

« Pitcher » avec charisme

Deux définitions utiles:

Elevator pitch

« *Elevator pitch* », parfois traduit en français par « argumentaire éclair », est un exercice de communication orale qui consiste à présenter et mettre en valeur son projet face à un partenaire ou investisseur potentiel, situé à un niveau hiérarchique plus élevé que soi, et dont le temps est compté. L'expression réfère à la durée, très courte, de l'intervention : il faut que l'intervention puisse se faire au cours d'un déplacement dans un ascenseur."¹

L'objectif principal de ton *elevator pitch* est d'aiguiser un intérêt et d'ouvrir la porte sur une prochaine opportunité. Convaincre la personne qui est en face de toi et lui vendre ton idée ou ton projet se fera généralement lors d'une prochaine étape.

Comme le nom le suggère, la durée de l'exercice est très courte, comparable au temps d'un parcours d'ascenseur sur quelques étages, de trente secondes à deux ou trois minutes.

Charisme

Selon le dictionnaire Larousse, c'est l'influence sur les foules d'une personnalité dotée d'un prestige et d'un pouvoir de séduction exceptionnels.

Sur Wikipedia, "Le charisme est la qualité d'une personne qui séduit, influence, voire fascine, les autres par ses discours, ses attitudes, son tempérament, ses actions. (...) Le charisme est souvent un don naturel ou une façon d'être, mais il est possible de travailler sur soi pour le développer. Le charisme est aussi lié à la confiance en soi, la personnalité, l'intérieur de la personne."

Astuces pour la structuration de ton *elevator pitch*

Ton *elevator pitch* doit être préférablement structuré et rédigé à l'avance, pour que tu puisses « l'interpréter » au moment voulu, en fonction de l'interlocuteur.

La structure classique d'un *elevator pitch* peut être la suivante:

1. **L'accroche** : pour capter l'attention de ton interlocuteur
2. **La problématique** ou l'opportunité : pour bien situer le contexte
3. **Les solutions existantes** : fondamentales pour établir un référentiel de comparaison
4. **Ta solution** : juste l'essentiel, sans rentrer dans les détails
5. **Ses avantages** : par rapport aux solutions existantes
6. **L'appel à l'action** : pour obtenir concrètement l'opportunité d'en parler plus

Ton *elevator pitch* devra, sauf quelques exceptions, ne pas s'adresser qu'au côté rationnel de ton interlocuteur, mais parvenir aussi à ses émotions, dans un subtil équilibre. La structure de ton *pitch* peut aussi

¹ Wikipedia: https://fr.wikipedia.org/wiki/Elevator_pitch

être un support à cette approche, te permettant d'osciller entre des émotions positives et d'autres légèrement négatives.

Mais, à elles seules, une structure cohérente et la rédaction soignée de quelques phrases ne te garantiront pas le succès. Ton charisme et un certain nombre d'astuces de langage verbal et non verbal pourront augmenter tes chances.

Astuces et techniques rédactionnelles pour ton *elevator pitch*

John Antonakis, professeur de l'Université de Lausanne, spécialiste du charisme et du leadership met en avant une série de tactiques verbales pouvant être utilisées lors de la rédaction de tes présentations ou de tes *pitchs*. Il en cite un certain nombre, telles que:

1. **La métaphore** : l'utilisation d'un terme concret pour exprimer une notion abstraite par analogie, sans élément formel de comparaison; par exemple: "La lumière de son sourire" ou "Les eaux troubles de la politique régionale"...
2. **L'histoire ou l'anecdote** : l'introduction du thème ou du sujet par un fait existant ou imaginaire sous la forme d'un court récit, pouvant être utilisée pour l'accroche; par exemple: "Imaginez vos enfants jouant au ballon sur la plage."...
3. **La question rhétorique** : une question posée à ton interlocuteur, sans attente de réponse, celle-ci étant pratiquement implicite; par exemple: "Que faire face aux vagues publicitaires sur l'écran de votre télévision, changer de canal?"...
4. **L'énumération** : la liste clairement énumérée de deux ou trois alternatives, possibilités, solutions ou éléments séquentiels; par exemple: "Nos sens les plus touchés par ce festin furent dans l'ordre: premièrement la vue, ensuite l'odorat et en troisième le goût"...
5. **La répétition** : le fait de répéter un élément, avec ou sans reformulation, par exemple: "L'internaute se sent perdu sous l'avalanche d'informations... il suffoque sous le flot incessant d'informations"...
6. **Le contraste** : l'évocation de la différence ou du contraste entre deux situations ou éléments de ton *pitch*; par exemple: "Affronter les embouteillages sur l'autoroute ou vous reposer lors de votre trajet en train grande vitesse"...
7. **La conviction morale** : l'affirmation avec force d'une conviction d'ordre moral; par exemple: "Notre liberté de pensée est notre bien le plus sacré!"...
8. **Le sentiment collectif partagé** : l'expression d'un sentiment partagé entre toi et ton(tes) interlocuteur(s), permettant de renforcer un lien; par exemple: "Vous êtes, tout comme moi, à la recherche d'un développement plus respectueux de nos ressources naturelles."...
9. **Les attentes élevées pour soi-même et les autres** : la fixation d'objectifs ambitieux et atteignables; par exemple: "En alliant vos ressources techniques et notre visibilité médiatique, nous pourrions sensibiliser 10% de la population en un an."...
10. **La confiance face aux objectifs** : l'utilisation d'expressions inspirant la confiance, telles que: "Nous pouvons", "J'en suis certain", "Je suis persuadé", en évitant d'autres telles que "Il est possible", "Eventuellement", "Il est fort probable"...

