



Atelier – Comment Pitcher ?

Bonjour !

- Quel est votre prénom
- Pourquoi participez-vous à cet atelier aujourd'hui?
- Vous avez 40 secondes 😊



Tour de table

Notre objectif

Vous donner les clés pour
créer votre premier
« elevator pitch »



- Vidéo
- Notez les éléments que vous pensez spécifiques au pitch
- Partagez vos idées

Qu'est-ce qu'un pitch ?





Pitch

Présentation courte d'une idée

Avec ou sans support visuel

Bref mais ~~résumé~~ / ~~exhaustif~~

Inciter à faire

Peu importe le moment ou le lieu

pour donner envie d'aller plus loin...

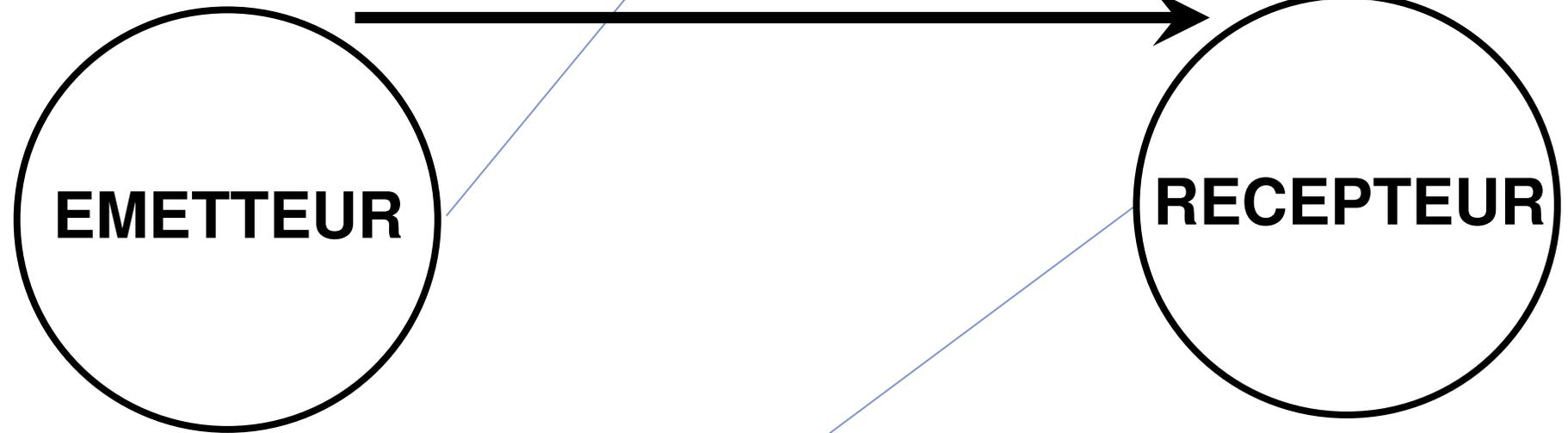


Un atelier en 5 étapes



Identifier

Structurer



Personne qui présente le pitch

En quel nom parlez-vous ?
Quelle est votre position par rapport à vos interlocuteurs ?
Que représentez-vous à leurs yeux ?

Personne(s) à qui est destiné le pitch

À qui vous adressez-vous ?
Quelle est leur position par rapport à vous ?
Que représentent-ils ?
Quelles sont vos idées convergentes/divergentes ?
Quels sont leurs besoins ?

