

LE GUIDE DONT TU AS BESOIN POUR TE POSER LES BONNES QUESTIONS
QUAND TU VEUX CRÉER UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE

Workbook

DÉFINIR TES BESOINS POUR TON IDENTITÉ VISUELLE

SPÉCIAL
MICRO-ENTREPRISES



www.studio-la-fabrique.fr

hello

Moi c'est Jessica, du studio graphique La Fabrique :).

Bienvenue dans ce guide qui va te permettre de **te poser les bonnes questions** avant de créer ton identité visuelle.

Etant graphiste de métier (création de logo, de supports imprimés, d'éléments pour de la communication événementielle...), j'ai créé ce guide afin de permettre aux entrepreneurs de savoir **exprimer des besoins clairs** pour la création d'un nouveau logo, que ce soit pour une la création d'une entreprise ou pour une nouvelle marque.

Les questions inscrites dans ce guide, **ce sont les questions que je pose à mes clients lors d'un premier RDV**. Elles regroupent tout ce que j'ai besoin de savoir avant de commencer mon travail de recherche graphique !

Je travaille essentiellement avec des petites structures (TPE-PME et auto-entrepreneurs), j'ai donc imaginé ce guide spécialement pour toi, qui doit gérer plusieurs fonctions en même temps et qui peut être perdu quand on te parle communication & graphisme ;).

Tu vas te questionner ici sur :

①	Ton positionnement	PAGE 4
②	Ton savoir-faire	PAGE 5
③	Tes concurrents	PAGE 6
④	Tes objectifs	PAGE 7
⑤	Ton identité graphique	PAGE 8
⑥	Tes supports de communication	PAGE 9

Tu peux prendre des notes directement sur ce PDF (grâce à Adobe Reader ou PDF Filler tu peux le modifier sur Internet et l'enregistrer dans sa version modifiée par la suite) ou l'imprimer et crayonner dessus à ta guise :).

allez, c'est parti !



L'IDENTITÉ VISUELLE

C'EST QUOI & À QUOI ÇA SERT ?

On va commencer par un peu de théorie (*un tout petit peu, promis*).

Quand on pense identité visuelle, on pense évidemment **logo**. C'est la partie graphique qui représente ton entreprise, son symbole.

Un logo parfait doit remplir 4 fonctions :

IDENTIFICATION

Il fait ta notoriété, te démarque de tes concurrents et permet à tes clients et à tes prospects de te repérer facilement.

CERTIFICATION

Il te sert à signer tes produits ou tes services de manière légale et permet aux clients de connaître l'origine du produit/service.

APPARTENANCE

Si tu as plusieurs produits ou services, il permet à tes clients ou prospects de repérer, d'un seul coup d'œil, que l'ensemble de ces produits sont les tiens.

SYMBOLIQUE

Il résume ton entreprise, tes valeurs. Le plus souvent, le logo représente le nom de ton entreprise et parfois il est accompagné d'un picto ou d'une illustration. Quoi qu'il en soit, ton logo est unique et **doit te représenter à 100% !**

Et l'identité visuelle dans tout ça ?

Ça englobe bien évidemment ton logo, mais pas que. **Typographies, couleurs, sigle, éléments graphiques utilisés sur tes différents outils de communication...** L'image de ton entreprise ne s'arrête pas uniquement à ton logo ! Il y a de multiples éléments qui rentrent en compte pour véhiculer les bonnes informations à ta cible.

Une bonne identité visuelle, c'est la cohérence entre les outils de communication et sa conception dans les moindres détails. Un logo n'est que très rarement seul sur un support (*à part sur un panneau au bord d'un terrain de foot...*). Il est le plus souvent accompagné de photo, d'une phrase qui résume ton entreprise, d'un univers graphique qui te ressemble et qui a été réfléchi uniquement pour **TON** entreprise.

C'est sur ça que l'on va travailler aujourd'hui : t'amener à te poser les bonnes questions pour faciliter le travail graphique, pour créer une identité visuelle qui te corresponde et qui fasse ressortir les atouts de ton entreprises ou de ta marque !





TON POSITIONNEMENT

Comment s'appelle ton entreprise / ta marque ?

Quel est ton domaine d'activité ?

Quelle est ta cible ?

On ne s'adresse pas de la même manière à un adolescent de 15 ans qu'à une jeune retraitée. Les messages et le ton sont différents, tu dois donc bien connaître ta cible !

Exemples de critères : sexe, age, secteur d'activité, revenus, valeurs...

Quels sont les produits et les services que tu proposes ?



2 TON SAVOIR-FAIRE

Quelle est ta valeur ajoutée ?

Ce qui fait que tes clients vont te choisir toi plutôt qu'un de tes concurrents

Quelle est ta personnalité ?

Quand on est dans une micro-entreprise, je suis convaincue que l'identité visuelle de ton entreprise doit coller à avec ta personnalité. Tu vas vendre des produits et services sous cette identité, il faut donc que tu sois totalement à l'aise avec elle ;) !

Quelle est la personnalité de ta marque, de ton entreprise ?

