

## B) Le pitch gagnant selon Pierre Morsa

*Pierre Morsa, est co-fondateur de Ideas on Stage, une société spécialisée dans les présentations, qui propose une formation dédiée aux entrepreneurs appelée " pitch gagnant ". Parmi leurs clients, on compte Yann Arthus-Bertrand et HEC Paris, Royal Canin, ainsi que des startups. Voici ses conseils pour réussir un pitch.*

Voici donc quelques conseils :

### 1.Attendez d'avoir établi la connexion

Vous êtes chez vous un samedi matin, après une dure semaine de travail. Le téléphone sonne. Vous décrochez et dites " Allô ? ". À l'autre bout du fil vous entendez " Nous sommes ACME Finance, nous aidons les particuliers à optimiser leurs revenus. Est-ce que vous payez beaucoup d'impôts ? ". Ce genre d'appel à froid a l'art de créer chez moi toutes les conditions pour un rejet immédiat.

C'est pourtant ce que font beaucoup d'entrepreneurs. Ainsi j'étais à un événement web lorsqu'un inconnu me dit bonjour. Poliment je lui dis bonjour également. Avant d'avoir pu dire quoi que ce soit d'autre, il commence à me débiter son pitch pour sa société.

Je ne me souviens pas de son nom, ni de ce que faisait sa société. Tout ce dont je me souviens, c'est que c'est extrêmement désagréable d'avoir à subir un pitch lorsque vous ne connaissez pas votre interlocuteur. C'est comme si le type du Call Centre était juste en face de vous, sauf que le téléphone ne vous protège plus de son haleine.

Avoir peu de temps pour faire un pitch ne signifie pas perdre ses bonnes manières ou bafouer les règles élémentaires. Il ne sert à rien de démarrer tant que l'on n'a pas établi une connexion avec l'interlocuteur : qui est-il, d'où vient-il, formidable interlocuteur des temps nouveaux ? Le mieux est d'attendre qu'il vous donne la permission de faire votre pitch à travers la question " que faites-vous ? "

### 2.Quel est le problème que vous avez résolu ?

En d'autres termes "que fait votre société ?". Il existe plusieurs manières pour expliquer simplement ce que fait votre société. La technique que je préfère est celle qui consiste à expliquer comment vous est venue l'idée de votre startup. C'est redoutablement efficace, car cela raconte une histoire, la vôtre, et place l'auditoire dans le contexte du moment où l'idée est née.

### 3.À chaque public son pitch

Une autre erreur fréquemment commise est d'imaginer qu'on peut utiliser le même pitch avec tous les publics. Or un investisseur n'aura pas les mêmes préoccupations qu'un partenaire potentiel, un prospect ou un attaché de presse.

### 4.Savoir rebondir sur des points communs

Voici un exemple réel : un entrepreneur appelle le Figaro pour parler de sa société de voyages en ligne. À l'autre bout du fil, l'interlocuteur lui explique que ce sujet ne l'intéresse pas car ils sont en train de préparer un supplément sur le développement durable. Opportunité perdue ? Non, car l'entrepreneur a eu la bonne idée de parler du projet d'hôtel écologique qu'ils préparaient. Immédiatement le ton de son interlocuteur a changé : "ah mais c'est complètement différent ! Cela colle totalement avec le sujet de notre supplément. Est-ce que vous pourriez nous en dire plus ... "Même startup, même produit, mais l'entrepreneur a su rebondir sur un point commun au lieu de s'en tenir à son pitch.

## 5. Connaître son interlocuteur, c'est 50% de la victoire

Le mythe de l'elevator pitch, celui qu'on peut faire à n'importe qui dans l'ascenseur en deux minutes, a la vie dure. Lorsqu'on voit ces pitches dans les films américains, il ne faut pas oublier la raison numéro un qui font qu'ils fonctionnent : les quelques mots utilisés sont ceux qui intéressent l'interlocuteur (l'autre raison est que sinon le scénario du film tomberait par terre, mais c'est une autre histoire). Ainsi, dans Wall Street lorsque le jeune loup incarné par Charlie Sheen va voir le requin de la finance Gordon Gecko (Michael Douglas), il sait exactement ce qui l'intéresse : une information qui va lui permettre de gagner énormément d'argent. Et pour savoir ce qui intéresse l'interlocuteur, un seul moyen : il faut le connaître avant de le rencontrer : quels sont ses centres d'intérêt ? Qu'est-ce qui l'empêche de dormir la nuit ? A-t-il surinvesti ou au contraire sous-investi dans des startups technologiques ?

D'ailleurs la première chose que fait Gordon Gecko après avoir rencontré Charlie Sheen le prouve : il se renseigne au maximum sur le jeune homme, et à la rencontre suivante, c'est lui qui maîtrise les débats.

## 6. La passion est contagieuse

Boire du champagne sans bulles, c'est nul ; ça donne l'impression que la bouteille été ouverte il y a plusieurs jours et qu'on vous la ressert parce qu'il restait un fond.

Les pitches d'entrepreneurs sans passion c'est pareil : c'est plat, c'est fade, et ça fait resservi après la date limite. Il est impossible de croire en une entreprise dans laquelle les fondateurs ne montrent pas qu'ils s'y sont engagés à 200%.

À l'inverse un enthousiasme contagieux peut compenser les petits défauts d'un pitch.

## 7. Quel est LE bénéfice que vous allez mettre en avant ?

En deux minutes, vous n'aurez pas le temps d'expliquer beaucoup de choses. Il vaut mieux se focaliser sur un bénéfice clé de votre produit que d'en donner plusieurs. C'est ce que fait Steve Jobs dans son introduction du Macbook Air : le bénéfice unique mis en avant est la finesse de l'appareil, car la finesse plus que tout est synonyme d'encombrement réduit et donc de facilité de transport.

## 8. Vous préparer pour les questions déstabilisantes

En discutant avec des accompagnateurs de startups nous nous sommes rendus compte que la question qui revient le plus souvent après un pitch est... " mais, vous faites quoi au juste ? " Sachez que dans ce cas vos chances d'obtenir un financement sont proches de zéro, et les autres questions qui vous seront posées le seront probablement par politesse.

Mais dans les autres cas avoir préparé les réponses aux questions est peut-être le plus important pour faire la différence.

## 9. Conclusions

Connexion, clarté, flexibilité sont les ingrédients qui font un excellent pitch. Pas besoin d'une heure, en général l'investisseur sait inconsciemment au bout de deux ou trois minutes si la startup a une chance de décrocher des fonds.

Restez à l'écoute du langage corporel de votre interlocuteur pour savoir si vous êtes sur la bonne voie ou non. Mais ne sur-interprétez pas le langage corporel ; il n'est pas aussi important que le prétendent certains spécialistes, et selon sa personnalité un interlocuteur peut avoir l'air intéressé sans l'être réellement ou au contraire sembler ennuyé et se déchaîner au moment de poser les questions.

En savoir plus sur [http://lentreprise.lexpress.fr/gestion-fiscalite/budget-financement/comment-pitcher-son-projet-de-start-up-a-des-investisseurs\\_1513003.html#bXGfOuDkoRQboK53.99](http://lentreprise.lexpress.fr/gestion-fiscalite/budget-financement/comment-pitcher-son-projet-de-start-up-a-des-investisseurs_1513003.html#bXGfOuDkoRQboK53.99)