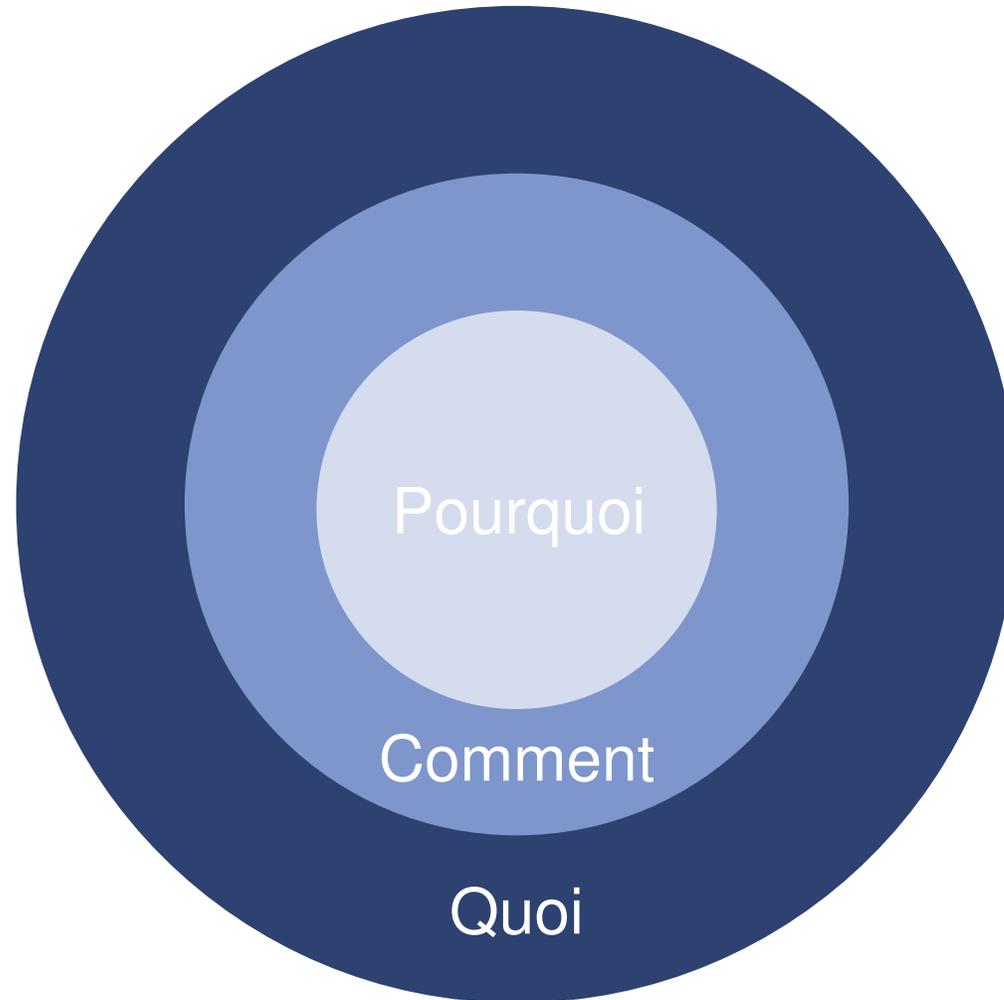


Les théories des besoins - Le cercle d'or



Identifier

Structurer



Le bon plan (en 6 points)

ACCROCHE

PROBLEMATIQUE

SOLUTIONS EXISTANTES

VOTRE SOLUTION

DIFFERENCES ET AVANTAGES

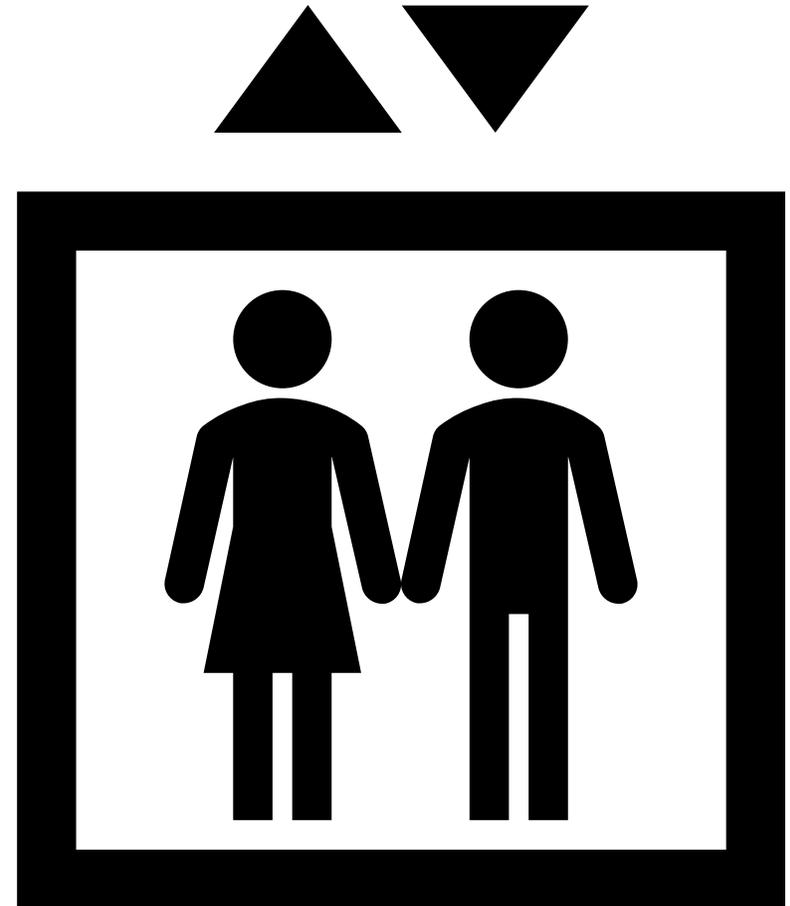
APPEL A L'ACTION

Identifier

Structurer



Elevator pitch



Elevator pitch

-

définition

- Le temps d'un trajet
- 7 éléments-clés (structure+posture)
- 30 - 180 secondes
- 250 mots max
 - ▶ très très court
 - ▶ une accroche/ une étape pour aller plus loin ensuite



A vous !

