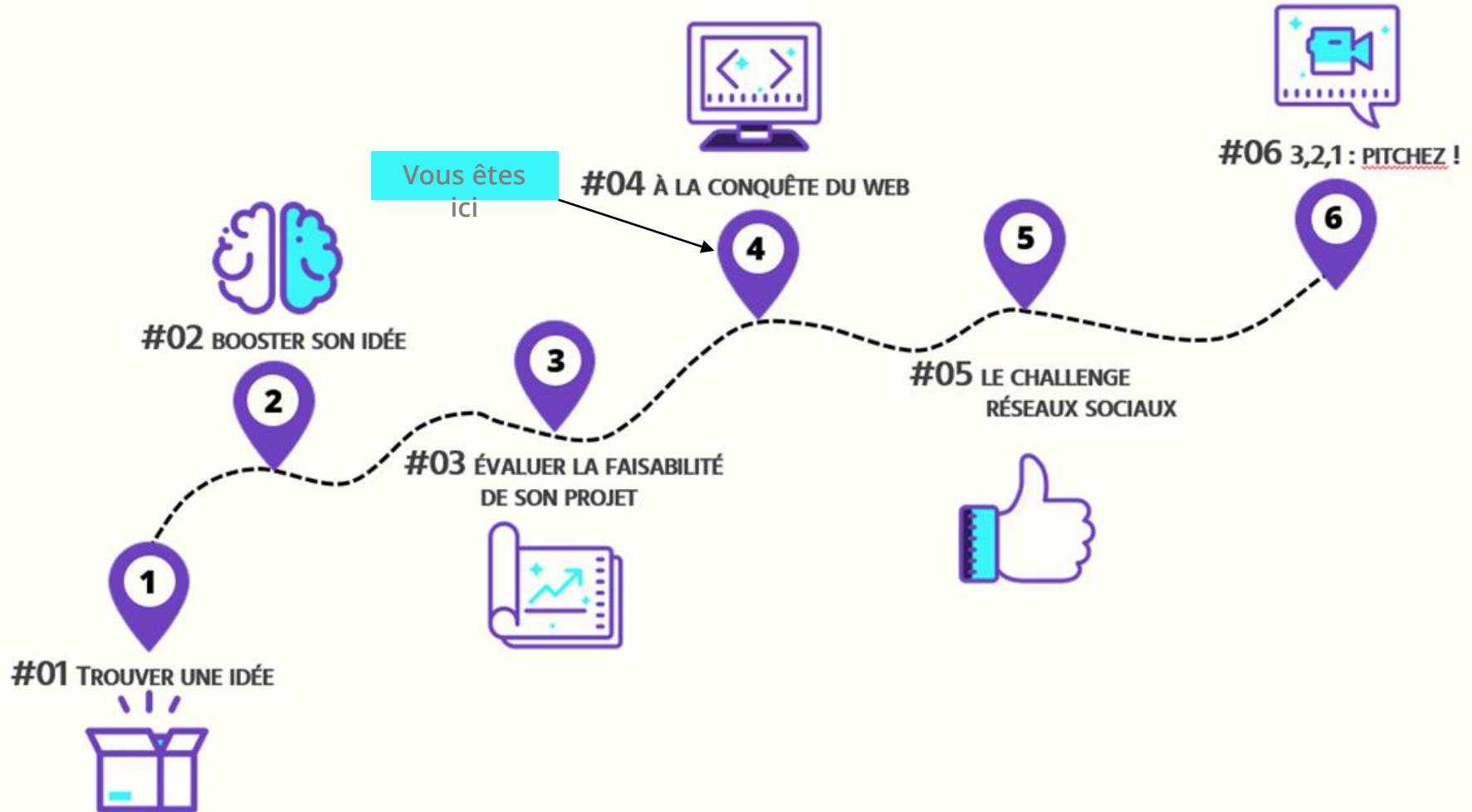


#04

A LA CONQUETE DU WEB

Partie 1

Où en sommes nous ?



SOMMAIRE

- Le marketing, c'est quoi ?
- Le marketing implicite
- Le site internet vitrine
- A vous de jouer !

