modus.

GUIDE GRATUIT · 03

Faites vos visuels vous-même avec Claude.

Affiches, publications, feuillets une page : à partir d'une consigne écrite, dans vos couleurs, corrigés en cliquant. L'installation, la boucle, et la consigne écrite au complet.

POUR LES PROPRIOS ET LA PERSONNE QUI S'OCCUPE DU MARKETING
VINGT MINUTES D'INSTALLATION · UNE MINUTE PAR VISUEL ENSUITE

MODUSAI.CA

COMMENCEZ ICI

C'est quoi, et ce que vous aurez en main à la fin.

Toute entreprise a besoin d'un flot régulier de petits visuels : une publication pour la page Facebook, un feuillet pour le comptoir, une offre d'emploi, une liste de prix. Dans une shop de 3 à 30 employés, personne n'a ça comme job. Alors les visuels ne se font pas, ou ils se font à 21 h dans le programme qui était ouvert.

En août 2026, Claude Code a reçu une fonction appelée **/design**. Vous tapez une courte consigne et Claude revient avec plusieurs ébauches côte à côte, sur un canevas que vous ouvrez dans votre navigateur. Vous en choisissez une, vous cliquez sur ce que vous voulez changer, et vous l'exportez en PNG ou en PDF. Ce guide vous mène du début à la fin, sans formation en design et sans une ligne de code.

Personne ici ne vous vend de logiciel. Modus n'est lié à aucune plateforme ni à aucun programme de partenaires; quand un produit est nommé, c'est parce que la méthode en a besoin, et le guide dit ce que ça coûte.

Ce que vous aurez en main à la fin

Une installation qui reste

UN DOSSIER · UNE FICHE DE MARQUE · UNE CONSIGNE

Le dossier. Un endroit sur votre ordinateur que Claude lit : votre logo, vos couleurs, et les captures d'écran des designs que vous aimez.

La fiche de marque. Une page qui dit à Claude vos couleurs, vos polices et votre façon de parler, pour que chaque ébauche parte de votre marque au lieu de la moyenne d'Internet.

La consigne. Un brief en quatre parties que vous remplissez chaque fois. Écrit au complet à la page 10, prêt à copier.

Les trois premiers visuels. Une publication, un feuillet et une offre d'emploi, faits par vous, à la page 11.

Illustration de la forme du résultat. Le vôtre portera votre logo, vos couleurs et vos mots.

Ce que ça coûte

Un forfait Claude payant (Pro, Max, Team ou Enterprise), l'application de bureau Claude, gratuite, et une vingtaine de minutes d'installation. Ensuite, un visuel prend environ une minute à ébaucher et quelques minutes à peaufiner.

Ce que ce n'est pas

Un imprimeur ni un designer. Ça ébauche; vous décidez. C'est aussi une version d'essai (« research preview »), ce qui veut dire que les boutons peuvent bouger. Quand ce guide dit comment quelque chose fonctionne, c'est ce que la documentation d'Anthropic disait en septembre 2026.

SOMMAIRE

Quinze pages. L'installation, c'est une fois; la boucle, c'est chaque fois.

04 Deux applications, un canevas : laquelle il vous faut p. 4

05 L'installation en vingt minutes p. 5

06 Votre fiche de marque : la page que Claude lit en premier p. 6

07 Étape 1 · Ne partez jamais de zéro p. 7

08 Étape 2 · Équipez-le avant de demander p. 8

09 Étape 3 · La boucle d'une minute p. 9

10 La consigne, mot pour mot p. 10

11 Trois briefs pour commencer p. 11

12 Ce que ça ne fait pas, et les règles p. 12

13 Feuille de travail · Votre fiche de marque p. 13

14 Liste de vérification · Avant que ça sorte p. 14

15 D'où ça vient, et la suite p. 15

> **SI VOUS NE LISEZ QU'UNE PAGE**
>
> La page 10. La consigne a quatre parties, et la troisième, nommer l'outil de design pour qu'il s'active vraiment, c'est celle que tout le monde saute. Le reste du guide existe pour que cette page-là fonctionne.