Préparez votre propre pitch !



Accroche



Le bon plan (en 6 points)

Accroche

1. ACCROCHE

Comment attirer leur attention ?

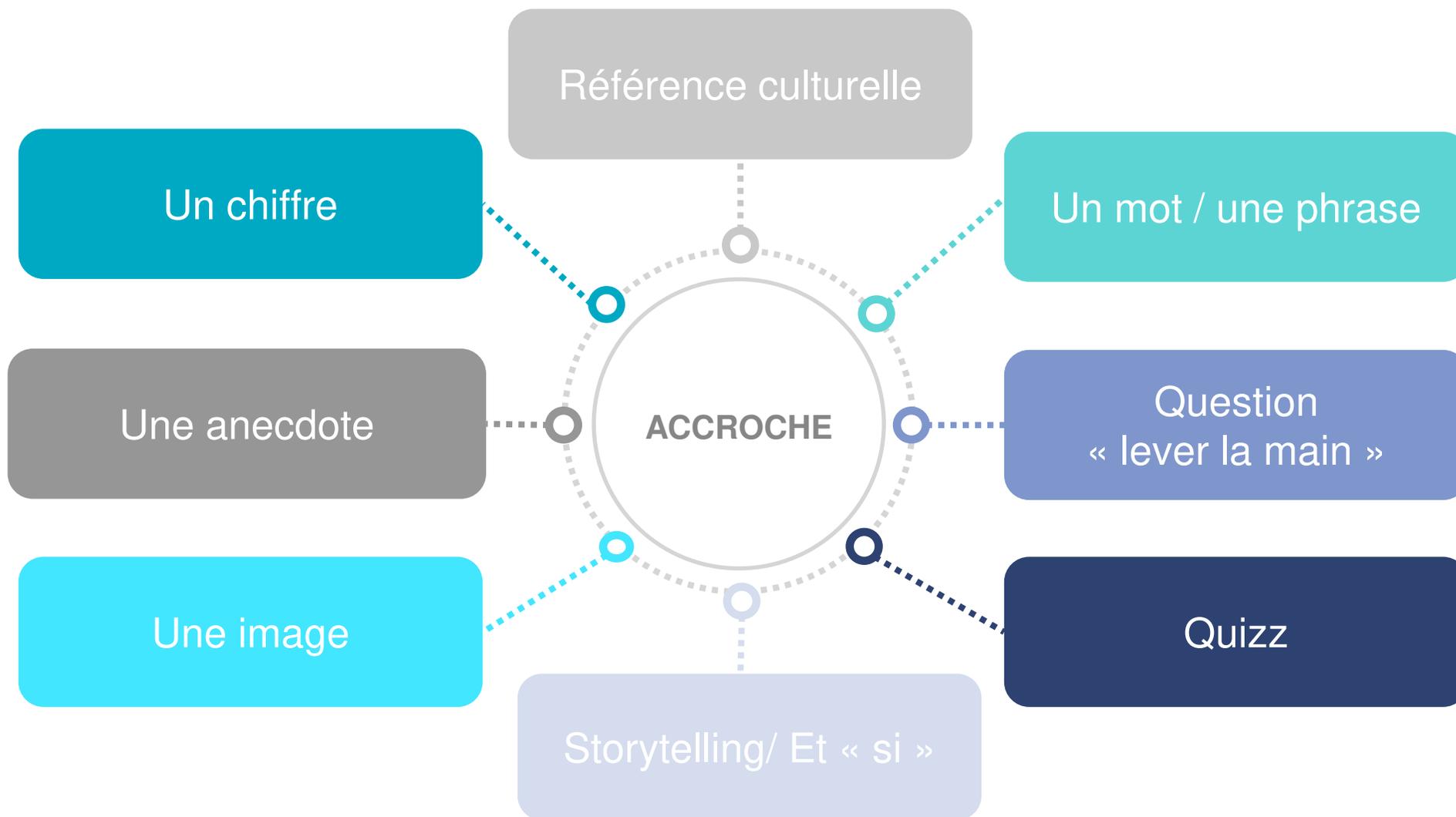
Choquer ?

Rappeler une anecdote commune ?

Poser une question ?



