

Avec 2,3 millions d'utilisateurs, Uplike a imposé son réseau social ambitieux

Lancé en 2012 par Emmanuel Françoise, Uplike se positionne comme le réseau social des inspirations, des passions et des conversations au carrefour d'un Twitter, d'Instagram et de Pinterest. Avec 2,3 millions d'utilisateurs dans près de 100 pays, la startup a réussi un pari un peu fou : celui de se faire une place sur le marché ultra concurrentiel des réseaux sociaux ! Retour avec le CEO fondateur d'Uplike sur le chemin parcouru par l'entreprise en 3 ans...

Souvent, le lancement d'un projet vient d'une frustration ou d'un besoin non satisfait. L'histoire d'Uplike s'est construite justement en répondant à une frustration de son fondateur. En utilisant intensivement des outils de « bookmarking » classiques et les réseaux sociaux, il lui manquait un outil capable de stocker aussi bien des images, vidéos, musiques, sites et articles et encore mieux lui suggérer, les contenus pertinents sauvegardés par ses amis. Au cours de l'année 2012, Emmanuel Françoise se lance donc dans le développement d'une version beta qui lui permettrait de combler ses frustrations. Et c'est ainsi que début 2013 l'application sort en version beta.

Un réseau en perpétuel mouvement

[quote] *»Nous mettons également notre communauté au cœur de toute notre attention. Nous restons particulièrement à l'écoute des utilisateurs à qui nous proposons régulièrement de « voter » sur des nouvelles fonctionnalités. C'est aussi grâce et par eux qu'Uplike évolue !* » indique Emmanuel

Françoise[/quote]

Selon le fondateur de la startup, le point clé du développement et même de la survie des réseaux sociaux provient d'abord de leur capacité à sans cesse proposer de nouvelles fonctionnalités qui répondent aux attentes toujours plus grandes des utilisateurs. Selon l'entreprise, Uplike compterait d'ailleurs, aujourd'hui, près de 60% de ses utilisateurs aux Etats-Unis, là où les temps d'adoption et d'usage des réseaux sociaux sont bien plus avancés qu'en Europe.

Uplike a d'ailleurs été l'un des premiers réseaux sociaux à intégrer la publicité native dans ses contenus. Selon Emmanuel Françoise « *En 2012, les annonceurs ne juraient encore que par des interstitiels plein écran ou de bannières clignotantes que nous refusions tout simplement d'intégrer malgré de beaux revenus potentiels. Nous savons que 2/3 des utilisateurs n'aiment pas la pub classique et que les bannières n'engagent pas. Voilà pourquoi nous n'acceptons que de la publicité native sur Uplike.* »

La communauté Uplike, le trésor de guerre de la startup

[quote] « *Votre produit ne sera jamais terminé, vous devez l'accepter et sortir une première version utilisable dès que possible. Mettez votre communauté et vos clients au centre de toutes vos démarches, ils sont la clé de votre réussite et vous le rendront bien* » explique Emmanuel Françoise[/quote]

Selon le fondateur d'Uplike, l'idée de base n'est que la face visible de l'iceberg lorsqu'on se lance dans l'aventure entrepreneuriale. La clé du succès du réseau social a été de se construire une communauté très rapidement. « *Le premier avis positif 5 étoiles sur l'Appstore en Juillet 2013 a été une impression qui doit être assez proche de celle où votre enfant quitte la maison pour vivre sa propre vie : beaucoup d'inquiétudes mais une certaine fierté d'être arrivé à le rendre autonome.* » explique, avec une pointe d'émotion Emmanuel Françoise.

Avec la volonté de toujours garder une petite équipe en France (9 personnes à l'heure actuelle), Uplike espère conserver les valeurs et motivations fondatrices de l'entreprise. Dans les prochains mois, la Startup devrait ouvrir un bureau au Japon pour s'attaquer au marché ultra porteur asiatique. Rendez-vous donc dans quelques mois, pour un premier point sur leur implantation au pays du soleil levant...