

## Guide Pratique : Pitch Impactant en COMOP



# RÉUSSIR SON PITCH

Directeurs de Site Logistique  
chez Kuehne + Nagel

# Table des matières

Guide Pratique : Pitch Impactant en COMOP.....	1
1. Pourquoi ce guide ?.....	3
2. Et si on parlait des freins ?.....	3
3. Les 5 clés d'un pitch COMOP efficace.....	4
4. La méthode PACS appliquée à la Scorecard.....	5
Analyser sa Scorecard avant de pitcher – Méthode T.P.S.....	6
5. Techniques d'accroche efficaces pour un COMOP.....	8
6. Structures de storytelling logistique à fort impact.....	9
7. La méthode V.E.C.T. pour renforcer votre impact.....	10
8. Un appel à l'action efficace : la touche finale de votre pitch !.....	11
9. Check-list express avant votre pitch.....	12
10. Entraînement : le meilleur levier.....	13
11. À propos de l'Auteur.....	14

# 1. Pourquoi ce guide ?

En COMOP, chaque minute compte.

Un pitch bien construit permet de partager l'essentiel d'une situation ou d'une réussite, d'engager ses pairs, et de valoriser le travail opérationnel du terrain.

Ce guide a pour but de vous aider à structurer vos interventions de 3 à 4 min ou + en COMOP, autour de vos Scorecards et de l'actualité de vos sites.

# 2. Et si on parlait des freins ?

On ne va pas se mentir... L'exercice du pitch peut, au départ, générer des freins. Et c'est normal.

- « Je n'ai pas le temps de tout dire en 3 minutes »
- « Mon activité est trop complexe pour être résumée »
- « J'ai peur d'oublier des infos importantes »
- « Je ne suis pas à l'aise à l'oral, encore moins en réunion »
- « Ça fait des années que je fonctionne autrement, pourquoi changer ? »

Et c'est précisément pour ça qu'on en parle.

Pas pour faire de vous des orateurs parfaits. Mais pour vous donner des repères simples, concrets, qui s'adaptent à votre réalité terrain, et qui vous permettront :

- de gagner en clarté,
- de mieux faire passer vos messages,
- de valoriser vos actions (même quand le mois a été difficile),
- et de renforcer l'efficacité collective des COMOP.

**On ne vous demande pas de tout dire. On vous aide à mieux dire.** Et ce qui semblait être une contrainte devient alors un vrai levier.

### 3. Les 5 clés d'un pitch COMOP efficace

Un pitch réussi ne repose pas uniquement sur le fond de ce que vous avez à dire, mais aussi sur **la manière dont vous l'amenez**.

Ces 5 clés sont les fondations d'un pitch efficace en COMOP : elles permettent de capter l'attention dès les premières secondes, de structurer votre intervention pour qu'elle reste compréhensible et engageante, et de marquer les esprits avec des faits concrets et une ouverture sur l'action.

Chacune de ces clés est à la fois simple à appliquer et puissante en réunion : elles font la différence entre une prise de parole qu'on oublie, et un message qui reste en tête et fait avancer les choses.

Clé	Description	Exemple terrain
<b>Clarté</b>	Allez droit au but. Privilégiez une phrase courte, précise, et sans détour.	"Nous avons réduit de 20 % les heures supplémentaires grâce à une nouvelle répartition des plannings."
<b>Structure</b>	Utilisez une méthode simple comme PACS pour organiser votre message.	<b>Problème – Action – Chiffres – Suite</b> pour raconter une initiative du site de manière fluide.
<b>Accroche</b>	Démarrez fort avec une phrase qui attire l'attention.	"Notre taux de satisfaction client a chuté de 12 points... jusqu'à ce qu'on change un seul détail."
<b>Impact</b>	Illustrez vos propos avec un chiffre ou un fait concret.	"Depuis qu'on a mis en place ce rituel 5 minutes, les retards de préparation ont été divisés par deux."
<b>Projection</b>	Terminez avec une suite ou une ouverture vers l'action.	"Ce modèle fonctionne. Je propose de le tester sur le site de Vitrolles dès la semaine prochaine."

Ces 5 éléments sont les fondations d'un pitch COMOP utile, crédible et engageant.

## 4. La méthode PACS appliquée à la Scorecard

La méthode PACS est l'une des plus efficaces pour construire un pitch clair, concis et pertinent. Pourquoi ?

Parce qu'elle suit une logique d'action simple : on identifie un enjeu, on explique ce qu'on a fait, on montre un résultat, et on projette vers la suite.

C'est une méthode terrain, rapide à prendre en main, parfaitement adaptée au format court et dynamique des COMOP. Elle permet de transformer une prise de parole en un vrai moment d'information utile et engageant.

