



INCUBATOR studio

activateur de croissance

[RE]CRÉEZ UNE IDENTITÉ VISUELLE COMPLÈTE & PROFESSIONNELLE POUR VOTRE PETITE ENTREPRISE

Les éléments
incontournables
d'une marque inoubliable

SOMMAIRE

[3-4] UNE MARQUE FORTE

[5-7] LA STRATÉGIE DE MARQUE

[8-16] L'IDENTITÉ VISUELLE

[17-18] AUTO-AUDIT DE MARQUE

**[19-20] DÉCLINAISON DE L'IDENTITE
VISUELLE**

[21-24] PRÊT À BRILLER & ÉBLOUIR ?

UNE MARQUE FORTE ? STRATÉGIQUE PLUS QUE DÉCORATIVE !

- ☒ Vous vous demandez si votre image de marque existante est complète ?
- ☒ Vous sentez que vous devriez la rafraîchir pour qu'elle ait l'air plus professionnelle ?
- ☒ Vous peinez à la décliner sur tous les supports que vous & votre équipe utilisez au quotidien pour communiquer ?
- ☒ Vous faites un pas en avant, deux en arrière puis réinventez la roue ?
- ☒ Vous passez un temps fou à choisir une typo ou une couleur plutôt qu'une autre car vous n'avez pas de charte graphique ?
- ☒ Vous devez créer une nouvelle marque pour une nouvelle ligne de business ?
- ☒ Vous êtes devant une page blanche ?

Aujourd'hui, plus que jamais, le branding est un vecteur de croissance & l'absence de branding freine la vente des meilleurs produits ou services. Vous en êtes bien conscient, tellement conscient que vous savez qu'il vous faut agir.

Pour confirmer & accentuer cette prise de conscience, lisez plutôt :

**92,6% DES CONSOMMATEURS DÉCLARENT
QUE LA DIMENSION VISUELLE EST LE FACTEUR
D'INFLUENCE PREMIER SUR LEUR DÉCISION D'ACHAT.**

La recherche prouve que les consommateurs forment un jugement subconscient sur un produit, un environnement ou une personne dans les 90 secondes d'exposition initiale, 62% à 90% de ce jugement étant basé sur les couleurs uniquement.

L'image de marque de votre entreprise doit s'adapter à tous les contextes & à tous les médias, qu'ils soient numériques ou analogues. Cela est très complexe.

Le défi augmente avec la médiocrité du travail qui a été fait par le designer que vous avez embauché au début de votre projet (souvent le neveu à la mode de Bretagne de Tante Lucienne). 90% de nos clients ont les mêmes problèmes, que cela vous rassure (ou non) !

Pour fonctionner sans vous frustrer ou vous forcer à improviser, une image de marque doit être riche, complète & livrée avec des règles d'utilisation.

Qu'on se le dise, une marque n'est donc pas un logo, mais un ensemble d'éléments graphiques à utiliser avec cohérence & répétition, quelles que soient l'expérience & les exigences du business.

Voici donc en exclusivité pour vous la checklist de tout ce que doit posséder votre identité visuelle de marque professionnelle pour fonctionner de façon optimale au quotidien & dans la durée, en interne comme en externe.

A votre succès !



LA STRATÉGIE DE MARQUE

1| LA STRATÉGIE DE MARQUE PRÉCÈDE LA CRÉATION DE SES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Avant de commencer à concevoir votre identité visuelle avec un designer, vous devez d'abord absolument travailler sur votre stratégie de marque & poser des mots sur vos valeurs, USPs, mission, vision, ambition, marché cible, avatars & paysage concurrentiel. Ne croyez pas que nous enfonçons là une porte ouverte...

Voici un bref récapitulatif des questions auxquelles vous devez avoir apporté des réponses avant de travailler avec un graphiste :

- ☒ Quel est le nom de votre entreprise / marque ?
- ☒ Quelle est la signification de ce nom ?
- ☒ Quel est la signature (slogan) de votre marque ?
(quelques mots qui apparaissent généralement sous votre logo)
- ☒ Que doit inspirer votre marque à celui qui y est exposé ?
- ☒ Quelles sont les valeurs de votre marque ?
- ☒ Comment souhaitez-vous que votre marque soit perçue ?
- ☒ Quelles sont les marques qui vous inspirent & pourquoi ?

