



2019/2020

Envie d'Entreprendre en Etudiant

*Donner l'Envie d'Entreprendre aux futurs ingénieurs*

**COMMUNICATION dans le cadre d'une Start-Up**

**Communication écrite et orale**



Marc MICHEL  
Cours E3 pour 3A

# Sommaire

## Communication

- Définition
- Importance
- Différents aspects de la communication
- Les supports de communication
- Les supports digitaux ( réseaux sociaux..)

## Communication Orale

- Définition
- Technique de communication
- Le contenu
- Préparation
- Exécution
- La réponse aux questions
- La dynamique

## Communication Ecrite

- Définition
- Technique de communication
- Les supports
- Business plan
- Executive summary
- PPT
- Vidéo

# Startup comment séduire des financiers?

1. Opportunité d'entreprendre
2. Le marché
3. L'offre
4. Innovation et avantage concurrentiel
5. Le business model
6. Stratégie de développement
7. L'équipe



## LES QUESTIONS «CONS» À PREVOIR !

- Quel est le caractère innovant ?  
*bah je fais mieux c'est clair non ?*
- À part votre frère, qui sont vos autres clients ?  
*y'a 4 millions de clients potentiels, puis mes amis et tout sont emballés*
- Est-ce que je suis allé à leur rencontre ou suis-je uniquement dans des suppositions ?  
*Pas besoin, je suis sûr de moi !*
- Pourquoi feriez-vous mieux que Facebook et Airbnb sans argent et sans développeur ?  
*Parce que j'ai trouvé leur faille*
- Comment allez vous créer la « communauté » qui est au centre de votre stratégie de développement ?  
*Vous avez encore des questions ?*

# Les supports pour valoriser son projet de start-up

- Slide Show
- Business Plan
- Canvas + VMP
- Executive Summary
- Teaser: Résumé 1 page
- l'Elevator pitch
- Vidéo
- Maquette
- Résultat et valorisation  
POC, business case

# Mission Statement

- Une phrase décrivant la fonction, les marchés et les avantages concurrentiels d'une entreprise; une brève déclaration écrite de vos objectifs et philosophies d'affaires. Un énoncé de mission définit ce qu'est une organisation, pourquoi elle existe, sa raison d'être.
- Problème
- Solution
- Qui
- Prix de vente
- Innovation

# Mission Statement: exemple

- Microsoft : Notre mission est d'habilitier chaque personne et chaque organisation de la planète à accomplir plus.
- Uber : Nous enflammons le désir en mettant le monde en mouvement.
- Google : Organiser l'information mondiale et la rendre universellement accessible et utile.
- Kickstarter : Pour donner vie à des projets créatifs.
- The Coca-Cola Company: Pour rafraîchir le monde dans l'esprit, le corps et l'esprit. Inspirer des moments d'optimisme et de bonheur à travers nos marques et nos actions
- La vie est bonne: Pour répandre le pouvoir de l'optimisme.
- Sweetgreen : Inspirer des communautés plus saines en reliant les gens à la vraie nourriture.
- American Express : Nous travaillons dur chaque jour pour faire d'American Express la marque de service la plus respectée au monde.
- IKEA: Pour créer une meilleure vie quotidienne pour le grand nombre de personnes.
- Tesla : Accélérer la transition mondiale vers l'énergie durable.
- TED: Diffuser des idées.

## Plan type d'une présentation orale d'un projet de start up

1. **Présentez-vous** : *"vous êtes l'homme ou la femme de la situation"*
2. **Présentez l'idée** : *"vous apportez une solution à un problème"*
3. **Réalisez une démonstration** : *"votre solution est concrète"*
4. **Précisez les démarches accomplies** : *vous êtes proactif et savez où vous allez*
5. **Expliquez le modèle économique** : *"vous savez comment gagner de l'argent"*
6. **Délimitez le marché potentiel** : *"il existe un marché pour votre offre"*
7. **Parlez des retours d'expérience des clients** : *"votre offre a rencontré son marché"*
8. **Démarquez-vous de la concurrence** : *"votre offre à un avantage sur les autres"*
9. **Présentez votre stratégie** : *"vous savez comment atteindre vos objectifs"*
10. **Démontrez la faisabilité financière** : *"votre projet est viable financièrement"*
11. **Exposez votre vision** : *"vous anticipez, vous avez l'âme d'un chef d'entreprise"*
12. **Exprimez vos attentes** : *"vous n'êtes pas là par hasard"*

# Plan type d'une présentation orale d'un projet de start up

## **1,Présentez-vous : "vous êtes l'homme ou la femme de la situation"**

Tout commence par un mot de remerciement pour l'accueil que vous a réservé votre interlocuteur, puis vient le moment d'indiquer votre prénom et nom et les raisons de votre venue. Préciser ensuite votre parcours très brièvement et votre rôle dans ce projet. Il n'est pas nécessaire de rappeler votre CV mais simplement l'expérience et la compétence qui font sens avec votre projet. Vous devez démontrer que vous êtes la bonne personne à la bonne place.

Si vous entreprenez à plusieurs, chacun des associés devra se présenter lui-même. A ce titre, une bonne préparation est exigée afin que chacun sache à quel moment il peut prendre la parole et sur quel sujet. Vous devrez également faire comprendre très rapidement à votre interlocuteur, quelles sont les complémentarités de chacun des associés.

