

Réseaux



Chercher

Rechercher

Newsletter

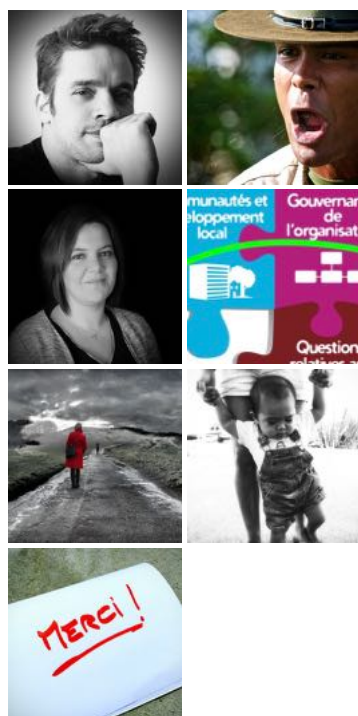
Adresse mail :

Saisissez ici votre mail

- 7 = deux

S'abonner

Les + vus



Recherche d'emploi : 9,5 étapes pour réussir son Elevator pitch [Modifier](#)

Billet publié le 4 novembre 2015 par Réactive & Co

Elevator pitch ? Ou traduit littéralement : « discours d'ascenseur ». Ou encore : « argumentaire éclair », pour mieux imaginer. L'Elevator pitch, le temps d'un trajet d'ascenseur, ce sont donc ces quelques secondes qui permettent de se présenter à un interlocuteur. Facile à faire ? Pas si sûr... 😊 Voyons ensemble comment mettre toutes les chances de son côté pour réussir son Elevator pitch. Ceci est également valable pour un discours plus long...

On connaît surtout la technique de l'Elevator pitch dans des vidéos de jeunes start-up cherchant à trouver un Business angel pour financer des investissements. Quelques recherches sur le web vous en montreront des dizaines, pas forcément réussies d'ailleurs...

Comme le disait la mascotte de Nicolas Hulot dans les Guignols de l'info, « Le saviez-vous » ? En effet, sachiez-vous que cette technique de l'Elevator pitch pourra également donner un sérieux coup de boost à votre carrière si vous la réussissez bien ?

Pourquoi ? Parce que les occasions de vous présenter à différentes personnes sont plus fréquentes qu'on ne le pense. Job dating, entretiens d'embauche traditionnels, ou tout simplement lors d'une soirée entre amis, or souvent amenés à devoir se présenter en quelques secondes ou quelques minutes.

Voici notre méthode (infaillible si elle est correctement préparée et répétée encore et encore...), issue des meilleures pratiques observées en prise de parole en public (présentations américaines, discours de Steve Jobs aux conférences TEDx, etc.). Vous êtes prêt(e) ?

📁 Catégories

- > Actualités
- > Blog
- > Conseils RH
- > Management
- > Offres d'emploi
- > Recherche d'emploi
- > Recrutement
- > Ressources humaines
- > RSE

Mots-clé

ascenseur cadeau d'entreprise discours
 elevator pitch entretien d'embauche fêtes de
 fin d'année ISO 26000 job dating
 management management durable motivation
 noel nouveau collaborateur parcours
 d'intégration prise de parole en public
 responsabilité sociétale
 entreprises
 Ressources
 humaines RH RSE
 storytelling



Steve Jobs, co-fondateur d'Apple, a été précurseur de la prise de parole en public. Crédit photo : Justin Sullivan – Getty Images

L'histoire de celui qui avait sauvé la vie d'une femme en train de stresser à mort à cause d'un grain de sable

Décor : embauché depuis peu dans une entreprise en tant que « Homme à tout faire en bleu de travail », vous devez vous présenter à une collègue qui ne vous connaît pas encore, le temps d'un trajet d'ascenseur.

Message à faire passer : votre fonction d'homme-à-tout-faire est plus importante que celle du PDG.

Interlocutrice : jolie, propre sur elle, bien habillée, vêtements de marque, un peu hautaine. Vous avez remarqué son sac à main : c'est un *Longchamp*.