- ☒ Quelles sont vos USPs (unique selling points) ?
- ☒ Quelle est la mission de votre marque ?
- ☒ Quelle est votre cible principale (celle qui achète ce que vous vendez) ?
- ☒ Quelle est votre cible secondaire (celle qui n'achète pas nécessairement mais qui vous connaît, suit & recommande) ?
- ☒ Comment voulez-vous que vos clients se sentent lorsqu'ils entrent en contact avec votre marque pour la première fois ?
- ☒ Qui sont vos concurrents ?

Une image de marque commence bel & bien par des mots, des émotions, des descriptions & non par des éléments graphiques.

En gardant cela à l'esprit & à l'aide de votre stratégie de marque écrite noir sur blanc, vous pourrez commencer un travail de création intelligent & efficace.



L'IDENTITÉ VISUELLE

2| LES CLEFS D'UNE IDENTITÉ VISUELLE COMPLÈTE & STRATÉGIQUE

Une palette de typographies complémentaires

Il vous faut choisir un maximum de 3 typographies pour votre identité de marque. Pour rester cohérent, chacune d'entre elles a une utilisation précise.

☑ Typographie de titres :

Pour communiquer à travers des documents ou votre site internet par exemple, vous avez besoin de différents niveaux de titres. Il est recommandé de différencier visuellement vos titres de votre contenu, soit en utilisant une typographie différente, soit en utilisant la même typographie avec une police différente (grasse, italique, fine...).

☑ Typographie de contenu :

Pour le contenu plus générique, vous devez faire attention à la lisibilité de la typographie que vous allez choisir. Aussi, veillez à ce que cette dernière soit bien coordonnée à la typographie utilisée pour les titres.

☑ Typographie d'accent :

Vous pouvez choisir une troisième typographie (optionnelle) pour mettre en avant certains morceaux de texte ou des citations. Pour cette typographie d'accent, vous pouvez sélectionner une typo plus fantaisiste.

Il est très important de se tenir à ces mêmes 2 ou 3 typographies sur tous vos supports de communication online & offline.

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec non magna eu dui volutpat posuere at ac mauris. Quisque dignissim augue vel cursus ultrices. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Mauris lacus nisi at commodo.

TITLE

Delius

<https://fonts.google.com/specimen/Delius>

CONTENT

Comfortaa Light

<https://fonts.google.com/specimen/Comfortaa>

Lorem ipsum dolor sit amet

ACCENT

Delius

<https://fonts.google.com/specimen/Delius>

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec non magna eu dui volutpat posuere at ac mauris. Quisque dignissim augue vel cursus ultrices. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Mauris lacus nisi, mattis eu interdum at commodo.

TITRE

Livvic Bold Uppercase

<https://fonts.google.com/specimen/Livvic>

CONTENU

Livvic Regular

<https://fonts.google.com/specimen/Livvic>

Lorem ipsum dolor sit amet

ACCENT

Just Me Again Down Here

<https://fonts.google.com/specimen/Just+Me+Again+Down+Here>

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec non magna eu dui volutpat posuere at ac mauris. Quisque dignissim augue vel cursus ultrices. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Mauris lacus nisi, mattis eu interdum at, commodo vel turpis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec non magna eu dui volutpat posuere.

TITLE

Gotu

<https://fonts.google.com/specimen/Gotu>

CONTENT

Raleway Regular

<https://fonts.google.com/specimen/Raleway>

Lorem ipsum dolor sit amet

ACCENT

Patrick Hand

<https://fonts.google.com/specimen/Patrick+Hand>

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec non magna eu dui volutpat posuere at ac mauris. Quisque dignissim augue vel cursus ultrices. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Mauris lacus nisi, mattis eu interdum.

