Comment bien préparer son rendez-vous avec un VC ?

Vous, avec ou sans l'aide d'un conseil, êtes parvenu à décrocher un premier entretien avec un investisseur. Ce rendez-vous crucial, qui peut conditionner la suite de la vie de votre entreprise, il vous faut le préparer méticuleusement.

Temps de lecture : minute

---

9 novembre 2020

Republication du 26 novembre 2019

Nous avons rencontré deux de ces investisseurs qui auditionnent des entrepreneur·e·s, afin de connaître les éléments qui entrent en ligne de compte dans leur décision. Regards croisés de Boris Golden, qui s'occupe des deals en seed chez Partech, et Stéphane Pesqué, Partner chez Iris Capital.

Travailler son pitch

Exercice imposé d'une réunion avec un·e investisseur·euse : le pitch. Redouté par certains, il fait souvent la différence entre plusieurs dossiers. Pour Boris Golden, ce pitch " *a trois vocations : raconter une histoire crédible et attrayante, apporter des arguments, des preuves, et servir de faire valoir à celui qui énonce le pitch. Le pitch, ça doit être la quintessence de l'entreprise.* " Et Boris Golden d'ajouter " *Comment un entrepreneur peut-il convaincre des clients, des candidats, ou des partenaires (dont des investisseurs), si son pitch est mauvais ?* " Il tempère toutefois :

> " *Le pitch ne suffit pas. Il faut que l'on ressente la capacité de l'entrepreneur à nous emmener avec lui, et il y a là-dedans une part de rationnel, mais aussi une part d'irrationnel.* "

Un avis partagé par Stéphane Pesqué. Pour lui, " *un pitch doit proposer des éléments tangibles. Quel est le besoin, le pain point, comment on va réussir à le combler. Ce n'est pas que de la séduction, ce sont aussi des chiffres, des KPIs. Et ce n'est pas incompatible avec la vision de l'entrepreneur, qui est moins tangible, mais tout aussi nécessaire* ". Il précise : " *Les 10 ou 15 premières minutes sont cruciales. On doit ressentir ses envies, sa motivation, sa détermination, sa capacité à convaincre. Sa fibre entrepreneuriale. Tout cela est très subjectif, et on doit rationaliser l'irrationnel. Est-ce que je suis embarqué dans l'histoire, est-ce que je suis séduit ? L'entrepreneur doit dégager un véritable enthousiasme, porté par le storytelling, mais sans vendre de rêves. Il faut faire envie. Et de notre côté, on doit voir, percevoir, sentir… Mais comme on doit aussi nous-même persuader d'autres personnes, en l'occurrence le comité d'investissement, on s'appuie sur d'autres éléments tangibles. Les chiffres du marché, la concurrence, une analyse qui permet de valider le discours de l'entrepreneur.* "

À lire aussi
Les VCs peuvent-ils vraiment apporter plus que de l'argent ?

Attention toutefois à un écueil souvent rencontré : " *Pas de présentation avec trop de slides ! Il faut être clair, précis. S'il faut 40 slides pour expliquer le business, c'est qu'il y a un souci*. ", assène ainsi Stéphane Pesqué.

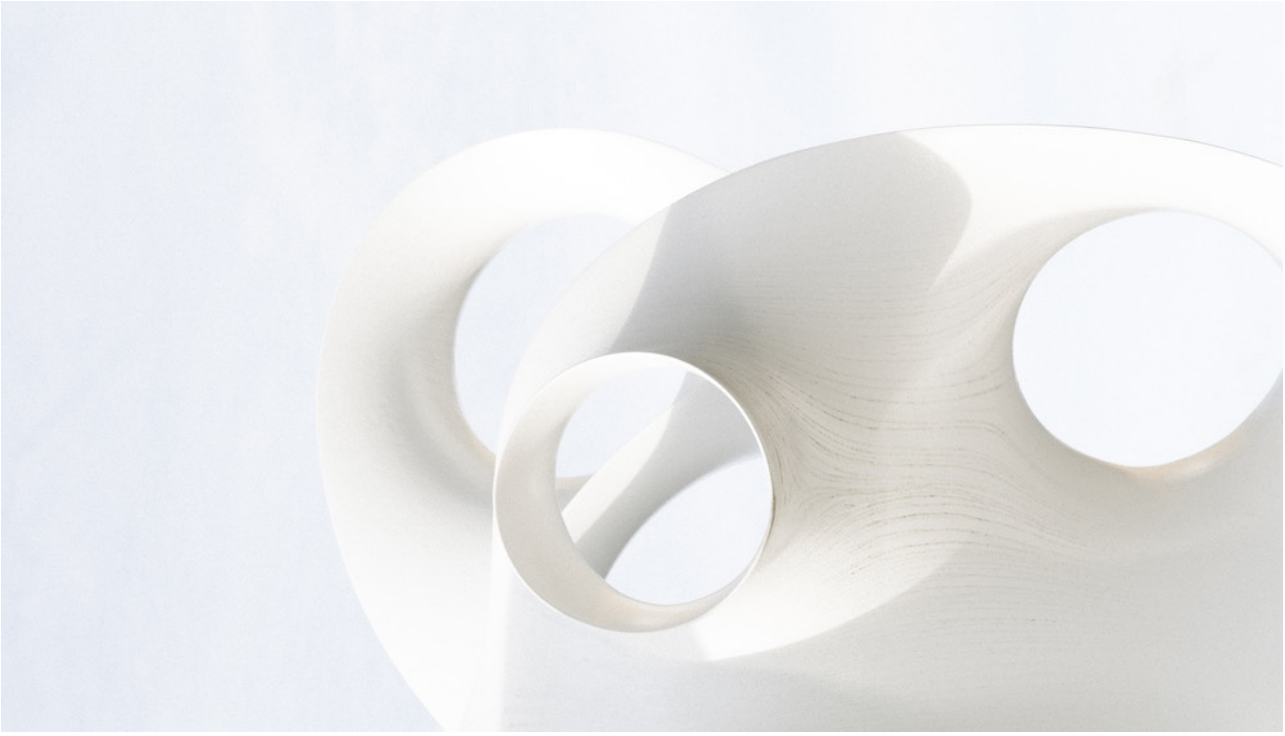
Créer du lien dès le début...

