



Cécile MELLAC
Fondatrice du cabinet



PARLER de SOI avec SUCCES

1^{er} octobre 2015

Parler de soi ?

- Nombreuses occasions de parler de soi dans la vie professionnelle (Soi / Son projet / Son activité / Sa structure / Ses résultats)
- Difficile de parler de soi et encore plus difficile de bien parler de soi
- Tout le monde se prépare : la barre est haute

Travailler avec la méthode du Pitch, une attitude

- **Se concentrer sur son interlocuteur** (lui et ses besoins ou ses envies)
- **Prendre peu de temps de son attention** : durée courte
- **Viser l'efficacité** : le convaincre de faire ce que vous avez envie qu'il fasse pour vous

Différent du « story telling »

- Le pitch formule **une proposition de valeur crédible et rassurante qui répond à un besoin, à une envie, à un intérêt pour son interlocuteur**

Une méthodologie précise

- Avant d'écrire son pitch il faut répondre à 3 questions
 - **Mon Pitch** : qu'est-ce que je veux pitcher
 - **Ma cible** : qui est mon interlocuteur
 - **La préoccupation de ma cible** : celle que je veux toucher
- Avant d'écrire son pitch il faut aussi élaborer des réponses dans 6 directions :
 - **Mes connaissances, mes expertises**
 - **Mes compétences**
 - **Ma crédibilité** (comment je rassure mon interlocuteur)
 - **Mon talent** (quels éléments sont à la base de mon savoir faire)
 - **Ma valeur ajoutée** (ce qui est créateur de valeur pour mon interlocuteur)
 - **Ma demande** (ce que j'attends de mon interlocuteur)

Le processus de préparation



Une connaissance particulière, une expertise : passion active, techniques, sciences, technologies, expertise, réseau, marchés, clients



Des compétences : expériences de réalisation



Une légitimité : des résultats, des noms, des références, des chiffres, des %, des KPI



Un talent : éléments de personnalité qui exploitent connaissances et compétences déterminants des résultats



Une valeur ajoutée : savoir faire créateur de bénéfice client



Une demande: Qu'est-ce que je demande à mon interlocuteur ?

Le pitch

La construction du pitch

- **Accrocher** avec une information en résonance avec l'envie, le besoin ou la préoccupation de l'interlocuteur
- **Convaincre** l'interlocuteur du bénéfice apporté avec sa valeur ajoutée et sa proposition unique, différente, intéressante
- **Rassurer avec de la crédibilité** qui donne de la légitimité
- **Exprimer la demande** faite à l'interlocuteur

L'exemple de Sébastien :

Conseiller indépendant en innovation il « pitch » son réseau
(en 100 mots)

- Je suis consultant en stratégie innovante à mon compte. Je fais émerger par mes clients, grandes entreprises ou start up, des nouvelles opportunités créatrices de valeur. Je les accompagne du développement jusqu'à la commercialisation. Je m'appuie sur l'art et le digital, puissantes sources d'inspiration et d'innovation. Je relie business, j'ai fait l'EM Lyon, art, j'ai un master de recherche en histoire de l'art, et digital, j'ai participé à la stratégie digitale du Musée d'Orsay. Mon expérience de consultant en stratégie chez Ernst and Young me permet de piloter mes clients dans l'atteinte des objectifs fixés. **Je vous laisse ma carte ?**