

Astuces de présentation d'une keynote de Steve Jobs

Le patron d'Apple, Steve Jobs, est un bon exemple d'orateur qui présente dans un style engageant avec l'aide d'outils multimédias. Il est vrai qu'il a de formidables produits à présenter, mais il est aussi incroyablement talentueux. Un bon contenu est une condition nécessaire mais non suffisante. Jobs possède à la fois un contenu solide et d'excellentes qualités d'orateur. Du fait de sa célébrité et de ses produits excitants et sexy, vous pourriez croire que ses présentations sont relativement faciles à réussir. Mais l'opposé est également vrai. À cause de sa réputation, les attentes envers chacune de ses prestations sont extrêmement élevées, ce qui rend quasiment impossible de dépasser ces attentes. Comme l'a dit quelqu'un en plaisantant après une présentation de Jobs il y a quelques années, « si Jobs avait annoncé que nous étions entrés en contact avec une civilisation extraterrestre, cela n'aurait pas déçu les attentes ». L'inconvénient d'avoir la réputation d'être « follement génial » dans tout ce que l'on fait est que les attentes vont assurément grandir pour que vous surpassiez votre performance précédente (votre dernier produit, album, livre, etc.). C'est un problème intéressant à gérer, mais cela reste un véritable défi. Cela fait des années que j'écris au sujet du style de présentation de Jobs sur le site web Presentation Zen. Voici simplement quelques-unes des leçons que nous pouvons tirer de son style de présentation.



Crédit photo : Gail Murphy

- **Établissez un rapport avec le public.** Généralement, Jobs parcourt la scène, tout sourire, sans aucune présentation formelle annoncée *via* la sonorisation. Jobs montre sa personnalité, qui est assurée mais humble, sur scène. Les gens sont attirés par l'assurance – mais elle doit être combinée à de l'humilité. Il adopte des mouvements naturels sur scène, le contact visuel et la convivialité pour établir une connexion avec le public.

• **Donnez-leur une idée de l'endroit où vous allez.** Vous n'avez pas besoin de la diapositive omniprésente et infâme d'ordre du jour, mais donnez au public une idée de l'endroit où vous allez, une feuille de route du voyage dans lequel vous les embarquez. Dans le cas de Jobs, il peut souhaiter simplement la bienvenue, créer un petit lien avec un modeste « merci », et puis boum ! « J'ai quatre choses dont je souhaite parler avec vous aujourd'hui. Alors, commençons. » Il ne dira peut-être pas ce que sont ces quatre choses mais le simple fait de savoir qu'il y aura quatre grandes parties aide l'auditoire. Jobs structure souvent ses interventions autour de trois ou quatre parties, avec un seul thème.

• **Montrez votre enthousiasme.** Vous pouvez souhaiter réfréner votre enthousiasme, par moments, mais la plupart des orateurs font preuve de trop peu – et non de trop – de passion ou d'excitation. Oui, une présentation sur un traitement médical réalisée par un chercheur est différente de la présentation globale (*keynote*) d'un PDG. Mais, dans chaque cas, un niveau d'enthousiasme adapté peut faire toute la différence. En quelques minutes seulement de présence sur scène, Jobs peut utiliser des mots tels qu'incroyable, extraordinaire, formidable, épatant, révolutionnaire. Vous pouvez être en désaccord avec lui ; ou trouver que son langage est exagéré ; ou appeler cela du battage publicitaire si vous le souhaitez. Mais Steve Jobs croit en ce qu'il dit. Il est sincère. Il est authentique. L'argument n'est pas, ici, d'être comme Steve Jobs mais de trouver votre propre niveau de passion et de faire passer cet enthousiasme honnête dans votre travail pour que le monde entier puisse le voir.

• **Soyez positif, optimiste, plein d'humour.** Jobs est une personne très sérieuse, mais il est très enthousiaste car il croit réellement à son contenu. Il est optimiste et positif quant à l'avenir, même dans les moments difficiles. Vous ne pouvez pas simuler cela – vous devez croire à votre contenu, ou bien vous ne pourrez pas le vendre. Jobs inclut aussi un peu d'humour dans ses présentations. Cela ne signifie pas qu'il raconte des plaisanteries. Son humour est plus subtil. Faire rire les gens par des touches pertinentes et subtiles d'ironie est engageant.

