



REWORK

Jason Fried & David Heinemeier Hansson

Livre anglais

Livre français

LES IDÉES

ÊTRE UN DÉMARREUR / PASSER À L'ACTION POUR NE PAS PERDRE L'INSPIRATION

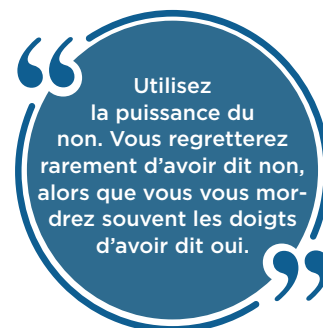


« C'est ce que l'on fait qui compte, et non pas ce qu'on dit, ce qu'on pense ou ce qu'on planifie. Tant que vous ne passez pas à l'action, votre brillante idée n'est que ça : une idée. Et des idées brillantes, tout le monde en a. » L'une des premières leçons importantes de ce livre est de **prendre l'habitude de devenir un démarreur** pour ne jamais perdre l'inspiration (qui a des vertus incroyables, notamment sur notre productivité). Car malheureusement, cette inspiration a toujours une date de péremption. « **Les idées ne meurent jamais. L'inspiration, elle, passe.** Si vous voulez faire quelque chose, vous devez le faire maintenant. **Si elle s'empare de vous, saisissez-la et mettez-la aussitôt au travail.** »



PROGRESSER : BÉNIR SES CONTRAINTES

« Cessez de vous plaindre (« je n'ai pas assez de temps/d'argent/d'employés/d'expérience »). Ne pas tout avoir est une bonne chose. **Les contraintes sont des atouts déguisés** : elles vous forcent à **vous accommoder de ce que vous avez, évitent le gaspillage et vous rendent plus créatif.** » J'adore cette façon de voir les choses. Tu n'as pas assez de temps ? Trouve des solutions pour être plus productif ! Tu as moins d'abonnés que prévu ? Super, tu vas pouvoir leur consacrer beaucoup plus de temps ! **L'important est juste de progresser.** Et en attendant, **bénis toutes tes contraintes**, car en réalité, elles jouent en ta faveur.



TROIS LEÇONS DE PRODUCTIVITÉ



N°1 - **Ne jamais travailler pour rien** : « il est facile de plonger tête baissée dans le boulot, il est beaucoup plus difficile de garder les yeux en face des trous et de vous demander pourquoi vous devez le faire ». Quand tu travailles, demande-toi **pourquoi tu fais ce que tu fais, quel problème es-tu en train de régler ou est-ce vraiment utile ?**
N°2 - **Supprimer les interruptions.** On en parle tout le temps : « **les longues plages de solitude sont les moments les plus productifs.** C'est un peu comme le sommeil paradoxal : on n'y accède pas directement ; il faut d'abord s'endormir, puis y plonger graduellement. **Toute interruption force à recommencer à zéro** » (voir notes de Deep Work de Cal Newport).
N°3 - **L'efficacité plutôt que l'excellence** : « trouvez de préférence une solution de judoka, c'est-à-dire **une solution qui comporte un maximum d'efficacité pour un minimum d'effort.** » Love this !



9 MOTS À NE JAMAIS UTILISER EN AFFAIRES



Enseignez, et vous tisserez des liens qu'aucune stratégie traditionnelle de marketing ne vous apporterait.



« En affaires, il y a des mots à éviter, comme **absolument, impossible, facile, seulement** et **vite**. Faussement anodins, ils font obstacle à une communication saine, attisent l'animosité, torpillent les discussions constructives et retardent les projets. » En voici cinq, ainsi que leurs cousins : **tout le monde, personne, toujours** et **jamais**. Dès qu'ils sont prononcés, la solution s'éloigne ou les prises de bec surviennent. Ces mots sont particulièrement dangereux en enfilade : « il faut absolument ajouter cette fonctionnalité, impossible de sortir le produit sans elle, tout le monde la veut, ce sera facile, tu devrais y arriver très vite. » 27 mots et une centaine de présupposés : « **la recette d'un désastre** ».

TOUT EST MARKETING / PROFITER DE L'OBSCURITÉ



L'école de Palo Alto formule qu'il est **impossible de ne pas communiquer** : tout comportement est communication. Il en va de même pour ton projet. Dans tes actions, **tu ne peux pas ne pas faire de marketing** : « il s'insinue dans toutes tes activités, tout le monde fait du marketing tous les jours, et à longueur d'année ». J'aime beaucoup cette idée que **tout est marketing** : ta façon de travailler, de communiquer, d'écrire, de parler, de concevoir, d'offrir, etc... Au passage, une petite règle si tu débutes dans ton affaire : **profite à fond de l'obscurité. Plus on est connu, moins on prend de risques.** Tu peux profiter d'une faible audience pour faire toutes les erreurs possibles sans que personne, ou presque, ne s'en rende compte. **Sois audacieux et prends des risques !**