversas causas, como la de proporcionar agua potable en todo el mundo. A continuación, una serie de características animadas se unen mientras te desplazas y crean una historia con sus éxitos a largo plazo. El uso de los colores y las imágenes de Rotary no solo diferencia cada éxito, sino que además incita al visitante a seguir avanzando en su descubrimiento.

Names for Change | Namesforchange.org



Names for Change presenta una breve introducción antes de llevar a los visitantes a su página principal. Para ir directamente al grano, muestra una cuadrícula con elementos de la vida cotidiana que todos necesitamos para vivir cómodamente. Al mostrar unos pañales y un desayuno recién preparado, entre otras cosas, nos recuerda a aquellos afortunados que no todos tienen lo que nosotros consideramos común. Al colocar el cursor sobre cada uno de estos elementos, se describe su propósito y el valor asociado para hacer una donación.

Vintage Hope | Vintagehope.co.uk



La página principal de Vintage Hope tiene un estilo artesanal y clásico que es al mismo tiempo moderno y profesional desde el punto de vista de la experiencia del usuario.

Si bien las pinceladas y los contornos imprecisos le dan a la página un toque orgánico particular, el entramado preciso y la disposición organizada evitan que la página tenga una apariencia desordenada o muy cargada.

Malala Fund | Malala.org

OUR WORK MALALA'S STORY GIRLS' EDUCATION NEWS [DONATE](#)

If one girl with an education can change the world, what can 130 million do?

More than 130 million girls are out of school.

Donate today to make it zero.

Join Malala's movement

Enter email address [JOIN](#)

Los vibrantes trazos de rosa y amarillo atraen la atención de aquellos que visitan la página principal de Malala. Aunque Malala es una referente en todo el mundo y una defensora de la educación y la perseverancia, los mensajes se centran en aquellas personas que participan en el fondo y se benefician de este, y no en ella.

World Wildlife Fund | Worldwildlife.org

The image shows the homepage of the World Wildlife Fund (WWF) website. At the top, there is a navigation bar with links for "OUR WORK", "SPECIES", "PLACES", "ABOUT US", "HOW TO HELP", a search bar, and buttons for "DONATE" and "ADOPT". The main banner features a large photograph of several elephants. Overlaid on the banner is the text "COMPANIES JOIN FORCES TO FIGHT ILLEGAL WILDLIFE TRADE ONLINE" in bold white letters, followed by a smaller line of text: "Announcing the Global Coalition to End Wildlife Trafficking Online". Below the banner, there are three vertical columns. The left column shows a close-up of a woman's face with the text "Women in Nepal lead the way in conserving forests". The middle column shows a giraffe in a field with the text "TAKE ACTION Tell Congress: Don't cut conservation funding" and a "SIGN ON TODAY >" button. The right column shows a close-up of a snow leopard's face with the text "WWF ON TV Support WWF with a monthly gift to help protect snow leopards and other species".

OUR WORK SPECIES PLACES ABOUT US HOW TO HELP Search DONATE ADOPT

WWF

COMPANIES JOIN FORCES TO FIGHT ILLEGAL WILDLIFE TRADE ONLINE

Announcing the Global Coalition to End Wildlife Trafficking Online

Women in Nepal lead the way in conserving forests

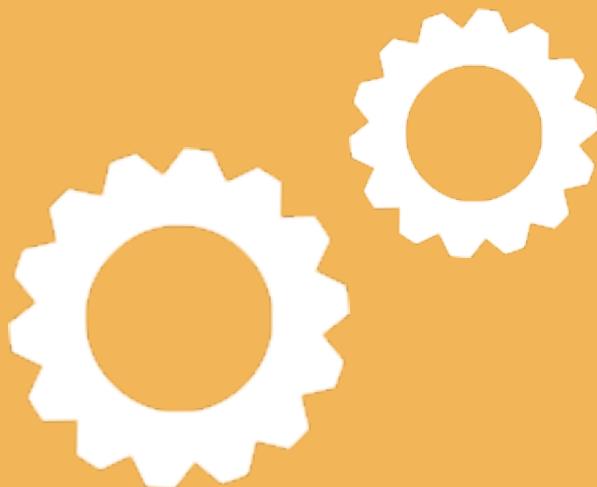
TAKE ACTION
Tell Congress: Don't cut conservation funding

SIGN ON TODAY >

WWF ON TV
Support WWF with a monthly gift to help protect snow leopards and other species

WWF incluye una historia destacada como elemento principal y usa imágenes grandes de ancho completo que preparan el escenario para la página principal. Al contrastar el negro y el blanco con fotografías de alta calidad y colores simples, atrae la vista hacia los botones que permiten hacer donaciones y áreas específicas de trabajo. Las seis categorías que conforman la misión están bien organizadas y diferenciadas por algunos de estos colores simples.

SOFTWARE + TECNOLOGÍA



Slack | Slack.com



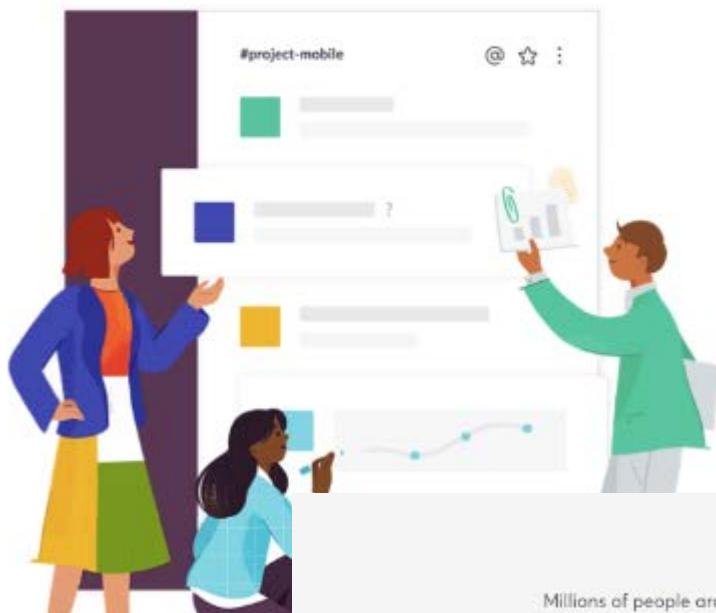
Why Slack?

Pricing

About Us

Find Your Workspace

Create Workspace



Where Work Happens

When your team needs to kick off a project, hire a new employee, deploy some code, review a sales contract, finalize next year's budget, measure an A/B test, plan your next office opening, and more, Slack has you covered.

Email address

GET STARTED

You're in good company

Millions of people around the world have already made Slack the place where their work happens.

DISCOVER WHY

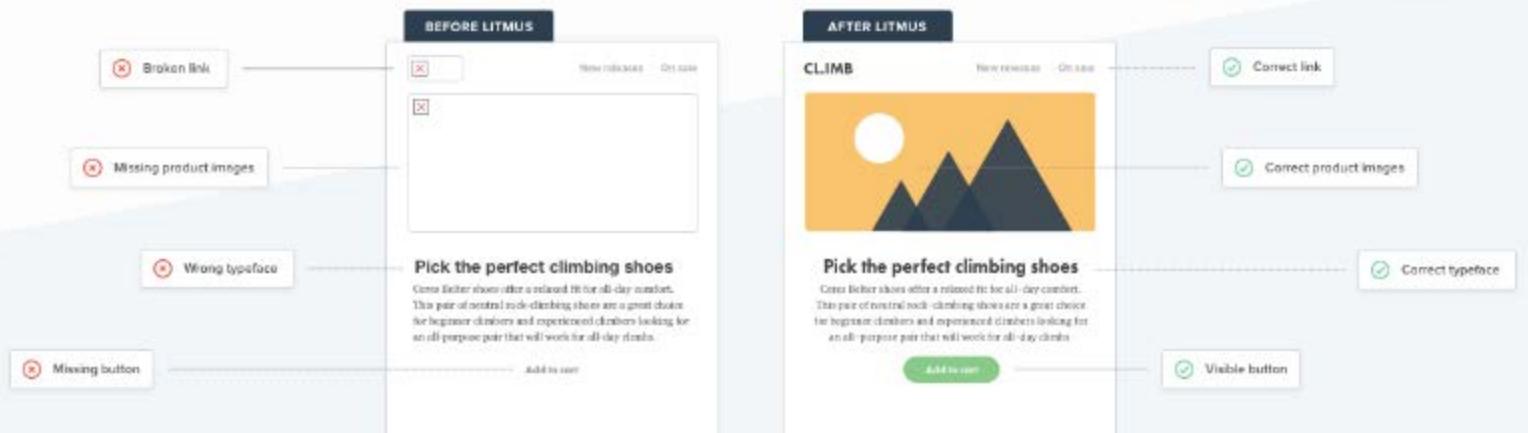


La página principal de Slack opta por un diseño simple con una breve descripción del valor de la herramienta seguido de una llamada a la acción: "Comienza ahora". Debajo de la primera plana, Slack presenta a varios clientes importantes para demostrar la credibilidad y calidad del servicio de mensajería.

Litmus makes your email better

Your subscribers open email across many different apps and devices. Litmus is the easiest way for teams to create great email for every subscriber, everywhere.

[Sign up free →](#)



Litmus ofrece herramientas que permiten resolver los problemas de email marketing, e incorpora un agradable tono anaranjado a su página principal. La página está repleta de ilustraciones simples que tienen el objetivo de demostrar las capacidades y los beneficios del software.

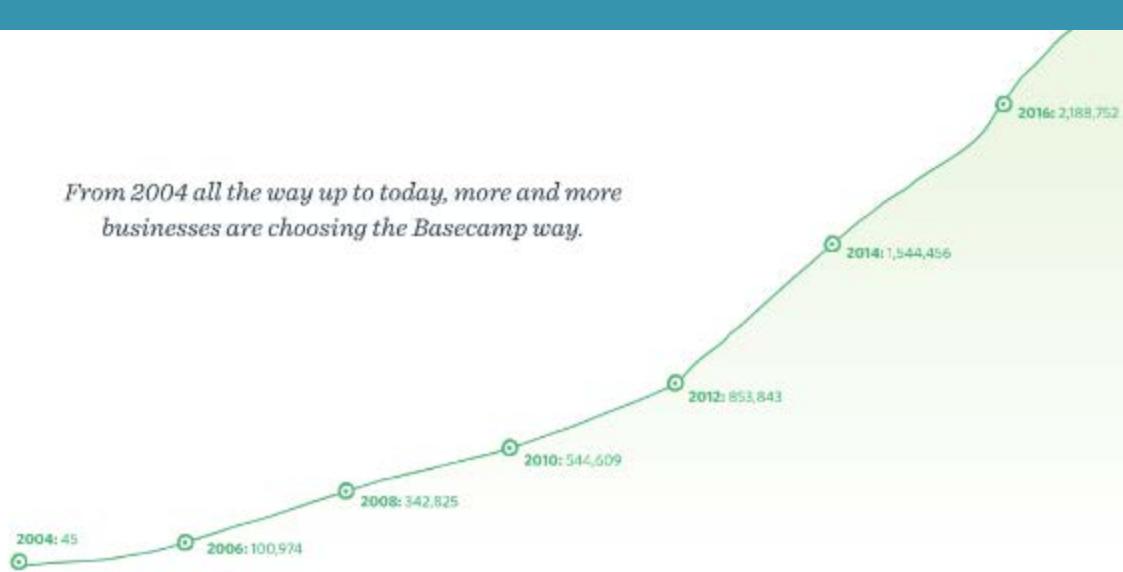
Basecamp | Basecamp.com



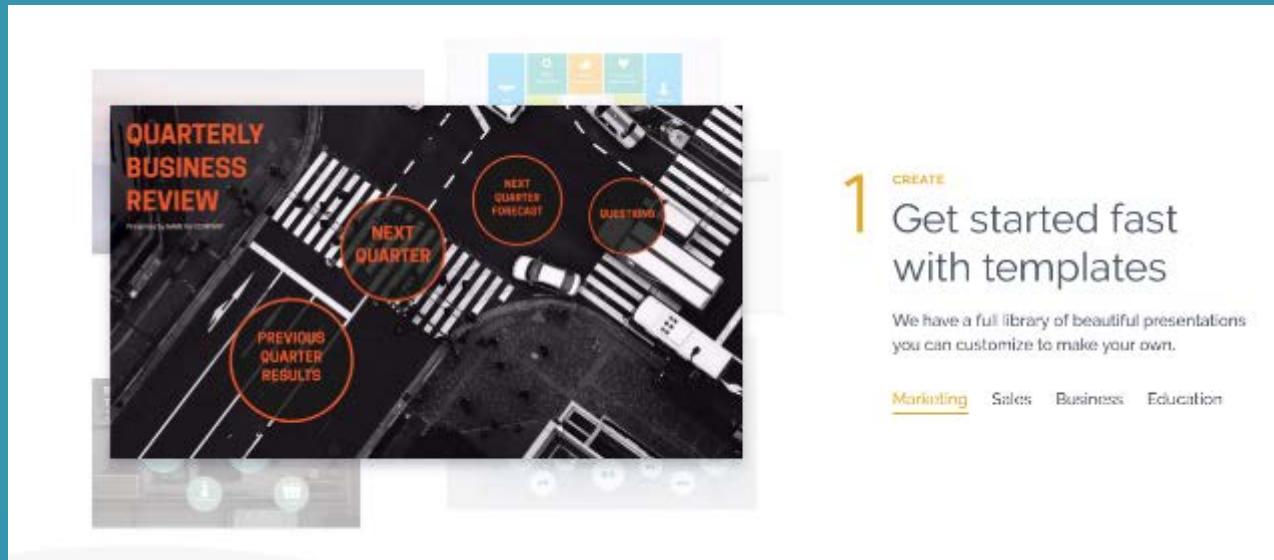
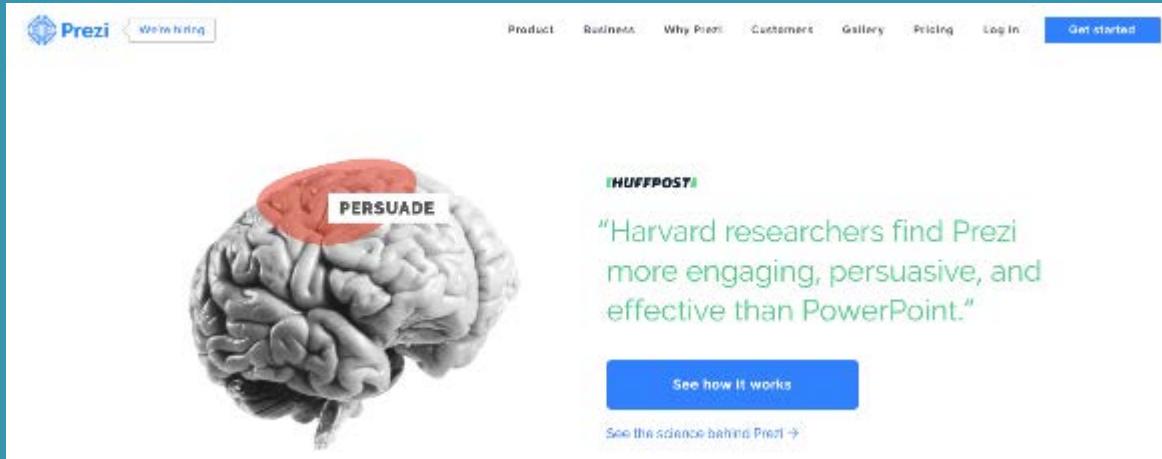
We've been expecting you.

All growing businesses run into the same fundamental problems. Hair on fire, buried under email, stuff everywhere. The good news? [Basecamp solves them.](#)

Con un dibujo animado en su página principal, Basecamp representa lo que promete resolver de un modo divertido. Hacia la parte inferior de la página, encuentras un gráfico llamativo que demuestra el crecimiento de la base de clientes de Basecamp. Este gráfico sugiere que el software está evolucionando junto a su audiencia, que se compone de un número cada vez mayor de fieles seguidores.



Prezi | Prezi.com



La página principal de Prezi es nítida y fresca, y aprovecha el espacio en blanco para hacer brillar los elementos visuales. A medida que te desplazas hacia abajo en la página, verás que Prezi empalma imágenes del producto en acción, incorporando una ligera animación para ayudarte a recorrer el contenido.

