

RÉSULTAT DU PROJET 2 :

Boîte à outils d'apprentissage en ligne pour l'entrepreneuriat vert et social

Module 7

Le pitching : comment présenter des idées



Développé par

Associé 6, **Asociatia ARESEL**, ROUMANIE



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui n'engage que ses auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient.

NUMÉRO DE PROJET - 2021-1-EL02-KA220-YOU-000029015



Module 7 - Présentation : comment présenter vos idées ?

Objectif du module :	<p>Ce module vise à fournir aux apprenants les principales informations relatives aux techniques de présentation qui pourraient être utilisées pour promouvoir leurs idées commerciales, rechercher des investisseurs ou convaincre des clients ou des partenaires potentiels de soutenir l'idée commerciale du nouvel entrepreneur.</p> <p>Dans un cas comme dans l'autre, le "pitching efficace" est une compétence commerciale essentielle. La capacité à capter l'attention d'un public et à présenter un argumentaire convaincant auquel les décideurs diront "oui" est essentielle à la réussite personnelle et organisationnelle. Ce module examine les éléments clés de la conception d'un pitch et comment présenter vos arguments de manière claire et concise.</p> <p>Nous ne savons jamais quand nous aurons l'occasion de pitcher pour un investisseur ni combien de temps nous aurons pour le convaincre. C'est pourquoi les entrepreneurs doivent toujours avoir préparé plusieurs pitches de durée différente : un bref elevator pitch de 1 à 2 minutes, un pitch de 10 minutes et un pitch de 40 minutes. Nous allons fournir quelques informations pour apprendre aux apprenants à présenter efficacement, dans toutes les situations possibles, leur idée d'entreprise grâce à des méthodes de pitch. En fait, il existe trois principaux types de pitches auxquels vous devez vous préparer : le elevator pitch, le short form pitch et le long form pitch.</p> <p>Ce module a pour but d'améliorer les compétences des apprenants en matière de présentation et de fournir un retour constructif pour s'assurer que les présentations sont effectuées de la manière la plus efficace possible. A la fin, il est demandé aux participants de préparer efficacement un pitch pour promouvoir leur idée d'entreprise à des tiers extérieurs.</p>
Objectifs d'apprentissage :	<p>Les objectifs d'apprentissage de ce module sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">● Identifier et adapter les techniques de présentation pour répondre aux besoins et aux exigences des clients.● Améliorer la prise de conscience des forces et des faiblesses du style de présentation.● Gagner du temps dans la planification et l'élaboration d'argumentaires/présentations précis, ciblés et efficaces.● Faire en sorte que les apprenants soient plus conscients de ce qui se passe lorsqu'un lancer, sa mécanique.● Adaptez l'argumentaire en fonction de la durée et de la profondeur de la relation avec le client.● Articuler le message du nouvel entrepreneur spécifiquement aux besoins du client/partenaire/investisseur.● Comprendre le langage corporel des participants et des clients.● Traiter efficacement les objections des clients, éviter les impasses et avoir des conversations percutantes.
Résultats de l'apprentissage :	<p>A la fin de ce module, l'apprenant devrait être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none">● <u>Assurer un suivi efficace d'une présentation, afin de passer à l'étape suivante.</u>● Comprendre comment ajouter des crédits à soi-même.● Acquérir de la confiance en soi lors des présentations.● Maîtriser les procédés rhétoriques (rendre le message mémorable).● Améliorer les présentations - comment "ouvrir" le discours.● Obtenir des informations sur les conclusions efficaces - comment "clôre" le discours.
Contenu :	<p>Introduction</p> <p>SUJET 1 - Le pitching en un coup d'œil : un aperçu général</p> <ol style="list-style-type: none">1.1. Distinguer les présentations selon leur objectif ;1.2. Qu'est-ce qu'un Elevator Pitch et comment est-il structuré ;1.3. Apprenez différents styles de présentation qui correspondent au vôtre et qui peuvent vous inspirer ;1.4. Quelques étapes à suivre pour une présentation efficace ;1.5. Les grandes lignes d'une présentation efficace ;1.6. Diapositive par diapositive, comment structurer chaque étape en termes de graphisme, de contenus et d'exposition. <p>Questions de réflexion (3 questions)</p>





SUJET 2 - Préparer le terrain

- 2.1. Aspects liés au contenu : quels sont les concepts à privilégier ;
- 2.2. Aspects de présentation : comment présenter ces concepts ;
- 2.3. Téléchargez un modèle efficace ;
- 2.4. Recherche sur les antécédents du public / des personnes clés ;
- 2.5. Se préparer aux objections anticipées ;
- 2.6. Comprendre les exigences de l'auditoire et en faire un miroir ;
- 2.7. Planifiez votre pitch en trois variantes : une version de cinq secondes, une de 30 secondes et une de cinq minutes.

Questions de réflexion (3 questions)

SUJET 3 - Pendant le lancement

- 2.1. Vue d'ensemble de la manière de commencer, de diriger, de conduire et de maintenir le contrôle pendant un lancer.
- 2.2. Les erreurs à éviter pour ne pas perdre l'attention de l'investisseur
- 2.3. L'importance du langage corporel, du ton de la voix et des signes non verbaux et la manière d'interagir pendant le pitch.
- 2.4. Comprendre les aspects culturels / les différents emplacements pour les différentes géographies
- 2.5. Maîtriser les objections à une situation gagnant-gagnant
- 2.6. Exercice de traitement des objections / jeu de rôle - pratique

Questions de réflexion (3 questions)

Études de cas - Exemples d'Elevator Pitch

- <https://tagsoft.co/4-good-elevator-pitch-examples-for-business-and-startups/>
- <https://articles.bplans.com/the-7-key-components-of-a-perfect-elevator-pitch/>
- <https://www.clearvoice.com/blog/entrepreneur-elevator-pitch-examples/>

Activités (3 activités)

- Préparez-vous dans tous les détails et exercez votre argumentaire par des conversations percutantes ;
- Montrez / discutez en petits groupes de leur présentation vidéo préparée à l'avance ;
- Jeu de rôle - Présenter votre argumentaire : au cours de cette session, les participants répéteront leur argumentaire en tenant compte du retour d'information qu'ils ont reçu lors de précédents argumentaires afin de garantir une présentation plus percutante.
- Rejoignez une communauté de startups qui se consacre au lancement d'idées commerciales.

Autres lectures (liste de matériel supplémentaire)

- Un mini-guide pour présenter le site <https://concept.uwaterloo.ca/40727/>
- Comment présenter efficacement une idée commerciale <https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea>
- Comment faire un "elevator pitch" (avec des exemples) <https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-give-an-elevator-pitch-examples>
- Comment présenter une idée en 6 étapes <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/idea-pitch>
- Le "elevator pitch" (vidéo, 7 minutes) <https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eQais%20>
- Comment réaliser un pitch deck (vidéo, 8 minutes) <https://www.youtube.com/watch?v=WHDqvBugpVv>
- L'elevator pitch d'une start-up : exemples pour les entrepreneurs <https://york.ie/blog/startup-elevator-pitch-examples-for-entrepreneurs/>
- Diapositives à inclure dans votre pitch deck <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>
- Comment présenter aux investisseurs en 10 minutes et obtenir un financement <https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/>
- Présentez vos idées de start-ups technologiques <https://www.neoito.com/blog/pitch-your-tech-startup-ideas/>

Quiz (10 choix multiples)





	<p>Références</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.amazon.co.uk/dp/0071752854?linkCode=gs2&tag=uuid07-21 • https://www.amazon.in/Art-Pitch-Persuasion-Presentation-Business/dp/0230120512 • https://www.amazon.it/Pitching-Hacks-pitch-startups-investors/dp/0557235596 • https://www.amazon.co.uk/dp/9462762457?linkCode=gs2&tag=uuid07-21 • https://www.youtube.com/watch?v=H5XgrQ0pY5A • https://www.amazon.co.uk/dp/9063695292?linkCode=gs2&tag=uuid07-21 • https://www.amazon.it/Startup-presentare-convincere-investitori-finanziarla/dp/885790766X (en italien)
Temps alloué :	8 heures (un jour ouvrable)
Hashtag du module	#pitching #présentation #crédibilité #entrepreneuriat #confiance #langage du corps #analyse du marché #captivation #succès #gestion du temps

Introduction

Afin de vérifier quels matériels pertinents sont offerts au niveau national et/ou européen en relation avec le module n°7 de SOSUSK, l'Association ARESEL a commencé une recherche comparative sur la question du pitching, en sélectionnant quelques matériels de formation qui existent déjà au niveau européen sur cette question. Depuis le début du mois de juillet 2022, les chercheurs d'ARESEL impliqués dans le projet SOSUSK ont commencé à identifier au niveau européen des programmes de formation, des cours ou d'autres matériels disponibles (manuels, sites web, etc.) qui pourraient être utiles comme références pour le développement du module 7, dans le but que ce module aide et soutienne les NEETs à développer des compétences entrepreneuriales et écologiques. Nous avons commencé à chercher et à collecter quelques exemples (examen et comparaison), utiles également pour façonner la table des matières du module 7.

