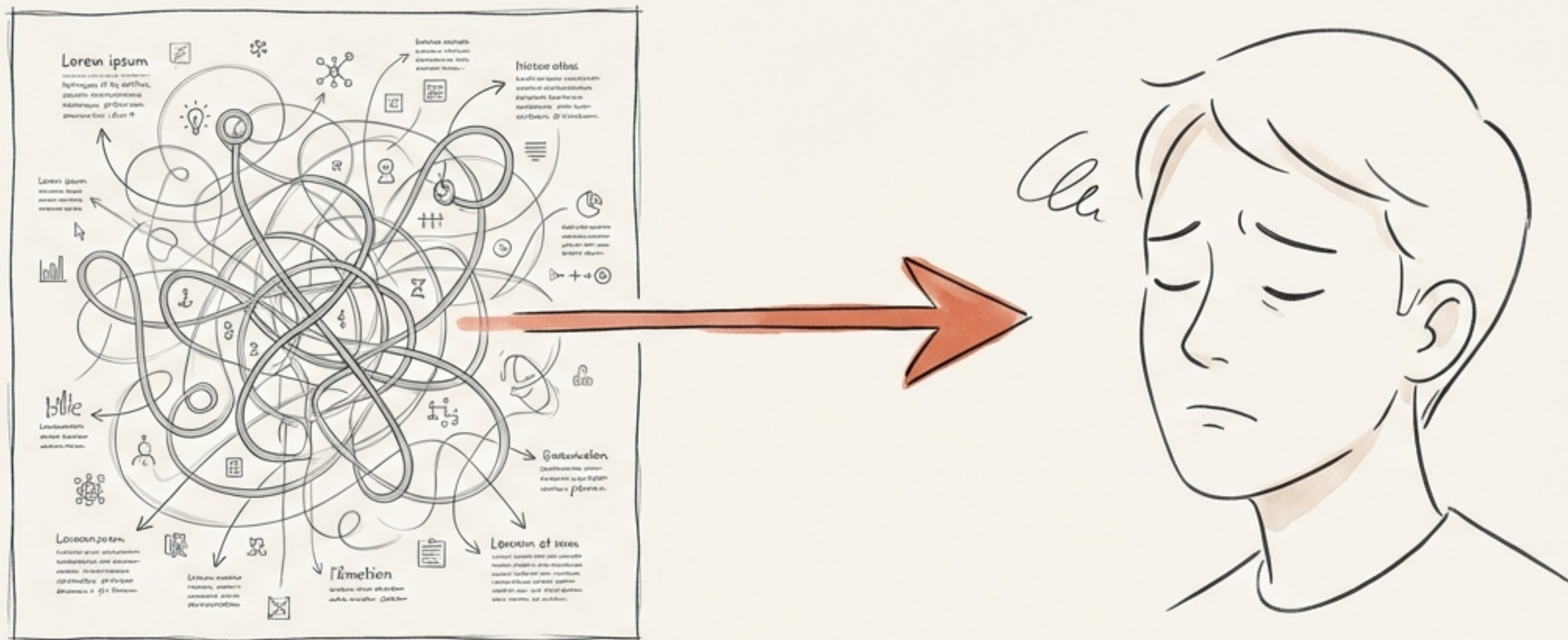


Pitcher, c'est raconter une histoire.



Et si la clé de votre réussite tenait en 6 slides ?



L'erreur que nous avons tous failli commettre.

Se noyer dans les détails techniques et les chiffres, en oubliant l'essentiel : l'émotion. On se concentre tellement sur le 'quoi' (le produit, la technique) qu'on en oublie le 'pourquoi' (le problème qu'on résout, la vision qu'on porte).

On commence par dédramatiser. C'est une erreur très fréquente, même chez les pros. Notre objectif aujourd'hui, c'est de vous donner une méthode simple pour l'éviter et captiver votre public à chaque fois.

Le secret des plus grands : ils commencent par le 'Pourquoi'.

Steve Jobs, en présentant l'iPhone, n'a pas vendu une liste de fonctionnalités. Il a raconté une histoire : celle d'un objet qui allait révolutionner notre façon de communiquer. Il a vendu une vision, créant le désir bien avant de parler de la technologie. C'est ça, la puissance du storytelling.



