

Atelier « Pitch et art oratoire... ou comment convaincre votre auditoire en 2 minutes ? »



OSEZ
ENTREPRENDRE

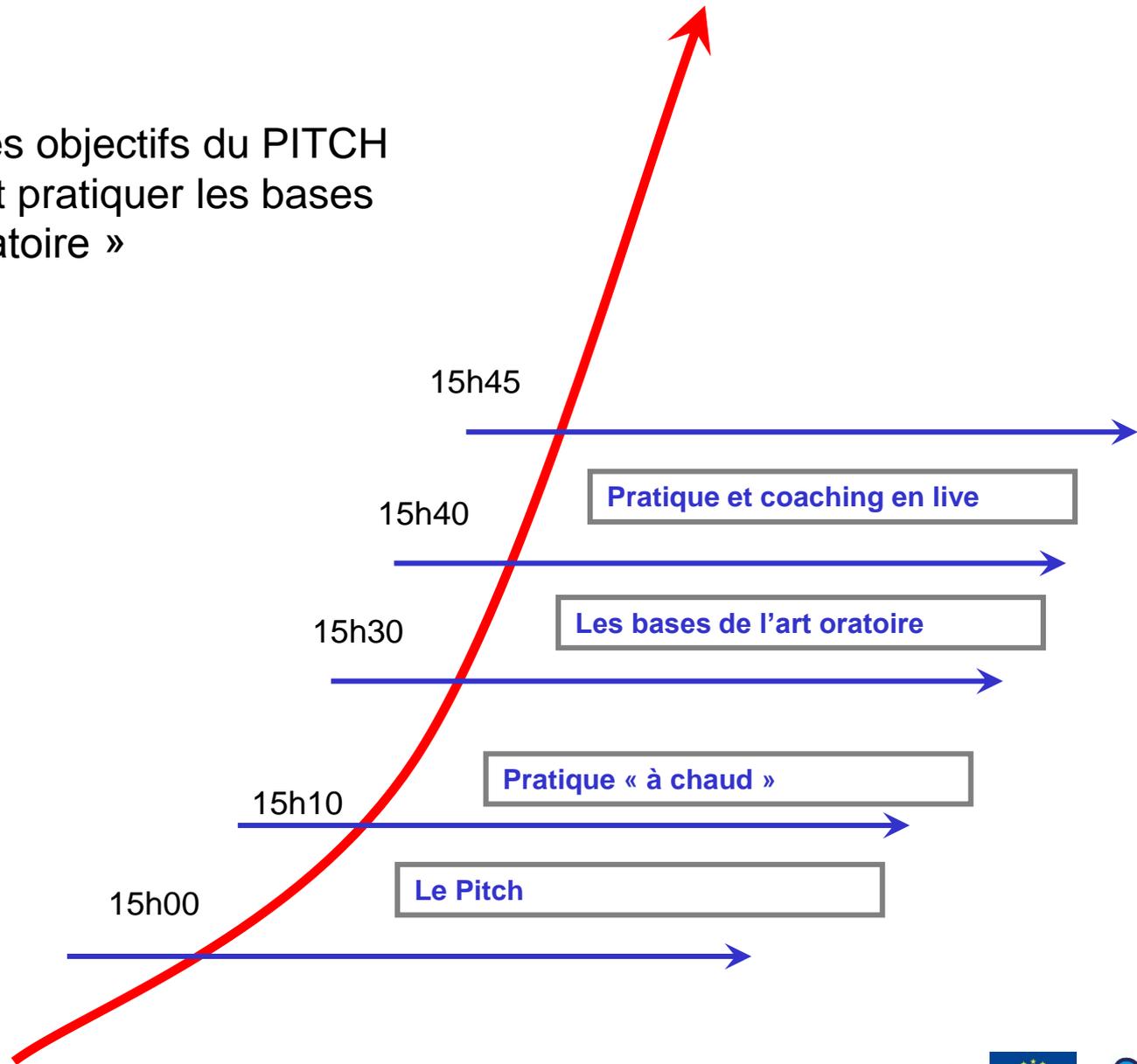
ENTRÉE GRATUITE

Jeudi 29 novembre 2018
CCI DU CHER
à partir de 13h30

The banner features the word 'OSEZ' in large white letters with a lightbulb above the 'O', and 'ENTREPRENDRE' below it. An illustration shows several people in business attire interacting around the letters. A rocket is on the right. Logos for CCI CHER and MAA CHER are in the top left. A black box on the right contains the event details.