Il en existe d'autres qui peuvent être utilisées lors de la rédaction, toutefois moins "classiques" que les premières:

1. **La comparaison** : l'utilisation d'une image, introduite par la conjonction "comme"; par exemple: "Rapide comme un éclair", "Doré comme un pain sortant du four"...
2. **La métonymie** : la substitution du nom d'un objet par celui d'un deuxième objet, en fonction de la relation entre les deux; par exemple: "Boire un verre", "Manger une assiette"...
3. **L'hyperbole** : la mise en relief d'une idée en poussant l'exagération; par exemple: "Un temps incalculable", "Un effort surhumain", "Une sagesse légendaire"...
4. **L'euphémisme** : l'adoucissement par la forme, de l'aspect choquant ou désagréable du fond; par exemple; "Il n'a pas le cœur sur la main (il est avare)", "La gentillesse n'est pas son point fort"...
5. **L'oxymore** : l'association de deux mots en principe opposés: "Un entrepreneur salarié", "Terriblement charmant", "Le capitalisme social"...

Il est évident que tu ne pourras pas utiliser toutes ces tactiques verbales dans un seul *pitch* de deux minutes, mais l'emploi de quelques-unes d'entre-elles lui donnera certainement plus de fluidité et de charisme.

Astuces de préparation de ton pitch

Avant d'être prêt-e à déclamer ton *pitch*, une bonne préparation s'impose:

1. Liste les idées phares de chaque point de la structure de ton *pitch* (idéalement une idée par point) ;
2. Trouve un ou deux mots-clés pour illustrer chacune des idées ;
3. Rédige les phrases de ton *pitch* ;
4. Lis-les à voix haute, en t'enregistrant
5. Ecoute ton enregistrement en chronométrant les temps ;
6. Veille à une bonne répartition du temps dans la structure ;
7. Corrige, ajuste et retouche ce qui est moins approprié ou apporte peu de valeur ;
8. Substitue par d'autres mots ceux que tu as de la peine à prononcer ;
9. Répète l'exercice autant de fois que nécessaire ;
10. Ajuste ta respiration et ta voix ;
11. Analyse tes écueils : remplace les "euh" par des silences de une seconde ;
12. Entraîne-toi avec des personnes de ton entourage.

Astuces lors de la présentation de ton *elevator pitch*

Juste avant ton *elevator pitch*, si ce dernier n'est pas fait à l'improviste, tu peux finaliser ta préparation en:

1. Effectuant quelques exercices de respiration profonde ;
2. Utilisant ton imagerie mentale pour te conforter dans la structure du *pitch* ;
3. T'imaginant dans une posture de pouvoir, une position de dominance ;

4. Chauffer ta voix, chercher les graves ;
5. T'échauffant les muscles, répétant tes gestes.

C'est parti! Lors de ton *elevator pitch*, n'oublie pas de:

1. Etablir un contact visuel avec ton interlocuteur ou ton public
2. Sourire et garder un visage expressif
3. Ajuster et varier le volume de ta voix ;
4. Avoir une posture ouverte (épaules, torse) ;
5. Utiliser tes gestes à bon escient ;
6. Eviter les gestes symptomatiques tels que les mains dans les poches ;
7. Bouger, occuper l'espace (sans exagération) ;
8. Adoptez une posture imposante et confiante ;
9. Donner un maximum de fluidité à ton *elevator pitch* ;
10. Et ajouter un zeste de passion !

Pour conclure : quelques types de *pitch* à éviter !

Le Moulin à prières:	réciter un pitch monotone et engourdissant ;
Le Marathon:	vouloir concentrer un pitch de 5 minutes en 1 minute 30 ;
Le Techno:	parler de tous les aspects techniques en oubliant les résultats ;
Le Dracula :	éviter de s'entraîner devant un miroir ;
Le Bye-bye :	ne pas terminer le pitch avec un appel à l'action clair ;
Le Spécialiste :	utiliser un jargon tel que seul un autre spécialiste du domaine comprend ;
Le Pop-corn :	oublier de structurer son pitch et le laisser partir dans tous les sens ;
La Statue :	rester figé sans utiliser son langage corporel et son espace ;
Le Narcisse :	commencer en parlant 1 minute de soi laissant 30 secondes pour le reste ;
L'Inflation :	exagérer démesurément les avantages de sa prestation ;
L'Impro :	ne pas se préparer an amont et se fier à son talent d'acteur de théâtre ;
La Cravache :	ne laisser aucun silence pour que l'interlocuteur puisse assimiler le contenu ;
Le Yo-yo :	perdre son interlocuteur avec des aller-retours sans structure ;
Le Rêveur :	ne parler qu'au futur et au conditionnel, mettant « Paris dans une bouteille ! » ;
Retro :	avoir un style vestimentaire inadapté au contexte et à l'époque ;

Le Hollywood :	transformer son pitch en une histoire digne des plus grands classiques du cinéma ;
Le Poisson noyé :	chercher à « noyer le poisson » avec des tas de données et détails inutiles ;
Le Copperfield :	vouloir masquer la réalité avec de l'illusion, de la magie ;
Le Oups ! :	arriver en retard pour son pitch.
Etc...	

Références:

- Programme ImPaCT, HEC Lausanne: Prof. Dr Marianne Schmid Mast et PHD Candidate Benjamin Tur
- Dix conseils pour une communication orale efficace, Xerox Corporation
- L'Art & la Science du Leadership, Valérie Claire Petit, <http://valerieclairepetit.blogspot.ch/2012/02/recherche-augmenter-son-charisme.html>
- Connaître et reconnaître les principales figures de rhétorique: <http://cours-gratuits.toutapprendre.com/?cours=connaitre-et-reconnaitre-les-principales-figure>