

Le pitch, moteur d'innovation en entreprise

Utilisé dans le cinéma et par les startups, le pitch reste un exercice peu utilisé en entreprise. Pourtant, il gagnerait à être connu selon le cabinet de conseil Zepresenters qui appelle les salarié·e·s à s'en emparer dans son ouvrage "Le point sur le pitch".

La plupart des leaders possèdent un immense pouvoir, celui d'arriver à convaincre en quelques minutes des salarié·e·s, des partenaires ou encore des investisseurs de les suivre. Très utilisé par les startups, le pitch peine à trouver sa place en entreprise. Pourtant il serait un vecteur d'innovation et d'engagement de premier ordre selon Bruno Clément, Sébastien Bernard et Erik Tartrais, fondateurs du cabinet de conseil Zepresenters. Les trois associés livrent leur vision et quelques conseils issus de leur méthode, Hubstory® dans leur ouvrage *Le point sur le pitch*.

À bas le powerpoint, vive le pitch !

Le pitch fait partie du jargon utilisé dans le milieu des startups. Mais apparemment, sa définition n'est pas évidente pour tout le monde. L'étude réalisée par Zepresenters avec Opinionway en août 2019 révèle ainsi qu'un manager sur trois ne sait pas de quoi il s'agit. Et c'est bien dommage car le pitch n'est pas seulement une rapide présentation faite par des entrepreneurs et des entrepreneuses lors d'un salon ou d'un concours. « *C'est un nouvel outil de communication* » qui permet de « *défendre ses idées, que ce soit à la machine à café ou au Palais des Congrès* », insistent les co-fondateurs de

Zepresenters.

Loin de la présentation classique et souvent ennuyeuse basée sur un powerpoint, le pitch est un art qui consiste à créer « *une bande annonce de son idée* » et créer, chez son auditoire, l'envie d'en savoir plus. En quelques minutes, vous devez réussir « *à piquer l'intérêt et attiser la curiosité* ». Rassurez-vous, cet exercice est à la portée de tous.

Le pouvoir du Pitch pour les salariés et les dirigeants

L'immense pouvoir du pitch, c'est sa force de persuasion. Un orateur qui sait emmener son auditoire où il veut peut galvaniser des foules. À l'inverse, il est beaucoup plus difficile d'accorder de la crédibilité et de porter son attention sur une personne dont la présentation n'a ni queue ni tête. Malheureusement, bien s'exprimer ne signifie pas avoir de bonnes idées. « *Il y a de magnifiques projets qui pourraient changer la donne et mériteraient d'être mis en œuvre* » mais ne le seront jamais faute d'avoir pu être défendus correctement.

À lire aussi

[Dream Team : devenez un meilleur manager en 280 pages !](#)

En favorisant ce système, les entreprises risquent ainsi de rater des opportunités et de laisser échapper des idées innovantes. « *À chaque fois qu'une main n'ose pas se lever ou qu'une idée est refusée* », parce qu'elle est mal présentée, c'est la motivation du salarié·e qui s'effrite. « *À l'inverse, plus les collaborateurs seront outillés pour créer le désir autour de leurs projets, plus ils seront capables de les mener au bout* ». C'est pour cette raison qu'il est aussi important d'offrir à chaque collaborateur et collaboratrice l'opportunité de se former à cet exercice.

L'art d'emporter son auditoire

Zepresenters a développé la méthode Hubstory® pour aider ses client·e·s à construire plus efficacement leur pensée. Premier conseil : oubliez vos titres même s'ils sont prestigieux. Votre temps est précieux, ne le gaspillez pas. Vous devez également prendre conscience d'un autre point, « *le public ne*

s'intéresse pas à votre idée mais au changement positif qu'elle va générer pour lui » . Pour réussir votre pitch, entrez le plus rapidement possible au cœur du problème que vous proposez de résoudre. « Vous gagnerez votre crédibilité quand le public aura le sentiment que vous l'aurez compris. Alors seulement, il deviendra intéressant de parler de vous et de votre projet » , conclut Bruno Clément.

Mais si la méthode est essentielle, c'est aussi et surtout l'envie et le plaisir qui sont les vrais moteurs d'une présentation réussie. C'est finalement ce qui différencie l'orateur du leader.

Vous souhaitez faire le point sur le pitch ? L'ouvrage est disponible ici !

Article écrit par ANNE TAFFIN