## **3 Réalisez une démonstration : "votre solution est concrète"**

A la suite de la présentation de l'idée ou simultanément, n'hésitez pas à interpellier et à impliquer votre interlocuteur en le faisant tester votre produit ou votre service. Le faire participer est une clé importante pour obtenir son adhésion. Comme dit l'adage, "l'essayer c'est l'adopter !". Ce genre d'action fera son effet lors d'un concours ou la recherche de financement auprès d'investisseurs. Si votre produit est encore à l'état de prototype ou si votre site Internet, qui vous sert à commercialiser votre service n'est pas encore ligne, une vidéo ou un schéma pourront très bien convenir.

## **2,Présentez l'idée : "vous apportez une solution à un problème"**

Pour retenir l'intérêt de votre interlocuteur et « l'accrocher », rien de tel que de commencer par présenter le besoin du client auquel vous répondez, ou bien de partir d'un constat, d'une histoire, d'un problème existant que vous solutionnez. C'est une manière très rapide de résumer ce que vous faites, et d'être compris. Vous pouvez vous essayer en répondant à ces questions : Quel est le besoin ou le problème non satisfait ? Quelle est la solution que vous apportez ?

## **4.Précisez les démarches accomplies : "vous êtes proactif et savez où vous allez"**

Vous devez faire comprendre à votre interlocuteur que vous êtes en mouvement et que vous accomplissez toutes les démarches utiles à votre projet pour le concrétiser. Pour ce faire, précisez-lui l'état d'avancement du projet en répondant succinctement à ces 2 questions : qu'avez-vous fait jusqu'à ce jour et que vous reste-t-il à faire pour faire aboutir votre projet ? L'objectif est simple : montrer à votre interlocuteur que vous avez une idée précise du but à atteindre. Cela aura l'avantage de le rassurer sur votre capacité à faire avancer votre projet et à entreprendre.

Marc MICHEL  
Cours E3 pour 3A



# Plan type d'une présentation orale d'un projet de start up

## 5. Expliquez le modèle économique : *"vous savez comment gagner de l'argent"*

Vous devez ensuite pouvoir expliquer clairement et brièvement ce que vous vendez, à qui, pourquoi, où, quand, comment, etc. dans l'objectif d'expliquer comment l'entreprise va concrètement gagner de l'argent. Cet exercice peut sembler simple mais il est en réalité très complexe, car il consiste bien souvent à résumer votre projet de 30 pages en 3 lignes.

Prêtez-vous à l'exercice en présentant votre projet en quelques lignes, en répondant à ces 7 questions : Je vends quoi ? A qui ? Combien ? Pourquoi ? Comment ? Où ? Quand ?

Surtout ne perdez pas de vue que l'ensemble des réponses apportées devront conduire inévitablement à répondre à une seule question : comment gagnez-vous de l'argent ?

Un restaurateur n'aura pas vraiment de difficulté à décrire son modèle économique. Toutefois, il en ira autrement pour un créateur de site Internet qui référencera des écoles de surf et se rémunérera par une commission perçue sur la location de planches et les assurances souscrites.

## 7. Parlez des retours d'expérience des clients : *"votre offre a rencontré son marché"*

La préoccupation principale de tout un chacun est de savoir s'il existe des clients pour votre offre et de savoir ce qu'ils en pensent, s'ils sont satisfaits. Il faut donc faire part des retours d'expériences que vous avez obtenus auprès de ces derniers, mais également auprès des clients potentiels, prescripteurs, primo-adoptants (early-adopter), partenaires, etc. C'est une manière de démontrer que le projet prend vie et devient entreprise, que votre offre rencontre sa demande.

Selon les projets, il ne sera pas toujours possible de parler de retours d'expérience. Dans ce cas, il faudra trouver d'autres solutions, comme des lettres d'intention, un carnet de commandes, les résultats de votre enquête par questionnaire, etc.

## 6. Délimitez le marché potentiel : *"il existe un marché pour votre offre"*

L'objectif est de montrer précisément qu'il existe un intérêt économique pour votre produit ou votre service. En d'autres termes, vous devez montrer quel est le chiffre d'affaires potentiel, que vous estimez pouvoir réaliser, aujourd'hui et demain, en répondant aux besoins de vos clients. Il vaut mieux ici éviter de se perdre dans les données statistiques de votre étude de marché. Ce qui compte, c'est la façon dont vous arrivez à vos estimations. Mettez en avant des éléments factuels pour appuyer celles-ci. Cette partie très attendue de vos interlocuteurs, leur indiquera très rapidement si votre projet est réaliste ou non. Ils attendront également de vous que vous arriviez à définir précisément le type de clientèle que vous ciblez

## 8. Démarquez-vous de la concurrence : *"votre offre à un avantage sur les autres"*

Vous n'êtes pas seul sur un marché et il existe nécessairement des concurrents, sous une forme ou une autre. Il est inutile d'en faire la liste exhaustive, montrer simplement les atouts de votre offre et en quoi vous vous distinguez de vos concurrents. Il est d'ailleurs préférable de n'insister que sur l'atout que vous jugez majeur, celui qui apporte un véritable bénéfice au client par rapport à l'offre existante. Cela peut-être une particularité de votre produit ou de votre service, la qualité d'un emplacement, le couple prix / produit, etc.

Tentez de répondre à cette question : pourquoi allons-nous vous préférer aux autres ?

Marc MICHEL

Cours E3 pour 3A

# Plan type d'une présentation orale d'un projet de start up

## 9. Présentez votre stratégie : *"vous savez comment atteindre vos objectifs"*

La suite logique de l'étude de marché est la stratégie commerciale. Vous devez expliquer très concrètement en quelques mots la manière dont vous parviendrez à toucher vos clients. Moyens de communication, politique de prix, mode de distribution, etc., tout doit être cohérent avec les attentes de vos clients.

