



J'OUVRE
MA BOÎTE

Christine MORLET
Véronique LEROY

PITCHEZ!



Soyez percutant
en 7 secondes

DUNOD

« J'ouvre ma boîte » est une collection créée en partenariat avec le Salon des micro-entreprises et Place des réseaux, le web magazine des entrepreneurs en réseau.

Illustrations : © Laetitia Pons

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du

droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2018

ISBN : 978-2-10-078114-0

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2^o et 3^o a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Remerciements

Merci à toutes les belles rencontres qui m'ont permis d'apprendre tout ce que je sais sur le pitch depuis mon voyage aux USA en août 2008, où j'en ai entendu parler pour la première fois. Merci à Vincent Froehlicher, Directeur Général de l'Adira (Agence de Développement d'Alsace), d'où je suis originaire, sans qui je n'aurais pu donner ma première conférence sur le pitch, début d'une longue série d'évangélisation des entrepreneurs sur le sujet! Merci à mon conjoint, Didier, qui nous a activement soutenues. Merci à mes enfants, Dorian et Manon et à mes parents, Emilienne et Charly pour leur affection sans faille.

Christine Morlet


Merci à mes proches pour leur affection et leur soutien. Ils sont toujours là, je sais que je peux compter sur eux et inversement. Mes parents (Josée et Robert), mon compagnon (Jean-Philippe), mes enfants (Justine et Tom). Merci également à ma co-auteure, Christine Morlet, qui m'a beaucoup transmis en 7 ans de collaboration.

Véronique Leroy

Merci aux experts et aux entrepreneurs interviewés. Ils amènent de la vie, de la pertinence et des exemples à ce livre.

Dans l'ordre d'apparition :

Pour les avis d'experts : Laurent Storch, Isabelle Loire, Guillaume Rivas, Gilles Traverso, Stéphane Blum, Franck Rocca, Åsa Rydhard,



Alix de Bressy de Guast, Bertrand Bigay, Corinne Auquinet, Will Kintish, Sébastien Lapeyre, Bernard Sembeilles, Mireille Mansuy, Elisabeth Grimaud, Corinne Bonnefis-Fraivre, Mylène Lavalie, Alain Bozetti, Brigitte Kessel.

Pour les témoignages : Céline Borriglion, Alexandra Perrin, Fabrice Jean Jean, Luc Boisnard, François Leleu, Fanny Walter, Vincent Bruneau, François Mary, Valérie Tamman, Virginie Delalande, Sophie Astrid Harel, Michaela Merk, Christophe Marie, Les SoulFlyers : Fred Fugen et Vincent Reffet, Anna Elviro, Mylène Lavalie, Gilles Traverso.

Pour leur pitch en exemple : François Mary, Vincent Bruneau, Alexandra Perrin, Irène Saunier, Fanny Walter, Sophie Astrid Harel,

Merci à Pauline Monclin, notre éditrice, pour sa confiance.

Merci à nos premiers relecteurs et conjoints Jean-Philippe Maquard et Didier Morlet. Un merci spécial à Laurent Storch pour sa relecture pointue.

Merci à tous nos clients qui nous permettent de progresser tous les jours.

Merci à vous, chers lecteurs. Nous avons pensé à vous à chaque chapitre de ce livre. Nous nous sommes demandées : que souhaiteraient-ils découvrir dans cet ouvrage ? Que souhaitons-nous qu'ils retiennent, qu'ils ressentent et qu'ils mettent en œuvre après l'avoir lu ?

