

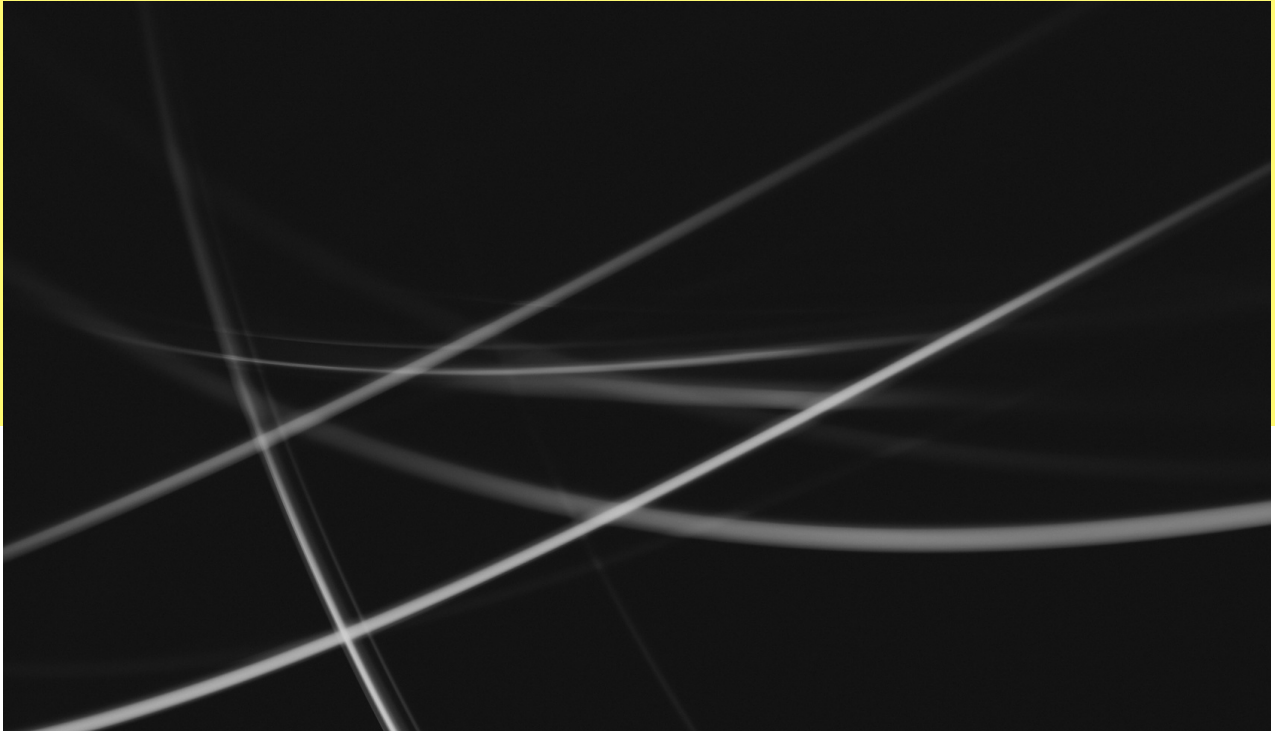
INCUBATOR studio

Activateur de Croissance

CONSTRUIRE UN PITCH QUI [SE DÉ] MARQUE

EN 4 ÉTAPES

*Pitch réussi,
prospects conquis !*



Une fois que votre entreprise est composée d'un système, de processus, d'offres pour vos clients idéaux, d'un positionnement clair, des messages impactants, d'une identité de marque époustouflante, d'un site web épatant & peut-être même d'une équipe formidable... il se peut que vous vous retrouviez dans la situation frustrante où vous ne vendez pas assez, ou vous ne pouvez pas facturer les bons prix pour vos produits ou services. Vous ne gagnez pas bien votre vie & ne pouvez pas financer le développement de votre entreprise.

À ce moment précis, vous vous adressez à Incubator Studio afin d'activer les leviers pour monétiser votre potentiel commercial.

**Vous avez le meilleur produit,
mais vous ne pouvez pas [le] vendre
- & vous n'êtes pas le seul.**

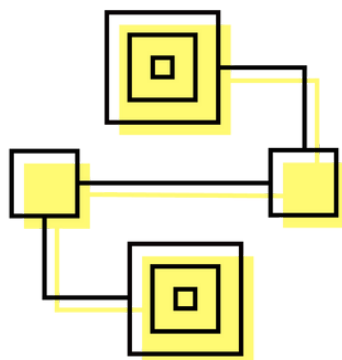
Nous ne répéterons jamais assez que, malgré le fait d'avoir le meilleur produit ou service, si vous ne maîtrisez pas l'art de la vente, vous n'avez pas d'entreprise. Pourquoi ? Parce que si vous ne pouvez pas vendre, vous ne pouvez pas avoir de revenus ! Si vous ne pouvez pas vous assurer des revenus satisfaisants, vous ne pouvez pas soutenir la croissance de votre entreprise. C'est aussi simple que cela.

