

Le pitch du projet (obtenir le feu vert)

Ce cours vous est proposé par Deborah Arnold et Pascal Corbel, Université Paris-Saclay, et AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

Table des matières

Objectifs d'apprentissage	2
Introduction	2
Le pitch du projet dans le cycle de vie d'un projet.....	2
Les enjeux	3
Les parties prenantes concernées.....	3
Techniques.....	4
Identifier vos interlocuteurs.....	4
Se renseigner sur le cadre du pitch	4
Rassembler les informations	4
Préparer vos arguments	5
Préparer votre présentation	5
Délivrer votre présentation	5
Conclusion.....	6
Références.....	7

Objectifs d'apprentissage

A l'issue de ce cours, vous serez en mesure :

- De situer le pitch du projet dans le cycle de vie d'un projet
- De comprendre les enjeux du pitch du projet
- D'identifier les parties prenantes concernées par le pitch du projet
- D'identifier les outils et techniques à mobiliser

Introduction

Dans ce cours, nous allons situer le pitch du projet dans le cycle de vie d'un projet, à savoir dans la phase d'avant-projet. Nous abordons les enjeux et identifions les parties prenantes concernées. Nous présentons également les techniques à mobiliser : de la collecte de informations à la présentation elle-même.

Le pitch du projet dans le cycle de vie d'un projet

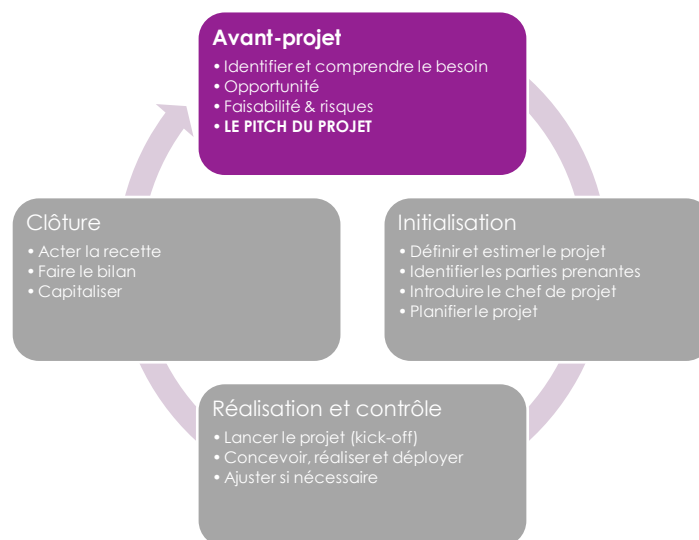


Figure 1 : Le pitch du projet dans le cycle de vie d'un projet

Le **pitch du projet** consiste à présenter au commanditaire interne, et au client externe du projet le cas échéant, tous les arguments en faveur du projet. Il convient donc de le préparer soigneusement.

Le pitch du projet prend souvent la forme d'une présentation orale qui s'appuie sur des supports visuels, comme un diaporama. En fonction de la nature du projet, la présentation peut inclure une simulation ou une démonstration de maquette. Cette présentation se fera soit en présentiel, soit à distance via un système de webconférence ou de visioconférence.

Les enjeux

Le pitch du projet sera décisif dans la décision de lancer ou non ce dernier. Il faut donc le « vendre » aux parties prenantes concernées. Pour ce faire, il faut prouver le bien-fondé du projet en s'appuyant sur des faits et des arguments convaincants.

Il faut aussi démontrer que vous avez envisagé tous les scénarios possibles, que vous avez bien estimé le temps et le budget nécessaire, que vous avez identifié les compétences nécessaires et que vous êtes outillé pour mener à bien le projet une fois lancé. Vous vendez autant vos compétences de chef de projet que le projet lui-même.

Le pitch est non seulement un moment de présentation, mais aussi d'écoute.

Le pitch du projet peut se faire en deux temps : d'abord en interne pour convaincre la hiérarchie, et ensuite en présence du client externe du projet ou du sponsor. Les informations et le langage que vous mobiliserez peuvent donc différer en fonction de votre public.

Les parties prenantes concernées

La **Maîtrise d'Ouvrage (MOA)** : le client du projet ou commanditaire, qui décide de l'intérêt stratégique de mener à bien ce projet.

Le pitch du projet relève de la responsabilité de la MOA avec pour objectif de convaincre le client externe.

L'**Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMOA)**, qui va aider la MOA pour des tâches chronophages ou précises.

Dans notre exemple, c'est l'AMOA qui est chargée du préparer et délivrer le pitch, par délégation.

Le client externe du projet : aussi appelé sponsor, celui qui finance le projet ou qui achète le résultat. *NB : Il faut entendre ici que le client est externe au projet. En revanche, il peut être membre de la même organisation que l'équipe projet.*

Dans notre exemple, c'est la personne à convaincre.

A ce stade, un **chef de projet** n'a pas toujours été nommé. Si un tel rôle est déjà en place, il remplira davantage les fonctions d'AMOA que de Maîtrise d'Ouvre (MOE) tant que le projet n'aura pas été acté ou lancé officiellement.