Quelques possibilités



Accroche

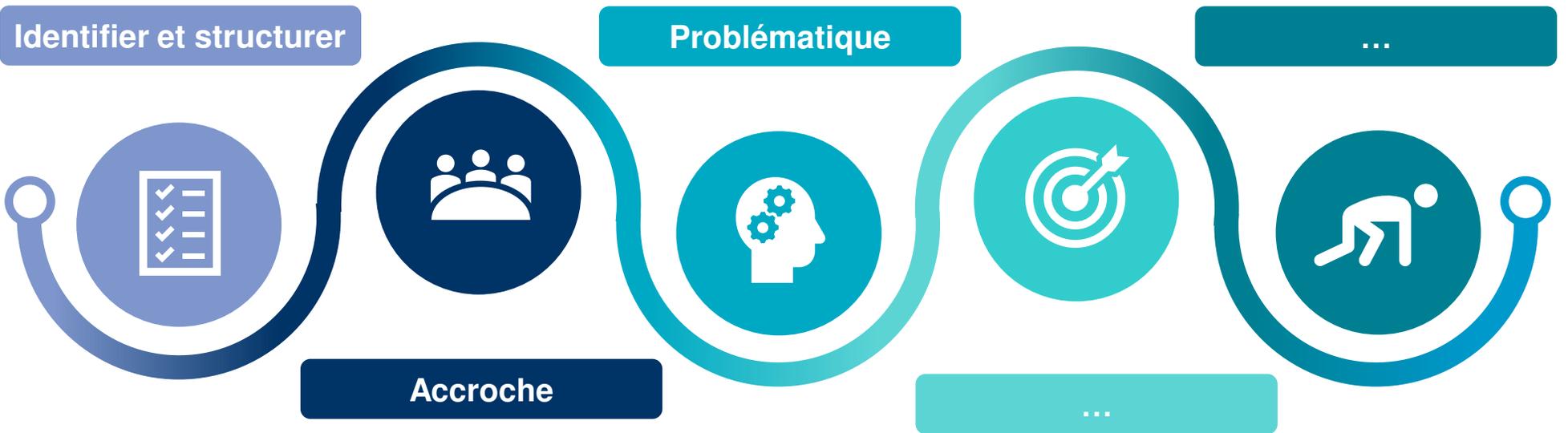


A vous !

Préparez votre propre pitch !



Problématique



Le bon plan (en 6 points)

Problématique

2. PROBLEMATIQUE

À quel besoin votre projet répond-il ?

Qu'est-ce qui est important pour votre public ?

Quelles valeurs sont en jeu ?

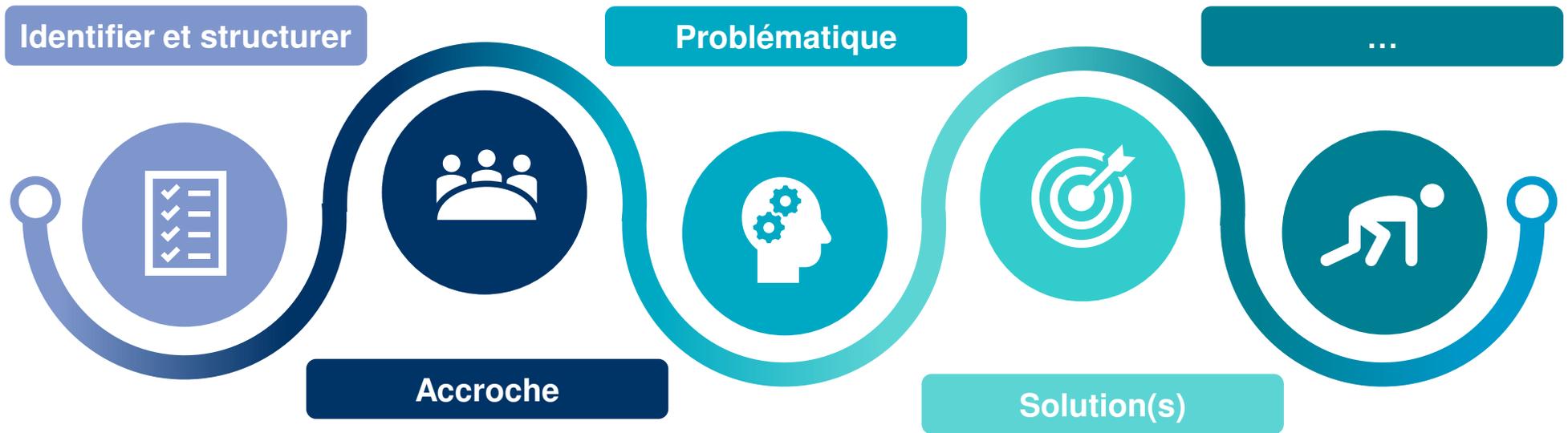


A vous !