Grâce à PACS, vous montrez à vos collègues que vous maîtrisez la situation, que vous agissez, que vous mesurez, et que vous anticipez.

Voici comment l'utiliser dans votre quotidien avec la Scorecard :

Étape	Question à se poser	Exemple (logistique)
<b>P</b> = Problème ou Point clé	Quel fait marquant ou changement avez-vous constaté ?	"Notre taux d'intérim a bondi à 25% suite à des absences imprévues."
<b>A</b> = Action	Qu'avez-vous fait concrètement pour réagir ?	"Nous avons mobilisé des renforts internes et revu les plannings."
<b>C</b> = Chiffres ou Constats	Quels sont les résultats ou observations après action ?	"En 10 jours, le taux de service est revenu à 96%."
<b>S</b> = Suite	Et maintenant ? Quelle prochaine étape ou perspective ?	"On teste une organisation modulaire sur les deux prochaines semaines."

Cette méthode fonctionne pour parler d'un sujet RH, QSHE, performance, relation client, ou tout autre indicateur de votre Scorecard.

**Elle permet de structurer un message court, clair et pertinent.**

## Analyser sa Scorecard avant de pitcher – Méthode T.P.S.

La méthode PACS est l'une des plus efficaces pour construire un pitch clair, concis et pertinent.

Pourquoi ? Parce qu'elle suit une logique d'action simple : on identifie un enjeu, on explique ce qu'on a fait, on montre un résultat, et on projette vers la suite.

C'est une méthode terrain, rapide à prendre en main, parfaitement adaptée au format court et dynamique des COMOP. Elle permet de transformer une prise de parole en un vrai moment d'information utile et engageant. Grâce à PACS, vous montrez à vos collègues que vous maîtrisez la situation, que vous agissez, que vous mesurez, et que vous anticipez.

Avant de structurer votre pitch avec PACS, il faut d'abord identifier les 2 ou 3 éléments réellement pertinents à partager.

Quand vous êtes face à une Scorecard dense, la difficulté n'est pas d'expliquer ce qu'elle contient, mais de **choisir ce qui mérite d'être dit**.

Voici un outil simple, rapide, et activable immédiatement pour faire ce tri : **la méthode T.P.S.**

### Méthode T.P.S. – Filtrer les infos à fort potentiel

Filtre	Question à se poser	Exemple K+N
<b>T = Tension</b>	Y a-t-il un point d'alerte ou de blocage?  Quel indicateur mérite qu'on s'y attarde ?	1. Hausse brutale du taux d'intérim ce mois-ci 2. Plusieurs anomalies QSHE sur la même zone en 48h 3. Retard majeur sur un flux client stratégique
<b>P = Progression</b>	Sur quel indicateur y a-t-il une amélioration ou un changement positif ?	1. Taux de service passé de 89 % à 95 % en 3 semaines 2. 100 % de respect planning depuis 2 semaines 3. Diminution du nombre d'erreurs de picking de 35 %
<b>S = Signal utile</b>	Quel indicateur en apparence neutre mérite d'être signalé, car il annonce quelque chose ?	1. Consommation énergétique en légère hausse liée à l'extension du périmètre 2. Absences en progression lente mais continue 3. Hausse du taux de satisfaction client sans changement de process

## Objectif : sélectionner 2 ou 3 signaux forts maximum à transformer en message utile.

### Comment utiliser T.P.S. ?

1. Passez en revue votre scorecard avec ces 3 filtres en tête.
2. Notez les 1 à 2 éléments par filtre qui vous semblent importants.
3. Choisissez les 2 ou 3 que vous jugez les plus parlants pour la réunion COMOP.
4. Transformez-les ensuite en **pitch structuré avec PACS**.

Cela permet de gagner du temps, d'éviter l'exhaustivité, et surtout de **donner du sens** à vos chiffres.

### Ensuite, structurez votre message avec PACS :

Étape	Question à se poser	Exemple (logistique)
<b>P</b> = Problème ou Point clé	Quel fait marquant ou changement avez-vous constaté ?	"Notre taux d'intérim a bondi à 25% suite à des absences imprévues."
<b>A</b> = Action	Qu'avez-vous fait concrètement pour réagir ?	"Nous avons mobilisé des renforts internes et revu les plannings."
<b>C</b> = Chiffres ou Constats	Quels sont les résultats ou observations après action ?	"En 10 jours, le taux de service est revenu à 96%."
<b>S</b> = Suite	Et maintenant ? Quelle prochaine étape ou perspective ?	"On teste une organisation modulaire sur les deux prochaines semaines."

Cette méthode fonctionne pour parler d'un sujet RH, QSHE, performance, relation client, ou tout autre indicateur de votre Scorecard.

Elle permet de structurer un message court, clair et pertinent.



