

JOB DATING DE L'ALTERNANCE

Comment décrocher un contrat !

PRÉPARATION DES
CANDIDATS

SEANCE N°4
REDIGER/FORMULER
UN **PITCH** DE PRESENTATION

Savoir se présenter de manière synthétique en entretien de recrutement est essentiel. C'est votre première prise de parole face au recruteur. Vous devez faire **bonne impression** d'emblée, **impacter** dès les premiers mots. Une bonne introduction permet de **rassurer** le recruteur sur votre capacité de synthèse, vos qualités relationnelles, votre maîtrise de l'expression et de l'élocution... et de marquer des points dès le départ pour la suite de l'entretien.

A l'origine, le terme de « pitch » est utilisé par des scénaristes pour « vendre » une histoire auprès d'une société de production cinématographique. C'est le résumé synthétique d'un scénario qui doit séduire et convaincre un producteur. Le principe est repris à la fin des années 90 avec le « discours de l'ascenseur » ou « elevator pitch », exercice de communication qui consiste à se présenter de manière très percutante à une personne que l'on ne connaît pas mais dont on veut **marquer l'esprit** (partenaire professionnel, client, recruteur, etc.) en moins de 45 secondes, c'est-à-dire le temps qu'il faut pour atteindre le 15^e étage.

Le terme de « pitch » désigne donc un **message oral clair, structuré, synthétique**, qui doit capter l'attention dès le début. Pour cela, il faut faire court, simple et percutant.

Le pitch de présentation répond à la question souvent posée en début d'entretien : « Allez-y, je vous écoute, parlez-moi de vous! ». En quelques minutes, vous devez dérouler **sans hésiter** une présentation fluide, **au déroulement logique**, qui doit mettre l'accent sur vos points forts et donner au recruteur les informations essentielles pour qu'il identifie rapidement:

- Qui vous êtes, quel est votre parcours professionnel ?
- Quels sont vos compétences/atouts (pour le poste/l'entreprise) ?
- Quel est votre projet ? (l'adéquation avec ce que propose cette entreprise qui fait de vous un(e) bon(ne) candidat(e))
- Qu'est-ce qui vous démarque ?

En effet votre pitch doit être **centré sur la mission** et sur ce qui va intéresser le recruteur : correspondez-vous au profil qu'il recherche ? votre pitch a pour objectif de le rassurer : vous devez raconter brièvement votre histoire, mais surtout axer sur vos points forts et vos atouts pour le poste.

Préparez-vous en réfléchissant aux quelques questions ci-dessous, et trouvez les réponses qui vont vous permettre d'articuler votre présentation :

- quelles sont les grandes étapes de votre parcours et quel est l'élément qui a déclenché vos choix ?
- quel est votre **objectif professionnel**? votre candidature doit être **cohérente** par rapport à votre projet. La mission s'inscrit dans un parcours professionnel global, c'est une étape logique qui vous permettra d'avancer vers un projet plus abouti.
- quelle est votre **véritable** motivation pour la mission ou l'entreprise? En quoi cette mission va vous permettre de progresser ?
- sélectionnez **vos points forts** : C'est peut-être votre formation ? une expérience probante? une aptitude particulière? une compétence spécifique ? (langue, logiciel...) un aspect de votre personnalité ? Il faut **rassurer**, donner confiance sur vos capacités à mener à bien la mission.

Important : l'exemple ci-dessous doit vous orienter sur la structure que vous devez donner à votre présentation. Il doit vous inspirer, mais en aucun cas servir de modèle.

1. Qui êtes-vous ? quel est votre parcours professionnel ?

Commencez votre pitch en adoptant une attitude souriante et ouverte. Souvenez-vous que la première impression compte. Présentez-vous de manière naturelle pour décliner votre identité et les grandes étapes de votre formation. Attention ce n'est pas un résumé chronologique de votre CV! Cette entrée en matière doit mettre l'accent sur **ce qui vous caractérise**. Vous devez être cohérent(e) et capable d'expliquer vos choix : pourquoi avez-vous choisi cette formation ? Présentez ensuite votre parcours professionnel de façon synthétique, sans décrire vos expériences dans le détail, mais plutôt en ciblant 2 ou 3 étapes clés selon **un fil conducteur**.

« Je suis Julie Martin, j'ai 22 ans, et je suis une passionnée de vente et de relations commerciales depuis toute petite ! Issue d'une famille de commerçants, j'ai baigné dans cet environnement où le relationnel et le contact client sont naturellement devenus familiers. Le choix de mes études a donc été une évidence pour moi. Mon DUT Techniques de Commercialisation m'a permis d'acquérir de solides bases en vente et négociation, mais c'est la découverte du marketing qui a été pour moi une vraie révélation ! après mon DUT j'ai eu la chance de pouvoir partir en DUETI spécialisé en marketing en Suède. Je suis revenue bilingue avec des connaissances complémentaires en solutions particulièrement innovantes, et une vision plus claire de mon projet. Je poursuis en master avec pour objectif devenir chef de projet en marketing digital »

2. Quelles sont vos compétences et atouts (pour le poste/l'entreprise) ?

Maintenant que vous avez présenté votre parcours dans ses grandes lignes, précisez les principales missions effectuées et décrivez-les en mettant du lien, de la cohérence dans vos choix professionnels. Mettez en lumière les compétences que ces expériences vous ont permis de développer. Pensez à sélectionner celles qui sont le plus en lien avec ce qui peut intéresser l'entreprise. La description de vos réussites professionnelles doit vous permettre de mettre en avant des qualités personnelles que vous avez su mobiliser.

