

**5 éléments essentiels qui
vont vous faire repérer en
tant que professionnel du
transport**



SOMMAIRE

POURQUOI?	_____	01
COULEURS	_____	02
LOGO	_____	03
TYP0	_____	04
ILLUSTRATIONS	—	05
PHOTOS	_____	06



STRATEGIE MARKETING POUR VOTRE SOCIETE DE TRANSPORT



IDENTITE : POURQUOI ?

Votre identité en tant que transporteur va être essentielle dans votre stratégie de marketing de communication.

Vos futurs clients doivent vous reconnaître par rapport aux concurrents et cela à chacune des 3 étapes de votre stratégie.

Vous allez communiquer pour :

1. Être visible : Vous devez vous montrer en utilisant la communication tels que la publicité, les réseaux sociaux, le site web, les événements de networking locaux, pour accroître la visibilité de votre entreprise et attirer l'attention des entrepreneurs locaux.

2. Acquérir des prospects : Les faire venir sur votre site et remplir un formulaire de contact, leur envoyer un email ou une lettre de vente. Le but est d'attirer ces prospects intéressés par les services de votre société de transport.

3. Convertir en client : Leur déposer vos tarifs et votre carte de visite, leur envoyer un email promotionnel pour les faire passer à l'achat et devenir des clients fidèles.

En utilisant une combinaison de ces canaux de communication adaptés aux entreprises locales, votre entreprise de transport de colis peut atteindre efficacement son public cible et augmenter sa clientèle dans sa région. **Mais pour cela il faut vous définir une IDENTITE.**

Elle se décline sous **5 éléments** tous interconnectés pour une bonne cohérence : les couleurs, le logo, la typo, les illustrations, les photos.



#FFFFFF

#000000

#652D90

#FF9FF0

#EE2D64

COULEURS

Avec les couleurs vous allez donner une personnalité à votre société de transport. Les couleurs vont permettre de vous **différencier** des concurrents et d'accroître la **reconnaissance** et la **mémorisation** de votre société.

Il est recommandé de n'utiliser toujours que **5 couleurs maximum**.

De plus les couleurs **véhiculent des émotions** et une signification, donc choisissez bien car par exemple :

1. Bleu : Le bleu est une couleur associée à la fiabilité, la confiance et la sécurité. Les entreprises de transport de marchandises utilisent souvent le bleu pour évoquer la fiabilité de leurs services.
2. Rouge : Le rouge est une couleur vive et dynamique qui évoque l'énergie, la rapidité et l'urgence.
3. Orange : L'orange est une couleur vibrante qui évoque l'énergie, l'enthousiasme et l'innovation. Dans le secteur du transport, l'orange peut être utilisé pour représenter des entreprises qui offrent des solutions de transport innovantes et dynamiques.



Trop commun



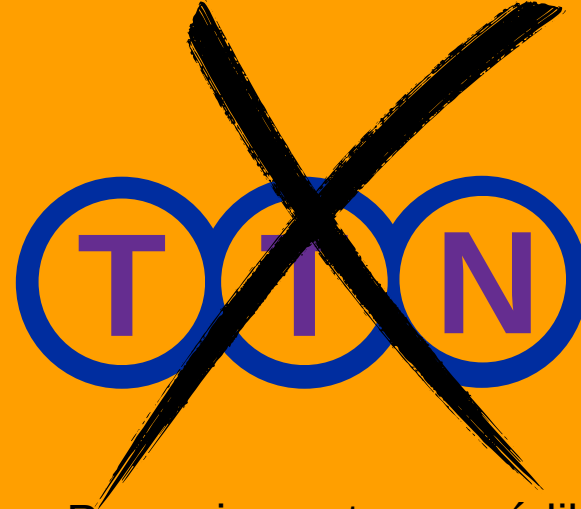
Trop dessiné



Pas pro



Pas intemporel, illisible, euh ...non !



Pas unique et pas crédible



Erreur d'association de couleurs



Traduit l'idée de colis



Traduit l'idée de vitesse

LOGO

Le logo doit être reconnaissable et doit vous rendre crédible auprès de vos futurs clients.

Simple : il doit être reconnaissable facilement par tous. Donc pas de dessin de camion avec des palmiers.

Intemporel : pour qu'il puisse durer dans le temps, évitez les graphismes à la mode. Pas d'effet chrome ou relief qui vont être démodés rapidement.

