



Fatou Gueye
CEO & Fondatrice
DIGAL Consulting

Comment bien choisir les **couleurs** de votre marque ?



6 étapes pour y arriver



1 mn - temps de lecture

**Branding /
Economisez des
heures de recherche**

La **couleur** fait partie de l'**identité** visuelle d'une marque

Toutes les marques fortes ont
une identité visuelle



1 mn - temps de lecture

Branding /
Economisez des heures
de recherche

Pourquoi est-ce important ?

Pouvoir être identifié visuellement en un coup d'oeil par votre cible est un moyen puissant pour convertir vos prospects et clients.



Le **choix** des **couleurs** d'une marque vehicule une **émotion**.

**Créer une affinité émotionnelle avec
votre cible est un moyen puissant pour
convertir vos prospects et clients.**



Voici comment nous aidons nos clients à choisir les **couleurs** de leur marque...

...et comment vous pouvez en faire de
même en 6 étapes



1 mn - temps de lecture

**Branding /
Economisez des heures
de recherche**

1.

Recherche sur votre clientèle cible

**Pour déterminer la connexion
émotionnelle qui va résonner
pour elle**



1 mn - temps de lecture

1.

Il est important de bien connaître votre clientèle cible car votre marque s'adresse à elle

Comment mener ces recherches?

- sur le web (Google, site web,..)
- sur les réseaux sociaux
- ChatGPT, BARD, Claude...
- Interviews et/ou Questionnaires clients



1.

**Retrouver l'ensemble de nos guides
sur les clients (problèmes, persona,
objections,...)**

A télécharger gratuitement :

[https://www.digalconsulting.com/
category/blog-fr/](https://www.digalconsulting.com/category/blog-fr/)



1 mn - temps de lecture

2.

Déterminer vos préférences pour votre **marque**

**Il est important que vous soyez fiers
de l'identité visuelle et des couleurs
de votre marque**



1 mn - temps de lecture

3.

Recherche sur vos concurrents

**L'objectif c'est de vous différencier
visuellement de vos concurrents**



1 mn - temps de lecture

4.

S'inspirer de **marques fortes**



1 mn - temps de lecture

4.

12 couleurs pour votre marque et leur signification



1 mn - temps de lecture

Branding /
Economisez des heures
de recherche

Le bleu

inspire confiance, sérieux, sécurité, ordre, relaxant, loyal.



Le bleu foncé

Pouvoir, autorité, importance, connaissance, intégrité,
sérieux, sage, maîtrise, stabilité.



1 mn - temps de lecture

Le rouge

Excitation, energie, passion, force, courage, amour, urgence, vitesse, immédiat, adrénaline.



Coca-Cola ESPN NETFLIX

Le rose

Nourissant, joueur, innocence, féminité, gentillesse, intuition, délicat, généreux.



Barbie VICTORIA'S SECRET T-Mobile



Le vert foncé

**Croissance, harmonie, balance, nature,
relaxant, revitalisant, réassurant.**



Le vert clair

**Confiance, énergisant, frais, généreux,
prospérité, chanceux, encourageant.**



1 mn - temps de lecture

Le jaune

Espoir, joie, enthousiasme, relaxant,
énergisant, stimulant, chaleureux, amical.



L'Orange

Sociabilité, balance, optimisme,
succès, brave, libération, fascination.



1 mn - temps de lecture

Le violet

Créativité, fantaisie, intelligence, spiritualité, inspirant,
mystère, intellectuel.



Le Marron

Chaleureux, fiable,
stabilité, sens commun, facile.



1 mn - temps de lecture

L'or

**Luxe, désir, réussite, triomphe, fortune,
indulgence, glamour, pouvoir.**



Le Gris

**Classique, mature, modestie, stabilité, connaissance,
prestige, autorité, dignité.**



1 mn - temps de lecture

Le blanc

Jeune, pureté, simplicité, propre,
innocent, honnêteté, élégance.



Le noir

Expérience, discipline, luxe, élégance,
formel, autorité, raffiné.



1 mn - temps de lecture

Avis de non responsabilité

Les exemples de marque dans ce document sont fournies à titre uniquement informatives, éducatives ou éditoriales. Elles ne visent pas à indiquer une quelconque affiliation entre DIGAL Consulting et toute autre marque ou logo identifié sur cette page.



5.

Déterminer le choix des couleurs de votre marque

Le choix des couleurs fait partie intégrante de l'identité visuelle de votre marque (logo, charte graphique,...)



1 mn - temps de lecture

6.

Tester et finaliser

Vous pouvez faire réagir vos clients cibles ainsi que vos collaborateurs sur vos couleurs et si besoin, itérer pour valider votre choix final.



1 mn - temps de lecture

Retrouver l'ensemble de nos guides sur la Marque (positionnement, personnalité, valeurs,...)

A télécharger gratuitement :

<https://www.digalconsulting.com/category/blog-fr/>



1 mn - temps de lecture

Bonus TIP

Bien choisir les caractéristiques visuelles de votre marque est important pour connecter plus facilement avec votre cible.

Besoin d'aide?



contact@digalconsulting.com





**Vous savez désormais comment choisir
la ou les couleur(s) de votre marque.**

**Partagez-nous vos résultats sur
Linkedin**

Et une dernière chose :



Partagez ce mémo

Pour aider d'autres à choisir la
ou les **couleurs** de leur marque
auprès de leurs clients



**Suivez-moi sur LinkedIn pour ne rien
râter de mes publications**

#Entrepreneuriat #marketing #branding

Fatou Gueye
CEO & Fondatrice
DIGAL Consulting



Pour devenir Incontournable

contact@digalconsulting.com

www.digalconsulting.com