Une précision sur les noms. Claude Design, c'est l'application web à claude.ai/design. **/design**, c'est le même canevas lancé à partir de Claude Code, la partie de l'application de bureau Claude qui peut lire les fichiers sur votre ordinateur. Ce guide utilise la deuxième, et la page 4 dit pourquoi.

AVANT DE COMMENCER

Deux applications, un canevas. Le choix dépend d'une seule chose.

Anthropic offre le même canevas de design de deux façons. À l'écran, elles se ressemblent. La différence, c'est ce que Claude peut lire pendant qu'il travaille.

	CLAUDE DESIGN (APPLICATION WEB)	/DESIGN DANS CLAUDE CODE
Où	claude.ai/design dans un navigateur, ou la barre latérale de l'application de bureau	L'onglet Code de l'application de bureau Claude, ou la ligne de commande
Ce qu'il lit	Ce que vous collez ou joignez dans la conversation	Un dossier sur votre ordinateur : votre logo, votre fiche de marque, vos captures de référence, vos anciens visuels
Outils ajoutés	Ses propres outils de système de design	Tout ce que vous avez installé, y compris des outils gratuits écrits par des designers (page 8)
Retouches	Conversation, commentaires sur le canevas, édition directe	Cliquer sur un élément et le changer, là où la sauvegarde est activée pour votre compte; sinon consulter et exporter
Export	PDF, PPTX, HTML, zip, Canva et autres	PNG ou PDF
Forfaits	Pro, Max, Team, Enterprise (bêta; désactivé par défaut sur Enterprise)	Pro, Max, Team, Enterprise, avec les « artifacts » activés (version d'essai)

Sources : Anthropic, « Introducing Claude Design » (avril 2026); Centre d'aide Claude, « Get started with Claude Design » (mis à jour le 6 août 2026); documentation Claude Code, « Share session output as artifacts » et notes de la semaine 34 (août 2026).

Alors, laquelle?

Si vous voulez faire une affiche aujourd'hui et ne plus jamais y penser, l'application web est le chemin le plus court. Vous l'ouvrez, vous décrivez l'affiche, c'est réglé.

Ce guide porte sur la deuxième, pour une raison : **le dossier**. Quand Claude travaille à partir d'un dossier, votre fiche de marque et vos images de référence sont déjà là, chaque fois. Vous arrêtez de réexpliquer vos couleurs, de rejoindre votre logo, de redécrire vos goûts. Le premier visuel coûte vingt minutes d'installation. Le quarantième coûte une minute. Pour une entreprise qui a besoin de visuels chaque semaine, c'est tout l'intérêt.

> LA PARTIE HONNÊTE
>
> L'onglet Code a été bâti pour des programmeurs, et ça paraît. Il y a une boîte de texte, un dossier, et pas grand-chose d'autre. Rien dans ce guide ne vous demande d'écrire du code ni d'en lire. Quand une étape vous demande de taper quelque chose, le texte exact est imprimé.

INSTALLATION · UNE FOIS

Vingt minutes, dans l'ordre.