Dans notre exemple, le chef de projet est bien dans ce rôle d'AMOA, avec la responsabilité de préparer et délivrer le pitch.

Techniques

Vous allez donc vous projeter dans un rôle d'AMOA, en vous appuyant sur différentes techniques pour préparer et délivrer un pitch de projet.

Identifier vos interlocuteurs

- Qui va assister à la présentation ?
- Quel est le pouvoir décisionnel de chacun de vos interlocuteurs ?
- Quel est leur niveau de connaissance du domaine du projet ?

Se renseigner sur le cadre du pitch

- Où se déroulera la présentation (en présentiel / en ligne) ?
- Quels équipements sont à disposition (connexion Internet, ordinateur, micro, écran de projection, connectique...) ?
- De combien de temps disposerez-vous pour la présentation ?

Ce dernier point va conditionner le volume d'information à inclure dans la présentation. Et quoi qu'il en soit, il faut toujours avoir en tête une présentation éclair, dite *elevator pitch*, autrement dit un argument très succinct en une ou deux phrases que vous seriez capable d'exprimer si vous rencontriez un décideur dans un ascenseur.

Rassembler les informations

Ces informations se trouveront dans les différents documents que vous avez préparés pendant la phase d'avant-projet :

- L'analyse du besoin
- L'étude d'opportunité
- L'étude de faisabilité
- L'analyse des risques
- La note de cadrage
- Le Cahier des Charges

Il faut donc identifier dans ces différents documents les points essentiels à inclure dans votre présentation.

Préparer vos arguments

« Vendre » le projet dépasse la simple présentation des informations, il faut argumenter de manière convaincante. La meilleure façon de préparer ces arguments est d'anticiper les possibles résistances au projet de la part de vos interlocuteurs.

- **Le projet est trop cher ?** Vous allez démontrer la valeur ajoutée du projet et le retour sur investissement anticipé.
- **Le projet n'est pas prioritaire ?** Vous allez démontrer la réponse aux besoins et les risques de ne pas mener le projet.
- **Le projet dure trop longtemps ?** Vous allez montrer que vous avez fait un calcul au plus juste du temps nécessaire, dans les contraintes du budget disponible.

Préparer votre présentation

Il faut préparer à la fois vos supports de présentation et votre discours.

Vos **supports de présentation** devront respecter la charte graphique de votre organisation.

Essayez d'utiliser le minimum de diapositives et de ne pas les surcharger d'informations. **Préférez des schémas synthétiques** que vous allez ensuite commenter.

Vous pouvez écrire votre discours au préalable, mais le jour de la présentation il vaut mieux **vous libérer du discours écrit**, cela sera plus naturel et convaincant.

Anticipez les questions : **listez toutes les questions** en pensant aussi aux points faibles de votre projet (il y en a toujours). **Préparez des réponses succinctes** à ces questions. Vous ne pourrez jamais anticiper toutes les questions, mais cet exercice vous mettra en confiance pour faire face aussi à l'imprévu.

Pensez à **répéter votre présentation** et à vous **chronométrer**. Vous pouvez aussi vous enregistrer ou solliciter un ami ou un collègue pour vous faire un retour sur votre prestation afin d'affiner votre discours.

Délivrer votre présentation

Le jour du pitch, **soyez en avance** ! Si la présentation a lieu en présentiel, il faut avoir installé et testé votre présentation avant l'arrivée de vos interlocuteurs. En cas de webconférence, familiarisez-vous avec le système utilisé et soyez prêt à démarrer dès le début de la réunion.

Exprimez-vous **calmement** en prenant soin de respirer ! Faites des petites pauses entre différents points pour laisser à vos interlocuteurs le temps de les assimiler. Invitez vos interlocuteurs à vous **poser des questions**, et posez-leur des questions vous-même pour stimuler les échanges.

Clore la réunion en **explicitant les prochaines actions et leur échéance** (prise de décision sur le lancement ou non du projet, échanges complémentaires...). **Remerciez vos interlocuteurs** pour le temps qu'ils ont consacré à cette présentation, et n'oubliez pas de leur dire le plaisir que cela représentera pour vous de collaborer sur ce projet !

Conclusion

Dans ce cours, nous avons situé le pitch du projet dans le cycle de vie d'un projet, à savoir dans la phase d'avant-projet. Nous avons abordé ses enjeux et identifié les parties prenantes concernées. Nous avons aussi présenté les techniques à mobiliser : de la collecte de informations à la présentation elle-même.

Comme nous l'avons vu, le pitch du projet est un moment décisif à forts enjeux. Avec une bonne préparation et la mobilisation des techniques présentées dans ce cours, vous mettrez toutes les chances de votre côté pour « vendre » votre propre projet !

Références

Comment citer ce cours ?

Gestion de Projet, Deborah Arnold et Pascal Corbel, AUNEGe (<http://aunega.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.

Figures

Figure 1 : Le pitch du projet dans le cycle de vie d'un projet.....2