Du deck au pitch, les 5 astuces d'investisseurs pour convaincre à tous les coups

Vous avez réussi à décrocher un premier rendez-vous avec les investisseurs tant convoités : bravo ! Mais le plus dur reste à faire. Maddyness a sondé six expert·e·s de l'investissement pour lister ce qui fait mouche à tous les coups.

Temps de lecture : minute

---

12 octobre 2020

Entrepreneuses et entrepreneurs épuisés, bousculés mais financés ! La levée de fonds est une course de fond dont les fondateurs et fondatrices sortent le plus souvent essorés. Mais quoi de mieux que de savoir qu'ils ou elles auront les moyens de leurs ambitions lorsque la *term sheet* est (enfin) signée et l'opération finalement bouclée ? Pour en arriver là, encore faut-il passer quelques obstacles, à commencer par le premier stress test des investisseur·se·s. Tel·le·s des critiques gastronomiques devant un gigot de huit heures, ils et elles s'apprêtent à désosser votre travail de ces derniers mois pour mieux l'évaluer et décider d'investir ou non dans votre projet selon sa qualité… mais aussi celle de votre présentation !

Afin de mettre toutes les chances de votre côté, Maddyness et le fonds La Poste Services for Equity ont mis au point un Kit business plan, téléchargeable gratuitement, qui vous permet de composer un business plan mais aussi un pitch deck selon les codes attendus par les investisseur·euse·s. Une fois ce premier test validé, ces dernier·e·s vous proposeront un rendez-vous pour pitcher votre produit ou solution de vive voix. C'est une étape aussi cruciale que redoutable, notamment pour des

primo-entrepreneurs et primo-entrepreneuses pas toujours rôdés à l'exercice. Pour vous aider à surmonter cette épreuve-clé, Maddyness a interrogé plusieurs investisseurs et investisseuses emblématiques pour connaître les secrets du pitch parfait. Voici donc en exclusivité la recette composée par Jean-Patrice Anciaux (Bpifrance), Marion Chanéac (Cap Horn), Julien-David Nitlech (Iris Capital), Claudia Vlagea (Groupe Duval) et Guilhem de Vregille (XAnge).

Apprenez à faire court (pour mieux faire durer le plaisir)

Votre entreprise, vous pourriez en parler des heures. Sauf que les investisseur·euse·s n'ont pas tout ce temps, loin de là. Votre objectif est donc d'être efficient·e : en dire suffisamment pour qu'ils et elles aient les informations essentielles qui leur donnent envie de creuser davantage et dans un minimum de temps parce qu'à ce stade des discussions, vous n'en êtes pas encore à entrer dans les détails.

Apprenez donc à pitcher votre entreprise à un·e investisseur·se sous plusieurs formats, de une à cinq minutes, mais privilégiez plutôt les formats de deux à trois minutes pour une première présentation. Et respectez votre timing !

Lors de cette présentation, insistez tout particulièrement sur deux points : d'une part, la pédagogie, vos interlocuteurs et interlocutrices doivent comprendre votre proposition de valeur dès la première écoute, c'est donc à vous de faire l'effort de la rendre facilement compréhensible. "*Il faut expliquer comment un chiffre d'affaires se construit : quels sont les leviers pour le faire augmenter, quelles sources de revenus il est possible d'activer*, égrène Franck Laumon, partner du cabinet Dafinity. *Modéliser le business plan montre que le dirigeant a vraiment travaillé le sujet.*" C'est d'autant plus important si le ou la CEO qui s'attelle à la présentation n'a pas un profil financier. D'autre part, soulignez ce qui rend votre produit ou

solution unique. Vous n’êtes probablement pas le ou la seul·e à avoir eu cette idée, alors qu’est-ce qui rend la vôtre plus attractive que les autres ? Et, si votre startup est véritablement la seule sur son marché, pourquoi est-elle viable ?

À lire aussi
Ce que les investisseurs disent de vous (une fois que vous êtes parti)

Gardez en tête qu’un premier rendez-vous avec un·e investisseur·euse dure entre 30 et 45 minutes. Votre présentation est donc une ligne que vous envoyez à votre interlocuteur·rice afin de piquer sa curiosité, qu’il ou elle aura ensuite tout loisir de satisfaire durant la phase de questions-réponses lors de l’examen du deck. Une nouvelle étape qui doit là aussi être travaillée en amont : gardez en tête, lorsque vous remplirez la trame de pitch deck que Maddyness et La Poste Services for Equity vous ont préparée, qu’elle doit pouvoir être déroulée en 30 à 45 minutes maximum. Et, pour éviter de vous éparpiller et tirer le meilleur parti de ce premier rendez-vous, il est préférable que seul·e le ou la CEO soit présent·e : il ou elle connaît l’entreprise sur le bout des doigts et une

seule prise de parole vous évitera d’allonger inutilement la présentation.

Adaptez votre présentation (mais pas votre discours)

C’est un conseil qu’on donne aux étudiant·e·s en recherche de stage mais qui est aussi valable pour les entrepreneur·euse·s en recherche de fonds : personnalisez votre présentation en fonction de vos interlocuteurs et interlocutrices. Pas sur le fond, puisque ni le pitch de votre activité ni vos prévisions financières ne sont censés changer d’un public à un autre. Mais sur la forme, il sera sûrement pertinent d’organiser votre pitch différemment selon le profil des investisseur·euse·s et d’insister sur différents points.

