

Les 10 conseils d'Idinvest Partners et de Brainwave pour optimiser votre pitch deck

Pour Maddyne, Romain Dehaussy, directeur du cabinet Chausson Finance, a élaboré une série d'articles pour que la levée de fonds et ses mécanismes n'aient plus aucun secret pour nos lecteurs. Toutes les deux semaines, retrouvez un nouvel épisode et découvrez 10 conseils concrets livrés par un investisseur et un startuper. Cette semaine, découvrez comment optimiser votre pitch deck avec Idinvest Partners, acteur reconnu du Private Equity mid-market en Europe avec 5 milliards d'euros sous gestion et plus de 50 collaborateurs et Brainwave, éditeur de logiciels français, parmi les leaders mondiaux en analyse de la sécurité des droits d'accès sur les applications et les données.

1. Ne préparez pas plus de vingt slides

Les fonds de venture français recevant 1000 dossiers par an, leur temps d'instruction par dossier est limité. Si les slide decks de 60 pages ont fonctionné dans les années 90, ce n'est plus le cas : à vous d'être concis et d'éliminer le superflu. Les slide decks sont de plus en plus codifiés et standardisés : présentez simplement le problème que vous adressez, la solution que vous apportez et expliquez comment vous allez exécuter votre plan.

2. Évitez les slides surchargées

Trop détailler une idée revient à en noyer la quintessence. Au lieu de lister les 8 forces de votre produit, retenez les 2-3 points cruciaux ; ceux qui vous

démarquent réellement de la concurrence et qui intéressent vraiment vos clients. Et de manière générale, privilégiez les schémas synthétiques et compréhensibles.

3. Optez pour un discours compréhensible par votre cousin de 12 ans

Expert en son domaine, l'entrepreneur aura tendance à employer un jargon incompréhensible pour la plupart des non-initiés. Acronymes, termes anglo-techniques sont donc à proscrire. Vous devez pouvoir expliquer votre métier à un néophyte en utilisant 2-3 images facilement mémorisables. Pierre-Edouard Bérion directeur chez Idinvest souligne le caractère essentiel de cet exercice : *« tant que vous n'arriverez pas à expliquer simplement votre solution, vous n'arriverez pas à convaincre les investisseurs »*.

4. Mette en avant vos KPIs

Rien n'est plus parlant qu'une (belle) courbe ou un chiffre. Surtout si ce dernier est mis en perspective par rapport à un comparable du marché ou à une évolution dans le temps. Que ce soit une marge brute importante, des taux de rétention remarquables ou des coûts d'acquisition maîtrisés, charge à vous de les mettre en valeur dans votre slide deck. Brainwave a levé 2,5 millions d'euros il y a un an avec Entrepreneur Venture. Cyril Gollain, son CEO, explique : *« dans notre slide deck, nous avons indiqué peu de chiffres mais ceux qui mettaient le mieux en exergue notre activité. Par exemple, notre taux de conversion entre test et signature de clients particulièrement élevé »*.

5. Evitez les généralités sur le marché

Pas besoin d'avoir 10 slides sur le marché en expliquant que l'utilisation du mobile progresse ou que les marketplaces ont pris le pas sur les e-commerçants purs. Vos slides sur le marché doivent apprendre quelque chose d'intéressant à l'investisseur. Faites-lui également toucher du doigt le problème auquel les acteurs du marché sont confrontés. Pour Pierre-Edouard, *« certains entrepreneurs se distinguent par leur capacité à partager leur vision de marché d'une manière décalée et pertinente. En général, cela fait forte impression parmi les investisseurs »*.

6. Ayez une vision la plus impartiale possible sur la concurrence

Ne concevez pas de slide sur la concurrence avec un axe ordonnés/abscisses où votre société se situe tout en haut à droite. Prenez 3-4 points différenciants (et non pas deux) et énoncez les forces-faiblesses de votre société et de vos

concurrents (et ce, sans les dénigrer).

7. Ceux qui ont sorti le chéquier sont vos meilleurs ambassadeurs

Vos clients, ceux qui ont testé les solutions concurrentes, payent votre solution et constatent un ROI, sont les mieux placés pour parler de votre société. Donc, n'hésitez pas à mettre en avant quelques cas clients complets avec, si possible, une citation marquante. « *La citation d'un de nos clients du CAC40 connu pour sa sensibilité aux sujets de sécurité informatique nous a permis de muscler notre présentation, témoigne Cyril, le fait que ce client déploie notre solution à une échelle toujours plus large a marqué les investisseurs* ».

8. Définissez votre plan marketing & sales

N'oubliez pas que l'investisseur a une forte appétence pour les chiffres. Veillez à présenter votre plan marketing et l'organisation de votre équipe commerciale de manière chiffrée. « *Les leviers de l'efficacité de vos équipes marketing et sales sont des éléments cruciaux qui, s'ils sont bons, convaincront les investisseurs* » , observe Pierre-Edouard.

9. Présentez vos prévisions chiffrées sous la forme d'un P&L simple

Les P&L (Profits & Losses ou modélisation des pertes et profits) détaillés sont ainsi à proscrire lors d'un premier rendez-vous. L'important est de rester simple et synthétique dans la présentation des projections chiffrées. Mettez en valeur les points forts de votre business model (coûts d'acquisition maîtrisés, marge brute...).

10. Indiquez les multiples de valorisation potentiels à la sortie

A fortiori s'ils sont à votre avantage, indiquez dans la slide de conclusion les multiples de transactions constatés pour des sociétés similaires aux vôtres. Listez les acteurs américains susceptibles de vous racheter à terme et, si possible, expliquez pourquoi. Pour Cyril de Brainwave, « *la sécurité informatique est un secteur où les acquisitions de startups pullulent. Le multiple de valorisation de sortie de notre principal concurrent, 10 fois son CA, était fortement souligné dans notre slide deck. Tout comme les acteurs américains susceptibles de nous racheter par la suite* ».

[quote]Dans le prochain épisode, découvrez les conseils de Draper Esprit et Critizr pour approcher les fonds d'investissement[/quote]