



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Définir l'importance et l'impact de l'identité visuelle pour son entreprise
- . Analyser & réfléchir sur sa marque, son positionnement, son marché cible & les tendances du marché
- . Concevoir son logotype : choisir ses formes, ses couleurs, sa typographie
- . Production des différents éléments de son identité visuelle & créer sa charte graphique
- . Diffuser l'identité visuelle de son entreprise

PUBLIC CONCERNÉ

Commerçants, artisans, travailleurs indépendants, salariés, chefs d'entreprise, demandeurs d'emploi désireux de travailler son identité visuelle en autonomie

PRE-REQUIS

Ce programme intègre les notions de base de la spécialité, une utilisation basique de l'ordinateur et d'internet est recommandée et un test de positionnement en amont de la formation permettra d'adapter le rythme et le contenu à chaque apprenant.

DUREE ET ORGANISATION

4 jours 28 heures. Cette formation peut-être organisée sur mesure : en individuel ou en collectif, en intra ou en interentreprise, dans les locaux de l'organisme ou ceux de l'apprenant.

MODALITES PEDAGOGIQUES

Évaluation des besoins et du profil de l'apprenant via un entretien de positionnement

Apport théorique et méthodologique,

Démonstrations et exercices pratiques,

Réflexion et échanges sur cas pratiques

Retours d'expériences.

SUIVI ET EVALUATION

Autoévaluation des acquis en début et en fin de formation

Mise en application, exercices et études de cas, cas pratiques en contrôle continu et en fin de formation

A la fin de la formation il sera remis au stagiaire un certificat de réalisation ainsi qu'une attestation de ses acquis.

ENCADREMENT

Cette formation est organisée et animée par Fabienne Sicard, formatrice professionnelle du secteur de la communication depuis 6 ans et dotée d'une expérience professionnelle dans le domaine depuis plus de 25 ans



DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 4 jours



Groupe : 6 maximum



CONTACT

Fabienne Sicard

06 89 42 76 05

sicard.fabienne66@gmail.com



CONTENU DE LA FORMATION

A. PRÉCISER VOS OBJECTIFS DE COMMUNICATION

1. Précision de vos objectifs de communication

- 1 Présentation de votre entreprise
- 2 Etat des lieux de votre projet, de vos objectifs, de votre cible
- 3 Déterminez vos axes de communication, vos messages, votre stratégie, vos canaux

B. DÉFINIR L'IMPORTANCE ET L'IMPACT DE SON IDENTITÉ VISUELLE COMMERCIALE

2. Comprendre l'importance de son identité visuelle professionnelle

- 1 /consommateurs, /la concurrence, /l'ère du web
- 2 Impact/votre entreprise
- 3 Les règles de bases pour la création et la visibilité commerciale de son identité visuelle
 - logo
 - couleurs
 - polices
 - formes & signes
 - mise en page
 - visuels clés

C. ANALYSER & REFLECHIR SUR SA MARQUE, SON POSITIONNEMENT, SON MARCHÉ CIBLE & LES TENDANCES DU MARCHÉ

- 1 Analyse de l'existant : état des lieux de la communication actuelle
- 2 Détail du ou des objectifs attendus
- 3 Decrire vos cibles, leur âges, leurs habitudes, etc...

D. CONCEVOIR SON LOGOTYPE : CHOISIR SES FORMES, SES COULEURS, SA TYPOGRAPHIE

- 1 Elaboration du cahier des charges pour la création et la conception
- 2 L'esprit de votre support graphique : trouver exemples de supports graphiques avec un commentaire, les choses que vous aimez bien (éléments, animation, couleurs, symboles etc.) et que vous n'aimez surtout pas, une thématique spécifique
- 3 Les spécificités du support graphiques : les données techniques, les couleurs, les variantes & déclinaisons, les interdits, les fichiers à prévoir
- 4 Les critères de sélection : les déclinaisons à produire
- 5 Le planning

E. PRODUCTION DES DIFFÉRENTS ÉLÉMENTS DE SON IDENTITÉ VISUELLE & CRÉER SA CHARTE GRAPHIQUE

- 1 Respect des regles graphiques
- 2 Respect des regles commerciale
- 3 Conception son identité visuelle & création de sa charte graphique

F. DIFFUSER L'IDENTITÉ VISUELLE DE SON ENTREPRISE

- 1 Supports imprimés
- 2 Supports numériques