

Les 6 techniques à maîtriser pour réussir son pitch

Lever des fonds pour une startup, c'est un peu comme courir un marathon : ça ne se fait pas sans préparation, c'est long et laborieux et on peut être tenté d'abandonner en cours de route. Baptiste Boulard, cofondateur de Swapcard, égrène quelques conseils pour bien réussir son pitch.

Temps de lecture : minute

6 août 2019

Après avoir défini pourquoi, auprès de qui et à quelle échéance vous souhaitez lever des fonds, il vous faut désormais vous occuper de votre pack investisseur. Il sera composé des documents qui vont vous accompagner tout au long de votre levée de fonds, à savoir :

- un business plan (10 pages),
- un executive summary de votre business plan (2 pages),
- votre modèle financier (sur 3 ans), et
- le fameux et redouté pitch deck (version courte et version longue)

Chaque document a son importance, mais le pitch est *le* document le plus important du pack investisseur. C'est lui qui fait office de plaquette pour votre startup. Or, comme le disait Steve Jobs "un livre s'achète à sa couverture". Par conséquent, ce document va vous demander beaucoup de travail et de préparation ! Un pitch doit suivre un modèle précis et aborder un certain nombre de points.

Etudiez les pitches des startups qui vous inspirent

Je vous conseille de vous inspirer de pitches d'autres startups et de ne pas hésiter à leur demander des conseils sur la structuration de leur pitch. Il est nécessaire de ne pas réinventer la roue. Chez Swapcard, nous avons étudié de près les pitches de Airbnb, Mint, Buffer et de startups françaises comme Youmiam, Tripndrive et Smiirl. Nous avons également lu énormément de blogs et regardé de nombreuses vidéos sur le sujet. N'oubliez jamais qu'internet est votre meilleur allié, alors n'hésitez pas à vous renseigner le plus possible !



À lire aussi

Le pitch deck grâce auquel Tilkee a levé 500 000 euros... en juillet 2014 !



À lire aussi

Le pitch deck grâce auquel Tilkee a levé 3,5 millions d'euros

Racontez une histoire

People don't buy what you do, they buy why you do it

Simon Sinek

Avant toute chose, votre pitch doit vous permettre de raconter une histoire à votre auditoire. La qualité de votre narration est la clé de tout pitch réussi. Il est très important d'être capable de séduire votre auditoire dès le début et de lui donner envie d'investir. Il est impératif de structurer votre pitch autour d'une histoire et du chemin parcouru, en jouant sur les sentiments.

Vous devez réfléchir à la manière dont vous allez narrer le récit de votre produit ou service et vous poser ces questions :

- Quelles histoires souhaiteriez-vous que vos utilisateurs ou clients racontent ?
- Quelles sont vos motivations ?
- Comment tout a commencé ?
- Quel est le chemin parcouru ?
- Quelles erreurs avez-vous faites et quelles leçons en avez-vous tirées ?
- Pourquoi votre société présente une réelle opportunité d'investissement ?

Une fois votre histoire et ligne directrice définies, vous pouvez commencer à rédiger votre pitch, tout en gardant à l'esprit que vous devez séduire vos interlocuteurs. N'oubliez pas de créer de l'engouement en dévoilant vos atouts pour convaincre vos investisseurs ! Voici selon nous les éléments fondamentaux à la création d'un pitch réussi (dans son contenu et sa forme).

Histoire, équipe, marché : les ingrédients fondamentaux de votre pitch

- Revenir à l'origine de l'histoire : expliquez le pourquoi

Ne croyez pas que l'histoire de la création de votre projet n'a pas d'importance. Au contraire, elle est cruciale dans la compréhension de votre vision et les investisseurs y accorderont énormément d'importance. D'autant plus si vous êtes à un stade *early stage* de votre projet et que vous n'avez pas de métriques à présenter. Un investisseur a donc besoin de comprendre comment vous êtes devenus entrepreneur·e et pourquoi

vous avez décidé de tout plaquer.

Comme le rappelle Reid Hoffman, à ce stade vous devez pitcher le concept de votre startup, montrer votre vision de l'avenir et votre chemin pour y arriver. Il est impératif que vos investisseurs partagent la même vision et valide votre théorie. Par ailleurs, revenir aux prémices de votre startup vous permettra de jouer sur l'affect et les émotions et rappeler aux investisseurs comment l'idée vous est venue de créer votre startup.