TITRE

Poppins Semi-Bold

<https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

CONTENU

Poppins Regular

<https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

Lorem ipsum dolor sit amet

ACCENT

Parisienne

<https://fonts.google.com/specimen/Parisienne>

Exemple de palettes de typographies

Une palette colorée complète

Les couleurs contribuent à créer une certaine polyvalence dans l'identité de votre marque. La répétition d'une même couleur renforce la notoriété de la marque de 80%.

Une palette de couleurs est un ensemble de couleurs coordonnées avec harmonie. La plupart du temps, elle est composée :

- ☑ **D'une ou deux couleurs principales.** Vos couleurs principales sont utilisées sur votre logo, vos éléments principaux & chaque fois que vous avez besoin de mettre quelque chose en évidence.
- ☑ **D'une ou deux couleurs secondaires.** Ces couleurs sont utilisées lorsque vous avez quelque chose d'autre à mettre en valeur & que la couleur primaire est déjà utilisée à proximité.
- ☑ **D'une ou deux couleurs neutres.** Vos couleurs neutres peuvent être utilisées comme couleurs de fond ou d'aplat.

Vous devez posséder les codes de chacune de vos couleurs pour une utilisation web & une utilisation print. Les approximations ne sont pas acceptables.

Il est très important de se tenir à ces mêmes 3 à 6 couleurs sur tous vos supports de communication online & offline.



LAGOON
Primary & text color
#113844
C93/M61/Y50/K52



TEAL
Accent color
#007e85
C84/M28/Y43/K13



TERRACOTTA
Accent color
#d98560
C12/M55/Y62/K2



MIST
Background color
#b2d9d8
C35/M3/Y18/K0



PEACH
Background color
#fcdab5
C0/M18/Y33/K0



IVORY
Background color
#fff9ef
C0/M3/Y8/K0

Exemple d'une palette colorée

Des logos aux formats variés

Le logo est un élément clef de votre image de marque. La plupart du temps, c'est la première chose que les gens voient avant de découvrir votre entreprise, votre marque, vos produits ou services.

L'un des aspects les plus importants d'un logo est son adaptabilité. C'est pourquoi vous devez également posséder des logos alternatifs qui seront utilisés lorsque le logo principal ne fonctionne pas visuellement.

Les versions à réaliser sont les suivantes :

- ✓ Déclinaisons **colorées** pour que le logo fonctionne sur un fond sombre & un fond clair
- ✓ Déclinaisons **horizontale & verticale**
- ✓ Déclinaison **sans slogan**
- ✓ Déclinaison **avec slogan**

Il y a trop de designers qui ne font pas ce travail & ne fournissent pas ces formats, aux dépens d'une communication de qualité de leurs clients. Cela est très commun, bien que non professionnel.



Exemple des logos français pour fonds clairs d'Incubator Studio

Une imagerie harmonieuse

La définition d'un style d'images vous permet d'encadrer & de renforcer votre identité visuelle. Cela crée une cohérence & une homogénéité dans le choix & l'utilisation des ces images.

Il vous faut donc établir une liste qui décrit les paramètres (traitement, cadrage, couleur, style) & les mots clés des photographies que vous allez choisir, puis vous y tenir.

Ex : minimaliste, architecture, floral, nature, rose, noir & blanc, tons froids, tons chauds, abstrait, rétro, décalé, non figuratif...