Nous vous encourageons donc vivement à utiliser la méthodologie d'Incubator Studio, qui commence par la maîtrise de l'art du pitch. :

IMPRESSIONNER | SOLUTIONNER | SIGNER

Dans les pages qui suivent, vous allez comprendre clairement ce qu'est un pitch, comment construire le script de votre(vos) pitch(es) & comment en maîtriser la présentation.

Faites confiance au processus & suivez-le. Ce livre n'est pas fait pour RÉFLÉCHIR, mais pour AGIR...



SOMMAIRE

[5-9]

PARTIE 1

QU'EST-CE QU'UN PITCH ?

UN RACCOURCI STRATÉGIQUE...

... AVEC DES OBJECTIFS PRÉCIS & STRUCTURÉS...

... QUI RÉPOND À 3 QUESTIONS CLÉS

[10-19]

PARTIE 2

COMMENT CONSTRUIRE UN PITCH QUI FONCTIONNE ?

ÉTAPE 1 - RASSEMBLEZ LES BONS INGRÉDIENTS

ÉTAPE 2 - SÉLECTIONNEZ LA CRÈME DE LA CRÈME

ÉTAPE 3 - PRÉPAREZ LE MÉLANGE

LE PLUS SAVOUREUX

ÉTAPE 4 - INVENTEZ UNE RECETTE ALTERNATIVE

[20-24]

PARTIE 3

COMMENT CONVAINCRE GRÂCE À VOTRE PITCH ?

FAITES VIBRER VOTRE INTERLOCUTEUR EN
TRANSMETTANT VOS ÉMOTIONS

UTILISEZ UN LANGAGE CORPOREL AJUSTÉ

ENTRAÎNEZ-VOUS AU QUOTIDIEN

[25]

CONCLUSION

PARTIE 1

QU'EST-CE
QU'UN
PITCH ?

UN RACCOURCI STRATÉGIQUE...

Un pitch est un raccourci pour faire comprendre à vos interlocuteurs ce qui vous occupe professionnellement & comment vous pourriez leur être utile, à eux, à leur entreprise ou à leur réseau. Deux formats de pitch remplissent généralement les objectifs principaux :

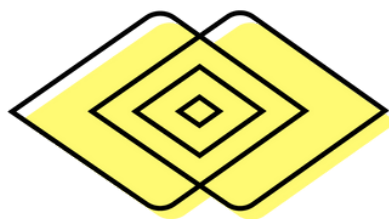
Un pitch court de réseautage.

- Un message simple que vous partagez avec n'importe quel non-spécialiste dans votre vie quotidienne.
- 20 à 30 secondes ; 4 phrases ; entre 140 & 150 mots.

Un pitch commercial.

- Un message plus élaboré que vous partagez avec des spécialistes, des investisseurs, des experts de votre industrie, des personnes à même de comprendre de quoi il s'agit...
- 1 à 3 minutes ; 9 à 27 phrases ; entre 150 & 390 mots.

Dans ce livre, nous nous concentrerons sur le pitch de réseautage, également appelé *elevator pitch*.



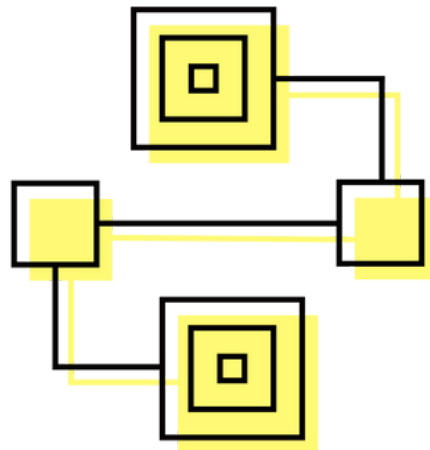
...AVEC DES OBJECTIFS PRÉCIS & STRUCTURÉS

Il est fortement recommandé de toujours s'en tenir à la même structure afin d'être concis, précis & efficace.

Vous ne voulez pas vous perdre en explications, perdre le fil de votre pensée ou perdre l'attention de votre interlocuteur, alors simplifiez-vous la tâche ! Simplifiez votre discours, en vous en tenant uniquement à ces éléments :

- 1. Une phrase introductive**
- 2. 3 messages clés**
- 3. Un appel à l'action**

Le contenu doit être simple & la progression logique, afin de permettre une présentation claire. Vous n'avez qu'une seule chance de faire une bonne première impression...