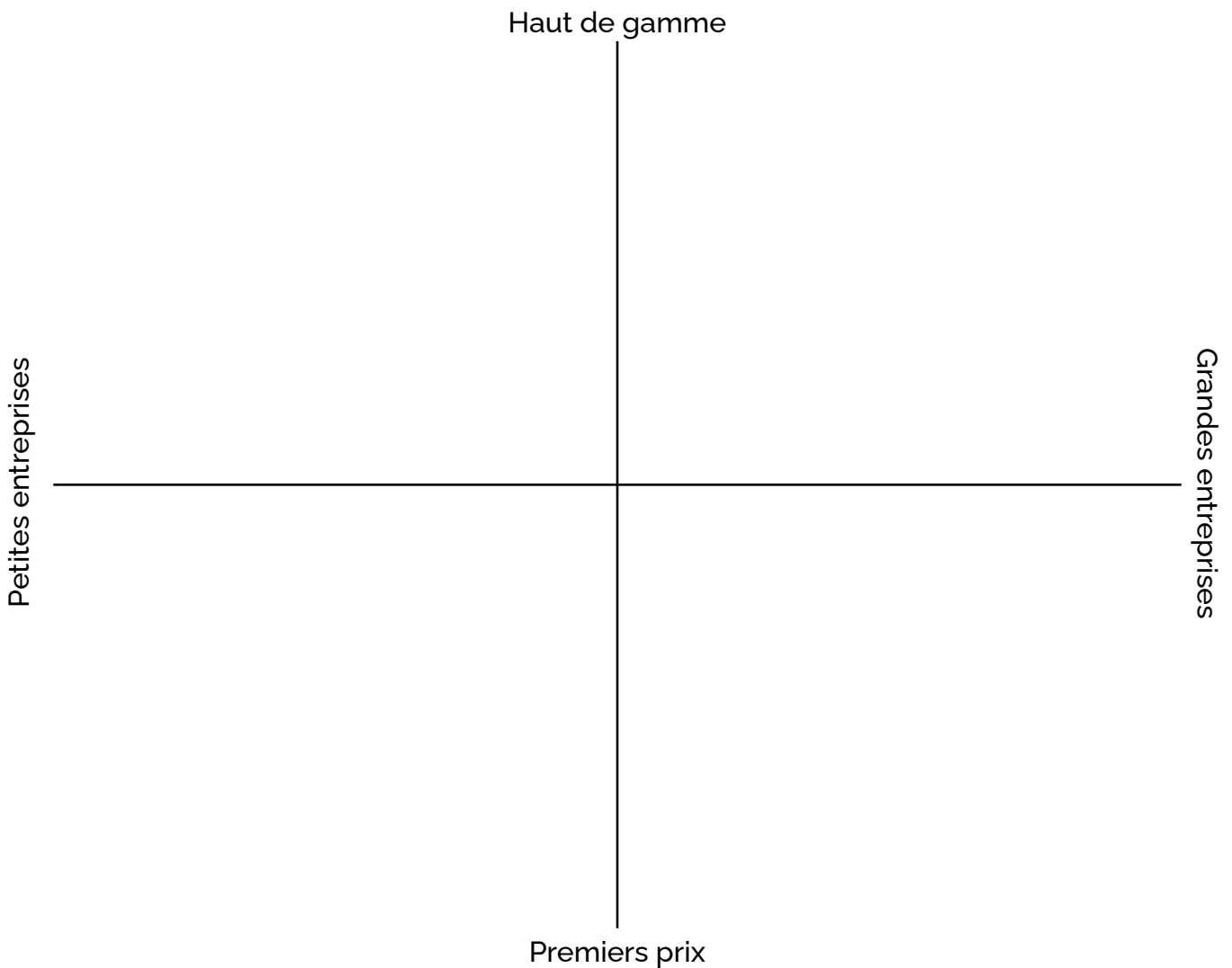
Comment est ce que tu souhaites parler à tes prospects, à tes clients ? Quelles sont les valeurs que tu défends ? Quels sont les aspects que tu souhaites mettre en avant sur ton site internet ?



3 TES CONCURRENTS

Liste tes concurrents :

Et positionne-les ci-dessous :





TES OBJECTIFS

Quels sont tes objectifs à court, moyen & long terme ?

Exemple : si tu te lance dans la fabrication de bougies et que tu souhaites étendre ta gamme dans les mois ou années à venir (pour faire des parfums d'ambiance par exemple), c'est bien que ton graphiste le sache dès le départ : ça va lui permettre d'anticiper certaines contraintes techniques ,).

À COURT TERME

À MOYEN TERME

À LONG TERME



5

TON IDENTITÉ VISUELLE

Pour que ton identité visuelle souligne au mieux ta personnalité, celle de ton entreprise, et te corresponde à 100%, il est important d'en savoir un peu plus sur tes goûts.

Quels sont les styles de logo qui te plaisent ?

Picto ou non ? Travaillé ou épuré ? ...

Des couleurs appréciées ou détestées ?

A titre indicatif. Les logos sont travaillés en fonction des couleurs qui attireront ta cible et en fonction de leur signification psychologique. Mais si tu détestes absolument le violet, ton graphiste devrait faire en sorte de ne pas te proposer un logo de cette couleur là...

Ton style typographique ?

Serif | Sans Serif | Script

Quelles sont les marques, les photos qui t'inspirent pour ta marque ? Pourquoi ?

Est ce qu'il y a des éléments que tu souhaites absolument éviter ?





TES SUPPORTS DE COMM'

Sur quels supports ton identité sera présente ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Site web | <input type="checkbox"/> Goodies |
| <input type="checkbox"/> Réseaux sociaux | <input type="checkbox"/> Devanture de magasin |
| <input type="checkbox"/> Cartes de visite | <input type="checkbox"/> Brochures, flyers |
| <input type="checkbox"/> Papeterie (en-tête, devis...) | <input type="checkbox"/> TV |
| <input type="checkbox"/> Véhicule | <input type="checkbox"/> Application digitale |
| <input type="checkbox"/> Autres : | |

Des choses à ajouter :) ?





Merci

d'avoir téléchargé ce workbook

Si tu recherches quelqu'un
pour la conception de ton logo,
n'hésites pas à me contacter ;) !



Jessica Texier
5, la Grande Brosse
85130 La Gaubretière

06 65 13 16 11
jessica@studio-la-fabrique.fr
studio-la-fabrique.fr