L'histoire :

- J'adooooore votre sac à main ! C'est un *Longchamp*, c'est ça ?
- Euh....oui ?!, dit-elle tout interloquée à la vue de ce gars en bleu de travail...
- Je vous demande ça, parce que ça me fait penser à une personne que j'ai aidée il y a trois jours. D'après elle, ça lui a « sauvé la vie » !
- Ah oui ?
- Oui, c'était lundi matin, il était 8H50 précisément. Je vous dis ça parce que ça a son importance, vous allez voir. Je venais de terminer de réparer un store. Dans le couloir devant moi, devant la porte de la salle de réunion, vous savez, la grande où on reçoit les invités de marque, eh bien j'aperçois une femme qui était en train de s'énerver contre son sac à main. Elle me voit arriver en bleu de travail, je lui demande ce qui la stresse. Elle me regarde à peine, un peu de haut, et me dit « c'est juste la fermeture éclair de mon sac à main qui est coincée... ». Je lui demande en quoi c'est problématique, et là, elle me dit qu'elle « a rendez-vous dans 10 minutes avec Monsieur Martin, le PDG de notre entreprise, accompagné de notre plus gros client. S'ils arrivent maintenant, je suis morte. » À ce moment-là, je regarde au fond du couloir, et qui est-ce que je vois arriver ?
- Le patron et son client !
- Bingo ! Alors je lui demande si je peux regarder la fermeture de son sac. Elle hésite, puis elle n'hésite plus. Et là, je vois qu'un petit grain de sable gêne l'ouverture de la fermeture éclair. Je retourne le sac, j'actionne la fermeture éclair, et hop ! Elle s'ouvre ! Bon manque de chance, j'ai fait tomber la fameuse clé de la salle de réunion et..... une serviette hygiénique..... Je savais plus où aller.....vous imaginez ?!
- Oui, oui, je vois bien !, dit-elle en souriant.
- Et vous savez quoi ? Son sac à main, c'était un *Longchamp*, comme vous ! Alors si un jour je pourrais modestement vous sauver la vie, ce sera avec plaisir...!
- Et comment je peux vous joindre ? dit-elle...



;-)

Structurer son discours

Parce qu'il est (beaucoup) plus facile de faire 10 mètres à pieds en 10 pas qu'en un seul, il est également beaucoup plus facile de faire un discours si on sait qu'il est composé de 9,5 étapes :

- Quel est LE message à transmettre ?
- Identifier l'interlocuteur à qui on parle
- Briser la glace avec une phrase d'accroche
- Poser la problématique
- Raconter une histoire
- Enrichir d'exemples, d'anecdotes, ou de chiffres
- Utiliser l'humour et l'émotion
- Répondre à la problématique
- Soigner la dernière phrase, le dernier geste
- L'erreur est humaine, profitons-en !

1. Quel est LE message qu'on veut transmettre ?

Pas 2, ni 5, mais 1 : 1 seul message à transmettre. 1 objectif. 1 but. N'oublions pas : 1 discours = 1 message nous allons voir que c'est déjà beaucoup.

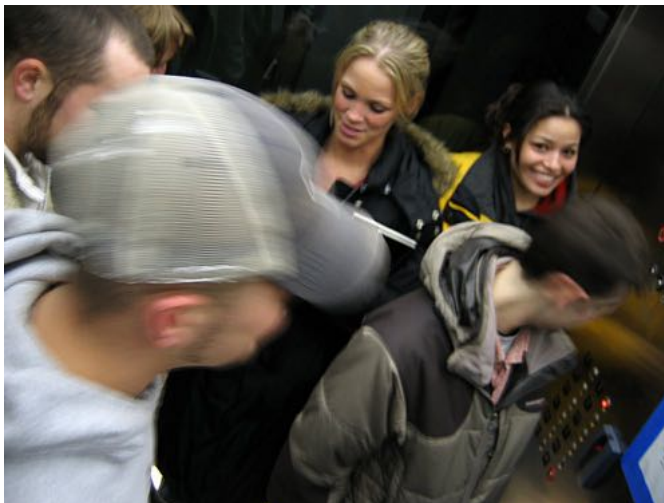
Pourquoi ? Parce qu'il est difficile de rester concentré sur 1 seule chose à la fois ! Donc, qu'est-ce qu'un Elevator pitch réussi ? C'est un discours qui doit pouvoir être résumé en 1 phrase. Oui, une seule.

