

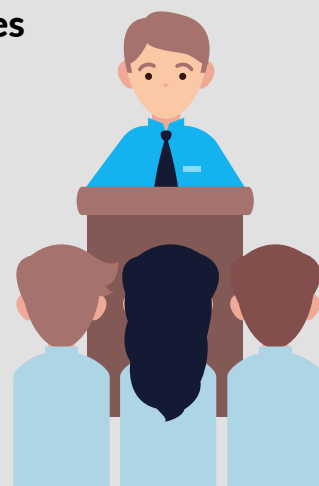


Fiche

## COMMENT PITCHER MON PROJET NUMÉRIQUE ?

Vous savez ce que vous faites, vous connaissez le moindre détail de votre projet... Mais êtes-vous capable de le résumer en quelques mots, en quelques phrases ? Vous avez des difficultés à vendre votre idée, à convaincre d'autres de partager votre aventure ? Cette fiche est faite pour vous !

Découvrons ensemble **les bases d'un bon pitch**, et **quelques méthodes et outils** pour montrer en quelques secondes le potentiel de votre travail.



## Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**



### C'est quoi un pitch ?

Les bons entrepreneurs savent ce qu'il font, le **quoi**, ils savent même souvent expliquer **comment** ils le font, mais ils sont moins nombreux à exprimer aisément **pourquoi** ils le font. Et pourtant c'est ce pourquoi, les objectifs, le but de votre projet, qui sont les plus importants pour donner envie à d'autres d'y investir du temps ou de l'argent. Il s'agit donc du cœur de votre pitch.

Un pitch se concentre, en quelques mots, en quelques phrases, sur la raison d'être de votre projet, le problème que vous désirez résoudre et ce qu'il va changer dans la vie de ses bénéficiaires.

Il peut durer quelques dizaines de secondes ou quelques minutes, mais il s'agit d'un discours court, concis, qui va droit au but et qui vous permettra de proposer une action à votre auditoire : fixer une réunion, investir dans votre projet, croire en votre idée et vous en donner les moyens.



*Crédit : Freepik.com*

### Un pitch pour présenter quoi ?

Au Hub créatif de Charleroi Métropole, vous nous présentez essentiellement des projets numériques, culturels, créatifs, ou qui allient ces trois facettes avec aisance. Le pitch vous sera utile pour défendre ces projets face à des investisseurs, à des partenaires potentiels et également à l'équipe du Hub-C qui vous accompagnera. Mais de manière générale, le pitch peut servir dans un grand nombre de situations :

## Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**

- Je me présente à un nouveau collègue, à un client, un nouveau partenaire ...
- Je présente mon entreprise à l'extérieur, à de potentiels partenaires ou à des candidats
- Mon département travaille sur des sujets spécifiques, je le présente à des clients potentiels
- Je pitch mon expertise, une méthode, un asset
- Je pitch un projet, une idée, un rêve

Un bon pitch en quelques mots clés :

1 **Court et synthétique** : allez droit au but, sans vous perdre dans les détails de la conception, des ressources engagées et des différentes étapes. Il ne s'agit pas d'un plan de projet ou d'un état d'avancement. Le temps d'attention de vos interlocuteurs ne dépasse pas 10 à 12 minutes, il faut donc profiter de ce temps imparti pour convaincre. Les 30 secondes seront par ailleurs déterminantes, elles suffisent pour être jugé par votre auditoire.

Attention, le pitch n'est pas pour autant une course contre la montre ! Un discours rapide et sans pause ne permettra pas à votre audience de saisir vos arguments et a de forte chance de les perdre sous une avalanche de mots. Si vous devez parler vite c'est que vous essayez d'en dire de trop, le maître mot : synthèse !

2 **Concret** : n'hésitez pas à appuyer votre discours sur des éléments concrets, des chiffres et statistiques pour ancrer la problématique dans le réel mais aussi via des situations courantes, des anecdotes,... dans lesquelles pourront se retrouver vos auditeurs.

De plus, ceux-ci doivent vous comprendre pour être convaincus, nous avons pour habitude de dire qu'un pitch c'est comme expliquer quelque chose à sa grand-mère ou à un ado, si je comprends *ce que je fais* et *pourquoi*, je peux l'expliquer à quelqu'un qui n'a pas mon expertise. Ne vous perdez pas dans un jargon d'expert, et tentez également d'éviter le mélange des genres, le franglais et autres déformations de langage, qui complexifient le discours.

## Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**

- 3 Dynamique et convaincant : combien d'entre nous se sont déjà endormis face à un orateur à la voix lente et monotone ?! Captivez votre public, montrez vous convaincu par votre projet, et n'hésitez pas à interagir avec le public.
- 4 Préparé et ciblé : comme nous l'avons vu dans le premier point, on peut préparer son pitch, notamment en travaillant sur les références et statistiques, mais il faut également structurer son propos. Le pitch est un spectacle en soi, vous devenez un acteur proposant une scène, et tout bon acteur s'entraîne, répète encore et encore. Cependant, un pitch doit pouvoir s'adapter au public, il est parfois possible de connaître les profils que nous devons convaincre, il est alors assez aisé de préparer la présentation en l'adaptant, sur la forme, les termes employés, les arguments déployés. Cependant parfois, l'audience est large et très variée, ou inconnue, il faut alors être capable de flexibilité. Une bonne préparation peut également servir à envisager différents scénarios et créer plusieurs versions du pitch selon les différents types de publics envisageables.
- 5 Une histoire qui donne envie d'en savoir plus : Le pitch n'est pas une fin en soi, il doit donner envie d'aller plus loin, de vous poser des questions, il doit susciter l'intérêt. N'oubliez pas que c'est toujours la première impression qui compte, c'est pourquoi il est important d'être convaincant pour que votre audience réponde à votre appel à l'action.

### Pourquoi pitcher le pourquoi ?<sup>1</sup>

Simon Sinek est la personne qui a théorisé et mis en avant l'importance de communiquer en premier lieu sur le pourquoi. Nous sommes également convaincus qu'il s'agit du cœur de votre pitch, en voici l'explication.

Si on parle du monde de l'aviation, vous connaissez sûrement les frères Wright mais peut-être moins Samuel Pierpont Langley, n'est-ce pas ? C'est comme si nous évoquons Steve Jobs, vous pensez Apple, MacOs, Ipad, Mac,... Et si nous parlons de Dell, et de Michael Dell évidemment, vous pensez aux ordinateurs mais certainement pas aux MP3.

La différence entre tout cela est la communication.

Les gens et marques célèbres ont une communication tout à fait opposée à celle de leurs concurrents : ils communiquent selon le cercle d'or.

