

# PROJET SAE

RENDU FINAL ET ORAL - SUPPORT POUR  
LES ETUDIANTS





## **Avant de commencer**

La règle d'or ne répéter ce qu'il y a sur vos  
slides



## **Les slides de votre oral**

- 1. Le slide d'ouverture car c'est celui qui finalement reste le plus longtemps affiché.**

Entre l'installation, le passage de micro, les problèmes techniques ou simplement le fait de laisser l'équipe précédente quitter le podium. C'est un moment où vous devez imprimer votre marque

The image features a dark background with vibrant, multi-colored light trails from a long-exposure photograph of a highway at night. The trails are primarily blue and orange, creating a sense of motion and speed. The Uber logo is centered in the upper half of the image, and the tagline is positioned directly below it.

# Uber

Next-Generation Car Service



Broadcast Yourself



# Match Box

the flirting game...





**Investor Deck**  
November, 2017



# Les slides de votre oral

L'équipe



## Business and Tech Team Has Strong Track-Record



### **Reid Hoffman, CEO**

- Former EVP and Founding Board Member, PayPal
- Investor in Friendster, Ironport, Six Apart, Vendio et al

### **Sarah Imbach, Chief of Staff and VP**

- Former SVP Operations, PayPal

### **Allen Blue, VP of Product**

- Former Director of Product Design, SocialNet.com

### **Jean-Luc Vaillant, VP of Engineering**

- Former Director of Engineering and Software Development, Logitech, Spotlife

### **Konstantin Guericke, VP of Marketing**

- Former VP of Marketing, Presenter, Blaxxun

### **Eric Ly, CTO**

- Founder and former CTO, Netmosphere (sold to Critical Path)

### **Matt Cohler, Director of Corporate Development**

- Former top-ranked analyst at McKinsey, marketing at AsialInfo, published in HBR

**Technical team with experience at Apple, Cisco, Hotwire, Citigroup, Sprint, TIBCO, VERITAS, et al**

August 2004  
CONFIDENTIAL

# Orange's Team

The experience needed to build a national charging business.



**Nicholas Johnson**  
CEO

Tesla thermal electrical engineer for Model 3 development. CTO and co-founder of LYT.ai

TESLA



**Neil Joseph**  
Head of Operations

CEO & founder of Stack Lighting, an IoT company acquired by Phillips. Tesla head of delivery for Model S.

TESLA



**Joseph Nagle**  
Head of Corporate Strategy & Marketing

6 years corporate strategy at EverCharge, acquired by S&K.

EverCharge



**Volker Schönefeld**  
Fullstack Software Engineer

Serial entrepreneur with multiple highly successful mobile games.

LIMBIC



**Don MacNeil**  
Head of Sales

Previously sales at Tesla, Juice Bar, and Semaconnect.

SemaConnect



Orange Charger Inc Copyright 2022



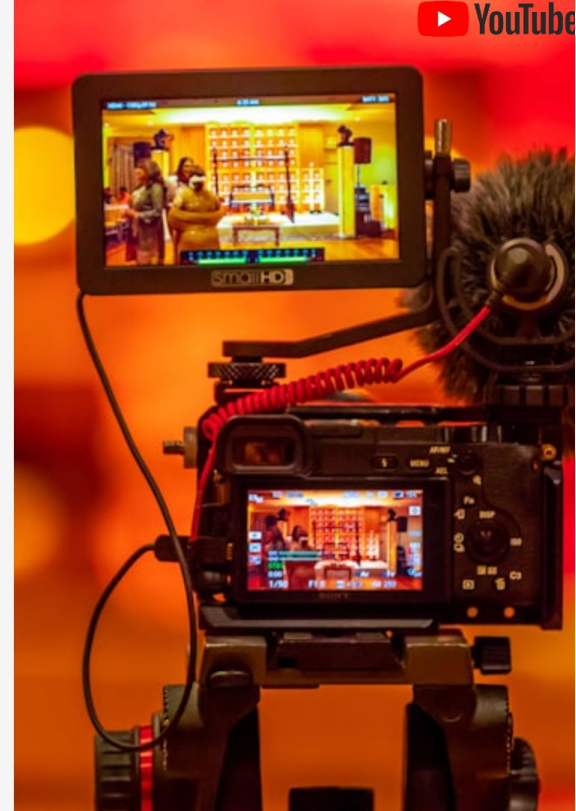
## **Les slides de votre oral**

### **2. Le problème auquel vous répondez ou l'opportunité que vous avez identifié**

La il est question d'universaliser le problème en des termes qu'un enfant de 10 ans pourrait comprendre

## Problem

- Video files are too large to e-mail.
- Video files are too large to host.
- No standardization of video file formats.
- Videos exist as isolated files.





