

Créer votre identité de marque



en 3 étapes

L'identité de marque, c'est quoi ?

C'est la **représentation** que votre entreprise propose à son public et ses clients. Elle sera ainsi **reconnaissable** grâce à une **identité visuelle harmonieuse** et parfaitement **cohérente** avec son univers, son message, son histoire, ses valeurs...

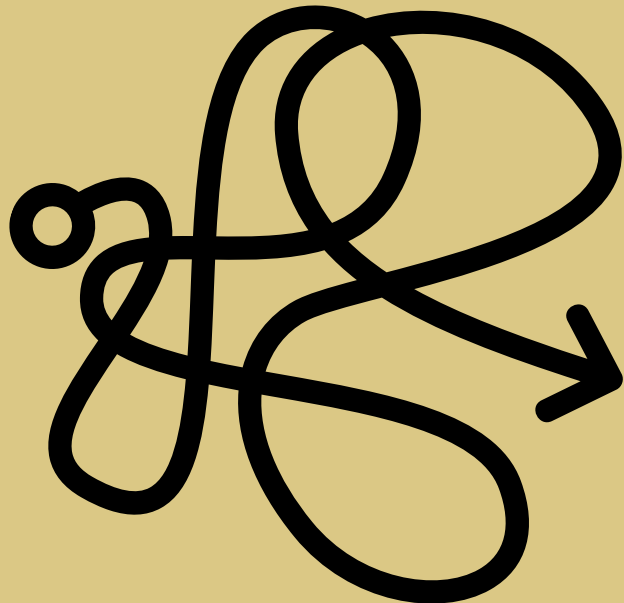
The Coca-Cola logo, featuring the brand name in its iconic, flowing script typeface.

D'un coup d'oeil !

Vous vous dites peut-être

"Ok, ça a l'air super *important*..."

mais un peu *compliqué* non ?"



Et puis...

"Quel nom, quel logo *choisir ?*"

"Par où *commencer ?*"

"Combien *ça coûte ?*"



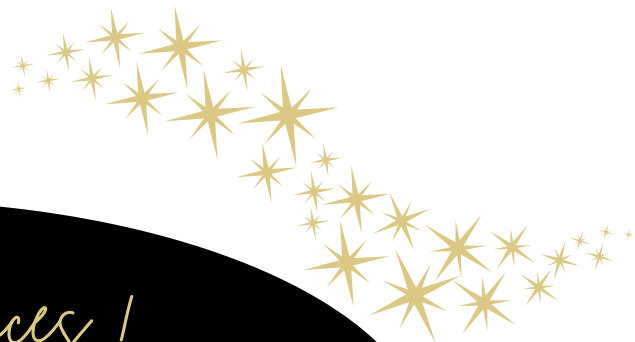
"Qu'est ce j'y *gagne ?*"

En fait

Une identité forte va vous permettre :

- ★ d'affirmer vos différences et spécificités
- ★ d'améliorer votre image professionnelle
- ★ de vous distinguer de vos concurrents
- ★ de créer une sensation de reconnaissance
- ★ d'attirer votre client idéal

Que des bénéfices !



Et tout ça,

ça rapporte de la notoriété
de la cohérence
des clients fidèles
de la recommandation



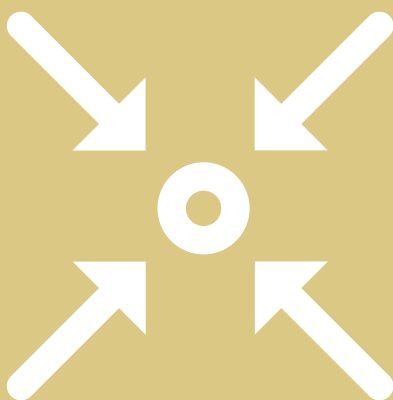
en un mot, du business !

En bref

Une *marque*

qui se *démarque*

se *remarque* !



3 étapes simples

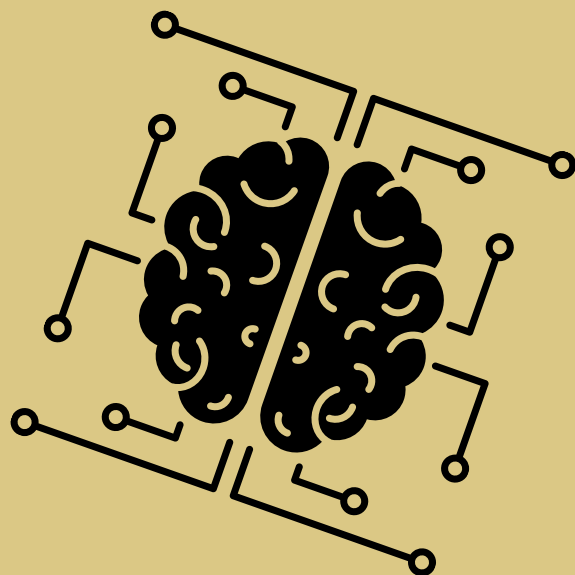
pour la construire



Avec réflexion et imagination

1 -

Une bonne *compréhension*

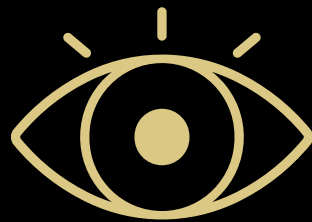


>> l'idée : réfléchir avant d'agir



Avant toute chose, (re)faites connaissance avec votre entreprise : réfléchissez à ses **fondements**, à ce qui la **distingue** de ses concurrents, identifiez ses valeurs profondes, ses différences, son credo, sa contribution, ...