1. basé sur "Start with why" de Simon Sinek

## Fiche Comment pitcher mon projet numérique ?

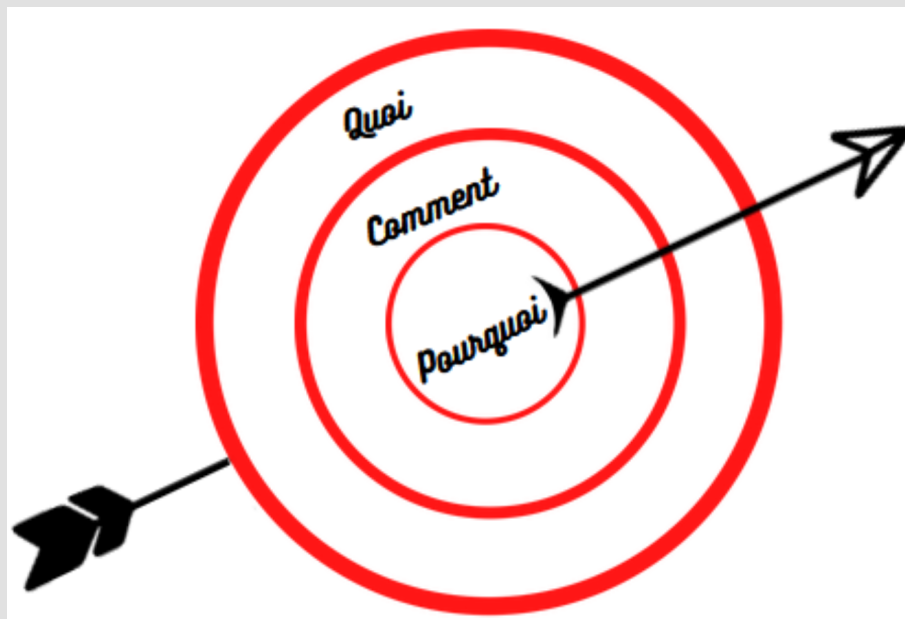


Illustration réalisée à partir de l'ouvrage "Start with why" de Simon Sinek

Ils commencent par le *Pourquoi*, expliquent ensuite le *Comment*, et terminent avec le *Quoi*. Les leaders inspirés et les organisations inspirées pensent, agissent et communiquent de l'intérieur vers l'extérieur. Le pourquoi représente votre but, votre croyance. C'est la raison d'existence de votre produit ou de votre service. L'objectif n'est pas de faire du business avec tous ceux qui ont besoin de votre produit mais de faire du business avec les gens qui croient en ce que vous croyez.

Les gens n'achètent pas ce que vous faites;  
ils achètent pourquoi vous le faites.

Quand vous communiquez de cette façon, de l'intérieur vers l'extérieur, vous parlez directement au système limbique, c'est-à-dire à la partie du cerveau qui contrôle le comportement, les émotions et même les prises de décisions.

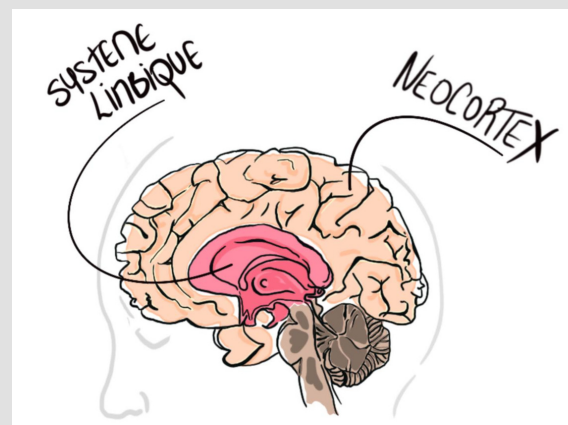


Illustration inspirée d'Alice Dubourg

Vous permettez aux gens de rationaliser vos paroles car le néocortex correspond au niveau du "quoi", il est responsable de toutes nos pensées rationnelles et analytiques, et au langage.

Parler du *pourquoi* sert à susciter l'engagement chez les personnes qui partagent vos émotions et vos convictions. Vous allez attirer les personnes qui croient en ce que vous croyez.

## Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**

C'est important pour la loi de la diffusion de l'innovation : les gens vont agir pour prouver ce en quoi ils croient , c'est comme ça que des gens font la file pendant 10h pour acheter le nouvel Iphone.

Si vous ne savez pas *pourquoi* vous faites quelque chose, pourquoi voulez-vous que d'autres personnes achètent votre produit/utilisent vos services...? Si l'humain suit des leaders, ce n'est pas pour ces derniers, mais pour eux-mêmes. Et ce sont les personnes qui commencent avec le "*pourquoi*" qui sont capables d'inspirer ceux qui les entourent ou de trouver ceux qui les inspirent. Ce n'est pas le *quoi* qui vous permet de vous démarquer : HP, DELL, Lenovo... ils fabriquent eux aussi de très bons pc, mais eux n'expriment par leur pourquoi dans leur communication.

Samuel Pierpont Langley avait de l' argent, des diplômes universitaires et les compétences pour construire une machine volante, les frères Wright n'avaient ni argent ni diplôme. Pourquoi voulaient-ils construire une machine volante? Samuel pierpont Langley voulait être riche et célèbre, les frères Wright voulaient changer le monde. De qui vous souvenez-vous?



### Méthodes et outils

Maintenant que vous savez ce que vous voulez pitcher et pourquoi vous voulez le faire, il est temps de découvrir quelques méthodes et outils qui vous serviront à préparer vos présentations.

Suivant la situation, le temps imparti, l'audience visée, l'objectif et le cadre du pitch, différents formats se prêtent davantage à la situation. Ce qui est proposé ici est loin d'être exhaustif mais parcourt la palette des possibles en termes de temps de discours, de contenu ou encore de support.



crédit : macrovector / Freepik

## Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**



### 1. L'Elevator pitch, un pitch impromptu

L'*elevator* (ascenseur) *pitch* est la forme la plus répandue de pitch, une petite recherche sur le net et vous découvrirez d'ailleurs que le terme "pitch" est souvent utilisé pour raccourcir le terme "elevator pitch".