Adaptable : vous devez pouvoir le décliner sur plusieurs supports (papier, courrier, email, pub, mais aussi camion, vitre,...) donc il doit pouvoir être en couleurs, ou tout en blanc pour une vitrine, ou tout en noir.

Unique : le but c'est qu'il vous représente donc évitez de copier le logo d'un autre. Evitez aussi une image reprise sur Google car il y a des droits.

Typo : si vous choisissez un logo écrit, utilisez 1 ou 2 polices maximum. Evitez les polices manuscrites, ce n'est pas pour le transport mais pour les faire parts de mariages.

Couleurs : utilisez **3 couleurs** (vos couleurs) maximum.

Au final le logo doit être au format **PNG** et au format **vectoriel** pour être agrandi sans limite pour vos camions par exemple.

Helvetica

Aa

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U
V W X Y Z

Sa simplicité et sa lisibilité en font un choix populaire parmi les sociétés de transport.

Futura

Aa

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z

Elle est parfois utilisée par les entreprises de transport pour communiquer une image de technologie et d'efficacité.

Frutiger

Aa

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z

Elle est parfois choisie par les entreprises de transport pour ses qualités de clarté et de visibilité.

TYPO

La typographie (typo ou police) joue un rôle crucial dans l'identité visuelle :

- Reconnaissance de la marque
- Transmission des valeurs de l'entreprise
- Création d'une impression professionnelle
- Consistance de la société de transport au travers de l'enseigne, les sites web, les documents et les véhicules.

La typo renforce la cohérence de la marque sur tous vos supports de communication (site, emails, tarifs, dépliants, pubs, cartes de visite).

Les erreurs à éviter :

Choisir une typographie peu lisible : Utiliser une typographie complexe ou difficile à lire peut rendre le message difficile à comprendre.

Utiliser trop de polices différentes : Utiliser plusieurs polices de caractères différentes dans la communication peut créer une sensation de désordre.

Ignorer la lisibilité à différentes tailles : La typographie utilisée dans l'identité visuelle de l'entreprise doit être lisible tant sur de petits supports comme des étiquettes d'expédition, des cartes de visite, que sur des panneaux d'affichage.

ILLUSTRATIONS

Les illustrations ce sont les images qui vont représenter **les aspects de vos services** et l'image de votre société de transport :

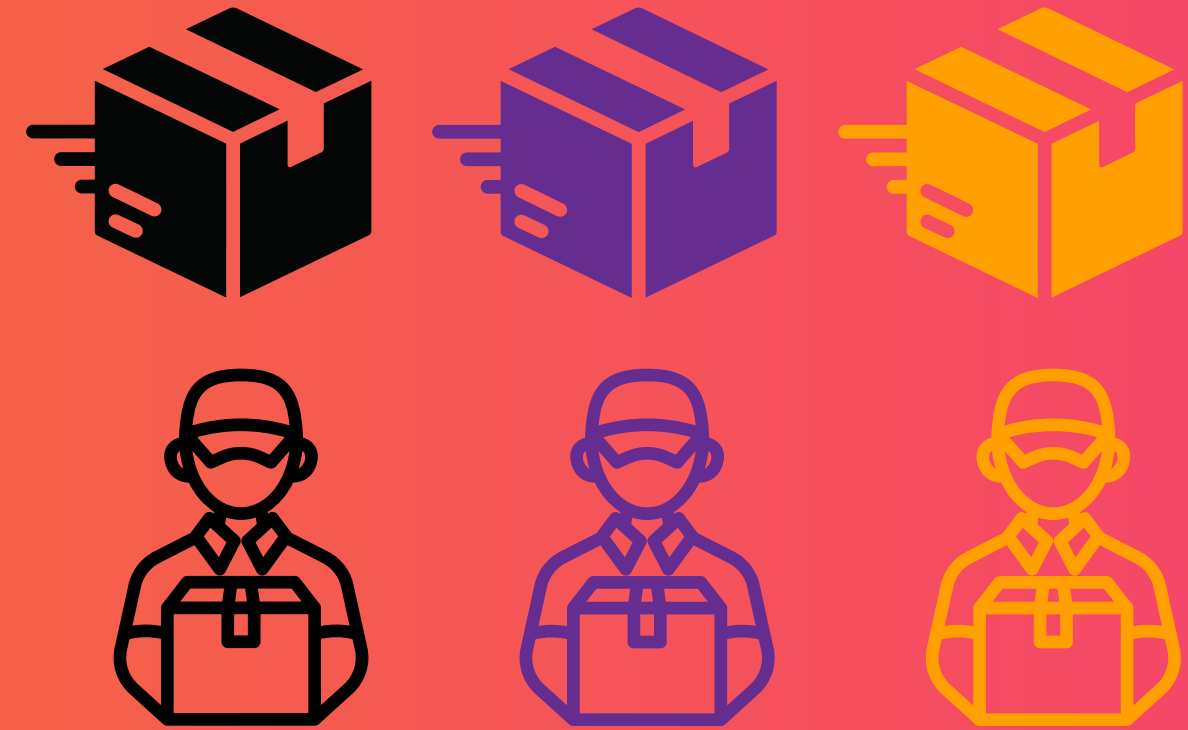
- Camion de livraison en mouvement pour évoquer la rapidité et l'efficacité des services de livraison.
- Cartes géographiques utilisées pour indiquer les zones de couverture de l'entreprise et mettre en valeur sa portée nationale.
- Colis et boîtes d'emballage
- Des illustrations de flèches, de lignes de mouvement ou d'autres symboles de vitesse.
- Et les classiques icônes : adresses , téléphone, email.

