

Sujet: Le pitching el le pitching Elevator : Principes et bases

Matière: Créativité et Entrepreneuriat

Réalisé par :
Ons JBELI
Nour JNAOUI
Oumaima HORRY
Mohamed Ismail KHARRAF

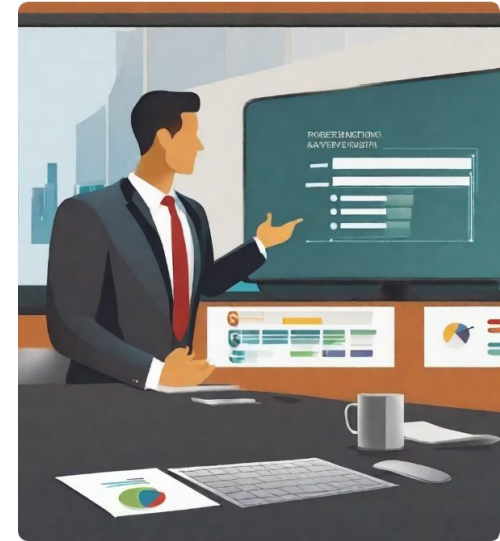
Encadré par :
Mme Jaouaher Maalej

Année Universitaire: 2023/2024

PLAN

1. C'est quoi le pitching ? Elevator Pitch ?
2. Différences entre le Pitch et l'Elevator Pitch
3. Principes du Pitching
4. Structure du Pitching Elevator
5. Conseils pour réussir son Pitching
6. Erreurs courantes à éviter
7. Conclusion

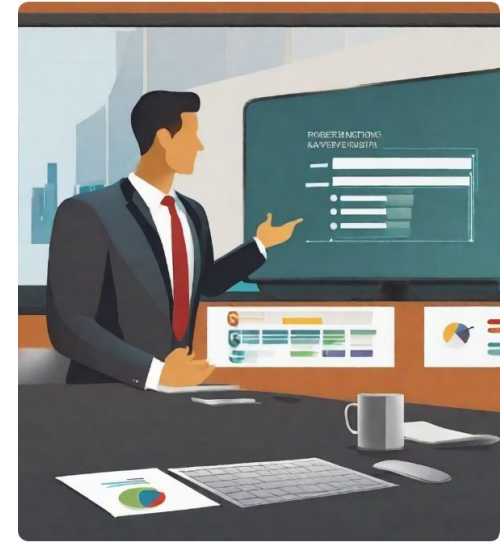
Pitch ?



Qu'est-ce que le pitch ?

Le pitch est l'acte de présenter une idée, un produit ou un service à un public dans le but de les convaincre d'adopter une action spécifique. Cela peut se faire dans divers contextes, d'une réunion d'affaires formelle à une conversation décontractée. Dans cette section, nous explorerons les bases du pitch et comment communiquer efficacement votre message.

Elevator Pitch ?



Qu'est-ce que l'Elevator Pitch

Un elevator pitch est un discours concis et persuasif qui expose votre idée d'entreprise, produit ou service ainsi que sa proposition de valeur. On l'appelle "elevator pitch" car il devrait être assez court pour être délivré pendant un trajet en ascenseur, généralement entre 30 secondes et 2 minutes.

Différences entre le Pitch et l'Elevator Pitch

	Pitch	Elevator Pitch
Durée	Long et formel	Court et informel
Contexte	Réunions d'affaires formelles	Rencontres rapides et informelles
Contenu	Détails approfondis	Points essentiels
Public cible	Audiences plus larges	Public plus restreint
Objectif	Engagement profond ou financement	Intérêt immédiat et opportunité de suivi



Éléments clés d'un Elevator Pitch

- **Introduction:** Qui vous êtes et quelle est votre idée d'entreprise, produit ou service.
- **Proposition de valeur:** Quel problème votre idée, produit ou service résout et pourquoi elle est unique ou meilleure que les solutions existantes.
- **Marché cible:** Pour qui votre idée, produit ou service est destiné et pourquoi ils en ont besoin.
- **Appel à l'action:** Ce que vous souhaitez que l'auditeur fasse ensuite, comme planifier une réunion ou essayer votre produit.

Présentation de l'Elevator Pitch

- Soyez clair et concis: Restez sur les éléments clés et évitez le jargon ou les termes techniques.
- Parlez avec confiance et enthousiasme: Montrez votre passion pour votre idée, produit ou service.
- Adaptez votre pitch à l'auditeur: Tenez compte de son expérience et de ses intérêts, et ajustez votre pitch en conséquence.
- Entraînez-vous: Répétez-le jusqu'à ce que vous puissiez le livrer naturellement et sans hésitation.