Préparez votre propre pitch !



Solution



Le bon plan (en 6 points)

3. SOLUTIONS EXISTANTES

Qu'est-ce qui a déjà été
entrepris (ou pas) et quelles en
sont les limites ?

4. VOTRE SOLUTION

Que proposez-vous ?
En quelques mots seulement !
(Commencez par un nom
commun ou un verbe à l'infinitif,
la suite devrait sortir toute seule)

Solution.s

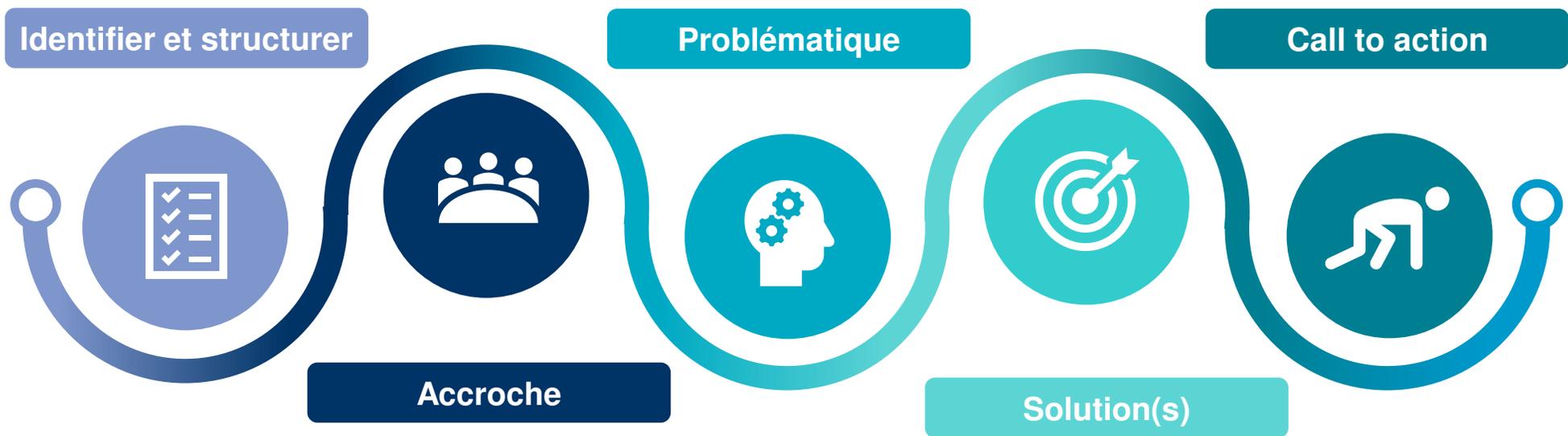


A vous !

Préparez votre propre pitch !



Call to action



Le bon plan (en 6 points)

Call to action

5. APPEL A L'ACTION

Quelle suite envisager à ce moment ?
Que demandez-vous à votre auditoire ?
En quoi ont-ils la possibilité de faire
bouger les choses ?



La chute d'un pitch,
ce n'est pas ...

- Une surprise
- Ben, voilà !
- Le moment de chercher ses mots



La chute d'un pitch,
c'est ...

- La fin !
- Dernière note du concert
- Laisser une impression
- Préparé



A vous !

Préparez votre propre pitch !



Le bon plan (en 6 points)

ACCROCHE

Comment attirer leur attention ?
Choquer ?
Rappeler une anecdote commune ?
Poser une question ?

PROBLEMATIQUE

À quel besoin votre projet répond-il ?
Qu'est-ce qui est important pour votre public ?
Quelles valeurs sont en jeu ?

SOLUTIONS EXISTANTES

Qu'est-ce qui a déjà été entrepris (ou pas) et quelles en sont les limites ?

VOTRE SOLUTION

Que proposez-vous ? En quelques mots seulement !
(commencez par un nom commun ou un verbe à l'infinitif, la suite devrait sortir toute seule)

DIFFERENCES ET AVANTAGES

Qu'est-ce qui vous différencie des autres ?
En quoi votre idée est-elle géniale ou va-t-elle rendre la vie meilleure ?

APPEL A L'ACTION

Quelle suite envisager ? Que demandez-vous à votre auditoire ? En quoi ont-ils la possibilité de faire bouger les choses ?

