



# « COMMENT PITCHER ET CRÉER UN EFFET WAOUW »

---



**Un porteur de projet ou un entrepreneur devra présenter son concept en moyenne deux fois par jour auprès d'une multitude de contacts : à un client au téléphone, entre deux portes à un partenaire, en (visio)conférence à des pairs, devant son banquier, sur des salons (virtuels) mais aussi, lors de concours de « pitch ».**

**Voici une fiche-pratique avec toutes les informations-clés pour vous préparer à cet exercice de présentation courte (pitch).**

## PITCHER EST UNE DES COMPÉTENCES CLÉS À DÉVELOPPER POUR UN PORTEUR DE PROJET, ENTREPRENEUR OU INNOVATEUR.

### L'art de pitcher : la nécessité de l'entraînement

L'art de pitcher est un exercice qui s'apprend par la pratique. Tous les entrepreneurs vous le diront, plus vous pratiquez votre pitch, plus la qualité de celui-ci sera bonne.

Bien que chaque pitch soit unique, on peut les regrouper en différentes familles : Mirror Pitch, Elevator Pitch, Sales Pitch, Conference Pitch, Networking Pitch, Peers Pitch, Family Pitch, Startup Competition Pitch... Nous nous focalisons ici sur le Startup Competition Pitch, soit celui destiné à être livré à un jury d'évaluation, dans le cadre d'une compétition de pitches.

### Adapter continuellement le contenu et le message

Le jury évaluera chaque pitch sur les mêmes critères, dans un processus défini à l'avance. N'hésitez pas à vous renseigner sur le processus d'évaluation, comme :

- **les critères** : l'impact de la solution sur le secteur, l'innovation, la qualité de la présentation, etc.
- **Le profil des jurés** : des investisseurs, des acheteurs, des partenaires techniques, etc.

Votre pitch intègrera ces éléments et vos chances de convaincre seront supérieures.

Outre la cible à laquelle vous vous adressez, votre présentation sera adaptée également au fur-et-à-mesure de l'évolution de votre projet dans le temps.

## Le contenu d'un bon pitch

### 1. Le problème ou la situation actuelle

Une description simple avec l'importance du problème. En générant des émotions auprès du jury à ce stade, vous provoquerez inmanquablement chez eux une volonté d'entendre la solution.

### 2. La solution ou la situation désirée

Une démonstration de l'usage de la solution, avec un prototype et un contexte d'utilisation claire. L'expérience client est plus importante que le fonctionnement technique. En générant un sentiment de soulagement auprès du juré, vous provoquez de la motivation et de l'engagement auprès du jury.

### 3. La validation de votre discours

Une citation de quelques faits, validations et apprentissages de vos expériences. En citant les résultats d'un projet concret, vous développez la crédibilité et la légitimité de votre discours pour donner confiance aux jurés.

### 4. La compétition et les alternatives

Prouvez que vous avez fait vos devoirs et vous connaissez bien votre marché. Montrez qu'il y a des alternatives, et que votre proposition est innovante dans un marché existant.

### 5. Le Business Model

Expliquez comment vous comptez développer un projet pérenne dans le temps. Le Business Model permet de comprendre rapidement les flux d'argent. En montrant le modèle simplifié avec quelques chiffres clés, vous donnez l'impression au jury que le projet est faisable.

### 6. Le succès du projet

La proposition de valeur est attrayante, montrez la traction actuelle ou l'intérêt du marché. En montrant des signes très positifs du marché, vous encouragez le juré à confirmer un fait : votre projet est brillant.

### 7. La stratégie Go-To-Market

Vous indiquez comment vous allez atteindre vos clients, avec quels canaux et dans quelle fenêtre de temps.

### 8. Les étapes suivantes

En racontant les étapes prévues, vous projetez le jury dans le futur avec vous dans votre histoire à succès.

### 9. L'équipe

Votre projet est une aventure humaine, parsemée de rencontres et de synergies. Montrez que vous vous entourez de compétences multidisciplinaires.

### 10. Le Call To Action

La fin du pitch est opportunité à inviter à la collaboration, à la prise de contact ou à faire une demande.



**Si vous utilisez des slides, n'oubliez pas le Slide Zéro et le Slide final pour gagner l'attention des jurés avant et après le chrono avec votre site web et votre logo: c'est du temps marketing!**



POUR GÉNÉRER UN EFFET WAOUW, LE PITCH DOIT BRILLER DANS LE FOND, DANS LA FORME ET DANS SON EXÉCUTION. EN RACONTANT UNE HISTOIRE, VOUS RENDEZ LE PITCH HUMAIN, AUTHENTIQUE, ATTACHANT ET PERCUTANT.