Exemples de communication

Il existe 3 niveaux de communication :

- Le communication implicite : être identifié
- La publicité : se faire connaître
- Le marketing direct : vendre, convaincre ses clients, fidéliser



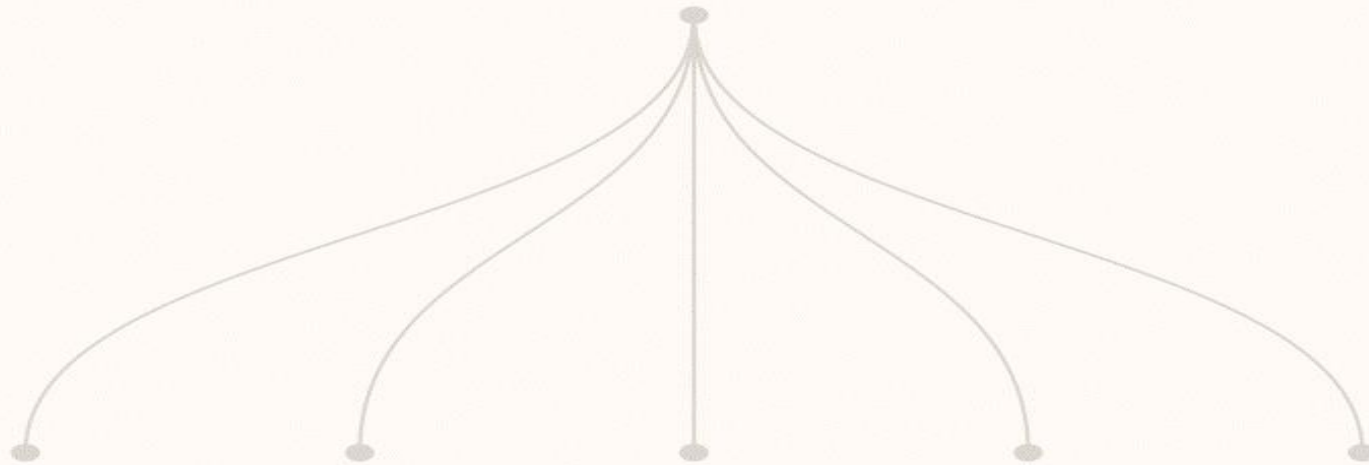
Le marketing implicite

- Le nom de l'entreprise et son slogan
- La charte graphique
- Les autres éléments visuels

Le nom de l'entreprise



Nom de l'entreprise



Représentatif
de l'activité



Facile à
prononcer
(euphonique)



Facile à
mémoriser



Disponible



Plutôt court

Quel type d'activité ces noms vous inspire-t-il ?

- Etats de sièges
- Prête moi ta plume
- Mamma Thérèse
- Espace Pilates Harmonie
- Les petits rois
- Kidzy
- Renov'bat

Quel type d'activité ces noms vous inspire-t-il ?

- Etats de sièges
- Prête moi ta plume
- Mamma Thérésa
- Espace Pilates Harmonie
- Les petits rois
- Kidzy
- Renov'bat
- Sellerie automobile
- Rédactionnel
- Restaurant italien
- Soins corporels
- Baby sitting
- Espace de jeux pour les enfants
- Artisan second œuvre du bâtiment

Le slogan ou « base line »

Le slogan doit informer le client sur la **spécificité** et les **valeurs** primordiales de l'entreprise.
De même que le nom de l'entreprise, il doit être simple et concis (5 mots maximum !).
Une fois créé, testez-le auprès de votre entourage.

Magasins optique : « Le design au bout du nez »

Entreprise de BTP : « Construit pour durer »

Déménageurs : « Le déménagement tranquille »

La charte graphique

C'est l'ensemble des codes graphiques, colorés et formels créés pour la communication visuelle d'une entreprise et, par extension, pour son site web.

Objectifs :

- conserver une homogénéité graphique pour toutes les créations graphiques de l'entreprise.
- être reconnue et identifiée en un clin d'œil, quel que soit le support de communication utilisé.