Mint | Mint.com

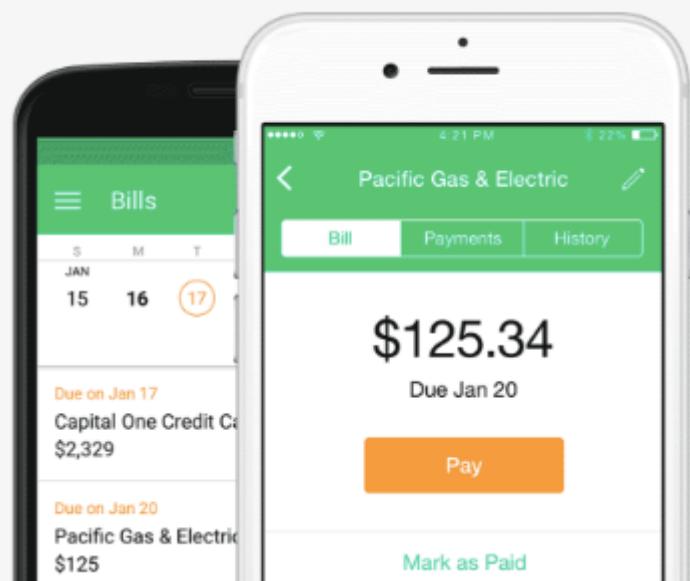


Effortlessly stay on top of bills

At last, your bills and money are together in one place and easier than ever to manage. Just add your bills to see how helpful we can be.

- See bills and money in one place.
- Get alerts and schedule payments on the spot.
- Say goodbye to late fees.
- Stop logging into multiple sites.
- Deliver payments fast.

[Learn more](#)



Mint se destaca porque pone el centro de interés en crear sentimientos de felicidad y seguridad en lugar de ponerlo en su producto. Las llamadas a la acción de color naranja resaltan e incluyen el ícono de un candado que te motiva a acceder a lo que sea que están ofreciendo. Las características del producto que se encuentran a continuación exponen temas de conveniencia y confianza, pero con un enfoque en el uso de dispositivos móviles y tabletas.

COMERCIO ELECTRÓNICO +
COMERCIO MINORISTA



Hard Graft | Hardgraft.com

hardgraft
DESIGNED IN ITALY MADE IN CHINA

It's a matter of balancing **JUXTAPOSITIONS**. Creating an ideal **TENSION** between the hard and soft, rough and smooth, old and new. The beauty lies in the **CONTRADICTIONS**. Just as in life.



Hard Graft adopta un enfoque innovador para exhibir sus productos en la página principal. A medida que te desplazas hacia abajo en la página, el logotipo de Hard Graft permanece fijo y puedes ver hermosas fotografías recortadas de sus productos. Como resultado, los productos se perciben como elementos de diseño y contribuyen al atractivo de la página.

Pure Fix | Purefixcycles.com

About | Blog | Press | Find a Dealer | Promotions | Videos

  Account | Register | Reviews | CART

BIKES | ACCESSORIES | SALE | NEW

PURE CYCLES

search... try it!



Classic Looks, Modern Engineering.

Duck out of the wind and mash up the mountain with our Drop Bar Road.

[SHOP ROAD SERIES](#)

Este es un gran ejemplo de cómo dejar que el producto hable por sí mismo en una página principal.

En lugar de abrumar a los visitantes con datos técnicos (p. ej., especificaciones de fabricación, etc.), Pure Fix simplemente les muestra sus bicicletas, sin fondos, en una cuadrícula bien organizada. Es nítida.

Es pura. Se adapta perfectamente a su marca.

Best Selling Bikes



Pure City Step Through Bike - 3 Speed
\$425



Urban Commuter Bike
\$440



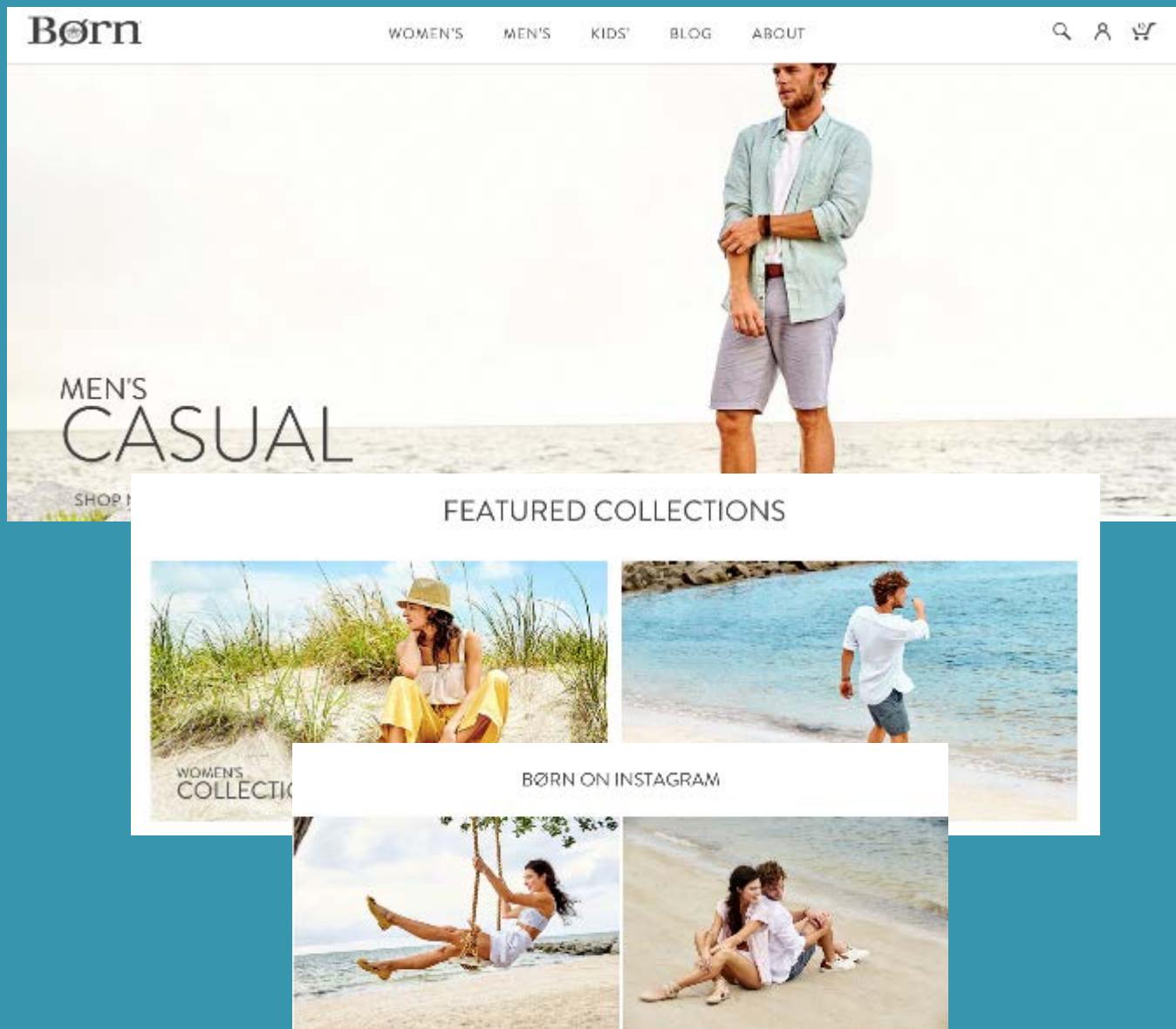
Original Plus
\$500



Pure City Classic Bike - 3 Speed
\$420



The Born | Bornshoes.com



La página principal de Born usa tres estilos distintos de fotografías para mostrar sus calzados: primeros planos de alta calidad, tomas de paisajes de alta calidad y, hacia abajo en la página, fotografías de Instagram de clientes. Cuando te desplazas por las imágenes y pasas el cursor sobre ellas se producen efectos sutiles que hacen más atractiva la página.

Sanctuary T Shop | Shopsanctuaryt.com

FREE SHIPPING ON ALL ORDERS \$50 OR MORE

OUR RESTAURANT SEARCH

LOGIN CART (0)

Sanctuary T™ Shop

OUR TEAS / BYOT / TEA ACCESSORIES / BLOG / WHY T?



La página principal de Sanctuary T Shop usa una hermosa fotografía para contar una historia no solo acerca de lo que son sus productos, sino también sobre el lugar de donde vienen. Como resultado final, logra un agradable equilibrio entre lo orgánico/natural y lo nítido/moderno.

OUR BESTSELLERS



BALANCE

Calming herbal blend



CHOCOLATE HONEYBUSH

Healthy chocolate blend



GEISHA BEAUTY

Peach-flavored



TOASTED ALMOND

Warm, fruity blend

CULTURA + ESTILO DE VIDA



Spotify | Spotify.com



Premium

Help

Download

| Sign up

Log In

Music for everyone.

[GET SPOTIFY FREE](#)

[GET SPOTIFY PREMIUM](#)

It's easy.

Search
Know what you want to listen to? Just search and hit play.

Browse
Check out the latest charts, brand new releases and great playlists for right now.

Discover
Enjoy new music every Monday with your own personal playlist. Or sit back and enjoy Radio.

El mensaje es sencillo: Spotify ofrece una cantidad inacabable de música que puede satisfacer a cualquier usuario. En su página, destaca dos botones principales sobre un fondo colorido con artistas y ofrece mucha más información más abajo. Para comprobar su valor, describe características en términos básicos, permite que los visitantes accedan a una vista previa de la música colocando el cursor sobre la imagen de un artista, y muestra qué esperar de su app para dispositivos móviles.

Jeff Bridges Sleep Tapes | Dreamingwithjeff.com



Tuck Yourself In

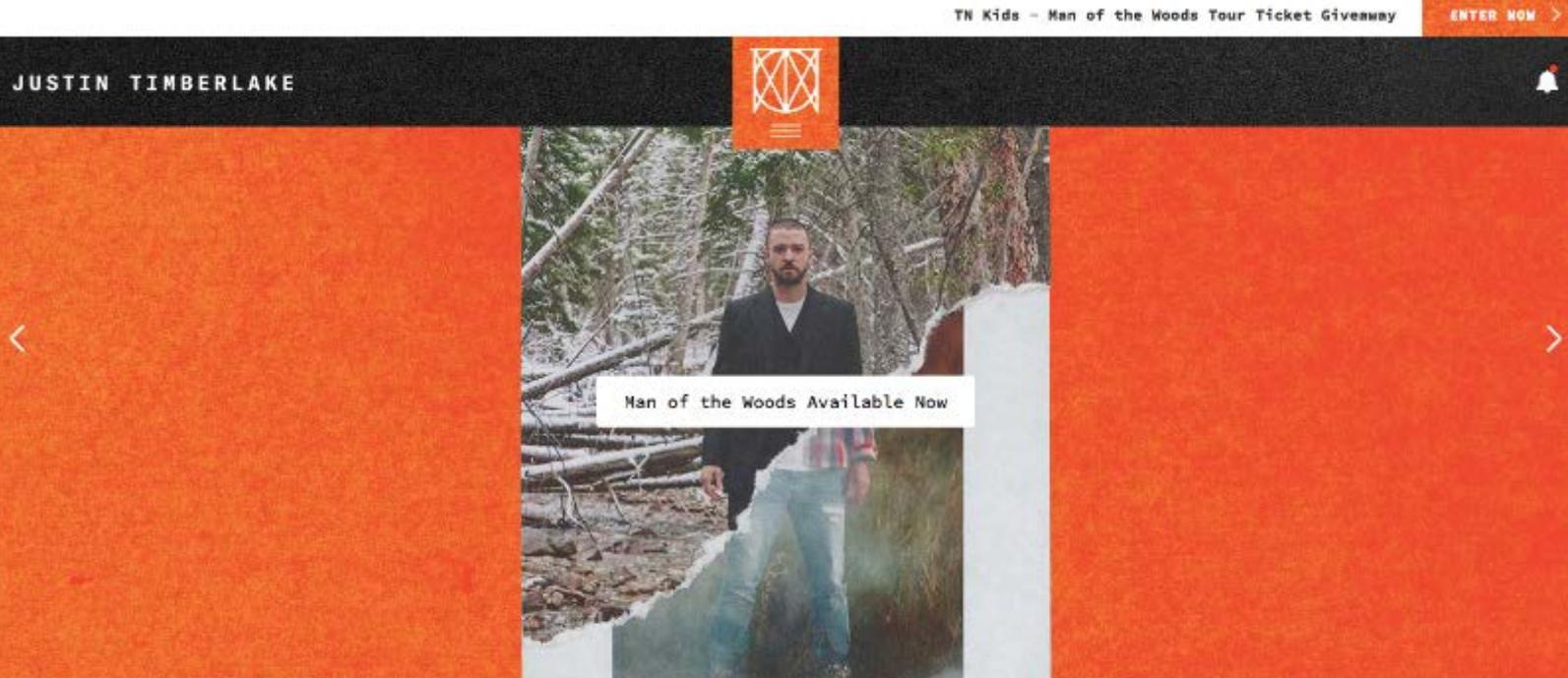
The world is filled with too many restless people in need of rest – that's why I filled my sleeping tapes with intriguing sounds, noises and other things to help you get a good night's rest. – Jeff

[SEE HOW JEFF MADE IT](#)



Este diseño es divertido y se adapta perfectamente al tema en cuestión (es decir, Jeff Bridges diciendo frases extrañas y haciendo sonidos raros para ayudar a los oyentes a dormir). La página presenta un texto claro sobre un fondo oscuro, e incorpora animaciones sutiles que la hacen más interesante.

Justin Timberlake | Justintimberlake.com



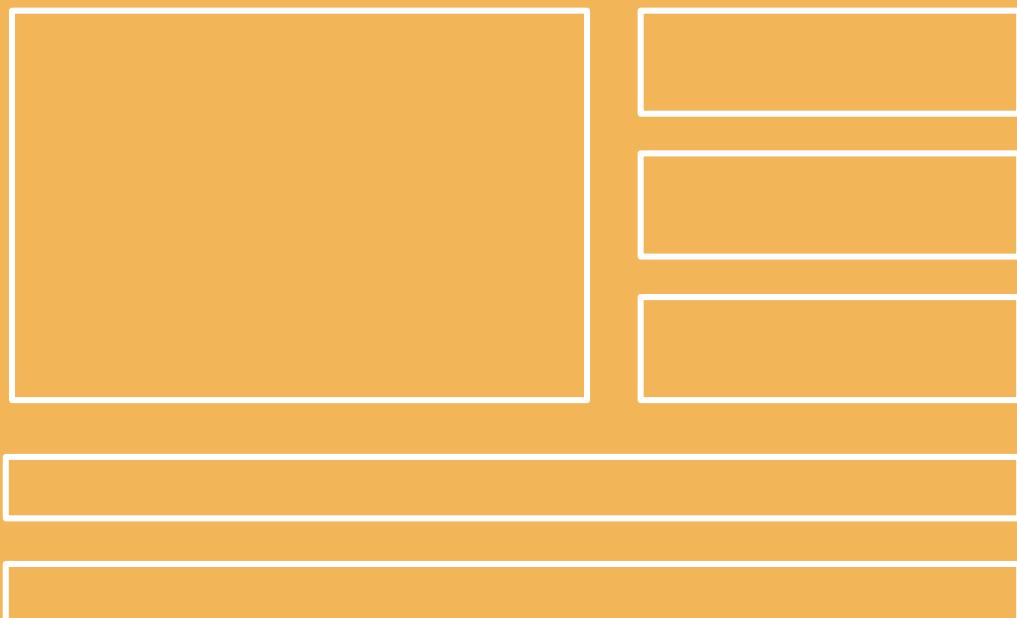
Listen to Man of the Woods



La página principal de Justin Timberlake tiene un diseño impecable que destaca su trabajo más reciente: Man of the Woods. Presenta colores fuertes e interesantes y aprovecha el color naranja para llamar la atención de los visitantes hacia distintas oportunidades para escuchar su material y comprar tickets para conciertos.

DISEÑOS DE BLOGS

EMPRESAS



Trambia | Blog.Trambia.com

Trambia

El diseño sencillo de Trambia, además de su imagen de encabezado sutil (y animada), propone una experiencia de lectura muy placentera.

Nos encantan los trazos naranjas en los encabezados y las CTA sobre un fondo claro, y el diseño con estilo de tarjeta de los artículos recientes.

TRAMBIA BLOG

Recent Articles

We explain the technological elements in Spanish, so you have a better experience with the use of technology, our products and services.



INBOUND MARKETING TRENDS FOR 2018

Posted by Lucy Granados

A new year begins and new goals are established to obtain better results than ...



