



OBJECTIF-SCÉNARIO

PRÉSENTER UN PROJET ENTREPRENEURIAL

*La méthode pour donner du sens, de la cohérence
et de la crédibilité à votre activité*

GUIDE GRATUIT CRÉÉ PAR JEAN-WALTER

© objectif-scénario 2026 - Tous droits réservés®

Même si ce guide vous est offert gracieusement, toute reproduction, partielle ou complète, est strictement interdite sans autorisation de son auteur et sans mentionner le nom de l'auteur et du site web associé.

Le Guide : « Présenter un projet entrepreneurial » a été conçu et écrit par **Jean-Walter** et vous a été offert par [Objectif-Scénario](https://objectif-scenario.fr/)

Crédits photos : Pexels et Pixabay

SOMMAIRE

Sommaire	2
Introduction	3
Pourquoi la présentation de votre projet est essentielle	4
Clarifier votre idée	5
Le problème que vous résolvez	6
Vous êtes aussi une partie du projet	7
Construire un récit entrepreneurial	8
Expliquer simplement votre modèle économique	8
Présenter votre projet	9
Les erreurs les plus fréquentes	9
Les prochaines étapes	10
conclusion	10
Pour aller plus loin	11
Bonus	12



INTRODUCTION

réer une entreprise ne commence pas par un chiffre d'affaires prévisionnel.

Elle commence par une idée. Une envie. Une conviction.

Puis vient une question essentielle :

Comment expliquer simplement ce que je fais et pourquoi je le fais ?

Beaucoup d'entrepreneurs savent parfaitement exercer leur métier.

En revanche, ils rencontrent des difficultés lorsqu'il s'agit de présenter leur projet à un futur client, un partenaire, un investisseur ou un organisme de financement.

Ils parlent de leur activité...

Mais pas toujours de ce qui la rend unique.

Dans ce guide, vous découvrirez une méthode simple pour clarifier votre projet, mieux comprendre votre positionnement et construire une présentation plus convaincante.

L'objectif n'est pas de rédiger un business plan complet.

L'objectif est de construire les fondations qui lui donneront toute sa crédibilité.

QUI SUIS-JE ?

Je suis consultant, formateur et auteur spécialisé dans le développement de projets narratifs. Depuis plus de 35 ans, j'explore les mécanismes de la narration à travers l'écriture de scénarios, la réalisation, la production audiovisuelle, l'entrepreneuriat et l'accompagnement de projets créatifs.

Mon objectif est d'aider les porteurs de projets à transformer leurs idées en histoires structurées, cohérentes et capables de susciter l'intérêt de clients, de partenaires professionnels ou de partenaires financiers.

POURQUOI LA PRÉSENTATION DE VOTRE PROJET EST ESSENTIELLE

Votre projet existe bien avant votre entreprise. Si vous êtes au courant de toutes les étapes de votre réflexion et de votre parcours, vos futurs clients ou futurs partenaires ne possèdent pas les mêmes références.

Du coup, chaque personne que vous rencontrerez se posera inconsciemment les mêmes questions.

- Que proposez-vous exactement ?
- Pourquoi le faites-vous ?
- Pourquoi vous plutôt qu'un autre ?
- Pourquoi devrais-je vous faire confiance ?

La manière dont vous présentez votre activité influence directement la confiance que vous inspirez.

Avant même de parler de prix ou de prestations, vous racontez déjà une histoire.

Autant qu'elle soit claire.

LE REGARD DU CONSULTANT

Beaucoup d'entrepreneurs pensent vendre un produit. En réalité, ils vendent d'abord une vision et une promesse.

EXERCICE

Présentez votre activité en une minute.

Demandez ensuite à une personne extérieure de reformuler ce qu'elle a compris.

Si son explication est différente de ce que vous vouliez transmettre, votre message mérite probablement d'être clarifié.

CLARIFIER VOTRE IDÉE

Une idée n'est pas encore un projet. Pour devenir crédible, elle doit répondre à quelques questions simples.

- Quel est votre métier ?
- À qui vous adressez-vous ?
- Pourquoi votre activité existe-t-elle ?
- Quelle transformation apportez-vous ?

Plus vos réponses seront simples, plus votre projet deviendra compréhensible.

EXEMPLE

"Je crée des sites Internet."

Cette réponse décrit une activité.

"J'aide les artisans à trouver davantage de clients grâce à un site Internet pensé comme un véritable outil commercial."

Cette seconde réponse explique déjà beaucoup plus de choses.

EXERCICE

Essayez de résumer votre activité en une seule phrase compréhensible par un enfant de douze ans.

LE PROBLÈME QUE VOUS RÉSOLVEZ

Les clients n'achètent pas des prestations. Ils cherchent des solutions. Votre activité existe parce qu'elle répond à un besoin. Plus vous identifiez précisément ce besoin, plus votre communication deviendra efficace.

Demandez-vous toujours :

- Quel problème mon client rencontre-t-il avant de faire appel à moi ?
- Que changera mon intervention dans sa vie ou dans son activité ?

À RETENIR

On n'achète pas une perceuse. On achète un trou dans le mur.

VOTRE CLIENT IDÉAL

Tout le monde n'est pas votre client. Chercher à s'adresser à tout le monde revient souvent à ne convaincre personne. Décrivez votre client idéal.

- Qui est-il ?
- Quelles difficultés rencontre-t-il ?
- Quels sont ses objectifs ?
- Qu'attend-il vraiment ?

