



Diaporama pour convaincre des investisseurs: conseils et méthodes de réalisation

Module B4

EPITECH- Ecrits professionnels

Semestre 4 des TEK2

Encadrement pédagogique :

Juliette GIBERT

juliette.gibert@epitech.eu


Diaporama : c'est quoi ?

- **Diaporama** : support de présentation d'un **orateur**
- sur un **sujet donné**
- devant un **public précis**
- à une **occasion précise**
- pour une présentation d'une **durée** fixée à l'avance
- Support = **complémentarité** message oral et support vu
- **Equilibre** présentation de l'orateur/présentation visuelle/sonore du diaporama
- **Diaporama** : travaillé sur le fond et sur la forme visuelle



Diaporama: exemples d'utilisation

- Soutenance d'un projet pour l'école
- Communication lors d'une conférence
- Présentation des nouveautés d'un logiciel à un client
- Présentation d'un projet devant des collaborateurs
- Présentation d'un plan d'affaire devant des investisseurs
- Bilan d'un projet devant ses supérieurs
- Présentation de la stratégie de l'entreprise
- Présentation de l'entreprise à des visiteurs
- Cours pour des étudiants
- etc.



Diaporama pour ce projet: « Diaporama à 1 million de dollars »

- Vous avez créé un bon produit
- Vous en êtes certain
- Vous voulez lancer votre produit sur le marché ou développer d'autres services
- Vous avez besoin d'argent : 1 million de dollars
- Vous allez devoir **convaincre des investisseurs => diaporama**

Diaporama: ce que vous devez savoir

Travail sur 3 axes complémentaires :


- 1) **Contenu: ciblé, argumenté, crédible**
- 2) **Contenant** (support ppt ou pptx) **professionnel**, cohérent avec votre image, clair, soigné
- 3) **Contenu et contenant vérifiés** : temps, aspect visuel, fautes, erreurs de chiffres, mots mal orthographiés => sinon décrédibilisant

Diaporama ciblé

- Qu'est-ce qui va assurer l'efficacité de votre diaporama ciblé ?



1. Ciblé: répond exactement au besoin (le vôtre et celui de votre public)
2. Contenu spécialement adapté par vous à ce public
3. Déroulement et contenu clair
4. Temps de présentation tenu
5. Esthétique /Lisible
6. Vérifié (qualité pro)



Contenu: ciblé

Diaporama ciblé

- Pour parler du même sujet, ou du même projet: **un diaporama par type de public, d'occasion, de besoin**




- **Savoir à qui s'adresse ce diaporama** : influe sur le contenu et le style
- **A quelle occasion il est présenté** (contexte, thématique) : influe sur le contenu et le style.
- **Pour faire quoi** = quel est son rôle ? Influe sur le contenu et le style



Diaporama : durée adaptée

- **Quel est le temps de communication imparti ?**
5,10,25,30 minutes ou + ?
- Influe sur le contenu et le **nombre de diapositives**
- Testez votre diaporama : vérifiez si vous tenez le timing
- Evitez la situation où vous seriez interrompu avant la fin si vous avez mal calculé le temps de présentation.



Diaporama ciblé: adapté au public


Publics différents → adaptation car besoins/attentes différents :

- ✓ Pairs, collègues, développeurs
- ✓ Autorité, directeur, chef
- ✓ Clients, entreprises extérieures
- ✓ Investisseurs
- ✓ Lycéens, étudiants
- ✓ Grand public



Fil directeur public + objectif

- ✓ **Sélection des données** en fonction du public et du but de votre présentation
- ✓ Le projet que vous allez réaliser pour ce module s'adresse à des investisseurs potentiels.
- ✓ Vous voulez les convaincre d'investir 1 million de dollars dans votre entreprise ou dans le développement de votre produit
- ✓ **Question clé pour le projet de ce module:** de quelles informations les investisseurs ont-ils besoin pour prendre leur décision de vous financer ?



Rappel pour ce projet

- Vous avez créé un bon produit
- Vous en êtes certain
- Vous voulez lancer votre produit sur le marché ou développer d'autres services
- Vous avez besoin d'argent : 1 million de dollars
- Vous allez devoir convaincre des investisseurs


Diaporama pour décrocher 1 million de dollars

- Avoir une bonne idée ou un bon produit :
insuffisant pour convaincre des investisseurs



Ciblez votre diaporama

- A votre avis, qu'est-ce qui intéresse les investisseurs ?
- Et donc, sur quel fil directeur allez-vous bâtir le contenu votre diaporama ciblé pour eux ?



Cibler le contenu pour les investisseurs: Prouvez que votre produit va rapporter



Ce n'est pas la technologie mais la valeur de votre produit qui importe

- Valeur = argent, bénéfices, profits, ce qu'il peut rapporter
- Un investisseur veut obtenir un retour sur investissement

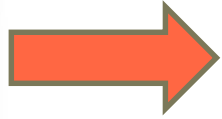
Cibler le contenu pour les investisseurs: Prouvez que votre produit va rapporter



Son raisonnement: comment vais-je gagner de l'argent avec l'argent que je vais vous apporter ?

