

Comment réussir son pitch ?

Vous êtes entrepreneur ? Maddyness vous a concocté un véritable kit des différentes étapes à suivre pour créer, faire grandir et même vendre votre startup. Dans cette fiche : quelques conseils pour réussir son pitch.

Temps de lecture : minute

17 mars 2022

Republication du 29 juillet 2019

Too Long Didn't Read ; Ce qu'il faut retenir

- Les gens à qui vous pitchiez ont des emplois du temps bien remplis, maîtrisez donc bien votre temps ! Les formats de pitch les plus courants durent 1 à 5 minutes, plus rarement 15 minutes. Dans un deuxième temps, vous décrocherez des rencontres allant de 1 à 4 heures.
- Un bon pitch doit être court, accélérer le rythme pour caser un maximum de détails ne servira à rien. Un débit trop rapide risque au contraire de faire perdre le fil à votre auditoire.
- C'est sur vous et votre équipe que vos interlocuteurs prendront le risque de vous suivre, alors racontez votre histoire, prouvez votre valeur et rassurez-les sur la solidité des liens qui vous unissent avec vos associés ou collaborateurs.
- L'investisseur doit pouvoir se projeter, il vous faudra être le plus précis possible : *« Ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement, Et les mots pour le dire arrivent aisément »*, disait Nicolas Boileau.
- Les investisseurs recherchent de futurs leaders, expliquez-leur comment vous comptez prendre le dessus sur vos concurrents !
- Mettez en avant les chiffres qui prouvent que votre modèle a du

potentiel.

- Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours. Vos slides doivent être simples, visuelles et minimalistes. Il vaut mieux y mettre peu de détails et donner plus d'explications à l'oral ou lors des réponses aux questions
- Il n'y a pas de secret : il faut vous entraîner, encore et encore, jusqu'à atteindre la perfection. Commencez par pitcher en interne, devant la famille ou des amis.
- Un échec ne signifie pas que la société ou ses fondateurs ne sont pas au niveau. Si votre pitch n'a pas convaincu cette fois-ci, persévérez. D'autres opportunités se présenteront.

Respectez le timing

Incubateurs, accélérateurs de startups, investisseurs et fonds de capital-risque voient quotidiennement des centaines de pitches d'entreprises et ont généralement peu de temps à accorder à chacun. Vous devez être capable de pitcher votre startup en fonction du temps imparti. Les formats de pitch les plus rencontrés sont de 1 minute, 3 minutes, 5 minutes, plus rarement 15 minutes. Et, dans un deuxième temps, vous décrocherez des rencontres allant de 1 à 4 heures. Il vous faut connaître par coeur votre pitch et être capable de l'adapter à votre auditoire et à chaque format.

Maîtrisez bien votre temps ! Beaucoup trop de startups n'arrivent pas à finir leur pitch avant la fin du temps imparti et oublient de parler de points essentiels, laissant ainsi leur auditoire sur leur faim.

N'oubliez pas de sourire et de remercier votre auditoire à la fin de chaque pitch. Cela fait son effet et les gens ne se rappellent généralement que de votre première et dernière impression. Cela facilitera la suite de la discussion.

> Les gens à qui vous pitchez ont des emplois du temps bien remplis, maîtrisez donc bien votre temps !

Mais ne parlez pas trop vite

Même si un bon pitch doit être court, accélérer le rythme pour caser un maximum de détails ne servira à rien. Un débit trop rapide risque au contraire de faire perdre le fil de votre discours à l'auditoire. " *Un bon pitch est concis d'abord parce qu'il est bien structuré* ", note Éric Salomon. La règle généralement avancée est de parler environ deux fois moins vite que ce dont vous avez l'habitude, pour laisser à votre public le temps de capter les informations que vous lui soumettez.

> Faites attention au débit de votre discours : ni trop lent pour ne pas perdre votre public, ni trop rapide au risque de le déboussoler

Apprenez à vous vendre et à vendre votre équipe

À leurs débuts, la plupart des entreprises n'ont rien d'impressionnant. C'est en vous observant que les investisseurs évalueront si votre startup a – ou non – un potentiel suffisant pour créer ou pénétrer un marché, avec des moyens supplémentaires que ceux de la concurrence.

