**Modèle: Briefing de conception de marque**

*Lorsque vous avez trouvé un graphiste pour concevoir votre logo, votre site web, vos documents (brochures, etc.) ou votre guide de style, remplissez et partagez ce document avec lui afin de rationaliser et de cibler votre travail commun.*

**Nom:**

**Contact:**

**1. Profil**

*Cette section donne au graphiste un aperçu de l'organisation et de ses activités.*

**Vision:**

**Mission:**

**Slogan:**

**Ce que nous faisons:**

**Pourquoi nous le faisons:**

**Pour qui nous le faisons:**

**Où nous exerçons nos activités:**

**Notre point de vente unique:**

**2. Identité**

*Cette section donne un aperçu de l'identité de l'organisation, qui doit être représentée dans la nouvelle marque/collatéral.*

**Valeurs fondamentales:**

*Les valeurs fondamentales sont ce en quoi l'organisation croit. Elles comprennent généralement des mots clés de la vision et de la mission de l'organisation, mais peuvent aller au-delà.*

**Valeurs de l’organisation:**

*Les valeurs de l'organisation sont ce que l'organisation défend, elles représentent généralement sa culture de travail.*

**Valeurs tonales:**

*Les valeurs tonales sont les associations et les sentiments que l'organisation veut provoquer à travers sa marque. Elles donnent le ton de la marque à travers les couleurs et les messages utilisés.*

**3. Projet d'image de marque**

**Objectifs:**

*Indiquez clairement les objectifs du projet d'image de marque pour aider le graphiste à comprendre ce que vous recherchez exactement.*

**Public cible:**

*Définissez le public cible et ses besoins. Il sera ainsi plus facile de définir le ton et les messages de votre marque. Par exemple, si la tonalité vise la sécurité, les messages incluront probablement des aspects de fiabilité, de sécurité et de confiance.*

**Directives:**

*Dans cette section, vous pouvez donner des instructions pour le développement de la marque/de la documentation. Soyez aussi précis et détaillé que possible. Il peut s'agir d'exemples de marques/collatéraux que l'organisation apprécie, accompagnés d'une description de ce qu'ils aiment et pourquoi ils les aiment. Il faut toujours inclure des informations sur les concurrents pour éviter qu'une marque/collatéral similaire soit créé.*

**Date limite de réalisation:**

**Budget:**