Avoir une identité visuelle cohérente et identifiable

Durée	1 Jour - (8 Heures)
Pré-requis	Aucun
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge de la communication ou de la création de supports
Intervenants	Formateur issu de la communication visuelle et du graphisme
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Alternance de démonstrations, de cas concrets et d'exercices pratiques. Mise en situation avec des exemples métiers (communication, marketing, RH…)

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique

Évaluation :
L'évaluation continue est réalisée par le formateur au début et fin de formation avec validation des acquis. Une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et grille d'évaluation de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les composantes d'une identité visuelle (logo, couleurs, typographies, images)
- Analyser la cohérence de ses supports actuels
- Définir une charte graphique simple et l'appliquer à ses supports
- Décliner son identité sur les supports imprimés et numériques

PROGRAMME

JOUR 1 :

Les fondamentaux de l'identité visuelle

- Image de marque et identité visuelle
- Logo, couleurs, typographies, pictogrammes et style photo
- Exemples d'identités réussies

Analyser ses supports

- Audit des supports existants : site, réseaux, cartes, devis, vitrine
- Repérer les incohérences et les points forts

Construire sa charte graphique

- Choisir ses couleurs et ses typographies
- Règles d'utilisation du logo
- Gabarits et modèles réutilisables (Canva ou outils bureautiques)

Mise en pratique

- Réalisation d'une mini-charte et déclinaison sur deux supports
- Bilan et évaluation des acquis