3 WAYS TO GENERATE MORE TRAFFIC TO YOUR WEB PAGE

Published by Gian Carlo Restani S.

The traffic to the website is a metric that many seek to increase more and more. The...

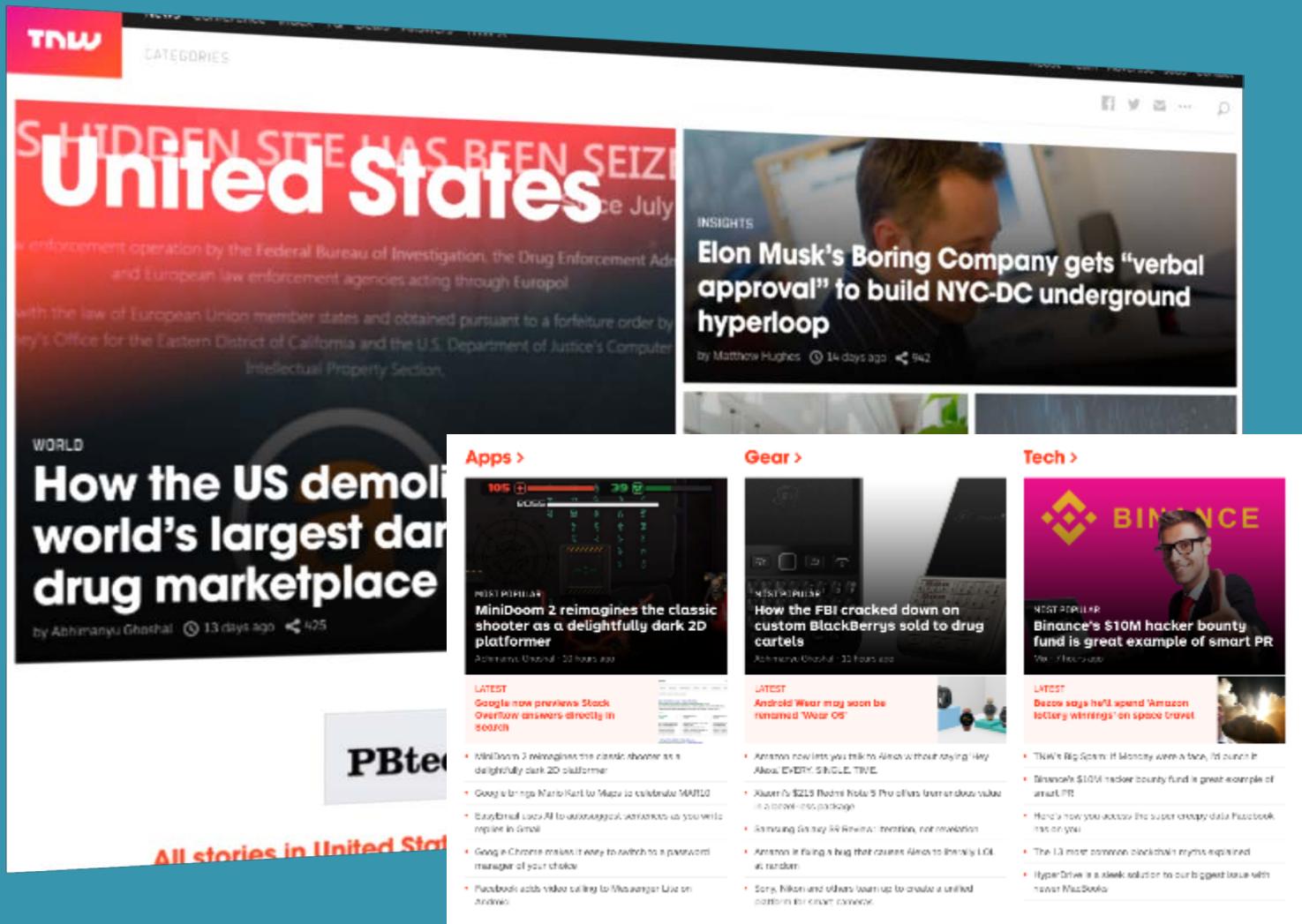


PSYCHOLOGY OF COLOR IN MARKETING

Posted by Ariel Roch

Humans base many of our decisions based on what we see, that is, we are ...

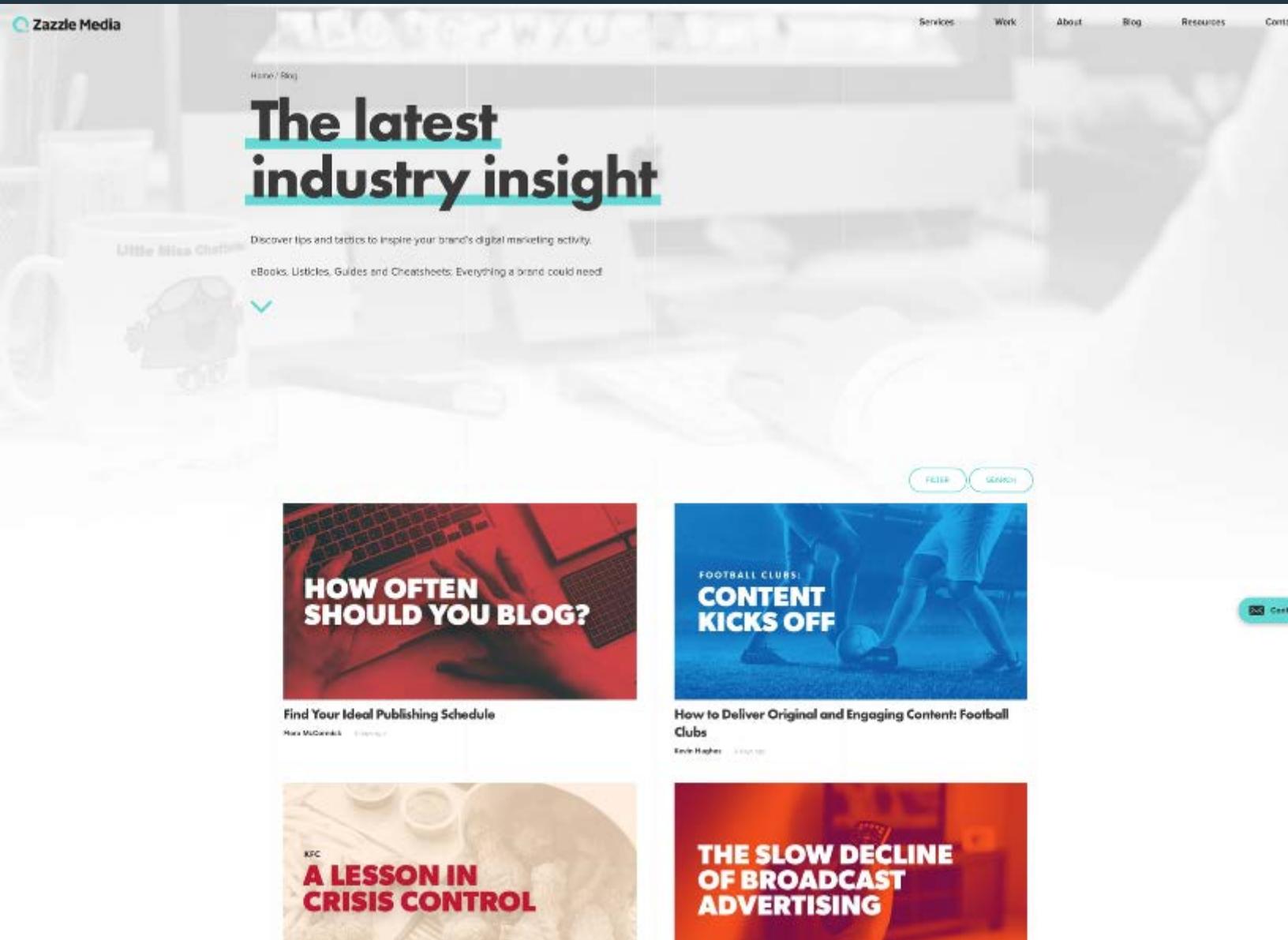
The Next Web | Thenextweb.com



The Next Web hace un uso extraordinario del diseño de bloques con imágenes de miniaturas vívidas y fácilmente accesibles mediante clics, y letras blancas que atraen la atención.

Especialmente, nos gusta la forma en que utiliza encabezados claros para dividir el contenido en categorías como apps, tecnología, puntos de vista, etc.

Zazzle Media | Zazzlemedia.co.uk/blog



Este es otro ejemplo de imágenes de miniaturas vívidas con letras blancas, solo que esta vez se usan superposiciones de color transparente para enriquecer las miniaturas.

Estos colores contrastan perfectamente con el turquesa de la firma de Zazzle Media, que se usa como color principal, especialmente para atraer la atención hacia la casilla del chat.

Start Up Quote | Startupquote.com

STARTUPQUOTE

Wisdom about making things.

SUBMIT ARCHIVE RANDOM SEARCH

Tina Fey
Whatever the problem, be part of the solution. Don't just sit around raising questions and pointing out obstacles. We've all worked with that person. That person is a drag.

Arjun Sethi
MESSAGENAME
The internet is not a friendly place. Things that don't stay relevant don't even get the luxury of leaving ruins. They disappear.

Seth Godin
AQUODO
Don't measure anything unless the data helps you make a better decision or change your actions.

Sam Altman
Y COMBINATOR
The most impressive people I know spent their time with their head down getting shit done for a long, long time.

Travis Kalanick
UBER
Every problem has a solution. You just have to be creative enough to find it.

Elon Musk
Some people don't like change, but you need to embrace change if the alternative

Leslie Bradshaw
JESSA
In my 20s I was thrashing around in the water, trying to keep my head above it. In my 30s, I realized it was only three feet deep and I stood up.

Paul Graham
Startups don't win by attacking. They win by transcending. There are exceptions of course, but usually the way to win is to

Start Up Quote hace un excelente trabajo al tomar contenido simple y representarlo de un modo interesante y atractivo.

El fondo negro hace resaltar las citas coloridas en mosaico y atrae a los visitantes directamente hacia la sección principal del blog.

Adventures Digital Agency | Blog.adventures.do



ADVENTURES

¿QUÉ HACEMOS?

PROYECTOS

ACADEMY

CONTACTANOS



Who runs our world: Las amazonas que sacuden el AdVenturesland

Tiempo de lectura: 1 MINUTOS

Es posible que, al leer estos nombres, alguno te parezca familiar en el Ámbito del marketing y la publicidad: Margaret Fishback Antolini, Bernitz Fitz-Gibbon, Cheryl Berman y Caroline Jones. Sin embargo, en este artículo queremos rendir a otros nombr...

9 marzo 2018

Efeméride



Desayuno de Insights Febrero

Tiempo de lectura: 2 MINUTOS

En esta primera edición del 2018 de nuestro Desayuno de Insights, alimentamos nuestra mente con contenido digital de la mano de nuestro #AdventuresTeam

16 febrero 2018

facebook , Desayuno de Insights , UX , Diseño



Las 6 campañas que llegaron a mi corazón

Tiempo de lectura: 3 MINUTOS

Día de San Valentín, Día del Amor y la Amistad, o como quieras llamarle, es una celebración anual en la cual se exalta el amor, la amistad y el comercio se pone las manos en los bolsillos. A pesar de sus raíces románticas, es una fecha propicia para..

15 febrero 2018



Tendencias de
SOCIAL MEDIA
PARA EL 2018

ADVENTURES
DIGITAL AGENCY



**SMARKETING
ES POSIBLE**

y aquí te enseñamos cómo

ADVENTURES
DIGITAL AGENCY



**PUMP
UP THE
VOLUME**

Día de la radio

ADVENTURES
DIGITAL AGENCY

Pump Up the volume, Día de la radio

Este es un excelente ejemplo de un diseño de tres columnas, con imágenes de encabezados seguidas de títulos, tiempos de lectura, breves fragmentos, fechas y etiquetas.

Esto le brinda al lector una gran cantidad de contexto respecto de qué elegir para leer.

CULTURA + ESTILO DE VIDA



Carbone | Carbone.ink

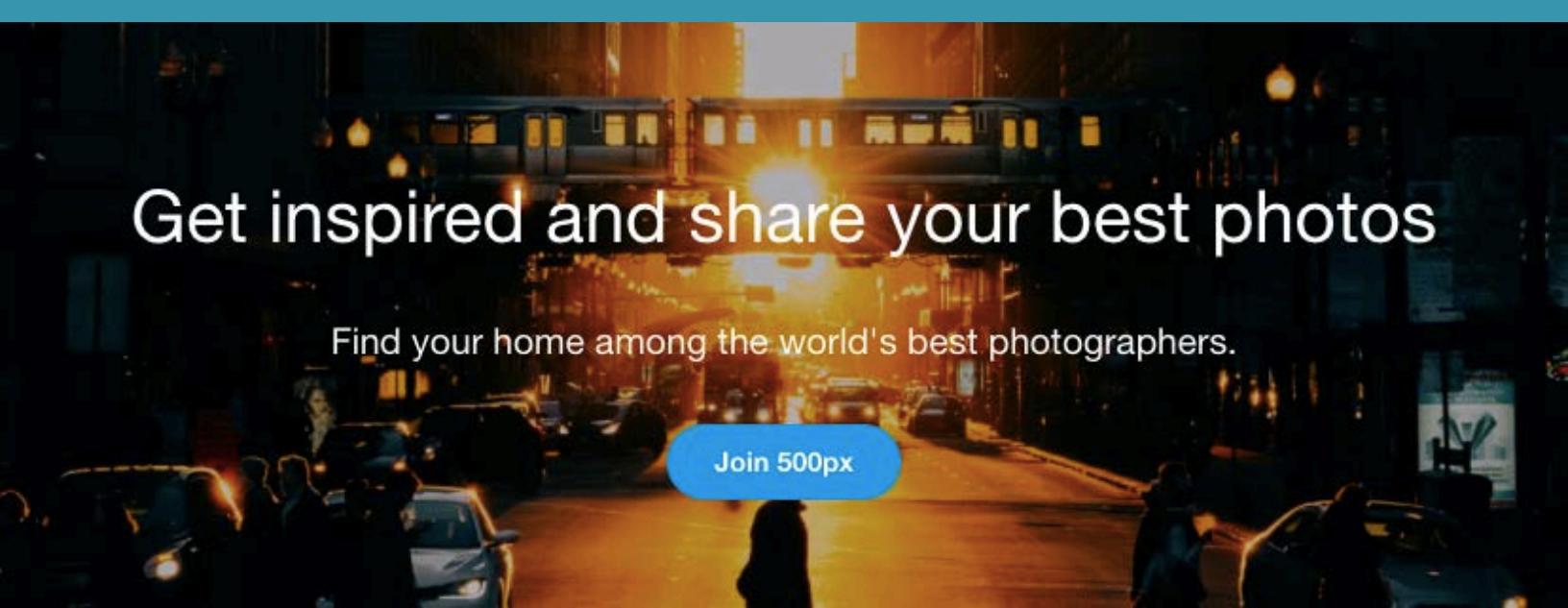
The screenshot shows the homepage of the Carbone website. At the top, there's a navigation bar with links for "QUI SOMMES-NOUS ?" (Who we are), "NOUS SUIVRE" (Follow us), and "MON COMPTE" (My account). Below the navigation is the Carbone logo. The main content area features a large, colorful illustration of several people's faces. A specific article is highlighted with a thumbnail image showing a man in a cap and a woman, with the title "LES GARÇONS S'ENVOLENT". The article is categorized under "CHRONIQUES" and has a duration of "30 MIN". Other visible sections include "CARTES AUX TRÉSORS / PARTIE 3" and "Les imaginaires urbains". To the right, there's a sidebar with a thumbnail for "Carbone, la revue", social media links, and a "Sélection" section.

¿Qué es lo primero que ves en el blog de Carbone?

Una sola imagen llamativa que ocupa la pantalla completa.

La imagen se relaciona con el artículo destacado del día; si te desplazas, descubrirás que está seguida de un atractivo diseño de paralaje.

500PX | 500px.com



Get inspired and share your best photos

Find your home among the world's best photographers.

[Join 500px](#)



Despídete de las imágenes de fotografías de stock: este blog incluye una impactante fotografía (que se adapta a la perfección porque es un blog sobre fotografía). Además, es fácil de navegar gracias a una sencilla barra de navegación en la parte superior. El texto de vista previa de cada artículo también les da a los lectores más contexto para que puedan elegir sabiamente dónde hacer clic.

