



STRUCTUREZ VOTRE INTERVENTION

CATCHING

J'accroche mon auditoire par un début original.

CASTING

J'expose les éléments avec lesquels ma solution répond à un besoin identifié.

COACHING

J'embarque mon auditoire dans la pertinence et l'attrait de ma solution.

COUNTING

Je mesure la viabilité de mon projet avec des éléments tangibles.

CASHING

Je clos l'intervention en donnant l'envie de prendre place à mes côtés.

CLARIFIEZ VOTRE INTENTION

L'INTENTION EST PRIMORDIALE

Rien ne sert de réussir un bel exposé, comme le ferait un élève face un prof. C'est une rencontre à réussir. L'intention c'est votre angle d'attaque, ce qui vous plaît de partager avec l'auditoire.

L'INTENTION EST UNIQUE

Etymologiquement, l'intention signifie "ce vers quoi l'on tend". A chaque prise de parole, vous avez à conscientiser ce que vous attendez de la rencontre ici et maintenant.

L'INTENTION EST MOTRICE

Clarifier son intention agit comme un mantra : cela vous donne une direction et vous n'avez plus qu'à habiller votre pitch dans le dresscode de cette intention.

ATTENTES DE L'AUDITOIRE

DIRECT MAN

Actif, carré, direct

"Montre-moi que je peux être puissant avec ta solution, ouvre le champs des possibles, engage-toi."

CAPTAIN WOW

Inventive, originale, sociable

"Embarque-moi dans une belle expérience collective et pleine d'émotions."

MISS WELL

Solide, réfléchie, conciliante

"Montre-moi de façon structurée et argumentée l'épaisseur de ta réflexion."

BRAIN BOY

Détaillé, mesuré, clair

"Rassure-moi, ôte-moi de mes doutes en pensant scrupuleusement les détails."

Direct Man







Brain Boy





“ JE SAIS CE QUE CERTAINS VONT DIRE ”

ATOUT

En rhétorique, il est très pertinent de se confronter à l'antithèse. En étant capable d'anticiper les critiques possibles et en traitant une par une les oppositions potentielles, vous gagnez en force et crédibilité.

CONSEIL

Le traitement de ces oppositions possibles sont comme des cartouches : n'utilisez pas tout ni tout de suite. Les échanges après le pitch pourront poursuivre les controverses et affiner ainsi vos arguments.

CATCHING - CASTING - COACHING - COUNTING - CASHING



"VOUS EST-IL DÉJÀ ARRIVÉ DE...?"

ATOUT

Appuyez-vous sur une situation du quotidien rencontrée par tous et qui situera le contexte d'intervention de votre offre. Ce peut être l'accroche première, avant même de vous présenter. Cela montre votre souci prioritaire du besoin.

CONSEIL

Parlez à un ou plusieurs des 5 sens de votre auditoire : ce que nous voyons, entendons, sentons, touchons et goûtons.

Faites une mini story qui fera sourire votre auditoire (du genre péché invaoué).

CATCHING - CASTING - COACHING - COUNTING - CASHING



REPRISE ANAPHORIQUE

ATOUT

"Moi président, ..."

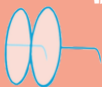
C'est un classique de l'art oratoire
mais cela fonctionne toujours.
Autant pour caractériser le besoin
que pour énoncer les forces de
votre offre.

Et cela vous donne de l'aplomb.

CONSEIL

La voix et le corps sont importants
pour entrer en congruence avec la
figure de style. Appuyez le mot ou
l'expression anaphorique avec un
mouvement des mains, de tête
et/ou une emphase vocale.

CATCHING - CASTING - COACHING - COUNTING - CASHING



"SELON NOTRE ENQUETE AUPRES DE XXX PERSONNES,...."

ATOUT

C'est l'atout de l'entrepreneur-chercheur qui étaye ses propos par des données qu'il a rassemblées.

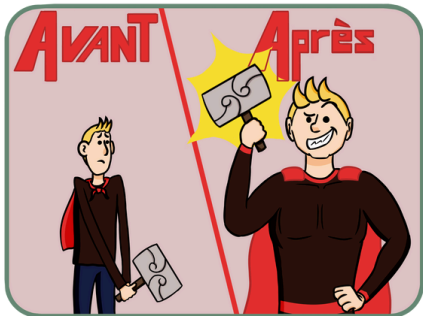
L'argument sera d'autant plus frappant s'il va à l'encontre des représentations habituelles ou s'il les nuance de manière étonnante.

