**Diseño Web Desde Cero a Avanzado 45h**

**LCC. MIGUEL ANGEL DIAZ SOLANA**

**Sección 9.- Metodología de Trabajo**

E S T R A T E G I A

Objetivo.- Solicitar una entrevista con el prospecto y asegurarse de obtener toda la siguiente información:

# Definir el Proyecto - Dp

* Entender sobre que trata el proyecto a través de una conversación franca con el prospecto.
* Solicitar una lista de requerimientos del cliente.
* Aclarar que cualquier cosa solicitada después de definir el proyecto o cualquier cambio de última hora afecta el proyecto por lo que causa honorarios adicionales.
* Asegurarse de entender cada cosa que solicita el prospecto. No dar por sentado que lo que tu estas pensando es lo que el cliente está solicitando.

# Definir la Audiencia - Au

* Reconocer cual es la audiencia objetivo a quien va dirigida la página. Esto determinará todo el diseño y contenido.
  + Sexo
  + Rango de edades (niños, jóvenes, adultos, tercera edad, minusválidos)
  + Nacionalidades (local/internacional, gustos, color de piel, costumbres)
  + Dispositivos a usar para navegar (celular, pc, tableta)
  + Navegador más usado (Chrome, Explorer, Zafari, etc.)
  + Comportamiento de los usuarios (analíticas y SEO, tiempos de permanencia, número de páginas vistas por visita)

# Objetivos – Ob

* Definir que objetivos se buscan lograr a través de la página. Y el de prioridad entre todos los objetivos que se persigan.
  + Un solo objetivo principal (ventas, mailing/marketing, viralizar, etc.)
  + Varios objetivos secundarios

# Especificaciones Técnicas – Et

* Delimitar las especificaciones que debe tener la página, tales como la compatibilidad con navegadores y versiones.
* Siempre considerar que el cliente va a solicitar su opinión de tu página web a su familia, empleados, amigos y clientes por lo que es importante definir y dejar claro el tipo de dispositivo y navegador sobre el cual el cliente desea que se desarrolle su proyecto.
* Fíjate bien que celular, tableta y pc tiene tu cliente y sus empleados.

# Contenido – Cn

* Detallar el inventario de todo el contenido que debe reunir la página web a lo largo de todas sus secciones (menú, opciones, catálogos, promociones, etc).
* Se recomienda siempre visitar las páginas web de la competencia de tu prospecto para hacer recomendaciones acertadas y ayudar al prospecto a aclarar sus dudas y delimitar el alcance del proyecto.
* Evitar proponer contenidos que sepamos que será difícil de hacer para nosotros.

# Recursos – Rc

* Solicitar y reunir los recursos disponibles desde el inicio, proporcionados por el prospecto, Ejem: logo, imágenes de sus productos, BBDD, fuentes, etc. (nuevos, vigentes o reciclados)
* Investigar si cuentan con un diseño corporativo (infografía)
* Si el cliente no cuenta con nada de recursos hay que dejarle bien claro si se le puede ayudar o no con el diseño de infografía y cuanto le costaría. Esto afecta el tiempo y presupuesto final del proyecto.

# Time Line - Tl

* Marcar las fechas en las que deberá estar lista la primera versión inicial y la publicación de la versión definitiva.
* Evita dar detalle al prospecto de tu agenda de trabajo o de las etapas y actividades del proyecto pues pudiera sentirse tentado a presionarte para apurar el proyecto o interferir para recortar etapas para reducir el precio del proyecto.
* Cuando menciones las dos fechas al prospecto tienes que repasarle los detalles del contenido de su página y enfatizarle que todo requiere su tiempo.