Elles ont plusieurs objectifs : la **communication visuellement des services**, l'**humanisation** de la marque, la **différenciation** de la concurrence, la **cohérence** dans tous les aspects de votre communication visuelle **pour reconnaître** votre société de transport. On va les retrouver sur le site web, sur votre dépliant commercial, sur vos tarifs,...

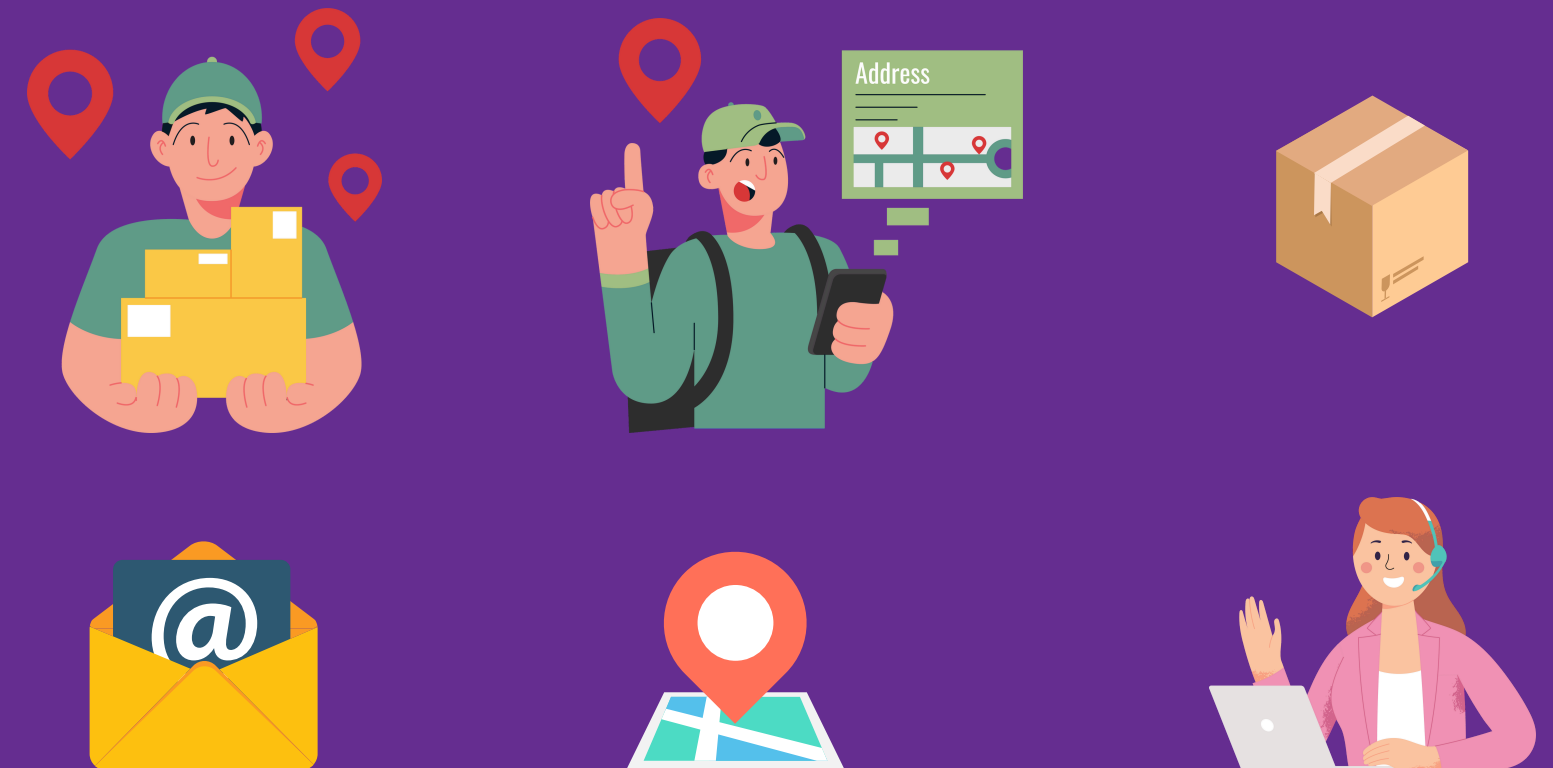
Mais faites attention, choisissez des illustrations qui correspondent à votre cible qui sont les entreprises professionnelles. Gardez toujours une cohérence avec le logo, la typo et l'image que vous voulez donner. Posez-vous la question est-ce pertinent? Et est-ce qu'il n'y en a pas trop?