Plus votre cible sera précise, plus votre communication sera pertinente.

EXERCICE

Imaginez votre client idéal assis en face de vous.

Quelles sont les trois questions qu'il vous poserait en premier ?

VOUS ÊTES AUSSI UNE PARTIE DU PROJET

Dans une petite entreprise, un cabinet de conseil ou une activité indépendante, le premier produit... c'est souvent l'entrepreneur lui-même.

Vos clients achètent également :

- Votre expérience,
- Vos valeurs,
- Votre façon de travailler,
- Votre personnalité.

Il ne s'agit pas de raconter toute votre vie. Il s'agit d'expliquer pourquoi vous êtes légitime pour porter ce projet.

LE REGARD DU CONSULTANT

Les personnes achètent rarement uniquement une compétence. Elles choisissent aussi une personne avec laquelle elles auront envie de travailler.



CONSTRUIRE UN RÉCIT ENTREPRENEURIAL

Toutes les entreprises racontent une histoire. Certaines la maîtrisent. D'autres la subissent. Votre récit doit répondre naturellement à quatre questions.

- Pourquoi ce projet est-il né ?
- Quel problème souhaitez-vous résoudre ?
- Comment le faites-vous ?
- Quelle transformation proposez-vous à vos clients ?

Cette cohérence facilite la compréhension... et inspire davantage confiance.

EXPLIQUER SIMPLEMENT VOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Vous n'avez pas besoin d'utiliser un vocabulaire complexe. Expliquez simplement :

- Ce que vous vendez,
- À qui,
- Comment,
- Pourquoi votre modèle est viable.

Cette partie prépare naturellement le futur business plan.

PRÉSENTER VOTRE PROJET

Selon votre interlocuteur, votre présentation évoluera.

- Un client cherchera à comprendre ce que vous pouvez lui apporter.
- Un partenaire cherchera des complémentarités.
- Un financeur cherchera à mesurer la crédibilité globale de votre projet.

Le contenu reste le même. Seul l'angle change.

LES ERREURS LES PLUS FRÉQUENTES

- Vouloir tout expliquer.
- Parler uniquement de soi.
- Ne pas connaître sa cible.
- Utiliser un vocabulaire trop technique.
- Oublier la valeur apportée.
- Négliger son positionnement.
- Croire qu'une bonne idée suffit.

Ces erreurs sont fréquentes... mais faciles à corriger lorsqu'on prend le temps de structurer sa réflexion.

LES PROCHAINES ÉTAPES

Si votre projet devient plus clair, de nouvelles questions apparaîtront naturellement.

- Votre positionnement est-il suffisamment différenciant ?
- Votre personnalité est-elle en accord avec votre activité ?
- Votre projet est-il cohérent avec votre projet de vie ?
- Comment imaginez-vous votre entreprise dans trois ans ?
- Dans cinq ans ?
- Dans dix ans ?
- Quelle stratégie commerciale souhaitez-vous développer ?

Toutes ces questions dépassent la simple présentation. Elles constituent le socle d'un véritable projet entrepreneurial.

CONCLUSION

Construire une entreprise ne consiste pas seulement à créer une activité. C'est aussi construire un projet cohérent, capable de convaincre durablement.

Avant les chiffres, avant les prévisions financières et avant la recherche de financements, il existe une étape essentielle : donner du sens à votre démarche et rendre votre projet compréhensible.

C'est précisément ce travail de clarification qui permet ensuite de rédiger un business plan solide, de communiquer avec plus d'assurance et de développer une activité alignée avec vos objectifs.

POUR ALLER PLUS LOIN

Si vous souhaitez aller plus loin, je vous propose trois façons de poursuivre cette réflexion :

- [L'accompagnement stratégique entrepreneurial](#), pour clarifier votre vision, structurer votre projet et prendre des décisions cohérentes à chaque étape.
- [Le consulting personnalisé](#), pour bénéficier d'un regard extérieur et avancer sur les points qui vous freinent.
- [La formation "Créer un business plan convaincant"](#), qui vous guidera pas à pas dans la construction de la partie narrative de votre business plan, avant d'aborder les aspects financiers avec votre expert-comptable ou votre conseiller.

Un projet bien présenté inspire confiance... mais un projet profondément réfléchi donne envie de s'y associer.

Vous retrouverez toutes les formations et accompagnements sur le site web d'Objectif-Scénario : <https://objectif-scenario.fr>

Vous avez une question particulière ? [Contactez-moi](#)

BONUS

LES 10 QUESTIONS QUE TOUT ENTREPRENEUR DEVRAIT SE POSER

Avant de lancer votre activité, prenez quelques minutes pour répondre honnêtement à ces dix questions.

- Pourquoi ai-je réellement envie de créer cette activité ?
- Quel problème concret vais-je résoudre ?
- Pour qui est-ce que je crée cette entreprise ?
- Pourquoi un client me choisirait-il plutôt qu'un concurrent ?
- Quelles sont les valeurs que je souhaite défendre ?
- Mon activité est-elle compatible avec la vie que je souhaite construire ?
- Comment aimerais-je que mon entreprise évolue dans cinq ans ? Dans 10 ans ?
- Quels sont aujourd'hui mes principaux points forts ?
- Quels sont mes principaux points faibles ?
- Suis-je capable d'expliquer mon projet en moins de deux minutes ?

Si certaines réponses restent floues, ce n'est pas un problème.

C'est simplement le signe que votre projet mérite encore d'être approfondi.