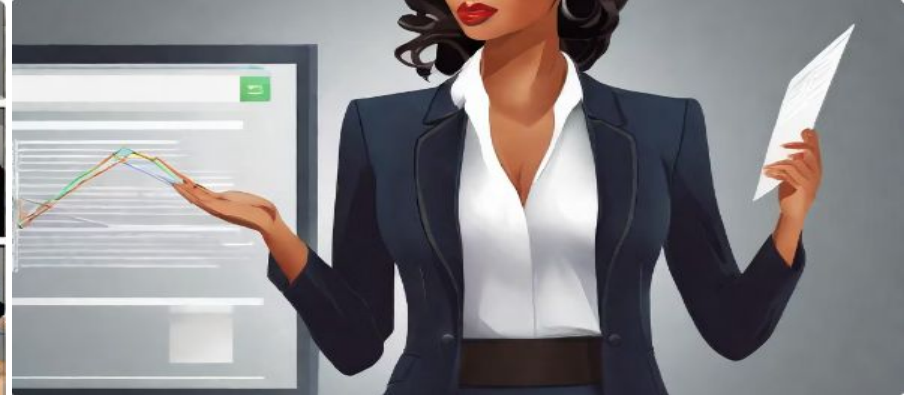


Erreurs Courantes à Éviter

- Divaguer ou s'éloigner du sujet: Restez sur les éléments clés et évitez les détails inutiles.
- Se concentrer trop sur les caractéristiques plutôt que sur les avantages: Expliquez comment votre idée, produit, ou service résout un problème ou répond à un besoin.
- Ne pas prendre en compte la perspective de l'auditeur: Adaptez votre pitch à leurs intérêts et besoins.
- Ne pas avoir un appel à l'action clair: Soyez précis sur ce que vous voulez que l'auditeur fasse ensuite.



Éléments clés d'un pitching



Problem Statement
Exprimez clairement le problème ou le besoin que votre produit ou service résout. Cela doit être concis et facile à comprendre.

Value Proposition
Expliquez comment votre produit ou service résout de manière unique le problème. Cela doit être convaincant et démontrer la valeur qu'il offre aux clients potentiels ou aux investisseurs.

Market Opportunity
Présentez la taille et le potentiel de croissance du marché que vous ciblez. Cela devrait montrer qu'il existe une demande pour votre produit ou service et qu'il a le potentiel d'être rentable.

Business Model
Expliquez comment votre entreprise gagnera de l'argent et quelles seront les sources de revenus. Cela doit être clair et concis et démontrer que votre modèle commercial est viable et durable.

Préserver le pitch

Pratique, pratique, pratique

Plus vous pratiquez votre argumentaire, plus vous vous sentirez à l'aise et en confiance pour le présenter. Entraînez-vous devant un miroir, avec des amis ou en famille, ou enregistrez-vous pour revoir et améliorer votre prestation.

Soyez clair et concis

Assurez-vous que votre argumentaire est clair et concis, avec une introduction forte qui attire l'attention de l'auditeur. Utilisez un langage simple et évitez le jargon technique ou les termes spécifiques à l'industrie qui pourraient dérouter ou aliéner votre public.

Engagez votre public

Engagez votre public en établissant un contact visuel, en utilisant des gestes et un langage corporel, et en posant des questions ou en sollicitant des commentaires. Cela les aidera à rester intéressés et investis dans votre argumentaire.



Erreurs courantes à éviter



Impréparation

Ne pas préparer correctement un argumentaire peut conduire à une présentation terne qui ne parvient pas à impliquer le public ou à transmettre efficacement les informations nécessaires.



Manque de clarté

Un argumentaire qui manque de clarté peut laisser le public confus ou incertain quant à la mesure à prendre ensuite. Il est important d'articuler clairement le problème à résoudre, la solution proposée et les avantages de cette solution.



Se concentrer sur les fonctionnalités plutôt que sur les avantages

Un argumentaire trop axé sur les fonctionnalités peut ne pas parvenir à transmettre les avantages du produit ou du service proposé. Il est important de se concentrer sur la manière dont le produit ou le service résout un problème ou répond à un besoin du client.

Questions et Suivi

Anticiper les questions : Avant votre pitch, prenez le temps de réfléchir aux questions que votre public pourrait se poser. Cela vous aidera à préparer des réponses réfléchies et bien motivées qui démontrent vos connaissances et votre expertise.

Demander des commentaires : Après votre pitch, demandez des commentaires à votre public. Cela vous aidera à identifier les domaines dans lesquels vous pouvez vous améliorer et à rendre votre argumentaire encore plus fort à l'avenir.

Être honnête:

Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, il vaut mieux être honnête et le dire. Vous pouvez toujours faire un suivi auprès de la personne plus tard après avoir fait des recherches ou consulté des collègues.

Suivi: Si votre argumentaire contient des mesures à prendre ou des prochaines étapes, assurez-vous d'effectuer un suivi auprès des personnes appropriées en temps opportun. Cela démontre votre professionnalisme et vous aidera à faire avancer votre argumentaire.

Conclusion

En résumé, pour un pitch réussi, soyez clair, concis, engagez votre public, anticipez les questions, demandez des retours, et assurez un suivi efficace. Cela maximise vos chances de concrétiser vos idées, produits, ou services.