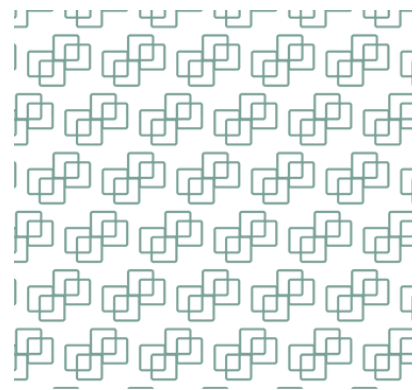
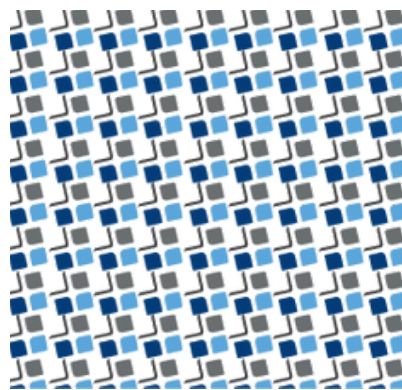
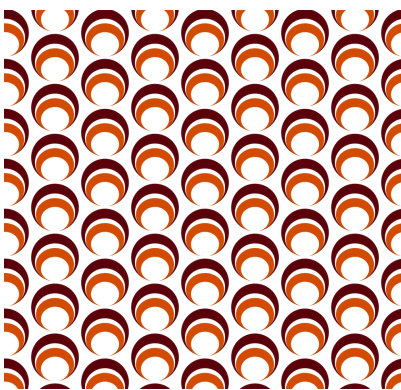
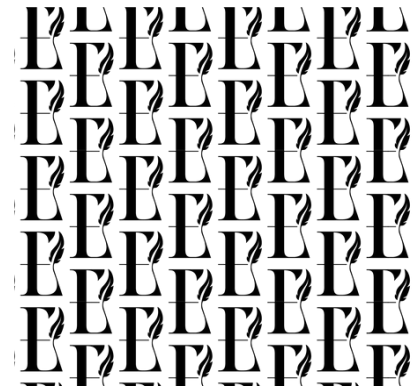
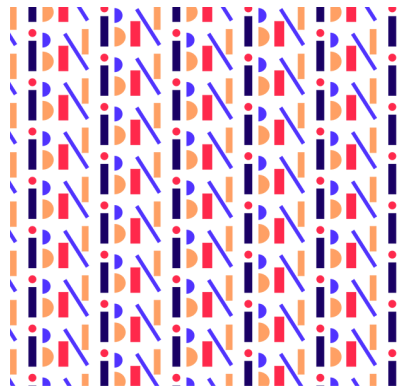
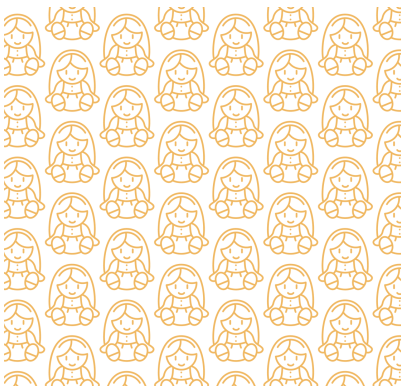


Exemple d'imagerie

Des motifs ludiques

Les motifs peuvent être créés à partir d'un élément du logo, de vos typographies, d'une illustration ou de formes abstraites. Leur présence, dans votre identité visuelle, contribue à renforcer votre image de marque, à la rendre plus ludique & professionnelle.

Ils peuvent être utilisés sur les cartes de visite, les réseaux sociaux, le site web, le packaging ou tout autre élément de communication.



Exemples de motifs

Une série de pictogrammes

Il est bien connu qu'une image vaut mille mots. Les pictogrammes sont donc un choix stratégique pour illustrer vos USPs, vos valeurs, votre méthodologie, vos résultats, vos services ou produits etc...

Vous pouvez avoir des pictogrammes sur-mesure en les créant vous-même ou en les faisant dessiner par un graphiste. Cela permettra d'étoffer votre identité visuelle & de vous démarquer. À moindres frais, vous pouvez utiliser des bibliothèques gratuites comme Font Awesome ou acheter des lots déjà créés sur Creative Market par exemple. Attention cependant à la cohérence visuelle entre les pictogrammes achetés & votre identité visuelle globale.



Exemples d'icônes

Une charte graphique précise

La charte graphique est un document qui récapitule toute votre identité visuelle, du code hexadécimal de votre couleur principale aux règles d'utilisation de votre logo.