## 10. Démontrez la faisabilité financière : *"votre projet est viable financièrement"*

Si vous êtes amené à présenter les prévisions financières de votre projet, il faut éviter d'entrer dans les détails des différents tableaux. Inutile par exemple de dresser la liste des charges du compte de résultat. Il ne faut retenir que ce qui fait sens pour votre interlocuteur notamment en montrant que votre chiffre d'affaires estimé (cf. « Délimiter le marché potentiel ») vous permet de faire fonctionner et développer votre entreprise. Il pourra par là même vérifier si celui-ci correspond bien à la moyenne du secteur et ainsi évaluer la cohérence de votre projet.

Si vous recherchez des financements auprès d'une banque ou d'investisseurs, vous devrez faire apparaître le montant du financement demandé en précisant impérativement pour quelles ressources il est destiné. Face à des investisseurs, le montant de la valorisation de votre entreprise et les perspectives de retour sur investissements pourront être demandés.

## 11. Exposez votre vision : *"vous anticipez, vous avez l'âme d'un chef d'entreprise"*

Il est rassurant pour votre interlocuteur de savoir que vous avez des objectifs, réalistes bien entendu, et que vous avez de l'ambition. Même si vous construisez votre projet avec « les moyens du bord », rien n'empêche l'entrepreneur que vous êtes, de vous fixer des buts à atteindre à plus ou moins long terme. Cela témoignera de votre capacité à anticiper les problèmes et les solutions, à envisager différents scénarios, et à faire preuve de maturité.

## 12. Exprimez vos attentes : *"vous n'êtes pas là par hasard"*

Une bonne manière de conclure est de rappeler les raisons de votre venue. L'expression de vos attentes doit découler naturellement de votre présentation. Ce que vous recherchez chez votre interlocuteur c'est ce qu'il vous manque pour faire avancer votre projet.

# Le discours

Il n'y a pas de place pour l'improvisation lorsque vous présentez votre projet. Votre message doit être fluide, adapté, clair et être délivré dans un temps défini. Voici les principaux conseils à adopter.

**Répéter** : une seule règle pour une présentation fluide et rythmée : se préparer en répétant plusieurs fois, et si nécessaire devant votre entourage. Votre discours n'est pas figé dans le temps, il évoluera en fonction de l'avancement de votre projet, de vos échecs et de vos réussites. Sachez en tirer parti pour améliorer votre présentation.

**S'adapter** : si le projet relève d'une innovation technologique, d'une activité purement numérique, etc. vous pourrez être amené à adapter votre vocabulaire en fonction de votre interlocuteur en évitant le jargon technique et théorique et les abréviations. Un moyen simple, tentez d'expliquer votre projet à des enfants de 10 ans en 10 secondes.

Néanmoins, cela ne nous dispense pas de vous familiariser avec les termes propres à la création et la gestion d'entreprise : model économique, segmentation, stratégie, BFR, seuil de rentabilité, plan de financement, etc. Ils vous seront très utiles pour être compris par les professionnels de la création d'entreprise que vous rencontrerez (banque, investisseurs, experts comptables, jurés de concours, etc.)

L'anglais est très prisé des investisseurs... si vous vous adressez à eux, prévoyez une version dans la langue de Shakespeare !

**Etre clair** : il faut éviter de se perdre dans les détails et préférer se focaliser sur ce qui fait sens pour votre interlocuteur. Favorisez des phrases courtes. Trois mots d'ordre : précision, concision et clarté. Comme dit l'adage : "trop d'information tue l'information".

**Se chronométrer** : si votre interlocuteur ne vous impose pas un temps limité, ne perdez pas d'objectif qu'il faut pouvoir convaincre en moins de 5 minutes. Si le temps est limité, vous devrez adapter votre présentation. Il faut être prêt à présenter son projet aussi bien en 30 secondes qu'en 30 min. Le plus dur étant bien souvent de passer de 30 minutes à 30 secondes.

# Les questions

Votre présentation orale conduira inévitablement à un échange avec votre interlocuteur qui prendra la forme d'un questionnement, soit pour s'assurer qu'il a bien compris votre projet, soit dans l'objectif d'obtenir des éclaircissements sur des sujets passés sous silence. Il faut donc bien s'y préparer.

**Anticiper** : pour répondre efficacement aux questions de votre interlocuteur, le meilleur moyen reste encore de les anticiper. Vous devez donc lister les questions épineuses et préparer les réponses en conséquence, qui doivent être brèves et précises. Cela aura pour avantage de montrer que vous connaissez bien votre projet et ses points faibles. C'est une manière de défendre son projet constructivement.

**Rebondir** : vous ne pourrez pas toujours tout envisager, aussi si votre interlocuteur vous déstabilise avec une question veillez à rester maître de vos émotions. Cela peut-être son rôle d'émettre des objections et de vous challenger. Dans pareille situation, montrez-vous réactif et capable de vous remettre en cause. L'objectif n'est pas de tout savoir, mais davantage de montrer, que vous êtes conscient des points à améliorer.

# La communication

**Savoir présenter son projet est une chose, être écouté et compris en est une autre.** Votre expression orale, votre posture, votre capacité à gérer le trac, etc. seront vos principaux alliés pour vous assurer que votre message soit bien reçu. Au-delà des éléments qui composent votre projet, vous devez donc ne pas perdre de vue que la première chose que prend en compte votre interlocuteur : c'est vous.