MatchBox

**Matt spots a girl he likes at a party...**

But, like most of us, Matt won't go over and say hello



He has the same problem most of us do...

## **Fear of Rejection**



# Les slides de votre oral

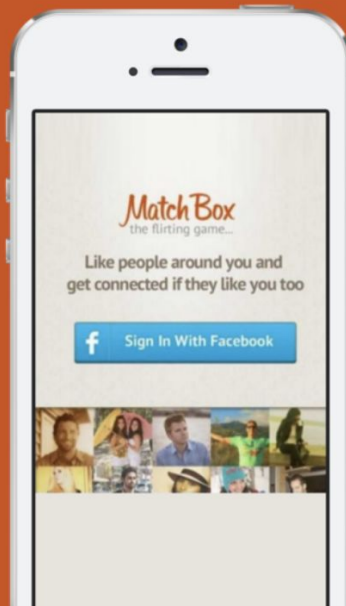
## 3. La solution

Que votre solution soit évidente ou plus complexe

C'est ici que vous montrez votre site internet

MatchBox

Meet the cure...

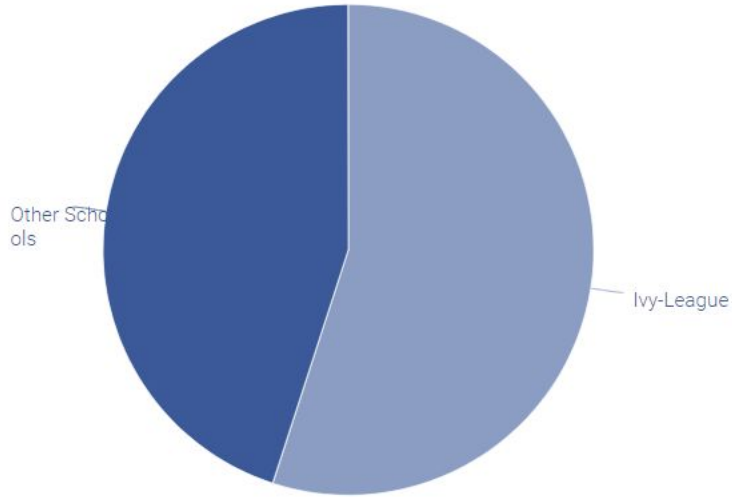






## **Les slides de votre oral**

### **4. Le marché et votre cible**



## User Base Demographics\*

**Total Students:  
70,000**

\*Based on March 2004 Monthly Statistics

---





## **Les slides de votre oral**

### **5. La concurrence**



## **Les slides de votre oral**

**6. l'opportunité/ croissance que vous avez identifié**

**ou**

**Vos éléments différenciants secret sauce**

# Key Differentiators



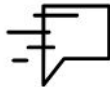
**1-click hailing**  
"Pickup here in 5 mins"