Pour les NEET intéressés par de nouvelles compétences entrepreneuriales, le pitching pourrait être stratégique pour la phase de promotion de l'idée d'entreprise et pour le moment où le nouvel entrepreneur cherche des partenaires, des actionnaires ou des investisseurs. C'est pourquoi la capacité, renforcée par ce module, des apprenants à délivrer un pitch efficace pourrait avoir un impact significatif sur leur réussite. Que vous essayiez de convaincre des investisseurs de vous donner une chance ou de vendre un produit à un client potentiel, vous devez être exceptionnel dans votre présentation. En fait, l'un des objectifs les plus importants de votre présentation est de faire en sorte que votre entreprise soit facile à comprendre. Deux choses se dressent sur leur chemin : leur perspective unique et toutes les idées qu'ils ont dans la mise en œuvre et le développement de leur entreprise pour l'avenir. D'une manière générale, la connaissance des techniques de présentation aidera les nouveaux entrepreneurs, les start-uppers qui s'adressent à des fonds de capital-risque, les préparatifs de conférences, les conférenciers de toutes sortes et les équipes de marketing et de vente. De bonnes compétences en matière de présentation sont cruciales pour tout le monde, surtout si vous avez une jeune entreprise ou une organisation qui cherche à croître et à se développer.

Sujet 1 - Le pitching en un coup d'œil : un aperçu général

Ce chapitre explique comment planifier, structurer et présenter un pitch deck au public. Les étudiants apprendront comment choisir leur style de présentation, sur quoi se concentrer pendant leur discours et quels éléments clés une présentation visuelle doit contenir pour attirer l'attention.

1.1 Distinguer les présentations selon leur objectif

Toni Gargan, dans un épisode de son podcast ("Presenting, Pitching & Public Speaking"), publié le 27th de janvier 2020 et intitulé "Pitching Versus Presenting", a mis l'accent sur la différence entre Presenting et Pitching.

Présentation - Le processus de présentation d'un sujet à un public, généralement par une démonstration, une introduction, une conférence ou un discours.



Un argumentaire est destiné à informer, persuader, inspirer, motiver ou susciter la bonne volonté. Une présentation peut être utilisée pour exposer des informations et vous partagez le contenu requis.

Pitching - Le pitching est généralement axé sur la vente ou la vente.

C'est un discours qui tente de persuader quelqu'un par une présentation planifiée. Il s'agit soit d'une introduction à un produit ou à un service, soit d'un développement de la description du produit et il est conçu pour réaliser des ventes du produit ou du service.

La principale différence est que présenter = informer et pitcher = vendre.

Lorsque vous faites une présentation, vous partagez des faits et des informations. Lorsque vous faites un pitch, vous partagez toujours des informations, mais avec un objectif final : vendre quelque chose.

Commencez par la finalité : quel est le résultat souhaité ? Voulez-vous que les gens prennent plaisir à écouter et à apprendre quelque chose ? Voulez-vous que les gens aient besoin de ce

dont vous avez parlé ?





Lorsque vous créez un appel à l'action, il doit être clair, les gens doivent le comprendre. Assurez-vous qu'il est concis ; si les gens savent clairement et de manière vraiment simpliste ce qu'ils doivent faire pour obtenir le résultat souhaité, ils seront plus enclins à agir. Faites simple, soyez bref et soyez clair.

En fin de compte, lorsque vous lancez un message, vous créez un besoin ou un désir.

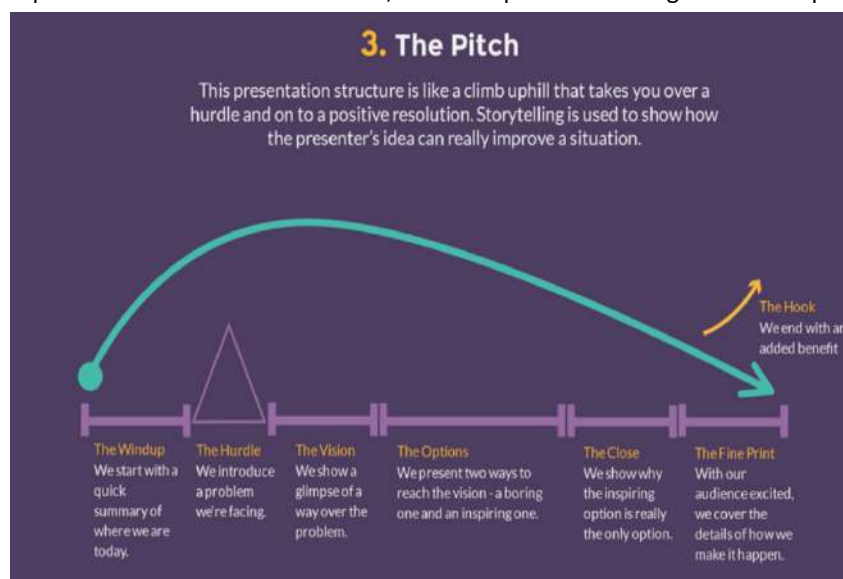
Commencez toujours en gardant à l'esprit la finalité et si vous créez un besoin, vous pouvez élégamment transformer votre présentation en argumentaire.

Types de bureaux de présentation

Selon le type de public auquel on souhaite présenter ses idées et sa vision, un autre type de présentation peut être nécessaire. Les investisseurs ont besoin d'informations différentes de celles des clients. Les cofondateurs ont besoin de détails plus approfondis que le reste de l'équipe. Les partenaires ont besoin d'être rassurés différemment des parties prenantes. Il existe donc plusieurs façons de structurer un pitch deck.

- Présentation de l'investissement
- Pitch deck marketing
- Pitch deck de compétition (par exemple, congrès)
- Présentation de l'opportunité et de la vision
- Présentation de l'équipe
- Platine de traction
- Bonus : Tweet et Elevator pitch (sans deck)
- Vision/proposition de valeur

- Types de pitch decks (en termes d'objectif) <https://www.aleberry.com/blog/what-are-the-different-types-of-decks-or-business-presentations>
- Types de pitch decks (en termes d'environnement et d'équipe) <https://theslidequest.com/blogs/news/what-are-the-types-of-pitch-decks>



1.2 Qu'est-ce qu'un Elevator Pitch et comment est-il structuré ?

Un bon "elevator pitch" ne doit pas durer plus longtemps qu'un court trajet en ascenseur de 20 à 30 secondes, d'où son nom. Il doit être intéressant, mémorable et succinct. Il doit également expliquer ce qui vous rend unique, vous ou votre organisation, produit ou idée.

- Définissez le problème et établissez un lien avec lui (le public se demande "pourquoi devrais-je m'en soucier ?").
- Décrivez votre solution
- Connaissez votre marché cible
- Décrire la concurrence (pourquoi votre produit est unique)
- Partagez qui fait partie de votre équipe.
- Inclure un résumé financier
- Montrez votre détermination en posant des jalons
- Rédiger un discours d'ascenseur <https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>

1.3 Apprenez différents styles de présentation qui correspondent au vôtre et qui peuvent vous inspirer

Pour choisir vos styles, considérez le sujet de votre présentation, tenez compte de votre public et de la manière de réaliser votre appel à l'action. Combinez différents styles pour une présentation plus efficace.

Buts des présentations :

- fournir des informations
- enseigner une compétence
- rapport sur les progrès réalisés
- vendre un produit ou un service
- prendre une décision
- la résolution d'un problème
- Comment choisir votre méthode de présentation <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-method.html>
- Types de style de présentation, comment choisir le vôtre <https://blog.hubspot.com/sales/types-of-presentation-styles>

1.4 Quelques étapes à suivre pour une présentation efficace

Conseils pour une présentation efficace

- Connaissez votre public (faites des recherches à l'avance)
- Faites un plan de ce que vous allez présenter avec 3 ou 4 points principaux : commencez fort avec une bonne histoire, puis résumez brièvement ce dont vous allez parler et pourquoi c'est utile ou pertinent pour votre public.
- Familiarisez-vous avec le lieu et l'équipement avant de faire votre présentation : considérez le sol comme une scène, détendez-vous.
- Utilisez des phrases simples : interagissez avec le public et réitérez le message principal, établissez un contact visuel.
- Utilisez des exemples pour illustrer vos idées (soyez logique)
- Entraînez-vous à votre présentation.