C'est un document aussi simple qu'extrêmement important qui vous permet, à vous, vos équipes & vos sous-traitants, de garder le fil rouge de votre identité visuelle. Elle règlemente & régule son utilisation correcte & fera passer votre marque à un niveau supérieur de professionnalisme, que vous soyez aux manettes seul ou en équipe.

**Finies les erreurs, les approximations,
les essais & le temps perdu !**



Exemples de chartes graphiques



AUTO-AUDIT DE MARQUE

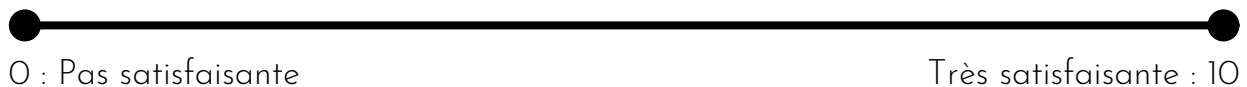
3| AUTO-AUDIT DE VOTRE MARQUE

À vos curseurs ! Votre petite entreprise est actuellement équipée :

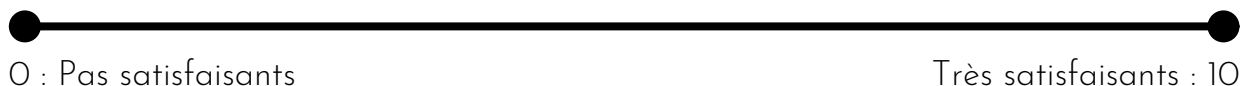
1| D'UNE GAMME DE TYPOGRAPHIES COMPLÉMENTAIRES



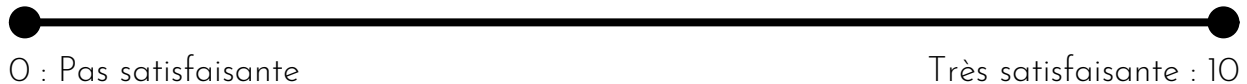
2| D'UNE PALETTE COLORÉE COMPLÈTE



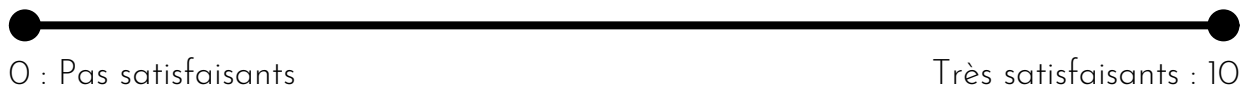
3 | DE LOGOS AUX FORMATS VARIÉS



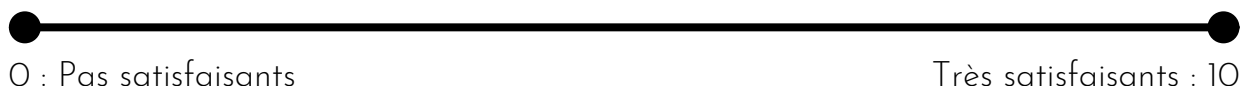
4 | D'UNE IMAGERIE HARMONIEUSE



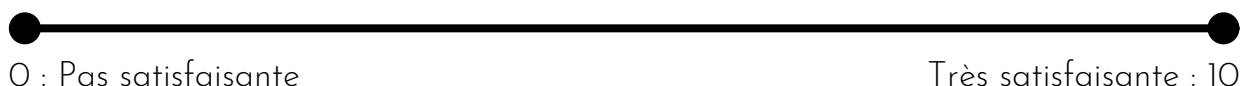
5| DE MOTIFS LUDIQUES



6| D'UNE SÉRIE DE PICTOGRAMMES



7| D'UNE CHARTE GRAPHIQUE PRÉCISE





DÉCLINAISON DE L'IDENTITÉ VISUELLE

4| LA DÉCLINAISON DE VOTRE MARQUE

Il est temps de rassembler tous les documents & supports de communication & de vente sur lesquels sont utilisés les éléments graphiques essentiels de votre marque. Passez-les en revue afin de vérifier s'ils sont satisfaisants. Cela inclut par exemple :

- ☒ Les bannières de tous vos réseaux sociaux
- ☒ Les gabarits de communication pour les posts & stories de vos réseaux sociaux
- ☒ Les documents administratifs (devis, offres, factures, contrats, documents officiels,...)
- ☒ Vos diapos de présentations (formations, conférences & ateliers)
- ☒ Vos signatures d'email
- ☒ Vos cartes de visite
- ☒ Vos gabarits de newsletters
- ☒ Vos landing pages
- ☒ Votre/vos site(s) internet
- ☒ Vos dépliants & affiches...