Pour que votre message soit délivré efficacement, nous vous invitons à adopter les conseils suivants.

**Gérer le trac** : le trac résulte d'un sentiment d'insécurité, liée à une situation perçue comme dangereuse. Pour éviter qu'il ne vienne perturber votre présentation, notamment lorsque vous vous trouvez face à plusieurs personnes, il existe quelques remèdes qu'il est recommandé de suivre.

## **Avant la présentation :**

- Préparez bien votre présentation avant de vous lancer. Il est important de maîtriser parfaitement votre sujet, les messages et les mots clés à faire passer.
- Programmez-vous mentalement, en visualisant le bon déroulement de votre présentation, étape par étape.
- Dédramatisez, personne n'est parfait.
- Relaxe vous par des exercices d'assouplissement et respirez profondément avec le ventre, comme lorsque vous dormez.

## **Pendant la présentation :**

- Respirez lentement, ne vous précipitez pas et tenez-vous droit.
- Ne vous excusez pas à la moindre petite erreur.
- Souriez.
- Restez vous-même.
- Ne perdez pas de vue vos objectifs et que vous êtes là pour convaincre.

*Avoir le trac est normal, c'est ce qui vous permet de vous dépasser !*

Marc MICHEL  
Cours E3 pour 3A

# La communication

**Capter l'attention** : pour être sûr que l'on vous écoute, il faut se taire. Cela peut vous surprendre, mais en recherchant le silence un court instant avant votre prise de parole, vous obtiendrez plus facilement l'attention.

A cela, vous devez joindre l'écoute et l'observation. Si vous devez faire face à plusieurs interlocuteurs, n'hésitez pas les regarder individuellement, vous serez assuré d'obtenir toute l'attention requise pour la présentation de votre projet.

**Adopter une bonne posture physique** : lorsque nous nous adressons à notre interlocuteur, il est communément admis que nous sommes compris à 7% par les mots, 38% par le ton et 55% par la gestuelle. Il est donc primordial d'adopter une bonne posture physique si l'on souhaite faire bonne impression et être compris.

Si vous êtes assis, éviter de vous pencher sur la table ou de vous affaler en arrière, vous donneriez l'impression d'être démotivé. Il faut également éviter de croiser les bras et les jambes car cette posture exprime indirectement un repli de votre part.

Si vous êtes debout, vous devez maintenir votre tête et votre corps droits et les pieds à plat, « ancrés dans le sol ». Cette posture vous donnera de l'assurance. Eviter naturellement de vous balancer, de faire les quatre cents pas et de garder les mains dans les poches.

**S'exprimer à l'oral efficacement** : une seule règle, attaquer vos phrases avec assurance et de ne pas les laisser tomber. En d'autres termes, il faut éviter de diminuer l'intensité de votre voix à mesure que vous prononcez une phrase. Il faut également vous entraîner à projeter votre voix, sans crier, dans l'hypothèse où vos interlocuteurs seraient nombreux et dispersés dans une grande salle. Bien entendu, n'oubliez pas d'articuler.

*Une bonne expression orale n'est possible que si vous connaissez votre projet sur le bout des doigts !*

**Etre enthousiaste et positif** : votre attitude et votre personnalité feront également la différence. Soyez dynamique, souriant, à l'écoute, et ne vous laissez pas déstabiliser par quoi que ce soit. Evitez également de camper sur vos positions et soyez ouvert aux échanges et aux critiques.

*N'oubliez pas : la passion et l'enthousiasme sont contagieux !*

# La communication

- Des schémas, dessins , graphiques
- 5 à 6 lignes maxi de texte par slide
- Ne pas lire vos slides quand vous présentez à l'oral
- Ne vous coupez jamais la parole
- Ne parlez pas trop vite
- Pensez à la répartition du temps de parole entre chacun dans le groupe
- Soyez détendu à l'oral , montrez que vous maitrisez votre projet, que vous avez travaillé.
- Vous devez incarnez votre projet: c'est votre projet et pas un projet que vous devez réaliser pour un tiers...

## La communication: *Focus sur l'Elevator pitch*

- *Tout droit venu des Etats-Unis, l'Elevator pitch, que l'on pourrait traduire par : "argumentaire d'ascenseur", est une très brève présentation orale qui permet de définir rapidement et simplement un projet et ses atouts.*

*Le nom "Elevator Pitch" trouve ses origines dans le fait qu'il est possible d'exprimer un projet dans un laps de temps très court, équivalent à un tour d'ascenseur d'une dizaine de secondes à quelques minutes. Imaginez-vous rencontrer fortuitement dans l'ascenseur votre Directeur général, insaisissable et souvent pressé, vous n'aurez que quelques secondes pour lui exposer votre projet et le convaincre de le soutenir avant que les portes ne s'ouvrent et qu'il ne disparaisse.*

*Les créateurs de start-up utilisent très largement ce mode de présentation pour retenir l'intérêt d'investisseurs, et ainsi leur permettre de prendre une décision en un minimum de temps. Cette méthode a fait ses preuves, à tel point qu'elle est aujourd'hui enseignée par des écoles, incubateurs et accélérateurs, auprès des entrepreneurs, pour leur donner tous les moyens de « commercialiser » leurs projets, et ainsi obtenir l'appui d'investisseurs.*

