

Tendencias 2018 en diseño web

Súmate Marketing Online, empresa internacional de consultoría y agencia de marketing online, analiza las tendencias en diseño web que tomarán fuerza este 2018

El diseño web es fundamental como sello de identidad de las marcas, pero siempre presenta un reto importante. Depende de las modas, tendencias y, además, está sujeto a una rápida evolución tecnológica.

Súmate Marketing Online, empresa internacional de consultoría y agencia de marketing online, analiza las tendencias en diseño web que tomarán fuerza este 2018:

Diseño

Diseño en esqueleto: este diseño permite que la web se cargue en etapas, de lo más simple a lo más complejo, proporcionando en el proceso de carga un esqueleto de pantalla para que el usuario pueda ir haciéndose a la idea de la estructura que va a encontrar. Esto significa un aumento en la usabilidad del lugar visitado. Esta técnica ya está empezando a ser utilizada por sites como Facebook o linkedin.

Diseño modular: aunque los diseños hamburguesa siguen siendo una práctica muy extendida, irán perdiendo fuerza para dar relevo al diseño modular. Este diseño hace que la web funcione mediante módulos que actúan de manera independiente, proporcionando una gran capacidad de adaptación a las dimensiones de cada dispositivo. Un ejemplo de ello es Pinterest.

PWA (aplicaciones web progresivas): se comporta como una aplicación nativa pero utiliza tecnología web, ocupando menos espacio e incrementando su funcionalidad.

Colores y formas

Cada vez existe más demanda de ilustraciones e infografías propias, dejando atrás los bancos de imágenes. Triunfan los diseños más interactivos, dando lugar a diseños diferenciadores. Algunas de las tendencias que están tomando fuerza en cuanto al contenido gráfico son: Colores vivos, degradados y bicromatismos; formas geométricas y skeuomorfismo, texturas de la vida real; fondo sobre forma y superposiciones de colores simples para un efecto de profundidad y textura; flat design o diseño gráfico plano, regresando al diseño minimalista combinado con una imagen limpia y fondos blancos o pastel; minimalismo en branding y logos; formas y botones personalizados, es necesario que una web tenga personalidad y carácter en su diseño, reforzando así la identidad visual de la marca.

Imágenes, vídeos y efectos

Es esencial que, cada vez que se introduzca un vídeo, imagen o efecto en nuestro sitio web, se tenga cuidado con los tiempos de carga, ya que éstos podrían repercutir en la usabilidad y en el nivel de calidad general. Estas son algunas ideas y efectos que se están introduciendo cada vez más: heroimágenes, Gifs o vídeos que ocupan toda nuestra página, sirviendo de carta de presentación de la marca; microinteracciones: acciones que provocan un cambio cuando el usuario interactúa con ellos, por ejemplo, cuando se introduce un producto en el carrito, que éste se mueva o cambie de forma; efectos hover: se activa cuando el usuario se sitúa sobre una imagen y ésta cambia; efecto parallax: son movimientos a distintas velocidades de elementos web que se activan al hacer scroll, dándole profundidad a la página; realidad virtual y 360.

Tipografías y tamaños

Actualmente el contenido visual gana terreno al escrito, el tamaño de letra utilizado es cada vez mayor para llamar la atención del usuario:

En muchas ocasiones las tipografías son usadas como formas y no como texto para comunicar.

Las tipografías “hand made” o vintage siguen estando presentes al conseguir una mayor diferenciación y distinción de las habituales. No obstante, las tipografías circulares y la Sans Serif también ocupan gran lugar entre las preferidas.

Tipografías desencuadradas, así como el texto en superposición con imágenes.

La tendencia a combinar textos o títulos horizontales y verticales es perfecta para llamar la atención de los internautas.

Según Montse Muñoz, consultora en Súmate: “No debemos olvidar que la página web es la carta de presentación de la empresa. Ésta debe contar con un diseño web innovador y creativo pero a su vez tiene que responder a unas características óptimas de SEO y usabilidad.”

Sobre Súmate

Súmate es una agencia de marketing online multinacional con sede en Salamanca. Orientada a resultados medibles, fue fundada en 2011 en Salamanca por Roald Schoenmakers, Miguel de Reina (ex director general de Google España) y Germán Martínez (ex director comercial de Facebook España). Ofrece servicios de SEO, SEM, publicidad en redes sociales, Inbound Marketing, Comparison shopping management y Real Time Bidding; todos ellos adaptados a mercados europeos e internacionales. Para ello, cuenta con una plantilla de más de 50 trabajadores que prestan sus servicios en 23 idiomas, lo que la convierte en una agencia de carácter internacional. Súmate, además, es una empresa certificada como PYME innovadora por el Ministerio de Economía y Competitividad para el periodo 2015-2018.

Datos de contacto:

Actitud de Comunicación SL
913022860

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Otros Servicios](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>