Brit + Co | Brit.co

LIFESTYLE

How to Travel the World Without Going Broke

Make your money work harder for you.

[READ MORE](#)



Este es otro excelente ejemplo de un diseño nítido y ordenado. Cada artículo está etiquetado con un tema general, como estilo de vida, salud, hogar, etc., lo que facilita la búsqueda para el lector. Además de las etiquetas temáticas, las publicaciones también están organizadas según diferentes grupos de características; por ejemplo, lecturas obligatorias, productos de belleza que se usan a diario, descubrimiento de habilidades nuevas, que te ayudarán a encontrar precisamente lo que buscas.

Today's Must Reads



Apartment Therapy | Apartmenttherapy.com

The screenshot shows the homepage of Apartment Therapy. At the top, there's a navigation bar with social media icons (Facebook, Pinterest, Instagram, Email), the website logo 'apartment therapy' with a red stylized 'A', and a user profile icon. Below the logo is a menu bar with links: MENU, HOUSE TOURS, DESIGN, LIFESTYLE, DIY, ORGANIZING & CLEANING VIDEOS, REAL ESTATE, MARKETPLACE, and a SEARCH bar. The main content area features several images: a kitchen with a blue wall and plants; a room with a bar cart and a painting; a dining area with a large potted plant; and a 'BEFORE' view of a kitchen. Below these images is a video player for a video titled '7 Smart Sponge Hacks' by Apartment Therapy, showing various colored sponges on a marble surface. To the right of the video are thumbnail images for other videos: 'How To Refresh Your Power Strip', '10 Super Good-Looking Products For Design-Loving Pet Parents', and '4 Ways To Update Your Living Room Style'.

Si haces clic en "Menú" en la parte superior izquierda, se abre una barra lateral diseñada para mostrar un gran número de categorías y artículos sin alargar la página verticalmente. Esta característica hace que sea fácil para los visitantes descubrir el contenido que les resulta más interesante.

Debajo de la primera plana, Apartment Therapy creó una sección de video dedicada en la que resaltó trucos y consejos inspirados en el interior del hogar.

Dwell | Dwell.com

The screenshot shows the Dwell website's homepage layout. At the top, there's a dark header with the Dwell logo and a search bar. Below it is a teal navigation bar with links for Photos, Shop, Homes, Rentals, Pros, and Advice. The main content area features a large image of a modern kitchen. Below the image, a headline reads "How to Make Your Tiny Kitchen Feel Huge in 6 Easy Steps". A sub-headline says "Just because your kitchen is on the smaller side doesn't mean you can't make it as efficient and effective as possible." The author is listed as "By Kate Reggev - 5 hours ago". To the right, there's a "Trending" sidebar with five numbered articles and their corresponding images.

Rank	Title	Image
1	A Couple Convert An Old School Bus Into A Light and Efficient Family Home	
2	Watch: A Conversation With Decluttering Guru Marie Kondo	
3	12 Tiny House Companies That Can Make Your Micro-Living Dreams Come True	
4	A Modern Farmhouse Blends Community-Minded Living With the Country Landscape	
5	This Wood-Clad Home Is Built Into a Serene Mountain Slope	

Dwell divide su contenido en algunas secciones bien organizadas para mejorar la visibilidad. Lo que más nos gusta es la sección "Tendencias" del lado derecho, donde destaca su mejor trabajo en una ubicación importante de la página principal.

ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO



Salvation Army | Salvationarmy.com

The screenshot shows the official website of The Salvation Army. At the top, there's a navigation bar with the organization's logo, the slogan "DOING THE MOST GOOD®", and links for "Locations" and "Donate". Below the header, a main menu includes "What We Do", "About Us", "Ways to Give", and "Newsroom". A large section titled "RECENT STORIES" features three articles with images and brief descriptions:

- Grub Street: The Salvation Army Opens Cheap Grocery Store in Food Desert** (Image: A modern grocery store building.)
"America's latest grocery disruptor? It's the Salvation Army. Baltimore today got the country's inaugural location of DMG Foods..." [Read More](#)
- 5 Ways to Refresh Your Home for Spring** (Image: Two people unpacking boxes labeled "DONATION TOYS".)
Plan to reduce and reimagine your way to a refreshing, updated home you can fully enjoy once more. [Read More](#)
- PR Newswire: The Salvation Army's 127th Red Kettle Campaign Raises \$144.5 Million** (Image: The Salvation Army logo on a dark background.)
"The money raised will help The Salvation Army provide food, shelter and social services to nearly 25 million Americans in need this year..." [Read More](#)

On the right side, there's a sidebar for "THE CHRONICLE OF PHILANTHROPY" featuring a headline about a new National Spokesperson and White House Liaison appointed, followed by a quote from the group's communications team and a "Read More" button.

Below the stories, there's a large image of a young girl looking thoughtfully to the side. To the right of this image is a vertical column of six annual report cards, each with a thumbnail, the year, and a "View" button:

- 2017 Annual Report** (Thumbnail: Girl)
- 2014 Annual Report** (Thumbnail: Three children)
- 2013 Annual Report** (Thumbnail: Two women)
- 2012 Annual Report** (Thumbnail: The Salvation Army logo)
- 2011 Annual Report** (Thumbnail: The Salvation Army logo)
- 2010 Annual Report** (Thumbnail: The Salvation Army logo)

El blog de Salvation Army presenta historias recientes junto con una imagen destacada y una breve descripción.

Justo debajo, los visitantes encontrarán un módulo organizado que contiene todos los informes anuales de la organización, ordenados por año.

Girl Scouts | Blog.girlscouts.org



Wednesday, March 14, 2018

Like 83 Tweet Print Share 6

This Pi Day, Celebrate the Ultimate Pi-oneer: Florence Nightingale



It's Pi Day, when number fans over the world celebrate the much-loved mathematical constant 3.14 (the ratio of a circle's circumference to its diameter), which continues infinitely past its decimal point without pattern or repetition! In honor of this special day, we're shouting out pi-oneer G.I.R.L. (Go-getter, Innovator, Risk-taker, Leader)* Florence Nightingale.

Most people think of Florence as a nurse. But they don't realize how she revolutionized modern healthcare and became the first woman to be inducted into the Royal Statistical Society. While working at a hospital during the Crimean War in 1853, Florence was appalled to find the facility unorganized and unsanitary, hardly a place where sick people could get better!

Florence decided to use her statistical skills to propose improved triage and sanitary procedures to reduce the high mortality rates. Using statistics and an innovative chart to depict the benefits of her proposed methods, she was able to convince the British government to implement her procedures to save lives. And wow did it pay off—through Florence's influence, death rates in hospitals dropped from 42 percent to 2 percent!

SEARCH

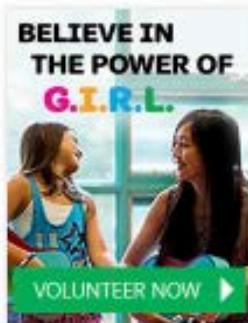
Subscribe to Updates

Enter Email

SUBSCRIBE



JOIN NOW



VOLUNTEER NOW



Get Your Gear On!

Este blog incorpora el color verde característico de Girl Scout para crear momentos atractivos en toda la página, incluso una opción de suscripción clara en la parte superior.

The Climate Reality Project | Climaterealityproject.org/blog



JOIN REALITY [DONATE](#) MENU

BLOG



MARCH 09, 2018 | 10:28 AM

WAIT, WHY IS CLIMATE CHANGE A BAD THING?

By: The Climate Reality Project

From our wellbeing to our wallets, we're seeing the effects of a world transformed by rising temperatures and changing climate patterns.

[Read More](#) →



MARCH 06, 2018 | 3:50 PM

THREE AMERICAN CITIES THAT COULD BE THE NEXT CAPE TOWN

By: The Climate Reality Project

Los Angeles, Salt Lake City, and Miami have had a long history of water woes — and they're getting worse with climate change.



The Climate Reality Project tiene uno de los diseños de blogs de organizaciones sin fines de lucro más asombrosos que hemos visto en bastante tiempo. La disposición simple de pantalla dividida permite que cada imagen destacada brille, mientras que el encabezado y la descripción a la derecha incitan a los lectores a continuar leyendo.

También nos encantan los símbolos para compartir en las redes sociales junto a cada publicación, que permiten a los visitantes compartir rápidamente el contenido en sus redes y hacer correr la voz acerca de esta organización.

RED | Red.org/red-blog

(RED) BLOG

SEE WHAT WE'VE BEEN UP TO AT (RED)



PARTNERS

GET POWER(RED) UP WITH THE NEW (VESPA)RED!

October 2, 2017

[READ MORE](#)



EAT (RED) SAVE LIVES

EAT (RED) FOOD + FILM FEST!

June 21, 2017

[READ MORE](#)



IMPACT

LESSONS FROM MY MOTHER & ASPIRATIONS FOR MY DAUGHTER

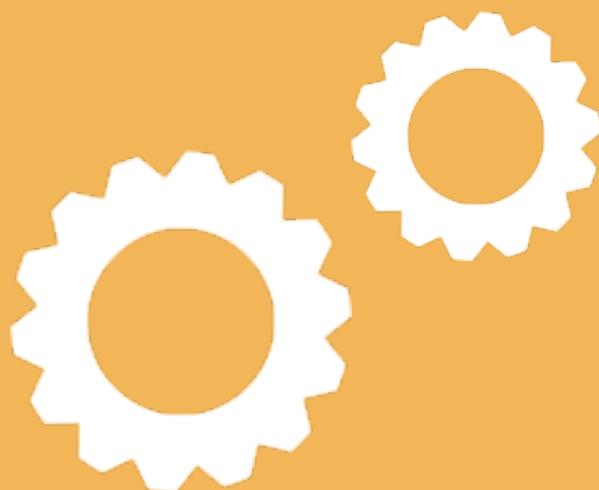
June 6, 2017

[READ MORE](#)

El blog RED es tan rojo como su nombre. Desde el encabezado rojo hasta los detalles rojos dentro de las imágenes destacadas, este blog llama completamente la atención.

Cada artículo está marcado con una etiqueta temática y la fecha de publicación, por lo que es más fácil para los lectores encontrar contenido reciente que les interese.

SOFTWARE + TECNOLOGÍA



Engadget | Engadget.com

Popular Now



President Trump wants to create a military 'Space Force'

58m ago



Microsoft fixes more Meltdown and Spectre flaws in Windows



Space

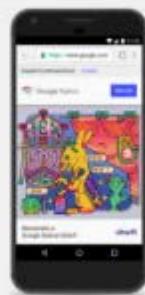
Stephen Hawking passes away at



AdChoices ▶



1h



Internet

Google's public WiFi hotspots come to Mexico

It's their first appearance in Latin America.



By J. Fingas, 1h ago

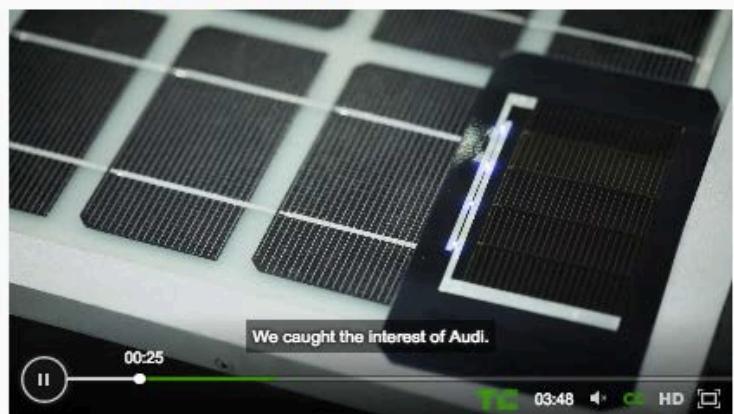


En líneas generales, Engadget tiene un blog muy básico. Arriba de la primera plana, el diseño es un poco más complejo y utiliza un formato similar al de cuadrícula para incluir varios artículos populares y oportunos.

Debajo, cada artículo tiene su propio segmento y hay mucho espacio en blanco que evita la apariencia sobrecargada.

TechCrunch | Techcrunch.com

VIDEO PTScientists



Featured Stories



A brief history of the Qualcomm battle
by Matthew Lynley



John Oliver talks about
cryptocurrencies
by Romain Dillet



Dropbox sets IPO range
\$16-18
by Ingrid Lunden



Berners-Lee: Big tech is
crushing the web
by Natasha Lomas

ADVERTISEMENT

virgin atlantic

NONSTOP
FLIGHTS TO
LONDON
DAILY

BOOK NOW

AdChoices ▾

LATEST

POPULAR

1 hour ago

Winklevoss-led Gemini announces a self-regulatory group for crypto

by John Biggs

Gemini, run by the Winklevoss twins, is one of the most Wall Street-oriented exchanges on the crypto markets. Originally envisioned as "bitcoin in a suit," it is now leading the way in self-regulation with a new Virtual Commodity Association, a self-regulating group that aims

Lo característico de TechCrunch es su texto, su logotipo o sus íconos de color verde brillante. Mientras la marca siga usando el verde como color principal con moderación, seguirá mejorando el diseño en lugar de distraer la atención de él. ¿Qué elementos de diseño sutiles puedes añadir a las páginas de tu blog para que sean fácilmente reconocibles?

Latest TC Videos



All videos >



Samsung Galaxy S9+ review

All the coolest cars at the
2018 Geneva Motor Show

Bitcoins for handmade boots
at Urban Shepard

Self Driving Porsche Powered
by Huawei's Mate 10 Pro

Adobe Spark | Spark.adobe.com/blog

The screenshot shows the Adobe Spark blog homepage. At the top, a large banner features a textured background with a pink-to-blue gradient. It contains the text "From Pink Wave to Sea Change: Making Women's Leadership Visible to the Next Generation" in white, with "EDUCATION" and "WOMEN'S HISTORY MONTH" tags above it. A "Read More" button is visible below the text. Below the banner is a horizontal navigation bar with five categories: "LATEST ARTICLES", "CRAFT BETTER STORIES", "WORK SMARTER", "GET INSPIRED", and "MAKE AN IMPACT". The main content area has a grid layout. The first row contains two cards: one titled "From Pink Wave to Sea Change: Making Women's Leadership Visible to the Next Generation" with a red and blue abstract background image, and another titled "10 Templates to Celebrate Women's History Month" with a black and white graphic of a sign that says "★ INT'L ★ WOMEN'S DAY". The second row contains two cards: one titled "5 Lessons from Brands That Are Winning Hearts with Content" with a background of red and blue hearts, and another titled "Free Design Workshop for Non-Designers: Learn How to Create Engaging Content for Social and Beyond!" with a background of colorful abstract shapes.

EDUCATION WOMEN'S HISTORY MONTH

From Pink Wave to Sea Change: Making Women's Leadership Visible to the Next Generation

Read More

LATEST ARTICLES CRAFT BETTER STORIES WORK SMARTER GET INSPIRED MAKE AN IMPACT

EDUCATION WOMEN'S HISTORY MONTH

From Pink Wave to Sea Change: Making Women's Leadership Visible to the Next Generation

10 Templates to Celebrate Women's History Month

EDUCATION INSPIRATION

5 Lessons from Brands That Are Winning Hearts with Content

NEWS TIPS AND TRICKS

Free Design Workshop for Non-Designers: Learn How to Create Engaging Content for Social and Beyond!

Prácticamente como toda la marca, el blog de Adobe Spark es un deleite visual. El módulo de encabezado con estilo de carrusel permite a los visitantes desplazarse por algunos títulos principales, mientras que el resto de los artículos recientes se incluyen más abajo en un estético diseño de dos columnas.

The Verge | Theverge.com

The screenshot shows the homepage of The Verge. At the top, there's a large, stylized title 'THE VERGE' in white letters against a dark background with glowing pink and yellow neon lights forming a grid pattern. Below the title, the date 'TUESDAY, MARCH 13, 2018 | OPENING NEW DOORS' is displayed. A navigation bar follows, featuring links for TECH, SCIENCE, CULTURE, CARS, REVIEWS, LONGFORM, VIDEO, CIRCUIT BREAKER, FORUMS, and MORE, along with social media icons for Facebook, Twitter, and RSS feed.

A prominent advertisement for Capital One is visible, with the tagline 'Get one of the nation's best savings rates in 5 minutes.' and a 'Start Saving' button. To the right of the ad is the Capital One logo.