Pour en trouver, le site [canva.com](https://www.canva.com) est une bonne source d'illustrations. Vous y trouverez des images et aussi des icônes que vous pourrez mettre à vos couleurs facilement. Vérifiez toujours les droits avant de les utiliser.

Icônes



Images



PHOTOS

Les photos sont essentielles, elles ont plusieurs objectifs :

- **capturer en image** divers aspects de l'entreprise de transport de colis
- aider à **transmettre votre professionnalisme** aux futurs clients
- **montrer votre fiabilité** et votre engagement envers la satisfaction des clients.

Il est préférable de prendre vos propres photos plutôt que d'utiliser des photos stock pour plusieurs raisons importantes.

Tout d'abord, les photos que vous prenez vous-même (ou par un photographe) sont uniques à votre entreprise et reflètent votre identité visuelle spécifique, ce qui renforce la reconnaissance de la marque et la crédibilité auprès de votre publique cible.

De plus les photos stock sont bien souvent déjà présentes sur les sites des concurrents, hors votre but c'est d'avoir **votre propre identité visuelle, non?**

Enfin votre client potentiel sait que vous êtes une société de transport locale et c'est ce qu'il recherche, alors pourquoi lui montrer des photos d'autres personnes prises à l'étranger ?

Voici quelques idées :

- Photo de l'équipe chargement/déchargement des colis qui illustre le professionnalisme.
- Photo des véhicules de livraison en action qui illustre l'efficacité en action.
- Photo des employés en uniforme avec des colis, cette image renforce la confiance de vos clients en vos services car l'humain est important et l'uniforme renforce le sérieux.

A nouveau le site canva.com peut vous aider à modifier vos photos, tant au niveau de la luminosité, qu'au niveau du fond que vous pouvez rendre transparent pour y mettre une forme à vos couleurs par exemple, comme illustré ci-contre.



MERCI

Vous êtes prêt à créer votre identité visuelle et ensuite à lancer vos 3 stratégies marketing de communication.

Nous vous remercions pour ce moment passé ensemble sur votre marketing.

Notre but est de vous aider au travers l'opérationnel avec nos solutions logicielles mais aussi aux niveaux marketing et commercial avec du contenu, des guides et des formations.

Les meilleurs **logiciels opérationnels** pour votre efficacité.

Le **marketing** pour la visibilité et l'acquisition de futurs clients.

Le **commercial** pour les techniques qui font vendre et les chiffres pour bien gérer.

Ce sont les **3 piliers** sur lesquels nous vous accompagnons pour **booster votre société de transport vers de nouveaux sommets !**

Colitrack est le logiciel de livraison pour votre société de transport qui débute, qui a besoin d'un logiciel professionnel et une plateforme web pour leurs clients.



Rendez-vous maintenant sur

www.logicalsys.fr/colitrack
www.logicalsys.be/colitrack

Mess24 est votre logiciel (TMS) complet avec l'intégration de fichiers Excel, EDI, TXT et la plateforme web pour les clients. Si vous avez plusieurs tournées à gérer et plus d'une centaine d'envois quotidiens, Mess24 est pour vous.



Rendez-vous maintenant sur

www.logicalsys.fr/mess24
www.logicalsys.be/mess24



**STRATEGIE MARKETING POUR
VOTRE SOCIETE DE
TRANSPORT**
