



VECTEURS DE DESIGN

20+ questions (farfelues) à se poser avant de réaliser son logo

Merci de t'être inscrit(e) à la newsletter de Vecteurs de Design !

Voici le questionnaire que tu peux remplir pour t'aider à t'imprégner de l'identité de ta marque et de sa personnalité.

N'hésite pas à coller des images pour créer le tableau d'inspiration (page 11) !

Retrouve l'article qui va avec ce questionnaire :

<https://vecteurs-design.fr/20-questions-avant-de-realiser-son-logo/>

Et si tu as besoin d'aide, n'hésite pas à me contacter à contact@vecteurs-design.fr ;)

J'espère que ça te sera utile :)



Les questions basiques pour mettre à plat les idées

- Comment décrirais-tu ta marque à un ami ?
- Comment présenterais-tu ta marque à un potentiel investisseur (comme le banquier) ?
- Et à un potentiel client ?

Laisse toi maintenant du temps pour remarquer ce qui change dans ces trois discours types. Prête aussi attention à ce qui reste constant. Ensuite :

- **Cite 5 mots pour la décrire (adjectifs, verbes, noms...)**
 -
 -
 -
 -
 -
- Pourquoi ces 5 là ?



Si tu devais décrire ta marque en un seul mot, quel serait-il ? Pourquoi ?

Ta marque est une vraie personne, définis-la pour réaliser le logo adapté !

Maintenant, imagine... Ta marque est incarnée dans une vraie personne ! Elle est unique, a une vie propre, une façon de s'exprimer et de se comporter, des activités, des amis...

Idéalement, pour établir une connexion solide avec ses cibles, la marque partage un certain nombre de valeurs et/ou de traits de caractère avec elles. La marque peut ainsi devenir inspirante et créer un lien affectif avec les personnes à qui elle s'adresse.

Creusons un peu plus avec cette série de questions.

Je te conseille d'y répondre au moins par écrit avec des mots. Mais si tu peux y répondre avec une image pour chaque question c'est encore mieux ! Comme ça, à la fin, tu pourras te créer un tableau d'inspiration (moodboard) à garder en vue pendant que tu crées ton logo ;)

Quel est son âge ? Pourquoi ?

Je ne te demande pas ici l'âge réel de ta marque, comme tu t'en doutes. Mais par exemple, si tu choisis de donner 16 ans à ta marque, on peut lui associer un certain côté rebelle, frais et énergique. Alors que si tu lui donnes 60 ans, eh bien on sera plus dans la sagesse, la réflexion et le calme.



Quel est son genre ? "Autre" c'est aussi possible ! Pourquoi ?

Pour savoir si ses traits seront plus féminins que masculins, ou si l'apparence devra être plus subtile ou au contraire peut-être extravagante. On peut aussi penser aux couleurs du logo dont la teinte peut varier selon le genre du public cible. Eh oui, à mon plus grand désespoir, il y a des couleurs plutôt associées aux "femelles" et d'autres plutôt aux "mâles" de nos sociétés. Comme tu vas t'adresser à une population cible et peut-être pas seulement à des gens qui pensent comme toi, il est quand même bon de garder en tête les codes de notre société actuelle pour rester compréhensibles.

Comment s'habille-t-elle tous les jours ? Pourquoi ?

Est-ce qu'elle fait attention à bien choisir ses tenues ou est-ce qu'elle met les premiers trucs qui passent par là ? Et combien de temps dans la salle de bain ? :D En terme de style de logo, on aura là d'un côté ceux qui sont très élégants et raffinés, et de l'autre les versions "brutes de décoffrage". Avec toutes les nuances intermédiaires ;)



Quel mode de transport utilise-t-elle ? Pourquoi ?

Dans les extrêmes : plutôt le 4x4 BMW ou plutôt le vélo ? Ou l'âne ?! On retrouve ici des notions de luxe, de consommation, d'éco-responsabilité ou de nature qu'on pourra faire ressentir dans le design du logo.

Quel est son travail ? Pourquoi ?

Enfin, si elle a un travail ! Mais bon, même si on ne parle pas de travail, elle a bien une occupation qui lui permet de subvenir à ses besoins. Alors, est-ce que ta marque est plus proche du cadre de multinationale ou du paysan maraîcher ? Cette question permet de penser au milieu dans lequel elle évolue : plutôt dans le haut de gamme et le luxe, le standing. Ou plutôt dans le moyen / bas de gamme et réponds à des nécessités "vitales".