The main content area includes several news thumbnails. One thumbnail on the left shows a person in a futuristic suit. Another thumbnail in the center features the text 'STEVEN SPIELBERG'S READY PLAYER ONE' over a black background. To the right of that is a thumbnail showing people in a laboratory or workshop setting. Below these are two more news items: 'Why do we ghost?' by Ashley Corman and 'WHY'D YOU PUSH THAT BUTTON'S LIVE EPISODE FROM SXSW'.

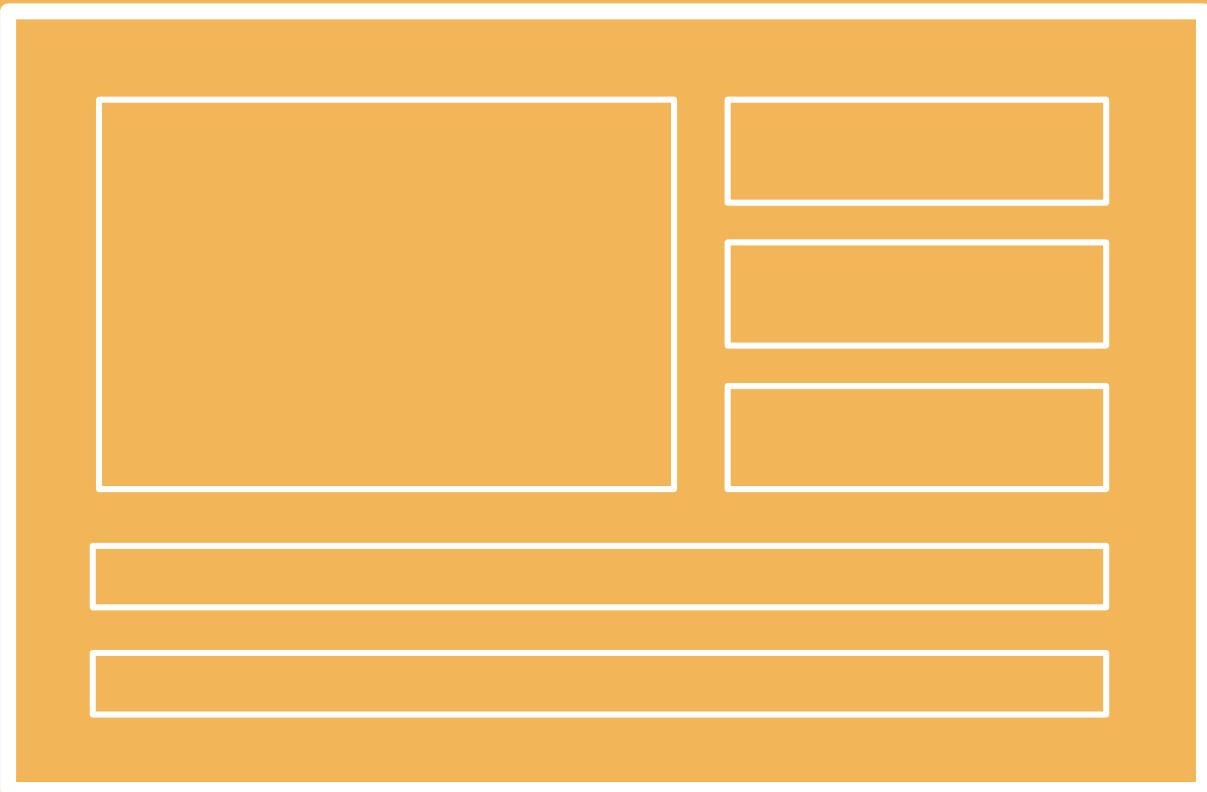
At the bottom, there's a blue sidebar with the Capital One advertisement again, followed by another news item: 'YouTube limits moderators to viewing four hours of disturbing content per day' by Nick Brad, posted 40 minutes ago with 1 comment.

On the far right, a portion of another news item is visible: 'Trump's "Space Force" sounds a lot like the Space Corps his administration didn't want' by Loren Grush, posted 58 minutes ago with 1 comment.

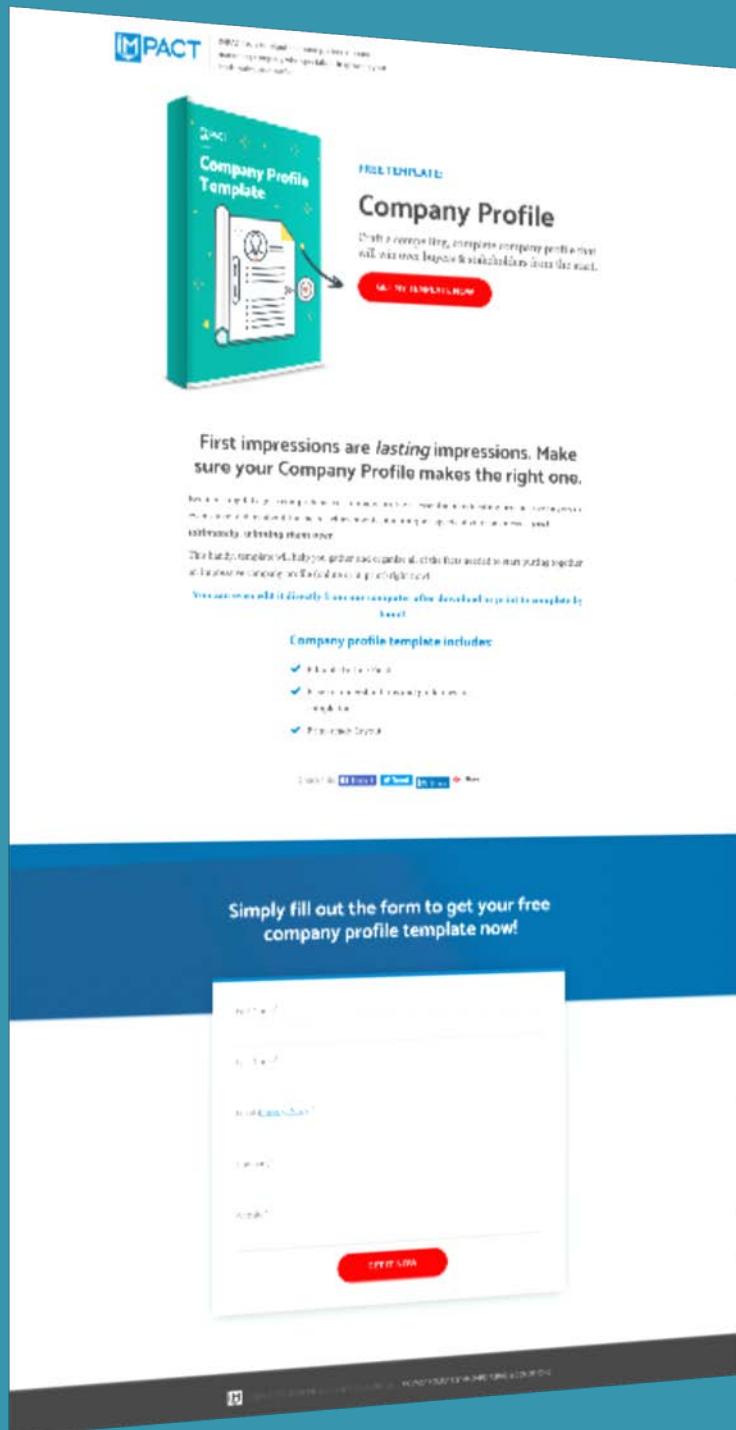
Los colores de las luces de neón en el encabezado del blog funcionan como una vívida llamada a la acción que divide la mitad superior de la página de la mitad inferior. En la parte superior, las publicaciones se presentan en una disposición similar a una cuadrícula sobre un fondo negro. Debajo de la primera plana, las publicaciones aparecen apiladas unas sobre otras sobre un fondo blanco, en un diseño organizado que permite recorrerlas fácilmente.

DISEÑOS DE PÁGINAS DE DESTINO

EJEMPLOS DE AGENCIAS Y ESTUDIOS



IMPACT | Impactbnd.com



Aquí puedes ver un ejemplo de una asombrosa página de destino de la mano de IMPACT Branding & Design. Observa cómo la CTA roja contrasta de un modo agradable con el fondo gris y atrae de inmediato la atención del visitante.

La CTA también funciona como un enlace para saltar a otra sección, lo que hace que sea fácil para los visitantes ir directamente al formulario si ya están convencidos sobre la oferta. Para aquellos que aún no se convencieron, IMPACT describe claramente el valor de la plantilla, con viñetas que detallan los elementos clave.

SmartBug | Smartbugmedia.com



SmartBug.

FREE DOWNLOAD

Analyst Briefing Template

Build greater awareness about your company with public relations.
New February 2018

It may not be necessary for you to prepare a formal presentation for your analyst briefing — some simply want to talk with you via a simple conference call — but these slides will provide you with a framework to ensure your analyst briefing stays on point and is valuable for both you and the analyst.

We've put together this free template in the form of a slide deck to help you:

- Decide who should participate in a briefing
- Determine if it's necessary to schedule an analyst briefing
- Create a briefing agenda

Download Now

First name

Last name

Company Email

Company Name

What is Your Biggest...

Yes

Download Now

Esta página de destino simple de SmartBug Media demuestra que menos es más. Su estética disposición lleva a los visitantes a recorrer la oferta, comenzando con un encabezado claro y conciso y finalizando con cuatro viñetas prácticas que establecen las expectativas. Lo que más nos gusta de esta página es que percibimos que cada uno de sus elementos fue elegido deliberadamente.

Campaign Creators | Campaigncreators.com

The screenshot shows a landing page with a teal header featuring the Campaign Creators logo. Below the header, a large white box contains the title "HOW DO I FILL MY DIGITAL MARKETING GAP?" and a "GET YOUR MARKETING GAPS GUIDE" button. To the right, there's a section about the annual CMO Survey and a preview of the guide. A testimonial from Google is displayed with a thumbs-up icon. The main content area includes a "YOUR GUIDE TO FILLING A DIGITAL MARKETING GAP" section with two quotes from Emily Davis and Jim Clarke. At the bottom, there are four partnership logos: "Certified Partner", "U.S. Digital Marketing San Diego", "CERTIFIED BigCommerce Partner", and "Support Certified Partner". The footer contains the Campaign Creators logo and address: 2925 Rayford Rd. Ste 310 San Diego, CA 92111.

Esta página de destino aprovecha la eficacia de las señales direccionales al incluir dos flechas que apuntan hacia el formulario para atraer la atención de los visitantes hacia allí.

Mientras que toda la información importante sobre la oferta y cómo acceder a ella aparece arriba de la primera plana, los diseñadores también usaron de un modo eficaz el espacio que se encuentra debajo.

Desde varios testimonios hasta cuatro insignias impresionantes, hay evidencia suficiente para convencer a los escépticos.

Pyxl | Pyxl.com



ON-DEMAND WEBINAR

Managing Digital Media in Higher Education

It's so much more than Snapchat.

Scroll for the details

FIRST NAME _____ LAST NAME _____

EMAIL _____ COMPANY NAME _____

INDUSTRY _____

WHAT IS YOUR ROLE? _____

STATE / REGION _____

Watch now →



El efecto de pantalla dividida que usaron en esta página de destino contribuye a una experiencia de diseño asombrosa.

El contraste entre las explicaciones en blanco y el formulario práctico en azul ayuda a transmitir claramente el objetivo deseado (la conversión) y a ejecutarlo fácilmente.

Para los visitantes que necesitan más información, la página incluye la característica práctica “Desplázate para conocer los detalles”, que les permite añadir datos acerca de la oferta sin saturar visualmente la página.

Tomorrow People | Tomorrow-people.com



"Solo el 50% de las organizaciones del Reino Unido está comprometido con el marketing de contenidos. Si tú no estás comprometido aún, ¿qué esperas?" ¿Qué te parece como encabezado llamativo? Esta página de destino de informes sobre el marketing de contenidos de Tomorrow People y CMI detalla exactamente por qué deberías descargar el contenido resaltando con precisión lo que obtendrás del mismo.

Como beneficio adicional, también utiliza una inteligente ventana emergente que aparece a tiempo y les da a los visitantes una última oportunidad para convertirse antes de decidir abandonar la página.

MAS Digital | Masdigital.net

 masdigital.

El lado oscuro del Marketing Digital

A lo largo de nuestro trabajo en el mundo digital hemos observado de nuestras clientes que realizan al marketing digital y sus herramientas:

Nombres*

Apellidos*

Email*

Teléfono*

Pais*

Sede*

Sitio web*

[http://](#)

¿Cuáles son tus necesidades digitales actuales?

Estoy estudiando las opciones para saber que es lo más adecuado para mi empresa.

Tengo un pensamiento general sobre las estrategias digitales que podrían funcionar para mi compañía pero aún no sé cómo implementarlas.

Tengo claro lo que necesito pero no sé cómo o con quién implementarlo.

[Sí, Descargar Book!](#)



15MIN

Descarga el E-book: "El lado oscuro del marketing digital" Descarga algunos temas que encontrarás:

- "¿Por qué pagar por un servicio de community management si yo sé usar Facebook o mi hijo sabe todo sobre usar las redes sociales?"
- ¿Comprar libros es buena idea?
- Plantillas vs. páginas web personalizadas
- "No necesito un website si ya tengo mis redes sociales"



¡Ve y sé Libre!

Descarga el E-book: "El lado oscuro del marketing digital" Descarga algunos temas que encontrarás:

- "¿Por qué pagar por un servicio de community management si yo sé usar Facebook o mi hijo sabe todo sobre usar las redes sociales?"
- ¿Comprar libros es buena idea?
- Plantillas vs. páginas web personalizadas
- "No necesito un website si ya tengo mis redes sociales"

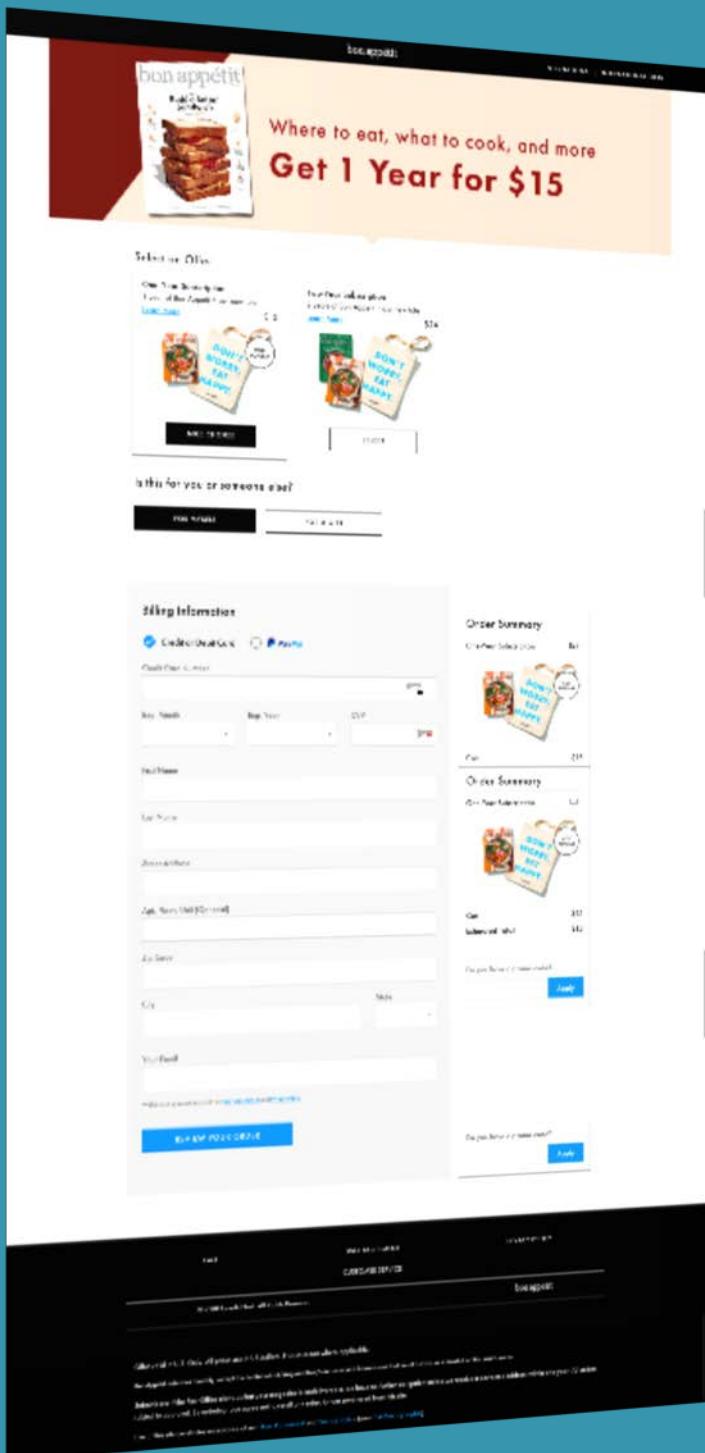


En lo que respecta a páginas de destino, los diseñadores de esta agencia centroamericana saben lo que hacen. Desde el aviso de tiempo de lectura estimado hasta la paleta de colores uniforme, esta página transmite credibilidad y utilidad. La CTA debajo del formulario contrasta de un modo agradable con el fondo blanco, y el contexto es suficiente como para impulsar la descarga.

