

BUILDER

WEB & MOBILE DESIGN GENERATOR

Ya está operativo el nuevo motor de creación de landings y prelandings. Builder es la combinación de Aquiles y Calumma y surge por la necesidad del equipo de Diseño de tener más agilidad en la composición de estas apariencias. Alejandro Tejerina, Front-end Developer en IT Product aceptó el reto de Vincenzo Petti, nuestro Director Creativo. En este Cara a Cara entrevistamos a ambos para que nos expliquen qué es lo que han hecho.

CREATIVE DIRECTOR

Vincenzo Petti

P. ¿Para qué sirve?

R. Builder nos proporciona una mayor automatización en la creación de campañas para Marketing, apariencias y pre landings. Es una herramienta que nos permite tener un equipo interdisciplinar con capacidad de asumir más volumen de trabajo.

P. ¿Qué ventajas tiene Builder?

R. Hay muchas ventajas, pero podemos destacar tres:

- La primera, sin duda, la optimización de los tiempos de desarrollo y de entrega de las creatividades. Somos más rápidos.
- Capas de seguridad para respetar las especificaciones marcadas por el operador, como elementos obligatorios o los colores. Esto es muy importante de cara a garantizar y agilizar los procesos de validación de las campañas. Somos más eficaces.
- Autonomía para los equipos de negocio, que no tienen conocimientos técnicos. Por ejemplo, ahora, si alguien de Marketing quiere hacer una prueba de cambiar de color una landing, pueden hacerlo con Builder sin tener que pasar por nosotros. Somos más autosuficientes.

P. ¿Qué mejoras en el día a día habéis notado?

R. Un dato interesante es que llegamos a hacer entre 150 y 200 landings y casi 100 pre – landings al mes y que antes podíamos llegar a tardar 2 semanas en crear una pre – landing interactiva y ahora en 1 día puede estar hecho. Hemos ganado una agilidad increíble.

FRONT-END DEVELOPER

Alejandro Tejerina

P. ¿Cómo nos definirías Builder?

R. Builder es el resultado de unir Calumma y Aquiles en una sola herramienta, para que el equipo de Diseño pueda crear y modificar las apariencias de landings y pre – landings. Es cómodo, rápido y práctico.

P. ¿Cuál era el verdadero reto?

R. Para empezar, mejorar las funcionalidades que ya existían, como por ejemplo disminuir el tiempo de renderizado de las apariencias o añadir nuevas posibilidades a la hora de descargar el HTML, y por otro lado, idear e implementar otras nuevas que mejorasen el flujo de trabajo del día a día.

Para mí, lo más innovador es poder crear las landings de test con un solo clic y además de ser útil para Diseño, que también lo sea para otros equipos como Marketing o QA.

