

# LE PITCH COMMERCIAL :

## AVOIR DE L'IMPACT ET CONVAINCRE SES INTERLOCUTEURS

### 1 JOURNÉE DE SÉMINAIRE

#### DÉTERMINER SA CIBLE

- Qui est mon interlocuteur ? Quel est son mode de communication ?
- Savoir faire accepter ses idées : comment avoir de l'impact ?
- Le modèle AIDA, penser « avantages pour l'autre »

#### LE PITCH

- Convaincre, une question d'émotion
- Le storytelling au service du pitch
- Les principales composantes du pitch : simple, concret, crédible

#### LA PRÉPARATION DE MA COMMUNICATION

- Préparation intellectuelle, psychologique, comportementale
- Les 3 questions à se poser :
  - Quel est mon objectif ?
  - Que dois-je préparer ?
  - Quelles précautions dois-je prendre ?
- Identifier le type de discours attendu : informatif, narratif, persuasif

#### STRUCTURER SES IDÉES

- Elaborer une argumentation claire
- Identifier son message essentiel
- Définir ses USP
- Déterminer la structure du pitch (fil rouge et déroulé) en fonction du temps imparti

#### FAIRE FACE AUX RÉSISTANCES

- Comment réagir aux objections ?
- Identifier les oppositions et réagir par le questionnement
- Anticiper les réactions négatives et les transformer en rebond

#### ATELIER PRATIQUE

- Préparation des pitches de chaque participant
- Feed-back et débriefing avec le formateur et le groupe : grille de lecture fournie par le formateur et portant sur :
  - la cohérence, la structure des idées
  - la force de conviction
  - la capacité à réagir aux objections
  - l'attitude verbale/para verbale/non verbale