

Un graphiste ? Pourquoi faire ?



« *Le cousin de ma voisine a Photoshop, il peut te faire ton logo si tu veux ?* »



Qui répare votre voiture, le boulanger ?

Non. On est bien d'accord.

Alors le « *fait maison* » n'est pas toujours la meilleure solution.

Est-ce un luxe ?

Dans les petites structures on s'imagine que c'est un luxe, on pense probablement aux grandes agences parisiennes, voir à Jacques Séguéla et Cie... C'est bien dommage car votre communication est le reflet de votre entreprise et favorise votre notoriété et votre croissance. Avant tout projet, un graphiste professionnel, vous établirez un devis selon vos besoins.

Entre les agences luxueuses et les plan web low-cost (à fuir), il y a aussi des **graphistes en freelance**, comme moi, qui prennent le temps de comprendre votre univers et adapte la solution à la taille de l'entreprise.

Ainsi vous pourrez avoir un logo, une plaquette, un site, une identité visuelle **efficace et pérenne**, sans vous prendre la tête.



Est-ce cher ?

Le prix semble souvent être un problème. Pourtant, si vous aviez **le choix entre une communication réussie dès le début et un échec en bon et due forme à cause d'une solution approximative** ? On est d'accord, vous préférerez sans doute la première solution. « Ca suffira pour le moment » n'est pas un motif valable pour aller vers des solutions low-cost ou automatisées. Tout comme on imaginerait pas aller en rendez-vous clients avec des vêtements tâchés, une communication au rabais n'est pas envisageable : vous valez mieux que ça. **Faire appel à un professionnel est un investissement à intégrer au budget prévisionnel.**

Vos goûts & ceux de votre cible...

C'est aux clients que vous allez parler avec votre image, et non à vous-même. Bien entendu, il faut qu'elle vous plaise, mais c'est à votre clientèle que votre message s'adresse avant-tout. Le designer graphique est le plus à même de faire cette part des choses et de formuler avec vous un brief créatif cohérent. Faire une création pour qu'elle plaise seulement au client, c'est comme si un cuisinier faisait ses plats pour qu'ils plaisent au serveur.

Un savoir-faire

Car c'est un métier et non le votre. Je ne dis pas que vous avez mauvais goût, mais le designer graphique et autres communicants disposent d'une culture visuelle propre à leurs métiers, qui dépasse le simple agencement des goûts et des couleurs. De plus, comme tout professionnel, ils mènent censément **une veille permanente sur les tendances du moment**. Et puisqu'ils ont du recul sur votre situation, ils sont en mesure de vous proposer **le juste équilibre entre ce dont vous avez envie et ce dont vous avez besoin**.

Un guide qui connaît les règles de mise en forme...

Car ça ne s'invente pas ! Et il existe même un code typographique. « C'est plus une sorte de guide », comme le dirait le second d'un célèbre pirate de film. Il contient toutefois des règles qu'il est capital de connaître. Le designer graphique a donc une connaissance avancée des différentes façons de gérer le gris typographique, qui est l'impression produite sur l'œil par la vision globale du texte. Il a également une bonne connaissance des différents types de grilles de mise en page.

Des fichiers « Pro »

Au cours de mon expérience en imprimerie, on m'a souvent amené des fichiers que les gens avaient fait eux-mêmes. Quand ceux-ci sont créés sous une suite bureautique, traiter ces fichiers en pré-presse pour ensuite les envoyer en impression offset est un véritable casse-tête. Mais **des fichiers amateurs sur des logiciels professionnels sont tout aussi ingérables** (je l'explique plus loin).

Il sait se servir des outils de conception correctement

Un graphiste connaît un minimum les standards du web et/ou du **print**, ce qu'il faut faire ou ne pas faire. Sans parler de ceux qui ont des cursus d'ergonomes, le designer graphique à l'œil pour rendre les choses harmonieuses et cohérentes.

Il connaît les contraintes

techniques

Le professionnel à qui vous ferez appel est tenu de **connaître les différentes contraintes techniques** telles que : le mode colorimétrique, les fonds perdus, les traits de coupes, la résolution d'image, la création d'un PDF normé (bien que beaucoup de designers graphiques ne soit pas au point sur cet élément) et j'en passe. Autant de détails qui feront que vous serez livré d'un travail sans tâche à la sortie, car la marge d'erreur aura été minimisé afin d'obtenir un bon résultat.

L'Oeil entraîné

Il en va de son métier de savoir placer les formes, les couleurs et les éléments de design, de sorte à occuper correctement l'espace et rendre le tout harmonieux et efficace. Car le regard d'un designer graphique s'affine avec l'expérience. **Si vous avez votre point de vue, faites confiance à l'expérience d'une personne dont c'est le métier.** Les choses qui vous seront dites le seront parce qu'elles ont un sens. Certains graphistes feront preuve de pédagogie pour expliquer ce sens, d'autres non, mais c'est un autre problème.

Du sur-mesure

Exit les générateurs de logos préconçus, les sites fait à la chaîne et les professionnels en carton. **Votre prestation est unique, vous êtes unique et votre image doit l'être.** Celle-ci a nécessairement besoin d'être conçue sur-mesure et par un professionnel, quelque soit votre activité et votre budget initial. Dans le cas contraire, vous risquez de vous retrouver avec quelque chose d'approximatif, qui ne parlera pas à vos clients et qui a peut-être même déjà été utilisé pour une autre entreprise.

Nullement un luxe pour votre entreprise, **les graphistes sont à**

voir comme des artisans qui participent activement au développement de votre activité.

bien à vous,

Merci à <https://www.aetherium.fr/pourquoi-faire-appel-a-un-graphiste-independant/>

-> Ma méthode de travail <-

Dans le même esprit : 6 signes qui prouvent que vous avez besoin d'un graphiste.