Ce n'est pas une intuition, ce sont des faits.



78%

Des investisseurs considèrent l'histoire ("le storytelling") comme un élément absolument clé dans la décision de financer un projet.

(Source: Harvard Business Review)



80%

C'est le temps que vous devriez consacrer à votre histoire et à votre vision. Les détails techniques ? Gardez-les pour les 20% restants.

(Source: Guy Kawasaki, 'The Art of the Start')

Imaginez que vous racontez votre idée à un ami.



Vous n'allez pas lui sortir un **tableau Excel**. Vous allez lui raconter une histoire.

Vous poserez le **décor (le problème)**, vous présenterez le **héros (votre solution)**, et vous lui expliquerez **comment ce héros va changer la donne**.

C'est exactement ce que nous allons structurer.

Votre scénario en 6 actes.



Voilà votre fil d'Ariane. Je sais que ça peut faire peur au début, mais c'est très logique une fois qu'on a compris. Chaque étape répond à une question que votre auditoire se pose. Suivez ce chemin, et vous serez convaincant.

Slide 1 : Le Problème. La première phrase de votre histoire.



Objectif

Rendez le problème réel, urgent et facile à comprendre. Votre public doit se dire : "Ah oui, je vois exactement de quoi il parle."

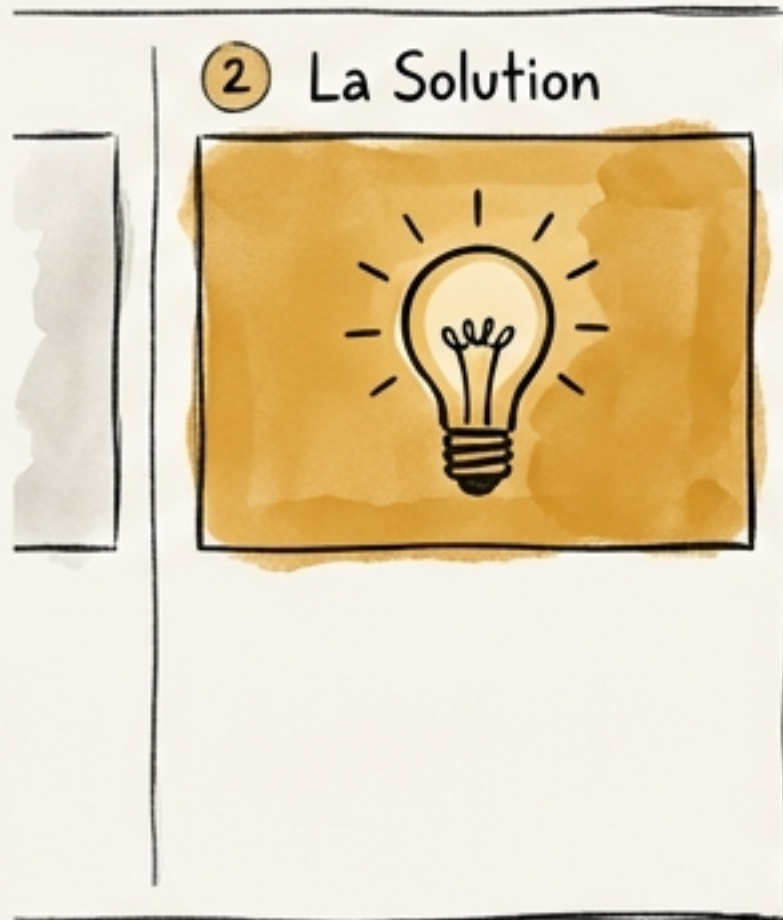
Exemple Concret

Aujourd'hui, 70% des PME perdent un temps précieux chaque mois à cause d'une facturation manuelle complexe et source d'erreurs.

Autre exemple pour inspirer

Airbnb a commencé en parlant du problème des voyageurs cherchant une expérience locale et authentique, que les hôtels ne pouvaient pas offrir.

Slide 2 : La Solution. Votre héros entre en scène.



Objectif

Présentez votre idée de manière simple et percutante. Comment votre projet résout-il le problème, très concrètement ?

Exemple Concret (suite du précédent)

Notre application automatise l'ensemble du processus de facturation en 3 clics, libérant des heures de travail pour les entrepreneurs.

