



Définir l'identité visuelle de votre entreprise

Contexte et objectifs généraux :

L'identité visuelle est la traduction graphique de l'identité de marque de votre organisation. Elle est constituée d'un charte graphique dont le logo fait partie, d'un ensemble de codes visuels (couleurs, formes, iconographie, police, ...) qui seront déclinés sur différents supports de communication. Définir une identité et un positionnement doit être un préalable à toute création d'outil de communication et [nous avons un module pour cela](#). Cette formation pratique vous permet de mieux comprendre les enjeux, savoir faire un brief pour ensuite créer votre identité visuelle en interne ou la déléguer à des professionnels.

Compétences visées :

à l'issue de cette formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Apprendre les fondamentaux d'une identité visuelle
- Connaître la méthode pour définir un brief graphique
- S'initier à la création d'un logo

Moyens pédagogiques :

Pédagogie interactive et participative. alternance d'exposés et de cas pratiques. Support de cours

Modalités et délais d'accès :

Nous avoir renvoyé la convention signée au plus tard 24h avant la formation

Suivi de l'exécution :

Feuilles d'émargement signées par le stagiaire, attestation de fin de formation individuelle mentionnant la nature, la durée de l'action ainsi que les résultats des acquis de la formation. Questionnaires stagiaire et formateur

Situations particulières :

Pour toute difficulté ou handicap, veuillez contacter celine.robert@com3elles.com pour voir les éventuelles adaptations à prévoir. 

Durée : à partir de 1 jour

Disponible en :

- Présentiel
- Distanciel
- Mixte

Intervenant : Céline ROBERT

Prérequis :

Savoir présenter son activité

Public visé :

- Dirigeant d'entreprises
- Chargés de communication

Avant la formation, un entretien avec le formateur ou le responsable pédagogique permettra d'évaluer les compétences, prérequis et besoins réels pour adapter la formation : contenu, durée et modalités.

[Demander un entretien](#)

Programme* :

Définitions : identité, marque & charte graphique

De l'identité à l'identité visuelle : notions graphiques

Atelier : analyse d'identités visuelles

Faire ou faire faire : le brief

Atelier : faire un brief

Le logo, colonne vertébrale de l'identité visuelle

Atelier : traduire l'identité en visuel

* Personnalisable : programme indicatif pouvant être ajusté en fonction des évaluations et des besoins réellement identifiés

Le plus :

Des outils pratiques pour vous permettre de travailler ensuite avec votre équipe

Discutons-en !

Dernière modification : Mercredi 10 Avril 2024