COMIDAS + BEBIDAS



Bon Appetit Magazine | Bonappetit.com



Esta página de destino de suscripción lleva a los visitantes a través de diversas opciones antes de revelar un formulario de facturación simple. Una característica única de esta página es el texto del botón dinámico que cambia cuando haces clic en él.

Por ejemplo, cuando haces clic en la CTA “Seleccionar” debajo de cualquiera de las opciones de suscripción, el texto del botón cambia a: “¡Excelente elección!”. Este pequeño detalle contribuye a brindar una experiencia más amigable e interactiva.

Misfit Juicery | Misfitjuicery.com

JUICE OUR STORY FOOD WASTE



CONTACT BLOG FIND MISFIT

YOU CAN CALL ME ON MY CELERY PHONE

Name *

Last Name

Email Address *

Subject *

Message *

SUBMIT

Wholesale orders in DC:

orders@misfitjuicery.co

Wholesale orders in NYC via:

Baldor Specialty Foods

Events + Partnerships + Kind Words:

squad@misfitjuicery.co

squad@misfitjuicery.co

f t @

MISFITS WELCOME

Email Address

SIGN UP

¿Lo entiendes? "CELery phone". Si bien fue el juego de palabras con la canción lo que nos sedujo de esta página de destino de Misfit Juicery, fue su diseño simple y práctico lo que hizo que la añadiéramos a esta compilación.

Esta página "Ponte en contacto con nosotros" les da a los visitantes exactamente lo que necesitan, ni más ni menos.

HelloFresh | Hellofresh.com

Our Plans How It Works Our Menus Wine Kitchenware **Gifts** LOG IN GET STARTED

Give a Veggie Box



Veggie Box Gift Card

Convenient
Your friends can enjoy the fun of home cooking without hunting everything down and waiting in long lines. We'll deliver pre-measured ingredients and easy recipes straight to their doorstep.

Delicious
Our chefs create delicious new recipes each week that'll wow your friends. Trust us, we regularly sneak into the kitchen to grab a taste.

No commitment
Your friends will get a taste of HelloFresh without having to commit to a weekly subscription.

Select a plan size
3 Meals for 2 people (\$59.94)

Recipient's email

Add a special note
Wishing you lots of fun in the kitchen with a HelloFresh

e-Giftcard delivery date
03/08/2018

Total \$59.94

CONTINUE

Feedback

What our customers are saying



I can't ask for more...I'm hooked!

HelloFresh is a huge hit in my home! Everyone thinks Mommy is a gourmet chef now with HelloFresh. The food is delivered to my door step, the

Esta página de destino de proceso de pago de HelloFresh usa un enfoque de pantalla dividida arriba de la primera plana, donde muestra tres beneficios convincentes del servicio a la izquierda y un formulario estético y simple con una CTA verde a la derecha.

Debajo de la primera plana, HelloFresh presenta tres demostraciones en las redes sociales en forma de testimonios de clientes que validan aún más la conveniencia y el valor de los planes de comidas.

RXBAR | Rxbar.com

The screenshot shows the RXBAR account registration page. At the top, there's a navigation bar with links for 'HOME', 'ABOUT RXBAR', 'SHOP', 'WHAT'S INSIDE', 'TESTIMONIALS', 'RXBAR KIDS', and a search bar. Below the navigation, the main title 'Account Registration' is displayed in a large, bold, blue font. A sub-headline below it reads: 'Whether you're looking to join the RXBAR team or purchase our products to help all of our great products get to you, we've got a place for you! Just click here.' There are three blue callout boxes: '1. Register Online' (with a link to 'rxbar.com/business'), '2. We'll get in touch' (with a link to 'rxbar.com/contact'), and '3. Start Ordering' (with a link to 'rxbar.com/order'). The main form area contains numerous input fields for business information like company name, address, phone number, fax number, email, website, and various tax and legal details. To the right of the form, a sidebar titled 'You'll Love Working with RXBAR!' lists five benefits: 'No inventory', 'Fast shipping', 'Unbeatable prices', 'Great products available year-round', and 'Ongoing sales & display support'. At the bottom right of the sidebar is a 'Have Questions?' section with a 'Submit your questions' button and a 'SUBMIT' button at the very bottom.

La página de destino del sitio web de RXBAR, una asociación de venta mayorista, logra perfectamente que un extenso formulario no resulte intimidante.

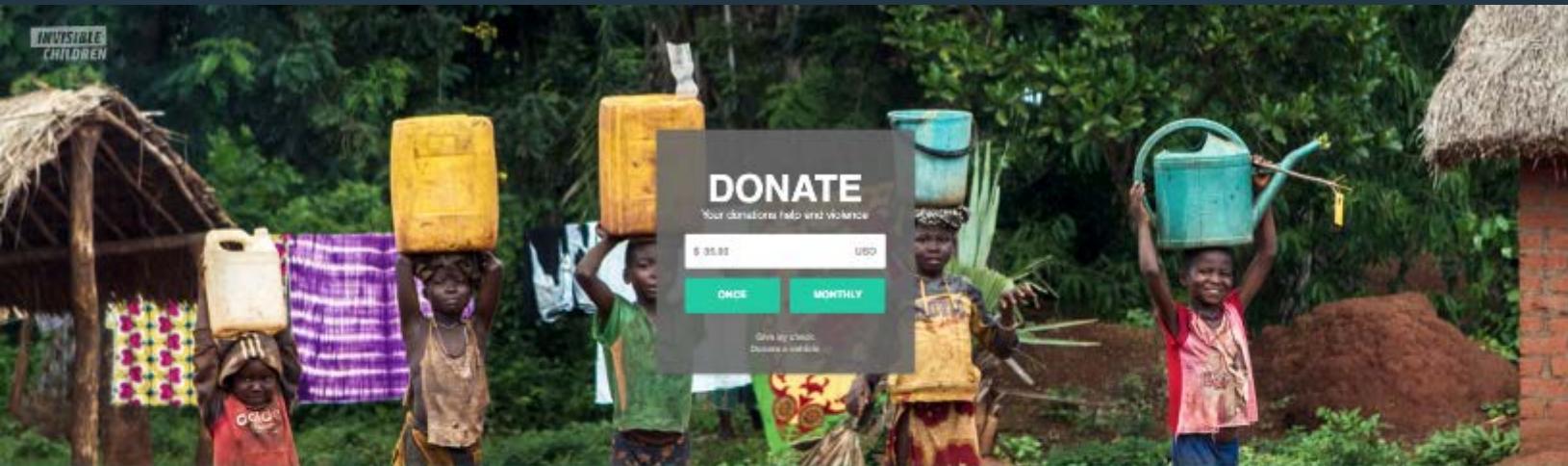
En primer lugar, los tres cuadros azules arriba del formulario dividen el proceso de asociación en tres pasos fáciles de comprender, lo que le indica al visitante que no le llevará mucho trabajo.

Después, junto con el formulario, se incluyen razones por las cuales deberías asociarte a RXBAR, que refuerzan su valor a medida que avanzas en el formulario.

ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO



Invisible Children | Invisiblechildren.com



DONATE

Your donations help end violence.

\$ 35.00 USD
[ONCE](#) [MONTHLY](#)

Give by check.
Donations are tax-deductible.

CHANGING THE ENDING ONE PERSON AT A TIME TRANSFORMING LIVES

The work we've been able to do because of donations has transformed the lives of those affected by violence. These stories show that you couldn't make a better investment.



AIME

Aime was held in LRA captivity for more than two years. Now that he is free and back home, Aimé supports other ex-combatants and youth impacted by violence through vocational training and trauma healing.

[READ MORE](#)



MAMAN MARIE-FRANCINE

Maman Marie-Francine works with her local community to arrange temporary host-families and provide trauma healing to women and children returning from LRA captivity.

[READ MORE](#)



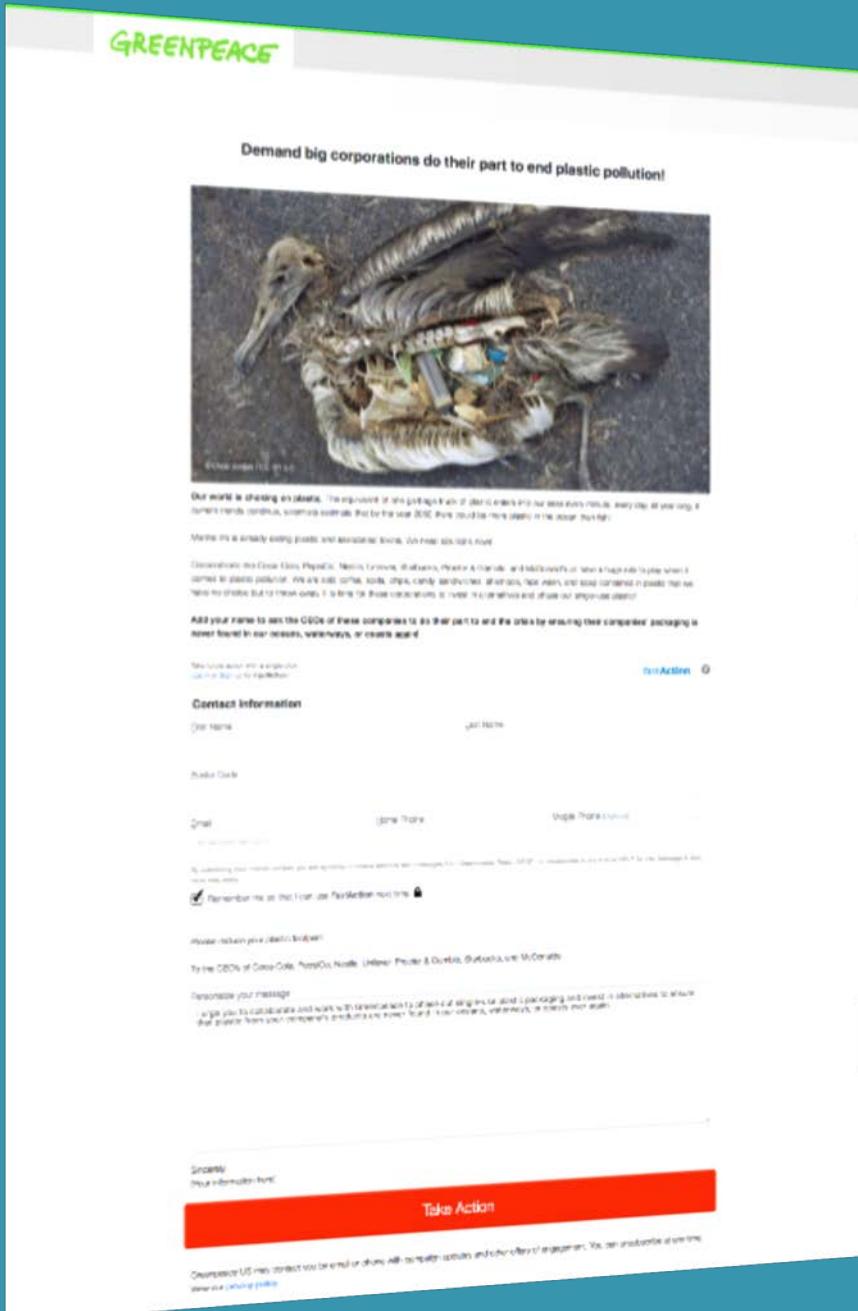
HELENA

As a part of our CITIZEN initiative, Helena leads our grassroots political advocacy efforts in her home state of Virginia and helps to keep our policymakers committed to ending violence & exploitation in vulnerable communities.

[READ MORE](#)

Creemos que no hay mejor manera de alentar a las personas a donar a Invisible Children que mostrar a aquellas personas cuyas vidas fueron transformadas gracias a las donaciones y el apoyo. Estas historias inspiradoras se presentan directamente debajo del formulario, lo que permite a los posibles colaboradores ver exactamente cómo pueden hacer la diferencia con su dinero.

Greenpeace | Greenpeace.org



Una vez más, vemos un excelente ejemplo de cómo usar imágenes cargadas de emoción para transmitir un mensaje potente en una página de destino.

Esta página para la donación inspira a tomar acción al combinar un lenguaje fuerte con imágenes crudas, y cierra con un gran botón rojo con la leyenda “Haz algo”.

Feeding America | Feedingamerica.org



Help End Hunger Today

Your Impact: \$1 = 10 meals

Every dollar you give can provide at least 10 meals to families in need through the Feeding America network of food banks.

Gift Amount (Required)

Give \$500+ to join our Hunger Council and help provide 5,000 meals to families facing hunger.

\$1000 \$500 \$250
\$100 \$50 \$25
\$ other

Yes, make this a monthly gift

Payment Type (Required)

Credit Card PayPal

Billing Information (Required)

First Name
Last Name



Esta página de destino para la donación de Feeding America, una organización sin ánimo de lucro que aborda la crisis de hambre en América, es simple y apela a la emoción. La imagen de la niña que muestra de fondo ayuda a ponerle un rostro al problema que esta organización intenta resolver.

También nos gusta que usa datos dentro del formulario con el fin de demostrar el impacto directo que genera una determinada cantidad de dinero en la reducción del hambre.

Disabled American Veterans | helpveterans.org



Esta página de destino de DAV convoca a los usuarios a comprometerse presentando un excelente uso de la demostración en las redes sociales y mostrando las caras de personas famosas que apoyan la causa debajo de la CTA.

Cada una de las personas destacadas expresa la razón por la cual colabora con los veteranos, ayudando a los posibles donantes a comprender mejor los valores de esta comunidad.

Convoy of Hope | Convoyofhope.org

[ABOUT CONVOY](#)[WHAT WE DO](#)[GET INVOLVED](#)[THE HOPE SUPPLY](#) [SEARCH](#)

A large photograph occupies the left side of the page. It shows a woman with dark skin and short hair, smiling warmly at the camera. She is holding a young child in her arms; the child is wearing a bright pink hoodie and also has a joyful expression. They are positioned in front of a blue, textured background that looks like a wall or a tarp. On the right side of the image, there is a white rectangular overlay containing a donation form. At the top of this overlay, the text "CONVOY OF HOPE WOMEN'S EMPOWERMENT" is visible. Below this, the main heading reads "EMPOWER & TRAIN" in bold, uppercase letters. Underneath the heading, the text "Provide hope for every woman." is written. A large input field for a donation amount is shown with a dollar sign (\$) icon. Two checkboxes are present: one for "Make this a recurring monthly gift" (unchecked) and one for "Send me email updates" (checked). A blue button labeled "GIVE BY CREDIT CARD" is located below these checkboxes. Further down, another button says "Give by PayPal, check or stock". At the very bottom of the overlay, a small link reads "See other giving options".

La página de destino del programa Women's Empowerment de Convoy of Hope proyecta su visión a través de una fotografía increíblemente humana. El fondo visual demuestra perfectamente el compromiso de la organización con la tarea de empoderar a las mujeres de todo el mundo para que “desarrollen todo su valor y potencial”.

Los azules brillantes de la imagen conjugan de un modo agradable con la llamada a la acción azul, y contribuyen a que el diseño general transmita intención e intensidad.



Donate

Don't need a funky pair of specs?

Here's your chance to donate – the more money raised means more sets of renewed eyes.

100% of your donations will be put towards advancing eyesight for those who need it. Thank you for your generosity.