Concernant l'idée, pour que vos interlocuteurs comprennent tout de suite ce que vous faites, je vous conseille de pitcher par analogie et de faire une démo de votre service, si vous pouvez le faire. Vos interlocuteurs pourront transposer le succès de la startup que vous mentionnez à votre secteur d'activité. Exemple : nous sommes le Airbnb des bateaux.

Une fois l'idée et son origine comprises, révélez tout de suite qui vous êtes car un investissement se fait avant tout sur les hommes et femmes.

- Révélez l'équipe qui se cache derrière votre startup et ce qui la soude

Derrière toute entreprise se cachent des personnes. Au début de votre projet, l'équipe fondatrice est le ciment de votre société. Si elle s'effrite, le château s'écroule ! Vous en êtes conscients et vos investisseurs aussi... C'est pourquoi bon nombre d'investisseurs refusent de financer des sociétés portées par un seul fondateur, pour mitiger au maximum leur exposition à un éventuel risque de burn out ; même s'il existe des assurances "homme clé" bien connues des VCs.



À lire aussi

Exit les freelance et les autoentrepreneurs, bienvenue aux solo entrepreneurs !

Les sociétés avec plusieurs fondateurs ont donc plus de chance d'être financées pour cette raison et aussi parce qu'elles regroupent plus de compétences et peuvent aller plus vite. L'investisseur va vérifier si l'équipe a les compétences nécessaires pour mener son projet à bien en interne. S'il vous manque une compétence clé, il est important que vous élargissiez votre équipe. En effet, on ne crée pas un cabinet d'avocats sans avocat, une startup numérique sans CTO, une société dans la biotech sans un expert dans ce domaine, etc.

Outre les compétences de l'équipe, l'investisseur veut aussi comprendre ce qui lie l'équipe fondatrice. Il est important de rappeler ici que la mésentente des associés est l'une des premières causes de mort des startup. Nous avons, à ce titre, rencontré plusieurs investisseurs qui refusaient de financer des startups créées par un couple après avoir connu de mauvaises expériences. Être amis de longue date est une

bonne chose mais peut aussi avoir ses désavantages si vous ne mettez pas en place un climat professionnel et transparent.

- Expliquez à qui vous vous adressez et comment sécuriser votre part de marché

Pour que vos investisseurs étudient l'opportunité que représente votre startup, ils doivent comprendre le marché que vous ciblez, mais aussi comment vous allez vous faire connaître et acquérir des utilisateurs ou clients.

Le marché est peut-être le critère le plus important pour un investisseur. Plus votre marché sera grand, plus vos revenus pourront être élevés. Cependant, il est préférable de commencer petit et de cibler un segment bien précis de votre marché. Cela facilitera ensuite votre pénétration dans ce marché.

Si vous appliquez les concepts du livre de Steve Blank et Bob Dorf *The Startup Owner's Manual*, vous devez également avoir sondé votre marché et rencontré vos clients potentiels pour valider vos hypothèses de bases. Vous devez avoir une connaissance éclairée de votre marché, connaître les principaux acteurs, les revendeurs, les distributeurs, les clients finaux, les cycles de vente, etc. Si vous ne vendez pas encore, il faut tout de même avoir défini un premier pricing et une liste de clients prêts à tester vos services.

Une fois votre marché défini, vous devez étudier votre positionnement stratégique vis-à-vis de vos concurrents et connaître vos forces et leurs faiblesses. Attention, un investisseur se méfiera d'un pitch sans concurrent. Soit il considérera que vous n'avez pas fait votre travail et ne connaissez pas vos concurrents, soit il pensera que vous n'avez tout simplement pas de marché ou que votre marché n'est pas mature et que

les risques d'investissement sont donc démultipliés.

Avoir des concurrents ne doit pas être vu comme quelque chose de négatif, au contraire. Si vous avez des concurrents qui attaquent le même marché que vous, cela veut dire que ce marché a beaucoup de potentiel. Regardez par exemple le secteur du big data : les entreprises sont de plus en plus nombreuses à lever des fonds, malgré une certaine saturation du marché. Finalement, vous devez réfléchir à la manière dont vous allez attaquer ce marché : comment allez-vous vous faire connaître et vendre votre produit ?