Votre interlocuteur, à la fin, ne doit garder qu'une seule phrase en tête, qu'il pourra ensuite noter dans un carnet ou afficher en note sur son smartphone, répéter à quelqu'un d'autre, etc.

Un bon moyen d'y parvenir ? Twitter. En 140 signes, quel est le message qu'on veut transmettre ? Si possible le message devra tendre vers une émotion, si on veut qu'il soit retenu. Il devra également être universel si on veut qu'il soit plus qu'une simple auto-promotion...

Si on n'y arrive pas, ce n'est pas grave. Passons au point suivant. Puis lorsque on en sera au point n°4, on reviendra sur ce point n°1...

« Et vous, quel est votre message en 1 phrase, votre tweet en 140 signes ? »



L'Elevator pitch ? Un excellent exercice à faire entre amis ! Crédit photo : Jeremy Noble.

2. Identifier l'interlocuteur à qui on parle

On ne s'adressera pas forcément de la même façon si on parle à un PDG ou si on parle à une inconnue le lendemain d'une soirée. Quoique, parfois rien de tel que de surprendre son interlocuteur parce qu'il ou elle ne vous attend pas là où il le pensait !

À qui s'adresse-t-on ? Le but est d'identifier le niveau de connaissances de son interlocuteur. Selon, est-ce qu'on va rester en surface dans une démarche d'initiation et de vulgarisation, ou au contraire entrer en profondeur en donnant beaucoup de détails et de technicité ?

Bien connaître son interlocuteur permettra d'adapter la familiarité du ton et l'image qu'on souhaite donner. Par défaut, on composera son discours comme si on devait l'expliquer à un enfant de 6 ans ou à un senior de 80 ans.

« Et vous, à qui parlez-vous ? »

3. Briser la glace par une phrase d'accroche

Un maître-mot : ce n'est pas le moment d'improviser ! Au contraire, cette première phrase, il faut la connaître par cœur. C'est ce qui déterminera le bon déroulement de la suite des événements. Si le démarrage est parfait, l'interlocuteur acceptera d'écouter la suite.

Ok. Et concrètement, on dit quoi ? 5 exemples :

- un fait d'actualité (ex : « vous saviez que...? »)
- une anecdote personnelle (ex : « quand j'étais petit, ma mère me disait souvent... »)
- une citation (ex : « ce matin, j'ai lu une citation qui disait... »)
- une statistique (ex : « il paraît que 30% des... »)
- une question (ex : d'après vous, quel est le...? »)

Il y a une quantité infinie de phrases d'accroche possibles. Il faudra en choisir une qui a un impact fort sur son interlocuteur : lui apprendre quelque chose de nouveau, ou le faire rire, ou qu'il ressente de la compassion, etc.

« Et vous, quelle va être votre phrase d'accroche ? »



Crédit photo : JD Hancock

4. Poser la problématique

Imaginons. On est en train de lire le premier chapitre d'un roman policier ou d'un thriller. L'auteur fait monter le suspense petit à petit, et là, *tchak* ! À la fin du chapitre, on meurt d'envie de connaître la suite...

Pourquoi ? Parce que la problématique a été posée : qui a assassiné cette fille dont parle l'auteur dans ce chapitre ? On n'a qu'une seule envie : le savoir ! Autrement, connaître le déroulement de l'intrigue. C'est exactement pareil quand on veut réussir son Elevator pitch ou son discours.

Quel problème résoudre ? Quelle solution allons-nous pouvoir apporter ? Et est-ce que cette solution ne deviendrait pas (par hasard) LE message qu'on souhaite délivrer ? 😊

« Et vous, quelle est LA problématique que vous allez résoudre ? »

5. Raconter une histoire

Inutile de commencer par « Il était une fois... », rassurons-nous. Par contre, il est avéré que les histoires que nous racontons (le soir avant de dormir quand on était petit, ou l'histoire qu'on suit dans un film ou dans un livre etc.) sont souvent le meilleur moyen de retenir un message.