1.5 Les grandes lignes d'une présentation efficace

- Brise-glace : commencez sur un pied d'égalité et brisez la glace avec votre public grâce à une brève activité.
- Récit visuel
- Des images accrocheuses





- Visualisations de données
- Animations
- Simplicité
- Musique et vidéos
- Directives et conseils <https://visme.co/blog/how-to-make-a-presentation/>
- Exemples <https://slidebean.com/blog/presentation-outline-template-example>

1.6 Diapositive par diapositive, comment structurer chaque étape en termes de graphisme, de contenu et d'exposition.

- Comment structurer votre présentation : <https://www.anu.edu.au/students/academic-skills/writing-assessment/presentations/structuring-your-presentation#:~:text=Juste%20comme%20d'autres%20formes%20de,la%20signification%20de%20votre%20parole.>
- Exemples pour une présentation graphique attrayante <https://visme.co/blog/presentation-structure/>
- Quand utiliser les graphiques (exemples) <https://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-use-graphics-in-your-presentation.html>
- Gestion du temps <https://www.activepresence.com/blog/presentations-and-time-management>

Matière à réflexion

- Quels sont les éléments de base d'un Elevator Pitch ?
- Quels éléments graphiques/visuels font le succès d'une présentation ?
- Comment conclure votre discours de présentation pour qu'on se souvienne de vous ?
- Quelles étapes devez-vous suivre pour préparer un pitching efficace ?



- vous faire confiance pour faire le travail
- se rallier à votre cause

Approfondir quelques points plutôt que d'en couvrir un grand nombre brièvement.

- Mettre l'accent sur la raison pour laquelle nous voulons réaliser notre idée https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=en
- Se concentrer sur le pourquoi et le comment <https://hbr.org/2021/10/when-pitching-an-idea-should-you-focus-on-why-or-how>
- Éléments de base d'un pitch deck
 - <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>
 - <https://www.masterclass.com/articles/pitch-deck-guide>

2.2 Aspects de la présentation : comment présenter ces concepts ?

- Maintenir le contact visuel avec le public
- Utilisez des gestes pour souligner des points
- Se déplacer sur la scène
- Faites correspondre les expressions du visage avec ce que vous dites
- Réduire les habitudes nerveuses
- Respirez lentement et régulièrement
- Utilisez votre voix à bon escient
- Confiance lors de la présentation <https://blogs.lse.ac.uk/careers/2017/05/23/presenting-with-confidence-how-to-pitch/>

2.3 Télécharger un modèle efficace

- Objectifs divers
 - <https://slidesgo.com/pitch-deck>
 - <https://www.magdalena-reith.de/post/the-pitch-deck-outline-content-and-examples>
- Start-up en phase de démarrage : <https://picampus.it/the-5-slides-early-stage-startup-pitch-deck/>
 - Modèle : https://docs.google.com/presentation/d/1-YwsaklOL8LirCqPJG-r_Y6w7Do2TluUgIMqe8P0Kbk/edit#slide=id.ge4f57e8149_2_18

2.4 Recherche sur l'auditoire : les principaux antécédents individuels

L'étude d'audience vise à établir la taille, la composition et les caractéristiques d'un groupe d'individus qui sont, ou pourraient être, des clients potentiels. Il est important de noter que cette recherche porte sur les personnes et les individus qui constituent votre public cible.

Il vous permet d'être centré sur le client, plutôt que sur le produit, dans votre réflexion.

En général, trois éléments clés doivent définir un public cible : des informations géographiques (région cible) ; des informations démographiques

Sujet 2 - Préparation du terrain

Ce chapitre analyse chaque élément d'une présentation : quels sont les concepts à privilégier et comment les mettre en valeur ; ce qu'il faut savoir sur son public, comment se comporter pour capter et maintenir son attention et comment préparer et traiter les objections éventuelles. Enfin, les étudiants apprendront comment structurer tout exposé en fonction du temps disponible.

2.1 Aspects du contenu : quels concepts privilégier ?

Pour cibler votre présentation, vous devez vous en tenir à un objectif clair et unique. Le but d'un discours est de changer l'esprit ou le comportement des gens. Cela peut signifier que vous voulez qu'ils :

- approuver votre idée
- embauchez votre entreprise
- acheter votre produit ou service
- vous inviter à revenir pour en savoir plus
- être plus productif ou collaborer davantage





(caractéristiques quantifiables qui définissent votre client idéal) ; des informations psychographiques.

Déterminez votre public cible :

- analyser votre clientèle et réaliser des entretiens avec les clients
- réaliser des études de marché et identifier les tendances du secteur
- analyser les concurrents
- définir qui n'est pas votre public cible
- revoir continuellement
- Connaissez votre public à l'avance
 - <https://whitewateruniversityinnovationcenter.org/startup-success-blog/know-your-audience-before-you-pitch>
- Ce qu'il faut savoir avant d'entrer sur un marché <https://articles.bplans.com/6-things-to-consider-before-entering-a-market/>
- Trouvez votre segment de marché <https://www.uschamber.com/co/grow/marketing/finding-your-market-segment>
- Comprendre votre marché <https://www.lloydsbank.com/business/resource-centre/business-guides/understanding-your-market.html>
- Connaître son public pour un discours public <https://www.asme.org/topics-resources/content/public-speaking-know-your-audience>
- Stratégie de contenu en fonction de votre public <https://gathercontent.com/blog/understand-audience-inform-content-strategy>

2.5 Préparation aux objections anticipées

La méthode en quatre étapes pour traiter les objections est la suivante : écouter, reconnaître, reformuler et répondre. Il existe sept méthodes spécifiques pour traiter les objections dans différentes situations de vente : substitution, boomerang, question, point supérieur, déni, démonstration et tierce partie.

- Soyez un auditeur actif
- Reflétez l'objection du prospect
- Identifier la véritable objection
- Faites preuve d'empathie pour valider les préoccupations du prospect.
- Recadrer les objections relatives au prix
- Utilisez des preuves pour atténuer les préoccupations du prospect.
- Faites un suivi avec des questions ouvertes
- Comment désamorcer les objections avant que quelqu'un ne les soulève
 - <https://linkedselling.com/how-to-defuse-sales-objections-before-your-prospect-even-brings-them-up/>
- Objections de vente courantes <https://blog.hubspot.com/sales/handling-common-sales-objections>

2.6 Comprendre les exigences de l'auditoire et le rôle de miroir

Comprendre son public permet de connaître les besoins non satisfaits, ainsi qu'une connaissance approfondie de l'environnement dans lequel un produit est vendu. Cela permet à une entreprise de mieux développer son offre de produits/services et sa stratégie de vente pour répondre aux demandes de son public.

L'analyse du public consiste à identifier le public et à adapter un discours à ses intérêts, son niveau de compréhension, ses attitudes et ses croyances. Il est important d'adopter une approche centrée sur le public car l'efficacité d'un orateur sera améliorée si la présentation est créée et délivrée de manière appropriée.

En reflétant les aspects verbaux et non verbaux de la communication, le vendeur idéal établit une relation de confiance avec l'acheteur. En conséquence, il augmente les chances de réussite de la transaction et de satisfaction du client.

- Commencez par une écoute active
- Reflétez l'énergie, ne reflétez pas l'émotion
- Essayez de modifier une expérience négative
- Prêtez attention à la façon dont le miroir vous affecte
- Prédire les besoins de votre public cible : <https://uxplanet.org/how-to-effectively-predict-what-your-target-audience-needs-e667bd5b6968>
- Qu'est-ce que le mirroring et comment le mettre en pratique : <https://www.itproportal.com/features/the-concept-of-mirroring-in-marketing-what-it-is-and-how-to-put-it-into-practice/>
- Conseils sur le langage corporel en miroir <https://www.scienceofpeople.com/mirroring/>

2.7 Planifiez votre présentation en trois variantes : version de cinq secondes, de 30 secondes et de 30 minutes.

- Présentation d'une minute - indiquez le nom de votre entreprise, votre slogan, vos clients et vos principaux avantages pour le client cible.
- Un discours de trois minutes = le discours de l'ascenseur - suffisamment de temps pour développer un récit sur ce que fait votre entreprise, pour qui vous faites ce que vous faites, et pourquoi. Entraînez-vous pour avoir une marge de 30 secondes.
- Présentation de 5 à 10 minutes - le format le plus courant pour les présentations ou les concours de plans d'affaires. Dans la vie réelle, c'est le pitch pour un pitch : si vous présentez ce pitch à un investisseur potentiel et suscitez son intérêt, vous pouvez gagner 45 minutes avec ce même investisseur potentiel.
- Présentation de 45 minutes - présentation approfondie que vous devrez gagner en réalisant votre présentation de 10 minutes de manière superlative. Généralement divisé en 20-30 minutes de présentation (moins est plus) plus une discussion.
- Gérer des durées différentes : <https://www.acethepresentation.com/manage-time-during-a-presentation/>
- Durées de pas typiques : <https://orbit-kb.mit.edu/hc/en-us/articles/205147056-What-are-typical-pitch-durations-for-a-startup->
- Neurosciences du maintien de l'attention <https://www.inc.com/carmine-gallo/why-your-next-pitch-should-follow-teds-18-minute-rule.html>

Matière à réflexion

- Sur quelles informations clés concernant le marché et le public auquel vous présentez votre produit devez-vous faire des recherches ?
- Compte tenu des différentes longueurs disponibles pour votre discours, quelles informations supplémentaires devraient être ajoutées de temps en temps afin de toujours produire un pitch efficace ?
- Comment devez-vous présenter la caractéristique la plus pertinente de votre idée d'entreprise ?
- Pendant votre discours, que devez-vous observer pour comprendre la réaction de votre public, afin d'adapter votre présentation ?