Objectifs :

- Connaître les objectifs du PITCH
- Connaître et pratiquer les bases de « l'art oratoire »



- **P** comme **problème du client**: Qu'est-ce-que le client a besoin de résoudre comme problème?
- **O** comme **opportunité de marché**: Quelle est l'opportunité de marché créée par l'existence de ce problème?
- **S** comme **Solution**: Quelle est votre proposition de valeur distinctive pour ces clients? Comment vous leur proposez et sous quelle forme: abonnement? vente? location? freemium?
- **T** comme **Timeline (ligne de temps): Où en êtes-vous avec votre Idée? Equipe? Maquette? Croquis? Avez-vous mis au point un MVP (Minimum viable product ou produit minimum viable)?**
Avez-vous des clients? Avez-vous organisé des levées de fonds? D'où venez-vous? Où en êtes-vous maintenant? Quelles sont les prochaines étapes?
Il faut donner de la visibilité à votre projet!
- **I** comme **Investissement** : On ne présente pas des produits à l'investisseur mais des opportunités d'investissement.
Pourquoi avez-vous besoin d'argent? Combien? Pour quand? Pourquoi? Il n'est pas nécessaire d'aller dans le détail mais l'investisseur doit savoir pourquoi vous avez besoin d'argent et comment vous allez le dépenser.
En tant que start-up, vous êtes intéressé par l'entrée de l'investisseur au capital, mais lui s'intéresse à sa sortie. Celle-ci peut survenir grâce à un rachat, ou une nouvelle levée de fonds (et donc l'arrivée de nouveaux investisseurs)...
Quel genre d'investisseurs cherchez-vous? Business angels qui investissent des dizaines voire des centaines de milliers d'euros? Capital-risqueurs qui investissent jusqu'à 1 million d'euros? Seed Fund?
- **T** comme **Team (équipe)**
Qui êtes-vous? Pourquoi êtes-vous la bonne équipe pour réussir ce pari?



<p>P comme problème du client: Qu'est-ce que le client a besoin de résoudre comme problème?</p>	
<p>O comme opportunité de marché: Quelle est l'opportunité de marché créée par l'existence de ce problème?</p>	
<p>S comme Solution: Quelle est votre proposition de valeur distinctive pour ces clients? Comment vous leur proposez et sous quelle forme</p>	
<p>T comme Timeline (ligne de temps): Où en êtes-vous avec votre idée? Equipe? Maquette? Croquis? Avez-vous mis au point un MVP</p>	
<p>I comme Investissement</p>	
<p>T comme Team (équipe)</p>	

Méthode P O S T I T

**Qui est volontaire pour pitcher
« à chaud » ?**

Préparez-vous !

Savoir s'exprimer : être rigoureux

Les règles de langage efficace : la règle des 5 C

CCOURT

CONCIS

CLAIR

COMPLET

COMPREHENSIBLE

- Rester le plus près possible de la rigueur et de la description : un message fondé sur des faits quantifiables et vérifiables
- Utiliser un langage clair pour éviter toute interprétation erronée
- Clarifier, faire préciser les suppositions et les généralisations

Pitch

Qui veut « pitcher » ?

5 minutes pour le préparer : utilisez le support !
Le Pitcheur se fait aider de son équipe !