Pourquoi ? Parce qu'avant l'écriture, il n'y avait que l'oral. Les histoires se transmettaient oralement, c'est un peu comme ça que ça dure depuis des centaines de milliers d'années...

Oui, mais comment on raconte une histoire ? Eh bien on a déjà fait la moitié du chemin en fait ! Parce qu'en sachant quel va être le message qu'on veut délivrer, à qui, en connaissant déjà sa phrase d'accroche, et la problématique qu'on veut résoudre, on a déjà écrit la moitié de l'histoire...

« On continue ? 😊 »



L'art de conter une histoire...

6. Enrichir d'exemple, d'anecdotes, ou de chiffres...

Nous voulons transmettre 1 message, résoudre 1 problématique. Alors servons-nous d'un exemple, ou d'une anecdote, ou d'un chiffre.

Cela permettra d'étayer notre message, et c'est souvent un exemple, ou une anecdote, ou un chiffre, qui se retiennent par notre interlocuteur.

« Et vous, quel exemple, quelle anecdote, ou quel chiffre, pouvez-vous donner pour illustrer votre message ? »

7. Utiliser l'humour et/ou les émotions

Qui n'a jamais envié ce copain qui, lui, savait faire rire les autres ? Sans tomber dans la jalousie, à défaut de savoir être drôle, on peut toujours essayer de susciter une émotion chez son interlocuteur.

Nous n'avons pas dit « larme à l'œil », mais « émotion ». Sourire, tendresse, colère, peur, nostalgie, joie, tristesse, surprise, remords, voici quelques unes des différentes émotions, des différents registres qu'on peut utiliser pour que notre interlocuteur se souvienne de nous.

« Et vous, quelle émotion allez-vous choisir ? »



Vice versa, un excellent film d'animation Pixar qui met en scène des émotions.

8. Répondre à la problématique

Allez, on ne se relâche pas ! On est toujours dans notre discours, dans notre Elevator pitch. On va bientôt à la fin du trajet en ascenseur, et il est désormais temps de répondre à la problématique posée au point n°4

Parce que nous nous sommes posés la question de cette problématique, et du message qu'on souhaite délivrer, alors il n'y a rien de plus facile maintenant que de répondre à la problématique ! Toujours en 1 phrase hein.

« Et vous, quel est le dénouement de votre intrigue ? »

9. Soigner la dernière phrase, le dernier geste

Tout comme la première phrase d'accroche, le geste (ou la phrase) de conclusion est encore plus important, il faudra également l'apprendre par coeur si on ne veut pas tout gâcher...

En répondant à la problématique (voir ci-dessus), nous venons déjà de donner la première moitié de la conclusion. Surpris(e) ? 😊

Pour la deuxième moitié, nous vous laissons le soin de la créer vous-même (en vous servant des points déjà évoqués par exemple. Au hasard: émotions ? Chiffre ? Citation ? Anecdote ? Geste ?).

« Et vous, quelle est la dernière phrase qui va conclure votre Elevator pitch. Quelle va être votre « call to action » ? »

9.5 L'erreur est humaine, profitons-en !

Et voilà la neuvième et demi ! Il y a une composante qu'il ne faut pas oublier : le charme de l'erreur, le charme du défaut.

De la sincérité, de la pudeur, de l'humilité, mais de l'assurance.

En d'autres termes, mieux vaut rougir (un peu) aux yeux de son interlocuteur, plutôt que de paraître trop présomptueux. Parce que personne n'est parfait (c'est pareil pour votre interlocuteur), personne ne pourra vous faire ce reproche du charme de l'erreur, du charme du défaut.

« Et vous, quel défaut naturel pouvez-vous mettre en avant ? »



Une campagne de pub Meetic qui prône nos défauts.

Conclusion

« Suivez ces 9.5 étapes, travaillez-les, re-travaillez-les, encore et encore, simplifiez, encore et encore, puis entraînez-vous, encore et encore. Enfin, testez auprès d'une amie, d'un membre de votre famille, ou d'un collègue de bureau. Et soyez attentif aux réactions. Puis re-travaillez, simplifiez, etc.