« Ma pratique du digital a commencé lors de mon expérience chez Vulli pendant 4 mois, où j'ai énormément appris : j'ai participé à l'élaboration d'une campagne marketing pour Sophie la girafe qui a valu à l'entreprise de gagner une nouvelle part de marché au Canada. Mais surtout, lors de mon stage de DUETI chez Toys'us, j'ai découvert la mise en place de campagnes en « marketing automation » et développé des qualités comme l'adaptation, la polyvalence et une vraie capacité d'analyse qui sera utile pour la mission que vous proposez »

3. Quel est votre projet ? (l'adéquation avec ce que propose cette entreprise qui fait de vous un(e) bon(ne) candidat(e))

Votre objectif professionnel doit être en rapport avec le poste visé, et il doit être à court terme. Il peut concerner un type d'entreprise au sein de laquelle vous aimeriez évoluer, un type de projets sur lesquels vous voudriez travailler, un poste que vous ciblez, ou encore le développement ou le renforcement de certaines compétences.

« Si demain j'ai ce poste, je proposerai une ou deux solutions que j'ai expérimentées. Cette mission m'intéresse particulièrement parce que votre produit me plaît (je l'utilise depuis son lancement), mais aussi parce qu'après avoir fait des stages dans de grosses entreprises, je souhaite expérimenter un cadre de travail plus à échelle humaine et contribuer au développement de votre gamme sur le marché international. De plus, vous avez instauré depuis l'année dernière « les cafés marketing », concept qui correspond totalement à mes valeurs : ouverture et adaptation »

4. Qu'est-ce qui vous démarque ?

Terminez avec une phrase courte qui met en avant un autre aspect plus personnel de votre profil qui peut vous différencier des autres candidats. Choisissez les mots qui montrent votre envie de vous investir dans l'entreprise. Mettez de la **conviction** dans votre déclaration.

« Enfin pour terminer, je dirai que d'un point de vue plus personnel, je suis sportive et pratique le trail régulièrement. Je sais que votre entreprise a un CE qui propose plusieurs sports dont celui-ci.. donc si cela est possible, la perspective de pratiquer avec des collègues serait une motivation supplémentaire! »

L'évocation d'un loisir peut vous permettre de suggérer, de manière explicite ou non, des qualités utiles pour votre interlocuteur. Dans cet exemple, le fait d'avoir envie de partager le sport entre collègues suppose un bon esprit d'équipe et des qualités relationnelles. Cela vous permet également de personnaliser votre présentation, et de vous démarquer d'autres candidats en suscitant - peut-être - la curiosité ou l'intérêt de votre interlocuteur.

5. Conclusion sur une ouverture

Précisez quand vous avez terminé. Vous pouvez conclure en posant une question qui va inciter le recruteur à vous questionner à son tour et engager la poursuite de l'échange.

« Voilà ce que je peux vous dire en quelques mots. Je suis très impatiente d'en savoir plus sur la mission, et j'ai déjà plein de questions! Souhaitez-vous que je précise un point en particulier? »

Autres conseils:

Sur le fond :

- Soyez clair et précis, allez à l'essentiel avec des mots simples.
- Structurez votre présentation, composez une histoire fluide et cohérente.
- Illustrez votre discours par des exemples ou des images.

Sur la forme:

- Souriez, articulez, et donnez du rythme en contrôlant le ton et l'intonation de votre voix pour éviter un discours monotone.
- Tenez-vous droit, ayez des gestes d'ouverture.
- Regardez votre interlocuteur dans les yeux.

Le pitch de présentation ne peut être rédigé que par vous, il est **unique**. Il est le reflet de votre parcours et de votre personnalité. L'exemple ci-dessus doit vous orienter sur la **structure** que vous devez donner à votre présentation, mais en aucun cas servir de modèle.

Efforcez-vous de valoriser vos atouts en les connectant aux besoins de l'entreprise, et **racontez une histoire** qui donne envie d'en savoir plus sur vous.

Vous devez vous entraîner, et vous entraîner encore, pour que les mots viennent de manière fluide et sans hésitation. Plus vous aurez assimilé votre présentation, plus vous serez capable de la redire avec spontanéité et naturel.



BONNE CHANCE A TOUS !

JOB DATING DE L'ALTERNANCE

LA MEILLEURE FORMULE POUR
TROUVER VOTRE ALTERNANCE !

POUR EN SAVOIR +



www.club-entreprises.univ-smb.fr

Votre contact coaching

Pour toutes les formations sauf FAC DE DROIT

Marie VILLARD

04 50 66 60 08

Club-des-entreprises.iut-acy@univ-smb.fr

FAC DE DROIT

Anais LEVEILLET

04 79 75 91 30

Anais.leveillet@univ-smb.fr