... QUI RÉPOND À 3 QUESTIONS CLÉS

À qui vous adressez-vous ?

Le contenu de votre pitch doit être adapté à votre public. Chaque fois que vous faites un pitch, identifiez QUI sont vos interlocuteurs principaux & qui sont les prospects potentiels qui gravitent autour d'eux : utilisateur final, responsable achat, investisseur, journaliste, partenaire, revendeur, influenceur...

Assurez-vous de comprendre leurs défis, difficultés, motivations, aspirations, problèmes & besoins. Il en va de même lorsque vous vous adressez à une personne individuellement.

Pourquoi pitcherez-vous ?

Vous pitcherez avec l'intention de déclencher une action. Déterminez très concrètement POURQUOI vous faites ce pitch-là : que voulez-vous en tirer ?
Exemple : obtenir des informations de contact, donner une carte de visite, prendre un rendez-vous, générer une visite sur votre site web, être présenté à une personne spécifique, être invité à un événement, être considéré comme intervenant lors d'une conférence, planifier une démo, etc.

Exprimez clairement ce que vous attendez de votre interlocuteur car votre but est bien de faire passer quelqu'un à l'action.

Quel est le message que vous transmettez ?

Le QUOI parle de vous / une entreprise / un service / un produit / un événement que vous voulez promouvoir, présenté de manière à intéresser votre interlocuteur. Il indique comment vous aidez votre interlocuteur à résoudre son problème spécifique, en accord avec ce qui le motive & le fait vibrer.

Les présentations les plus efficaces comportent une dimension émotionnelle car bien entendu, le processus de décision est en partie basé sur les émotions.

Vous n'aurez probablement pas le temps de parler du COMMENT en 20-30 secondes ; gardez-le précieusement pour le pitch commercial. La simplicité est préférable à la complexité ("less is more" comme le résumant si bien nos amis anglo-saxons).

Un pitch est un raccourci stratégique, avec des objectifs précis & structurés, qui répond à 3 questions clés.

Rappelez-vous : ce que vous dites est déterminé par la raison pour laquelle vous pitchez & à qui.

PARTIE 2

COMMENT
CONSTRUIRE
UN PITCH QUI
FONCTIONNE ?

ÉTAPE 1 -

RASSEMBLEZ LES BONS INGRÉDIENTS

Définir une histoire percutante implique d'en définir les idées principales, de créer des titres courts & de trouver des mots clés. L'objectif de votre travail préparatoire est donc d'établir une liste complète de mots-clés forts seulement (= pas de phrase) dans chacune des catégories ci-dessous. A ce stade, ne soyez pas sélectif, notez tout ce qui vous vient à l'esprit.

1. Qui je suis :

2. Qui nous sommes en tant qu'entreprise :

3. Nos valeurs les plus importantes :

4. Ce que nous faisons / vendons (produits & services) :

5. Mon client idéal :

**6. Le(s) motivation(s)/problème(s)/besoin(s)/défi(s)/
aspiration(s)/rêve(s) de nos clients :**

**7. Ma façon de résoudre leur(s) problème(s) &
répondre à leur(s) besoin(s) :**

8. La valeur ajoutée que j'apporte :

9. Ma/notre spécificité unique, pour laquelle je suis/nous sommes salués & reconnus :

10. Ce que je souhaite que vous fassiez pour moi :

*Ce n'est pas difficile, il suffit de le faire.
Asseyez-vous pendant 10 minutes
& faites-le maintenant !*

ÉTAPE 2 -

SÉLECTIONNEZ LA CRÈME DE LA CRÈME

Maintenant que vous avez listé & organisé les ingrédients clés, il est temps de sélectionner les plus percutants & de laisser de côté les moins pertinents. La capacité de concentration des individus est très courte ; vous devez donc être sélectif sur les éléments de votre pitch !

C'est à VOUS de prendre les décisions & de guider votre interlocuteur sur ce qu'il doit retenir en priorité de votre pitch. Ne vous inquiétez pas, si vous passez l'étape du pitch avec succès, vous aurez le temps, plus tard, de détailler à votre interlocuteur toutes les autres compétences que vous avez & tous les problèmes que vous pouvez résoudre avec vos solutions....

N'oubliez pas que le pitch de réseautage est composé de 4 ingrédients seulement, qui doivent tenir en 20 à 30 secondes.

