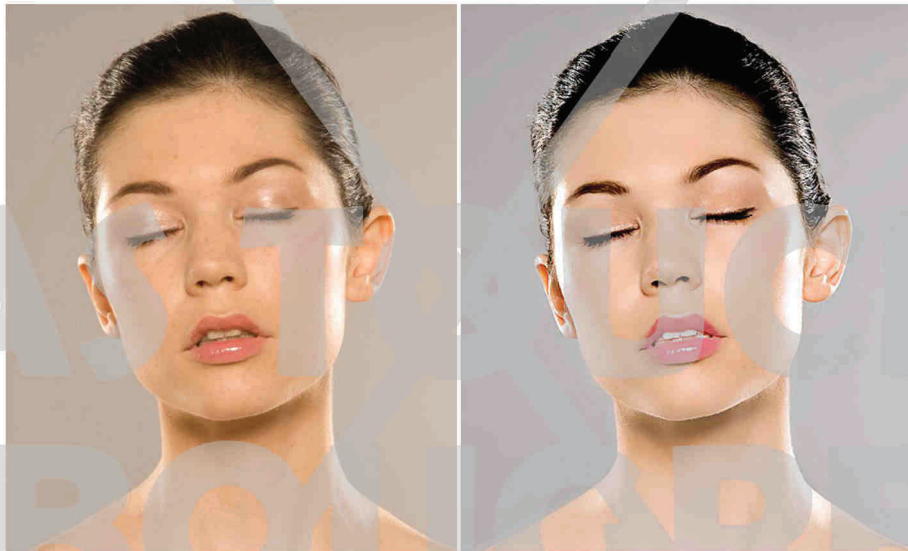




Retouche beauté



Concept de logo France Business School



L'importance du visuel

Quand toute une stratégie se résume à l'image

Case Study : Coca Cola Flavours



Concept canette recyclable



Case Study : My little Smoothie



before



after

Intégration d'un véritable logo pour la marque, reconnaissable

Intégration du parfum directement dans le nom du produit. On est ainsi passé de «My little smoothie» Parfum Strawberry, à «My berry smoothie». les anciennes mascottes se retrouvent incorporées au nom du produit

Style graphique plus évolué.

Police de texte «bon enfant» avec de jolies courbes et une disposition dynamique cassant le côté rectiligne de l'ancien packaging.

Intégration de nouvelles mascottes, facilement identifiables.

Un packaging dynamisé, visuellement attirant qui a de fortes chances de plaire aux enfants, qui sont à l'évidence, le coeur de cible du produit.

Case Study : Gentle Naturals



Couleurs de la marque : Vert et Or
Symbole : Guerrier amérindien

Le packaging manque de tonus. Il est trop rigide, figé.



Modernisation du guerrier. Une posture plus agressive, le tout dans les couleurs vert et or, permettant au personnage de s'incruster parfaitement.

Le paysage a laissé place à une plaque en or qui est disposée sur une bande plus fine, faisant penser aux ceintures des champions de catch.

Une image avec plus de «testostérone», un lifting simple mais réussi.



Case Study : Gentle Naturals



Une gamme de soins pour bébé. La cible est donc la jeune mère, soucieuse du bien-être de son enfant, elle veut le meilleur pour lui.

Positionnement des produits de la gamme : un produit efficace, sérieux, en lequel on peut avoir confiance.

Le packaging actuel est-il adapté ?



Un produit beaucoup plus pur avec la prédominance du blanc, très sérieux avec un logo «gentle naturals» qui a été remanié et adouci par une police sans serif.

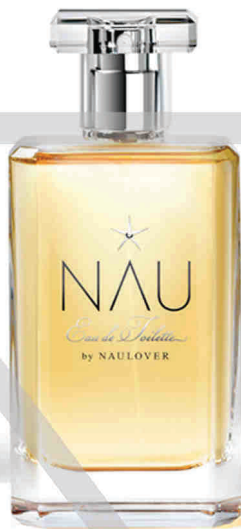
Un système de couleur pour différencier d'un coup d'oeil chaque «soin».

Nouveau packaging pour être en adéquation avec le positionnement de la gamme axée sur la qualité, le sérieux.