Sujet 3 - Pendant une présentation



Ce chapitre se concentre sur le comportement efficace à adopter pendant votre présentation. En commençant par gagner et garder le contrôle de l'auditoire, les étudiants apprendront comment susciter l'intérêt des investisseurs potentiels et ce qu'il faut éviter pendant la présentation ; comment montrer sa confiance et sa crédibilité par le langage corporel ; l'importance de s'adapter à la culture de l'auditoire et de se développer sur ce marché ; comment traiter les objections et comment les transformer en une situation potentiellement gagnante pour tous.

3.1 Vue d'ensemble de la façon de commencer, de diriger, de conduire et de maintenir le contrôle pendant un lancer.

Avec un système de gestion d'audience robuste, vous pouvez rendre compte de l'expérience du client avec plus de précision que les enquêtes auprès des clients. Même les petits détails concernant vos clients peuvent être enregistrés et utilisés pour les cibler.

Dites à l'avance au public quand vous répondrez aux questions ou anticipez éventuellement les questions à l'avance. Établissez un contact visuel avec l'auteur de la question et faites toujours

une courte pause avant de vous lancer dans votre réponse ; assurez-vous de bien comprendre la question qu'il pose ou l'argument qu'il avance.

Pour garder votre calme pendant votre exercice de pitch à l'avance, utilisez des notes, respirez et parlez lentement, en suivant la structure que vous avez préparée à l'avance.

- Protégez votre idée avant le lancement <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/5-ways-protect-your-idea-during-business-pitch>
- Gérer les nerfs de la présentation <https://www.mindtools.com/pages/article/PresentationNerves.htm>
- Garder le contrôle pendant une présentation <https://www.syntaxis.com/maintaining-control-of-a-presentation>

3.2 Les erreurs à éviter pour ne pas perdre l'attention de l'investisseur

Engagez l'auditoire : suscitez son intérêt, donnez-lui une raison d'écouter. Racontez une histoire, partagez une expérience personnelle ; faites référence à un événement récent ou reprenez la remarque ou le thème d'un orateur précédent. Soulignez un élément important concernant l'auditoire ou le contexte actuel.

Avec des histoires et des anecdotes réelles, moins denses et plus faciles à comprendre, vous serez en mesure de capter la curiosité de vos auditeurs. De même, vous pouvez inclure de nombreuses ressources dans votre discours pour le rendre plus dynamique : les vidéos, par exemple, utilisent le pouvoir de l'image et du son pour attirer tous les regards sur votre projection.

- Attirez l'[attention de](#) votre public <https://www.presentationxpert.com/spark-a-fire-5-tips-to-grab-and-hold-audience-attention>
- Comment agacer votre public
 - <https://virtuallspeech.com/blog/avoid-annoying-audience-public-speaking>
 - <https://www.linkedin.com/pulse/12-ways-you-destroy-audience-attention-speaker-richard-lock>
- Les bêtes noires des investisseurs <https://www.forbes.com/sites/civcnation/2022/06/29/thanks-to-my-queerness-i-am/?sh=54e434f>

3.3 L'importance du langage corporel, du ton de la voix et des signes non verbaux et la manière d'interagir pendant le discours.

Nous utilisons des signaux non verbaux pour nous adresser aux autres par le biais de nos expressions faciales, de nos mouvements corporels, de notre posture, de notre contact visuel, de nos gestes, du ton et du volume de notre voix, et de micro-expressions qui ont une signification pour nous comme pour notre public.

Si vous essayez de persuader un public de soutenir vos idées, votre langage corporel doit vous soutenir. Les gestes douteux, comme le fait de détourner le regard, de gigoter ou de ricaner, éveillent les soupçons. Les bras ouverts, les petits gestes et les expressions faciales qui montrent une émotion positive engageront votre public et vous rendront crédible.

Ne vous avachissez pas - Dans presque toutes les situations de présentation, votre posture doit être droite et ouverte. Vous aurez l'air plus sûr de vous et vous vous sentirez plus à l'aise, et vous inviterez votre public au lieu de le repousser.

Une bonne présentation persuasive utilise un mélange de faits, de logique et d'empathie pour aider le public à voir un problème d'un point de vue qu'il n'avait pas envisagé auparavant.

- Conseils pour le langage corporel et la communication non verbale lors d'une présentation <https://www.pgi.com/blog/2016/06/7-body-language-presentation-tips-engage-audience/>
- Guide de l'art oratoire <https://geekactuary.com/en/public-speaking-the-complete-guide-to-tone-of-voice-body-language-and-their-implementation/>

3.4 Comprendre les aspects culturels : différents emplacements pour différentes géographies

L'origine raciale et ethnique, comme tout contexte culturel, peut façonner les attentes de l'auditoire à l'égard de la performance d'un orateur, y compris le langage corporel, l'interactivité, les métaphores, les figures de style et le ton, la hauteur et le débit de la voix.

Il y a de fortes chances pour que tout public que vous rencontrez dans le monde réel ait une dimension multiculturelle sous-jacente. En tant qu'orateur, vous devez reconnaître que le point de vue que vous avez sur un sujet donné ne sera pas nécessairement partagé par tous les membres de votre public.

La culture est la seule chose qui permette aux spécialistes du marketing de créer un engagement et une pertinence accrues et de développer leur activité. Ne pas reconnaître l'importance de la culture pour la création d'une marque et d'une entreprise revient à décider qu'il est normal d'être désavantagé par rapport à la concurrence.

- Différences culturelles dans un public multiculturel <https://courses.lumenlearning.com/wm-publicspeaking/chapter/cultural-difference-and-multicultural-audiences/>
- Établir le profil de votre public <https://glocalities.com/whatwedo/whatweoffer>
- Importance d'un marketing de contenu diversifié





<https://mastertcloc.unistra.fr/2018/11/26/how-cultural-differences-affect-your-content-marketing-strategy/>

- Sensibilité culturelle de votre marque <https://toppandigital.com/translation-blog/cultural-sensitivity-market-brand-culture>

3.5 Maîtriser les objections pour une situation gagnant-gagnant

Le traitement des objections consiste à répondre avec tact à l'inquiétude d'un prospect en faisant preuve d'empathie et en formulant une réfutation solide qui permet de surmonter son hésitation et de continuer à faire avancer l'affaire.

Écoutez attentivement l'objection et confirmez votre compréhension en posant une question de qualification. Répondez aux objections avec la solution appropriée et confirmez qu'elle couvre l'objection.

Une situation gagnant-gagnant est le résultat d'une approche de la négociation fondée sur les gains mutuels, dans laquelle les parties travaillent ensemble pour satisfaire leurs intérêts et maximiser la création de valeur. Dans une négociation gagnant-gagnant, lorsque les deux parties sont satisfaites de leur accord, les chances d'un succès durable sont beaucoup plus élevées.

Pour vous aider à trouver une solution gagnant-gagnant :

- N'oubliez pas les objectifs de l'audience
- Évaluez vos attentes
- Créer des opportunités mutuellement bénéfiques
- Rester objectif
- Soyez honnête quant à tout problème potentiel.
- Guide pour traiter les objections <https://www.socoselling.com/how-to-overcome-objections/>
- Convertir les clients <https://www.teamleader.eu/blog/converting-clients-101-negotiation-objection-handling>
- Objection vs négociation <https://www.saleshacker.com/10-tips-negotiation-objection/>

3.6 Exercice de traitement des objections/jeu de rôle - pratique

- Pratique efficace du traitement des objections <https://about.gitlab.com/handbook/customer-success/solutions-architects/sa-practices/effective-objection-handling-practice/>
- Formation à la vente <https://www.5percentinstitute.com/fun-sales-training-games-5-x-activities-worth-doing/>

Matière à réflexion

- Quelles sont les erreurs à éviter lors de votre présentation afin de maintenir l'attention de votre public ?
- Quel langage et quelle gestuelle adopter lors d'un pitch ?
- Pourquoi est-il important de se renseigner sur la culture de vos clients potentiels ?
- Quelles sont les soft skills les plus utiles à exercer pendant votre discours ?