# Presupuesto – Pr

* Establecer la cantidad disponible para definir el grado de diseño y el costo de servicios adicionales (extras).
* Si es algo sencillo que se puede hacer con una plantilla se puede cobar entre 320 y 350 EU lo que equivale a un tercio del salario mínimo en europa ($6,600.00 MXN)
* Si es algo personalizado se puede cobrar el doble del salario mínimo (1,200 EUR = $24,000 MXM)
* Si el cliente decide reducir el presupuesto se le debe advertir que se afectará la funcionalidad de la página o se le debe solicitar que el diseñe la infografía o nos proporcione la base de datos de los correos electrónicos requeridos.
* Si el proyecto es demasiado extenso o el cliente pide muchas cosas es recomendable dividir el proyecto en dos etapas solicitándole al cliente que priorice sus funcionalidades.
* No se recomienda ofrecer al cliente la posibilidad de ir viendo los avances porque puede interferir en el diseño lo cual impacta en la funcionabilidad de la página. Además, si lo que le mostramos no le gusta, el cliente podría optar por quitar funcionalidades con la intensión de reducir el presupuesto original lo cual afectaría a todo el presupuesto del proyecto.

P L A N I F I C A C I O N

Objetivo.- Definir la metodología de trabajo para definir la secuencia de las cosas a realizar. No se trata de hacer la página si no de identificar sus funcionalidades principales enumerando los conceptos más básicos a groso modo de manera genérica. Aquí se realizan el layout, el mock, la tipografía y la paleta de colores a utilizar.

# Conceptos iniciales - Ci

* Hacer un análisis preliminar y establecer conceptos iniciales a groso modo sin entrar en detalles.
  + En el Header va una imagen o una infografía?
  + Se requiere un Slider? De cuantas imágenes? (máximo 3 imágenes)
  + Se ocupa un formulario?
  + Se requiere un Menú principal?

# Lluvia de Ideas - Li

* Anota toda la avalancha de ideas que se te ocurran para el diseño de la página a fin de cumplir la estrategia acordada.
* Analiza tus ideas para el nuevo sitio, clasifícalas y etiquétalas para uso futuro tal vez en otros proyectos.
* Identifica las ideas que coinciden con los gustos de tu cliente y sus asesores.
* Busca ideas innovadoras y creativas pero SENCILLAS de usar.
* Apóyate en páginas en las que hayas desarrollado las mismas ideas que te solicita tu cliente y muéstrale tus analíticas relacionadas con el comportamiento de los usuarios (frecuencia y tiempo de visita, número de clicks, número de páginas visitadas, etc.)
* Recomienda las funcionalidades que en base a tu experiencia referente al comportamiento de los usuarios en temáticas similares.

# Arquitectura - Aq

* Aquí se define las opciones del Menú de Navegación.
* También se define la estructura que tendrá la web. Se define como se organizarán los contenidos en las diferentes secciones de navegación y la base de datos. La distribución de árbol de carpetas y sub-carpetas; lo ideal es tener en la raíz las carpetas css, img, y js y los htmls que se quieran considerar como principales, y los secundarios en las subcarpetas con los nombres propios del menú que tenga la pagina. Esto se debe definir desde el inicio para evitar pasar corajes por tener que modificar las ligas internas por tener que reubicar las carpetas.
* Las tablas de la base de datos deben ser modulares y escalables. Es decir, hay que preparar los campos y las tablas para cualquier crecimiento.

# Layout - Ly

* Diseña como se presentarán los elementos de cada página en diferentes resoluciones de pantallas: Tablet, celular y pc de escritorio. (Responsive dising)
* Cuidar que NUNCA aparezca la barra de desplazamiento horizontal en la página.
* Por regla general, en la pantalla del celular y la tableta debe haber menos información que en la pantalla de PC de escritorio. Los mismo entre la pantalla de celular y tableta.

# Usabilidad - UX

* Diseña la web para ser intuitiva, fácil de usar y dirigir la atención a los elementos que cumplan el objetivo principal del sitio web.
* El objetivo principal de la web debe ser absolutamente fácil, intuitivo y claro de hacer de modo que el usuario no abandone la página por miedo a algo.
* Mostrar la página a personas de confianza del mismo segmento al que va dirigida la página para que nos de su opinión.
* La usabilidad aumenta las cifras de visitas en las páginas, tiempo de permanencia, volver a visitar y recomendar la página.
* Hay evitar poner popups molestos que bloqueen la visibilidad al usuario y lo lleven a cerrar la página. Hay que evitar spamear al usuario.

