

# [PITCH]

À vos marques, prêts, pitchez !

**CONSIGNE** Prenez connaissance de la fiche pratique et des enjeux d'un pitch. Remplissez ensuite le contenu de la page 3 et 4.



HOW TO

# [PITCH]



*Un Pitch, c'est une courte présentation éloquente de votre projet pour le promouvoir et donner envie à votre audience d'en savoir plus...*



*...en moins de 2 minutes !*

# [PITCH]

À vos marques, prêts, pitchez !

**CONSIGNE** Prenez connaissance de la fiche pratique et des enjeux d'un pitch. Remplissez ensuite le contenu de la page 3 et 4.



*Un Pitch, c'est une courte présentation éloquent de votre projet pour le promouvoir et donner envie à votre audience d'en savoir plus*

*En moins de 2 min !*

## QUE DIRE ?

*Le pitch permet de comprendre ce que vous proposez, pour résoudre quel problème, avec quels bénéfices et résultats potentiels. Il doit faire office de bande annonce de votre projet, et ne doit pas devenir un mode d'emploi de votre solution. Appuyez-vous sur la structure suivante :*

### COMMENT

Énoncez clairement ce que vous demandez à votre audience et/ou ce que vous comptez faire pour mettre en place votre solution.

### QUOI

Présentez brièvement votre solution et la promesse de bénéfice pour votre cible.

### POURQUOI

Introduisez le problème de votre cible, auquel vous apportez une solution.

## COMMENT LE DIRE ?

*Pour être percutant, trouvez l'histoire qui saura capter l'attention de votre audience dès le début. Une histoire concrète parlera d'elle-même, qu'il s'agisse de votre expérience ou de celle d'un protagoniste fictif.*

*Soyez libre de rendre ce pitch encore plus vivant en l'incarnant par une petite scène de théâtre ou un dialogue entre plusieurs individus.*



Un enfant de 7 ans doit comprendre votre pitch, n'employez pas de termes trop techniques



N'hésitez pas à amplifier le problème qui a donné lieu à votre solution même avec humour



Montrez que votre solution est unique en son genre par rapport à la concurrence

## S'Y PRÉPARER

*Vous êtes sûr de votre solution, alors soyez sûr de vous quand vous présentez ! Le meilleur moyen de vous entraîner est de vous filmer en train de pitcher ou de demander à un ami non initié de vous écouter. N'oubliez pas de mettre un chrono !*

# [PITCH]


À vos marques, prêts, pitchez !

**CONSIGNE** Prenez connaissance de la fiche pratique et des enjeux d'un pitch. Remplissez ensuite le contenu de la page 3 et 4.



conseil : Imprimez la page 2 et 3 en recto-verso






HOW TO

## [PITCH]

En moins de 2 min !

Ecrivez votre pitch sous forme de mots-clés pour mieux vous en souvenir



**LE CONTEXTE**

*Pourquoi êtes-vous là ? Vous avez votre idée sur la question ! Présentez ce que vous avez constaté sur le problème rencontré. Pourquoi en êtes-vous arrivé à votre idée ? Qu'est-ce qui vous motive ? Posez le contexte.*

*(Appuyez votre contexte avec des données chiffrées, des exemples parlants. Montrez que la situation ne peut plus durer : alarmez votre audience et montrez-lui que quelque chose doit être fait !)*

→ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**VOTRE SOLUTION**

*Vous êtes le héros, et c'est votre entrée en scène ! Faites une arrivée remarquée en annonçant en une phrase votre promesse et le nom de votre idée ! Puis présentez le(s) fonction(s) cœur de votre solution. (Ne soyez pas trop techniques ou trop précis sur le fonctionnement de votre solution. Si votre public ne devait retenir que 2 ou 3 éléments de votre projet, quels seraient-ils ?)*

→ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# [PITCH]

À vos marques, prêts, pitchez !

**CONSIGNE** Prenez connaissance de la fiche pratique et des enjeux d'un pitch. Remplissez ensuite le contenu de la page 3 et 4.



conseil : Imprimez la page 2 et 3 en recto-verso



## LES BÉNÉFICES

*Projetez-vous dans votre solution. Quels changements apportez-vous ? Quels avantages majeurs votre solution apporte-t-elle ? Commencez par les bénéfices centraux pour votre cible.  
(Parfois les retombées d'une solution vont au-delà des bénéfices de votre cible : quelles opportunités cela crée ? Y a-t-il des bénéfices pour d'autres utilisateurs secondaires ? Il faut convaincre votre audience !)*



-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

## VOTRE ACCROCHE

*Finissez votre pitch avec une super phrase d'accroche qui restera dans la tête de votre public. Donnez leur envie de venir vous voir et poser des questions sur votre projet !  
N'hésitez pas à jouer avec l'humour, le rythme et les sonorités pour finir sur une phrase qui convaincra tout le monde que votre solution est la bonne.)*



-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----