L'*elevator pitch* est à la base utilisé dans le monde des grandes entreprises, où les bureaux des managers se trouvent aux étages supérieurs alors que ceux des employés se trouvent aux étages inférieurs. Vous voulez monter les échelons ? Alors il faut monter dans l'ascenseur et convaincre le manager qui s'y trouve avant la fin de son ascension vers son bureau.

L'*elevator pitch* est rapidement devenu, par généralisation, un pitch court, de vingt à trente secondes. L'objectif est avant tout de faire bonne impression pour susciter l'intérêt. Une clé pour réussir son elevator pitch est de se référer à la méthode **AIDA**, qui vient du monde du marketing. Vous devenez le produit, vous devez dès lors capter l'attention, susciter l'intérêt, provoquer le désir et inciter à l'action.

Afin de bien préparer votre pitch et ne pas vous perdre, une structure claire peut vous aider :

1. Me présenter
2. Expliquer ce que je fais
3. Expliquer ce que je veux faire
4. Passer à l'action !

Par son format, l'*elevator pitch* est rarement accompagné d'un visuel, si c'est le cas, il doit être résumé à une image, une phrase choc, et un rappel de vos coordonnées. Nous voyons par ailleurs plus bas dans cette fiche comment construire un visuel impactant et dynamique dans le cadre d'une autre forme de pitch.

### 2. Le pitch parfait en 3 phrases

(nom de votre produit ou service) **à été conçu pour les** (votre cible) **qui veulent** (le problème principal à résoudre).  
(Nom de votre produit) **est un** (catégorie de produits), **mais qui au contraire de tous ses concurrents, il permet de faire** (fonction unique) **grâce à** (nom de la fonction à valeur ajoutée).  
**D'ailleurs je propose gratuitement aux entreprises de** (Appel à l'action), **ça vous intéresse ?**

## Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**

Ce modèle est construit sur base des éléments qui doivent se trouver dans un pitch bien construit :

- Commencez par vous identifier par le nom de votre entreprise, produit, projet, ou votre propre nom.
- Ensuite énoncez le problème que vous adressez,
- en découle votre cible.
- Identifiez les principales composantes ou fonctionnalités,
- et indiquez clairement en quoi vous êtes meilleurs que les concurrents, quelle est la valeur ajoutée.
- Enfin, terminer toujours par un appel à l'action.

Nous avons réalisé l'exercice pour le Hub-C, en quelques minutes. Voici le résultat :

*“ Le Hub créatif de Charleroi Métropole a été conçu pour les porteurs de projets et PME de la région de Charleroi qui désirent développer leur idée, qu'elle soit culturelle, créative, numérique ou les trois à la fois.*

*Le Hub-C est un hub créatif, c'est-à-dire un collectif d'acteurs oeuvrant pour le développement économique et territorial de sa région , mais c'est surtout un réseau de partenaires issus du territoire qui permet aux porteurs de projets de toutes tailles, et aux entreprises, qu'elles soient en création, en développement ou en repositionnement, de faire émerger leurs projets, avec le soutien d'experts de qualité, passionnés et dévoués.*

*Contactez nous sans plus attendre pour nous présenter votre projet, et découvrir toutes les possibilités d'accompagnement qui s'offrent à vous ! ”*

N'hésitez pas à prendre quelques libertés avec le template, à rajouter les mots clés qui permettent de vous distinguer et d'accrocher l'attention de votre auditoire.

### 3. Les 7 clés d'un pitch

Un autre outil que nous avons identifié pour vous est mis à disposition par le ministère français de l'action et des comptes public. Il s'agit d'une série de fiches qui permettent, au fur et à mesure de leur remplissage, de répondre à une série de questions qui parcourent l'ensemble des points essentiels dans un pitch :

- Une accroche décrivant le problème ou le besoin auquel répond votre solution.
- Revenir à l'essence du problème, ce qui permet d'exprimer pourquoi vous travailler sur une solution spécifique
- Pourquoi ce problème est important pour vous, pour votre entreprise, pourquoi vous êtes engagé dans sa résolution





## Fiche Comment pitcher mon projet numérique ?

- Votre solution en 3 points principaux
- La cible, les bénéficiaires et autres parties prenantes.
- Quel sera l'impact de votre solution ? tenter de donner quelques mesures du changement apporté.
- Et la suite ? que devez vous faire pour continuer votre projet ? Comment votre audience peut-elle participer ?

