

Les bases de la communication visuelle

DÉVELOPPEZ VOTRE ENTREPRISE EN APPRENANT À COMMUNIQUER EFFICACEMENT



WWW.KALLI-GRAPHIC.COM

Félicitations !

Vous venez de créer votre entreprise ? Félicitations ! C'est le début d'une belle aventure pour vous.

Afin de vous aider à faire décoller votre entreprise, j'ai mis en place ce guide, qui, je l'espère, vous aiguillera dans vos prochaines démarches de communication pour votre société.

La surenchère actuelle autour de la communication, notamment sur les réseaux sociaux, a de quoi intimider, voire décourager, quiconque voudrait se lancer dans ces démarches.

Pour communiquer efficacement, il faut avoir un plan. Il ne suffit pas de poster quelques photos de temps en temps sur Facebook ou Instagram. Et la base de ce plan, c'est votre identité. L'identité visuelle, à commencer par le logo, c'est le visage de votre entreprise. Je ne saurais que trop vous recommander de vous concentrer sur ce point pour commencer, car le reste de votre communication en découlera naturellement.

Si vous ne l'avez pas déjà lu, j'ai écrit un article sur ce sujet : [«Comment créer un beau logo pour son entreprise ?»](#).

Une fois votre identité visuelle établie, vous pourrez commencer à envisager des actions de communication, au moyen de différents supports : physiques ou virtuels, le plus souvent les deux ! Sur la page suivante, vous trouverez un tableau récapitulatif des principaux supports physiques de communication, et où et comment les utiliser.

Si votre souci principal est d'évincer la concurrence, je vous invite à lire mon article [«Faire de la publicité pour son entreprise en se distinguant de ses concurrents»](#) dans lequel vous trouverez une méthode et des idées pour sortir du lot.

Savoir assembler les couleurs, connaître [leur signification](#), utiliser des typographies actuelles ou indémodables en évitant les ringardes... c'est plus facile qu'on ne le croit ! Mes conseils en pages 4 et 5.

Créer un visuel de communication cohérent repose sur des principes simples de mise en page, que vous trouverez en page 6.

Une règle à respecter : un seul message par visuel ! N'essayez pas de «tout caser» dans une affiche, vous n'obtiendrez que de la confusion...

La liste des ressources Internet gratuites que j'utilise quotidiennement est en page 7 : polices, photos, service de newsletter, outil de réseaux sociaux...

Enfin, si vous souhaitez vraiment prendre en main vous-même la communication de votre entreprise, pourquoi ne pas vous former aux outils informatiques tels que Photoshop, InDesign et Illustrator, ou encore WordPress ?

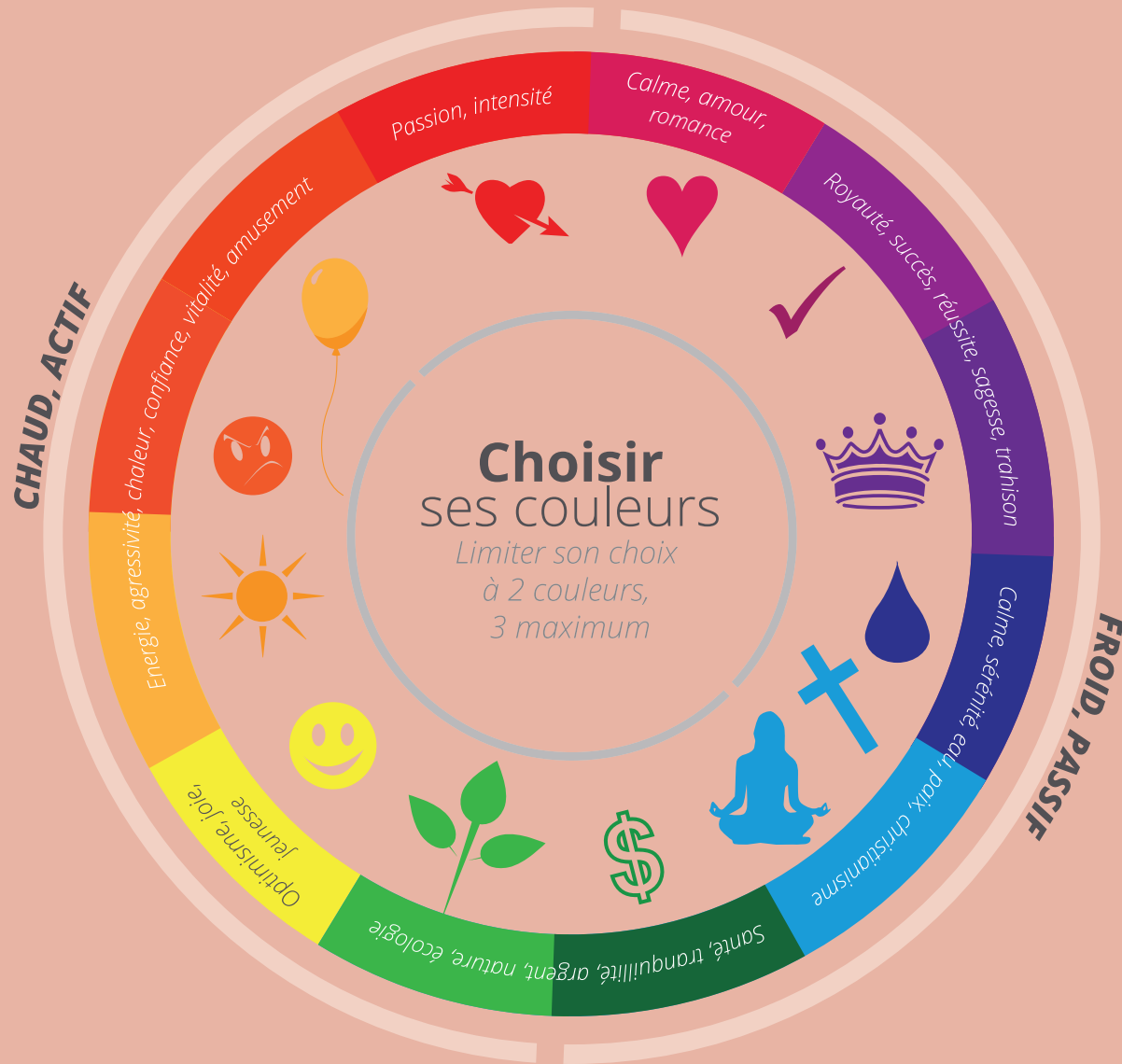
Bonne lecture !