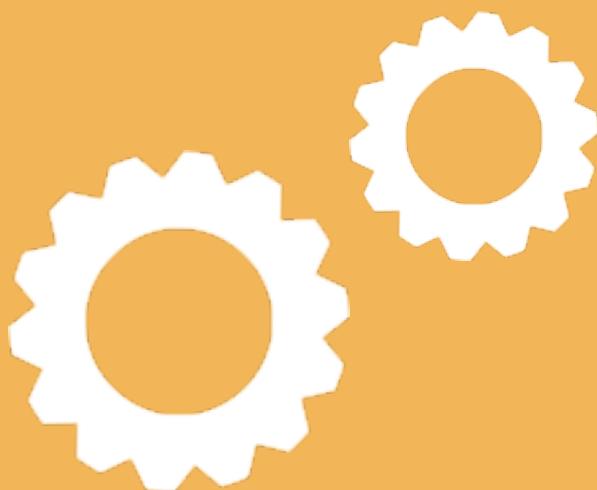
How much would you like to donate?

 £ Select →

Esta página de destino para la donación de The Vision Mission va directamente al grano: Gafas, anteojos, lentes... da igual como las llames. ¿Podrías donar un par? Hazlo aquí. El diseño es minimalista deliberadamente y no deja lugar para la distracción o llamadas a la acción secundarias.

Particularmente, nos gusta el texto explicativo que indica a qué se destinará el 100% de las donaciones, porque da tranquilidad a los donantes reacios.

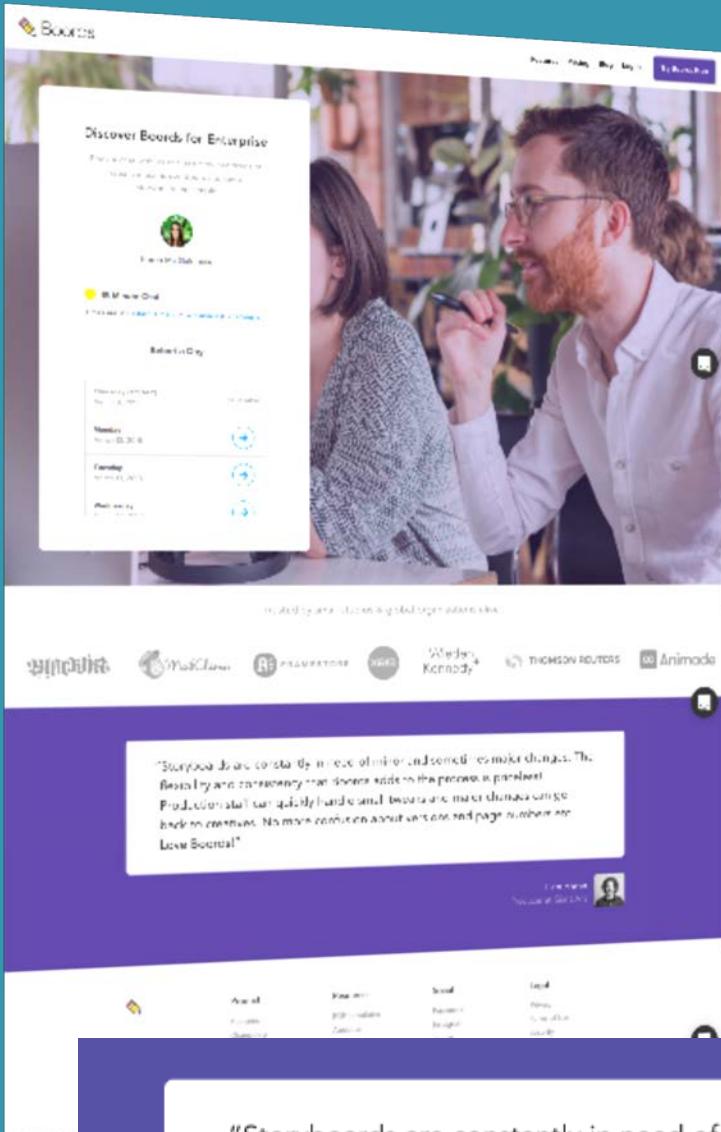
SOFTWARE + TECNOLOGÍA



Boords | Boords.com

Esta página de destino de demostración de Boords, un software de guiones gráficos, logra un equilibrio entre las imágenes y la acción en primera plana.

Directamente debajo de la primera plana, introducen dos tipos de demostraciones en las redes sociales en forma de logotipos que pertenecen a clientes notables como Wieden + Kennedy, y un testimonio que destaca la flexibilidad y la coherencia del software.



"Storyboards are constantly in need of minor and sometimes major changes. The flexibility and consistency that Boords adds to the process is priceless! Production staff can quickly handle small tweaks and major changes can go back to creatives. No more confusion about versions and page numbers etc. Love Boords!"

Liam Hogan
Producer at Giant Ant



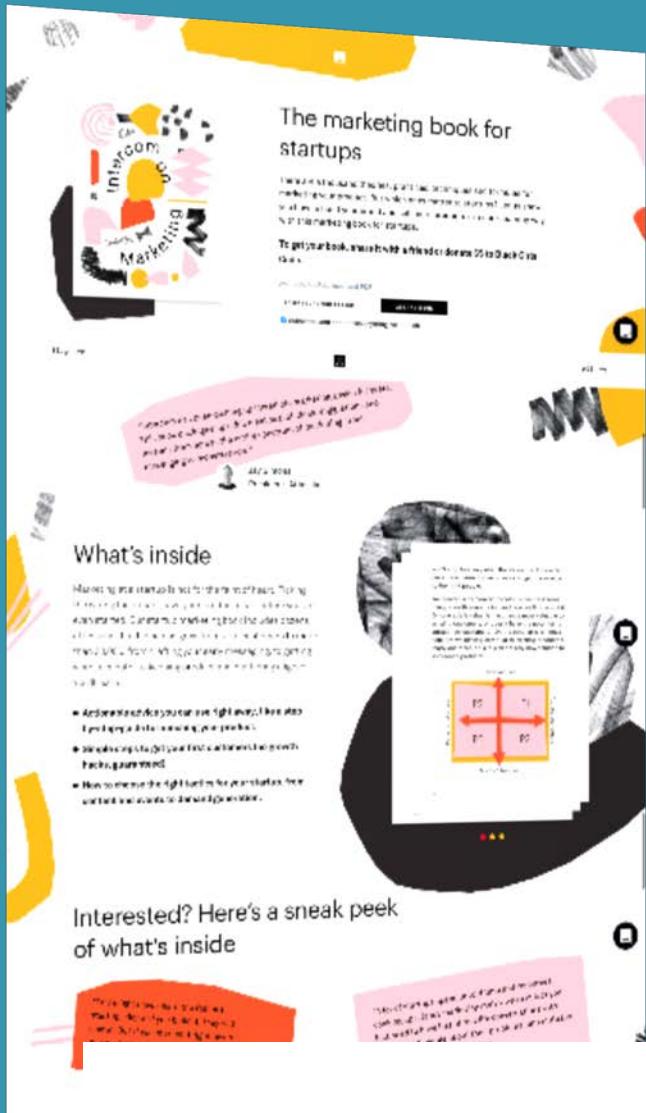
Airtable | Airtable.com

The screenshot shows a landing page for a webinar titled "Introduction to Airtable". At the top, it says "AIRTABLE INVITES YOU TO ITS WEBINAR" and features the Airtable logo (a yellow, red, and blue cube). Below the title is a date and time selector showing "Friday, March 9th 2018 - 1:00 PM (EST)". A countdown timer indicates "0 DAYS 22 HOURS 32 MINUTES 22 SECONDS" until the event. There is a registration form with an input field for "you@example.com" and a blue "REGISTER NOW" button. Below the form is a link "Already registered? Login to access". The page also includes sections for "About this webinar", "Join us for a quick introduction to Airtable!", "What you'll learn", "What you'll do", and "What you'll get". On the right side, there is a sidebar with the Airtable logo, social sharing icons (Twitter, LinkedIn, Facebook, Google+, Email), and a "View all events" link.

Desde el punto de vista de las buenas prácticas, esta página de destino que promociona el último webinario de Airtable hace muchas cosas correctamente. Para empezar, nos encanta la cuenta regresiva en directo hasta el webinario, porque transmite una sensación de urgencia que alienta a los visitantes a registrarse.

Además, Airtable optó por dejar la navegación principal fuera de esta página, haciendo que el formulario de registro sea el centro de interés. Se trata del diseño de página de destino 101.

Intercom | Intercom.com



El diseño abstracto de esta página es colorido y divertido, pero no desvía la atención del objetivo: la conversión.

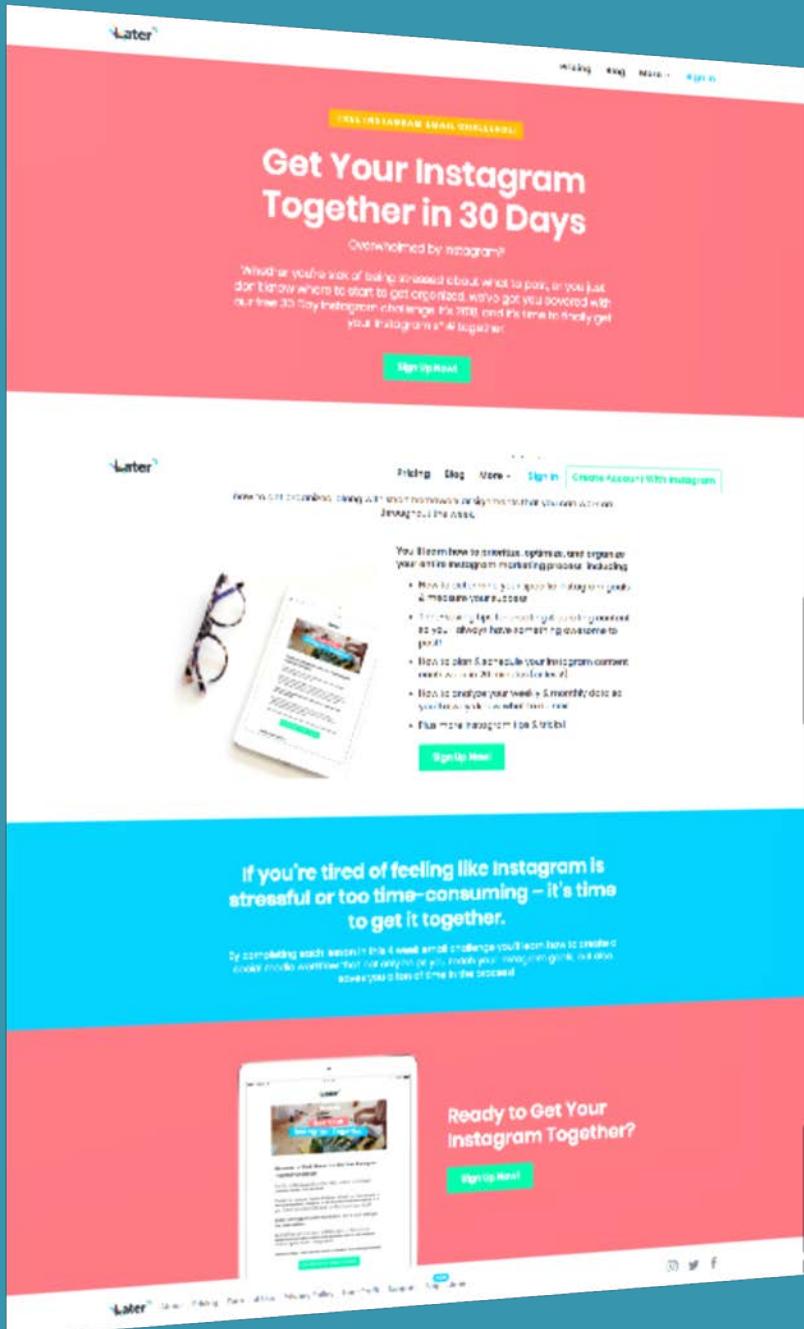
Las páginas solapadas te permiten acceder a una vista previa del ebook antes de comprometerte con la descarga, y las citas debajo proporcionan más comentarios en color acerca de la oferta.

"Intercom has been dishing up incredible marketing advice for years. This book packages up a full meal deal of ideas, suggestions and lessons from across the entire spectrum of marketing, from messaging to monetization."



Jay Simons
President, Atlassian

Later | Later.com



Esta colorida página de destino de Later muestra tres oportunidades diferentes para descargar el formulario: en primera plana, en el medio y al final de la página.

Este tipo de repetición garantiza que no se pierdan ninguna conversión potencial, a la vez que refuerza el resultado deseado: descargar la oferta.

MIT Technology Review | Technologyreview.com

Newsletters

Receive the latest intelligence on emerging tech from MIT Technology Review, delivered straight to your inbox.

The Download

Your daily dose of what's up in emerging technology

Delivered each weekday morning

View recent editions:

[March 12](#)

[March 9](#)

Select this newsletter

Clocking In

A daily look at the workplace of the future

Delivered each weekday

View recent editions:

[March 12](#)

[March 9](#)

Select this newsletter

Chain Letter

Blockchains, cryptocurrencies, and why they matter

Delivered Tuesdays and Thursdays

View recent editions:

[March 8](#)

[March 6](#)

Select this newsletter

The Algorithm

News and views on the latest in artificial intelligence

Delivered each weekday

View recent editions:

[March 9](#)

[March 8](#)

This Week in Tech Review

Hand-picked stories from the past seven days on the topics you select

Delivered each Thursday

View recent editions:

[March 8](#)

[March 1](#)

Weekend Reads

Stories from our archives that put technology in perspective

Delivered each Saturday morning

View recent editions:

[March 10](#)

[March 3](#)

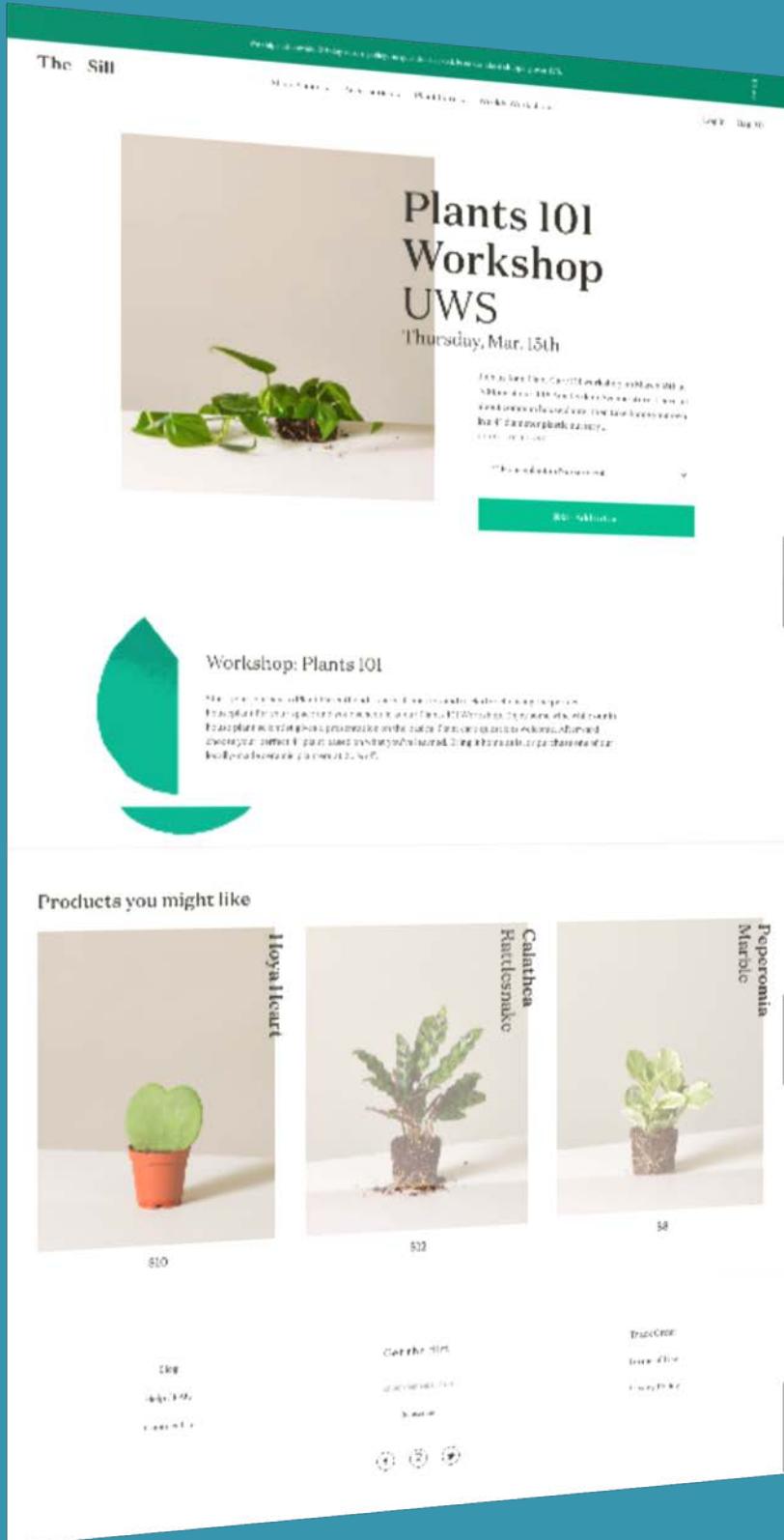
Esta página de destino de suscripción de MIT Technology Review presenta seis opciones de boletines de noticias diferentes de un modo estético y digerible. Los coloridos módulos en bloques proporcionan la información suficiente sobre cada suscripción para que los visitantes encuentren lo que buscan.