N'hésitez pas à parler du plus grand challenge auquel vous avez été confronté, professionnel ou non. Prouvez que vous n'avez pas peur de travailler dur, sur le long terme et montrez que vous savez être efficace.

Ne croyez pas que l'histoire de la création de votre projet n'a pas

d'importance. Au contraire, elle est cruciale dans la compréhension de votre vision et les investisseurs y accorderont énormément d'importance. D'autant plus si vous êtes à un stade *early stage* de votre projet et que vous n'avez pas de métriques à présenter. Un investisseur a donc besoin de comprendre comment vous êtes devenu entrepreneur·e et pourquoi vous avez décidé de tout plaquer.

Ne vous dévalorisez pas ! Présentez-vous de manière professionnelle, avec confiance mais sans arrogance. Insistez sur vos succès. Ne parlez de vos échecs qu'en regard des leçons que vous avez pu en tirer.

À l'image des groupes de musique, il est fréquent que les fondateurs d'une startup se séparent. Rassurez vos investisseurs en détaillant les liens qui unissent l'équipe : expliquez en quoi vous êtes complémentaires. En cas de lacunes dans un domaine ou de déséquilibre dans un autre, expliquez comment vous comptez y remédier.

> Racontez votre histoire, prouvez votre valeur et rassurez les investisseurs sur la solidité des liens qui vous unissent avec vos associés ou collaborateurs

Communiquez sur des éléments concrets

Décrivez votre offre de manière concise et précise. Précisez qui va en profiter. Pour un investisseur, ce que vous ne parvenez pas à décrire précisément n'a aucune chance d'être mis en œuvre. Soyez rigoureux et clair, surtout si vous maniez des concepts à la mode : vous devez prouver rapidement que vous n'êtes pas un simple suiveur, surfant sur la dernière tendance.

Pour que vos interlocuteurs comprennent tout de suite ce que vous faites, nous vous conseillons de pitcher par analogie et de faire une

démonstration de votre service si vous pouvez le faire. Vos interlocuteurs pourront transposer le succès de la startup que vous mentionnez à votre secteur d'activité.

Insistez bien sur l'expérience de l'utilisateur final : l'investisseur doit se projeter lui-même en train d'utiliser le produit. S'agissant du produit, décrivez précisément ce qui existe aujourd'hui et ce qui existera d'ici quelques semaines. N'hésitez pas à évoquer votre vision à plus long terme du marché pour donner de la perspective.

> L'investisseur doit pouvoir se projeter, il vous faudra être le plus précis possible

Ciblez un marché attractif

Les investisseurs ne se contentent pas de miser sur des entreprises saines. Ils recherchent avant tout des entreprises qui ont le potentiel d'aller très loin ! Votre marché le permet-il ? Si c'est évident pour certains secteurs, ça l'est beaucoup moins pour d'autres. Si vous visez un marché de niche, argumentez avec des données fiables, des estimations réalistes ou même un argumentaire décrivant comment des portes s'ouvriront par la suite.

Les investisseurs ciblent des sociétés qui ont la capacité à devenir leader sur leur marché. Comment comptez-vous prendre le dessus sur les acteurs en place ? En quoi vos produits ou votre stratégie vous donnent suffisamment d'avance sur des concurrents potentiels ?

> Les investisseurs recherchent de futurs leaders, expliquez-leur comment vous comptez prendre le dessus sur vos concurrents !

Présentez-vous comme une startup prometteuse, pas une multinationale

Les investisseurs savent distinguer une jeune pousse d'une entreprise déjà établie. La rentabilité n'est pas encore ce qui les intéresse. Vendez-leur de la croissance, toujours de la croissance !

Votre bande passante est très limitée. Concentrez-vous sur les domaines d'excellence de votre équipe. Prouvez que votre modèle fonctionne et ne perdez pas de temps à démontrer l'étendue de votre offre, surtout si votre produit n'est pas encore tout à fait au point.