*En pratique, le créateur d'entreprise résume son business plan en quelques phrases, pour ne faire ressortir que les informations pertinentes : comment répondez-vous aux besoins de vos clients, comment votre offre peut-elle faire la différence, quel est le marché potentiel, etc. Les détails du projet sont mis à disposition seulement dans un second temps.*

*A vos montres donc, et à l'essentiel...*



# Les secrets d'un pitch réussi

- Devant un public pour un concours de pitch, devant des investisseurs ou des clients... la vie des entrepreneurs est rythmée par ces présentations express pour convaincre de l'intérêt de son idée ou de sa startup. Préparer un pitch, c'est un peu comme (re)faire son CV : ça ne se fait pas en 24h ! On y va par petites touches, on demande des avis, on modifie, on adapte en fonction de son interlocuteur... jusqu'au moment où il faut convaincre en face-à-face et savoir répondre aux éventuelles questions.
- Une préparation intensive (quasi sportive !): Présenter clairement son entreprise ou son projet en 4 minutes maxi, est un exercice qui n'a l'air de rien mais qui requiert idéalement une grosse préparation. Ne dit-on pas que le succès, c'est 5% d'idée et 95% de travail ? Voici la feuille de route pour ne pas passer à côté :
- 1 - Commencez par les basiques : le pitch doit répondre aux questions simples que se pose votre audience : **qui, quoi, comment, pourquoi, avec qui...**
- 2 - Ecrire - oui, un pitch ne s'improvise pas ! - **un texte facile et compréhensible de tous** : des phrases courtes, pas d'acronyme, pas de terme technique ou de terminologie complexe. En une minute, les personnes doivent avoir compris les grandes lignes de votre business et le contexte (vos clients, le secteur) . Puis, il faut très vite susciter l'envie, la curiosité, les questions...
- 3 - **Orientez légèrement votre discours selon vos interlocuteurs** : plutôt "business plan" devant des investisseurs ; "produit" devant de potentiels clients ; et "parcours et convictions personnelles" pour séduire un public dans le cadre d'un concours de pitch.
- 4 - Oubliez les détails, **pensez à la "big picture"** : ce n'est pas grave si nous ne savons pas les choses dans le détail ; nous devons surtout comprendre ce que vous apportez, "votre proposition de valeur".
- 5 - **Tester son pitch** devant plusieurs personnes : ses équipes, sa famille, ses amis, des inconnus, leur demander un retour et entendre les critiques !
- 6 - **S'entraîner des dizaines de fois** pour connaître son texte par cœur, à la virgule près.
- **LE JOUR J : Un pitch c'est un acte théâtral !**
- Il est impossible de plaire à tout le monde. Reste que l'objectif du pitch c'est de plaire au plus grand nombre. C'est particulièrement le cas pour les concours où les jurys sont généralement très éclectiques, à l'image du public.

# Les secrets d'un pitch réussi

- 1 - **Embarquer votre audience** : Pour la plonger dans votre pitch, soignez votre intro, et plus encore votre phrase d'accroche, ce teaser de quelques secondes sous forme de question (qui n'a jamais rêvé de...) ; d'affirmation (tout le monde a déjà...) ; d'une anecdote (Un jour...), etc.
- 2 - Pour faire vivre le pitch sur plusieurs minutes, **penser gestuelle, respiration, silence, rythme** (appuyer sur les mots que vous jugez important, par exemple).
- 3 - La clé pour rester connecté avec le public est d'arriver à **diffuser une énergie communicative**. Pour que les personnes en face soient transportées ; soyez détendu, expressif, et n'oubliez pas de sourire !
- 4 - Le pitch doit être certes un exercice bien huilé, mais il faut **rester sincère et spontané**. Même problématique que pour l'entretien d'embauche, ici on cherche, au-delà des compétences, à savoir qui vous êtes.
- 5 - **Pallier toutes éventualités** : il faut savoir se montrer flexible. Il n'est pas rare que l'on ne vous accorde seulement que 3 minutes lorsque l'on vous tend le micro au lieu des 5 minutes initialement prévues. Donc toujours disposer de plusieurs pitches de 1 minute, de 3 minutes et de 5 minutes. Autre aléa régulièrement rencontré : la présentation ne marche pas, et il faut pitcher sans slide ; la salle est quasi vide, vous avez une extinction de voix (toujours avoir un backup : quelqu'un qui fait le pitch à votre place au cas où... ).
- Après le pitch, les questions...
- Les questions sont plutôt bon signe : vous avez - suscité l'intérêt ! Maintenant, il s'agit de terminer l'exercice en beauté.
- 1 - Donner des **réponses courtes et surtout claires**, ce qui exige de connaître son business sur le bout des doigts (prix ; cible ; nombre de clients ; prévisions de revenus... ).
- 2 - Travailler ce face-à-face avec votre entourage en amont pour **affiner votre répartie** ! Il y a toujours des questions qui surprennent. Vous ne devez pas l'être le jour J.
- 3 - Si on ne sait pas répondre à une question, on n'invente pas, et on explique pourquoi on ne peut pas y répondre dans l'immédiat. Surtout ne pas mentir, si on ne sait pas on le dit : **l'honnêteté paye** ! Et éviter l'humour qui est toujours à double tranchant, on n'est pas ici pour écouter un showman mais un entrepreneur !