Les business angels sont ainsi très sensibles à l’équipe et à l’histoire derrière la création de l’entreprise, tandis que Bpifrance cherche des projets solides et viables ; les VCs, eux, accordent davantage d’importance au ratio risque/rémunération et à l’ambition du projet. Pensez à cela lorsque vous préparez votre pitch pour pouvoir capter rapidement votre auditoire.

À lire aussi
Transparence, rentabilité, aventure : ce que cherchent (vraiment) les investisseurs

Travaillez votre aisance “naturelle”

Le pitch est un passage obligé pour les startuppeurs mais, comme en ont témoigné certaines présentations lors de l’émission *Qui veut être mon associé* sur TF1, on n’est pas toutes et tous égaux face au stress. *Spoiler alert* : même celles et ceux qui ont l’air de pouvoir pitcher les yeux fermés sur un monocycle en équilibre sur un fil d’acrobate ont trimé pour en arriver là ! A vous donc de travailler la forme (votre aisance, votre diction, votre sourire…) comme le fond. Et c’est notamment parce que vous maîtriserez le fond que la forme sera plus fluide.

Commencez donc par dompter votre *snapshot*, c’est-à-dire la phrase qui à elle seule résume le déroulé de votre pitch et pique la curiosité de vos interlocuteurs et interlocutrices. Exemple : “*Bonjour, nous sommes (nom de votre startup), on s’est lancé sur le marché de XXX, on réalise XXX euros de CA grâce à notre produit XXX. Tout ça, en X années et grâce aux personnes que je vais vous présenter.*” En une phrase, vous aurez posé le contexte, serez entré·e dans votre présentation par ce que vous connaissez normalement le mieux et vous aurez en tête les éléments indispensables à évoquer.

À lire aussi
Comment réussir son pitch ?

Autre terrain à préparer avec attention : les chiffres-clés du secteur et de votre entreprise. Pas question de devoir fouiller dans vos fiches ou vos slides si les investisseur·euse·s vous titillent sur ces points (et, faites-nous confiance, ils le feront). Vous êtes censé·e avoir étudié votre marché en long, en large et en travers, avoir réfléchi longuement à la problématique que vous cherchez à régler et peut-être même avoir testé votre produit ou votre solution. Ne faites pas l'erreur d'apparaître incertain·e sur ces points, sans quoi votre crédibilité aura du plomb dans l'aile. En outre, pensez à resituer vos KPIs dans le temps. "*Pouvoir montrer une certaine traction, un intérêt pour le produit est la meilleure des démonstrations*", tranche Franck Laumon.

Rangez votre caisse à outils pour être prêt·e à dégainer

Pas besoin de vous encombrer de dizaines de graphiques, de photos,

d’exemples de campagnes social media ou d’affiches publicitaires. Mais ne pas les montrer ne veut pas dire qu’il ne faut pas les tenir prêts. Préparez minutieusement tous ces outils que vous pourrez dégainer au besoin si les investisseur·se·s vous les demandent ou s’ils ou elles se montrent sceptiques sur votre capacité à les produire. Cela démontrera non seulement votre capacité à vous organiser mais aussi le sérieux de votre projet.

Attention cependant à deux choses : vérifiez bien que tous les documents concordent et racontent la même histoire, avec des chiffres similaires. Il n’y a rien de pire que des contradictions entre vos propres supports pour vous embrouiller les pinceaux et vous déstabiliser inutilement - sans compter que cela devrait refroidir les investisseur·se·s. Veillez aussi à ce que tous ces documents restent à jour durant l’ensemble de votre processus de levée de fonds, qui devrait vraisemblablement durer plusieurs mois. Mettez-les à jour régulièrement pour éviter un curieux effet *Retour vers le futur*.

Restez humble

Vous n’avez que des numéros 10 dans votre équipe, vous êtes en train de créer une licorne et votre produit ou service va bousculer le monde comme jamais aucun autre auparavant. Peut-être. Seul le marché en décidera. Avant cela, vous restez un·e entrepreneur·se en recherche de fonds pour rendre ce grand projet possible, alors rappelez-vous que la véritable innovation serait de faire rimer ambition avec humilité plutôt qu’avec prétention. Et cela commence dès le premier rendez-vous avec vos futur·e·s investisseur·euse·s potentiel·le·s !

D’abord, rappelez-vous que votre présentation s’adresse à quelqu’un. C’est donc un dialogue que vous devez construire dès ce moment-là, même si la parole sera vôtre pendant quelques minutes d’affilée. Vérifiez que vos interlocuteurs et interlocutrices vous suivent et n’hésitez pas à

les solliciter si vous sentez que quelque chose les dérange ou que leur niveau d’attention baisse. Ce sera encore plus crucial durant la phase de questions-réponses et d’étude de votre deck. Evitez alors les longs “tunnels”, ces logorrhées interminables qui, aussi intéressantes soient-elles, ont tendance à plomber l’attention du public le plus assidu. Soyez concis·e et précis·e pour garder votre auditoire captif tout en étalant - raisonnablement - vos connaissances.

Enfin, la plupart des investisseur·se·s que vous rencontrerez vous apporteront bien plus que de l’argent. Le premier rendez-vous est aussi l’occasion pour chacun de tester ce que l’autre cherche dans la relation en passe de se nouer. C’est donc le moment de demander des feedbacks ou des conseils pour gagner en compétences et améliorer vos prochaines présentations mais aussi éventuellement rassurer vos interlocuteurs et interlocutrices sur la confiance et le crédit que vous leur accordez, la place que vous êtes prêt·e à leur donner dans le développement de votre entreprise et leur capacité à vous accompagner.

TÉLÉCHARGER LE KIT BUSINESS PLAN

Article écrit par Maddyness, avec La Poste Services for Equity