Cuando seleccionas una suscripción, el botón se vuelve de color negro; esto hace que sea sencillo repasar rápidamente lo que seleccionaste antes de enviar tus preferencias.

COMERCIO ELECTRÓNICO +
COMERCIO MINORISTA



The Sill | Thesill.com



Esta página de destino de suscripción de MIT Technology Review presenta seis opciones de boletines de noticias diferentes de un modo estético y digerible.

Los coloridos módulos en bloques proporcionan la información suficiente sobre cada suscripción para que los visitantes encuentren lo que buscan.

Cuando seleccionas una suscripción, el botón se vuelve de color negro; esto hace que sea sencillo repasar rápidamente lo que seleccionaste antes de enviar tus preferencias.

Soko Glam | Sokoglam.com

ENJOY FREE STANDARD SHIPPING ON US ORDERS \$35+ | NEW TO K-BEAUTY? START HERE

SOKO GLAM SKINCARE ROUTINE BEST OF K-BEAUTY MAKEUP HAIR + BODY BRANDS REWARDS SALE the klog



GET \$10

Your Skin Expert

As a licensed esthetician, I know that skin is never a one-sized-fits-all solution. That's why I've personally put together a team of skin experts so we can help you get started on a routine and answer your questions through personalized one-on-one skincare consultations.

Request an appointment and let's get started!

xo -charlotte

Schedule Appointment

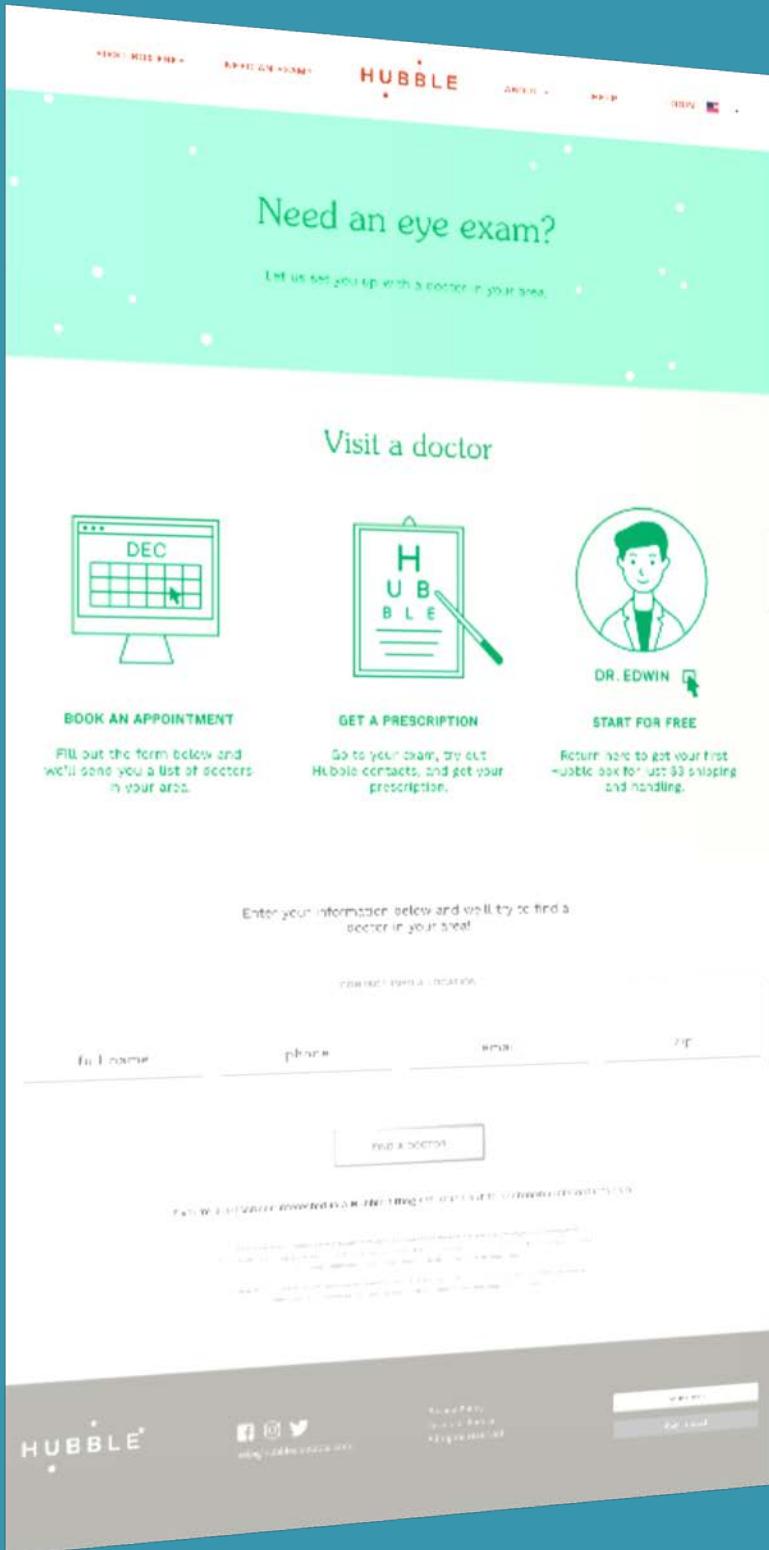
Preferred Date* Choose a time: 10:00-10:20AM EST ▾

Full Name* Email*

Phone Number Age: 18-24 ▾

Esta página de solicitud de turnos del salón de belleza coreano Soko Glam va directamente al grano. En primera plana presenta un texto explicativo que detalla el servicio de consulta personalizada sobre el cuidado de la piel, con una firma manuscrita, que le da un toque más personal. El formulario que aparece debajo utiliza el espacio en blanco para crear un flujo de conversión simple y concreto para la solicitud de citas.

Bubble | Followbubble.com



Esta es otra página de destino maravillosamente diseñada, que aprovecha el poder de la simplicidad. Se trata de una página de localización de médicos que describe claramente el proceso que hay que seguir para comenzar: reservar una cita, obtener una receta y empezar gratis.

Esto facilita la comprensión de los visitantes acerca del rol que ocupa Hubble en el cuidado de su vista.

TOMS | Toms.com

English | Free Shipping \$69+ & Free Returns [See Details](#)

TOMS Shop How We Give Passport Rewards

What are you looking for?

EXPERIENCE OUR STORY

Sign up for our catalog

Stay up-to-date on new TOMS products, limited edition styles, new arrivals and exclusive collaborations. Our catalogue will give you a behind-the-scenes look at how our Giving Partners help to give shoes, sight, water and safer births in over 70 countries around the world. Learn more about how your purchases make a difference and join the movement.



Help

I want to:

- Subscribe to the catalog
 Unsubscribe from the catalog

First Name:

Last Name:

Street Address:

Street Address 2:

City:

State:

Zip Code:

Birthday: Select Month Select Date

Email Address:

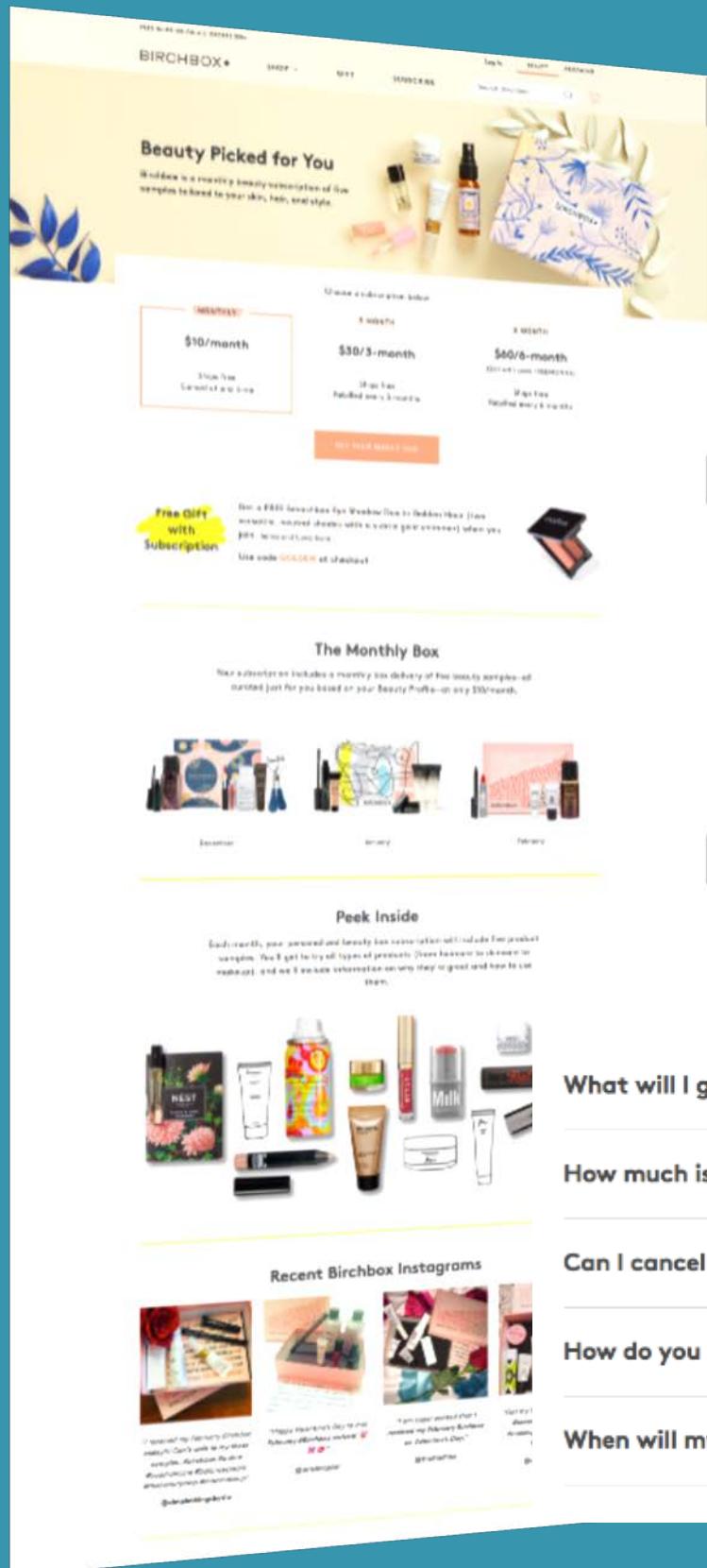
Yes, I want the latest on products, promotions and TOMS Giving newsletters.

By clicking Submit, you agree to receive TOMS catalogs and other newsletters, and you also agree to our [Privacy Policy](#) and our [Terms of Use & Terms of Sale](#).

SUBMIT REQUEST

Esta página de destino tradicional de TOMS es un gran ejemplo de una disposición conservadora, pero eficaz. No incluye nada sofisticado, solamente lo esencial: una descripción del catálogo, algunas imágenes y un formulario bien organizado.

Birchbox | Birchbox.com



Esta página de destino de Birchbox hace un excelente trabajo al demostrar qué es su producto (en este caso, la suscripción para un set de belleza) y qué puedes esperar que recibirás.

Las publicaciones destacadas de Instagram añaden un toque de credibilidad, y el módulo comprimible de Preguntas frecuentes es un elemento útil porque mantiene la información adicional oculta hasta que resulta necesaria.

Frequently Asked Questions

What will I get in my Birchbox?

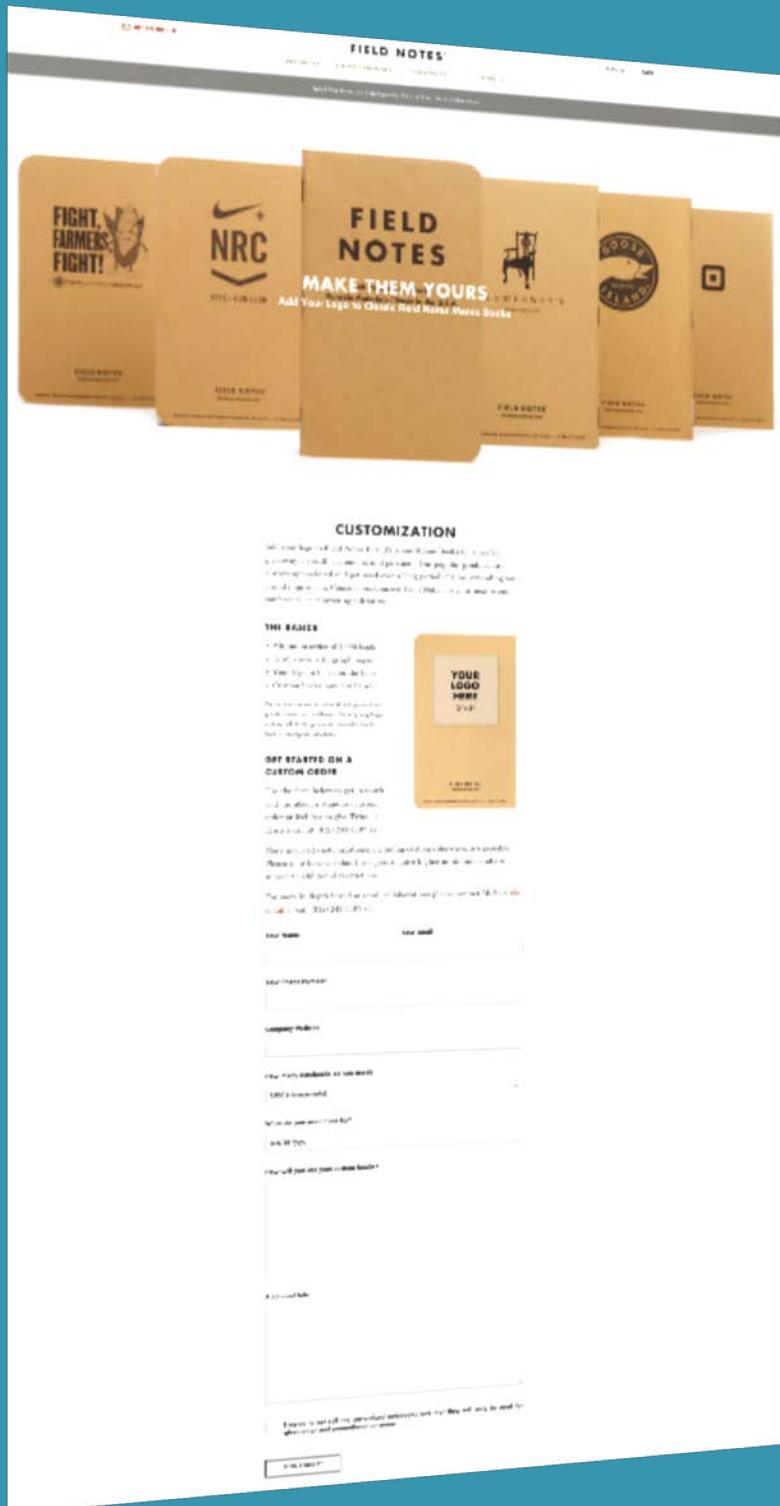
How much is it?

Can I cancel anytime?

How do you personalize my box?

When will my box ship?

Field Notes | Toms.com



Esta página de destino de pedidos personalizados del sitio de Field Notes es clara y concisa.

En primera plana se destacan ejemplos del producto, acompañados de un mensaje claro y orientado a la acción: "Añade tu logotipo a libros de notas clásicos".

Debajo, se incluye una explicación más detallada del proceso de personalización, con viñetas fáciles de consultar. La información fluye sin inconvenientes hasta llegar el formulario de descarga, lo cual contribuye a una experiencia general consistente.



¡Gracias por leer esta guía!

Para conocer más recursos
de HubSpot, visita:
hubspot.es/resources

