

Oubliez ce que vous avez appris sur le pitch parfait

Ce qui compte vraiment se passe dans les cinq premières minutes...

Temps de lecture : minute

14 janvier 2020

Il y a une quantité inépuisable de contenus sur le pitch parfait, et le parfait deck pour aller avec. Vous pouvez tout lire sur les couleurs à choisir, les tailles des polices, les rapports texte/image, et bien sûr, les données financières les plus importantes à ne pas oublier. Et oui, toutes ces choses sont importantes et peuvent faire la différence entre un deck médiocre et un deck éblouissant.

Mais pour rendre votre pitch vraiment intéressant, il est important de s'assurer que vous savez parfaitement comment véhiculer les messages qui se trouvent sur vos slides afin qu'ils puissent avoir l'impact que vous souhaitez qu'ils aient.

Une mauvaise présentation, c'est comme avoir un éléphant en train de danser sur scène, alors que tout ce que vous voulez, c'est que ce panel d'investisseurs soit impressionné par le rythme de croissance présenté sur cette diapositive qu'il vous a fallu deux semaines à construire.

Vous avez déjà vu ces pitches -ou n'importe quelle présentation- qui sont si mal organisés qu'il est douloureux d'en être l'observateur. Vous êtes tellement occupé à compter tous les " hum " et les " en fait " que vous mettez totalement de côté ce que l'orateur dit. Ou vous avez la nausée en regardant quelqu'un faire des aller-retours sur scène. Ou vous vous mettez à la place de la personne qui présente et vous vous ratatinez à

chaque fois qu'il se gratte nerveusement le nez.

Et il ne s'agit que de quelques pièges dans lesquels un "pitcher" non préparé pourrait tomber.

Mais veiller à ce que votre public entende ce que vous dites et retienne les informations importantes de vos slides ne devrait pas être si difficile ou compliqué. Il suffit de commencer par ces quatre mantras clés pour améliorer votre présentation et en être fier.

Vous êtes là pour raconter une histoire

Commencez par attirer l'attention avec une punchline à fort impact qui attire l'attention du public et qui lui donne envie d'en savoir plus. Décrivez le problème en choisissant le nombre le plus grand de personnes concernées, afin de montrer que vous résolvez un vrai problème. "*Saviez-vous que 90 % des propriétaires de gros chiens ne peuvent pas trouver de pull adapté à leur animal ? Et l'industrie de l'habillement pour animaux de compagnie représente 2 milliards de dollars par an !*" Bien sûr, faites vos recherches et soyez précis, mais faites en sorte que le résultat soit parlant.

Suscitez l'empathie du public vis-à-vis de votre problème

" *Combien d'entre vous ont déjà lutté pour trouver un pull pour son gros chien, tout ça pour ne pas avoir honte lorsque votre animal est le seul nu dans le parc en hiver ?* " Le meilleur sentiment lorsque l'on fait un pitch, c'est que lorsque les têtes oscillent pour signifier leur accord dans la pièce. Bien sûr, tout le monde n'aura pas rencontré le problème que vous essayez de résoudre, mais il hochera quand même un peu et sentira que tout le public s'engage sur votre terrain.

Débarrassez-vous de ces habitudes distrayantes

Entraînez-vous, entraînez-vous, et entraînez-vous encore avec un auditeur critique mais solidaire. Vous pouvez toujours être authentique avec un pitch appris par coeur, et vous pouvez lui donner une fluidité naturelle si vous êtes capable de le réciter pendant votre sommeil. Mais demandez à cet ami de faire une grimace chaque fois que vous dites " euh " ou que vous vous clarifiez la gorge, ou alors répétez devant le miroir pour vous débarrasser de cette habitude nerveuse de frotter votre oreille. Ces tics verbaux et physiques perturbent votre public et anéantissent l'impact de votre pitch.

Plantez vos pieds dans le sol et regardez tout le monde dans les yeux

Un pitch court n'est pas l'idéal pour réveiller le Steve Jobs qui est en vous. Vous finirez par ressembler à un lion en cage et vous vous égarer de votre deck. Car peu de personnes peuvent s'en sortir en se déplaçant sur une scène de manière naturelle et percutante tout en essayant de livrer une présentation. Trop de choses se passent. Vous voulez juste raconter une bonne histoire pour que le public se sente engagé, puis attirer son attention sur les slides qui comptent, celles qui les convainquent, celles qui montrent que vous savez ce que vous faites et que vous avez fait des études de marché et résolu les bonnes équations.

Si vous n'avez pas travaillé votre accroche, votre histoire et la manière de présenter votre pitch, les slides et les chiffres les plus spectaculaires ne pourront rien contre la distraction de votre public générée par vos tics et vos allers et venues. Mettez cela en pratique, puis épatez-les avec votre pitchdeck parfaitement maîtrisé.

Republication du 18 septembre 2018, article originel à retrouver [ici](#)

Article écrit par Elizabeth Shassere