Quels sont ses loisirs ? Pourquoi ?

Il me semble qu'une personne qui fait du parapente tous les weekends n'a pas tout à fait les mêmes besoins qu'une autre qui passe son weekend à peindre dans un parc. Qu'en penses-tu ? A mon avis, celle qui fait du parapente a besoin de sa dose hebdomadaire d'adrénaline et de liberté. Alors que le peintre amateur aura plus besoin de calme intérieur ... et de liberté, mais nettement moins risquée ;)

Où part-elle en vacances ? Pourquoi ?

Du soleil et des cocotiers ou des étendues gelées ? Ou encore, les vacances sur le canapé à pantoufler ? On peut en tirer des idées de teintes plus ou moins chaudes ou une ambiance cocooning selon les exemples cités précédemment. Evidemment, cela dépendra de l'importance des vacances pour ta marque ;) un blog qui parle de voyage sera plus susceptible de retranscrire les visuels trouvés en répondant à cette question qu'un blog qui parle de mathématiques. Enfin, je crois !



Comment se présente-elle à un enterrement ? Pourquoi ?

Tu vas me dire... WTF ! Mais en fait, au travers du choix de son costume (si elle en choisi un) et de son comportement, tu pourra imaginer la réaction de ta marque face à un problème important. Comment veux-tu que ta marque soit perçue pendant des temps difficiles ? Comme tu le sais, il n'y a pas de succès sans échec(s). Est-ce qu'elle va rester dans les codes socio-culturels, quitte à porter un masque, ou viendra-t-elle telle qu'elle est, avec ses émotions et ses valeurs ? Ce n'est pas une question directement liée à la réalisation du logo, mais plutôt à l'identité de marque en entier.

Quelles autres marques sont ses amies ? et ses ennemies ? Pourquoi ?

"Vous êtes la moyenne des 5 personnes avec lesquelles vous passez le plus de temps", Jim Rohn

Les ami(e)s font probablement partie de ces personnes que l'on côtoie le plus. Donc, définir les ami(e)s de ta marque permet de redéfinir ta marque. Et définir ses ennemis permet de définir ce que ta marque n'est pas. Cela vaut pour les valeurs d'entreprises mais aussi pour l'aspect de l'identité visuelle des marques, et donc, des logos ;) **Je t'invite donc à trouver au moins 3 marques dont tu (ou ta marque :p) apprécie les valeurs et/ou le logo.** Et à préciser pourquoi ! Pareil pour trois marques "ennemies" ;)

En choisissant seulement au niveau des logos, tu pourra vraiment en extraire ce que tu apprécies comme visuel et que tu voudrais peut-être adapté pour réaliser le logo de ta marque. Tu pourra aussi définir clairement ce que tu ne veux pas.



Attention, plus compliqué mais c'est pour résumé : quel est sa personnalité ? Pourquoi ?

Pour t'aider, tu peux te demander quel(le) célébrité(e) incarnerait le mieux ta marque. La définition de la personnalité de la personne réelle devrait t'aider à trouver cette de ta marque. Et si tu trouve que Tatie Jeannette incarne mieux ta marque que n'importe quelle célébrité, eh bien c'est pareil ! Et réponds bien à la question "Pourquoi ?" :D



- **Si ta marque était un groupe de musique, lequel serait-ce ?**
- **Quelle couleur correspond le mieux à ta marque ?**
- **Si ta marque était une glace, quel(s) en serai(en)t le(s) parfum(s) ?**
- **Quelle contradiction représente le mieux ta marque ?**

Pour vérifier, si maintenant tu devais décrire ta marque en un seul mot, est-ce que ce serait le même que celui que tu avais choisi au début ? :p



Tableau d'inspiration de ta marque :

Son âge	Son genre	Sa tenue de tous les jours	Son mode de transport
Son travail	Ses loisirs	Ses vacances	Enterrement ?
Marques amies	Sa personnalité	Un cocktail	Une ère
Un animal	Une saison	Une pièce de la maison	Une chanson
Un groupe de musique	Une couleur	Une crème glacée	Une contradiction