

# MUTUAL HACK<>

BY MAE

## PITCH



تعاونية التأمين للتعليم  
Mutuelle Assurance de l'Enseignement



# Quelles sont les caractéristiques d'un pitch Deck ?

- Objectif : Présenter le projet et valoriser ses principaux atouts
- Présentation claire, succincte et convaincante
- Eviter les termes techniques et les généralités
- Le pitchdeck est un support, il n'est pas là pour vous remplacer !!

# Les 4 piliers du Pitch

**1) Soyez clairs**

**2) Soyez précis**

**3) Soyez concis**

**4) Soyez humble**

# INTRODUCTION

Looking for the WOW

Basé sur le  
storytelling

Choquer l'auditoire :  
chiffre ou fait

30 secondes à  
1 minute : C'est le  
temps que vous avez  
pour capter l'attention

# PROBLÉMATIQUE

**Identification du problème et des personnes qui le rencontrent**

**Causes de ce problème**

**Quelles sont les conséquences de ce problème?**

# CIBLE

- Identification des Persona et de leurs frustrations :



**Chaque persona est défini par un ensemble de caractéristiques socio-démographiques, psychologiques** (centres d'intérêt, manières de penser...), de besoins, de motivations, d'attentes, de comportements et d'objectifs. Vos personas représentent les différents types de clients cibles de votre entreprise.

# Solution & value proposition

Le slide « solution » doit répondre à « Problématique »

Présentez les grandes lignes

Présentez les différentes fonctionnalités  
de votre solution

Placez la maquette de votre solution si vous  
en avez

Eviter les détails techniques inutiles

# Solution & value proposition

Elle doit montrer en une seule phrase votre vision, le produit ou le service que vous proposez et la stratégie à adopter.



**DEMO : Live, Video, GIF.....**

# **Secret Sauce: Innovation & avantage compétitif**

**Comment je me démarque de ma  
concurrence.**



# Revenue Model

Comment allez-vous générer des revenus ?

PACK DÉCOUVERTE	PACK CHALLENGE	PACK HÉRO	PACK CHAMPION
<b>DT155</b> PAR SEMAINE	<b>DT260</b> PAR SEMAINE	<b>DT615</b> PAR MOIS	<b>DT910</b> PAR MOIS
5 jours	5 jours	20 jours	2 Repas /j
1 repas /jour	2 repas /jour	1 repas /jour	2 collation /jour
1 collation /jour	2 collation /jour	1 collation /jour	1 boisson gratuite /jour
1 boisson gratuite /jour	1 boisson gratuite /jour	1 boisson gratuite /jour	<b>weekend optionnel</b>
weekend optionnel	weekend optionnel	weekend optionnel	
<a href="#">AJOUTER AU PANIER</a>			



# Les erreurs à éviter

- Ne pas soigner la présentation visuellement
- Bâcler la préparation
- Faire trop long et tout détailler
- Etre très technique
- Charger les slides
- Lire sa présentation
- Parler longtemps et vite
- Dire du mal de la concurrence



# Astuces

helpful  
tips

- Un seul sujet par diapo
- Ne pas surcharger les slides avec du textes et soigner visuellement
- Utiliser des icônes dans les diapos
- Illustrer avec des graphiques, tableaux etc.
- Toujours mentionner le nom de son produit / Startup

