



UDESIGNRUN

## Démocratiser le marketing et la communication

Pas toujours facile ni même naturel pour un petit entrepreneur de pousser les portes d'une agence de communication. Et parce que le marketing, la communication et le web ne sont pas exclusivement réservés aux grosses entreprises, Udesignrun a vu le jour autour d'une ambition : démocratiser ces disciplines pour permettre aux petites structures d'être à leur tour en capacité de donner de la valeur à leur business.

Fin 2020, fraîchement diplômé de l'ILOI et en dépit de maintes propositions d'embauche, Ulric Trébel se lance dans l'aventure entrepreneuriale. À seulement 23 ans et dans un contexte économique marqué par la Covid, le Réunionnais initie une activité autour de ses spécialités : le graphisme et le webdesign.

Des spécialités loin de résumer l'ampleur de l'activité d'Udesignrun puisque, dans les faits, c'est coiffé de multiples casquettes, que le free-lance relève des missions qui s'étendent de la conception d'identité visuelle jusqu'à la mise en ligne de sites vitrines et de e-commerce.

Passionné de marketing et de communication mais aussi de technologie ou encore d'automobile, Ulric Trébel réalise pas moins d'une à deux heures de veille quotidienne appliquée au secteur de la communication. Activité qui lui permet d'étoffer ses connaissances et savoir-faire, de nourrir sa créativité, et surtout de rester attentif aux nou-

velles tendances parmi lesquelles le marketing relationnel qui s'avère particulièrement efficace pour les chefs de PME, petits artisans ou gérants de commerces.

*"Lorsque l'on est plombier ou producteur de miel, pas facile de pousser les portes d'une agence de communication" explique Ulric Trébel. Et de poursuivre : "C'est d'autant plus vrai pour ceux qui viennent de lancer leur activité et qui ne savent tout simplement pas par où ni par quoi commencer".*

### Partager les bonnes pratiques

Parce qu'il estime que chaque entreprise est confrontée à un impératif de communication, dans l'objectif de développer ses résultats, Ulric Trébel, au-delà de se faire connaître sur les réseaux sociaux, aime également y partager ses connaissances au travers de posts réguliers sur LinkedIn autour de la stratégie, des outils, du design... *"Souvent, pour transmettre le savoir, on utilise des mots compliqués que j'essaie d'em-*

*ployer le moins possible afin de rendre les connaissances accessibles au plus grand nombre. Reprenons l'exemple du plombier. Ce dernier se moque complètement de savoir comment fonctionne Photoshop. Par contre ce qui peut l'intéresser, c'est de savoir dans quelle mesure son logo, sa carte de visite lui permettront d'étendre son audience" explique le communicant qui procède régulièrement à la mise en ligne d'articles parmi lesquels : 4 étapes pour réussir le lancement de son entreprise, 5 leviers de*

**Au-delà de l'objet visuel, le logo est porteur d'un enjeu stratégique. Vecteur de l'image de la société, sa réalisation requiert un accompagnement...**

communication digitale incontournable, 5 astuces pour professionnaliser ses mails...

### Partir sur des bases saines

Cette démarche pédagogique et ludique offre au free-lance un bon taux de conversion. Et si ses nouveaux clients sont pour la plupart déjà en possession d'un logo, *"généralement dessiné par eux-mêmes ou copié à partir de Google image, une refonte complète de l'identité visuelle s'impose souvent"* illustre le communicant à l'origine d'une publication très instructive : 3 raisons pour ne pas copier le logo d'une autre entreprise. *"Au-delà de l'objet visuel, le logo est porteur d'un enjeu stratégique. Vecteur de l'image de la société, sa réalisation requiert un accompagnement qui s'étend de la phase de réflexion (90 % du travail), jusqu'à la livraison du produit final"* rappelle le graphiste, pour qui le montant d'une identité visuelle digne de ce nom est facturé 600€ minimum. *"En dessous, c'est soit copié, soit du travail d'amateur"* estime-t-il.

Désireux de rendre ses prestations accessibles, le professionnel de la communication a conçu une grille tarifaire tenant compte des problématiques marketing et des compétences techniques mobilisées pour y répondre, mais aussi de la taille des entreprises qui font appel à lui.

Du pack débutant comprenant création de logo, carte de visite et habillage pour les réseaux sociaux, à la création de sites avec mise en place d'outils de suivi de performance, référencement et publicité, en passant par la création de divers supports de communication, appuyé sur ses nombreux partenaires, Ulric Trébel s'attache à rendre ses tarifs abordables sans pour autant brader ses prestations. *"Car c'est ça qui est en train de tuer le métier de graphiste"* conclut-il.