# **Prise de parole en public : 8 conseils pour réussir l'exercice**

# Prise de parole en public : 8 conseils pour réussir l'exercice

- **1. Une seule chose à la fois**

Entre bougeotte et statisme, il est parfois difficile d'équilibrer son corps et de le (dé)placer sur scène, en conservant une présence forte. La première chose à faire est alors de s'ancrer profondément de toute sa verticale, pour mieux se redresser devant l'assistance. Lorsqu'alors le besoin de remuer se fait sentir, cela devient l'occasion idéale de marquer une très légère pause qui aéra votre discours. Prenez votre temps, ainsi que votre respiration, et profitez-en pour réaliser en 1?2 seconde de silence un pas de côté ou en avant. Ancrage à nouveau, inspiration, vous reprenez votre pitch avec une énergie nouvelle.

- **2. Découper les parties de son speech**

Et si ces courts instants de silence et de déplacement servaient en plus à marquer vos parties ? C'est une manière très claire d'illustrer physiquement son plan. Si vous explicitez un point en commençant votre phrase par un déplacement sur la gauche « D'une part, nous pourrions... », puis, pas sur la droite, « ...et d'autre part nous envisageons alors de ... ». Cela ne paraît pas grand-chose, mais pour le public, vos changements de position symboliseront très clairement la découpe de votre speech.

- **3. Il n'y a pas de problème de voix, seulement des problèmes de respiration**

Prendre son temps lors d'un discours ne sert pas seulement la forme de celui-ci. En effet, les problèmes vocaux : son trop aigu, rythme effréné ou monotone, souffle court, niveau sonore trop faible ou trop puissant... sont avant tout des problèmes de respiration, généralement directement liés à votre niveau de stress. Il faut alors en priorité travailler sa décontraction sur scène. Une telle pratique vous permettra de ne pas vous essouffler à chaque phrase, mais au contraire de les faire vibrer de différentes énergies.

- **4. Le regard. Tout est dans le regard**

Si vous voulez que votre public vous écoute, il va falloir le considérer en échange. Un regard croisé entre deux personnes suffit à signer un contrat entre elles, confirmant que l'une est présente à l'autre. Franc et bienveillant, le regard invite à prolonger l'écoute de ce pitch qui semble alors nous être personnellement destiné. Même principe avec les grands auditoires : vous ne regarderez certes pas tout le monde, mais vous le ferez sans voile avec les quelques élus – le public le ressentira et s'appropriera cette sensation de complicité.

Marc MICHEL  
Cours E3 pour 3A

# Prise de parole en public : 8 conseils pour réussir l'exercice

- **5. Un pitch à deux nécessite deux profils différents**

Un pitch est parfois un travail d'équipe et il est important que vous puissiez, le cas échéant, présenter à plusieurs le storytelling de votre startup. En prise de parole partagée, considérez vos profils d'orateurs : si vous êtes deux speakers en low energy, ou au contraire, deux piles électriques, attention à ne pas perdre votre auditoire. L'idéal est de mixer les profils dans un équilibre harmonieux. Ni deux extrêmes, ni deux clones, chacun doit faire valoir son individualité, sous la griffe commune de l'entreprise.

- **6. Le public est avec vous !**

Contrairement aux idées reçues, le public est toujours bienveillant, il veut, comme vous, passer un bon moment. En revanche, il est aussi empathique, et si vous êtes gêné, il sera gêné pour vous, ce qui peut vous induire en erreur sur son intention. Le public est intelligent : il entend tout et, malheureusement pour les speakers français, a tendance à relever les fautes plutôt que les belles tournures oratoires— mais cela ne veut pas dire qu'il ne les voit pas. Enfin, le public est également fainéant : ne lui demandez pas de faire un effort, tel que tendre l'oreille, ou il décrochera très vite. Vous êtes orateur : vous prenez la responsabilité de l'écoute de votre auditoire.

- **7. Des anecdotes pour bâtir le storytelling**

Nous avons tous le même type de parcours, même pour les plus atypiques : du premier job décevant, à l'ami d'enfance qui deviendra notre cofondateur, sans oublier ce mentor croisé au hasard... Alors pour rendre votre storytelling impactant, concentrez-vous sur les étapes qui vous ont fait passer d'une situation à une autre. En d'autres termes, donnez-nous du « pourquoi », car seules vos prises de décision sont uniques. Ce sont vos transitions qui sont intéressantes et qui seront notamment source d'anecdotes pour captiver votre audience par la suite.

- **8. Une belle sortie requiert un call-to-action**

La fin d'un pitch est le moment idéal pour passer un message : et si vous en profitez pour glisser un mot sur une prise de conscience, sur votre mission de vie, sur votre vision de l'évolution des tendances dans votre domaine ? Trop souvent, ce fameux « call-to-action » est utilisé pour inviter les participants à se rendre sur un site internet, une page facebook, ce qu'ils ne feront certainement pas. Pensez à ce que votre solution peut changer dans leur vie, et invitez-les, d'une manière originale, à tenter le switch au moins une fois.

Marc MICHEL  
Cours E3 pour 3A

## Parler en public : 10 mauvaises habitudes à bannir

- Vous devez faire une présentation et cela vous angoisse ? Voici quelques conseils pour mieux appréhender ce moment difficile.
- En tant qu'orateur, vous ne serrez pas les poings, vous ne faites pas les cent pas et vous n'évitez pas le contact visuel avec le public de manière consciente alors que cela indiquerait à votre auditoire que vous êtes nerveux et pas sûr de vous. "Pourtant, ces banales mauvaises habitudes surviennent quotidiennement au travail par des orateurs qui sont par ailleurs des professionnels intelligents et accomplis".
- **Voici les 10 principales habitudes que les orateurs devraient éviter à tout prix, leurs possibles conséquences et leurs remèdes.**

# Parler en public : 10 mauvaises habitudes à bannir

- **1. Ne pas adapter votre message au public**

"parlez à quelqu'un de lui-même et il vous écoutera pendant des heures". A l'inverse, si vous ne vous adressez pas au public en parlant de lui, il est plus que probable qu'il ne vous écoutera pas. "Il est fréquent que les orateurs tombent dans la mauvaise habitude de faire des exposés standards et banals qui ne sont pas adaptés aux besoins de l'auditoire. Le public sait lorsqu'un orateur a fait ses devoirs et sa réaction va de la déception et la frustration à la colère et l'indifférence".