1. **Vérifiez votre forfait.** /design demande un abonnement Pro, Max, Team ou Enterprise. La version gratuite ne peut pas publier le canevas. Sur Team, c'est activé d'office; sur Enterprise, un administrateur doit d'abord activer les *Artifacts* dans les réglages Claude Code de l'organisation. Demandez avant d'investir les vingt minutes.
2. **Installez l'application de bureau Claude.** Téléchargez-la à claude.com/download pour macOS ou Windows et connectez-vous avec le compte qui porte l'abonnement. L'application inclut Claude Code; dans les mots d'Anthropic, « no terminal required » et pas besoin d'installer Node.js ni la ligne de commande. Sur Windows seulement, l'onglet Code a besoin de *Git for Windows* installé une fois (git-scm.com); installez-le, puis redémarrez Claude.
3. **Créez le dossier.** Où vous voulez, par exemple `Documents/Visuels`. Dedans, deux choses : un dossier vide appelé `references`, et votre fichier de logo (PNG ou SVG). La page 6 ajoute la fiche de marque.
4. **Ouvrez l'onglet Code et choisissez ce dossier.** Cliquez sur *Code* en haut de l'application. Choisissez *Local*, puis *Select folder*, et pointez le dossier que vous venez de créer. Si cliquer sur Code vous demande de passer à un forfait payant, c'est l'étape 1. C'est le seul moment « technique », et c'est un sélecteur de dossier.
5. **Assurez-vous que c'est à jour.** /design est arrivé dans les versions de Claude Code du 17 au 21 août 2026 (version 2.1.234). L'application se met à jour au lancement; pour forcer, *Claude → Check for Updates* sur Mac ou *Help → Check for Updates* sur Windows, puis redémarrez. Si l'étape 6 dit que la commande n'existe pas, c'est ça.
6. **Lancez-le une fois, mal, exprès.** Tapez `/design une carte de remerciement pour mes clients` et appuyez sur Entrée. Claude travaille une minute, puis affiche un lien. Votre navigateur ouvre le canevas. S'il dit plutôt qu'il ne peut pas publier, retournez à l'étape 1 : c'est le forfait ou le réglage des artifacts, pas vous.

Ce que vous verrez

Une page sur claude.ai avec quelques ébauches côte à côte. Elle est privée tant que vous ne la partagez pas. Chaque fois que Claude retouche, le même lien se met à jour. Tapez `/artifacts` n'importe quand pour voir tous vos canevas et en rouvrir un.

Ce que cette première ébauche sera

Générique. Correcte, mais ça pourrait être la carte de n'importe qui. C'est normal : Claude ne sait encore rien de votre entreprise. Les pages 6 et 7 règlent ça, et c'est l'essentiel de ce qui sépare un visuel utilisable d'une démo.

À propos de la demande de permission. Selon le mode de permission affiché à côté du bouton d'envoi, la première publication peut vous demander si Claude peut téléverser la page sur claude.ai pour l'héberger. Dites oui; c'est ce qui fait exister le canevas. Rien n'est public tant que vous n'ouvrez pas le canevas pour cliquer sur Share.

INSTALLATION · UNE FOIS

Votre fiche de marque. La page que Claude lit avant de dessiner quoi que ce soit.

Claude Code cherche un fichier nommé `CLAUDE.md` dans votre dossier et le lit au début de chaque session. La documentation d'Anthropic dit que quand ce fichier décrit un système de design, Claude le place au-dessus de ses propres choix. C'est donc là que va votre marque.

Créez un fichier texte dans votre dossier, nommez-le exactement `CLAUDE.md`, et collez-y le modèle ci-dessous, rempli. La feuille de travail de la page 13 vous aide à trouver les valeurs si vous ne les avez jamais écrites. Vous ne connaissez pas vos codes de couleur? Ouvrez votre logo dans n'importe quel programme d'image et utilisez la pipette, ou demandez à Claude : *« lis logo.png et donne-moi les deux couleurs principales en codes hex. »*

```
# Marque
Entreprise : Toiture Beaulieu, toitures résidentielles, Sherbrooke. Familiale depuis 2009.
Clientèle : propriétaires de 35 à 65 ans. Ils veulent une réponse claire et un prix ferme.

## Système de design
- Couleurs : principale #1F3A5F (bleu foncé), accent #E07A1F (orange), fond #F7F5F0
- Typographie : DM Sans partout. Titres en gras, texte en régulier. Pas de police script.
- Logo : logo.png dans ce dossier. Jamais étiré, jamais recoloré.
- Espace : marges généreuses. Un message par visuel. Jamais plus de 12 mots dans un titre.

## Voix
- Français simple d'abord, anglais simple ensuite. On dit le prix. Pas de point d'exclamation, pas de « révolutionnaire ».
- On ne montre jamais de concurrents, jamais de photos de banque de gens qui ne travaillent pas ici.

## Références
- Les captures que j'aime sont dans /references. Dessine dans leur esprit, ne les copie pas.
```

L'entreprise est inventée. C'est la forme qui compte : les couleurs en codes, une seule police, les règles du logo, et une ligne de voix assez courte pour que Claude la suive vraiment.

