

Yaël Gabison

DEVENEZ

LE

ROI

À l'écrit comme
à l'oral, tout pour
**EMBARQUER ET
CONVAINCRE**

DU

PITCH

EYROLLES

45 RÈGLES D'OR POUR PITCHER EN TOUTES CIRCONSTANCES!

- #8 Larguez les amarres
- #16 Pitez en une phrase
- #20 Inventez des punchlines
- #31 Domptez votre peur
- #42 Faites le show
- #45 Pitez votre augmentation
- (...)

Yaël Gabison a été journaliste, directrice marketing, directrice d'études et auteure pour la TV. Depuis 2007, elle est présidente de Smartside International, cabinet conseil spécialisé dans l'art de la conviction avec les techniques narratives. Elle est conférencière et anime, depuis trois ans, une rubrique mensuelle dans *Management magazine* sur le leadership des héros de séries TV. Sa conviction : « La fiction est le plus court chemin vers une réalité réussie. »

DEVENEZ
LE ROI
DU PITCH

Éditions Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

AVIS AUX IMITATEURS

La méthode BIM® et les recettes de ce livre sont personnelles car elles sont issues d'un long processus de maturation et de sédimentation de mes expériences professionnelles, que ce soit en tant que journaliste, auteur de série télé, directrice du marketing, fondatrice d'agence Web et, aujourd'hui, fondatrice et CEO de Smartside. Je serai flattée que tout cela continue de voyager dans vos blogs, livres, cours ou autres et vous saurai gré de citer ce livre, si vous en empruntez des passages. Merci.

Création de maquette et composition : Hung Ho Thanh

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Éditions Eyrolles, 2019
ISBN : 978-2-212-57066-3

Yaël Gabison

DEVENEZ LE ROI du PITCH

À l'écrit comme à l'oral,
tout pour embarquer et convaincre

EYROLLES

Introduction.....	7
-------------------	---

CHAPITRE 1 *Pitcher, c'est quoi ?*

#1 Pitcher n'est pas résumer.....	13
#2 Pitcher, c'est convaincre.....	14
#3 Pitcher, c'est changer pour mieux.....	17
#4 Pitcher, c'est maîtriser le timing.....	18
#5 Pitcher, c'est varier.....	20
#6 Pitcher, c'est couper.....	23
#7 Pitcher, c'est briller.....	25

CHAPITRE 2 *Évitez les erreurs de débutant*

#8 Larguez les amarres.....	31
#9 Retirez les fausses barbes.....	37
#10 Arrêtez les contextes à rallonge !.....	39
#11 Pour terminer bien, soignez votre fin.....	41
#12 Ne vous perdez pas dans les détails.....	44

CHAPITRE 3 *Concevez un pitch qui claque*

#13 Aimez votre auditoire... comme vous-même !.....	51
#14 Séduisez les trois cerveaux.....	53
#15 Pitchenz en trois parties et BIM® !.....	58
#16 Pitchenz en une phrase.....	70
#17 Pitchenz sous Excel.....	71
#18 N'oubliez jamais le problème.....	73

CHAPITRE 4 *Rendez votre pitch unique et spécifique*

#19 Trouvez votre métaphore.....	79
#20 Inventez des punchlines.....	82
#21 Jouez-la comme Alfred.....	85
#22 Soyez direct.....	86
#23 Fuyez le jargon.....	88
#24 Engagez avec des exemples.....	90
#25 Méfiez-vous de vos petites chéries !.....	92
#26 Annoncez toujours trois fois.....	94
#27 Viralisez.....	95
#28 Devenez votre meilleur ennemi.....	99

CHAPITRE 5 *Cartonnez à l'oral : les trucs qui marchent*

#29	Faites une bonne première impression.....	103
#30	Préparez-vous comme un athlète de haut niveau.....	106
#31	Domptez votre peur.....	110
#32	Soyez vous-même pour être universel !	113
#33	Concentrez-vous sur le présent	114
#34	N'oubliez jamais la magie du lien	115
#35	Chérissez l'empathie.....	117
#36	Prenez ce qu'on vous offre.....	118
#37	Apprenez la musique.....	120
#38	Imaginez votre audience en slip.....	122
#39	Entraînez-vous à voix haute.....	124
#40	Pensez « status » !.....	125
#41	Pitcher à plusieurs, c'est meilleur !	127
#42	Faites le show.....	129

C'EST À VOUS ! *Pitcher tout et partout*

#43	Pitcher votre CV.....	133
#44	Pitcher votre start-up.....	136
#45	Pitcher votre augmentation.....	140
	Conclusion.....	147
	Bibliographie.....	151
	Remerciements.....	153

INTRODUCTION

J'ouvre le dernier *Elle*, laissé sur la table de la salle d'attente de mon médecin, magazine que je ne lis plus depuis des années, mais bon, aujourd'hui, j'ai du temps à tuer. Bing, au bout d'une minute de lecture, je tombe sur une série de produits de beauté « dernière génération » comme l'annonce la journaliste responsable de la rubrique. Non pas que cela m'étonne de voir ce type d'articles dans un journal féminin, c'est plutôt la façon dont ils sont présentés qui attire mon attention : une photo d'un masque hydratant dans une mise en scène façon « magazine culinaire haut de gamme » et une description précédée d'un titre qui m'attire irrésistiblement : « le pitch ».