Le changement est flagrant. On remarque qu'on est passé du style «Crème de supermarché» à celui de «Médicament de pharmacie» par une astucieuse modification de packaging, avec notamment l'utilisation d'une boîte cartonnée.

Nous voilà en face d'un tout nouveau produit en ayant touché qu'au packaging.

Sélection de packagings





PAS TOUCHE
BOUGRE
Google™

Logo depuis 2010



chrome

Case Study : Le logo du GALA

Agent secret en smoking.
James bond : Symbole
rappelant le luxe, alcools haut
de gamme, et voitures de luxe



La police est élégante, mais
pourrait être mieux choisie afin de
correspondre à l'image qu'un Gala
doit avoir.

Police "Aller Light". La
finesse de la police,
rappelant le logo de l'Oréal
ou encore ceux des
parfums, évoque le luxe. La
couleur rouge d'arrière
plan a laissé place au blanc
afin d'épurer le logo.



Parce que c'est un Gala, la demoiselle en
robe de soirée rouge joue le même rôle
que l'agent secret du logo actuel,
évoquant les réceptions élégantes, les
coupes de champagnes...

Ecole de Management Strasbourg

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG

www.em-strasbourg.eu

Original



Concept



English version | Journalistes | Recrutement | Plan d'accès | Intranet | Rechercher | Contact

Ecole de Management Strasbourg
UNIVERSITÉ DE STRASBOURG

Programme Grande Ecole | Formation Continue | Formation Initiale | Apprentissage | Formations Courtes

La business school d'un pôle universitaire d'excellence
EM Strasbourg around the world
Les étudiants du PGE de l'EM Strasbourg partent un an à l'étranger dans une des 184 destinations proposées par l'école. La vidéo *EM Strasbourg around the world* met en scène une partie de nos expatriés dans leur pays d'accueil. Ils invitent les candidats au concours de l'école à les rejoindre pour une année inoubliable.

EM Strasbourg
La Nouvelle Référence
Chiffres et dates clés
Des Valeurs Fortes
Reconnaisances
Un modèle d'excellence

Recherche
Enseignants
Recherche
Evénements

Entreprises
Présentation
Recruter un étudiant
Intervenir dans la pédagogie
Un réseau d'entreprises
Taxe d'apprentissage, don

Etudiants/Diplômés
Associations étudiantes
Association des diplômés
Campus
Financer vos études
Vivre à Strasbourg

Actualités
» **Lu dans la presse : Il faut « rendre sexy la PME auprès des étudiants »** (Isabelle Barth)
Dans un article récent, publié par l'agence de presse AEF, la directrice générale de l'EM Strasbourg estime que les écoles de management doivent davantage sensibiliser leurs étudiants au monde des PME-PMI. « Notre objectif est de... »
» **L'EM Strasbourg convie experts et DRH pour décrypter la loi Cherpion**
La législation encadrant les stages, un casse-tête pour les DRH ? C'est en tout cas pour aider ces derniers que l'EM Strasbourg a organisé une rencontre avec trois experts à Paris à l'initiative d'Autrepart.