## 5. Techniques d'accroche efficaces pour un COMOP

L'accroche est la toute première impression que vous donnez à votre auditoire.

En COMOP, où chacun est sollicité, connecté, parfois pressé, une bonne accroche permet de capter l'attention en quelques secondes.

Elle fonctionne comme une porte d'entrée vers votre message.

Qu'elle soit une question, un chiffre, une anecdote ou une phrase-choc, l'accroche crée une tension ou une curiosité qui pousse à écouter la suite. C'est souvent ce qui détermine si votre pitch sera entendu... ou oublié.

Voici les principales techniques d'accroche adaptées au contexte COMOP :

Technique	Description	Exemple
<b>La question percutante</b>	Posez une question intrigante ou réaliste pour votre auditoire.	"Combien d'erreurs QSHE faut-il pour perdre la confiance d'un client ?"
<b>Le chiffre marquant</b>	Introduisez un KPI ou un résultat frappant.	"80 % des anomalies sont concentrées sur deux zones du site."
<b>L'anecdote concrète</b>	Racontez une scène terrain récente et marquante.	"Jeudi dernier, un simple oubli de scan a déclenché 3 heures de retard..."
<b>Le problème urgent</b>	Soulignez une tension ou une difficulté critique.	"On a atteint 24% d'intérim ce mois-ci. Il a fallu agir vite."
<b>L'affirmation choc</b>	Débutez par une déclaration forte ou déstabilisante.	"Un indicateur seul ne raconte jamais toute l'histoire. Le contexte, oui."
<b>Le contexte informel</b>	Lancez comme si vous partagiez une info à la machine à café.	"Si je vous dis qu'on a divisé par deux nos erreurs de picking en une semaine..."



## 6. Structures de storytelling logistique à fort impact

Un bon storytelling est une des clés pour rendre un pitch vivant, mémorable et engageant.

Ce n'est pas une obligation, mais elle renforce la structure déjà établie ( PACS) et renforce l'écoute.

Dans le cadre du COMOP, il permet de faire vivre une situation terrain, de susciter l'attention et de valoriser les actions menées, sans simplement énumérer des faits ou des chiffres.

Le storytelling ne s'oppose pas à la rigueur opérationnelle : il la rend audible. Il transforme une donnée brute en récit significatif, dans lequel les collègues peuvent se reconnaître et tirer des enseignements.

Voici quelques structures narratives simples, directement transposables à vos interventions en COMOP :

Structure	Objectif	Exemple Kuehne+Nagel
<b>Coup de foudre (Cold Start)</b>	Plongez directement dans l'action.	"Mardi à 6h, notre système d'étiquetage a planté. Voici comment l'équipe de réception a sauvé la journée."
<b>Suspense (Hitchcock)</b>	Créez de la tension avant d'amener la résolution.	"Tout semblait fonctionner parfaitement... jusqu'à la remontée client de 10h12."
<b>Effet YO-YO</b>	Alternez les hauts et les bas.	"On a réussi à livrer 100% de nos palettes... mais on a eu 3 réclamations clients majeures."
<b>Fausse piste (False Start)</b>	Surprenez en déjouant une attente.	"On pensait que le problème venait du fournisseur... c'était en fait notre propre validation transport."
<b>Choc en 3 actes (Pattern Disruption)</b>	Créez une rupture forte et une transformation.	"Tout roulait... jusqu'à la rupture de stock. 48h plus tard, on avait redéfini toute notre stratégie de réappro."

## 7. La méthode V.E.C.T. pour renforcer votre impact

Lorsqu'on prend la parole, la forme compte autant que le fond. Une idée bien pensée peut perdre toute sa force si elle est mal transmise.

La méthode V.E.C.T. agit comme un amplificateur de votre message : elle vous aide à mieux incarner ce que vous dites.

V.E.C.T. signifie Voix, Énergie, Corps, Temps : ce sont les 4 leviers qui permettent de capter l'attention, d'ancrer votre discours, et de le rendre plus vivant. En COMOP, cela fait souvent la différence entre une prise de parole qu'on subit... et une intervention qu'on écoute avec intérêt.

Élément	Conseil	Exemple logistique
<b>Voix</b>	Variez le ton et le rythme pour souligner vos messages clés.	"On était à... 76 % de taux de service. <i>Mais hier</i> , on a atteint 94 %." (pause)
<b>Énergie</b>	Soyez vivant, expressif, surtout quand vous partagez une réussite ou une tension.	"Cette semaine, on a GAGNÉ 4 points de performance en 3 jours !"
<b>Corps</b>	Ayez une posture ouverte et stable. Utilisez vos mains pour illustrer vos propos.	"On est passé de ça (main basse) à ça (main haute) sur le taux de complétion."
<b>Temps</b>	Ralentissez pour insister, faites des pauses après vos messages importants.	"Le client était... très insatisfait. (pause) Aujourd'hui, il est revenu nous féliciter."