Votre Elevator pitch sera réussi s'il est clair et concis, si votre élocution est lente mais dynamique, et si votre message à faire passer est simple à retenir parce qu'il aura suscité une émotion.

Un Elevator pitch doit généralement durer moins d'une minute, c'est court ! On est souvent tenté de vouloir en dire, alors qu'au contraire, il va falloir dire uniquement l'essentiel, pour retenir l'attention de votre interlocuteur. C'est un exercice difficile, mais qui vaut vraiment la peine d'être réalisé. »

Cordialement, Myriam Prette

Une dernière chose...

Nous ne pouvons terminer cet article sans un exemple de discours. Regardez, écoutez, notez, étudiez comment l'intervenante ci-dessous a travaillé à merveille les 9,5 étapes ci-dessus. Bon visionnage !

[Oser traverser les frontières: Anjali Pandit at TEDxParis](#)



Partager :



Sur le même thème



RSE : la norme ISO 26000 et les Ressources Humaines (partie 2)
Dans "Actualités"



Parcours d'intégration : 8 erreurs à éviter pour bien accueillir un nouveau collaborateur



RSE : la norme ISO 26000 et les Ressources Humaines (partie 1)
Dans "Actualités"

Dans "Blog"

Laissez un commentaire

Connecté en tant que Réactive & Co. Se déconnecter ?

Commentaire

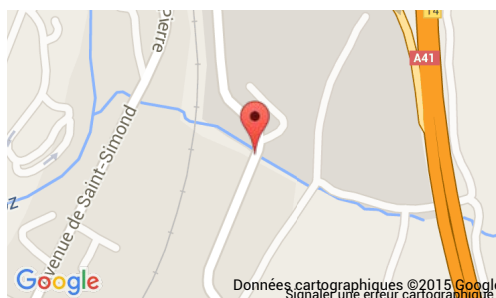
Parcourir les billets

[← RSE : la norme ISO 26000 et les Ressources Humaines \(partie 2\)](#)

Plan du site

- Bienvenue chez Réactive & Co !
- BLOG
- Candidats
- Contact
- Inscription à notre newsletter
- Liste des Offres d'emploi
- Mentions légales
- Prestations RH
 - > Formations
 - > Recrutement
 - > Test d'évaluation
- Qui sommes-nous ?
- Témoignages

Comment nous trouver



11 rue du Dr Jean Paillot 73100 Aix-les-Bains
04 57 34 37 29

Catégories

Actualités Blog Conseils
Management Offres d'emploi Recherch
d'emploi Recrutement Ressources
humaines RSE

Mots-clé

ascenseur cadeau d'entreprise discours elevator pitch ei
d'embauche fêtes de fin d'année ISO 26000 j
management management durable motivation noel nou
collaborateur parcours d'intégration prise de parole en p
responsabilité sociétale
entreprises Ressources
humaines RH RSE storytelling



© 2015 Réactive & Co · Designed by Press Customizr ·

Retour

Réactive&Co est un cabinet de recrutement basé à Aix-les-bains, en Savoie. Notre métier ? L'emploi, les ressources humaines, le recrutement (de profils généralistes ou de cadres), l'évaluation de candidats, les tests de personnalité, la formation pour améliorer ses compétences, et un seul mode d'ordre : du travail pour tous !

Géographiquement, nous intervenons sur les villes d'Aix-les-bains, d'Annecy, et de Chambéry, ainsi que dans la Vallée de l'Arve. D'une façon plus large, sur les départements de la Savoie (73), de la Haute-Savoie (74), et sur l'entité Savoie Mont-Blanc.

Nous travaillons pour les TPE et les PME qui cherchent un profil spécifique et qui sont soucieuses de rester concentrées sur le coeur de métier, ainsi que pour les candidats à la recherche d'un emploi.

Nous accompagnons à 100% en opérationnel les entreprises qui nous confient tout ou partie de la gestion de leur stratégie RH.

Réactive&Co.com, un site web créé et rédigé par Nicolas-Fougerousse.com