



Imagen, color y texto: Tres claves para diseñar una Store brillante.

En este artículo hablaremos de la importancia de crear un buen diseño integral online que se adapte a las características de tu marca con el fin de visibilizarla, posicionarla y de esta forma lograr que los consumidores y futuros clientes se identifiquen y familiaricen de manera efectiva con tus productos.

Cuando hablamos de identidad visual nos referimos a la relación conceptual entre el nombre de tu marca y la imagen que la acompaña. Los colores, el tipo de letra, el estilo de imágenes y videos y el vocabulario son elementos que componen una identidad comercial.

Utilizar los mismos elementos gráficos que escojas para moverte por las diferentes plataformas será clave en el momento de generar el reconocimiento de tu marca donde sea que el usuario la encuentre, aunque la Store será el punto máximo de representación.

Nos explayaremos en algunos criterios fáciles y sencillos que debes tener en cuenta a la hora de organizarte. Planificar antes de comenzar te permitirá ver con claridad qué aspectos quieres resaltar y hacia dónde ir.

Si aún no has dado con el logo pregúntate, cómo primer paso, qué elementos representan tu producto y/o servicio, cuál es su historia, a qué tipo de público está dirigido. Busca algunas tipografías y paletas de colores que te gusten y que sean acorde a tu producto y comienza a plasmar.

Ten en cuenta que el nombre de tu marca no tiene por qué ser el logo, muchas empresas utilizan una imagen para identificarse, otras una buena tipografía, otras ambas.

Prioriza un diseño claro y sencillo antes de colmarlo de imágenes y colores, genera un diseño orgánico. ¡Menos es más!

Al igual que con el logo, para escoger el diseño general de la página, tendremos en cuenta la gama de colores que se asocien a lo que estamos ofreciendo. La nube nos brinda plantillas acorde a cada estilo de producto, escoge la paleta de colores que consideres va en línea con tu marca.

Por ejemplo, si vamos a vender productos de jardinería tenderemos a los colores verdes, marrones y por qué no algún mostaza o amarillo.

La paleta de colores y las tipografías nos servirán como base a la hora de diseñar elementos accesorios para cualquier tipo de pieza gráfica como flyers, videos, banners, etiquetas, promociones, packaging,

entre miles de otras. Podemos elegir también algunos entramados, estampas o imágenes que se adapten a nuestro estilo.

En el caso de las imágenes, considera que sean de calidad y como dijimos antes, sigan un criterio estético, tanto si las registras tu o las tomas de los bancos de imágenes disponibles.

Cuando tengas alguna selección, te sugerimos crear una carpeta para ir guardando todo lo que haz escogido.

Además, como dijimos antes, es importante que las redes sociales tengan la misma portada y foto de perfil, así cómo también la misma gráfica, y que todo coincida con el diseño general de la Store.

¿Cómo nos dirigimos?

El vocabulario también es un punto a tener en cuenta, intenta mantener el mismo estilo para cualquier texto que redactes. Pregúntate a qué público te diriges para dar con la estética gramatical que desees (mayor, joven, menor, formal, informal).

En cualquier formato que elijas además de vender, no te olvides de contar quién eres, presentar la marca, cuáles son los beneficios de tus productos y/o servicios a nivel general, en que se destacan, etc.

Cada red social brinda diferentes posibilidades a la hora de sumergirte en la escritura, por ejemplo, en Twitter redactarás textos más cortos y te explayarás con algún artículo en tu blog, crearás post atractivos y visuales para Instagram y redireccionarás a tu Store para una clara descripción de cada producto.

Recuerda que para que la identidad visual sea consistente unificaremos en todas partes la imagen de la marca con las gamas de colores, mismas tipografías, mismas formas, y estilo de texto.