Le template peut être téléchargé [ici](#).



### 4. PechaKucha

Les trois méthodes précédentes vous permettent de structurer vos propos, de tirer avantage du temps imparti et de profiter des premières minutes pour capter l'attention de vos auditeurs. Cette quatrième et dernière méthode que nous vous proposons allie l'art de l'éloquence et de la facilitation visuelle, car en plus du temps et du nombre de diapositives, le contenu de celles-ci est également formaté : pas plus d'une image, et que des images.

La méthode *PechaKucha* provient du Japon, le terme signifie bavardage. Développée par Astrid Klein et Mark Dytham, deux architectes installés au pays du soleil levant, il s'agit d'une réaction aux interminables powerpoint.



En effet, il s'agit d'un format de présentation qui contraint l'orateur dans le temps et dans la présentation : 20 diapositives et 20 secondes par diapositive. Le résultat est une présentation en 6 minutes et 40 secondes.

Voici nos quelques conseils pour réussir votre PechaKucha :

- Créer une histoire : par des post it, identifiez les idées que vous désirez présenter et mettez les en ordre pour créer votre ligne du temps, avec un début, un milieu et une fin. La règle "1 postit = 1 idée = 1 slide" est d'actualité.
- Ne placez qu'une image par slide, évitez les collages. Il peut s'agir d'un dessin, d'une photo, d'une illustration trouvée dans les banques d'images gratuites ou personnelles, évitez cependant les clipart ainsi que les animations de transition. Préférez tout de même les photos aux dessins, en effet, un dessin n'a souvent qu'un sens alors qu'une image est équivoque dans le temps et selon la personne.

## Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**

- Pensez à votre public, les gens veulent passer un bon moment, l'humain est une commère, vous leur présentez une jolie histoire avec de belles images, et votre public sera conquis ! Trouvez donc des images de qualité, sélectionnées par rapport à votre public et à votre sujet.
- Comment bien choisir son illustration ? Vous pouvez aller droit au but avec des illustrations univoques, des photos de la réalisation de votre projet. Mais vous pouvez également jouer avec vos images : travaillez les contresens, mettez y un peu d'humour (à manier avec prudence et sagesse selon votre public ! ) ou pariez sur les références culturelles, le cinéma, les séries télévisées (dans l'équipe on aime beaucoup faire appel à l'inspecteur Columbo au moment de la séance questions/réponses).
- Répétez ! Comme pour n'importe quel pitch il est important de s'entraîner. L'entrée en matière est le moment crucial de votre PechaKucha, répétez le plus encore !
- Une astuce pour respecter les 20 secondes ? Sujet, verbe , complément , évitez les phrases trop longues, n'essayez pas d'en dire trop. Ne soyez pas non plus embarrassé par le déroulement des images. Si l'image passe trop vite, continuer l'explication sur l'image précédente , alors les auditeurs comprendront le fil entre le discours et les images. Si au contraire vous êtes en avance, pas de souci non plus, ça surprendra les auditeurs. Et si vous êtes dans le timing, vous devenez le sorcier de vos présentations

Une communauté entière s'est formée autour du PechaKucha, pour en savoir plus, rendez-vous sur la page officielle.



### Pitch et visuels

Dans certaines circonstances, il peut être utile de supporter votre pitch de quelques éléments visuels. Il est alors intéressant de proposer quelques diapositives.

Plus haut, nous avons découvert la méthode du PechaKucha qui propose un modèle très formaté de présentation visuelle.

Attardons ici sur l'usage de slide en général pour des pitch de toute formes et les quelques règles à garder en tête pour une support réussi et qui n'alourdit pas votre discours.

- En dehors de formats spécifiques comme le pecha kucha, la règle est d'un slide par 1 voire 2 minutes de présentation.