Études de cas

Instructions : fournissez 2 études de cas / bons exemples basés sur le module et expliquez brièvement pourquoi ces connaissances/compétences sont importantes et utiles pour les NEET et les jeunes.

Titre de l'étude de cas 1 : Présentation de Twoodo par David Arnoux.

Description de l'étude de cas : https://www.youtube.com/watch?v=7a_lu7ilpnl



Le présentateur commence à expliquer l'objectif : mettre de l'ordre dans le chaos, se réorganiser. Les applications vont réinventer la collaboration en ligne. Il commence par une histoire, celle des outils agricoles qui sont restés les mêmes pendant des siècles jusqu'à ce qu'ils soient tous intégrés dans une seule machine. Pendant le discours, il fait des blagues et a tendance à exagérer le problème qu'ils veulent résoudre, afin de présenter encore mieux leur produit : "Nous ne sommes pas des ordinateurs, nous avons besoin de quelque chose pour nous aider" ; il affirme que l'application peut donner du pouvoir aux personnes et aux équipes.

L'innovation réside dans la boîte de commande : une seule phrase dans une conversation exploitable peut activer simultanément plusieurs apps, sans qu'il soit nécessaire de les ouvrir ou de passer d'une page à l'autre. L'application est également

disponible sur plusieurs appareils, "il suffit de taper et de glisser") ; ils travaillent également sur un algorithme qui reconnaîtra différentes langues, afin que Twoodo soit encore plus facile à utiliser.

Après la description du produit, il fait intervenir le PDG d'une entreprise célèbre, qui dit au public qu'il l'utilise et l'adore ; après une description précise des données concernant les utilisateurs potentiels, le marché et les concurrents, il raconte même que leur principal concurrent a loué leur produit pour ses fonctionnalités.

Il construit la dernière partie du discours en anticipant les questions, pour mettre en évidence des faits importants qui n'auraient pas pu être intégrés dans la description du produit. Il présente son équipe et leurs emplois précédents : non seulement ils sont fiables parce qu'ils connaissent le secteur dans lequel ils veulent participer, mais ils sont aussi amis depuis 8 ans, ce sont juste des gens normaux qui veulent rendre leur vie et celle des autres plus facile. Après avoir défini la somme d'argent précise dont ils ont besoin pour lancer l'application, il résume l'ensemble de la présentation et encourage le public à rejoindre leur cause.





Principaux points à retenir : maintenir l'attention de l'auditoire, mettre en évidence les meilleures caractéristiques de votre produit et la manière dont elles résolvent le problème, présenter des données précises concernant le marché et les concurrents, faire un discours court et efficace.

Titre de l'étude de cas 2 : Présentation de l'iPhone par Steve Jobs

Description de l'étude de cas : <https://www.youtube.com/watch?v=x7qPAY9JqE4>

De temps en temps, un produit révolutionnaire arrive. Jobs commence à résumer le produit révolutionnaire qu'ils ont mis sur le marché.

Puis, il présente les caractéristiques clés de leur prochain produit : un iPod à écran large avec des commandes tactiles, un téléphone mobile révolutionnaire et un communicateur Internet révolutionnaire ; il les répète plusieurs fois, avec des pauses et en faisant participer le public, pour souligner l'importance de ces moments. Ils se trouvent tous dans le même appareil, l'iPhone. L'attention du public est maintenue grâce à de nombreuses blagues et à des visuels immédiats et amusants.

Avant de décrire le produit, il parle de leurs concurrents et des problèmes de leur produit : avec des visuels facilement compréhensibles, il explique pourquoi ils sont en tête de leur catégorie.

Le problème des autres téléphones est qu'ils ont des commandes en plastique, larges et fixes qui ne peuvent pas être adaptées à toutes les interfaces : que se passe-t-il si vous avez une idée incroyable au bout de 6 mois ? Faut-il changer l'ensemble du produit pour la réaliser ? Apple a déjà résolu le problème avec un PC à écran large et un outil de pointage, la souris, alors ils vont créer un téléphone avec un grand écran et l'outil de pointage le plus précis, nos doigts. Il plaisante : tout le monde est né avec le brevet pour l'utiliser.

Il poursuit en décrivant le téléphone, son interface et l'interaction entre le matériel et les logiciels qu'ils ont inventés.

Il est habillé simplement, avec des lunettes transparentes pour regarder le public et un stylo pour avoir l'air professionnel. Il ne cesse de faire des blagues intelligentes, il divise le discours en courtes sections : présentation du sujet principal, description, répétition du message principal qu'il veut nous faire comprendre. Il est soutenu par des visuels amusants et clairs.



Principaux points à retenir : maintenir l'attention du public, mettre en évidence les meilleures caractéristiques de votre produit et la manière dont il résout les problèmes, comment faire face aux concurrents, des visuels efficaces.

Activités

(Ajouter un nouveau tableau pour chaque activité, 3 au total et garder à l'esprit que nous devons intégrer les outils PR1, au moins un parmi les 3 activités. Voir les suggestions sur la dernière page [ici](#))

Titre de l'activité : VENDEZ-MOI UN PRODUIT QUE VOUS N'AIMEZ PAS	
Format : (face à face, en ligne, hybride)	Face à face, en ligne, hybride
Objectifs d'apprentissage	Souligner les caractéristiques les plus importantes d'un produit, reconnaître ses avantages objectifs, contrôler son langage corporel et son attitude en toute occasion
Matériel/équipement nécessaire	Equipement technique pour faire une présentation (non nécessaire)
Description de l'activité	Chaque étudiant doit préparer une présentation qui convaincra d'investir/d'acheter un produit que l'étudiant n'aime pas. De cette manière, l'étudiant devra faire des recherches sur le produit, étudier son marché et son acheteur ; il devra également contrôler son langage corporel, qui ne doit pas révéler qu'il n'aime pas le produit. Cette activité préparera les étudiants à toute demande future qu'ils pourraient avoir à satisfaire : ils doivent être professionnels et produire une présentation convaincante même si leur attitude ne serait pas naturellement positive envers le produit.
Questions de débriefing	Quelle solution ce produit offre-t-il à quel problème ? Quels sont les acheteurs potentiels de ce produit ? Quelles caractéristiques pourraient convaincre les gens d'investir dans ce produit ? Quel langage corporel dois-je utiliser pendant mon discours pour montrer ma confiance en ce que je vends ?
Temps alloué	Durée indéterminée du discours





Comment cette activité peut-elle être adaptée dans un autre format ?	Si applicable
Notes pour le formateur/facilitateur	Attribuer un produit dont les caractéristiques/créateur/marché ne vont pas à l'encontre des convictions éthiques personnelles des élèves.

Titre de l'activité : MAÎTRISER LES OBJECTIONS	
Format : (face à face, en ligne, hybride)	Face à face, en ligne, hybride
Objectifs d'apprentissage	Réagissez à toute objection à votre discours de manière professionnelle, soyez confiant et présentez votre produit comme la solution la plus efficace au problème grâce à ses caractéristiques.
Matériel/équipement nécessaire	Equipement technique pour faire une présentation (non nécessaire)
Description de l'activité	Trois élèves seront les objecteurs dans la simulation. Ils devront interrompre le discours pour poser une question concernant les caractéristiques que le présentateur met en avant : ce dernier devra garder le contrôle de la situation et répondre de manière professionnelle et confiante sur son produit.
Questions de débriefing	Quelle solution ce produit offre-t-il à quel problème ? Quel langage corporel dois-je utiliser pendant mon discours pour montrer ma confiance en ce que je vends ? Quelles sont les questions les plus probables qui pourraient être posées au sujet de mon produit ?
Temps alloué	Durée indéterminée du discours
Comment cette activité peut-elle être adaptée dans un autre format ?	Si applicable
Notes pour le formateur/facilitateur	Si le présentateur est particulièrement sensible et montre une gêne excessive, n'insistez pas sur l'activité et changez les personnes impliquées.

