

FORMATION
« STRATEGIE INBOUND MARKETING POUR TPE / PME »
SEQUENCE 1 – ÉTAPE 5



ÉTAPE 5 - FICHE METHODOLOGIE SUR LA LIGNE DE DEPART AVEC UN « ELEVATOR PITCH » PERFORMANT

Objectif de la séquence :

Être prêt à lancer sa stratégie d'influence et son networking grâce à une bonne « première impression ».

La consigne :

En vous inspirant des conseils de Ionos (Guide Start up) rédigez un « Pitch Elevator » pour votre entreprise ; c'est-à-dire une courte présentation de votre offre. L'objectif sera de le retravailler au cours de la formation ; notamment pour l'ajuster à votre proposition de valeur.

#Votre pitch :

THEORIE : LE CONSEIL DU PRO AU SUJET DU FAMEUX ELEVATOR PITCH

Source : <https://www.ionos.fr/startupguide/productivite/elevator-pitch/>

Comme chacun le sait, il n'y a pas de deuxième chance lorsqu'il s'agit de faire une bonne première impression. Le but de l'elevator pitch (ou argumentaire éclair) est de susciter, en un minimum de temps, l'intérêt de votre interlocuteur pour votre personne, votre produit, votre prestation ou votre idée de projet.

Qu'est-ce que l'elevator pitch ?

« Dites-m'en un peu plus sur vous ! » : avec un elevator pitch élaboré, cette demande ne vous donnera plus de sueurs froides. En **moins de deux minutes**, vous devez parvenir à vous présenter ou à exposer une idée de façon convaincante. L'elevator pitch peut également être perçu comme un outil d'**autopromotion**. Nous rencontrons presque chaque jour des situations où nous devons nous présenter brièvement. Que ce soit pour un entretien d'embauche, du réseautage ou à l'occasion d'une rencontre avec un cadre à la cafétéria, nous souhaitons tous laisser une image positive.

Un elevator pitch (également appelé « elevator speech » ou « elevator statement ») est une courte présentation visant à convaincre un interlocuteur d'un projet ou d'une idée commerciale. Le terme « elevator », en français « ascenseur », ne se réfère pas ici au lieu de la présentation mais à sa durée : les quelques secondes ou minutes que dure un trajet moyen en ascenseur.

Un elevator pitch réussi se termine par l'**échange des coordonnées** et l'invitation à un entretien individuel. Pour atteindre cet objectif, vous devez faire naître l'intérêt chez l'employeur ou l'investisseur potentiel afin de lui donner envie de se pencher sur votre profil ou votre idée commerciale de façon plus approfondie. Nos exemples illustrent la façon dont vous pouvez démarrer un elevator pitch dans de bonnes conditions.

Exemples d'elevator pitch :

- « Je réalise des illustrations pour les sites Internet et les marques. Ma passion est de véhiculer de façon créative des messages que les gens auront envie de partager sur les réseaux sociaux. Avec mon aide, vous pourrez acquérir via Internet des clients que vous n'auriez pas pu atteindre auparavant. Votre entreprise pourrait-elle être intéressée par l'acquisition de nouveaux clients ? »
- « Je m'appelle Sarah et je dirige une société de transport. Nous sommes une entreprise familiale qui a l'intime conviction que nos clients apprécient la touche personnelle. Je

réponds personnellement aux appels avec mon père. Ce contact personnel, combiné à la garantie d'un transport des marchandises garantie sans risque, est sans égal en France »

La vidéo suivante montre ce qu'il faut faire ou ne pas faire :

<https://youtu.be/uyxfERV5ttY>

Guide sur l'elevator pitch : voici ce qui doit intervenir dans un argumentaire éclair

Le contenu et la structure d'un elevator pitch sont basés sur le modèle AIDA, un principe de communication fondamental en marketing classique. Le modèle indique les quatre étapes par lesquelles passe un client pour prendre une décision d'achat positive. « AIDA » est l'acronyme de « Awareness, Interest, Desire and Action » (attention, intérêt, désir et action). En étendant légèrement le principe AIDA, on obtient le schéma suivant pour la structure d'un elevator pitch :

- **Offre** : qu'avez-vous à offrir à votre interlocuteur ? Qu'est-ce qui vous permet de maîtriser cette tâche plutôt qu'un autre ?
- **Intérêt** : comment pouvez-vous rendre votre offre intéressante pour un client ou un employeur potentiel ? Quel intérêt spécifique y trouvera votre interlocuteur ?
- **Avantages** : en quoi vous distinguez-vous de vos concurrents ? Quels seraient les avantages d'une collaboration avec vous ?
- **Impulsion** : pour quelle raison adressez-vous votre offre volontairement à cette personne ? Pourquoi une collaboration éventuelle vous intéresse-t-elle ?
- **Appel à l'action** : qu'attendez-vous de votre interlocuteur ? Que peut-on faire pour vous aider à ce stade ?