Conseil de pro

Évitez le jargon. Si votre grand-mère ne comprend pas, simplifiez.

Slide 3 : Le Marché. Montrez la taille de l'aventure.



Objectif

Qui sont vos clients ? Combien sont-ils ? Montrez que l'opportunité est réelle et suffisamment grande pour être intéressante.

Ce qu'il faut montrer

- **Votre cible précise:** "Nous visons les **freelances et les PME de moins de 10 salariés en France.**"
- **La taille du marché:** "Cela représente un marché de **2 millions d'entreprises.**"

Note de mentor

Il ne s'agit pas de dire "on vise tout le monde". Au contraire, montrez que vous connaissez parfaitement votre client idéal. C'est beaucoup plus crédible.

Slide 4 : Le Modèle Économique. Comment le projet va gagner sa vie.

4 Le Modèle Économique



Objectif

Expliquer clairement et directement comment vous allez générer des revenus. Soyez précis.

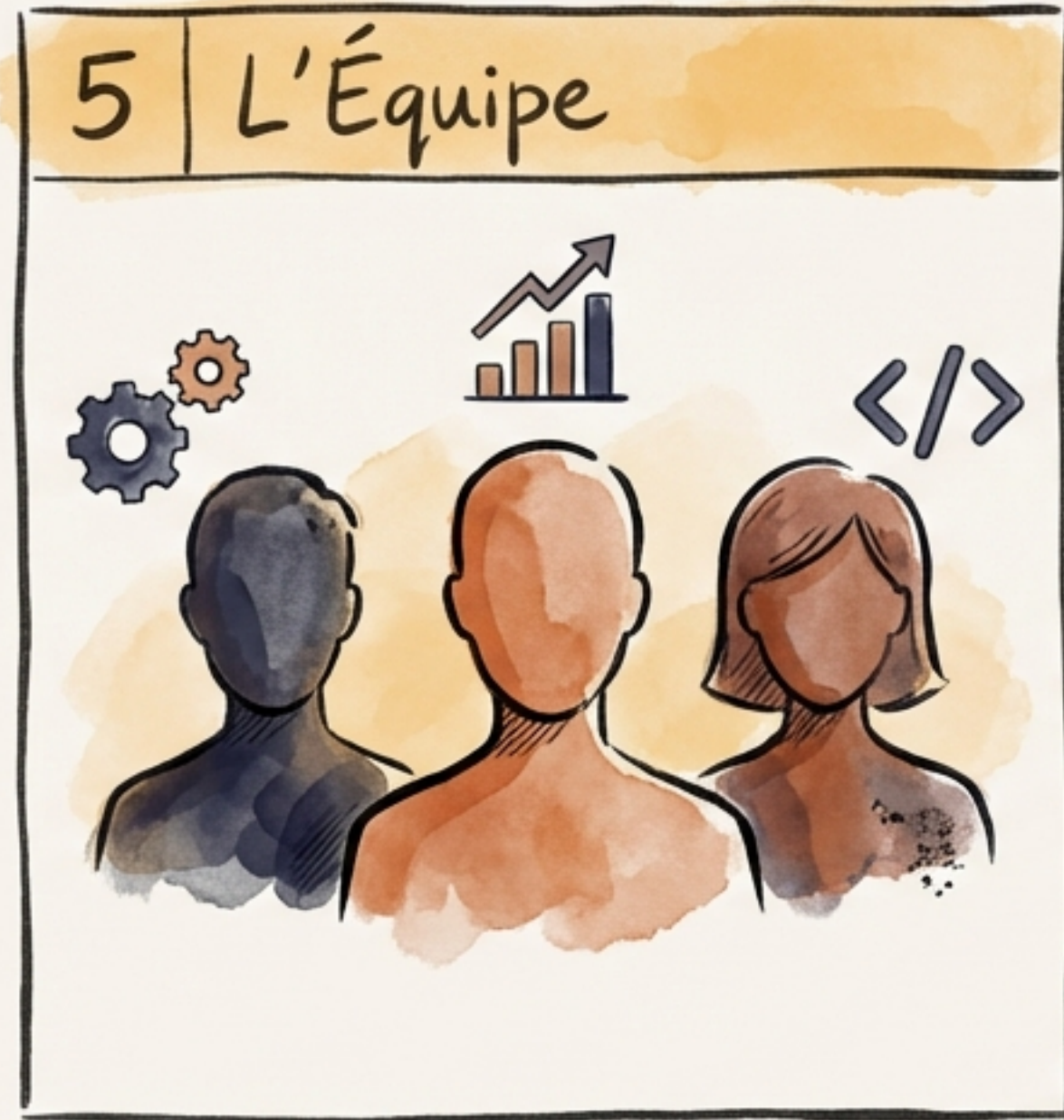
La question simple

Qui paie ? Combien ? Et pour quoi ?