Titre de l'activité : PAS LE TEMPS DE BÉGAYER	
Format : (face à face, en ligne, hybride)	Face à face, en ligne, hybride
Objectifs d'apprentissage	Présentez un produit avec des discours de durée différente, soyez convaincant et pensez aux caractéristiques les plus particulières qui rendent votre produit et votre présentation uniques.
Matériel/équipement nécessaire	Equipement technique pour faire une présentation (non nécessaire)
Description de l'activité	Trois étudiants se voient attribuer le même produit à présenter. L'objectif est de préparer des discours qui seront le plus possible différents de ceux de vos concurrents, afin de gagner l'attention du public. Ils devront imaginer comment les concurrents potentiels vendraient le même produit et quelles caractéristiques les acheteurs potentiels préféreraient se voir présenter.
Questions de débriefing	Quelle solution ce produit offre-t-il à quel problème ? Quels sont les acheteurs potentiels de ce produit ? Quelles caractéristiques pourraient convaincre les gens d'investir dans ce produit ? Quel





	langage corporel dois-je utiliser pendant mon discours pour montrer ma confiance en ce que je vends ? Comment pourrais-je, en tant que vendeur, me distinguer de mes concurrents ?
Temps alloué	Présentations d'une minute, de 5 et de 15 minutes
Comment cette activité peut-elle être adaptée dans un autre format ?	Si applicable
Notes pour le formateur/facilitateur	Choisissez trois élèves qui ont le même style de présentation, ne mettez pas un élève timide contre un élève visiblement confiant pour que le défi soit équitable.

Autres lectures

RESSOURCE 1	
Lien : https://concept.uwaterloo.ca/40727/	
Titre de la ressource	"Pitch Perfect : Un mini guide du pitching"
Type de ressource	Article web
RESSOURCE 2	
Lien : https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea	
Titre de la ressource	"COMMENT PRÉSENTER EFFICACEMENT UNE IDÉE COMMERCIALE"
Type de ressource	Article web
RESSOURCE 3	
Lien : https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-give-an-elevator-pitch-examples	
Titre de la ressource	"Comment faire un Elevator Pitch (avec des exemples)"
Type de ressource	Article web
RESSOURCE 4	
Lien : https://www.indeed.com/career-advice/career-development/idea-pitch	
Titre de la ressource	"Comment présenter une idée en 6 étapes"
Type de ressource	Article web
RESSOURCE 5	
Lien : https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eQAis%20	
Titre de la ressource	"The Elevator Pitch"
Type de ressource	Vidéo, 7 minutes
RESSOURCE 6	
Lien : https://www.youtube.com/watch?v=WHDqyBugpVk	





Titre de la ressource	"Comment faire un Pitch Deck (+ modèle de Pitch Deck créé par des experts en investissement)"
Type de ressource	Vidéo, 8 minutes
RESSOURCE 7	
Lien : https://york.ie/blog/startup-elevator-pitch-examples-for-entrepreneurs/	
Titre de la ressource	"Exemples d'Elevator Pitch de startup pour les entrepreneurs (+Modèle)"
Type de ressource	Article web
RESSOURCE 8	
Lien : https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/	
Titre de la ressource	"Les 11 diapositives que vous devez avoir dans votre Pitch Deck pour 2022".
Type de ressource	Article web
RESSOURCE 9	
Lien : https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/	
Titre de la ressource	"Comment présenter avec succès votre idée d'entreprise aux investisseurs".
Type de ressource	Article web
RESSOURCE 10	
Lien : https://www.neoito.com/blog/pitch-your-tech-startup-ideas/	
Titre de la ressource	"17 conseils de pro pour présenter efficacement vos idées de startups technologiques".
Type de ressource	Article web

Références

RESSOURCE 1	
Liens : https://orenklaff.com/books/ ou https://www.audible.com/pd/Pitch-Anything-Audiobook/1639294759	
Titre de la ressource	"Pitch Anything : Une méthode innovante pour présenter, convaincre et remporter l'affaire"
Type de ressource	Livre de formation
Niveau national/européen	International
Brève description du plan du contenu (attention particulière aux sujets couverts et aux activités pratiques)	Lorsqu'il s'agit de présenter un argumentaire, Oren Klaff possède des références inégalées et il décrit sa formule pour vous aider à présenter un argumentaire gagnant dans n'importe quelle situation professionnelle. Qu'il s'agisse de vendre des idées à des investisseurs, de proposer de nouvelles affaires à un client ou même de négocier une augmentation de salaire, "Pitch Anything" transformera la façon dont






	vous positionnez vos idées. Selon M. Klaff, créer et présenter un bon argumentaire n'est pas un art, mais une simple science. En appliquant les dernières découvertes dans le domaine de la neuro-économie, tout en partageant des histoires révélatrices de sa méthode en action, Klaff décrit comment le cerveau prend des décisions et réagit aux présentations. Grâce à ces informations, vous garderez le contrôle total de chaque étape du processus de présentation. Appliquez les tactiques et stratégies décrites dans "Pitch Anything" pour engager et persuader votre public - et vous obtiendrez plus de financement et de soutien que vous ne l'auriez jamais cru possible.
Quel est le lien avec ce module de SOSUSK PR2 ?	Ce livre est pratique, rapide et propose une nouvelle méthode qui permettra de différencier les présentations des nouveaux entrepreneurs du reste du peloton. Ce livre peut s'avérer très utile pour les NEET intéressés par l'entrepreneuriat vert ou social afin de prendre conscience et d'apprendre comment présenter un produit, lever des fonds ou conclure une affaire. Tous les principes sont décrits dans le livre afin d'expliquer comment avoir de meilleures présentations et interactions commerciales.
Notes	Pitch Anything présente la méthode exclusive STRONG de pitching, qui peut être mise en œuvre immédiatement : Définir le cadre ; raconter l'histoire ; révéler l'intrigue ; offrir le prix ; mettre le doigt sur l'accroche ; obtenir une décision. Klaff est le meilleur dans ce domaine car sa méthode est bien meilleure que celle de n'importe qui d'autre.

RESSOURCE 2 Lien : https://stripe.com/atlas/guides/pitching	
Titre de la ressource	"Présenter votre startup en phase de démarrage".
Type de ressource	Petit guide en ligne
Niveau national/européen	International
Brève description du plan du contenu (attention particulière aux sujets couverts et aux activités pratiques)	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître son public pour présenter les choses de manière appropriée - Vendez-vous et vendez votre équipe - Communiquer des détails concrets - Cibler un marché attractif - Partager un point de vue unique - Se concentrer sur la grandeur naissante - Mettre en évidence les preuves de réussite - Envoyez un prototype convaincant - Amusez-vous, mais calibrez-vous bien - Obtenez une introduction si ce serait génial - Continuez malgré tout
Quel est le lien avec ce module de SOSUSK PR2 ?	De nombreux résultats importants pour les startups sont conditionnés par le pitching : la capacité de parler rapidement de votre entreprise à quelqu'un et de l'intriguer suffisamment pour qu'il veuille en savoir plus. Les NEET ayant une attitude entrepreneuriale peuvent présenter leur future entreprise à tout le monde - employés potentiels, investisseurs et prospects. Ces informations pourraient être très utiles pour les nouveaux entrepreneurs une fois leur startup créée et qu'ils recherchent de nouveaux partenaires, investisseurs commerciaux ou associés pour leur modèle d'entreprise verte ou sociale.
Notes	Ces informations ne sont pas en vente mais elles sont gratuites en ligne.

RESSOURCE 3 Lien : https://entrepreneurshandbook.co/https-medium-com-sinemgnel-the-ultimate-guide-for-pitching-sinem-guenel-56ba0dc5252	
Titre de la ressource	"Le guide ultime du lancer"
Type de ressource	"Le guide ultime du lancer"
Niveau national/européen	International





<p>Brève description du plan du contenu (attention particulière aux sujets couverts et aux activités pratiques)</p>	<p>Cet article résume une ligne directrice qui guidera l'utilisateur à travers tous les éléments qu'un pitch peut inclure et selon l'expérience de l'auteur, tous les incontournables d'un bon pitch sont mis en évidence.</p> 
<p>Quel est le lien avec ce module de SOSUSK PR2 ?</p>	<p>Lorsque vous lancez une nouvelle entreprise, les présentations publiques peuvent être très présentes dans votre agenda. Et pour être honnête, tout nouvel entrepreneur doit garder les yeux ouverts pour présenter son idée au plus grand nombre de personnes possible afin d'obtenir un retour d'information précieux et de développer davantage l'idée et l'entreprise. C'est pourquoi, pour les NEET intéressés par l'entrepreneuriat vert et social, ces informations brèves et pratiques, toutes basées sur l'expérience professionnelle, pourraient être utiles pour leur avenir.</p>
<p>Notes</p>	<p>L'article est basé sur l'expérience de Sinem Gunel, qui - pour faciliter la compréhension de l'argument - a utilisé dans le guide l'un de ses projets (la MyFutureAcademy, fondée en 2018), comme exemple pour donner aux jeunes les moyens de vivre à la hauteur de leur potentiel.</p>