Flora Ambrosini

Les supports

	USAGE	CIBLE : ENTREPRISES	CIBLE : PARTICULIERS	LOCAL (VILLE/RÉGION)	NATIONAL	SALON
CARTE DE VISITE	De la main à la main : informations de contact exclusivement.	✓	✓	✓	✓	✓
CARTE DE CORRESPONDANCE	Message bref à destination d'un client ou collaborateur. Contient infos de contact et logo.	✓		✓	✓	
TÊTE DE LETTRE / ENVELOPPE	Papeterie pour vos courriers à destination de vos clients ou collaborateurs.	✓	✓	✓	✓	
FLYER	Vous faire connaître, annoncer un événement ou une promotion.		✓	✓		
DÉPLIANT	Composé de plusieurs volets, permet de présenter vos services de façon assez complète.	✓	✓	✓	✓	✓
BÂCHE / DRAPEAU	Pour valoriser son enseigne : repère visuel sur lieu de vente, extérieur ou intérieur.		✓	✓		✓
KAKÉMONO	Support d'affichage pour lieu de vente ou salon, peut être suspendu.		✓			✓
AFFICHE	Pour annoncer un événement (ouverture, soirée à thème...) ou une promotion.		✓	✓		✓
ROLL-UP / X-BANNER / TOTEM	Se pose au sol, facile à déplacer. Pour lieu de vente, intérieur ou extérieur.		✓	✓		✓
STAND PARAPLUIE	Montage et démontage aisés, idéal pour les salons / expositions.	✓	✓			✓
BROCHURE	Présentation commerciale, catalogue. Permet l'exhaustivité.	✓	✓	✓	✓	✓
ETIQUETTES	Soldes, Stop rayon, packaging (flacons, boîtes...), cadeaux et fêtes.		✓	✓		
CANETTE PUBLICITAIRE	Originalité. Street marketing, événement familial, sportif, animation point de vente		✓	✓		✓

Les couleurs



Couleur et consommation



Utilisé pour attirer l'attention des acheteurs, pour les rabais, le discount. Energie, maison et nourriture.

Très utilisé par les restaurants, car il stimule l'appétit. Créé de l'urgence. Déstockages, liquidations mais aussi voitures, agriculture et technologie.

Donne une sensation de confiance, de sécurité et de responsabilité. Banques, institutions, compagnies aériennes, santé, technologie, agriculture.

Aide à la détente. Evoque la fraîcheur et l'écologie. Couleur la plus facile à traiter pour les yeux. Maison, finance, technologie, énergie.



Couleur agressive ; souvent utilisée pour des appels à l'action : s'inscrire, acheter, etc. Technologie et santé.

Romantique et féminin, utilisé pour vendre des produits aux femmes et jeunes filles. Habillement, cosmétiques, fleuristes.

Puissant, lisse, classe. Utilisé pour les produits de luxe. Représente aussi le vide, le deuil, la tristesse.

Aide à apaiser et calmer. Utilisé dans les produits anti-âge, et de beauté. Finance, technologie, santé.

