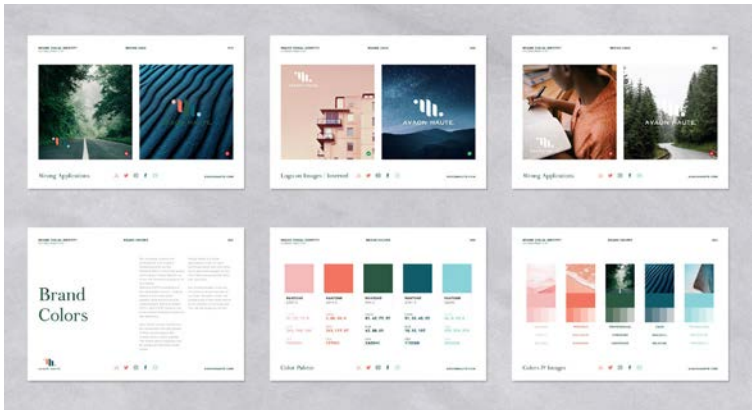
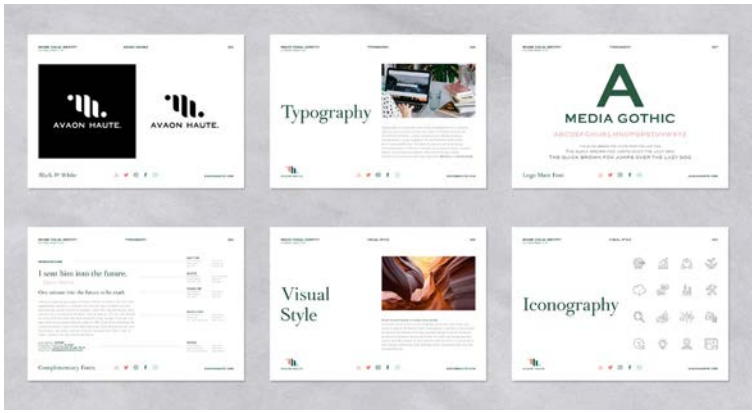
Concevoir une proposition et une identité visuelle

Public Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...
Pré-requis Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)
Durée 14 heures (2 jours)
Objectifs Acquérir une méthodologie et les connaissances nécessaires pour analyser précisément les demandes d'un client et de sa clientèle afin d'élaborer une charte graphique
Formalisation à l'issue de la formation : Attestation de fin de formation

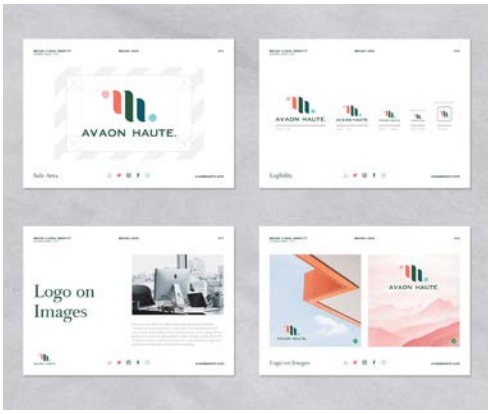






Méthodologie

- Élaborer un audit de l'entreprise (institutions, associations, PME, etc)
- Analyser la promesse de l'entreprise, son histoire (storytelling d'entreprise), ses valeurs, son implantation
- Étude des entreprises concurrentes sur le même secteur d'activité (Benchmark)
- Établir le profil type des clients et sa clientèle : La cible (typologie des consommateurs)
- Définir l'identité de marque (Branding)
- Comprendre la démarche stratégique
- Formaliser un cahier des charges des besoins et attentes du commanditaire
- Maîtriser la cohérence, entre identité de marque et identité visuelle
- Pérenniser l'image de votre entreprise
- Réflexion et besoin du support charte graphique
- Ébauche de rubriquage (arborescence) des supports à réaliser



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel
Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire
1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur