

Le pitch ou convaincre sur la durée d'un trajet en ascenseur !



Le pitch ou *elevator pitch* (*prendre l'ascenseur*), parfois appelé argumentaire-éclair, est un concept anglo-saxon, qui se réfère à la durée d'un voyage en ascenseur, une durée qui devient le temps utile pour présenter un projet ou se présenter et convaincre l'interlocuteur. **L'idée** consiste donc en une présentation courte et dynamique de soi ou de son projet ! Elle doit durer au maximum deux minutes (temps d'un voyage en ascenseur) et/ou ne pas excéder 120 mots (conversation moyenne dans un ascenseur). **Les objectifs** sont clairs : il s'agit de se vendre/vendre son produit, de convaincre, de persuader, de donner envie... Aujourd'hui, par souci d'efficacité, de nombreuses sociétés imposent la technique du pitch à leurs dirigeants et (futurs) collaborateurs pour présenter un projet ou une offre. La qualité d'une idée, d'un projet ou d'une personne est alors jugée d'après celle du pitch qui peut, éventuellement, être suivi d'un court jeu de

questions/réponses pour approfondir ou détailler certains aspects... si le pitch a éveillé l'intérêt des décideurs ! Le pitch sert à donner envie d'aller plus loin, d'approfondir le sujet à l'occasion d'une nouvelle rencontre avec une présentation plus détaillée du produit. Il sert aussi à éliminer rapidement les projets faibles ou les "mauvaises" idées d'où l'intérêt d'avoir un bon pitch, de savoir le présenter !

Les ingrédients d'un bon pitch !

Un pitch réussi doit contenir au minimum les éléments suivants :

- ✓ **Qui ?** → Présentation du locuteur qui légitimise sa présence et le pitch qu'il présente
- ✓ **Quoi ?** → L'idée de base, le contenu que l'on veut promouvoir, ses avantages, ce qui le différencie (le rend unique ou meilleur) des autres produits du même type. Descriptions succincte du produit, du service.
- ✓ **Pourquoi ?** → Quel est l'objectif du pitch ? Quelles sont les attentes du pitcheur ?
- ✓ **Pour qui ?** → A qui s'adresse, non pas le pitch, mais le projet ou l'idée qu'il contient ?
- ✓ **Comment ?** → Les moyens de mettre en place le projet ou l'idée développée dans le pitch

Il est parfois utile d'y ajouter les précisions suivantes :

- ✓ Où ?
- ✓ Quand ?
- ✓ Combien ?

Et sur la forme ?

- ✓ Etre enthousiaste !
- ✓ Etre clair/simple !
- ✓ Etre précis !
- ✓ Etre positif !
- ✓ Etre concret !
- ✓ Etre synthétique !
- ✓ Raconter une histoire !
- ✓ Respecter les règles élémentaires de politesse !

Ethos, pathos, logos...

Pour être efficace, un pitch doit captiver son auditoire ! Tous les grands orateurs jouent sur une subtile combinaison de trois axes incontournables de la rhétorique (l'art de persuader) :

L'éthos → l'image que l'on donne de soi à travers le discours. Il sert à légitimer sa présence, à persuader de son expertise dans le domaine concerné, il donne une légitimité certaine à celui qui fait le pitch.

Le pathos → joue sur les émotions de l'auditoire, il s'agit de faire ressentir sa passion, ses sentiments. Il peut s'exprimer par le biais de l'humour, de la surprise, de l'appel aux souvenirs...

Le logos → c'est la logique, l'argumentation qui doit convaincre l'auditoire.

L'éthos et le pathos ont un rôle de séduction de l'auditoire ; le logos s'adresse directement au côté rationnel de l'auditoire

A éviter !

- ✓ Etre trop long
- ✓ Etre répétitif
- ✓ Etre trop technique
- ✓ Croire que le pitch est une fin en soi... Le pitch c'est le début d'un projet !

Conseils

- ✓ Préparer le pitch → pas d'improvisation !
- ✓ Répéter le pitch → entraînement devant des parents, des amis, un miroir...
- ✓ Si c'est possible, tenter d'adapter le pitch aux interlocuteurs.

Olivier Moch
(c) Communication, février 2013