# Mockup - Mk

* Antes de comenzar a hacer el código, haz un diseño gráfico del aspecto final que pretendes que tenga la web. Este diseño es el prototipo o esqueleto de la página que nos permite programarla de “una sola sentada”; es decir, nos ayuda a programar concentrados en el código sin distraernos con el diseño.
* La aplicación <https://ninjamock.com> permite conocer las medidas y dimensiones de los objetos que deseamos tener en la página.
* Jose Javier recomienda la anchura estandar es hasta 480px para teléfonos, de 480-767 para tablets, de 767-950 para pcs pequeños o tablets en posicion horizontal y de 950 en adelante para pantallas grandes de pc. Para el ancho de los banners la medida recomendada por José Javier es de 1360px que es la anchura éstandar de muchos monitores. Es decir, la resolución más usada en monitores de pc (cifras de 2015) es 1366\*768, y la segunda 1920\*1080, ambas con una resolucion de aspecto de 16/9, siendo 1.7777777 la constante.
* La cantidad de clicks que tienen que dar el usuario para llegar a una opción determina su accesibilidad. Entre menos clicks mayor importancia al contenido, mas clicks menor importancia al proceo o contenido. Para darse de baja o hacer la cancelación de una cuenta, un producto o servicio podemos “esconder” a una mayor distancias de clicks para el usuario. Es decir, a nivel de cancelaciones de servicio conviene hacer una MALA experiencia de usuario.
* También es importante cuidar los puntos que da Google por el Responsive Dising por lo que debemos procurar que tenga SEO.
* No existe la página perfecta en usabilidad y analítica de SEO pero si podemos diseñar una página aceptable.

D I S E Ñ O

Objetivo.- Se trata de definir como se verá mejor nuestra página con la ayuda de un experto o profesional del diseño gráfico.

# Paleta de Colores - Pc

* Al elegir los colores se debe cuidar que NO todos los colores sean diferentes a menos que estemos diseñando una página infantil. Se recomienda usar de dos a tres colores análogos y solo un complementario.
* Los colores análogos son los que están más cerca unos de otros dentro de la paleta de colores.
* Los colores complementarios son totalmente los opuestos dentro de la paleta de colores.
* Elige una gama de colores con los que pintar toda la página a partir de los siguientes links recomendados:
  + <http://colorschemedesigner.com/csd-3.5/>
  + <http://presenciaweb.net/tools/circulo-cromatico/>
* El formato RGB (Red, Green, Blue) es el modo de conseguir un color a través de mezclar canales de luz; es decir, cada uno de los números va entre 0 y 255 que indican el grado de luz de cada color con lo cual se obtiene una mezcla de colores que da un nuevo. El 0 es blanco y el 255 es negro. Por ejemplo, el amarillo en formato RGB se obtiene con la nomenclatura 0,100,100; o sea, el rojo apagado y el verde con el azul a media luz.
* El formato CYMK (Cian, Yellow, Magenta, Negro) es una mezcla de colores tal y como se haría con los lápices de colores.
* En el formato LAB la L indica cuanta luz debe haber en cada PIXEL, la A indica el color seleccionado entre verde y rojo, la B indica el color que tendrá entre amarillo y azul.
* El color blanco indica modernidad, el color negro indica misterio o elegancia, el color rojo y naranja indicar “garra”, energía y vitalidad. El azul es honestidad y sinceridad, el verde tiene que ver con la naturaleza, el agua, la frescura de la hierva.
* Se recomienda hacer Responsive Luminoso diseñando TRES paletas de colores para el mismo sitio de acuerdo a la cantidad de luxes captados por el sensor de luz del celular:
  + Una para tonalidad normal de luz (Light) con los colores principales
  + Una para tonalidad media de luz con colores intermedios.
  + Una para cuando hay poca tonalidad de luz u obscuridad (Dark) para no dañar la vista y que el contenido sea más fácil de ver con luminosidad intermedia. Para esto existe un código de Java para modificar los colores de acuerdo a la cantidad de LUXES que está recibiendo el sensor de luz del celular.