## 8. Un appel à l'action efficace : la touche finale de votre pitch !

Un pitch COMOP sans appel à l'action, c'est comme un site sans expédition : il manque la suite logique.

Un bon appel à l'action doit être :

- **Clair** : on comprend tout de suite ce que vous proposez ou attendez.
- **Simple** : direct, sans jargon.
- **Mobilisateur** : donne envie de réagir ou de s'inspirer.
- **Actionnable maintenant** : pas dans un mois.
- **Adapté au COMOP** : à l'échelle régionale, inter-sites ou pour inspirer vos pairs.

Type d'appel	Description	Exemple COMOP
<b>Invitation à partager</b>	Vous proposez d'ouvrir ou d'étendre ce que vous avez testé à d'autres collègues ou sites.	"Ce test fonctionne. Je suis partant pour l'ouvrir à d'autres sites si besoin."
<b>Demande de retour</b>	Vous sollicitez des retours d'expérience, idées ou pratiques des autres participants.	"Qui a testé une autre méthode de recrutement intérim ? Je suis preneur de vos retours."
<b>Urgence collective</b>	Vous montrez qu'une action immédiate est nécessaire pour éviter un risque collectif.	"Si on ne traite pas ce point QSHE maintenant, on va droit vers un audit critique."
<b>Proposition d'action</b>	Vous vous engagez à mettre en place une action ou vous suggérez une action concrète à lancer collectivement après la réunion.	"Et si on se fixait un mini objectif commun sur la satisfaction client pour le mois prochain ?"
<b>Valorisation &amp; relais</b>	Vous proposez de partager votre initiative ou idée pour l'étendre à d'autres, ou la rendre visible.	"Cette idée est simple, duplicable, et a tout intérêt à circuler. Je peux la présenter en 5 min au prochain COMOP si besoin."


## 9. Check-list express avant votre pitch

### Checklist – Est-ce que mon PITCH COMOP est prêt ?


- Ma phrase d'accroche suscite l'intérêt dès le début ?
- Le cœur de mon message tient en une phrase clé ?
- Est-ce que j'ai appliqué la méthode PACS ?
- Mes KPIs sont-ils expliqués et faciles à suivre ?
- Ai-je enlevé les infos *secondaires* superflues ?
- Mon pitch dure-t-il moins de 3 min ?
- Ma posture et ma voix sont dynamiques ?
- Ai-je prévu des silences pour marquer mes idées ?
- Ai-je suggéré une action concrète à réaliser ?
- Ai-je demandé un retour sur mon message ?
- Ai-je demandé **un retour sur mon message** ?

## 10. Entraînement : le meilleur levier

### Actions à tester pour progresser

 **Chronométrez-vous** sur 3 ou 4 minutes pour vous entraîner à respecter le format COMOP.

 **Testez votre pitch devant un collègue** et observez ses réactions.

 **Filmez-vous** avec votre téléphone, puis revoyez la séquence pour corriger les points de forme.

 **Demandez un feedback structuré :**

- Qu'est-ce que tu as retenu ?
- Qu'est-ce qui t'a marqué (positivement ou négativement) ?
- Y a-t-il un moment où tu as décroché ?
- Est-ce que le message était clair ?
- Est-ce que tu vois ce que je propose / ce que je veux faire passer ? |

Un bon feedback n'est ni un jugement ni une évaluation. C'est une boussole pour ajuster, clarifier et renforcer son impact. C'est aussi un bon exercice à faire en binôme entre deux COMOP.

Bonne pratique, bon pitch, et à très vite en COMOP !

## 11. À propos de l'Auteur

Je suis intimement persuadé que savoir dire au monde ce que l'on veut, c'est se laisser une chance de l'obtenir.

Avec +10 ans d'expérience, +4000 professionnels accompagnés dans le domaine de la formation en communication orale et en gestion de situations complexes, je suis un passionné de l'art de la parole et de l'accompagnement.



Ma mission est de transmettre des outils concrets et des stratégies pratiques pour permettre à chacun de s'exprimer avec clarté, assurance et impact.

Mon approche combine théorie, exercices pratiques, et un suivi personnalisé, toujours dans un cadre bienveillant et constructif.

En tant formateur expérimenté, je suis convaincu que chaque échange, même difficile, est une opportunité de progresser et de renforcer son aisance relationnelle.

Vous souhaitez améliorer votre communication ?

Que ce soit pour mieux gérer vos émotions, convaincre un auditoire exigeant, ou répondre avec répartie lors de moments critiques, je suis là pour vous accompagner.

Contactez-moi : [bruno.palazzolo@gmail.com](mailto:bruno.palazzolo@gmail.com)