2 minutes pour présenter votre projet

Pitch

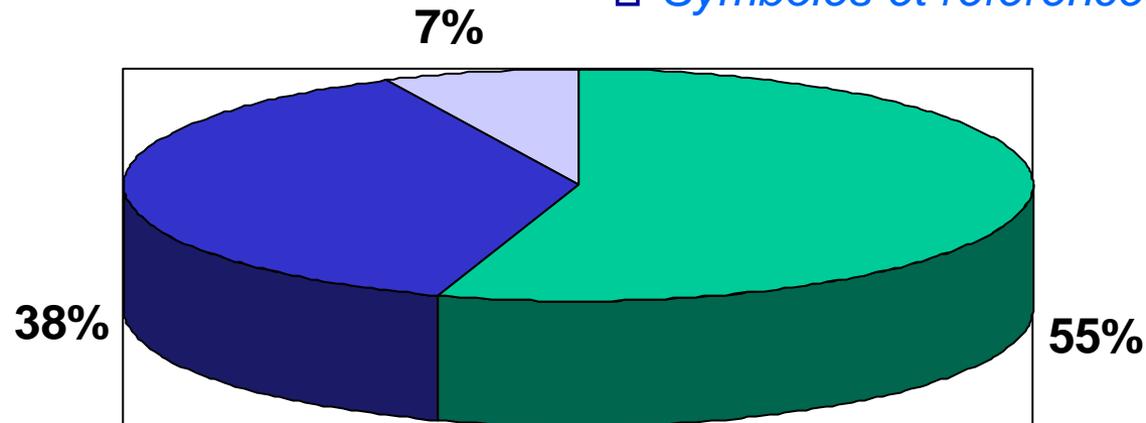
De la pratique...à la
théorie !

Utiliser les 3 leviers de la communication orale

Professor Albert Mehrabian's communications model

MOTS

- Messages clés
- Vocabulaire accessible à la cible
- Symboles et références communes



VOIX

- Mots sur lesquels l'intonation est appuyée ou pas
- Intonation
- Rythme, débit

GESTUELLE

- Regard
- Position
- Largeur des gestes
- Mais aussi la tenue...

Les fondamentaux de la technique de l’Art Oratoire

- Passer de la culture de l’auteur à celle de l’acteur
 - Sortir de l’enfermement de l’auteur

- L’engagement de l’acteur face à son public
 - Le contrat de la rampe
 - Le respect du masque
 - L’obligation scénique

- Les objectifs de l’orateur
 - Auto-contrôler son propre comportement (*la verticalité*)
 - Garantir le confort d’écoute de son public

- Le style ?
 - C’est la liberté de chacun , le socle de la personnalité
 - L’Art Oratoire les met en scène pour en amplifier les impacts naturels