Pourquoi des codes et pas des noms

« Bleu », c'est mille bleus. #1F3A5F, c'en est un. Le code à six caractères, c'est ce que tout outil de design et tout imprimeur comprend, et c'est ce qui fait que le quarantième visuel ressemble au premier.

Une police, dite une fois

Claude peut charger n'importe quelle police de Google Fonts. Nommez celle que vous utilisez déjà sur votre site ou vos factures. Si vous n'en avez pas, DM Sans ou Inter sont gratuites, lisibles, et ennuyantes de la bonne façon.

ÉTAPE 01

Ne partez jamais de zéro.

On ne peut pas décrire ses goûts, et on n'a pas à le faire. On les montre. Trois captures de designs que vous aimez, dans le dossier, font plus que trois paragraphes sur « moderne mais chaleureux ».

Sans référence, Claude vous donne la moyenne de millions d'affiches, exactement le visuel devant lequel personne ne s'arrête. Avec trois que vous avez choisies, il travaille dans leur esprit, et l'ébauche est déjà la vôtre.

Où regarder, et quoi garder

ENDROIT	BON POUR	CHERCHEZ
Pinterest	Affiches, dépliants, publications. Le plus large éventail, le plus rapide à parcourir.	Votre format plus une ambiance : « flyer toiture bold », « instagram post minimal prix »
Land-book	Sections d'accueil et pages web. Si vous faites un feuillet une page, commencez ici.	Parcourir par couleur ou par secteur
Dribbble	Mises en page de designers. Plus poli, parfois trop.	« poster », « social media template », votre métier
Votre propre fil	La publication du concurrent que vous avez gardée, l'annonce du fournisseur que vous avez remarquée. Si ça vous a arrêté, ça marche.	Capturez-la quand vous la voyez

Les quatre règles

1. **Capturez ce qui vous arrête,** pas ce que vous trouvez « professionnel ». La réaction, c'est la donnée.
2. **Trois par brief, pas plus.** Dix références se moyennent en bouillie. Trois donnent une direction à Claude.
3. **Nommez-les.** `references/affiche-bold-orange.png` vaut mieux que `Capture 2026-09-04.png`. Claude peut les distinguer.
4. **Inspiration, pas copie.** Le logo, la photo ou la mise en page exacte d'une autre entreprise lui appartiennent. Prenez l'impression, la structure, l'équilibre des couleurs. La page 12 trace la ligne.

> **BÂTISSEZ LA BIBLIOTHÈQUE UNE FOIS**
>
> Vingt minutes un dimanche, vingt captures, classées dans `references/affiches`, `references/social`, `references/feuillets`. Après, chaque brief commence par « pige dans references/social ».

ÉTAPE 02

Équipez-le avant de demander.

Dans Claude Code, un **outil** (« skill ») est une méthode écrite que Claude suit quand vous la nommez. Des designers en ont écrit, gratuitement. L'application web ne peut pas faire ça.

Installez-en un, une fois. Commencez par celui d'Anthropic.

1. **Cliquez sur le bouton +** à côté de la boîte de texte, puis *Plugins*, puis *Add plugin*. Un catalogue s'ouvre, avec la boutique officielle d'Anthropic déjà dedans. Rien à taper.
2. **Trouvez** `frontend-design` et installez-le pour votre compte utilisateur, pour qu'il serve dans tous vos dossiers. Sa description : « distinctive, intentional visual design… choices that don't read as templated defaults ».
3. **Vérifiez que ça a pris.** Cliquez sur + puis *Plugins* de nouveau; il devrait être dans la liste. Si l'application vous dit de lancer `/reload-plugins`, tapez-le et appuyez sur Entrée.