Je suis... C'est ce que je fais... (votre slogan professionnel)

Pour qui... (qui est votre principale cible)

Leur plus grande difficulté est... (nommez le problème le plus pesant)

Ce qui est unique dans la façon dont je résous ce problème, c'est... (par opposition à ce que fait la concurrence)

ÉTAPE 3 - PRÉPAREZ LE MÉLANGE LE PLUS SAVOUREUX

Maintenant que vous avez affiné la liste des ingrédients clés, il est temps de vous concentrer sur la rédaction de votre pitch. Soyez amusant & surprenant, pas ennuyeux. Osez être différent, l'audace ne tue pas, elle crée des liens !

**“Vous ne pouvez pas rester dans l’ombre
quand vous êtes né pour vous démarquer.”**

JR Palacio

Vous voulez absolument que votre interlocuteur interagisse avec vous au terme de ces quelques secondes de pitch. Nous croyons fermement que la phrase : "ah, c'est intéressant", signe l'échec d'un pitch & annonce la fin de l'échange. Votre but est de générer un "COMMENT ?" ou un "WOW !", suivi d'un "dîtes-m'en plus", "je suis curieux(se)" - ces mots courts qui indiquent le désir d'une conversation.

Comment y parvenir ? Ne dévoilez pas tout ! Parfois, en faire moins, c'est mieux & plus efficace. À ce stade, vos interlocuteurs ne sont pas intéressés par les détails.

- Parlez à la 1ère personne.
- Commencez par un slogan professionnel accrocheur, une blague*.
- Respectez les 4 ingrédients.
- Faites des phrases courtes, ne dépassant pas 15 mots.
- Incluez un fait étayé par un chiffre.
- Choisissez des verbes d'action.

** Ne vous inquiétez pas si votre interlocuteur ne comprend pas parfaitement ce que vous voulez vraiment dire par cette surprenante phrase d'introduction - vous devez attirer son attention. Les trois phrases suivantes lui permettront de comprendre clairement ce que vous faites.*

Nom de l'interlocuteur :

Pitch complet :

ÉTAPE 4 -

INVENTEZ UNE RECETTE ALTERNATIVE

Avoir une structure claire & un pitch percutant, prêts à tout moment, vous aidera à tirer le meilleur parti de chaque rencontre, même la plus courte ou la plus insignifiante, que ce soit lors d'un événement de réseautage, d'une conférence d'affaires, d'un café dans un espace de travail partagé & même dans les environnements informels de votre vie quotidienne tels qu'une fête, une école, une rue commerçante.

Ce qui garantit son impact, une fois que vous le maîtrisez, c'est votre capacité à le REPRODUIRE & à L'ADAPTER au profil & à la personnalité de chacun de vos interlocuteurs. Faites l'exercice rapide qui consiste à rédiger dès maintenant quatre autres pitches de réseautage pour quatre autres types d'interlocuteurs.

Interlocuteur A :

Pitch complet :

Interlocuteur B :

Pitch complet :

Interlocuteur C :

Pitch complet :

Interlocuteur D :

Pitch complet :

PARTIE 3

COMMENT
CONVAINCRE
GRÂCE À
VOTRE PITCH ?

FAITES VIBRER VOTRE INTERLOCUTEUR EN TRANSMETTANT VOS ÉMOTIONS

“Les gens oublieront ce que vous avez dit.
Les gens oublieront ce que vous avez fait,
Mais ils n'oublieront jamais ce que vous leur avez fait
ressentir.”

Maya Angelou

La forme, le contenu & la passion sont trois éléments critiques.
Voici quatre points à retenir lorsque vous pitchez :

Mélangez rationalité & passion

Votre interlocuteur que vous êtes passionné. Ce que vous dites doit jaillir de votre cœur & pas seulement de votre tête.
Atteignez les esprits, touchez les cœurs.

Utilisez le récit

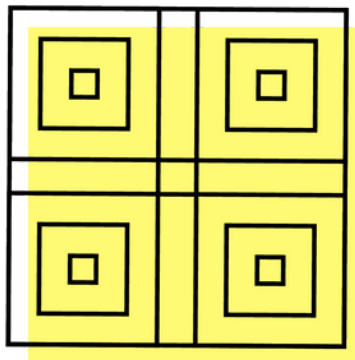
Parlez comme si vous racontiez une histoire. Cela aide à créer un lien émotionnel. Une histoire n'est rien d'autre que des données avec une âme & un style.

Inspirez

Inspirer votre interlocuteur afin de le transformer en acteur. Parler avec vos tripes vous aidera, car il ressentira votre énergie.