Ces **10 conseils** vous permettront de réaliser un parfait elevator pitch :

1. **Attirez l'attention de l'auditoire** : la première phrase doit avoir pour objectif d'éveiller l'intérêt de votre interlocuteur. Pour y parvenir, vous pouvez poser une question intéressante, exposer une thèse solide ou évoquer un fait inattendu.
2. **Priorisez vos contenus** : le bref laps de temps dont vous disposez vous oblige à évaluer vos contenus. Il n'est pas nécessaire de rentrer dans les détails des différents sujets. Le but est davantage d'aborder les points essentiels.
3. **En quoi vous distinguez-vous** : indiquez clairement en quoi vous vous démarquez de la concurrence et quels sont les avantages d'une collaboration avec vous.
4. **Veillez à être compréhensible** : mettez-vous à la place de votre interlocuteur. Ce dernier doit pouvoir comprendre les informations dans un délai très court. Par conséquent, il est préférable d'éviter le jargon technique et les faits compliqués. D'autre part, ne parlez pas trop vite afin de permettre à votre interlocuteur de vous comprendre.
5. **N'oubliez pas votre interlocuteur** : dans le cadre de l'élaboration de l'argumentaire, vous devrez déterminer à quel groupe cible votre elevator pitch s'adressera. En effet, si le sujet n'a aucun intérêt pour votre auditoire, vous ne pourrez pas obtenir le résultat escompté.
6. **Faites partager votre enthousiasme** : la façon dont vous communiquez le contenu est plus importante encore que le contenu lui-même. Généralement, les chiffres, les données et les faits ne fascinent pas un auditoire. Un langage imagé vous permettra de créer des associations positives.
7. **Restez authentique** : si vous manquez de certitude et si vous récitez un texte appris par cœur, votre interlocuteur le remarquera immédiatement. Mettez votre personnalité dans votre argumentaire : vous débordez d'humour, montrez-le dans votre pitch.

8. **Terminez par un appel à l'action** : finissez votre pitch avec un appel à votre interlocuteur. Comment ce dernier peut-il vous aider à mettre votre idée en œuvre ? Quelle pourrait être la prochaine étape ?
9. **Pensez à votre carte de visite** : créez la possibilité d'une prise de contact ultérieure. Donnez votre carte de visite à votre interlocuteur ou proposez vous-même un rendez-vous pour un autre entretien.
10. **Exercez-vous** : profitez de chaque opportunité pour travailler votre discours. Plus vous serez préparé, plus il vous sera facile de présenter votre argumentaire.

Où pouvez-vous utiliser votre elevator pitch ?

L'elevator pitch est utilisé plus particulièrement dans les situations où des investisseurs ou des clients potentiels rencontrent des entrepreneurs. Vous pouvez toutefois rencontrer des gens susceptibles de vous faire avancer professionnellement à peu près n'importe où. Par conséquent, il y a de nombreuses situations dans lesquelles vous pouvez vous démarquer avec votre présentation personnelle. Toutefois, l'elevator pitch est utilisé avant tout dans les salons pour les rencontres de réseaux, les entretiens d'embauche ou en cas de rencontre fortuite de contacts intéressants.

- **Salons** : pour les demandeurs d'emploi et les indépendants, les salons et les congrès sont une plateforme idéale pour nouer des contacts. Que vous vous adressiez de votre plein gré à une entreprise ou que vous soyez abordé, vous devez pouvoir présenter votre offre de façon concise.
- **Entretien d'embauche** : persuadez votre employeur potentiel avec une présentation brève, adaptée à l'entreprise. Parmi vos qualifications professionnelles, lesquelles sont pertinentes pour le poste visé ?
- **Rencontres de réseau** : au cours des rencontres organisées lors des associations professionnelles ou lors de soirées « afterwork », vous pouvez être amené à discuter avec des contacts importants. Là encore, il s'agira pour vous de laisser une bonne impression en réussissant votre présentation.
- **Rencontres fortuites** : à l'occasion d'un repas chez des amis, vous tombez sur le gérant d'une société pour laquelle vous souhaiteriez travailler. Profitez de l'occasion pour faire une brève présentation !

Quels sont les avantages et les inconvénients d'un elevator pitch ?

Parvenir à susciter l'intérêt de votre interlocuteur avec votre elevator pitch peut présenter des avantages à bien des égards. Votre partenaire commercial peut par exemple vous faire des **propositions d'amélioration** ou vous apporter son aide. Quels autres avantages, mais aussi quels inconvénients, peut présenter un elevator pitch ?

Avantages :

- Vous éveillez l'intérêt de votre interlocuteur pour votre personne, votre produit, votre prestation ou votre idée commerciale.
- Vous devez clarifier les avantages pour votre groupe cible. Un elevator pitch facilite par exemple la création d'un businessplan dans lequel vous détaillerez votre idée commerciale à l'écrit et présenterez la façon dont vous entendez la mettre en œuvre.
- Vous apprenez à transmettre rapidement votre message.

Inconvénients :

- Afin de susciter un intérêt, de nombreuses personnes ont tendance à exagérer. Si le partenaire commercial se penche ensuite davantage sur le sujet ou la personne, il pourrait être déçu.
- L'elevator pitch ne vous permet pas de parler de sujets qui nécessitent une longue réflexion. Les contenus doivent être simples et intelligibles puisque la durée limitée ne permet pas à l'interlocuteur de réfléchir longuement à la question.
- La présentation succincte ne convient pas à des conversations nécessitant un dialogue (par exemple une discussion de crise).

EN RESUME

Si vous avez bien pensé votre elevator pitch et si vous l'avez exposé avec une confiance suffisante, il constituera un outil efficace pour établir de nouvelles relations commerciales.