

P comme ... Pitch

Le terme de pitch nous vient des Etats-Unis. Il définit le fait de résumer un film, un métier, une action en un temps très limité et de manière suffisamment claire pour que l'interlocuteur qu'on a en face de soi en comprenne l'essentiel.

On parle également de « elevator pitch » pour renforcer le principe de temps limité, l'idée étant d'expliquer à une personne ce qu'on fait ou le projet qu'on a le temps d'un trajet en ascenseur ...

Le pitch pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?

Concrètement, pour l'entreprise, le pitch va donc correspondre à cet instant que son fondateur ou son dirigeant va devoir passer à expliquer à un groupe d'auditeurs en quoi consiste le projet qu'il est en train de lancer ou l'idée qu'il est en train de développer.

La plupart du temps, le pitch intervient lors de présentations faites devant un groupe d'investisseurs lorsqu'on cherche à lever des fonds. C'est un peu le pendant entrepreneurial des radios-crochets où on dispose de quelques minutes seulement pour convaincre.

La difficulté est alors double car non seulement on doit trouver le format et le contenu qui convaincra l'auditoire mais on doit aussi tenir compte des autres pitchers à qui on va inmanquablement être comparés ...

Cas pratique

Il existe schématiquement 3 sortes de pitches qui, s'ils sont similaires dans leur esprit, sont différents dans leur forme.

Tout d'abord, il y a le pitch d'opportunité. C'est typiquement le cas d'une rencontre fortuite entre vous et une personne susceptible de vous aider ou de s'intéresser à vous ou à votre projet. Cette personne étant généralement introduite par un tiers, n'a pas pour vocation à vous écouter parler pendant des heures.

ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Vous devez donc faire preuve d'efficacité et être en mesure d'exposer de manière claire et concise qui vous êtes et ce que vous faites. Si vous recherchez des financements pour un projet, un job ou des clients, vous devez le faire savoir mais en présentant votre requête de façon suffisamment claire et synthétique pour que votre interlocuteur ait envie d'en savoir davantage.

Ensuite il y a le pitch de cocktail. Cette appellation qui m'est tout à fait personnelle correspond aux rencontres que vous pouvez être amené à faire lors d'événements prévus pour faire se rencontrer différentes personnes d'un même réseau. En effet, réseauter signifie la plupart du temps participer à des événements « mondains » tournant autour de quelques présentations suivies d'un cocktail où on échange des cartes de visite et des informations.

Il y a généralement beaucoup de monde et pour que les personnes que vous ciblez puissent se souvenir de vous et de votre projet, il va falloir être en mesure de vous distinguer des autres. Il va donc falloir marquer vos auditeurs et faire en sorte qu'ils se souviennent de vous et qu'ils aient envie d'en savoir plus. Là aussi le fait de savoir pitcher votre projet est fondamental car votre interlocuteur saura l'essentiel, de façon claire et percutante et en très peu de temps !

Enfin, il y a les pitches de concours où vous passez, avec plusieurs personnes ayant le même profil que vous, devant un auditoire composé la plupart du temps d'investisseurs (Business Angels ou Venture Capitalists). Les règles sont souvent connues à l'avance et, à la différence des deux cas précédents, vous pourrez vous appuyer sur un support visuel (présentation, vidéo, etc.).

Vous devrez non seulement être en mesure d'expliquer clairement votre projet, mais encore ne pas perdre de vue qu'il s'agit d'un concours où vous êtes en concurrence avec d'autres et qu'il va donc falloir convaincre en très peu de temps que votre projet est le meilleur !

Alors, comment réussir son pitch ?

Il n'y a de règle absolue mais deux principes à appliquer.

Tout d'abord, apprenez à être concis et à aller à l'essentiel. Ensuite, pour montrer à votre auditeur que ce que vous lui exposez est concret, a du sens, et est intéressant, partez de cas concrets et montrez que vous apportez une réponse pratique à un ou des problèmes réels.