

L'**Elevator Pitch** est une présentation très courte de votre projet.

Une introduction.

Le but est très simple.

Vous ne devez vous concentrer que sur **un seul objectif : DONNER ENVIE D'ALLER PLUS LOIN.**

Cet exercice consiste donc à en dire le moins possible (surtout à ne **pas chercher à tout dire...**) mais à être le plus convaincant et le plus impressionnant possible. Il convient donc pour chaque entrepreneur de concentrer le discours sur les atouts, les forces et les facteurs attractifs.

C'est pourquoi nous appelons aussi cet exercice « **5 minutes pour convaincre** ».

Merci de notre que vous n'aurez pas plus de 5 minutes en tout et pour tout !!!

Au bout de 5 minutes on vous coupe la parole. Au bout de 4 minutes on vous prévient qu'il ne vous reste que 1 minute...

Cette règle est dure mais le but de l'exercice est de prouver que vous avez la capacité de convaincre en si peu de temps.

C'est généralement ce que fait un entrepreneur dans la vie courante avec un fournisseur, un client ou une futur partenaire : attirer l'œil, capter l'attention et donner envie d'en savoir plus. C'est aussi un exercice révélateur de la maturité de votre projet : ce qui se conçoit bien, s'énonce clairement !!!

Aussi nous vous demandons beaucoup de discipline dans cet exercice.

**CE QUE VOUS FAITES** (ce que vous faites, pourquoi vous le faites...et comment vous allez réussir dans votre entreprise. Parler du besoin, du problème que vous souhaitez résoudre, parler du client... et si possible donner des exemples, des preuves concrètes – ie un client réel avec un besoin réel qui est prêt à payer réellement pour votre solution...

**EN QUOI VOUS ÊTES UNIQUE** (parler de vos avantages compétitifs, de l'unicité de votre solution, de votre technologie et de votre positionnement, de vos critères différenciant...).

**QUI VOUS ÊTES** (introduire qui vous êtes, ce que vous avez fait dans la vie, pourquoi vous êtes crédible et légitime dans ce projet, quelle est la genèse de ce projet...). Pensez à établir le contact avec l'audience, «à casser la glace » comme on dit.

**OU VOUS EN ÊTES** (ce que vous avez déjà réalisé, ce que vous avez construit, réussi – prototype, bêta-client, prospection, test du concept... - ce que vous avez dépensé de votre poche, ce que d'autres investisseurs ont mis...)

**OU VOUS VOULEZ ALLER** (quels sont les objectifs quali/quantit, quel est le but poursuivi) et **PAR OU VOUS ALLEZ PASSER** (quelle est votre stratégie, quelles sont les étapes de votre développement).

**VOTRE PROPOSITION** (combien vous recherchez et quelle part % du capital vous proposez en échange, ce que vous allez faire et les prochaines étapes avec l'argent que vous recherchez actuellement...). Argumentez votre demande, elle sera challengée...

Encore une fois, l'idée est de créer un lien entre vous et les membres du comité de sélection. Votre but est de marquer les esprits, de faire en sorte que l'on se souvienne de vous et que l'on ait envie de vous rappeler. Soyez très concret, très simple, très concis... et détendu si possible mais démonstratif en tous cas.

Ne rentrez pas dans la technique, l'audience n'est pas composée d'experts de votre domaine. Au contraire. Bien au contraire...

A ce stade vous devez rester généraliste et « user friendly » c'est-à-dire proposer un discours facile à comprendre par n'importe qui dans la rue et de 7 à 77 ans. Ce n'est qu'à l'étape suivante que nous vous mettrons en relation avec des experts qui eux passent beaucoup plus de temps avec vous et étudient dans le détail votre projet.

Aussi, rédiger votre texte, apprenez le, répétez... comme au théâtre. Pensez au message que vous voulez faire passer (la phrase dont on doit se souvenir).

N'hésitez pas à me soumettre votre travail. Je serais heureux de vous aider à l'améliorer si possible ou de vous confirmer que vous avez travaillé dans la bonne direction.

Les présentations que vous nous transmettez seront sur notre PC portable (tout est installé avant votre arrivée).