<p>RESSOURCE 4 Lien : https://fi.co/pitch_deck</p>	
<p>Titre de la ressource</p>	<p>"Des modèles de pitch deck à la réalisation de superbes présentations (exercices)"</p>
<p>Type de ressource</p>	<p>Boîte à outils en ligne d'exercices</p>
<p>Niveau national/européen</p>	<p>International</p>
<p>Brève description du plan du contenu (attention particulière aux sujets couverts et aux activités pratiques)</p>	<p>Afin de communiquer clairement les raisons pour lesquelles un public donné devrait s'intéresser à votre entreprise, l'un des outils les plus puissants pour atteindre cet objectif est le pitch deck. Les fondateurs en phase de démarrage peuvent utiliser (en fonction du temps dont ils disposent pour une présentation) des modèles pour créer des présentations visuelles qui donnent un bref aperçu des propositions de valeur de l'entreprise, des opportunités de marché et des mesures. Le plan du contenu reprend les sujets suivants, en expliquant la théorie et le modèle pratique à utiliser :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modèle de pitch élévateur - Modèle de présentation d'une minute - Modèle simple de Pitch Deck (pour le modifier et l'utiliser, cliquez sur "Fichier", puis sur "Faire une copie") - Modèle long - Modèle Angel/VC
<p>Quel est le lien avec ce module de SOSUSK PR2 ?</p>	<p>Ces modèles pourraient servir d'exercices aux NEET désireux de lancer de nouvelles idées commerciales en tant qu'entrepreneurs pour faire face à de futures situations de présentation devant des partenaires ou des investisseurs potentiels. Ils expliquent comment présenter votre startup, en commençant par remplir des modèles très simples.</p>

<p>RESSOURCE 5 Lien : https://www.indeed.com/career-advice/career-development/perfect-elevator-pitch</p>	
--	--





Titre de la ressource	Comment créer le parfait Elevator Pitch
Type de ressource	Tutoriel vidéo
Niveau national/européen	International
Brève description du plan du contenu (attention particulière aux sujets couverts et aux activités pratiques)	Vidéo d'un coach professionnel d'Indeed sur les étapes de l'élaboration de l'elevator pitch parfait. - Qu'est-ce qu'un "elevator pitch" parfait ? - Ce qu'il faut inclure dans un "elevator pitch" parfait - Comment créer le discours d'ascenseur parfait - Conseils pour rédiger un "elevator pitch" - Des exemples sur la direction que vous prenez en moins de 2 minutes de présentation.
Quel est le lien avec ce module de SOSUSK PR2 ?	Présenter l'importance du pitching permettrait d'enrichir les connaissances des NEETS désireux de se lancer dans de nouvelles activités entrepreneuriales vertes et durables. L'accent mis sur le pitching fournira un cadre pratique pour développer des compétences spécifiques et ciblées sur la manière de présenter l'idée commerciale aux investisseurs, aux partenaires potentiels, aux business angels ou aux bailleurs de fonds. Ces informations générales peuvent initier les NEET à certains concepts fondamentaux de l'entrepreneuriat, notamment la définition plus claire de l'idée commerciale et le développement de certaines compétences liées à la prise de parole en public.

Quiz

Q1. Quelle est la principale caractéristique d'un "elevator pitch" ?

- A. Répétitif
- B. Short
- C. Détaillé
- D. Improvisé

Q2. Quelle est la bonne attitude à adopter lors d'un discours de présentation ?

- A. Modestie
- B. Fussy
- C. Arrogance
- D. Confiance

Q3. Quels sont les éléments à mettre en avant lors de la présentation de votre produit ?

- A. Problèmes non résolus
- B. Fonctionnalités de base
- C. Caractère unique et potentiel
- D. Incertitudes concernant son placement sur le marché

Q4. Quel type de langage doit-on utiliser lors d'une présentation ?

- A. Facile à vivre et éloquent
- B. Technique et fortement articulé
- C. Solennel et aulique
- D. Distants et vagues

Q5. Quels sont les éléments de votre entreprise que vous devez présenter avec précision ?

- A. Concurrents
- B. Membres de l'équipe
- C. Analyse des coûts planifiés
- D. Votre formation

Q6. Quel est le langage corporel à éviter lors d'un pitch ?

- A. Un look affable
- B. Bras croisés
- C. Un sourire charismatique
- D. Mouvements lâches

Q7. Comment devez-vous vous préparer avant un événement de réseautage ?

- A. Accordez-vous une journée complète de détente, ne préparez pas de discours pour qu'il soit plus authentique.
- B. Réduisez le montant que vous déclarez nécessaire pour votre projet afin que davantage d'investisseurs y participent.





- C. Effectuer des recherches sur les concurrents et sur les caractéristiques qui rendent votre entreprise différente, préparer une présentation consonante pour le public et sa culture.
- D. Recherchez les caractéristiques des concurrents que votre produit possède également, afin de mettre en évidence vos similitudes.
- Q8.** Que signifie "mise en miroir" et quand doit-elle être effectuée ?
- A. Adapter un langage corporel qui attirera l'attention de votre public et le mettra à l'aise
- B. Répéter les questions afin que tous les membres de l'auditoire comprennent ce qui a été dit.
- C. Observer fermement votre public pour comprendre sa réaction à votre présentation
- D. Faire monter quelqu'un sur scène avec vous pour que le public participe physiquement à votre présentation.
- Q9.** Quels éléments visuels doivent être présents dans une présentation réussie ?
- A. Animations amusantes et polices de caractères excentriques
- B. Un format clair et des graphiques significatifs
- C. Textes détaillés et images simples
- D. Transitions et images de diapositives humoristiques
- Q10.** Comment devez-vous commencer votre présentation pour attirer l'attention du public ?
- A. Présenter vos diplômes et votre parcours éducatif
- B. Créer des attentes concernant le caractère unique de votre entreprise
- C. Justifier le fait que vous êtes anxieux parce que vous êtes très excité d'être là.
- D. Raconter une anecdote personnelle accrocheuse

Références

Bibliographie

- Beckett, D. (2018). *Pitch to Win : Les outils qui aident les startups et les équipes d'innovation des entreprises à scénariser, concevoir et livrer des pitches gagnants*. Vakmedianet.
- Coughter, P. (2016). *L'art du pitch : Les compétences de persuasion et de présentation qui font gagner des affaires*. Springer.
- Klaff, O. (2011). *Pitch anything : Une méthode innovante pour présenter, persuader et gagner le marché*. McGraw-Hill Education.
- La Cava, M. (2019). *Startup Pitch : Come presentare un'idea e convincere gli investitori a finanziarla*. Dario Flaccovio Editore.
- Nivi, B., Staff, V. H., & Ravikant, N. (2009). *Pitching Hacks : How to Pitchups to Investors*. Lulu. com.
- Van Geel, J. (2019). *Pitching Ideas : Faites en sorte que les gens tombent amoureux de vos idées*. OAK & MORROW.

Sitographie

- BARNARD, Dom. 2018. *Comment éviter d'ennuyer votre auditoire lorsque vous prenez la parole en public*. [Virtualspeech](https://virtualspeech.com/blog/avoid-annoying-audience-public-speaking).
<https://virtualspeech.com/blog/avoid-annoying-audience-public-speaking>.
- CATTANI, Gino ; FALCHETTI, Denise ; FERRIARI, Simone ; 2012. *Lorsque vous présentez une idée, devez-vous vous concentrer sur le "pourquoi" ou le "comment" ?* Harvard Business Review. <https://hbr.org/2021/10/when-pitching-an-idea-should-you-focus-on-why-or-how>.
- CAYA. 2020. *Modèle et exemple de plan de présentation*. [Slidebean](https://slidebean.com/blog/presentation-outline-template-example). <https://slidebean.com/blog/presentation-outline-template-example>.
- CHEN, Elaine. 2019. *Quelles sont les durées typiques de pitch pour une startup ?* [Orbit](https://orbit-kb.mit.edu/hc/en-us/articles/205147056-What-are-typical-pitch-durations-for-a-startup-).
<https://orbit-kb.mit.edu/hc/en-us/articles/205147056-What-are-typical-pitch-durations-for-a-startup->.
- COOPER, Zach. 2020. *Un guide pour utiliser SaaS pour construire une pile MarTech efficace*. ITPro.
<https://www.itpro.com/marketing-comms/34299/how-to-build-an-effective-marketing-strategy-with-the-cloud/>.
- DURNEZ, Karinthi. 2017. *Présenter avec confiance - comment pitcher*. LSE.
<https://blogs.lse.ac.uk/careers/2017/05/23/presenting-with-confidence-how-to-pitch/>.
- GALLO, Carmine. 2022. *La neuroscience prouve que vous devriez suivre la règle des 18 minutes de TED pour gagner votre présentation*. Inc.
<https://www.inc.com/carmine-gallo/why-your-next-pitch-should-follow-teds-18-minute-rule.html>.
- GARZON, Giovanni. 2022. *Grâce à ma Queerness, je suis*. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/civication/2022/06/29/thanks-to-my-queerness-i-am/?sh=390274e431af>.
- GEOFFREY, James. 2013. *Comment utiliser les graphiques dans votre présentation*. Inc.
<https://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-use-graphics-in-your-presentation.html>.
- GÜNEL, Sinem. 2018. *The Ultimate Pitching Guide*. Manuel de l'entrepreneur.
<https://entrepreneurshandbook.co/https-medium-com-sinemgnel-the-ultimate-guide-for-pitching-sinem-guenel-56ba0dc5252>.
- HEASLIP, Emily. 2022. *Qu'est-ce qu'un segment de marché et comment trouver le vôtre ?* CO.
<https://www.uschamber.com/co/grow/marketing/finding-your-market-segment>.





