

PRESTATIONS



COMMUNICATION

CHARTRE GRAPHIQUE



Le but

Il s'agit de conférer à l'entreprise une **IDENTITÉ VISUELLE** cohérente et représentative de son identité ainsi que des domaines d'expertise et du contexte dans lesquels elle évolue.

Notre apport

Chez Innovaxiom, nous utilisons beaucoup le marketing multisensoriel pour stimuler les émotions et favoriser la mémorisation. La bonne compréhension de l'identité de l'entreprise ne pouvant se réaliser sans le concours de ses acteurs, la première phase de notre travail consiste à mener avec eux une séance créative à partir de laquelle un premier portrait de l'entreprise émerge.

Notre prestation

Identité visuelle

Les experts en marketing et communication d'Innovaxiom travaillent à partir du compte rendu de la séance créative. Ils proposent plusieurs déclinaisons possibles de charte graphique : logos, police de caractères, **COULEURS**, motifs, textures, **BRILLANCE**, transparence, etc. Chacun de ces paramètres contribue à donner à la marque son style unique, représentatif et garant de sa « **PERSONNALITÉ** », de sa **VOCATION**, le reflet de l'image que l'entreprise souhaite porter : modernité, dynamisme, technicité...

Logo, « photo d'identité » de la marque

Lorsque nos designers et experts marketing élaborent un logo, ils cherchent à créer une expression

graphique de la culture de l'entreprise, qui doit frapper suffisamment pour qu'il soit **TRÈS VITE MÉMORISÉ**. Le logo est comme un blason, il porte ses motifs, ses couleurs, sa devise. Traduisant son image, il doit être original, **FACILEMENT DIFFÉRENCIABLE**, aisé à lire et accepté dès sa création par les collaborateurs et le public.

Le travail d'identité graphique peut aussi concerner un logo existant que l'entreprise souhaite voir évoluer pour s'adapter à de nouvelles orientations par exemple.

L'identité sonore

Innovaxiom fournit également une prestation d'identité sonore. Il s'agit d'un thème musical que les sociétés vont intégrer aux annonces les concernant. Ce « jingle » est une signature sonore qui s'ajoute à la marque, au logo et au slogan. Le but est ici de créer une mémorisation auditive réflexe de la marque chez le client.

Au terme de l'action

L'entreprise bénéficie d'une charte graphique, d'un logo et d'un « jingle » cohérents avec son activité, ses valeurs, l'image de marque qu'elle veut véhiculer et les marchés qu'elle vise.