

---

## Steve Jobs “Sztuka prezentacji”

Nikt nie ma wątpliwości, że Steve Jobs – twarz Apple – to synonim marketingowej skuteczności, co przekładało się na sprzedaż promowanych przez niego produktów. Kiedy występował przed publicznością w wytartych jeansach i bluzie, ta zamierała wsłuchana z największą uwagą w to, co mówił. Carmine Gallo w swojej książce „Steve Jobs: Sztuka prezentacji. Jak dobrze wypaść przed każdą publicznością” przenosi nas w świat występów Steve’a Jobsa; świat, w którym przez tę krótką chwilę wszystko, łącznie z gestami, było wyreżyserowane z największą precyzją, doprowadzając do tzw. efektu opadu szczęki.

Już na samym początku książki rozwiane zostają wszelkie wątpliwości co do tego, że nawet najgenialniejszy produkt, pomysł, idea nie sprzedadzą się same, jeśli nie przekona się do nich odpowiednio dużej ilości ludzi. W tych słowach tkwi nie tylko ostrzeżenie, ale zaszyta jest też głęboko nadzieja, że wszystko jest możliwe. I że tak naprawdę to od nas zależy w dużej mierze powodzenie każdej misji. Dzięki książce Gallo, wprowadzającej nas krok po kroku w świat prezentacji Jobsa, staje się to bardziej realne, niż kiedykolwiek wcześniej. Uważny, refleksyjny czytelnik nie będzie miał trudności w zidentyfikowaniu kluczowych czynników sukcesu i wykorzystaniu ich do własnych celów. Trzeba być jednak przygotowanym także na to, że dostrzeżemy, iż to, co robiliśmy z prezentacjami dotychczas, było robione po prostu nie tak; że w porównaniu do „Stevostąpienia”, jak nazywali je wyznawcy Mac’a, nie znajdujemy się nawet w prezentacyjnym przedszkolu; bo wszystko można zakwestionować.

Co ciekawe i dość nowatorskie w niniejszej książce-poradniku, to zachęcanie przez autora do sięgania po prawdziwe prezentacje Steve’a Jobs’a, które można znaleźć na YouTube. Ponad 35.000 plików. Jest zatem w czym wybierać. Połączenie opisów przygotowań z gotowym „produktem” może dać zdecydowanie więcej. Bo nie tylko będziemy widzieli ciężką pracę, ale także nagrodę za nią; „produkt” końcowy. A to może być bardzo motywujące, by chcieć wznieść się na wyższy poziom i zacząć dawać światu zupełnie inną jakość.

Ta książka nie jest materiałem dla słabych. Trzeba mieć świadomość, że każda nasza prezentacja, jaką przygotowujemy, może być odniesiona do tej, jaką przygotował za każdym razem Jobs. Ale nie chodzi przecież tylko o porównywanie. Chodzi przede wszystkim o doskonalenie. Dzięki Gallo możemy skorzystać z szeregu podpowiedzi i wskazówek, które pozwolą nam zbudować lepszy komunikacyjny przekaz. Bo przecież prezentacje to nic innego, jak komunikacyjny przekaz; a zatem coś, co jest – nie



---

tylko w biznesie – najistotniejsze; od czego wszystko się zaczyna i na czym się kończy. Aby się w tym doskonalić (bo zawsze warto), możemy mieć za przewodnika, nauczyciela i mentora za pośrednictwem tej książki i zawartych w niej wskazówek, samego Steve’a Jobs’a.

Z książki dowiemy się m.in. w jaki sposób budować przekaz komunikacyjny, jak prezentować nasze idee, wywoływać zainteresowanie, powodować, że to, co powiemy, rzeczywiście zapadnie w pamięć naszych słuchaczy i wreszcie zdobywać serca zwolenników i propagatorów naszych idei. Dzięki temu zapewnimy sobie ich rozprzestrzenianie. A to najlepszy z kanałów dystrybucji wszystkiego, co chcemy „sprzedać”.

Z książki dowiemy się – zgodnie z Jobsowską trójaktówką – jak rodzi się opowieść, jak dostarczać doznań i – co do tego prowadzi – jak się dobrze przygotować, by nasze wystąpienie było niczym teatralna sztuka.