Et pour choisir ces chiffres, pour présenter cette vision, est-ce utile de s'adapter à son audience, en l'occurrence l'investisseur ? " *J'apprécie quand un entrepreneur a fait un minimum de recherches et sollicite des investisseurs pertinents pour son projet et son stade de développement. Par exemple, si un entrepreneur qui veut lever une Série B vient me voir, cela envoie un mauvais signal car ce n'est pas du tout mon rayon et ce n'est vraiment pas compliqué de le vérifier en amont.* " , indique ainsi Boris Golden, spécialisé dans l'*early stage*.

" *L’entrepreneur peut aussi préempter une mauvaise expérience de la part de l’investisseur, annihiler un éventuel réflexe de peur. Cela passe par une bonne préparation d’anticipation des questions, des peurs, les objections.* ", poursuit-il, appuyé par Stéphane Pesqué :

> " *Cela peut être important de savoir rassurer un investisseur qui aurait fait deux mauvaises expériences sur votre secteur* "

Et l’investisseur d’ajouter : " *De manière plus globale, il faut ressentir l’envie réciproque de travailler ensemble. Donc cela impose que l’entrepreneur s’intéresse à l’investisseur qu’il sollicite, qu’il connaisse son portefeuille. Et parfois même, qu’il connaisse un peu la personnalité de l’investisseur, ce que peut permettre un bon leveur.* " Stéphane Pesqué ose même une comparaison : " *Un tel rendez-vous s’apparente à un dating plus qu’à un entretien d’embauche.* "



À lire aussi

10 conseils d'experts pour lever des fonds auprès de VC ou de business angels

Une idée dont Boris Golden ne s’éloigne pas vraiment : " *Lors d'un premier échange, il se passe souvent quelque chose de très personnel entre entrepreneurs et investisseurs. Il peut être malin de savoir appuyer sur les points auxquels chaque investisseur est sensible, pour optimiser les chances d’obtenir un second rendez-vous. Mais sans franchir la "ligne". Si on raconte deux histoires totalement différentes à deux investisseurs à dessein, on peut s’approcher de la manipulation... Et en tant qu’entrepreneur, au-delà de considérations éthiques qui me paraissent essentielles, on ne devrait tout simplement pas avoir envie que l’investisseur croie en une histoire qui n’est pas la sienne. Les mensonges ou la duplicité ne sont pas de très bonnes bases pour une relation intense et de longue durée !* "

… sans vouloir trop en faire

De la même façon, tout ce qui peut paraître artificiel semble proscrit par nos deux experts. Une école, une formation, un hobby en commun ? Boris Golden se dit " *allergique aux étiquettes, académiques ou professionnelles, auxquelles on donne beaucoup trop d'importance en France. Je suis bien davantage sensible, au-delà de la pertinence et du potentiel du projet lui-même, aux qualité professionnelles et humaines des entrepreneurs, au fit humain, à un pitch qui se transforme en un workshop dans lequel on co-construit plutôt que de juste chercher à pitcher et juger. Il doit se passer quelque chose humainement, une fluidité intellectuelle et relationnelle qui facilite l’échange et dégage parfois même une forme d'évidence.* " Et, poursuivant l’analogie précédente : " *C’est probablement comme dans le dating : avoir des hobbies en commun va rendre la vie plus facile. Mais ce n’est pas ça qui va faire qu’on va tomber amoureux.*"

Stéphane Pesqué le rejoint totalement sur ces points : " *Une école ou une formation en commun, c'est très secondaire ! Le CV n'est pas une fin en soi. J'ai fait de très bons deals avec des autodidactes. Plus globalement, les investisseurs ne doivent pas changer les entrepreneurs* ".

Un dernier élément sur lequel s'appuyer pour tisser du lien dès le début ? " *Le réseau peut-être. Il permet d'avoir des avis tiers, de rassurer sur la fiabilité de l'entrepreneur. Il peut lui donner du crédit. Un mail d'un tiers de confiance qui introduit un entrepreneur facilite les choses. Mais cela ne change pas le travail d'investigation qui a lieu par la suite.* ", conclut Stéphane Pesqué.

Romain Dehaussy est associé chez Cambon Partners

TÉLÉCHARGER LE KIT BUSINESS PLAN

Article écrit par Romain Dehaussy