Ensuite, dans chaque brief

Une phrase : **« Utilise l'outil frontend-design quand tu crées ces visuels. »** Le nommer enlève le pari.

OUTIL	CE QU'IL VOUS DONNE	COMMENT IL S'INSTALLE
frontend-design	Les consignes de design d'Anthropic contre les mises en page par défaut. L'option sans friction.	+ → Plugins → Add plugin. Gratuit.
impeccable	Le préféré de la communauté, par Paul Bakaus : 23 commandes contre les tics des visuels générés. Libre.	Tapez `/plugin marketplace add pbakaus/impeccable`, puis `/plugin` et installez-le dans la liste. Si l'application dit que `/plugin` n'est pas disponible, celui-là demande la version ligne de commande. Gratuit.
Votre fiche de marque	Déjà un outil en action : CLAUDE.md est lu à chaque session (page 6).	Rien à installer.

Selon code.claude.com (Desktop application; Discover and install plugins) et impeccable.style, septembre 2026. Si les mots changent, ces pages ont raison.

Ce qu'un outil n'est pas. Pas un logiciel en arrière-plan; un document que Claude lit, que vous pouvez lire aussi. Installez seulement de sources que vous connaissez.

ÉTAPE 03

La boucle d'une minute.

L'ancienne façon, avec n'importe quel outil d'IA : décrire, attendre, recevoir un résultat, redécrire, réattendre. Le canevas remplace presque tout ça par des clics.

1 · DÉCRIRE

Tapez `/design` suivi du brief de la page 10. En langage courant. Claude travaille une minute et affiche un lien.

2 · CHOISIR

Ouvrez le lien. Plusieurs directions sont côte à côte sur un seul canevas. Prenez la plus proche. Oubliez les autres; n'essayez pas de les fusionner.

3 · RETOUCHER

Cliquez sur l'élément à changer. Là où la sauvegarde est activée pour votre compte, un panneau s'ouvre : police, couleur, taille, espacement. Retapez un titre sur place. Sauvegarder publie une nouvelle version au même lien.

4 · EXPORTER

PNG pour le web et les réseaux; PDF pour l'impression ou le courriel. Si vous le voulez plutôt en page web, dites-le à Claude dans l'application : *« bâtis la deuxième en page ».*

Demandez des retouches agressives

L'étape que la plupart des gens ne connaissent pas. Ajoutez une ligne au brief : **« Ajoute des contrôles ajustables. Je veux pouvoir modifier le plus de choses possible. »** Claude intègre au canevas un petit panneau de curseurs pour ce que vous auriez autrement redemandé par écrit : couleur de fond, taille du texte, couleur d'accent, espacement. Chaque curseur met le visuel à jour en direct. Voir bat deviner, chaque fois.

D'abord

Choisissez la direction que vous aimez. Laissez tomber les autres. Ne demandez pas « un mélange de la deux et de la quatre ».

Ensuite

Tournez les boutons : fond, police, accent. Petits gestes. Vous ajustez, vous ne redessinez pas.

Toujours

Le contenu change par consigne (« raccourcis le titre »). Le style change par curseur. Les mélanger, c'est là que le temps part.

SI LE CANEVAS EST EN LECTURE SEULE

La sauvegarde à partir du canevas s'active compte par compte et n'est peut-être pas encore ouverte pour le vôtre. Vous avez quand même la boucle : exportez le PNG, et faites les changements en disant à Claude, dans l'application, quoi bouger. Il republie au même lien. Plus lent que cliquer, plus rapide que la boîte de courriels d'un designer.

À COPIER

La consigne, mot pour mot. Quatre parties, chaque fois.