• **L'important, ce ne sont pas les chiffres mais ce qu'ils signifient.** Une keynote commerciale réalisée par une entreprise de technologie est différente d'une présentation scientifique dans le cadre d'une conférence. Mais l'important n'est-il pas toujours de savoir ce que signifient les chiffres, plutôt que les chiffres eux-mêmes ? Votre taux de cholestérol est de 199, la moyenne nationale. Est-ce bon ou mauvais ? En hausse ou en baisse ? La « moyenne » est-elle saine ou non ? Et comparée à quoi ? Lorsque Steve Jobs présente des chiffres dans ses keynotes, il les décompose souvent. Par exemple, il peut dire que 4 millions d'iPhones vendus équivalent à « 20 000 par jour » depuis que les unités ont été mises en vente. Une part de marché de 20 % ? En soi, cela ne signifie pas grand-chose, mais son sens devient clair lorsqu'il compare ce chiffre avec d'autres du même domaine.



Photo© Macworld.com

• **Soyez visuel.** Jobs utilise d'immenses écrans et des graphismes de grande taille et de haute qualité. Les images sont claires, professionnelles et uniques, elles ne sortent pas d'un modèle. Les tableaux et graphes sont simples et magnifiquement limpides. Il n'y a pas d'overdose de listes à puces. Il utilise l'écran pour présenter des éléments visuels et, à l'occasion seulement, pour afficher de courtes listes. Il expose des données d'une manière qui en rend le sens clair.

• **Introduisez quelque chose d'inattendu.** Les présentations de Jobs, naturellement, ont toujours quelque chose de nouveau. Mais il surprend également l'auditoire un petit peu à chaque fois. Les êtres humains adorent l'imprévu. Nous aimons les éléments qui nous font pousser des « aaaah ! ». Le cerveau aime la nouveauté et l'inattendu.

- **N'incluez que le nécessaire.** Jobs scinde ses présentations en sections claires, généralement pas plus de trois. Il décide clairement de ne pas inclure trop d'éléments. Vous ne pouvez pas tout dire ; vous devez choisir ce qu'il y a de plus important pour le moment et laisser le reste de côté. La plupart des présentations qui échouent parviennent à ce résultat parce qu'elles incluent trop d'informations et les affichent d'une manière désordonnée, qui ne touche pas le cerveau.

- **Variez le rythme et changez de techniques.** Jobs est doué pour faire varier le rythme de rapide à lent et changer la cadence au moyen de différentes techniques. Il ne se tient pas immobile à un endroit pour faire un cours magistral, ce qui est une très mauvaise manière de présenter. Au lieu de cela, il mélange clips vidéo, images, histoires, données, différents orateurs, matériel et logiciel en direct. Se contenter de présenter des informations pendant une heure ou deux est bien trop ennuyeux pour le public (et pour l'orateur). Si la présentation ne traite que de données et de nouvelles fonctionnalités, il est bien plus efficace de transmettre ces informations sur papier, pour être lues.

- **Gardez le meilleur pour la fin.** Les gens vont juger votre performance dans les deux premières minutes, vous devez donc commencer fort. Mais vous devez finir avec encore plus d'impact. Le public mémorise davantage la première et la dernière partie de votre présentation. Les trucs du milieu sont importants, bien entendu, mais si vous vous plantez au début ou à la fin il se peut que tout soit perdu. C'est pourquoi vous devez tant répéter votre introduction et votre conclusion. Jobs est célèbre pour sa diapositive « une dernière chose », par le biais de laquelle il garde le meilleur pour la fin – après cette diapositive, il en a terminé.

- **Fixez une durée appropriée.** Jobs n'inclut jamais de détails superflus et met un point d'honneur à finir à l'heure. Il est conscient du fait que les présentations ne peuvent pas s'étirer trop en longueur et il présente ses arguments rapidement, mais sans heurt. Si vous ne pouvez pas expliquer pourquoi votre sujet est important, intéressant et significatif en 20 minutes ou moins, alors, vous ne le connaissez pas suffisamment bien. Essayez de rendre vos interventions aussi courtes que possible, tout en rendant le contenu significatif, en gardant à l'esprit que chaque cas est différent. Le secret est de ne pas gaver votre auditoire ; celui-ci doit être légèrement sur sa faim.