

# LE PITCH DE VENTE

## VOTRE PITCH, ÉTAPE PAR ÉTAPE

Tout d'abord, posez-vous la question : à qui vais-je m'adresser? Est-ce à un auditoire grand public, dans le cadre d'un événement, d'un concours? Est-ce à un vice-président, lors d'un rendez-vous formel? À une équipe de terrain? Combien de personnes assisteront à cette présentation?

Il convient de moduler votre pitch en fonction de votre cible. À ce titre, des recherches sur vos interlocuteurs et leur entreprise sont fondamentales.

Ces informations en tête, voici les étapes clés que tout pitch devrait comporter :



**Adaptez votre pitch  
au temps alloué.**

1. Présentez-vous : votre prénom et votre nom, le nom de votre entreprise.
2. Exposez le problème... en captivant votre auditoire ! N'entrez pas immédiatement dans le vif du sujet; racontez d'abord une anecdote qui vous est arrivée ou abordez un sujet qui concerne tout le monde, et ce, de manière succincte. Faites ensuite le lien avec le problème que vous avez remarqué.
3. Présentez la solution à ce problème : votre projet, votre service ou votre produit.
4. Expliquez brièvement comment votre proposition répond au besoin soulevé. Gardez à l'esprit qu'« il faut, avant tout, une solution appropriée aux besoins de son client », comme l'explique Marc-Antoine Dugas, président de la start-up Netlift.
5. Montrez le plein potentiel de votre projet : « La solution proposée doit ouvrir des voies que l'entreprise n'aurait pas exploitées par elle-même », selon André Bélanger, président d'Hyperliens.
6. Établissez un lien de confiance avec votre interlocuteur :
7. Expliquez-lui en quoi votre approche est réaliste et réalisable.
8. Rassurez-le sur votre capacité de livraison : de manière générale et, en particulier, en ce qui concerne ce projet.
9. Parlez-lui de votre entreprise, de l'équipe qui vous entoure, etc.
10. Terminez le pitch en rappelant votre solution

**En marge de ce pitch : soyez informé! Renseignez-vous sur le secteur visé par votre produit à l'aide de statistiques, de données, d'études... Ces informations seront précieuses pour étayer vos propos ou échanger ensuite avec votre interlocuteur. Elles démontreront la pertinence de votre projet et appuieront votre crédibilité.**

## PRÉPAREZ VOTRE COMMUNICATION NON VERBALE

- Portez une tenue vestimentaire soignée.
- Regardez vos interlocuteurs en face.
- Adaptez le ton de votre voix à votre auditoire.
- Tenez-vous droit, la tête haute, mais sans être figé.
- Soyez sûr de vous et avenant.

## VOUS VOUS DÉMARQUEREZ EN ÉTANT :

- **Concis.** Chronométrez-vous! Présentez vos idées clés et fournissez des exemples concrets de fonctionnement de votre produit.
- **Clair et compréhensible.** Utilisez le moins de termes techniques possible.
- **Authentique.** Les discours appris par cœur renvoient parfois une impression d'artificialité.
- **Honnête.** La survalorisation est à proscrire.
- **Dynamique.** Ne laissez pas votre auditoire dans la passivité, suscitez l'interaction! Accompagnez votre présentation orale d'un support visuel.
- **Passionné et motivé.** C'est à l'image d'une entrevue d'embauche : il faut démontrer sa passion pour le poste visé pour susciter l'intérêt d'un employeur. Votre leadership inspirera votre auditoire.
- **À l'écoute de vos interlocuteurs.**

## NE SOUS-ESTIMEZ PAS LE TEMPS DE PRÉPARATION DE VOTRE PITCH

Que vous ayez trois, quatre ou vingt minutes, le discours doit être rodé. Pratiquez 50 fois jusqu'à vous sentir prêt, notamment devant un auditoire qui saura être critique.

Cette présentation devant des tiers vous aidera notamment à préparer une série de questions que pourraient vous poser vos interlocuteurs.

## DES ERREURS À NE PAS FAIRE

- Montrer que vous avez réponse à tout lorsque ce n'est pas le cas.
- Dire qu'en vous lançant dans ce projet, vous réalisez un rêve (ça n'intéresse pas les investisseurs).
- Être plus de deux à parler.

**Nous l'avons dit : le pitch, c'est l'art de convaincre. Dans cette perspective, on comprend que les mots comptent tout autant que l'attitude. Soyez inspirant, sachez mettre en confiance votre interlocuteur et faites preuve de professionnalisme jusqu'au bout. En cas de refus, conservez cette attitude, ne montrez jamais que cela pourrait signifier la fin de l'aventure entrepreneuriale pour vous.**

### Sources :

- [« InnoBahn Ubisoft : Folks Interactive raconte son expérience avec la Banque Nationale »](#), Acclr
- [« Les secrets d'un bon pitch de vente »](#), *Les Affaires*
- [« InnoBahn Ubisoft : Netlift résout un enjeu de mobilité dans le Mile-End »](#), Acclr
- [« Maîtrisez l'art du pitch comme un pro »](#), *Les Affaires*
- [« Construire des ponts entre start-ups et grandes entreprises »](#), Acclr
- [« Comment réussir son pitch »](#), Je suis entrepreneur.fr
- [« Pitch : convaincre en 3 minutes »](#), Agent Majeur

[http://acclr.cmm.ca/fr/nouvelles/blog\\_3-minutes-pour-convaincre-ou-comment-reussir-votre-pitch/?gclid=EAIaIQobChMIy4Dtyf\\_n2gIVgp-zCh2XvwwL0EAAAYASAAEgILHvD\\_BwE](http://acclr.cmm.ca/fr/nouvelles/blog_3-minutes-pour-convaincre-ou-comment-reussir-votre-pitch/?gclid=EAIaIQobChMIy4Dtyf_n2gIVgp-zCh2XvwwL0EAAAYASAAEgILHvD_BwE)