



Des lettres et des mots : le design de A à Z

publié le 21/10/2015

Descriptif :

Un document très bien construit sur le site Prodimarques

Extrait du document joint et consultable sur le site [Prodimarques](#) sur le design, un document exploitable en cours.

Jamais

- Ne jamais juger un pack design sur l'écran uniquement.
- Ne jamais développer l'identité d'un pack design sans inclure d'autres médias, comme par exemple le point de vente.
- Ne jamais proposer à votre client plus de trois solutions : celle que vous, en tant que spécialiste, considérez être la meilleure, plus une ou deux autres options. Un spécialiste comme par exemple votre dentiste ne vous en propose pas davantage !
- Ne jamais accepter un positioning qui contient plus de cinq mots. Retravaillez celui-ci avec le client, afin de mieux cibler ce que vous allez développer.
- Ne jamais suivre les guidelines sans les défier.
- Ne jamais juger un emballage sur la face principale seulement. Le pack design, c'est de la 3D !
- Ne jamais présenter votre proposition sans expliquer le pourquoi : n'oubliez pas que votre client voit rarement la même chose que vous ! Vous êtes visuel, il ne l'est peut-être pas !
- Ne jamais prendre un « non » pour un « non », de la part de votre conseiller légal. Il doit être aussi créatif que vous. Un bon juriste est très créatif !
- Ne jamais croire que le logotype doit nécessairement figurer en haut à gauche sur l'emballage.
- Ne jamais répéter quelque chose sur la même surface : mieux vaut une fois GRAND que deux fois petit...

 [Des lettres et des mots](#) (PDF de 490.4 ko)

Le design des marques de A à Z



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.