Exemples courants

- Abonnement mensuel (SaaS)
- Commission sur les transactions
- Vente unique du produit/licence
- Modèle Freemium (fonctions de base gratuites, avancées payantes)

Slide 5 : L'Équipe. Les alliés qui mèneront la quête.



Objectif

Montrer que vous êtes les bonnes personnes pour mener ce projet à la réussite. Pourquoi vous et pas quelqu'un d'autre ?

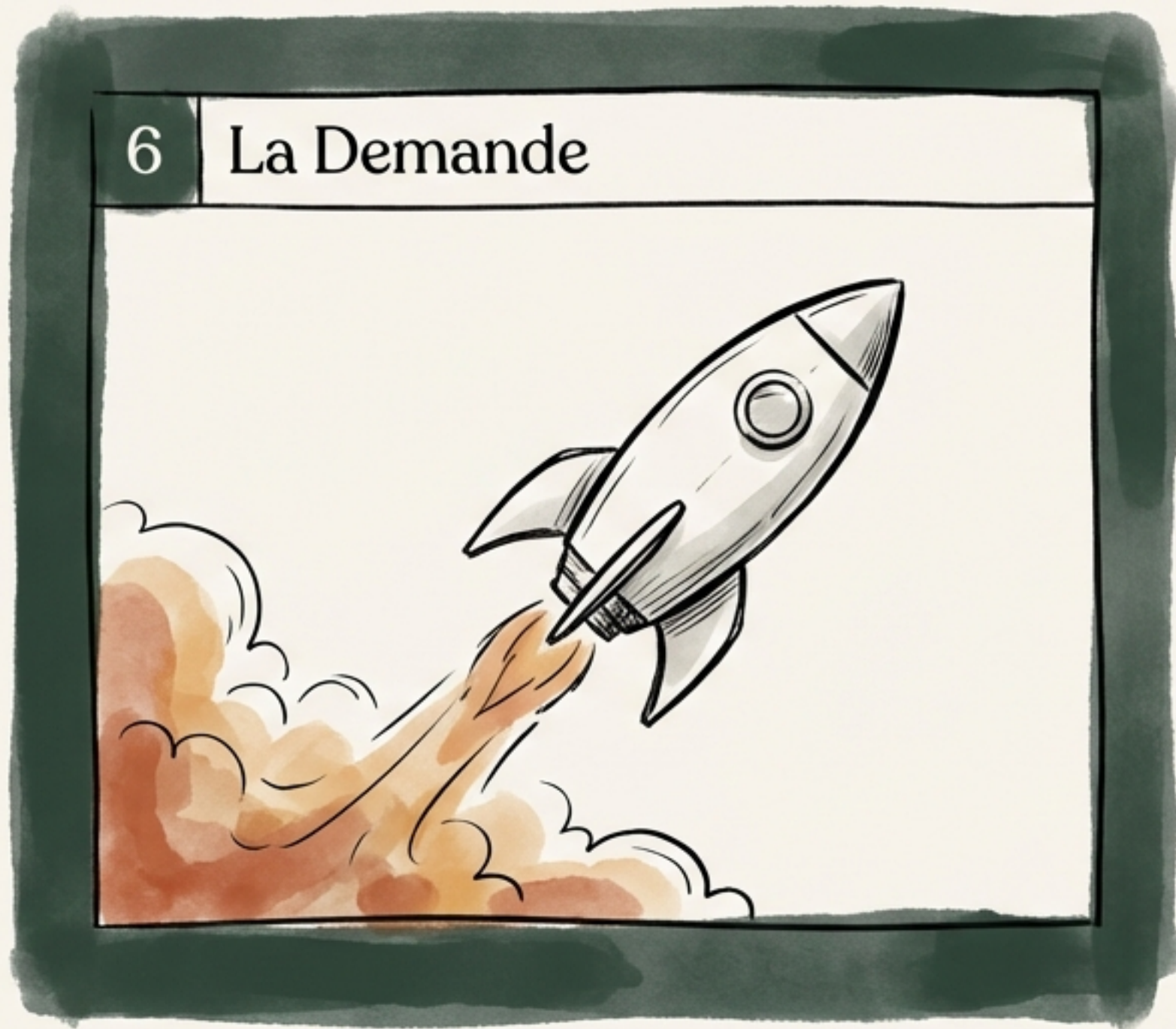
Ce qu'il faut présenter

- Les fondateurs et leurs rôles (CEO, CTO, etc.).
- Les compétences clés qui sont complémentaires (ex: un profil technique, un profil business).
- L'expérience pertinente qui vous donne de la crédibilité.

Note de mentor

N'ayez pas peur de mettre en avant vos expériences, même modestes. Un projet étudiant réussi, un stage pertinent... tout compte pour montrer votre engagement et votre capacité à livrer.

Slide 6 : La Demande. Ce dont vous avez besoin pour réussir.



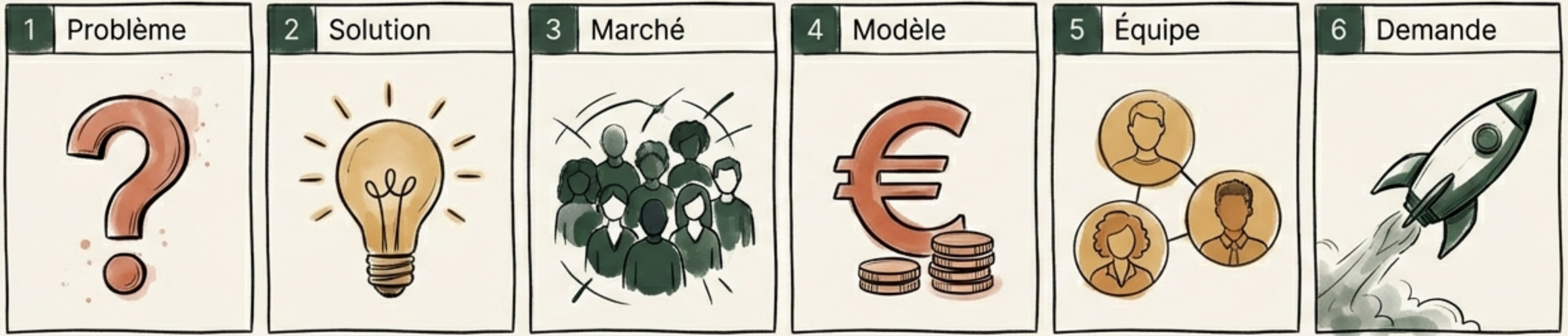
Objectif

Soyez clair, précis et ambitieux sur ce que vous demandez. C'est l'appel à l'action de votre histoire.

Comment la formuler

1. **Le montant:** "Nous cherchons 50 000€."
2. **L'utilisation des fonds:** "... pour finaliser le développement de notre application (30k€) et lancer notre campagne d'acquisition de nos 1000 premiers clients (20k€)."
3. **L'objectif à atteindre:** "... afin d'atteindre la rentabilité en 12 mois."

Votre histoire complète, en un coup d'œil.



Problème → Solution → Marché → Modèle → Équipe → Demande

C'est votre histoire. Vous avez maintenant le plan pour la raconter avec clarté et conviction.

Cette méthode est votre meilleur atout professionnel.

Savoir pitcher, ce n'est pas juste pour les startups. C'est la compétence qui vous permettra de convaincre un manager de financer votre projet, de rallier une équipe à votre vision, ou de vendre une idée à un client. C'est la clé de vos futurs succès.



À vous d'écrire votre premier chapitre.



Des questions ? Des idées qui germent ? Nous sommes là pour vous aider à démarrer. N'hésitez jamais à solliciter de l'aide, c'est le signe des futurs grands professionnels.

[Nom du Mentor 1] | [Email/Contact]
[Nom du Mentor 2] | [Email/Contact]