Soyez un artiste

Il faut de la pratique pour apprendre par cœur, paraître naturel & devenir performant en improvisation. Vous ne voulez pas être le danseur surpris à compter ses pas à haute voix, vous voulez que le public voit que vous êtes un véritable artiste danseur, une référence, une autorité dans votre domaine... ce qui a évidemment demandé des années de travail acharné & de pratique.



UTILISEZ UN LANGAGE CORPOREL AJUSTÉ

Le pitch est un exercice de communication. Votre capacité à communiquer est cruciale pour le succès de votre entreprise. Si vous voulez réussir à capter l'attention de votre(vos) interlocuteur(s) quand vous pitchiez, soyez attentif aux éléments suivants :

- **Le contact visuel** : regardez votre interlocuteur droit dans les yeux.
- **Le langage corporel** : évitez les expressions faciales excessives, les gestes dérangeants, les mouvements de mains distrayants...
- **Les silences** : créez des occasions de glisser des mots clés & de faire une pause.
- **L'articulation** : marmonner n'apportera pas de résultat.
- **Le rythme du discours** : équilibrez-le en alternant vitesse lente & vitesse rapide.
- **Le ton de la voix** : assurez-vous que vous êtes dynamique & divertissant.
- **Le volume de la voix** : fort ou faible, adaptez-vous à votre environnement.

Bonne nouvelle ! Pour devenir un orateur qui marque, il faut à vrai dire plus de pratique que de talent naturel. Ajustez votre langage corporel consciemment, jusqu'à ce que vous atteigniez le stade où vous utilisez la dose appropriée de chaque composant. Aucun besoin pour cela de devenir un maître en communication. Seule la maîtrise du pitch fera l'affaire, ne placez pas la barre trop haute !

ENTRAINEZ-VOUS AU QUOTIDIEN

Vous utiliserez très probablement votre pitch en-dehors d'une scène 99% du temps. Intégrez-le dans votre routine quotidienne. Ne soyez pas timide, voyez cela comme un jeu ! Lorsque vos interlocuteurs vous poseront des questions ou riront, cela signifiera que vous aurez gagné !

Si vous remarquez que le message ne fonctionne pas, ne se transforme pas en opportunité, n'est pas entièrement compris, prenez-en note & ajustez-le pour la prochaine fois. Si vous avez besoin d'aide, il vous suffit de nous envoyer un email à l'adresse welcome@incubator.studio.

Equipé de votre tout nouveau pitch, vous êtes maintenant en mission pour :

1. Apprendre votre pitch par cœur.
2. Le pratiquer souvent, contre la montre, devant un miroir ou une caméra.
3. Le tester sur toutes les personnes que vous rencontrerez.
4. L'ajuster.
5. Le décliner pour les différents profils choisis.

VOUS ÊTES PRÊT À PARTAGER VOTRE MESSAGE DE LA MANIÈRE LA PLUS PERSUASIVE POSSIBLE, AUSSI SOUVENT QUE VOUS LE POUVEZ !

CONCLUSION

L'élaboration & la présentation d'un bon pitch sont des tâches difficiles, nous en convenons, mais nous pensons que c'est le meilleur moyen de favoriser la croissance de votre entreprise par approche directe.

Lorsque vous y parvenez, vous êtes en mesure d'attirer des clients, des partenaires & des influenceurs potentiels hors ligne grâce au bouche à oreille.

La prochaine étape consiste à concevoir un plan de croissance stratégique & une stratégie de marketing en ligne. Si vous souhaitez qu'Incubator Studio élabore cette stratégie pour votre entreprise, il vous suffit de envoyer un email à l'adresse welcome@incubator.studio.

Nous conduisons nos clients du rêve à la réalité, de l'idée au projet, du concept à l'existence visuelle, de la stratégie au plan d'action, de l'artificiel à l'essentiel, du hasard à l'impact calculé, de la complexité à la clarté, du doute au changement, de la latence à la performance, des débats aux résultats, de l'inconnu à l'inoubliable, du stress au succès.

QUI SOMMES-NOUS ?



AURÉLIE BÉCAT

*Stratège de marque &
Experte en stratégie de croissance*



CORALIE ROCQUE

*Directrice Artistique &
Web Identity Designer*

Extraire de votre essence de marque l'accélération stratégique de votre succès.

Notre agence de branding & web design conseille des entrepreneurs, start-ups, TPEs & PME. Elle les accompagne dans le lancement ou l'accélération de leur entreprise, en augmentant l'impact de leurs messages & solutions.

Nos clients comptent sur notre expertise en stratégie de marque & marketing digital comme levier de croissance puissant qui génère crédibilité & traction (= les aide à vendre).



INCUBATOR

studio

Activateur de Croissance

À votre succès !

www.incubator.studio