

PITCH DE L'ASCENSEUR

FICHE EXERCICE

ÉTAPE 1. Pour faciliter la rédaction de ton pitch, réponds d'abord à ces questions avec le maximum de clarté.

Qui es-tu ?

Quel est ton nom ?

Pour quelles entreprises as-tu travaillé ?

Quel est le nom de ton service/produit ?

Comment t'adresses-tu à ton public/ta cible ?

Dans quel secteur travailles-tu ?

Quelles sont les concurrents ?

Que fais-tu ?

Quelle est ton expérience professionnelle ?

Quel est le projet ou l'initiative dont tu es le/la plus fier(e) ?

Sur quels projets travailles-tu actuellement ?

Quel travail bénévole as-tu déjà effectué ?

Quels sont tes centres d'intérêt et tes loisirs ?

Comment réussis-tu ?

Quelles méthodes ou stratégies spécifiques utilises-tu pour atteindre tes objectifs ?

Quelles sont tes compétences techniques et transversales ?

Quelle est la vraie valeur ajoutée de ton service/produit ?

Quelles sont les ressources dont tu disposes ?

Qu'est-ce qui te rend unique ?

Qu'offres-tu que tes concurrents ne peuvent pas offrir ?

Comment développes-tu ton branding personnel ou la marque de ton entreprise ?

Quelles statistiques ou KPI peux-tu fournir pour prouver ta valeur ?

Quelles formations spécifiques as-tu suivies ?



PITCH DE L'ASCENSEUR

FICHE EXERCICE

ÉTAPE 2. Pour rédiger ton pitch, écris une ou deux phrases par élément (privilégie la clarté, la concision et l'impact).

TON INTRODUCTION Explique à ton interlocuteur qui tu es et quel est ton poste actuel (ou ta situation).	
TON EXPÉRIENCE Présente ton expérience de manière claire et pertinente.	
TES OBJECTIFS Accroche ton interlocuteur avec des objectifs qui communiquent clairement ce que tu proposes.	
TA SOLUTION Explique ta valeur ajoutée pour atteindre les objectifs que tu viens d'énoncer.	
TON PLAN D'ACTION Tu as défini tes objectifs et ta solution, termine par un appel à l'action en proposant la prochaine étape.	

PITCH DE L'ASCENSEUR

FICHE EXERCICE

EXEMPLE : Elisa, responsable marketing, a démissionné et cherche un poste plus en adéquation avec ses valeurs..

TON INTRODUCTION Explique à ton interlocuteur qui tu es et quel est ton poste actuel (ou ta situation).	<i>Bonjour, je suis Elisa. Ce que je fais ? En ce moment, je suis disponible mais l'an dernier, j'encadrais un service marketing. Notre rôle était d'aider les commerciaux à vendre des téléphones.</i>
TON EXPÉRIENCE Présente ton expérience de manière claire et pertinente.	<i>On passait notre temps à cogiter pour leur trouver de nouveaux arguments "massue" et à leur faire de belles plaquettes en couleurs. Mon employeur, c'était la société XX, une filiale de YY, donc on avait les moyens de travailler sérieusement.</i>
TES OBJECTIFS Accroche ton interlocuteur avec des objectifs qui communiquent clairement ce que tu proposes.	<i>Le plus gratifiant, c'est que ça marchait. La première année, on a fait vendre 10 % de téléphones en plus que l'année précédente. Et l'an dernier, on a explosé le record !</i>
TA SOLUTION Explique ta valeur ajoutée pour atteindre les objectifs que tu viens d'énoncer.	<i>Il faut dire que j'ai mes recettes bien à moi...</i>
TON PLAN D'ACTION Tu as défini tes objectifs et ta solution, termine par un appel à l'action en proposant la prochaine étape.	<i>Je me demande comment ces recettes s'appliqueraient dans un secteur comme le vôtre, le développement durable. Ça vous dit d'en discuter la semaine prochaine dans votre bureau ?</i>