**Members Only**  
Respectable clientele



**Optimized fleet**  
Logistical LBS software



**Fast Response Time**  
Easier than Calling



**High Tech Solution**  
Geo-aware Auto-dispatch



**Great Drivers**  
Rating System





## **Les slides de votre oral**

# **7. Le business Model**

Pour quitter le mode plein écran, appuyez sur Échap

# Sales & Distribution



Advertising



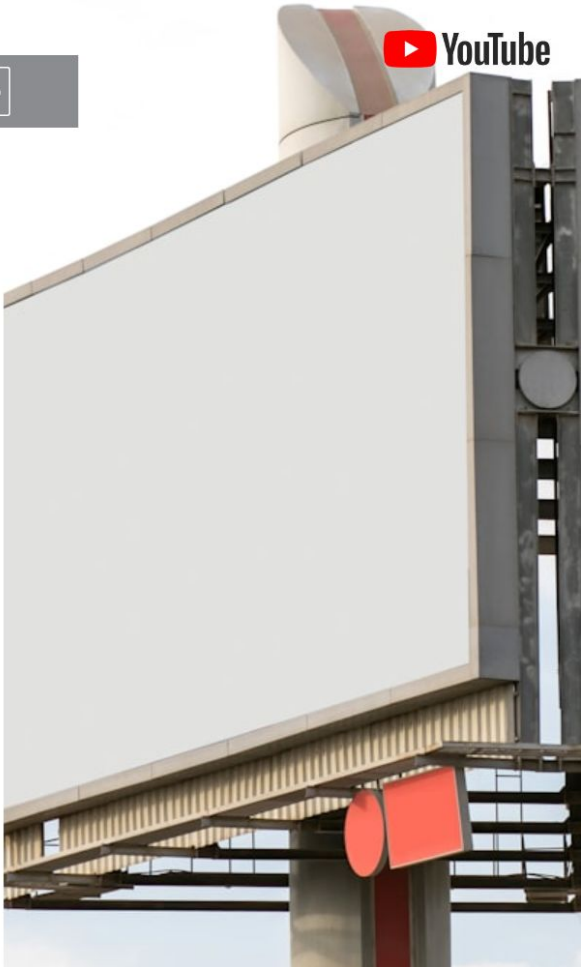
Act as a for-pay  
distribution channel  
for promotional videos



Charge members  
for premium



Charge viewers for  
premium content





## **Les slides de votre oral**

# **8. Les objectifs de Chiffre d'affaire et de marge**





## **Les slides de votre oral**

### **9. Votre stratégie**

#### **Commercial/Communication**

**C'est ici que vous pouvez nous parler de l'UX et de vos leviers digitaux**



## **Les slides de votre oral**

**11. votre vision à 2 à 3 ans**



## **Les slides de votre oral**

**11. demander ce que pourquoi vous êtes ici**

**Partenaire Financier**

**Partenaire Industriel**

**Partenaire Commercial**



## **Les slides de votre oral**

**12 .analyse réflexive**

Un bon pitch consiste en :

- une phrase d'accroche *(qui captera l'attention de votre interlocuteur)*
- la description du problème *(de manière claire et directe)*
- votre solution *(unique, si possible quantifiée et testée)*
- votre équipe *(de rêve)*
- le marché visé *(important, en croissance, pénétrable, validé)*
- oui, les concurrents existent *(directs et indirects, vous les avez identifiés)*
- le *business model* est *(simple/innovant/scalable/efficient/rapide à déployer)*
- ce que vous avez fait jusqu'à présent *(impressionnant de préférence)*
- les références dont vous disposez *(et que tout le monde connaît)*
- ce que nous voulons *(une prochaine réunion/de l'argent/un accord...)*





# Quelques conseils pratiques

- **Sur la forme Orale :**

- toujours la même structure, adaptée en fonction de l'audience et plus ou moins raccourcie en fonction du temps alloué pour le pitch ;
- des slides simples, alternant images et texte en police 30 ou 40 pour vous éviter de surcharger le slide de textes... et de préférence sans bullet points ; des slides complémentaires à ce que vous allez raconter par la voix ;
- des couleurs qui seront également visibles sur un projecteur de mauvaise qualité
- une télécommande pour ne pas interrompre le rythme de votre présentation ;
- un slide d'introduction avec votre « why », votre raison d'être ;
- chacun de vos slides doit commencer dans sa partie supérieure d'un « power title », quelques mots de titre illustrant clairement l'exemple ne mettez pas en titre « Business Modèle », mais « Un business modèle scalable » ou ne mettez pas « Go to Market » mais « Tested & Scalable Go to Market »



# Quelques conseils pratiques

- **Sur la forme Orale :**

- faites des phrases simples... une idée/une phrase... une phrase/une idée ;
- n'apprenez pas par cœur mais restituez le pitch avec vos mots ;
- utilisez votre voix, mais aussi votre communication non-verbale ;
- variez le ton de votre voix, gardez un contact visuel avec les auditeurs ;
- entraînez-vous en vous faisant interviewer sur base des grandes questions du pitch (problème, solution, clientèle cible,...
- En vous entraînant à répondre à ces questions, vous allez construire des réponses naturelles et crédibles