## Fiche Comment pitcher mon projet numérique ?

- En règle générale, un slide doit également présenter 1 ou 2 idées, pas plus. Si vous devez lister des éléments (par exemple les 3 grands atouts de votre solution) utilisez une liste avec un ou deux mots par points.
- Il est épuré, il ne s'agit pas de charger le visuel de phrases interminables. Une astuce pour y arriver facilement : N'utilisez pas de police en dessous de 30pts. Votre visuel est un support de facilitation, pas une source de distraction. Si vous le chargez de textes, votre auditoire lira et ne vous écouterà pas.

**ASTUCE :** La méthode "10 - 20 - 30" résume facilement les premiers conseils : Dix slides, présentés en 20 vingt minutes, les slides sont écrits avec une police d'au moins 30 pts.

- Evitez les fonds psychédéliques ou animés, le blanc avec écriture noire ou grise est une valeur sûre. Envie de couleur, garder en tête l'identité visuelle de votre projet et de votre entreprise et servez vous de palettes de couleurs complémentaires, en alliant 2 ou trois couleurs, ne transformez pas votre présentation en arc en ciel. N'oubliez pas le logo de votre entreprise, un rappel discret de votre identité.
- Comme vous l'avez appris plus haut, les images ne sont pas à proscrire, au contraire, mais elles sont à manier avec habileté : une ou deux images par slides, de grandes tailles, permettent de conduire le regard, d'illustrer un propos ou de dynamiser votre présentation.



### Un dernier conseil !

Enfin, la dernière astuce que nous pouvons mettre en œuvre pour qu'un pitch fasse mouche, est d'orienter le discours vers des objectifs sociétaux partagés par votre audience.

En effet, certaines occasions dans lesquelles vous pourrez défendre un projet ou une idée se présenteront dans le cadre d'évènements organisés par des structures telles que les organismes de développement économique ou territorial, ou les autorités de financement régionales.

## Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**

Il est dès lors intéressant de s'intéresser aux valeurs sociétales défendues par l'organisme qui vous accueille, de la même façon que vous pouvez vous inspirer de la culture d'entreprise de la société qui vous invite à une séance de présentation ou à un entretien.

Les sites des structures organisatrices et les différentes communications peuvent être une source d'inspiration.

Nous vous proposons également deux pointeurs :

**1** Très généralistes mais par ailleurs inratables, les 17 objectifs de développement durable des Nations Unies. Toute organisation sera sensible à la mise en avant de ces objectifs dans un projet responsable. Retrouvez l'ensemble des objectifs sur [le site officiel](#).



**2** Vous voulez défendre votre projet numérique ancré dans les enjeux de responsabilité environnementale et climatique ? Pourquoi ne pas s'inspirer de la Charte du numérique responsable, signée par un grand nombre d'acteurs du secteur, proposée par l'institut du numérique responsable. Cette charte, reprend en cinq points les points clés du développement durable en IT : l'optimisation des ressources utilisées, l'inclusivité, l'éthique, la résilience et le changement de comportement grâce à l'IT.



Retrouvez cette charte [ici](#).



### Conclusion

Pour conclure, le pitch est un exercice qui se prépare et s'adapte à votre discours, à votre audience, mais aussi à vous.

Il existe de nombreux outils et structures qui vous permettront de cadrer votre discours, les méthodes et astuces qui vous sont présentées dans cette fiche s'alimentent les unes les autres, afin de créer un cadre de pensée et de travail utiles pour n'importe quel discours, qui vous permettra de défendre votre projet numérique en toutes circonstances, et d'attirer l'attention très rapidement de votre public sur la plus-value de votre travail.

Fiche **Comment pitcher mon projet numérique ?**



**Besoin d'une aide supplémentaire ?**

Le Hub-C dans le cadre de ses services d'accompagnement numérique organise des workshops et groupes de travail en lien avec les nouvelles technologies de prototypages. Vous souhaitez un accompagnement pour votre projet innovant ou vous souhaitez participer à un prochain workshop? N'hésitez pas à contacter un membre du Hub!

Vous avez une question spécifique à propos d'une fiche? Elles sont réalisées par les experts du CETIC (Centre d'Excellence en Technologies de l'Information et de la Communication), un centre de recherche appliquée en informatique situé à Charleroi. Vous trouverez toutes les coordonnées ici.



Les fiches pdf et illustrations de la trousse à outils du Hub-C sont réalisées grâce au site [Canva](https://www.canva.com)

**Partenaires**