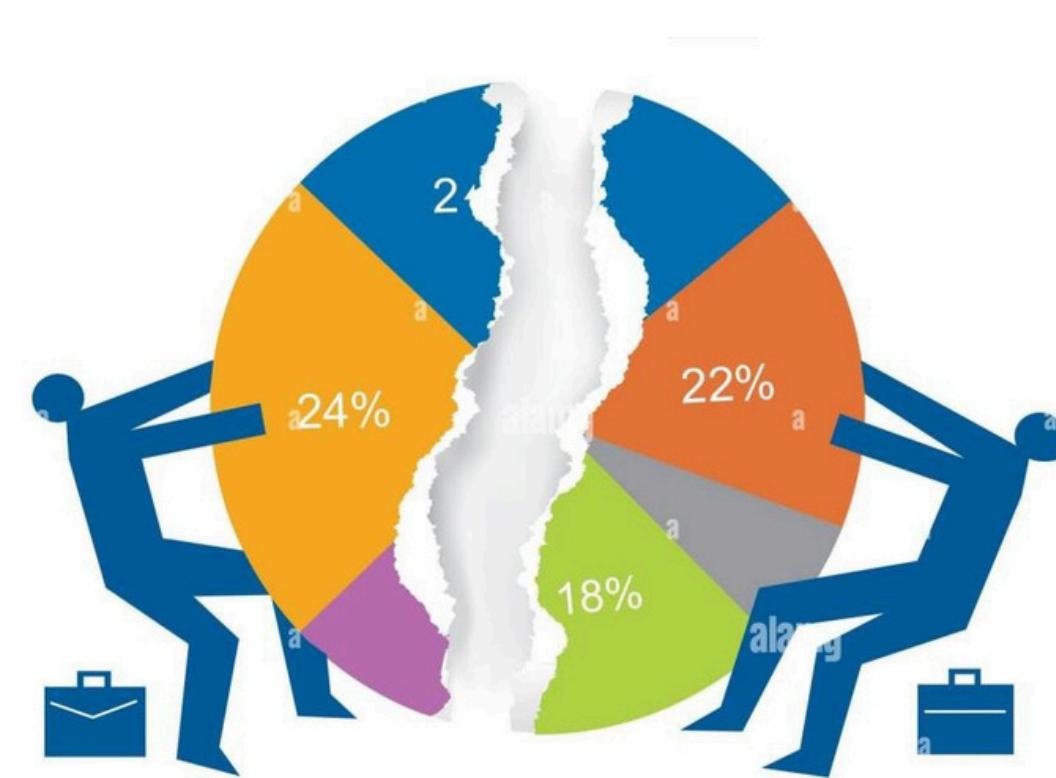
# Conclusion

- Terminez votre Pitch avec une phrase de conclusion qui marque.  
La fin du pitch, c'est un peu comme la dernière note d'un concert. C'est le clou du spectacle, l'impression sur laquelle tout le monde va rester.
- Ouvrir vers la suite du projet



# Target Market Size

- Quelle est la taille de mon marché ? Combien de personnes seront touchées ?
- Combien pèse ce marché ?
- Comment peut-il évoluer et est-il en perpétuelle croissance ?



# Competition

AVANTAGES CONCURRENTIELS			
Nike	adidas	asics	puma
<b>LES +</b>	<b>LES +</b>	<b>LES +</b>	<b>LES +</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> </ul>
<b>LES -</b>	<b>LES -</b>	<b>LES -</b>	<b>LES -</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur</li> </ul>

Rapidity	Low cost	Easy to use	Security
✗	✗	✗	✗
✗	✓	✓	✓
✓		✗	✓
✓		✗	✓
✓	✓	✗	✓
✓	✓	✓	✓

Logos of companies: GREENDRY, AgroPalms Machinery, WAKAN TECH, BLUE WHITE ROBOTICS, CODE | Three Fourteen, DroeBee.

# Sales & Marketing Plan

- Expliquez votre Go to Market Strategy
- Mentionner les canaux de distribution et de communication que vous utilisez pour toucher votre cible



# THE TEAM

Mettez en valeur chaque membre de votre équipe en évoquant leurs domaines d'expertise et leurs succès