"Toutes les bonnes pratiques dépendent de ce principe : sachez à qui vous vous adressez"

Pour éviter cela, posez-vous les questions suivantes : "Qui est mon public ? Quelle est la question pertinente ? De quelle manière mon message va les aider ? Que connaissent-ils de mon sujet ? Que vais-je leur demander de faire en réponse à mon message ?" Toutes les bonnes pratiques pour parler en public dépendent de ce premier principe : sachez à qui vous vous adressez.

- **2. Le regard fuyant**

Des débutants aux plus confirmés, la majorité des orateurs n'arrivent pas à maintenir un contact visuel significatif et durable avec leur audience. "Inconsciemment, leurs yeux passent rapidement d'une personne à l'autre, virevoltant dans la salle, sans même, en fait, s'arrêter pour regarder les destinataires du message". "Un manque de contact visuel implique une série d'affronts : duplicité, désintérêt, détachement, insécurité, dérapage et même arrogance".

Pour établir une connexion visuelle, regardez chaque personne au moins pendant deux ou trois secondes ou assez longtemps pour terminer une phrase entière. Une communication visuelle efficace est la compétence non verbale la plus importante de la boîte à outils d'un orateur.

- **3. Les tics gênants**

Il existe au moins 20 tics courants auxquels on peut s'attaquer, parmi lesquels : serrer ou tordre les poings, faire les cent pas, garder les mains dans les poches, faire du bruit avec de la monnaie ou des clefs, manipuler sa bague, attraper le pupitre, se passer la langue sur les lèvres, rectifier sa coiffure ou ses habits, jouer avec un stylo, hocher la tête, mettre les mains dans le dos et se toucher le visage. "Une ou plusieurs de ces habitudes peuvent distraire le public et mettre en danger votre crédibilité".

Pour y remédier, vous pouvez vous filmer et ensuite vous regarder. "Entraînez-vous souvent afin d'être plus à l'aise et de réduire votre anxiété. Prenez des cours de prise de parole en public ou engagez un professeur pour éliminer vos tics et vous habituer à des mouvements utiles".

- **4. Ne pas répéter**

La plupart des orateurs compétents se préparent. "Ils connaissent le sujet, organisent le contenu, conçoivent un diaporama, lisent leurs notes". Toutefois, d'après une de ses enquêtes récentes menée sur plus de 5 000 hommes et femmes d'affaires des 100 entreprises classées par le magazine Fortune, moins de 2% d'entre eux effectuent une répétition générale et à voix haute. Ces mauvaises habitudes aboutissent à ce que le public assiste à un passage en revue inélégant alors qu'ils auraient pu obtenir la plus raffinée des représentations. Afin d'optimiser la perception qu'il peut avoir de vous et que vous obteniez le résultat souhaité, faites votre exposé au moins une fois à voix haute et, en ce qui concerne le début et la fin, entraînez-vous au moins trois fois«

# Parler en public : 10 mauvaises habitudes à bannir

## 5. Manquer d'énergie

"Détenteur du Guinness World Record pour le nombre de représentations dans le même spectacle de Broadway, George Lee Andrews est célèbre pour avoir joué le rôle de Monsieur André dans le Fantôme de l'Opéra", ajoute Darlene Price. "Il est certain qu'il a dû se sentir fatigué lors d'au moins une ou deux représentations sur les 9 382 qu'il a effectuées, mais il ne l'a pas montré puisque son contrat a été renouvelé 45 fois sur 23 ans". L'enthousiasme, défini comme un plaisir avide et un grand intérêt, est ce que le public souhaite le plus chez un orateur. Inversement, un exposé ennuyeux, appuyé par une voix basse et monotone, des expressions faciales ternes et une léthargie générale sont les traits les plus détestés chez un orateur.

"Pour éviter de perdre le public en une fraction de seconde, repoussez les limites de votre énergie. Parlez de manière expressive, souriez avec sincérité, bougez naturellement et profitez de l'instant."

- **6. Le déversement de données**

"C'est un comportement compréhensible. Après tout, lorsqu'on prend la parole, notre crédibilité est en jeu, confie Darlene Price. Donc, pour être sûr, nous nous concentrons presque totalement sur ce qu'Aristote appelle le logos, qui concerne les fonctions de logique de l'hémisphère gauche du cerveau : le langage, l'analyse, le raisonnement, la pensée critique et les chiffres".

Lorsqu'on fait trop confiance à ce genre de contenu, on finit par parler trop longtemps, à lire trop de diapositives surchargées et indéchiffrables et à tourner le dos à l'élément le plus important : le public. "Abandonnez l'habitude du déversement de données, suggère Darlene Price. Vous perdez le public et cela déstabilise votre capacité naturelle à motiver, connecter et persuader".