Intriguée, je poursuis :

« Le masque couleur “bleu Avatar”

Le pitch : il promet une peau clarifiée et matifiée en quelques utilisations. Appliquée en fines couches environ trois fois par semaine, la combinaison des trois argiles purifiantes (le kaolin, la montmorillonite et le ghassoul) lutte contre les points noirs et autres imperfections des peaux mixtes à grasses : idéal pour les minois qui peinent à se débarrasser de quelques boutons, ou qui ont tendance à briller. »

Pas mal, cette description, mais en quoi est-elle vraiment différente de ce qui se fait d'habitude et que l'on appellerait un « descriptif » ? Pourquoi avoir appelé cela un « pitch » ? Comme j'ai le temps, je

lis et relis ce texte pour résoudre cette énigme. Plus je le fais, plus je me dis qu'en réalité, ce « pitch » est effectivement une simple description, le résumé d'un nouveau produit cosmétique que la journaliste a beaucoup apprécié apparemment ! Certes, plus punchy et sympathique, mais, ni plus ni moins qu'un descriptif.

Je décide quand même de pousser mon enquête sur cette nouvelle façon de nommer un rédactionnel produit, en attendant patiemment mon tour, dans cette salle d'attente de plus en plus fréquentée. J'aimerais bien savoir si cette dénomination est spécifique à ce magazine, connu pour être friand de tout ce qui est nouveau, ou si ce fameux mot aurait tout simplement contaminé tout ce qui se décrit en ce bas monde.

Je me jette donc goulûment sur la pile de magazines posée devant moi, évitant le regard inquiet d'une femme enceinte assise juste à côté. J'en ouvre un autre, au hasard, *Grazia*. Je vais directement à la page « beauté », là encore, même mot, même punition, pour décrire d'autres aspirateurs à points noirs ou onguents à la rose ! Toujours aussi perplexe, je m'attaque à la lecture d'un bon vieux *Figaro Magazine*. Ça ne loupe pas, le « pitch » est là, mais cette fois, pour promouvoir les dernières sorties cinéma de la semaine ! Certes, est-il employé de manière un peu plus appropriée, mais c'est officiel, la frénésie du pitch est bien en marche. Ce terme est définitivement passé dans le vocabulaire de tout journaliste en quête de sensations fortes pour parler d'un quotidien banal.

Un instant, j'ai peur en regardant les quelques magazines pour enfants qui sont là, et si je retrouvais ce terme pour expliquer la façon dont on assemble un cerf-volant avec un emballage de bonbon ou l'explication d'un nouveau jeu de société. Je feuillette pour voir. Ouf ! rien ! Pas de pitch à l'horizon. Le phénomène « pitch » est bien exclusivement réservé aux adultes... Pour l'instant.

Et si tous les êtres humains des sociétés développées s'interrogeaient, à longueur de journée et pour tout, sur « c'est quoi le pitch ? » Que ce soit à propos de la dernière allocution d'un homme politique ou des caractéristiques techniques des couches pour bébés, en passant par le dernier projet que vous confiera votre patron ? Et si c'était le dernier mot à la mode pour remplacer le mot « résumé », paraître plus moderne et « hype » mais surtout à nous obliger à ne plus nous répandre en longs discours assommants.

Pourquoi pas ! Mais en réalité, qu'est-ce qui se cache derrière cette notion qui fait l'unanimité ? Qu'est-ce que c'est exactement : un effet de mode ou une arme de conviction des plus puissantes ? D'où ça vient ? Quel est son réel objectif ? Comment être sûr de concevoir un super pitch ? Quels sont les trucs pour trouver les bons mots ? Se faire écouter, capter l'attention ? Pour cerner précisément tout ce que recèle ce mot et disposer de toutes les recettes pour bien pitcher, je vous propose cinq chapitres qui vous diront tout sur cette nouvelle coqueluche rhétorique. Vous pourrez, ainsi, démonter en quelques phrases bien senties, tous les petits malins qui s'amuseront à faire du « *pitch dropping* » – comprenez : utilisation inappropriée, à tort et à travers et de manière totalement erratique du mot « pitch » – leur passe-temps favori. Et si vous-même, vous faites partie de cette catégorie, j'espère bien qu'après la lecture de ce livre, vous utiliserez le mot « pitch » à bon escient et que vous deviendrez de véritables professionnels, des as de ce type de présentations à forts enjeux, de ceux qui font accepter tout ce qu'ils proposent, sans trop faire d'efforts.

Voilà toute l'ambition de ce livre : vous faire devenir des rois du pitch aussi bien à l'écrit qu'à l'oral !

Bonne lecture !