# Logotipo - Lg

* Normalmente, el cliente no tiene su logotipo y espera que nosotros se lo diseñemos.
* Si estas capacitado, diseña un logotipo que refleje las características del cliente. Se recomienda solicitar ayuda de un profesional.
* El logotipo es el elemento principal para representar a una marca y diferenciarla dentro de su sector y delante de su competencia a nivel global por lo que debe tratarse con sumo cuidado.
* Si el cliente tiene un logotipo feo que le guste a el pero que no le beneficie en su imagen ofrécele dos o tres opciones nuevas de logotipos con ayuda de un profesional y cóbraselo. Pero asegúrate que el diseñador entreviste a tu cliente y le pregunte cuales son los productos y servicios que vende, cuales son sus principales competidores, que lo diferencia del restos de sus competidores, preferencia de colores, tipo de liderazgo (búho, delfin, pavorreal, pantera) etc pero sin excederse con sus preguntas.

# Áreas Visuales - Av

* Diseña las ÁREASS más globales y genéricas antes de hacer los elementos internos específicos.
* Por regla general, los elementos que están sobre fondos blancos o claros resaltan mas provocando que el ojo automáticamente vaya sobre esa dirección.
* Una vez que ya se tienen diseñadas las ÁREAS globales dentro de la página hay que hacer el diseño Responsive Visual para celular y tableta.

# Elementos Visuales - Ev

* Una vez diseñadas las áreas genéricas, define el aspecto final de los elementos internos más específicos o concretos.
  + Botones: Almacenan acciones que deseamos que los usuarios realicen. Es importante que tenga una buena experiencia de usuario. Deben ser lo suficientemente grandes para que la persona de en el botón fácilmente y logre accionar la secuencia programada. Un buen botón es premiado por Google para el SEO. Letras blancas.
  + Imágenes: No muy pesadas y de excelente calidad.
  + Formulario: Cajas de texto con colores bonitos que inviten a escribir.
  + Enlaces: Colores agradables.
  + Iconos y letras: Las tipografías deben ser de tipo fuente no imágenes.

# Tipografía - Tp

* Elige o crea una tipografía que corresponda al público o usuarios, servicio e imagen que el cliente desea proyectar.
  + Fuentes de Palo Seco: Líneas finas. Son juveniles y elegantes.
  + Fuentes de Palo Grueso: Líneas gruesas. Son formales y profesionales.
* Google fonts: Tiene muchas tipografías de uso libre.
* Imágenes de tipo PNG: No usar
* Imágenes de tipo GIF: No usar
* Fuentes e íconos Vectoriales: Código que representa un dibujo en vez de subir una imagen. Usar para hacer los botones e íconos de redes sociales.
  + Ya traen asociadas teclas Hotkey
  + Permiten cambiar tamaño y color sin distorsionarse
* Herramientas:
  + Font Awesone: http://fontawesome.io/
  + Bootstrap 4: https://v4-alpha.getbootstrap.com/
  + Icomoon: <https://icomoon.io/>; https://icomoon.io/#docs
  + <http://www.flaticon.es/>
  + <http://www.freepik.es/>

# Animación - An

* Decide si sería favorable añadir animaciones en tu página web. Si es así, define como serán, cual será su impacto en la UX y el efecto que deseas lograr para ayudar al usuario a tener una mejor experiencia.
* El objetivo de añadir una animación debe ser dar vida, personalidad y chispa al contenido. Las animaciones deben ser agradables y de buen gusto.
* No hay que hacer al usuario que adivine lo que tiene que hacer para que aparezca el contenido. Las animaciones NUNCA deben estar relacionadas con el contenido. El contenido debe estar disponible sin que el usuario tenga que “jugar” con la animación. Por ejemplo, que cuando pase el botón sobre un área le aparezca el menú principal.

# Test de UX

* Mostrando el diseño gráfico, pide a los usuarios de prueba que indiquen que llama su atención en las tres vistas (computadora de escritorio, smartphone y tableta), si es intuitivo, sencillo, etc.