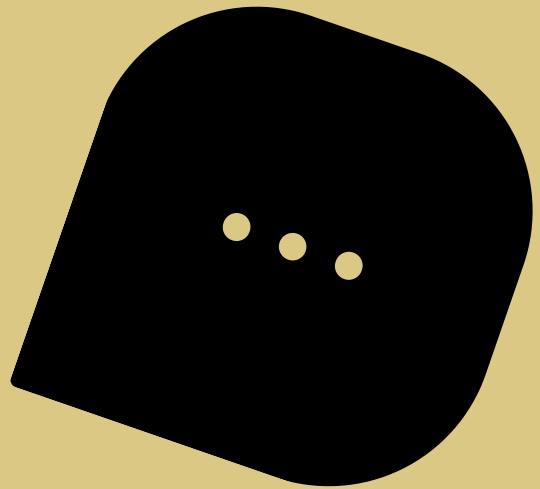
C'est ainsi que vous établirez sa **cohérence interne**, et donc sa **visibilité** et sa **crédibilité externes**, auprès du public.



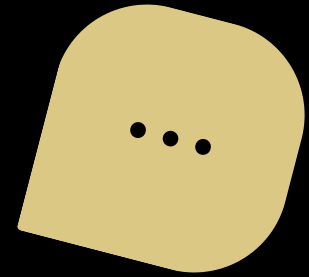
*Ce que ça fait à l'intérieur
se voit à l'extérieur :)*

2 -

Un message *clair*



» l'idée : être bien perçu



Le message porté par votre identité de marque aidera le public à comprendre ce que vous pouvez et voulez apporter à votre marché, comment vous souhaitez que vos clients vous voient et vous comprennent, et aidera à les rassurer et les fidéliser.

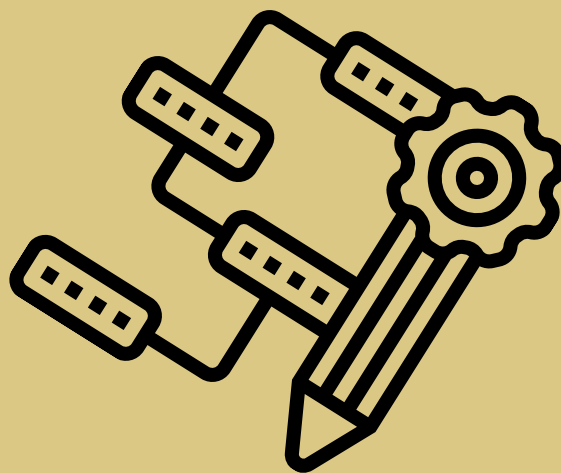
Le nom et la "signature" (ou baseline) de votre entreprise en font partie, ainsi que les règles éditoriales (ton et style).



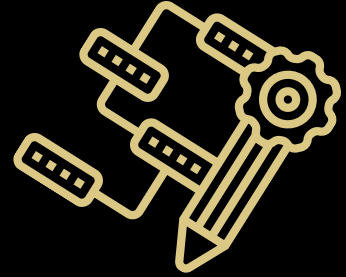
Message in a boooooo|||llllle...

3 -

Un design *spécifique*



>> l'idée : être reconnu



Une identité visuelle **lisible** va traduire tout votre **univers**, vos **valeurs** et vos **spécificités** à travers plusieurs **éléments graphiques**. Le **logo** en est la pièce centrale, mais les **couleurs** et les **polices** de caractère y jouent un rôle prépondérant.

La **charte graphique** les regroupe et garantit leur utilisation **homogène et cohérente** sur tous les supports. Elle permet de **reconnaître** vos communications, comme une **empreinte** unique.



*Mais que fait ta police ?
(de caractère !)*

Et vous...

...vous avez créé votre

identité de marque ?

*Où vous allez bientôt
vous lancer ?*



Vous voulez voir ce que ça donne en pratique ?

Alors, au prochain *Pourquoi-Comment*

je vous présenterai un cas *concret*

de création d'identité

Si vous avez besoin

d'affiner votre

identité

d'optimiser votre

lisibilité

d'améliorer votre

visibilité

(oui, c'est ma devise !)

brisons la glace !



par tél 06 78 72 55 27 ou en visio

www.myriade-communication.com

myriade communication
éthique, authentique & esthétique