- Si vous montrez de manière crédible que vous allez gagner de l'argent, alors vous avez des chances de l'intéresser
- Comment comptez-vous vous y prendre pour réussir et prospérer ?
- Tout votre diaporama doit tenir compte de cette réalité

Prouvez que votre produit répond à un manque/besoin



Il y a un problème, un manque, un besoin que vous avez identifié

- Votre produit est la solution à ce problème
- **Produit: pas ses fonctionnalités** mais bénéfices/apports pour les clients
- Montrez qu'il y a besoin et un marché pour ce produit
- Montrez qu'il y a des clients qui vont l'acheter :
- Qui sont ces clients potentiels ? Pourquoi eux ? Pourquoi vont-ils acheter ? Sur quels éléments concrets vous appuyez-vous pour dire cela ?




Situez votre produit parmi les autres

- Tendances du marché ?
- Qui sont vos concurrents ?
- Leur chiffre d'affaires ?
- Quelle est votre particularité ? Votre avantage compétitif ?




Que faites-vous que les autres ne font pas ?




Crédibilité de l'équipe managériale

- Qui êtes-vous ?
- Quelle est votre organisation ?
- Quels sont vos savoir-faire ?
- Votre expertise ? Votre expérience ?
- Vos équipiers ?
- En quoi cette équipe est-elle qualifiée pour réussir ?



Vos points d'appui et votre stratégie

- Comment comptez-vous vous y prendre pour réussir ? Rentabiliser ?
- Votre modèle économique ?
- Vos techniques de vente ?
- Vos points d'appui: brevets, partenaires, références, récompenses, etc.




Contenu argumenté: preuves à l'appui

- Vos arguments doivent être clairs et crédibles pour être convaincants
- Données concrètes datées et avec leur source:
 - Chiffres
 - Graphiques
 - Etudes de marché
 - Résultats d'enquêtes et de tests
 - Noms de partenaires

Diaporama: structure ciblée

La page-titre

- **5 éléments** à incorporer
 - **Titre explicite** lié à l'objectif, le public, le contexte
 - Le nom du produit ne suffit pas !
 - **Identifiants** =
 - Emetteur** : - nom de l'entreprise, de l'école, de l'organisme, de la direction ou du service) + logo
 - nom et fonction du présentateur
- Date de la présentation**
- Nom de l'évènement où est présenté le diaporama**
- Lieu de l'évènement** (ville et pays si besoin)



Style/langage/ton

- Simple
- Clair et compréhensible pour votre public
- Direct
- Concis
- Confiant sans céder à l'exagération

La page-titre: faites l'expérience

- Recherchez sur internet des diaporamas sur un thème qui vous intéresse : tapez le mot-clé et ajoutez dans le champ de recherche : filetype:ppt (sur Google)
- Vous pouvez également faire cette expérience en relisant un diaporama que vous avez créé, par exemple pour une soutenance de projet à EPITECH.
- La page-titre des diaporamas que vous avez trouvés est-elle explicite?
- Sait-on de quoi le diaporama va parler ?
- Sait-on qui en est l'auteur/présentateur ? Sa fonction ?
- Au nom de quel organisme il s'exprime?
- Sait-on à quelle occasion son diaporama est présenté ?
- Sait-on à quelle date ?

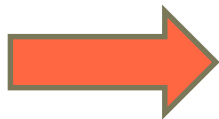
La page-titre: faisons l'expérience

Cette page-titre est-elle explicite, ciblée et correctement identifiée ?



Diaporama: l'accroche ciblée

- Votre diaporama doit immédiatement convaincre l'auditoire
- Commencer fort et cibler (accrocher l'auditoire)
- Bien connaître les attentes du public visé (essentiel)
- Commencer par décrire le fonctionnement de votre produit ?

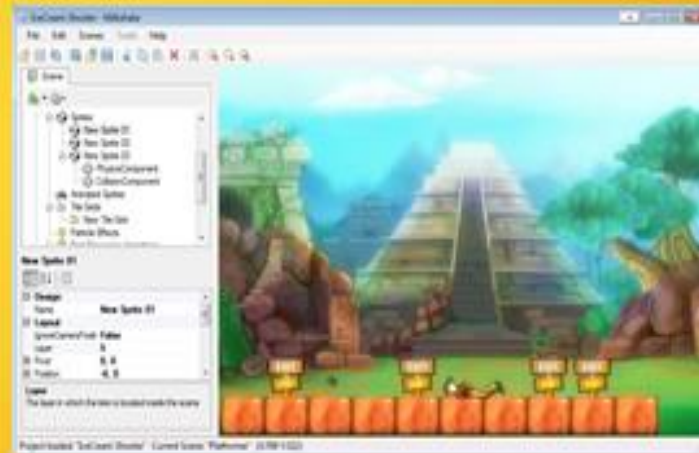


Sûrement pas pour convaincre des investisseurs

Diaporama: accroche ratée

Créez vos jeux Xna en Clic

Mettez vos images sur l'écrans d'éditeurs et définissez par vous même les zones de collision.