<b>Préliminaires</b>		<b>COMMENTAIRES</b>
01 Connaissez-vous votre audience ?	YES – NO	
02 Avez-vous trouvé une bonne accroche ?	YES – NO	
03 Avez-vous contrôlé la technique ?	YES – NO	
<b>Questions</b>		
1. Est-ce que vous avez un slide d'introduction attractif	YES – NO	
2. Savez-vous comment vous connecter avec votre audience ?	YES – NO	
3. Avez-vous présenté brièvement l'équipe et le lien avec le projet ?	YES – NO	
4. Avez-vous bien résumé le problème et démontré un BHAG ?	YES – NO	



<p>Avez-vous mesuré le problème auquel vous vous attaquez ?</p> <p>Avez-vous validé le problème sur le terrain</p>	<p>YES – NO</p> <p>YES – NO</p>	<p><b>COMMENTAIRES</b></p>
<p>5. Pouvez-vous présenter la solution brièvement et démontrer qu'elle fonctionne ?</p> <p>Pouvez-vous mesurer/quantifier les valeurs générées par votre solution ?</p> <p>Avez-vous bien décrit les valeurs tangibles, mais aussi intangibles ?</p> <p>Est-ce que tout cela a bien été testé sur le terrain par des tests proches de la situation réelle ?</p>	<p>YES – NO</p> <p>YES – NO</p> <p>YES – NO</p> <p>YES – NO</p>	

6. Pouvez-vous décrire le segment de client qui bénéficiera le plus de votre solution ?

YES - NO

Est-ce que votre solution est validée ? Par des ventes ? Des lettres d'intention ? Des contrats ? Des tests ?

YES - NO

Do I know the size of market ? The CAGR ?

YES - NO

7. Pouvez-vous expliquer brièvement qui sont vos concurrents ?

YES - NO

Pouvez-vous expliquer brièvement qui sont vos substituts ?

YES - NO

Pouvez-vous expliquer brièvement votre UCA (Unfair Competitive Advantage ou Avantage Concurrentiel Déloyal) ?

YES - NO

8. Pouvez-vous expliquer simplement

YES - NO

8. Pouvez-vous expliquer simplement votre Business Modèle ? Et pourquoi celui-là ?  
Est-il scalable et pouvez-vous l'expliquer ?  
Est-il efficient et pouvez-vous expliquer pourquoi ?  
Est-il testé ?

YES – NO

YES – NO

YES – NO

YES – NO

9. Pouvez-vous décrire où vous en êtes dans le projet, ce qui a été accompli et démontré ?  
Pouvez-vous décrire où vous allez ?  
Quelles sont les prochaines étapes ?  
Pouvez-vous décrire quels sont les risques encore à venir ?

YES – NO

YES – NO

YES – NO

YES – NO

Pouvez-vous décrire l'équipe ? YES – NO

YES – NO

**COMMENTAIRES**

Pouvez-vous décrire l'équipe ?

Pouvez-vous expliquer comment vous compensez les faiblesses de l'équipe ?

Pourquoi cette équipe sur ce projet ?

YES – NO





# Mon pitch

<b>Format du pitch</b>			
001	Avez-vous respecté le timing (bon) ?	YES – NO	
002	Avez-vous démontré de la passion (bon) ?	YES – NO	
003	Avez-vous été simple, clair et concis (bon) ?	YES – NO	
004	Avez-vous lu vos slides ? (mauvais) ?	YES – NO	
005	Avez-vous tourné le dos à l'audience ? (mauvais) ?	YES – NO	
006	Avez-vous conservé la connexion avec l'audience (bon) ?	YES – NO	
007	Avez-vous pratiqué l'écoute active durant le Q&A (bon) ?	YES – NO	



## Les attendus / livrables

- •Pitch (oral de 4 à 6 minutes) - (coefficient 0,15)
- •Rendu écrit du brief de la stratégie en marketing digital (persona / Benchmark / Business model / business plan / stratégie de contenu avec exemple/ roadmap pour 2 leviers). Rapport de maximum 20 pages - (Coefficient 0,15)
- Site (Livraison finale site mobile) - (coefficient 0,15)



## Les attendus / livrables

- Présentation orale du projet ( pitch + à la fin après dernier slide Analyse réflexive sur le projet (dans sa globalité) / (présentation orale de 15mn) - (Coefficient 0,25)
- Les travaux & évaluations spécifiques au SPOC - (Coefficient 0,15).
- Un livrable spécifique en LVB - (Coefficient 0,15)