Tapez ceci dans l'onglet Code, après `/design`. Changez les mots des deux premières parties; gardez la troisième et la quatrième telles quelles.

```
> /design une publication Facebook pour annoncer notre spécial d'inspection de toiture d'automne.

1 · FORMAT. Une image carrée, 1080 par 1080. Un titre, une ligne de détail, le prix, notre logo. En français. Donne-moi trois directions différentes avec des mises en page clairement différentes, pas trois nuances de la même.

2 · RÉFÉRENCE. J'ai mis trois captures d'écran dans /references/social. Fais une direction à partir de chacune. Leur esprit, pas une copie.

3 · OUTILS. Utilise l'outil frontend-design quand tu crées ces visuels. Lis CLAUDE.md d'abord et suis la section marque.

4 · CONTRÔLES. Ajoute des contrôles ajustables pour la couleur de fond, la couleur d'accent, la taille du texte et l'espacement. Je veux pouvoir modifier le plus de choses possible.
```

PARTIE	CE QU'ELLE FAIT	CE QUI CASSE SANS ELLE
1 · Format	Ce que vous faites, en mots simples : la chose, la taille, ce qui doit être dessus, la langue.	Vous recevez une affiche quand il vous fallait une publication, ou une belle mise en page sans prix dessus.
2 · Référence	Pointe Claude vers vos captures (page 7) et demande une direction par référence.	La moyenne d'Internet. Correct et oubliable.
3 · Outils	Nomme l'outil de design pour qu'il s'active vraiment, et envoie Claude lire votre fiche de marque d'abord.	Les outils restent inutilisés. Vos couleurs deviennent « un beau bleu ».
4 · Contrôles	Demande le panneau de curseurs pour que les changements de style soient un glissement, pas une nouvelle consigne.	Chaque petit changement coûte une minute d'attente et un paragraphe de description.

POURQUOI « TROIS DIRECTIONS, CLAIREMENT DIFFÉRENTES »

Laissé à lui-même, Claude tend à donner trois variantes d'une même idée. Demander des mises en page différentes, et une par référence, force l'écart. Vous choisissez entre des directions sur le canevas, pas entre des polices. Les polices, c'est pour les curseurs.

VOTRE PREMIÈRE HEURE

Trois briefs pour commencer.

Dans l'ordre où la plupart des shops en ont besoin. Chacun est la première partie de la consigne de la page 10; les parties 2 à 4 ne changent pas. Mettez-y les vrais mots de votre entreprise.

A · La publication

```
/design une publication Facebook pour notre page. Carrée, 1080 par 1080. Une phrase devant laquelle un propriétaire s'arrête, notre logo, pas de prix cette fois. Le sujet : on réserve le nettoyage de gouttières d'automne en septembre pour que le calendrier ne soit pas plein en octobre. Trois directions, mises en page clairement différentes, en français.
```

Pourquoi en premier : c'est le plus petit, vous en publiez un par semaine, et la boucle devient rapide là-dessus.

B · Le feuillet une page

```
/design un feuillet une page pour le comptoir et le camion, format lettre, portrait. Ce qu'on fait (quatre services, une ligne chacun), le territoire couvert, le numéro de téléphone en gros, le logo, et une ligne sur l'entreprise familiale depuis 2009. Pensé pour l'impression : pas de fond foncé pleine page. Trois directions.
```

Pourquoi en deuxième : le feuillet qu'on tend, c'est le visuel que la plupart des entreprises ne mettent jamais à jour. Exportez le PDF et apportez-le chez l'imprimeur; demandez une épreuve avant le tirage complet.

C · L'offre d'emploi

```
/design un visuel d'offre d'emploi pour Facebook et Indeed, 1200 par 628, paysage. Poste : couvreur, 3 ans d'expérience, temps plein, Sherbrooke. Dis la fourchette salariale, l'horaire, et qu'on paie la formation en santé-sécurité. Notre logo, nos couleurs, pas de photo de banque d'un inconnu qui sourit. Trois directions.
```

Pourquoi en troisième : l'offre avec la fourchette salariale reçoit des candidatures; celle avec « salaire compétitif » est ignorée. Le visuel, c'est la partie facile; mettez le chiffre.