Synthèse



Quelques bonnes pratiques

SOYEZ HONNÊTE

SOYEZ BREF

CHUTE

CRÉEZ LE DÉsir

INCITEZ À L'ACTION

Chute



Une bonne chute comprend 2 parties

1. Une phrase-clé



- = résumer en une phrase l'idée forte de votre projet
- = rappeler ce que ça va apporter comme bénéfice
- = facile à retenir et à transmettre

2. Un call to action

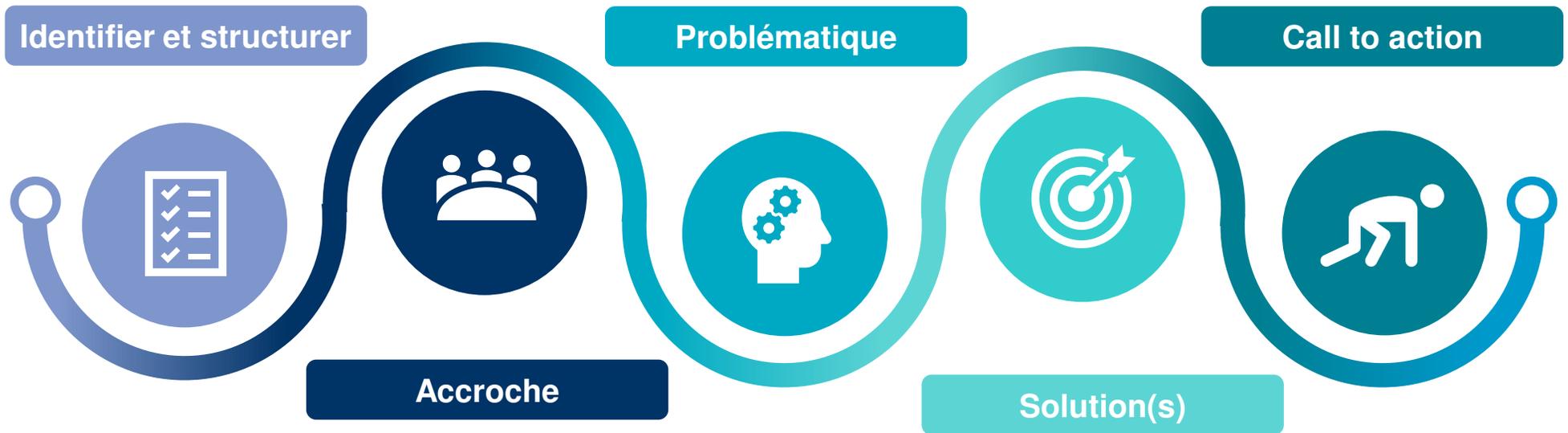


- = quelle est l'étape suivante?
- = qu'est-ce que vous attendez ?

Chute



Un atelier en 5 étapes



A vous !

Préparez votre propre pitch !



Présentez votre pitch!

Et recevez du feedback



INSPIRALIA 2024

ATELIER : LE PITCH

Fiches pratiques et exercices

Fiche pratique n°1**Qu'est-ce qu'un pitch ?**

Le pitch est une forme de communication courte qui découle d'une évolution de nos modes de travail et des présentations de projet.

Evolution

Les cultures de travail évoluent et l'immédiateté du numérique influe sur le rythme de la gestion de projets notamment. Les grandes assemblées, les discours, les comités, les prises de parole interminables tendent à être remplacés par des rencontres plus courtes et moins formelles. Pour développer vite, il faut obtenir une approbation rapidement : des rencontres non programmées, des discussions entre deux portes.

Nous entrons dans l'ère de l'agilité où les compétences douces, soft skills sont les clés du succès : avoir une communication performante quel que soit le lieu ou le moment, être capable d'expliquer simplement une idée ou un projet complexe sont des compétences recherchées par les employeurs.

Donner envie

Le pitch permet donc de répondre à la question « c'est quoi l'idée ? » peu importe le moment ou le lieu. Cela sous-entend que la communication doit être livrée dans un format court. Il existe différentes formes de pitch, différents timings qui vous seront proposés au cours de la formation.

L'idée, le projet, est donc synthétisée sans être résumée. Il ne s'agit pas d'être exhaustif, mais de donner l'envie d'en savoir plus, donner l'envie d'être écouté lors d'un entretien plus long.

Pitch vient du baseball : le « pitcher » lance un regard au « catcher » et lance la balle. En entreprise, on lance l'idée mais il faut tenir compte de la personne qui la rattrapera : adapter et rendre accessible à tous.

Cela veut dire que le pitch doit être réfléchi, travaillé, répété.

C'est dans le monde du cinéma que le pitch a pris son essor : il fallait pouvoir vendre une idée de film à tout moment et rapidement aux producteurs hollywoodiens.