C'est l'exécution de votre plan de développement qui fera votre succès. Vous devez donc impérativement avoir un angle d'attaque et vous faire connaître auprès du plus grand nombre d'acteurs dans votre secteur.

Maîtrisez votre pitch oral dans toutes ses variantes de temps

Vous devez être capable de pitcher votre startup en fonction du temps imparti. Les formats de pitch les plus rencontrés sont 1 minute, 3 minutes, 5 minutes, 15 minutes et, dans un second temps, des rencontres allant de une à quatre heures. Il vous faut connaître par coeur votre pitch et être capable de l'adapter à votre auditoire et à chaque format. Vous devez impérativement répondre aux trois questions que nous venons de lister, même dans un pitch d'une minute.

Si vous avez du mal à formaliser votre pitch, voici un exemple de raisonnement infallible à suivre : nous avons une mission et notre équipe s'emploie à la remplir. Pourquoi ? Nous avons découvert un important problème que nous résolvons avec un produit/une solution qui utilise une technologie incroyable. Nous attaquons le marché pour le/la vendre à des clients, avec tels avantages par rapport à nos concurrents. Nous travaillons notamment à améliorer ces éléments dans les prochaines

semaines. En conclusion, cet investissement est une belle opportunité.

Maîtrisez bien votre temps ! Beaucoup trop de startups n'arrivent pas à finir leur pitch dans le temps imparti et oublient de parler de points essentiels en laissant leur auditoire sur leur faim.

N'oubliez pas de sourire et de remercier votre auditoire à la fin de chaque pitch. Cela fait son effet et les gens se rappellent généralement que de votre première et dernière impression. Cela facilitera la suite de la discussion.

Réalisez un support visuel minimaliste et alléchant

Une fois le texte rédigé et appris, vous devez préparer un support visuel qui accompagnera votre discours. N'oubliez pas qu'un bon croquis vaut mieux qu'un long discours. Nous vous conseillons de limiter le texte au maximum et d'intégrer le plus d'images possible à votre support visuel. Vos slides doivent être simples, visuelles et minimales. Il vaut mieux mettre peu de détails sur les slides et donner davantage d'explications à l'oral ou grâce à de futurs documents.

Nous vous conseillons également de choisir une taille de texte assez élevée (autour de 30), afin que même les investisseurs les plus âgés de votre auditoire puissent lire vos slides. N'oubliez pas que vous serez parfois amené·e à pitcher avec du matériel de mauvaise qualité, attention donc à la qualité de vos slides et aux couleurs utilisées. Une fois votre pitch terminé, vous devez passer à l'entraînement.

Entraînez-vous jusqu'à la perfection

Pour réussir votre pitch, il n'y a pas de secret : il vous faut vous entraîner,

encore et encore, jusqu'à atteindre la perfection. Vous pitcherez le plus souvent seul·e mais vous devez également vous tenir prêt·e à pitcher avec votre équipe (cela est souvent demandé par les VCs).

Nous vous conseillons de commencer par pitcher devant des acteurs qui vous connaissent, où la pression et les enjeux sont moindres. Cela vous permettra de vous faire la main et de gagner en confiance. Chez Swapcard, nous avons par exemple commencé à pitcher en interne, puis devant des amis et lors d'événements de startups, comme par exemple chez The Family.

Une fois ces pitches effectués et peaufinés avec les retours du public ou du jury, nous avons pitché de nombreuses fois devant des réseaux de business angels, dont :

- Pitch Day Paris & Co (3 minutes),
- Investessor (5 minutes),
- IT Tuesday CCI (1 minute),
- Finance & Technologies (15 minutes),
- Paris Business Angels (5 minutes),
- Soirée de l'AFIC (10 minutes),
- Rencontre avec Seed4soft (3 heures),
- Rencontre avec Cap décisif (3 heures)
- Femmes BAs (5 minutes),
- Dauphine BA (5 minutes),
- One-to-one meeting à Meetinvest (une journée),
- VAL Angels (15 minutes), etc.