Où la retrouve-t-on ? sur la carte de visite, la papeterie, les devis/factures, les flyers, le site web, etc...



Principaux éléments de la charte graphique

Le logo

Les couleurs

La typographie

Les autres éléments identitaires.

1 Le logo

Quels sont les éléments qui constituent un bon logo ?

- ✓ Les couleurs : elles doivent interpeller.
- ✓ La forme, la ligne : doivent traduire l'image de l'entreprise.
- ✓ La typographie, la police : le message doit être compris.

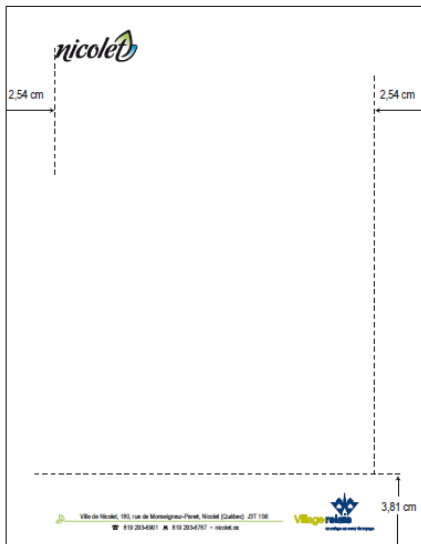
Exemples :



2 La typographie

Toujours dans une volonté d'uniformisation des supports de communication, il est important de définir :

- ✓ la police de caractère et ses déclinaisons,
Exemple : Arial, *Arial italique*, **Arial Black**
- ✓ la taille des caractères,
- ✓ la couleur de base,
- ✓ Les normes de disposition sur les documents : marges, emplacement du logo, interlignes...



Conseil :

Il est souvent plus prudent de limiter le nombre de polices différentes sur un même document (2-3 polices maximum).

3 Les couleurs

Il s'agit de référencer toutes les couleurs faisant partie de l'identité visuelle de l'entreprise et donc susceptibles d'être souvent utilisées.

Objectifs :

- retrouver facilement les **bonnes références colorimétriques**, quel que soit le prestataire se chargeant de la création des supports de communication,
- et ainsi **éviter de fortes variations de couleurs** sur les différents supports.

D'autres éléments peuvent être intégrés de manière récurrente dans les supports de communication. S'ils sont répétitifs, ils font **partie intégrante de l'identité visuelle** de l'entreprise.

Exemple de « camera-etc » :



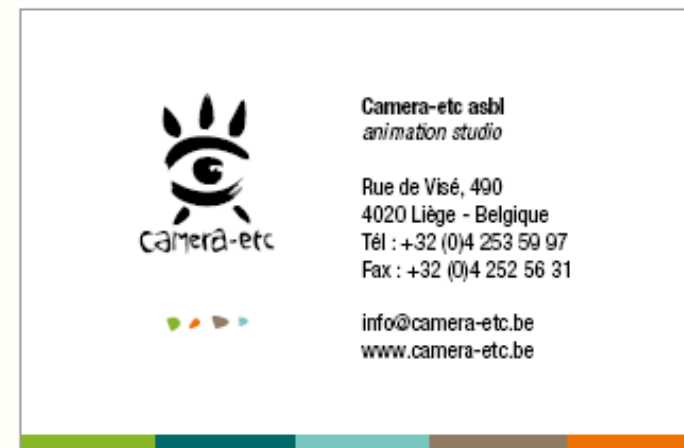
Une frise



de « petits cailloux » placés
librement dans les supports



Éléments repris sur la carte de visite



3 Les autres éléments identitaires

- ✓ L'enseigne
- ✓ La carte de visite
- ✓ Lettrage sur le véhicule
- ✓ Vitrine et agencement du commerce
- ✓ Accueil téléphonique
- ✓ Emballages
- ✓ Tenue vestimentaire
- ✓ Etc ...



A vous de jouer !

Consignes avant de vous lancer

- ✓ A partir des éléments définis, choisissez un nom pour votre entreprise
- ✓ Créez votre propre logo et éventuellement votre slogan.
- ✓ Déterminez les éléments de base de votre charte graphique : typographie, couleurs.