- **7. Ne pas susciter l'inspiration**

D'après Aristote, le pathos est plus vital pour la persuasion que le logos. Il fait intervenir les activités émotionnelles de la partie droite du cerveau : les images, les histoires, les exemples, l'empathie, l'humeur, l'imagination, la couleur, les sons, le toucher et les bonnes relations", avance Darlene Price. "De nombreuses études montrent que les êtres humains prennent typiquement des décisions basées d'abord sur les émotions (pathos). Ensuite, ils cherchent les faits et les chiffres pour les justifier (logos).

"Un exposé intéressant parle à la tête et au cœur, fait appel aux faits et aux sentiments"

Les membres du public font de même. Avec les mots, les actes et le visuel, il faut d'abord chercher à insuffler en eux une émotion (la joie, la surprise, l'espoir, l'enthousiasme, l'amour, l'empathie, la vulnérabilité, la tristesse, la peur, l'envie, la culpabilité). Ensuite, donnez une analyse pour justifier l'émotion."

Un exposé intéressant, marquant et persuasif s'équilibre à la fois par l'information et l'inspiration. "Il parle à la tête et au cœur, fait appel aux faits et aux sentiments", indique Darlene Price.

Marc MICHEL  
Cours E3 pour 3A



# Parler en public : 10 mauvaises habitudes à bannir

- **8. Manquer de pauses**

Beaucoup d'orateurs ont pour mauvaise habitude de se précipiter. Comme un train express, ils se dépêchent de manière incontrôlée et sont incapables de s'arrêter dans les moments critiques. C'est souvent dû à l'anxiété, à l'adrénaline ou aux contraintes de temps, constate Darlene Price. "Quelle que soit la raison, il y a trois moments pendant lesquels vous devrez assurément faire une pause : avant et après avoir dit quelque chose de très important dont vous voulez que le public se souvienne, avant et après le passage d'un point clé à un autre et entre le début, le milieu et la fin de votre exposé".

Lorsque vous utiliserez le silence comme un outil rhétorique de manière consciente, vous deviendrez plus confiant, votre message aura plus d'impact et votre public retiendra plus ce que vous avez dit".

- **9. Ne pas avoir un discours d'ouverture percutant**

Selon Darlene Price, "d'après Platon, 'le début est la partie la plus importante du travail". Pourtant, c'est une mauvaise habitude courante qu'ont les orateurs de gâcher ces précieuses secondes de démarrage en radotant pour rien, en racontant une blague, en lisant un ordre du jour, en s'excusant inutilement, tout cela contribuant à ne pas attirer l'attention du public et ne pas le motiver pour écouter". Vous, votre message et votre public méritent beaucoup plus.

Faites un [discours d'ouverture percutant](#). Investissez dans la pensée, le temps et l'effort pour créer et mémoriser "la partie la plus importante du travail". Par exemple, racontez une histoire pertinente et intéressante, présentez une statistique étonnante ou posez une question qui suscite la réflexion.

- **10. Terminer avec des questions-réponses**

Il y a de grandes chances pour que vous ayez entendu un orateur terminer une présentation par ailleurs efficace par un abrupt "Voilà, avez-vous des questions ?". "Pour le public, c'est un feu d'artifice. Le bouquet final est votre dernière chance de renforcer vos points clé, d'assurer l'élégance mémorable de votre message et de motiver le public pour être acteur. Evitez la mauvaise habitude de terminer sur un série de questions-réponses qui risque de clôturer votre présentation sur un sujet de détail".

C'est bien d'inviter le public à faire des commentaires et à poser des questions. **Toutefois, soyez sûrs de terminer en position de force.** "Créez une fin qui se terminera en 3 parties efficaces dans lesquelles vous exposerez un résumé fort. Ayez pour habitude de dire en dernier ce que vous voulez que le public retienne le plus"

# Parler en public : 10 mauvaises habitudes à bannir

- **9. Ne pas avoir un discours d'ouverture percutant**

Selon Darlene Price, "d'après Platon, 'le début est la partie la plus importante du travail'. Pourtant, c'est une mauvaise habitude courante qu'ont les orateurs de gâcher ces précieuses secondes de démarrage en radotant pour rien, en racontant une blague, en lisant un ordre du jour, en s'excusant inutilement, tout cela contribuant à ne pas attirer l'attention du public et ne pas le motiver pour écouter". Vous, votre message et votre public méritent beaucoup plus.

Faites un [discours d'ouverture percutant](#). Investissez dans la pensée, le temps et l'effort pour créer et mémoriser "la partie la plus importante du travail". Par exemple, racontez une histoire pertinente et intéressante, présentez une statistique étonnante ou posez une question qui suscite la réflexion.

- **10. Terminer avec des questions-réponses**

Il y a de grandes chances pour que vous ayez entendu un orateur terminer une présentation par ailleurs efficace par un abrupt "Voilà, avez-vous des questions ?". "Pour le public, c'est un feu d'artifice, termine Darlene Price. Le bouquet final est votre dernière chance de renforcer vos points clé, d'assurer l'élégance mémorable de votre message et de motiver le public pour être acteur. Évitez la mauvaise habitude de terminer sur un série de questions-réponses qui risque de clôturer votre présentation sur un sujet de détail".

C'est bien d'inviter le public à faire des commentaires et à poser des questions. **Toutefois, soyez sûrs de terminer en position de force.** "Créez une fin qui se terminera en 3 parties efficaces dans lesquelles vous exposerez un résumé fort. Ayez pour habitude de dire en dernier ce que vous voulez que le public retienne le plus", conclut-elle.