Fiche pratique n°4

Structurer son pitch

Accroche	Premier objectif : accrocher votre public. Qu'avez-vous en commun ? Comment attirer leur attention ? Choquer ? Rappeler une anecdote commune ? Créer un climat ? Poser une question rhétorique ?
Problématique, besoin non satisfait	À quel besoin ou quelle problématique votre projet répond-il ? Qu'est-ce qui est important pour votre public et quelles difficultés cela engendre ? Quelles valeurs sont en jeu ?
Solutions existantes	Petit coup d'œil dans le rétro : Qu'est-ce qui a déjà été entrepris et quelles en sont les limites ? Peut-être que rien n'a encore été proposé...
Votre solution	En quelques mots seulement que proposez-vous ? Commencez par un nom commun ou un verbe à l'infinifitif, la suite devrait sortir toute seule.
Avantages et éléments différenciateurs	Retour sur la problématique : Qu'est-ce qui vous différencie des autres ? En quoi votre idée est-elle géniale ? En quoi va-t-elle rendre la vie meilleure ?
Appel à l'action	Quelle suite envisager à ce moment ? Que demandez-vous à votre auditoire ? En quoi ont-ils la possibilité de faire bouger les lignes ?

Fiche pratique n°5
Travailler sa posture

Le message passé aura plus d'impact si tout votre corps, votre voix, votre visage exprime la même chose. L'enseignement que vous pouvez en tirer ici - pour vos futures communications - est de vivre votre message. Il est donc nécessaire d'être congruent, c'est-à-dire être cohérence en liant l'attitude et le message.

La congruence s'appuie sur plusieurs éléments :

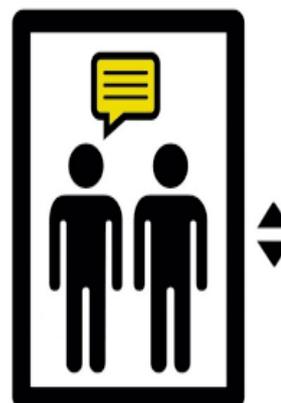
Gestes	La gestuelle viendra appuyer votre message	Il faudra veiller ici à supprimer les gestes parasites (témoins de stress/malaise) afin de ne garder que les gestes en lien avec le message délivré.
Débit	Ni trop rapide, ni trop lent !	Un excès d'enthousiasme ou de stress peut conduire à un débit inapproprié qui rend le message difficilement audible, compréhensif. Un débit adapté laisse le temps à l'auditoire d'intégrer l'information.
Verticalité Posture Espace	Ne laissez pas votre gêne ou votre stress vous envahir	Pour vous aider, avant de prendre la parole, il existe un exercice très simple qui consiste à adopter la posture du super héros préalablement à votre prise de parole (et ce durant 2 min) : Debout Pieds légèrement ouverts vers l'extérieur Poings posés sur la taille Dos étiré, bien droit Tête haute Menton légèrement relevé Regard qui porte loin
Regard	Un regard droit et non fuyant	Balayer l'assemblée du regard afin que chacun se sente concerné.
Ton	Adaptez le ton à la situation	Être focus, concentré et s'autoriser à laisser son corps s'exprimer conduira inévitablement à un ton adapté.

Fiche pratique n°2

Réaliser un elevator pitch

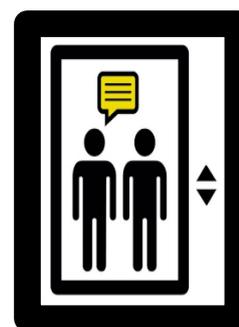
Les éléments-clés du pitch de 90''

1. **Créer du lien** : permettez à votre interlocuteur de vous découvrir, créez de la sympathie.
2. **L'obstacle** : racontez le problème, mettez-le en scène
3. **La vision** : faites rêver, voyager, idéalisiez.
4. **Vos solutions** : développez précisément votre approche, votre originalité.
5. **Comment y arriver** : rendez le projet réel, faisable, proche, tangible
6. **Call to action** : dites ce que vous attendez de l'interlocuteur, quand, comment, de sorte qu'il n'ait pas de doute.
7. **Hameçon** : faites une synthèse des avantages de vos solutions, dites comment elles rendent le rêve possible.