Co ciekawe, a o czym możemy dowiedzieć się także z książki, nawet najśmielsze idee mogą powstawać na... serwetkach. Potem pomysł należy tylko dopracować. Ale idea może zrodzić się w każdej chwili. Chociażby ten przykład pokazuje, że to, co chce nam przekazać Jobs za pośrednictwem autora, nie jest czymś złożonym i skomplikowanym. To małe i proste kawałki, które złożone w całość stają się czymś ponadprzeciętnym. Bez tych małych kawałków PowerPoint jest tylko kompletnie nieprzydatnym narzędziem; a nawet bronią tak dla nas niebezpieczną, jak brzytwa w łapie małpy.

I jeszcze jedna rzecz niezwykle istotna, a której się dowiemy z książki. Aby stworzyć wyjątkową prezentację, wyjątkowy przekaz, niezbędne jest wyzbycie się ograniczeń, holistyczne podejście i interdyscyplinarność. Możemy (a wręcz powinniśmy) bowiem wykorzystywać nie tylko to, co przynosi nam współczesność i technika, ale również czerpać z historii. Bo Jobs skutecznie przekonuje nas do tego, że w jego podejściu nie ma nic odkrywczego. Sięga przecież do niczego innego, jak do pięciopunktowego konspektu przekonującej argumentacji sformułowanej przez... Arystotelesa. Tworzy pomosty pomiędzy przeszłością a teraźniejszością, po których można przejść do przyszłości. Jak ona będzie wyglądała, zależy już tylko od nas. Ta książka na pewno nam w tym pomoże. Musimy tylko pamiętać, że za każdym razem, gdy staniemy przed audytorium, będziemy mieć tylko 10 minut, by przekonać do siebie słuchaczy. A to – wbrew pozorom – bardzo mało czasu. A drugiej szansy od znużonych umysłów – jako pokazują badania kognitywistyczne – już nie otrzymamy.

Jak każdy rozdział w książkach Gallo, także i tu na końcu każdego z nich (a raczej scen i aktów, bo używana jest metaforyka teatralna) zawarte są wskazówki i podsumowania. Dzięki temu szybko możemy sięgnąć raz jeszcze do tego, co wcześniej analizowaliśmy. To takie executive summary, czyniące tę książkę na wskroś praktyczną i zwracającą uwagę na kwestie kluczowe; uczącą nas tak, byśmy mogli do wiedzy (i w rezultacie doświadczeń), sięgać w sposób nawykowy; nawykowy, nie oznaczający takiego, który zawiedzie nas do świata paradygmatów, z których nie będziemy w stanie wyjść. Ale pamiętajmy

także o jednym – jak mawiał Steve Jobs cytując Lenarda da Vinci – że to „prostota jest szczytem wyrafinowania”. Tworzenie zbyt skomplikowanych konstruktów może przynieść tylko odwrotny skutek. Wbrew wszystkiemu, każdy z nas oczekuje prostego i klarownego przekazu, bo właśnie to, a nie zawile treści, nas po prostu przekonuje. Wiadomo to od czasów starożytnego Egiptu. A nawet jaskiniowych. I jeśli dołożymy do tego entuzjazm, za jakim Jobs robił swoje prezentacje, to szansa na sukces tylko wzrośnie.

Warto zagłębić się w tę lekturę. I dzięki refleksji, spróbować wyobrazić sobie siebie w roli, jakiej był Jobs. A później wziąć się do pracy i przygotować show, który poruszy każdą publiczność. Dzięki temu będziemy mogli poczuć się choć przez chwilę tak, jak Steve Jobs. Dzięki temu nasze pomysły, idee, produkty czy firmy, mają szansę zaistnieć w świadomości wielu na wzór produktów Apple. A my możemy zacząć być postrzegani jako zdecydowanie bardziej charyzmatyczni, niż dotychczas. Bo potencjał jest w każdym z nas. Trzeba tylko chcieć go z siebie wydobyć, by wznieść się na zupełnie inny poziom.

Zbigniew Brzeziński

Prezes Zarządu

Simple Solution Sp. z o.o.