## La version courte pour un pitch de 90 secondes

1. Intro
2. Problème
3. Solution
4. Raisons du succès
5. Caractère innovant
6. Call to Action
7. Outro

## Optimiser le non-verbal et la posture

Les 5 conseils les plus répétés sont:

1. **Gardez un langage non-verbal ouvert**
2. **Avancez lorsque vous parlez positivement**
3. **Faites des gestes fonctionnels avec vos mains**
4. **Une phrase plus lente semble plus importante**
5. **Utilisez des pauses pour souligner les passages importants.**

Face caméra ou face à votre audience,

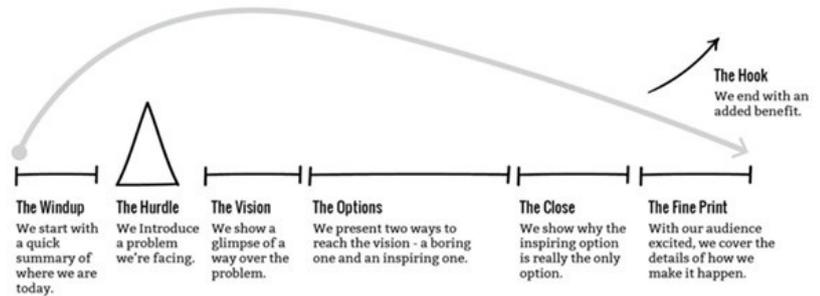
- **Restez debout (si possible)**
- **Tenez-vous droit.e, pieds bien ancrés et sans tanguer**
- **Souriez**
- **Articulez**
- **Évitez les « heu... »**
- **Regardez au loin (caméra) ou (audience), plusieurs personnes dans les yeux comme si vous vous adressiez personnellement à elles.**

## Le Storytelling

### L'histoire racontée

La clé réside dans l'utilisation des émotions pour influencer et convaincre. Le voyage des jurés dans l'histoire racontée se conçoit comme un parcours avec des étapes. Comme les autres types de discours, les étapes du pitch se représentent facilement, avec les émotions associées.

### The Pitch



### Les émotions recherchées

Une bonne histoire est celle qui génère les bonnes émotions aux bons moments. Des chercheurs ont étudié les discours de pitchers reconnus comme Steve Jobs et ont identifié les leviers clés. D'après David JP Phillips, les 3 leviers d'un bon pitch sont :

1. **Le suspense** pour développer l'attention, la motivation et la mémoire des jurés,
2. **L'empathie** pour développer la confiance, le lien avec le pitcher et la générosité,
3. **Le rire** pour développer le focus, la créativité et la détente.

De plus, la variation dans l'utilisation de ces leviers à plusieurs moments, provoque un « cocktail parfait » qui suscite l'engagement auprès du public.



## Vous pitchez dans un environnement international ? Intégrez les codes et différences culturelles

De nombreuses différences existent entre les habitudes de pitch américain ou européen. Michel Duchateau (Chief Innovation Officer & Partners chez Convidencia), nous livre ses observations personnelles, avec un regard belge :

### US

- Utilisez des phrases courtes, et un vocabulaire simple
- Usez des superlatifs, avec des mots comme "amazing, fantastic, best", exagérez votre enthousiasme, voire même "émerveillez-vous de votre propre produit". Le pitcheur doit sembler ultra-convaincu
- Concret et direct dans les 10sec
- Parler "du" projet, avant la personne. Par exemple, terminer avec "Mon nom est Luc et je vous ai présenté XFiles"
- Vous mentionnez l'équipe comme "The best team" en 4sec.

### BE FR

- Gardez une forme de modestie, d'objectivité.
- Le pitcheur Luc présente 1 projet parmi d'autres (pas « le » projet)
- Vous expliquez qui compose l'équipe, avec des compétences, des expertises, des titres. (Pas plus de 15s)
- *FR*: une pointe d'ironie voire de sarcasme est admise.

## Se préparer à donner un bon pitch

### Pitch à distance : Image & son

La qualité du pitch à distance dépend aussi de la préparation audio-visuelle. De simples astuces peuvent aider à professionnaliser votre présentation digitale. Voici une liste des conseils concrets:

- **Tenue**: éviter les vêtements quadrillés, jaunes ou de la même couleur que le décor et se coiffer.
- **Cadrage** : tête ou buste, face caméra, au-dessus des yeux, laisser de l'espace derrière soi.
- **Lumière** : naturelle, face à vous, sans contre-jour.
- **Son** : tester le volume et éviter les bruits (enfants, chien, machine à café,...).
- **Décor** : pertinent par rapport au contenu du pitch.

### Echauffement et derniers détails techniques avant de pitcher

- H - 30 min 
  - S'assurer que son entourage est au courant
  - Faire sortir le chien/le chat/les enfants
  - Éteindre les notifications, téléphone en silencieux
  - Mettre un mot sur la porte
  - Brancher le PC sur secteur
- H - 5 min 
  - Échauffements
  - S'étirer, s'échauffer la voix
  - Lever les bras de Victoire, crier
  - Sourire

Synthèse rédigée suite au webinaire "l'art du pitch Waouw" de Mars 2021.  
Contenu édité en collaboration avec Michel Duchateau, Chief Innovation Officer & Partners de Convidencia.

**Vous souhaitez en savoir plus sur l'art du pitch ou être accompagné dans vos démarches entrepreneuriales ?**

**Contactez l'équipe du BEP  
Sophie Schmitz & Charlotte Bouillet  
support@veco@bep.be**

