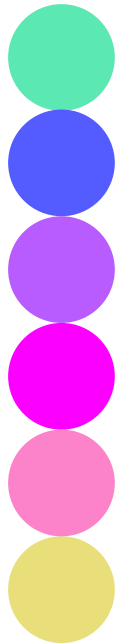


SIIOUX



**20 questions
pour booster
ma marque.**



Votre identité visuelle est-elle au top ?

L'identité visuelle donne à voir le travail et l'énergie que vous mettez dans votre marque.

Vous méritez qu'elle soit extraordinaire !

Rassemblez tous vos supports de communication sur une grande table : logo, flyers, supports digitaux, institutionnels, produits... Invitez votre équipe, et répondez ensemble aux questions suivantes.

Ma marque a-t-elle du sens ?

Mon identité exprime-t-elle l'idée forte qui rend ma marque unique ?

- Mon logo a-t-il du sens ? OUI / NON
- Mon logo aide-t-il à rendre mon nom mémorable ? OUI / NON
- Mon identité met-elle en valeur la spécificité et l'expertise de mon entreprise ? OUI / NON
- Sa forme et ses couleurs transmettent-elles le message que l'on veut faire passer ? OUI / NON
- *Un logo d'une banque est différent d'un logo d'une association : chaque secteur a de codes de communication particuliers.*
 Mon logo est-il ajusté à son secteur ? OUI / NON

Les erreurs à éviter.

- **Vouloir tout dire :**
il faut choisir une à deux spécificités à exprimer à travers le logo.
- **Ne pas s'entendre sur les valeurs :** l'identité ne pourra pas être claire si les valeurs ne le sont pas.
- **Un discours consensuel :**
pour durer dans le temps, le logo doit refléter des valeurs propres à l'entreprise, et prédessiner ce qu'elle sera dans l'avenir.

Ma marque a-t-elle de la personnalité ?

Pour être remarquée, l'identité doit surprendre (même dans la sobriété.)

- Mon logo est-il remarquable par rapport à celui de mes concurrents ? **OUI / NON**
- Mon logo sera-t-il démodé rapidement ? **OUI / NON**
- Mon logo a-t-il des marqueurs forts permettant de le mémoriser ? *(les lister ci-dessous)* **OUI / NON**

Les erreurs à éviter.

- **Être anecdotique :** un logo qui ne raconte rien ne se retient pas.
- **Être à la mode :** faire comme tout le monde, c'est l'assurance d'être rapidement dépassé !

Ma marque est-elle simple ?

Plus c'est simple, plus c'est clair.
Plus c'est vu, mémorisé et reconnu.

- **Mon identité est-elle complexe ?** (*forme, nombre de couleurs...*) **OUI / NON**
- **Mon logo est-il trop illustratif ?**
(*dessin avec beaucoup de détails, de couleurs...*) **OUI / NON**
- **Suis-je capable de dessiner mon logo de mémoire ?** **OUI / NON**

Les erreurs à éviter.

- **Être complexe :**
un logo chargé empêche la mémorisation
- **Être « dynamique »**
n'est pas forcément une finalité.
- **Être bavard :**
en communication, moins on en dit, plus on est entendu.

Ma marque est-elle pratique ?

Quelle que soit son utilisation et sa configuration, un logo efficace garde sa lisibilité et sa forme.

- | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| ● Mon logo est-il facile à utiliser sur tous mes supports de communication ? <i>(print et digital)</i> | OUI / NON |
| ● Mon logo est-il lisible en tout petit ? | OUI / NON |
| ● Mon logo est-il esthétique en très gros ? <i>(qualité du dessin, de la forme...)</i> | OUI / NON |
| ● Mon logo rentre-t-il dans l'espace « image de profil » des réseaux sociaux ? | OUI / NON |

Les erreurs à éviter.

- **Une identité rigide :** on doit pouvoir utiliser seulement un symbole ou le nom complet, en vertical, horizontal...
- **Se contenter d'un JPEG :** un logo doit être exploitable sur papier comme sur écran. il vous faut
 - pour l'impression, des formats «vectoriels» : .eps ou .ai
 - pour les écrans, des formats «numériques» : .png et .jpg

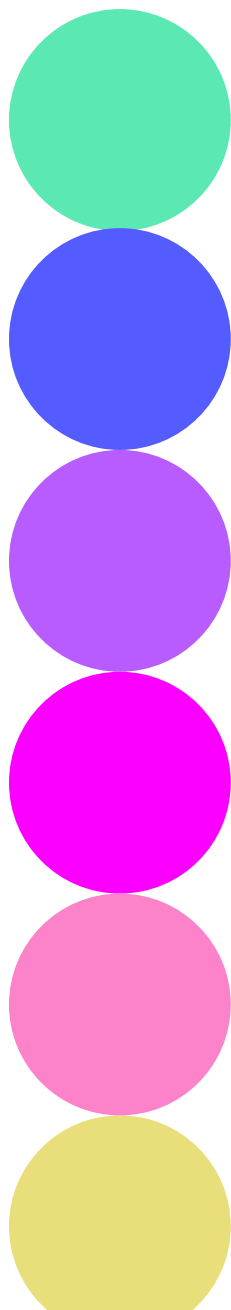
Ma marque est-elle fédératrice ?

Une bonne identité peut transformer vos collaborateurs et clients en porte-paroles de votre marque.

- | | |
|----------------------------------------------------------|-------------------------|
| ● Est-ce que je porte mon logo avec fierté ? | OUI / NON |
| ● Mon logo emporte-t-il l'adhésion en interne ? | OUI / NON |
| ● Mes salariés connaissent-ils l'histoire de mon logo ? | OUI / NON |
| ● Mon logo fait-il grandir la confiance de mes clients ? | OUI / NON |

Les erreurs à éviter.

- **Le despotisme :** n'imposez pas une identité sans avoir travaillé son appropriation par vos équipes.
- **Être ennuyeux :** ce n'est pas parce que votre business est sérieux que votre marque doit être triste. On peut toujours dire les choses avec le sourire.



Vous avez moins de dix OUI ?

**Il est temps de rendre
votre marque WOW !**

Contactez-nous dès maintenant
pour tout nous raconter !

bonjour@sioux.com

SIIOUX

Atelier de brand design Paris / Lyon
atelier-sioux.com