Les polices d'écriture

Il existe des millions de polices de caractères différentes, et pourtant, ce sont toujours les mêmes que l'on voit sur les visuels graphiques « artisanaux ». Les sites web à connaître dans ce domaine, pour se fournir gratuitement en typos (ou polices, ou "fonts" en anglais), sont :

- www.dafont.com
- 1001freefonts.com
- fontsqirrel.com

Vous y trouverez des dizaines de milliers de polices classées par thèmes, et pourrez même les essayer avec votre propre texte, directement depuis le site (pour les deux premiers). Attention : comme pour les couleurs, **pas plus de 3 polices dans une même création !**

Parmi mes préférées, voici celles que je vous propose. Et une liste - non exhaustive - de celles à éviter absolument !

Helvetica

Arial

Futura Book

Century Gothic

Open Sans

Gill Sans

Times New Roman

Baskerville

TRAJAN

Timeless

Adobe Caslon

Perpetua

Impact

Cooper Black

Rockwell

COPPERPLATE

LITHOGRAPH

Lauren Script

Celieve Dizer

Angelina

Lavanderia

Dancing Script

Lobster

Will&Grace

Ma Sexy

Walkway

KRAVITZ

Marcelle Script

AMERICAN CAPTAIN

MARKET DECO

Riesling

Blessed day

Script MS

À bannir !*

Comic Sans MS

Papyrus

Commercial Script

STENCIL

Brush Script

Lucida Handwriting

Mistral

Segoe

**Sauf si vous voulez faire quelque chose de moche et de bas de gamme*

La mise en page

Si vous souhaitez créer vous-mêmes vos supports de communication, de type affiche, encart publicitaire, etc., vous pouvez vous baser sur cette mise en page des différents éléments, en gardant à l'esprit la lecture « en Z » et l'utilisation de la règle des tiers.

N'essayez pas de tout caser dans un même visuel : s'il y a trop d'informations, le lecteur n'en verra finalement aucune !

La règle est simple :
un message = un support.

Début du parcours de lecture : titre, marque...

Les tiers sont utilisés pour la répartition des éléments dans la page

Un élément plus imposant que les autres attire l'attention

➔ Parcours de lecture de l'image par l'œil humain

Fin du parcours de lecture : infos de contact...

Les ressources gratuites sur Internet

Pour promouvoir votre entreprise en créant vos supports de communication, de nombreux services gratuits sont disponibles sur Internet :

- Création de site Internet : <https://wordpress.org/>
- Création d'une newsletter : <https://mailchimp.com/>
- Polices / Typographies : <https://www.dafont.com/fr/>
- Photos :
 - <https://unsplash.com/>
 - <https://visualhunt.com/>
 - <https://deathtothestockphoto.com/>
- Images vectorielles (pictogrammes, icônes...) :
 - <https://www.flaticon.com/>
 - <https://www.vecteezy.com/>
 - <https://www.freevector.com/>
- Outil pour réseaux sociaux : <https://ifttt.com/>

La formation professionnelle



L'éducation coûte de l'argent. Mais l'ignorance aussi.

Sir Claus Moser

Votre entreprise dispose de crédits de formations et vous souhaitez que vos employés (ou vous-mêmes) se dotent de nouvelles connaissances afin de prendre en main votre communication ou bien faire face à une évolution de votre activité ?

Passez par la formation professionnelle.

Pour en savoir plus sur les formations que je propose, [cliquez ici](#).



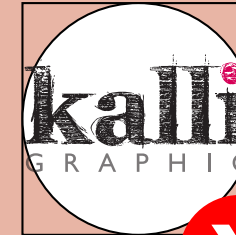
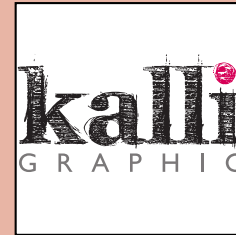
Les réseaux sociaux

Afin d'assurer une bonne visibilité de votre logo sur les réseaux sociaux, veillez à respecter ces dimensions :

- **Facebook** : photo de profil : minimum 180 pixels x 180 pixels. Le format carré est indispensable pour être sûr que tout votre logo soit visible, car Facebook le recadrera. Pour les photos de couverture, les dimensions minimum sont 851 pixels x 315 pixels.
- **Twitter** : photo de profil : minimum 400 pixels x 400 pixels. Elle sera affichée dans un cercle, donc faire bien attention à ce que votre logo ne soit pas trop près des bords de l'image, sans quoi il risque d'être un petit peu coupé. Pour la photo de couverture, les dimensions minimum sont 1500 pixels x 500 pixels.
- **Instagram** : photo de profil : minimum 110 pixels x 110 pixels. Les mêmes recommandations que pour Twitter s'appliquent ici concernant le format «rond» de votre photo de profil.

ASTUCE

Exemples :



Le logo étant trop collé aux bords, il sera rogné sur les photos de profil rondes.



Pour éviter cela, il faut utiliser une image sur laquelle le logo a de l'espace autour de lui.

Pour encore plus d'idées, contactez-moi !

Flora Ambrosini - 07.50.82.03.15 - www.kalli-graphic.com