- HENSELER, Hans. 2015. *Comment désamorcer les objections de vente avant même que votre prospect ne les évoque*. Linked Selling. <https://linkedselling.com/how-to-defuse-sales-objections-before-your-prospect-even-brings-them-up/>.
- HERRITY, Jennifer. 2022. *Comment créer le parfait Elevator Pitch en 6 étapes*. En effet. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/perfect-elevator-pitch>.
- LOCK, Richard. 2016. *12 Façons dont vous détruisez l'attention de l'auditoire en tant que conférencier*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/12-ways-you-destroy-audience-attention-speaker-richard-lock>.
- MCKENZIE, Patrick. 2022. *Présenter votre startup en phase de démarrage*. Stripe. <https://stripe.com/it-ro/guides/atlas/pitching>.
- MILLS, Robert. 2021. *Comment prendre des décisions éclairées en matière de contenu en comprenant votre public*. [GatherContent](https://gathercontent.com/blog/understand-audience-inform-content-strategy). <https://gathercontent.com/blog/understand-audience-inform-content-strategy>.
- MIZE, Chelsea. 2016. *7 Conseils sur le langage corporel pour les présentations afin de garantir un public engagé*. Helping People Connect. <https://www.pgi.com/blog/2016/06/7-body-language-presentation-tips-engage-audience/>.
- PARKER, Dave. 2020. *Comment présenter votre start-up*. Founder Institute. https://fi.co/pitch_deck#examples.
- PARKINSON, Mike. 2014. *Allumer un feu : 5 conseils pour capter et retenir l'attention de l'auditoire*. Presentationxpert. <https://www.presentationxpert.com/spark-a-fire-5-tips-to-grab-and-hold-audience-attention>.
- PARSONS, Noah. 2019. *Les 7 composantes clés d'un parfait Elevator Pitch*. Bplans. <https://articles.bplans.com/the-7-key-components-of-a-perfect-elevator-pitch/>.
- PARSONS, Noah. 2019. *Les 11 diapositives que vous devez avoir dans votre Pitch Deck pour 2022*. Bplans. <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>.
- PEREZ, Adrian. 2020. *Quels sont les types de plateformes d'inclinaison ?* [Slidequest](https://theslidequest.com/blogs/news/what-are-the-types-of-pitch-decks). <https://theslidequest.com/blogs/news/what-are-the-types-of-pitch-decks>.
- PRATER, Meg. 2020. *Les 8 types de styles de présentation : Dans quelle catégorie vous situez-vous ?* HubSpot. <https://blog.hubspot.com/sales/types-of-presentation-styles>.
- REITH, Magdalena. 2012. *Le Pitch Deck : Structure, contenu et exemples*. MReith. <https://www.magdalena-reith.de/post/the-pitch-deck-outline-content-and-examples>.
- RICCI, Tom. 2012. *L'art oratoire : Know Your Audience*. ASME. <https://www.asme.org/topics-resources/content/public-speaking-know-your-audience>.
- TATOM, Buzz. 2022. *6 choses à considérer avant d'entrer sur un marché*. Bplans. <https://articles.bplans.com/6-things-to-consider-before-entering-a-market/>.
- TIBURCA, Heleana. 2022. *Comment faire une présentation efficace (guide, conseils et exemples)*. [Visme](https://visme.co/blog/how-to-make-a-presentation/). <https://visme.co/blog/how-to-make-a-presentation/>.
- TIGAR, Lindsay. 2020. *5 exemples inspirants d'Elevator Pitch pour les entrepreneurs*. Clever Voice. <https://www.clearvoice.com/blog/entrepreneur-elevator-pitch-examples/>.
- VAN EDWARDS, Vanessa. 2022. *Mirroring Body Language : 4 étapes pour réussir à refléter les autres*. Science to People. <https://www.scienceofpeople.com/mirroring/>.
- VELARDE, Orana. 2018. *7 façons de structurer votre présentation pour que votre public en redemande*. [Visme](https://visme.co/blog/presentation-structure/). <https://visme.co/blog/presentation-structure/>.
- Oui, Leslie. 2022. *Objection Handling : 44 objections de vente courantes et comment y répondre*. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/sales/handling-common-sales-objections>.
- "Rédiger un Elevator Pitch présentant votre entreprise de manière rapide et convaincante". MindTools. 2018. <https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>.
- "Décider de la méthode de présentation". SkillsYouNeed. 2022. <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-method.html>.
- "Guide du Pitch Deck : 10 éléments à inclure dans un Pitch Deck". MasterClass. 2021. <https://www.masterclass.com/articles/pitch-deck-guide>.
- "Comment prédire efficacement les besoins de votre public cible". UXPlanet. 2018. <https://uxplanet.org/how-to-effectively-predict-what-your-target-audience-needs-e667bd5b6968>.
- "Connaissez votre public avant de lancer". Université de Whitewater. 2022. <https://whitewateruniversityinnovationcenter.org/startup-success-blog/know-your-audience-before-you-pitch>.
- "Gérer les nerfs de la présentation". MindTools. 2022. <https://www.mindtools.com/pages/article/PresentationNerves.htm>.
- "Maintenir le contrôle d'une présentation". Syntaxis. 2022. <https://www.syntaxis.com/maintaining-control-of-a-presentation>.
- "Présentations et gestion du temps". Présence active. 2016. <https://www.activepresence.com/blog/presentations-and-time-management>.
- "Prise de parole en public : Le guide complet du ton de la voix, du langage corporel et de leur mise en œuvre". Geek Acutary. 2021. <https://geekactuary.com/en/public-speaking-the-complete-guide-to-tone-of-voice-body-language-and-their-implementation/>.
- "Structurer sa présentation". Université nationale australienne. 2020. <https://www.anu.edu.au/students/academic-skills/writing-assessment/presentations/structuring-your-presentation>.
- "La présentation en 5 diapositives d'une startup en phase de démarrage". Pi Campus. 2021.





<https://picampus.it/the-5-slides-early-stage-startup-pitch-deck/>.

" Comprendre votre marché ". Lloyds Bank. 2018.

<https://www.lloydsbank.com/business/resource-centre/business-guides/understanding-your-market.html>.

"Quels sont les différents types de decks ou de présentations commerciales ?". Alberry. 2020.

<https://www.aleberry.com/blog/what-are-the-different-types-of-decks-or-business-presentations>.

"4 bons exemples d'elevator pitch pour les entreprises et les startups". TAG- Fournisseur de développement de logiciels. 2012.

<https://tagsoft.co/4-good-elevator-pitch-examples-for-business-and-startups/>.

"5 façons de protéger votre idée lors d'un pitch commercial". NIBUSSINESSINFO.CO.UK. 2022.

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/5-ways-protect-your-idea-during-business-pitch>.

Vidéographie

Jeff Bax. *Le meilleur PITCH de STARTUP jamais vu*. Silicon Valley. 2016. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=7a_lu7ilpnl. Dernier accès : 09/11/2022.

Salesman.com. *Comment présenter n'importe quoi (il a présenté plus d'un milliard de dollars) avec Oren Klaff*. 2018. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=H5XgrQ0pY5A>. Dernier accès : 09/11/2022.

Simon Sinek. *Comment les grands leaders inspirent l'action*. 2011. TED.

https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=en. Dernier accès : 09/11/2022.

Superapple4e. Steve Jobs présentant l'iPhone à MacWorld 2007. 2011. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=x7qPAY9JqE4>.

Dernier accès : 09/11/2022.