**THE  
MANAGER**



**THE EXPERT**



**THE SALES  
GUY**

# Realisation & Progress

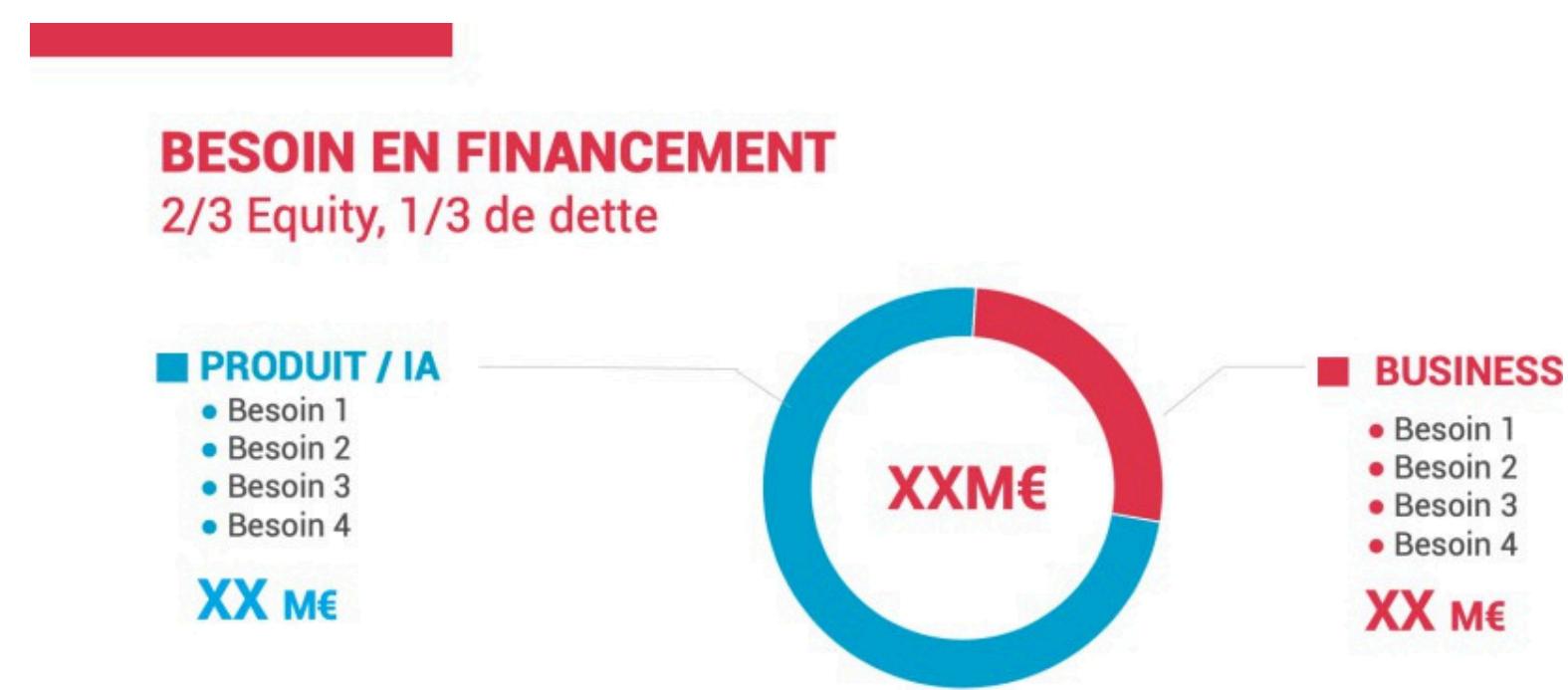
- Exposez clairement le planning et les dates clés.
- Partagez les réalisations de votre startup ainsi que les objectifs que vous vous êtes fixés.



# Financial Needs

Parlez des fonds dont vous avez besoin

- Expliquez comment vous allez utiliser l'argent car l'investisseur doit savoir pourquoi vous avez besoin d'une telle somme. Soyez réaliste.
- Si vous avez des investisseurs mentionnez les.



# Merci pour votre attention



مَعَوْنَةِ التَّأْمِينِ لِلتَّعْلِيمِ  
Mutuelle Assurance de l'Enseignement



**Template vide**

# INTRODUCTION

# PROBLÉMATIQUE

# CIBLE

# Solution & value proposition

# Revenue Model

# Target Market Size

# Competition

# Sales & Marketing Plan

# THE TEAM

# Realisation & Progress

# Financial Needs

# Conclusion