CONSEIL

Il faut disposer d'un échantillon significatif pour énoncer des statistiques. Si ce n'est pas le cas, présentez un travail d'étude qualitative (verbatim utilisé par les testeurs par exemple représenté en nuage de mots).

CATCHING - CASTING - COACHING - COUNTING - CASHING

AVANT / APRES



ATOUT

Il s'agit de jouer l'opposition, sur deux zones de la scène, l'une caractérisant le besoin repéré et l'autre la solution apportée.

CONSEIL

Soyez manichéen et caricatural : opposez le monde d'avant et celui d'après votre solution, de manière franche et non ambiguë.

STORY-TELLING



ATOUT

Raconter votre histoire permet de reconstituer la chronologie du projet, montrer vos essais-erreurs, votre détermination et les valeurs qui vous animent.

CONSEIL

C'est une partie que vous pouvez aisément apprendre par coeur pour revenir, ensuite, à un discours plus spontané.

SCENE DE DIALOGUE ENTRE UTILISATEURS



ATOUT

Si l'explication de votre offre peut se faire de manière dialoguée, jouez ce dialogue en live ou diffusez une courte vidéo.

CONSEIL

Customisez les "personas" (prénom, âge, profession, personnalité).

Utilisez les 4 profils du jeu pour les créer !

DEPLACEMENT DE JARDIN A COUR



ATOUT

Idéal pour illustrer les étapes d'un process, les phases de projet, des changements d'échelle, etc. Vous matérialisez l'avancée sur la scène.

CONSEIL

Placez votre corps à des emplacements définis pour faire dérouler votre démonstration.
Ex : 4 points, 3 déplacements.
Sens de lecture de l'auditoire.

CITATION



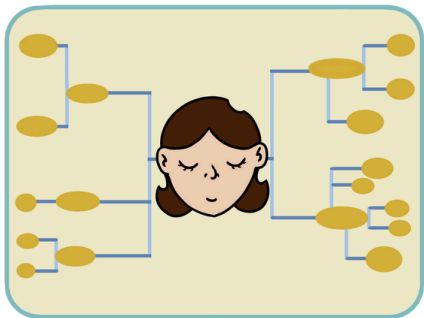
ATOUT

Une citation apporte un côté universel à vos propos et vous place dans la lignée de son auteur.trice. Cela peut donner de l'épaisseur à vos propos.

CONSEIL

Soyez incollable sur l'origine de la citation, la biographie de son auteur et le lien qui vous relie à l'idée qu'elle véhicule.

MINDMAP



ATOUT

Une mindmap (ou carte mentale) permet une représentation arborescente et hiérarchisée de vos idées. L'auditoire garde toujours un oeil sur la représentation globale.

CONSEIL

A la place du défilé traditionnel de diapos, la mindmap peut vous servir de fil conducteur. De nombreux logiciels le permettent.

ONE PAGER



ATOUT

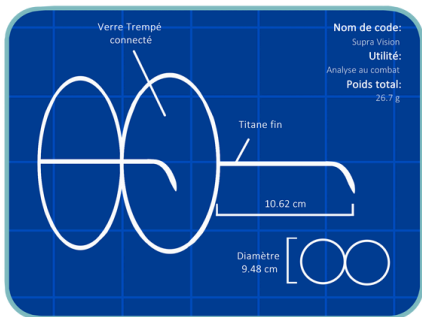
Notre usage des écrans mobiles nous ont habitué à de nouveaux formats de posters, souvent plus verticaux et très concis.

Jouez avec ces codes.

CONSEIL

Il est optimal de trouver un template en lien logique avec votre solution, dans les formes, couleurs, design et polices.

FICHE TECHNIQUE



ATOUT

Montrez la pertinence de votre produit ou service par une liste synthétique de caractéristiques. Cela vous fait apparaître comme pragmatique et soucieux du détail.

CONSEIL

Jouez le design d'une fiche technique. Cela peut constituer votre visuel principal, que vous expliquiez ou complétez au fur et à mesure du pitch.