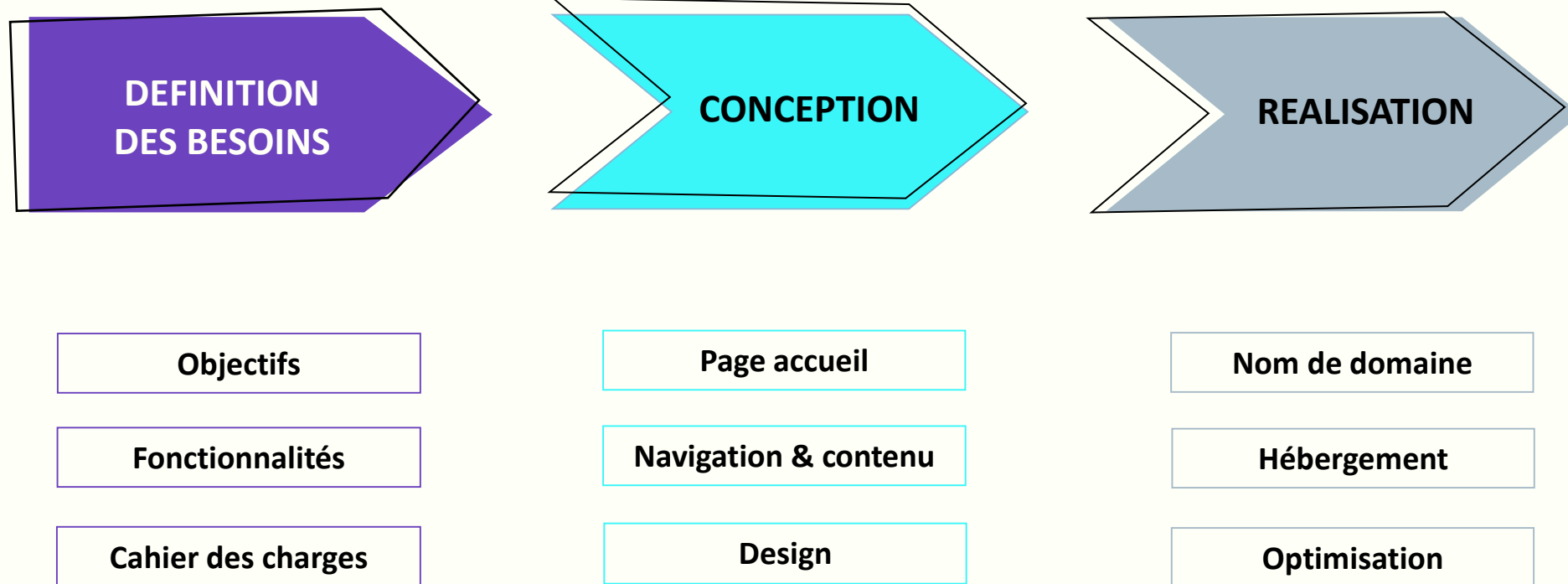




Le site internet vitrine

Les étapes de création d'un site

Site sur lequel l'entreprise indique qui elle est, où elle se situe et ce qu'elle fait.
L'internaute a accès à ces informations 7jours/7, 24heures/24.



Le cahier des charges du site

80 % de la création d'un site est consacré au contenu
20 % à la réalisation.



Plus vous travaillez le contenu et moins le temps de réalisation sera long.



A vous de jouer !

Rédaction du cahier des cahrges

Téléchargez l'outil « Cahier des charges de notre site »

Complétez chaque élément.



Téléchargez l'outil :

« Cahier des charges
de notre site »



BRAVO !

**Vous avez terminé
la 1^{ère} partie de l'étape
#04 – A la conquête du
web**

Durant cette séquence, vous avez pu acquérir de nouvelles compétences.



Faire preuve de créativité pour trouver un nom d'entreprise



Définir et construire les éléments d'une identité graphique (création du logo, du slogan...).



Réaliser le cahier des charges d'un site



A bientôt pour la 2^{ème} partie de l'étape #04 - A la conquête du web !