

RESSOURCE GRATUITE

Checklist concept de marque.

32 points clés à valider avant de lancer son site, commander son logo ou publier du contenu.

32

POINTS À VALIDER

5

ÉTAPES LOGIQUES

100%

GRATUIT

∞

À GARDER

“

*"Une identité de marque, ce n'est pas juste un logo.
C'est tout ce qu'on ressent quand on pense à toi."*

Positionnement & cible

La base de tout — sans ça, rien d'autre ne tient

01

- Définir ce que tu fais en une phrase simple**
Ex. : "J'aide les freelances à créer un site qui reflète leur valeur réelle."
- Identifier ta clientèle idéale**
Secteur, stade de développement, budget, douleurs principales
- Formuler ta promesse de valeur**
Ce que tu offres + le bénéfice concret pour le client
- Lister 3 problèmes que tu résous mieux que les autres**
- Définir ce qui te différencie**
Ton style, ton process, ton histoire, ton positionnement tarifaire
- Choisir un ancrage tarifaire cohérent**
Entrée de gamme / milieu de gamme / premium

Nom & univers verbal

Avant les couleurs, il y a les mots

02

- Vérifier la disponibilité du nom de domaine (.com et .fr)**
- Vérifier les conflits de marque sur inpi.fr**
Recherche gratuite — indispensable avant tout investissement visuel
- Définir le ton éditorial**
Ex. : expert mais accessible / direct et chaleureux / inspirant et poétique
- Écrire 3 phrases types qui sonnent "comme toi"**
Elles serviront de boussole pour tout ton contenu
- Lister les mots à associer à ta marque**
Ex. : élégant, honnête, efficace, humain...
- Lister les mots à éviter**
Ceux qui ne te ressemblent pas ou qui sonnent faux

Identité visuelle

Ce qui est juste pour toi — pas juste ce qui est beau

03

- Constituer un moodboard de 10-15 références visuelles**
Pinterest, Behance, sites concurrents ou inspirants
- Choisir une palette de 4-5 couleurs maximum**
1 principale · 1-2 secondaires · 1-2 neutres
- Vérifier le contraste des couleurs (accessibilité WCAG AA)**
webaim.org/resources/contrastchecker — outil gratuit
- Choisir 2 typographies complémentaires**
1 serif (titres) + 1 sans-serif (corps), ou l'inverse
- Créer ou commander son logo**
Version principale + variante claire/sombre + favicon 32x32
- Définir les règles d'usage du logo**
Zones d'exclusion, tailles minimales, fonds autorisés
- Tester l'identité sur un support réel**
Mockup carte de visite, header de site, profil LinkedIn

Site web & présence digitale

Ta vitrine permanente — cohérente et conçue pour convertir

04

- Réserver le nom de domaine**
- Choisir le CMS adapté à tes besoins**
WordPress (flexibilité) · Squarespace / Webflow (simplicité)
- Définir les pages indispensables**
Accueil · À propos · Services · Contact · Portfolio
- Rédiger les textes avant de designer**
Le contenu guide le design — pas l'inverse
- Intégrer la charte : couleurs, typographies, ton**
Cohérence visuelle sur chaque page
- Configurer le formulaire de contact**
Notification email + réponse automatique



Optimiser le SEO de base

Titres H1 · Meta descriptions · Alt images · Vitesse



Ajouter les mentions légales et politique de confidentialité

Obligatoire légalement si collecte de données

Cohérence & outils

Reconnaisable partout, tout le temps

05

- Créer un fichier de charte graphique**
PDF ou Notion : couleurs (codes hex), polices, règles d'usage
- Préparer les visuels pour les réseaux sociaux**
Templates Canva/Figma aux bons formats (1:1 · 9:16 · 16:9)
- Harmoniser tous les profils en ligne**
Photo · bio · couleurs : LinkedIn · Instagram · Google My Business
- Configurer une signature email professionnelle**
Prénom + titre + site + téléphone
- Créer des templates réutilisables**
Devis · contrat · email type de réponse client
- Mettre en place un outil de prise de rendez-vous**
Calendly ou Cal.com — intégré directement sur le site

Ta marque est prête quand...

Un inconnu voit ton site et comprend en 5 secondes ce que tu fais, pour qui, et pourquoi te choisir toi.
C'est le test ultime de cohérence.

Tu veux aller plus loin ? Réserve ta session découverte gratuite (30 min).

laurafari.com — contact@laurafari.com