Calendrier Mai 2012

	1	2	3	4	5
7	8	9	10	11	12
14	15	16	17	18	19
21	22	23	24	25	26
28	29	30	31		

Calendrier Juin 2012

	1	2	3	4	5
7	8	9	10	11	12
14	15	16	17	18	19
21	22	23	24	25	26
28	29	30	31		



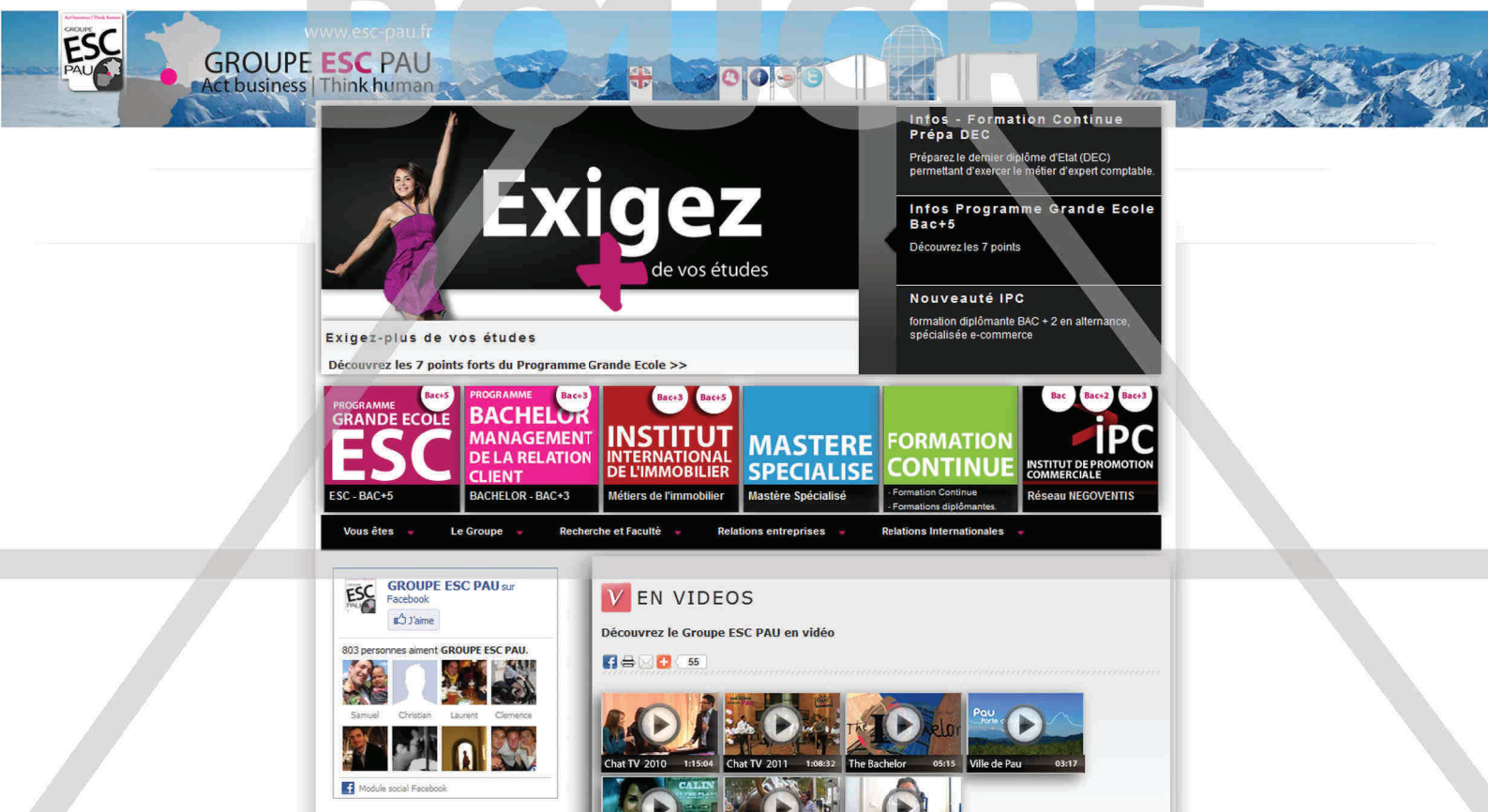


AVANT



APRÈS

PAS À TOUCHER





Mathématiques & Logique

Passerelle 1

- COURS
- EXERCICES OFFICIELS CORRIGÉS
- MÉTHODOLOGIE & CONSEILS

Mettez toutes les chances de votre côté !

Studyrama.com



Une collection complète :

- Maths et logique
- Culture Générale
- Synthèse de dossier
- Anglais écrit (Annales expliquées avec règles de grammaire, vocabulaire, pièges)
- Les épreuves orales
- Des mini fiches en papier glacé sur des thèmes. Exemple : "plan marketing de poche"

Avantages :