Ces éléments n'ont probablement pas tous été réalisés en même temps, ni par la même personne. Il est donc utile de les revoir pour s'assurer qu'ils sont tous conformes à votre image de marque actuelle & peuvent accompagner la croissance de votre entreprise.

Si tel n'est pas le cas, nous vous conseillons de les refaire tous ensemble & non un par un au gré des semaines & des besoins, une fois que votre identité visuelle aura été mise à jour, afin de cesser le bricolage & la perte de temps.



**PRÊT À
BRILLER
& ÉBLOUIR ?**

QUE CONCLUEZ-VOUS DE CETTE EXIGEANTE PIQÛRE DE RAPPEL ?

- ✓ Votre identité visuelle est complète & riche ?
- ✓ Les éléments qui la composent sont visuellement cohérents & en harmonie ?
- ✓ Son style graphique épouse votre positionnement de marque ?
- ✓ Vous savez comment faire vivre votre identité graphique pour faire vibrer vos clients idéaux ?

Ou bien :

- ✗ Il vous manque clairement une partie de la charte graphique ou des formats de vos logos ?
- ✗ Vous n'avez pas de directions claires quant à l'utilisation de votre charte graphique ?
- ✗ Vous allez d'approximation en approximation avec agacement ?
- ✗ Vous en avez assez de perdre du temps à bidouiller ?

**Votre auto-audit vous indique que vous avez besoin de vous faire accompagner par un expert pour que l'identité visuelle de votre petite entreprise soit vraiment à même d'accompagner sa croissance & sa réussite ?
Discutons-on !**

**PRENDRE RDV AVEC
INCUBATOR STUDIO**

Chez Incubator Studio, nous nous engageons à construire des marques complètes & riches, créées pour durer. Nous traduisons visuellement de façon percutante une vision stratégique de marque unique. Nous sommes convaincues que le design professionnel est un véritable booster qui donne une forte impulsion aux nouvelles marques comme aux marques en perte d'élan qui se relancent, puis agit comme un moteur au quotidien.

Alors, prêts à briller & éblouir ? Prenez le risque décomplexé de démarquer votre entreprise dans la course. Offrez-lui un excès de vitesse.

Notre agence de branding entrepreneurial conseille des entrepreneurs avancés. Elle les accompagne dans le lancement ou l'accélération de leur entreprise, en augmentant l'impact de leurs messages & solutions.

Nos clients comptent sur notre expertise en stratégie de marque, design & marketing digital comme levier de croissance puissant qui génère crédibilité & traction (= les aide à vendre).

À votre succès !

L'équipe d'Incubator Studio

**PRENDRE RDV AVEC
INCUBATOR STUDIO**

LES EXPERTES D'INCUBATOR STUDIO

L'agence de branding des entrepreneurs avancés



AURÉLIE BÉCAT

Consultante en stratégie
de [re]positionnement
& Thérapeute de marque



CORALIE ROCQUE

Directrice Artistique &
Web Identity Designer

Depuis 2018, nous avons accompagné 320+ entrepreneurs à vendre plus, plus vite, plus efficacement & plus cher en [re]travaillant le positionnement, les messages (FR+ENG) & les marques de leur petite entreprise grâce à BRAND HUB, notre méthodologie cadrante & stratégique.

- **90+ identités de marque [re]créées**
- **135+ sites web [re]construits**



INCUBATOR

studio

activateur de croissance

À votre succès !

www.incubator.studio