Après chacun : exportez, puis notez le lien du canevas gagnant dans une note appelée *journal des visuels*, avec la date et l'usage. Le mois prochain, vous voudrez refaire la même publication avec de nouvelles dates, et « mets à jour la publication gouttières de septembre avec les dates d'octobre » est un brief de cinq secondes quand Claude retrouve l'original.

LA PARTIE HONNÊTE

Ce que ça ne fait pas, et les règles.

Ce que ça ne fait pas

- **La production d'imprimerie.** Le PDF est en RVB, des couleurs d'écran. Un imprimeur peut demander du CMJN, des fonds perdus et des traits de coupe. Demandez-lui; la plupart convertissent un PDF propre pour quelques dollars, et exigez toujours une épreuve.
- **Vos photos, à partir de rien.** Il peut mettre en page une photo que vous lui donnez. Il ne peut pas photographier votre équipe. Une photo de cellulaire dans une bonne lumière bat n'importe quelle image générée d'« un couvreur ».
- **L'orthographe que vous n'avez pas vérifiée.** Un texte ébauché par l'IA sur un visuel reste un texte. Lisez chaque mot avant que ça sorte, dans les deux langues. Une coquille sur un feuillet vit un an.
- **Rester pareil.** C'est une version d'essai. Les boutons vont bouger, les options d'export peuvent changer, et une fonction qui marche aujourd'hui peut être renommée le mois prochain. La méthode survit; les captures d'écran, non.

Les règles

RÈGLE	POURQUOI
Aucune donnée de client dans un brief	Un visuel n'a jamais besoin du nom, de l'adresse ou de la facture d'un client. Si un témoignage va sur un feuillet, obtenez une permission écrite d'abord et utilisez les mots approuvés.
Les références inspirent, on ne les copie pas	Le logo, les photos et la mise en page exacte d'une autre entreprise lui appartiennent. Prenez la structure et l'impression. Si quelqu'un pouvait confondre votre feuillet avec le leur, vous êtes allé trop loin.
Votre logo est un fichier, pas une description	Mettez le vrai fichier dans le dossier et dites à Claude de ne jamais le redessiner. Un logo « semblable », c'est un autre logo, et c'est la seule chose sur la page qui doit être exacte.
Des polices que vous avez le droit d'utiliser	Les Google Fonts sont gratuites pour un usage commercial. Une police venue avec un programme payant n'est peut-être pas licenciée pour un feuillet tiré à 500. Dans le doute, nommez une police Google dans votre fiche.
La Charte (loi 96), au Québec	L'affichage public et les publications commerciales ont des règles sur le français. Faites la version française d'abord, et faites-en celle qui est au moins aussi visible. L'anglais ensuite.
Dites que c'est de l'IA quand ça compte	Une mise en page n'a pas besoin d'étiquette. Une image générée d'un « client » ou d'un « chantier », oui; ou mieux, ne l'utilisez pas. La confiance, c'est l'actif; une fausse photo la dépense.

FEUILLE DE TRAVAIL

Votre fiche de marque, sur papier d'abord.

Remplissez ceci à la main, puis tapez-le dans `CLAUDE.md` selon le modèle de la page 6. Vingt minutes. Si une ligne est difficile, c'est celle qui vaut la peine.

L'entreprise, en une phrase (quoi, pour qui, où, depuis quand)

Le client, en une phrase (qui il est, ce qu'il attend de vous)

Couleur principale (code hex)

Police (une seule; une police Google dans le doute)

Couleur d'accent (code hex)

Nom du fichier de logo

Fond (code hex)

Règles du logo (jamais étiré, jamais recoloré, taille minimale)

Comment on parle (trois lignes : langue, ton, une chose qu'on ne dit jamais)

Ce qu'on ne montre jamais (concurrents, gens de banque d'images, prix sans conditions, etc.)