Sommaire

REMERCIEMENTS	3
AVANT-PROPOS	8
1 QU'EST-CE QUE LE PITCH ?	9
Les origines du pitch	11
Un pitch, c'est quoi ?	13
À quel moment un pitch est-il utile ?	14
Pourquoi avoir un pitch est-il utile ?	18
Il ne s'agit pas de vous	20
2 LE PROFIL PERSONNEL ET LE PITCH	25
Comprendre les différents profils et leur mode de communication	30
Travaillez votre image personnelle	44
3 LA STRUCTURE D'UN BON PITCH	51
Les 7 questions à se poser avant d'écrire son pitch	52
Savoir adapter son pitch au public cible	56
Définir le message	56
Les types d'accroche	58
Structurer le message : les 5 étapes du pitch	60
Les deux options possibles	74
Les neuf qualités d'un pitch	76
Le pitch très impactant en 30 secondes	78
Le pitch de 7 secondes	79
Rédigez votre pitch	81

4	QUEL PITCH POUR QUELLE SITUATION ?	85
	Le pitch classique	87
	Le pitch pour les investisseurs	90
	Le pitch pour les banques	94
	Le pitch lors d'un dîner	95
	Le pitch lors d'une soirée Network	98
	Le pitch sur les réseaux sociaux	102
	Le pitch sur votre site Internet	104
	Le pitch par mail	106
	Le pitch par téléphone	107
	Les 6 étapes de cette technique	108
	Le pitch d'un projet	109
5	LE STORYTELLING : CONTER SON HISTOIRE POUR CONVAINCRE	115
	Les incontournables du storytelling	118
	Les étapes d'un storytelling réussi	119
	Faire son pitch en utilisant le storytelling	122
	Le pouvoir des émotions : comment les mettre à profit ?	123
	Apprivoiser ses émotions	129
6	LE PITCH EN ACTION	135
	Préparez-vous	136
	Le pouvoir du sourire	138
	Message – Objectif – Intention	141
	Votre arrivée dans un lieu : savoir analyser les groupes	142
	Le langage du corps et votre voix	147
	La synchronisation	156
	La calibration	160
	L'écoute	162
	Votre pitch avec un support visuel	163
	Et l'humour dans tout ça ?	166
	Répéter, répéter, répéter	166
7	ADAPTEZ VOTRE LOOK ET VOTRE STYLE	169
	L'habit ne fait pas le moine mais il permet d'entrer au couvent	170
	Les principes de base	171
	L'utilisation des couleurs	175

8	MODÈLES PRÊTS À L'EMPLOI	181
	Modèle 1 : le pitch classique	182
	Modèle n° 2 : le pitch storytelling	183
	Modèle n° 3 : le pitch pour lever des fonds (5 à 6 <i>slides</i> maximum)	185
	Modèle n° 4 : le pitch vidéo	185
	RESSOURCES	187
	BIBLIOGRAPHIE	189

Avant-propos

La première définition du pitch dans le dictionnaire Larousse est : « *Bref résumé accrocheur destiné à promouvoir un film, un livre, etc. Exemple : Faire le pitch d'un roman...* ».

Aujourd'hui, alors que trop de communication tue la communication, la technique du pitch est devenue incontournable, justement parce que nous sommes sollicités par des messages de toute part et que nous n'avons plus le temps de les intégrer. La nouvelle mode est même de faire un pitch vidéo, sachant qu'il aura bien plus de chance d'être vu qu'un pitch écrit.

La seconde définition du pitch selon le dictionnaire Larousse : « *Au golf, balle restant sur place après l'impact...* ».

C'est exactement l'effet recherché pour un bon pitch ; atteindre votre auditeur afin qu'il soit impacté et qu'il conserve votre message dans sa mémoire !

Vous l'avez compris, pour un bon pitch, le *trop* est l'ennemi absolu du *bien*. Quels que soient les publics auxquels vous allez présenter votre pitch, il devra être original, impactant et surtout mémorable !

Le pitch de cet ouvrage devrait vous convaincre de le lire jusqu'au bout : *Pitchez!* aide toutes les personnes qui s'enlisent dans les détails et qui ont du mal à aller à l'essentiel, il leur permettra de devenir mémorable de quelques secondes à quelques minutes, sans oublier l'essentiel !

Nous vous souhaitons plein de belles réussites avec vos pitches. Puisse ce livre vous accompagner avec efficacité et vous aider à atteindre vos objectifs personnels et professionnels.