Un exemple concret

1. Bonjour, Je suis le fondateur de BBSitters.be. C'est une asbl qui se donne pour mission de mettre en relation l'offre et la demande : des parents qui ont besoin ou simplement envie de souffler et des baby-sitters qualifiées et disponibles.
2. Avec ma femme, ça nous est arrivé de nous sentir fatigué. On aime nos enfants, mais à un moment donné, on a juste envie de les envoyer sur une autre planète. On ne peut pas toujours compter sur les parents ou les amis, ça dépanne. Et puis, les solliciter à la dernière minute, c'est délicat. On a peur de déranger. Du coup, on prend sur soi.
3. Imaginez : c'est la fin de la journée de boulot, coup de téléphone d'un ami... On n'irait pas au cinéma ce soir, le dernier Rocky est sorti, ou il a des places pour le concert de Louise Attaque. Pouvoir dire « oui » en ayant la certitude que les enfants seront en sécurité, bien au chaud. Sortir ne serait plus un problème.
4. BBSitters.be. C'est une asbl qui se donne pour mission de mettre en relation d'un côté des parents qui, à l'improviste, ont besoin d'une aide rapide, et de l'autre des baby-sitters sérieuses.



5. Concrètement, nous avons développé une application. Deux entrées possibles : parent ou baby-sitter. Chacun complète sa fiche d'inscription et ensuite, c'est parti : on matche disponibilités et besoins. Toutes nos baby-sitters ont suivi une formation à l'éducation de la petite enfance, elles sont autonomes dans leurs déplacements et disponibles. Il y a des références pour Bruxelles et chaque ville de Wallonie. Et en plus, chacun peut laisser un avis sur son expérience.
6. Rendez-nous visite sur notre site babysitter.be et lisez les commentaires de nos utilisateurs. Quand vous serez convaincus, inscrivez-vous.



7. Vous verrez que c'est très simple d'utilisation. Pas besoin de réserver des mois à l'avance. Vous aurez immédiatement toutes les facilités promises : vous serez de nouveau en forme et disponibles pour vos enfants et pour vous. Et toute votre famille y gagnera en simplicité.
8. Et fini la culpabilité.

Fiche pratique n°3

Conclure dans les règles

La chute d'un pitch c'est...

La fin de votre pitch !

C'est comme la dernière note d'un concert, c'est l'impression sur laquelle votre interlocuteur va rester. Alors autant que cette impression soit bonne.

Il est donc important de bien préparer cette chute.

En effet, rien de pire que d'être surpris par la fin de son pitch et de conclure par un « donc voilà » ou de chercher ses mots ou par un hésitant « vous avez des questions ? »

Quelques bonnes pratiques

Soyez honnête

Conclure ce n'est pas mentir, ni faire de promesses que l'on ne pourra pas tenir mais donner une image idéale et réaliste sans pour autant être une image exacte ou un compte- rendu détaillé.

Soyez bref

Conclure c'est garder du temps pour rassembler ses idées ou synthétiser rapidement voire provoquer un regain d'attention et non donner un argument supplémentaire ou parler trop longuement.

Incitez à l'action

Conclure c'est indiquer et expliquer ce que l'on attend de l'interlocuteur (call to action) en lui donnant les raisons et les bienfaits d'agir

Ne pas demander d'action est une erreur et « Est-ce que vous avez des questions » n'est pas un call to action !

Créez le désir

Conclure c'est créer du désir, induire un « Oui, j'ai envie ! » en répondant à la question « Qu'est-ce que j'y gagne ? »

C'est « to be continued » et non « the end »

Une bonne chute comprend 2 parties

Une phrase-clé

- = résumer en une phrase l'idée forte de votre projet
- = rappeler ce que ça va apporter comme bénéfice
- = facile à retenir et à transmettre

Un call to action

- = quelle est l'étape suivante ?
- = qu'est-ce que vous attendez ?



Fiche pratique n°6
Grille de progression

Critères	Indicateurs	Commentaire
Prise de contact	Le pitcheur se présente	
	Il s'inquiète des participants	
	Il crée un lien, une sympathie	
Contenu	Est maîtrisé	
	Est structuré	
	Est adapté au public	
Discours	Est adapté au(x) participant(s)	
	Est varié et rythmé	
	Est progressif	
	Est contenu dans le temps	
	Est original (inédit)	
Obstacle	Le pitcheur décrit le problème	
	Il le contextualise, le met en scène	
	Il le « dramatise »	
Vision	Le pitcheur projette, fait rêver	
Solution	Est exprimée, décrite avec précision	
	Semble accessible, facile et réaliste	
	Est décrite comme unique, originale	
Projet	Semble accessible, facile et réaliste	
	Est sous contrôle du pitcheur	
« call to action »	Est énoncé clairement	
	Est contextualisé dans le temps	
	Est vérifiable	
Paramètres non verbaux	La distance spatiale est appropriée	
	Le contact visuel est permanent	

	L'expression du visage montre l'ouverture	
Paramètres non verbaux	Le pitcheur développe l'envie d'en savoir plus	
	La voix est claire et précise	