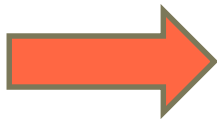
Diaporama: accroche réussie

- Exemple: Pour présenter un projet de fast food bio:

-Le boom du Bio en France

- Le marché florissant du Fast-Food

- Le désert du Fast-food bio en France

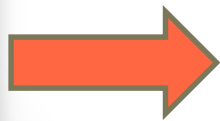


**Manque auquel répond le produit : explicite
Intérêt du projet immédiatement compris**

Source de la présentation: www.jeromeadam.com/upload/.../Fresh%20and%20bio.ppt

Diaporama : accroche réussie

- *Exemple issu d'un diaporama d'étudiants d'EPITECH*
- **200.000 médecins en France**
- **Besoin d'écrire tous les jours des rapports médicaux**
- **Ecrire ces rapports prend beaucoup de temps**
- **Employer des secrétaires est coûteux**



Notre service apporte la solution aux médecins


Diaporama: corps

- Développer selon la trajectoire spécialement conçue pour ce public, cet objectif, ce contexte.
- Articulée par les notions majeures déjà déterminées.
- Argumentation : vos interlocuteurs doivent être convaincus (vos ressources pour argumenter (cf cours 1 du module)).
- Ne perdez pas de vue l'enjeu : vous voulez obtenir quelque chose (financement) et votre diaporama supporte cet objectif du début à la fin.

Diaporama: fin

Dernière diapositive:

- Pas de diapo: « *des questions ?* » mais un message fort.
- Synthétique : tout ce qui compte dans une seule diapo.
- Reprendre les informations que l'auditoire doit retenir et emporter chez lui.
- N'oubliez pas : vous parlez pendant que cette dernière diapositive reste affichée.



Erreurs à éviter sur le contenu:

- Confondre investisseurs et clients
- Parler des fonctionnalités du produit (technique)
- Arguments creux : «*révolutionnaire*», «*croissance exponentielle*»
- Ne pas prouver ce que vous dites avec des chiffres
- Gonfler les chiffres
- Ignorer la concurrence / les menaces sur votre affaire
- Faire comme si votre produit allait être rentable tout de suite et pour toujours



Diaporama: la forme



Diaporama: esthétique et lisible

- **Diaporama : fait pour être vu (en même temps que vous parlez), sinon pourquoi réaliser un diaporama?**
- **Reflète votre professionnalisme**
- **Qualités esthétiques: lisibilité**
- **Soignez la présentation !**

Diaporama: esthétique et lisible

Qualité du diaporama = clarté, lisibilité, agréable à regarder

- Propre, clair
- Rapport texte/fond équilibré et léger
- Police de caractères (taille et type)
- Fond (forme et couleur)
- Repérage (titres de rubriques/de diapos)
- Déroulement (monobloc ou animation)
- Illustrations (positionnement dans la diapo)

Expérience: lisibilité

- La diapositive de la page suivante est-elle esthétique?
- Est-elle lisible?
- Que faut-il faire à votre avis pour en améliorer la qualité ?

Source: diapositive issue d'un diaporama trouvé en 2008 sur le web.

NB: la diapositive n'engage pas l'entreprise dont il est question, elle a été réalisée par un étudiant.

Une stratégie désormais axée sur le monde amateur

- Contrat avec la FFF renouvelé jusqu'en 2010
- Programme « collectif foot, on parle tous football » axé sur les amateurs
- Depuis 1999, Coca offre des équipements à 11000 club et a permis à 1000 jeunes d'entrer sur la pelouse avec des joueurs de l'équipe de France le soir des matches
- Depuis 2007, charte « on parle tous football » qui prône un football fair-play et respectueux (700 clubs réalisent un protocole lors des matches)
- Partenaire depuis 2008 de la chaine de TV « Exercice TV »



Diaporama: travail sur la forme

- **Ne chargez pas les diapositives**
- Limitez-en le nombre
- Installez des repères (titre sur chaque dia)
- Organisation de la page (puces, gras, retrait, couleurs)
- Soignez l'apparence de votre diaporama
- Regardez des exemples de diaporamas pour détecter les erreurs
- Ne pas les reproduire dans vos propres présentations




Diaporama: travail sur la forme

- ✓ Phrases courtes faciles à lire.
- ✓ Plutôt notions que phrases entières.
- ✓ Listes à puces.



Diaporama: vérifications



Diaporama: qualité phrases et orthographe

- ✓ Tout document professionnel répond à des critères de qualité.
- ✓ Orthographe et syntaxe impérativement vérifiées.



Diaporama: finalisation

- Vérifiez chaque page
- Testez votre diaporama avant le jour J !

Diaporama: vérifications

- **Page titre:** identifiée ? Dédicée à cette présentation ?
- **Accroche:** vous jouez tout sur la première diapo (contenu): contenu de cette dia convaincant ?
- **Argumentation:** manque comblé par votre produit clair ? Arguments du diaporama crédibles ?
- **Diapositives:** lisibles ? Lisibles au fond de la salle ? Pas surchargées ? Mise en page claire ?
- Graphiques/tableaux/fléchage/légendes : clair ?
- **Orthographe/syntaxe:** vérifiées ?