Collection "officielle", crédibilité aux yeux des étudiants

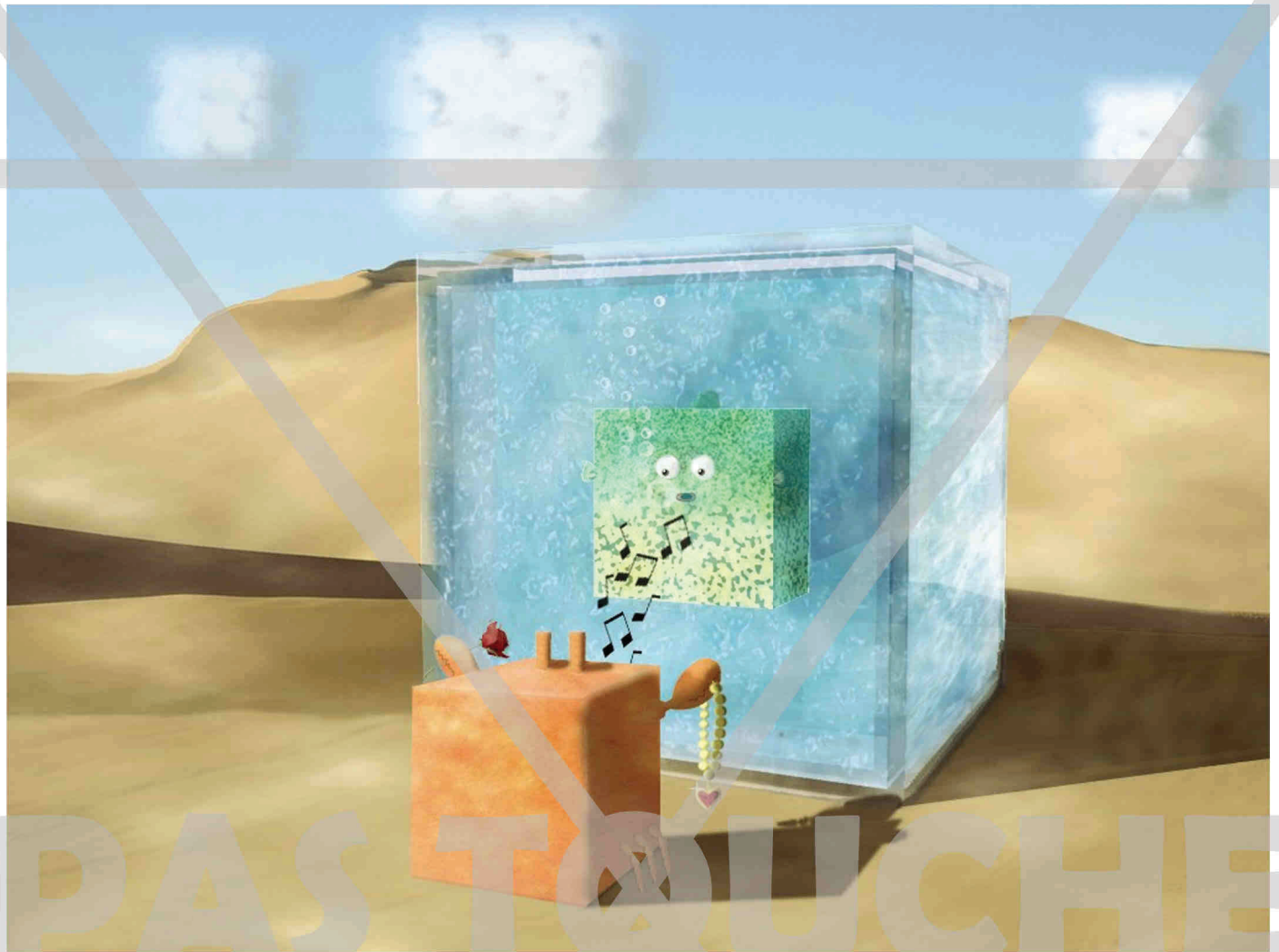
Des étudiants meilleurs ? Si les étudiants sont "trop préparés"...c'est un problème...non il suffit de réhausser les barres d'admissibilité...cela ne change rien au concours.

Inconvénients :

Difficulté à mettre en place

Coût ?

Que faire des Annales "classiques" ? Cannibalisation ? Réaction négative à prévoir si on supprime les "Annales gratuites"... -> Quel prix fixer ? Il doit être abordable pour les étudiants ! Une solution tout en un



Cubical Romance

1ère place à un concours ayant pour seule contrainte, l'utilisation de cubes



Logo pour une équipe e-sport
40 €



SAMSUNG

Sentez la différence.

Concept 2008 Pub Samsung
Axé sur la différence quant à la qualité
des appareils photo Samsung