Trois références que j'ai gardées, et ce que j'aime dans chacune

1

2

3

LISTE DE VÉRIFICATION

Avant que ça sorte.

Quatre-vingt-dix secondes, chaque visuel, chaque fois. Imprimez cette page et gardez-la à côté de l'écran.

	VÉRIFICATION	À QUOI RESSEMBLE UN « OUI »
☐	**Chaque mot lu à voix haute**, dans chaque langue	Aucune coquille, aucun accent manquant, le numéro de téléphone composé une fois pour être sûr
☐	**Un seul message**	Un inconnu peut dire de quoi ça parle en cinq mots
☐	**Le logo est le vrai fichier**, pas redessiné, pas étiré	Côte à côte avec l'original, identique
☐	**Les couleurs correspondent à la fiche**	La pipette sur l'export donne vos codes hex
☐	**La bonne taille pour la destination**	1080×1080 ou 1080×1350 pour une publication; 1200×628 pour un lien ou une offre d'emploi; lettre pour l'impression
☐	**Lisible sur un cellulaire**	Envoyé sur votre propre téléphone, le titre se lit sans zoomer
☐	**Le prix a ses conditions**, ou il n'y a pas de prix	« À partir de », « jusqu'au », « taxes en sus » là où ça s'applique
☐	**Rien d'emprunté**	Aucun logo, photo ou mise en page exacte de quelqu'un d'autre; aucun nom de client sans permission
☐	**La version française existe** et est au moins aussi visible (Québec)	Les deux fichiers exportés; le français publié en premier
☐	**Consigné**	Lien du canevas, date et usage dans le journal des visuels, pour que la mise à jour du mois prochain soit un brief de cinq secondes

> CELLE QUI ATTRAPE LE PLUS
>
> Lire à voix haute. Les yeux sautent; la voix, non. La plupart des erreurs qu'on a vues sur des feuillets imprimés auraient été attrapées par la personne qui l'a fait, en le lisant une fois à voix haute avant de l'envoyer.

modus.

D'OÙ ÇA VIENT

Sources, et la suite.

Tout ce que ce guide dit sur le fonctionnement des outils vient de la documentation des fabricants eux-mêmes, lue en septembre 2026 : l'annonce de Claude Design par Anthropic (17 avril 2026); l'article du Centre d'aide Claude « Get started with Claude Design » (mis à jour le 6 août 2026); les pages de documentation Claude Code « Share session output as artifacts », « Get started with the desktop app », « Desktop application », « Discover and install prebuilt plugins » et les notes de la semaine 34 (17 au 21 août 2026), qui ont introduit /design; la description de l'outil frontend-design dans le catalogue officiel d'Anthropic; et impeccable.style pour les étapes d'installation de cet outil. Une version d'essai change; quand une étape ici contredit ce qu'il y a à votre écran, la documentation a raison.

Modus est une firme de conseil en opérations et en IA pour les entreprises de 3 à 30 employés dirigées par leur fondateur, liée à aucune plateforme ni à aucun programme de partenaires. Ce guide est gratuit parce que la méthode n'est pas la partie difficile; la faire chaque semaine, oui, et ça, c'est une autre conversation.

Si vous voulez la suite

- **Guide 01, Choisir son IA sans deviner.** Si vous n'avez pas encore choisi de forfait, ou si vous ne savez pas à qui le compte devrait appartenir.
- **Guide 02, Restez à jour en 5 minutes par semaine.** La veille qui vous dit quand un outil comme celui-ci change, avant que vos concurrents le remarquent.
- **Le parcours IA 100** à modusai.ca/parcours-ia : le dossier d'entreprise que l'IA lit avant de faire quoi que ce soit pour vous, un volet par semaine.

Vous aimez mieux qu'on le fasse ?

Réservez un appel. Balayez le code ou cliquez sur le lien.

modusai.ca/#contact

1 877 654-1877