> En rencontrant des startups les investisseurs ne recherchent en général pas la rentabilité, vendez-leur de la croissance

Maîtrisez vos chiffres

En matière de chiffres, trois questions sont fondamentales : connaissez-vous les indicateurs de performance que vous devez suivre ? Les suivez-vous et à quelle fréquence ? Vos chiffres sont-ils bons au regard du temps que vous avez investi jusqu'à présent ?

Montrez que vous connaissez les indicateurs permettant d'évaluer les startups de votre secteur d'activité ou celles qui partagent un business model similaire. Si vous ne disposez pas encore de chiffres fiables, prouvez au moins que vous maîtrisez l'exercice et que vos décisions seront guidées par ces indicateurs à l'avenir.

Votre interlocuteur va étudier des milliers de données dans sa journée. Personne n'est en mesure de retenir autant de chiffres. Mettez en avant

ceux qui prouvent que votre modèle a du potentiel.

Plus votre entreprise est ancienne, plus la barre est haute. Aidez votre interlocuteur à prendre la mesure de votre projet. Si vous avez conçu votre projet il y a quelques années mais que vous vous consacrez à plein temps à votre projet depuis peu, datez plutôt la création de votre startup à ce récent virage. Inutile de mentionner la date où votre idée a germé !

> Mettez en avant les chiffres qui prouvent que votre modèle a du potentiel

Réalisez un support visuel minimaliste et alléchant

Une fois le texte rédigé et appris, vous devez préparer un support visuel qui accompagnera votre discours. N'oubliez pas qu'un bon croquis vaut mieux qu'un long discours. Nous vous conseillons de limiter le texte au maximum et d'intégrer le plus d'images possibles à votre support visuel. Vos slides doivent être simples, visuelles et minimalistes. Il vaut mieux mettre peu de détails sur les slides et donner plus d'explications à l'oral ou en réponse aux questions des investisseurs.

Nous vous conseillons également de choisir une taille de texte assez élevée (autour de 30), afin que même les investisseurs les plus âgés de votre auditoire puissent lire vos slides. N'oubliez pas que vous serez parfois amené à pitcher avec du matériel de mauvaise qualité, attention donc à la qualité de vos slides et aux couleurs utilisées. Et ne vous laissez pas démonter par un problème technique : si vous vous êtes bien entraînés, vous saurez surmonter n'importe quel imprévu.

> Vos slides doivent être simples, visuelles et minimalistes

Entraînez-vous jusqu'à la perfection

Pour réussir votre pitch, il n'y a pas de secret : il faut vous entraîner, encore et encore, jusqu'à atteindre la perfection. Vous pitcherez le plus souvent seul·e mais vous devez également vous tenir prêt·e à pitcher avec votre équipe (cela est souvent demandé par les VCs).

Nous vous conseillons de commencer par pitcher devant des acteurs " plus petits ", où la pression et les enjeux sont moindres. Cela vous permettra de vous faire la main et de gagner en confiance. Vous pouvez par exemple commencer par pitcher en interne, puis devant des amis et lors d'événements de startups, comme par exemple chez The Family.

> Il faut vous entraîner, encore et encore, jusqu'à atteindre la perfection

Maintenez le cap, coûte que coûte

Les exemples ne manquent pas d'entreprises exceptionnelles à côté desquelles les investisseurs sont passés, parfois même à plusieurs reprises. Un échec ne signifie pas que la société ou ses fondateurs ne sont pas au niveau. Si votre pitch n'a pas convaincu cette fois-ci, persévérez. D'autres opportunités se présenteront.

Relevez-vous, progressez, améliorez votre pitch, votre produit, et préparez-vous à reprendre votre bâton de pèlerin.

Si votre pitch n'a pas convaincu cette fois-ci, persévérez. D'autres opportunités se présenteront.

Vous souhaitez créer votre entreprise ? Retrouvez les dernières ressources et outils du moment pour vous aider dans votre parcours

d'entrepreneur·euse dans la sixième édition de Backpack par Maddyne. C'est l'ouvrage qui vous accompagnera à toutes les étapes.



[Découvrir Backpack](#)

Article écrit par Antoine Garbay