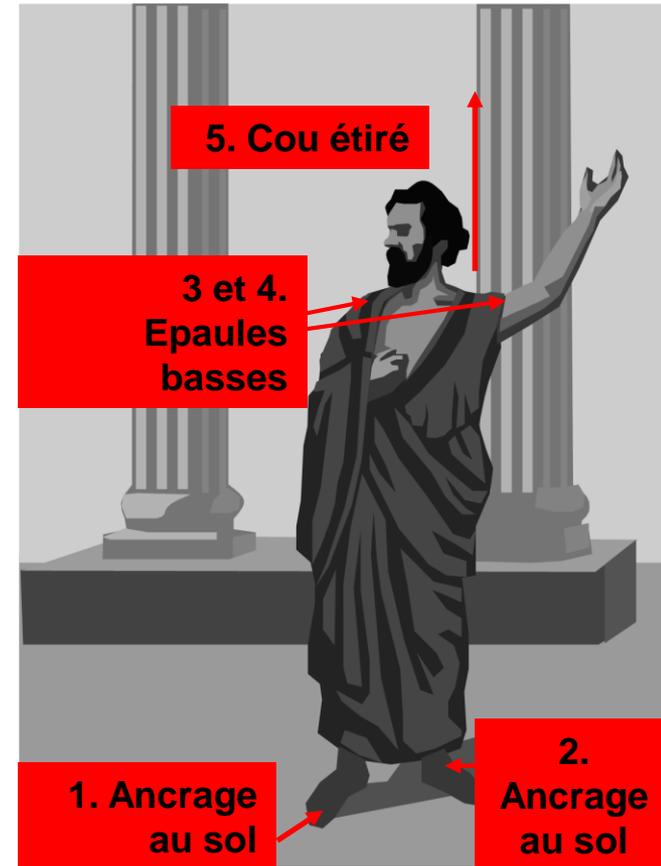
Ancrage et Verticalité

□ 5 points d'appuis

- 1, 2 ...Ancrage dans le sol
- 3, 4 ...Epaules basses
- 5 ... Cou étiré

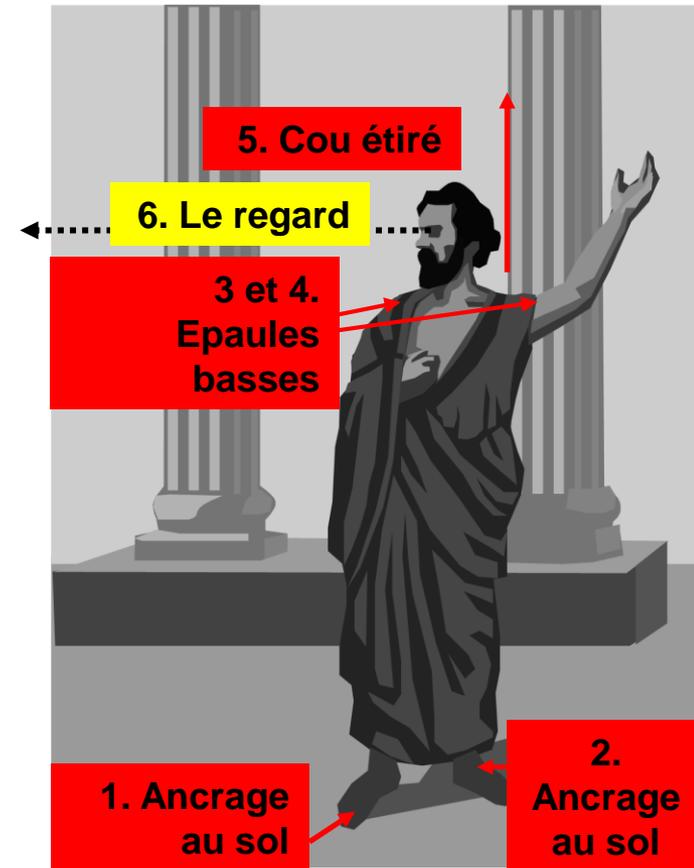
□ La verticalité permet à l'orateur de consolider une posture :

- *Souple devant le public*
- *Ferme, dans le dos de l'orateur*



Le regard

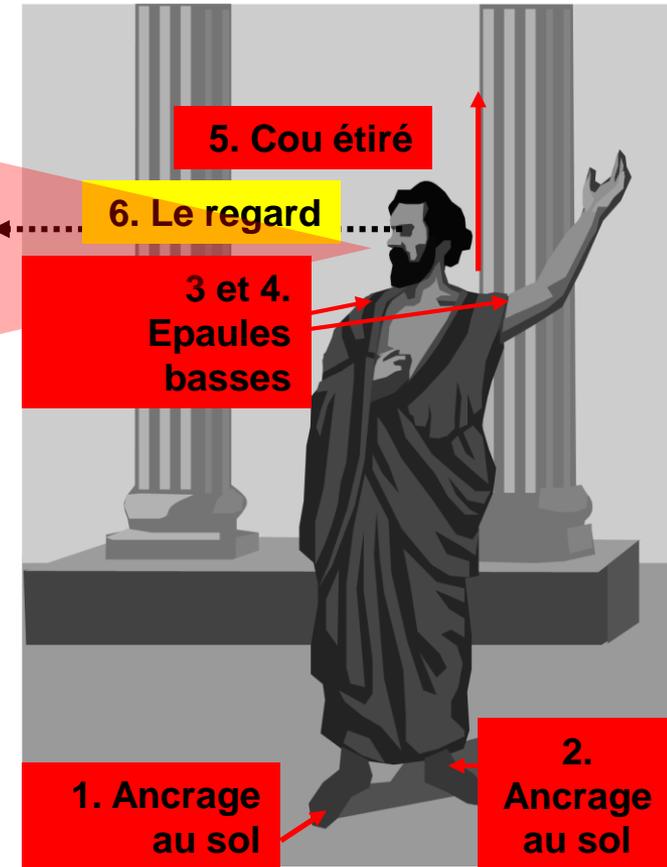
- La verticalité du corps dégage l'horizontalité du regard
- Ne jamais lâcher son public pendant la prise de parole
- Développer son « regard portée globale par points aléatoires »
- L'orateur s'inspire de ce que lui renvoie le public (émotion, regard..) ; il l'adapte (actualise)



La voix

- **La puissance de la voix trouve son origine dans la respiration**
 - abdominale
 - rythmée
- **Le placement de la voix**
 - ma voix sait occuper dignement l'espace physique qui lui est accordé pour que le message passe

La voix



Pitch

Qui veut « pitcher » ?

10 minutes pour le préparer : utilisez le support !
Le Pitcheur se fait aider de son équipe !

1 minute pour présenter votre projet

