

UNE HISTOIRE À LA PIXAR

Le *pitch* Pixar est un outil narratif qui vous aide à présenter votre projet, produit ou service comme une solution à un problème. Son principe est simple : ce n'est pas votre histoire que vous racontez, mais celle de l'usager final, avec ses difficultés, ses frustrations et son dénouement grâce à vous. Facile à appliquer, ce schéma en quelques étapes permet de capter l'attention de vos clients et de donner à votre message force et clarté.

Il était une fois le contexte
Chaque jour la menace
Puis un jour l'élément déclencheur
À cause de ça la conséquence
C'est pourquoi la solution
Jusqu'à ce qu'enfin le dénouement

© Perrier Jablonski

Un exemple concret : Toy Story !

Il était une fois... Woody, le jouet préféré d'Andy.

Chaque jour... il jouait avec lui.

Puis un jour... Buzz arrive et prend sa place.

À cause de ça... Woody, jaloux, le jette par la fenêtre.

C'est pourquoi... les autres jouets le rejettèrent.

Jusqu'à ce qu'enfin... Woody et Buzz s'allient et retrouvent Andy.

À qui doit-on l'outil ?

Cet outil a été développé par Emma Coats, ancienne *story artist* chez Pixar, qui a partagé en 2011 une série de conseils d'écriture sur Twitter. Parmi eux, la structure du pitch Pixar s'est imposée comme une méthode simple et universelle pour raconter une histoire.

À VOUS DE JOUER!



Utilisez le *pitch Pixar* pour transformer votre présentation en histoire. Partez du contexte de votre client, mettez en scène sa difficulté, puis introduisez votre solution comme la clé du dénouement. L'objectif est simple : capter l'attention, marquer les esprits et donner envie de vous suivre.

