

STEVE JOBS

10

**RULE OF
SUCCESS**

ROSS CAMERON



STEVE JOBS

10

**RULE OF
SUCCESS**

ROSS CAMERON



Steve Jobs

10 Règle du succès

Ross Cameron

2e édition

© Copyright 2015 Ross Cameron - Tous droits réservés.

Pour plus de publications, veuillez visiter:

www.ams-publications.com

Table des matières

1. Ne vivez pas une vie limitée

2. Avoir de la passion

3. Conception pour vous-même

4. Ne vendez pas de merde

5. Construisez une grande équipe

6. Ne le faites pas pour l'argent

7. Soyez fier de vos produits

8. Construire autour des clients

9. Le marketing est une question de valeurs

10. Restez affamé, restez fou

1. Ne vivez pas une vie limitée

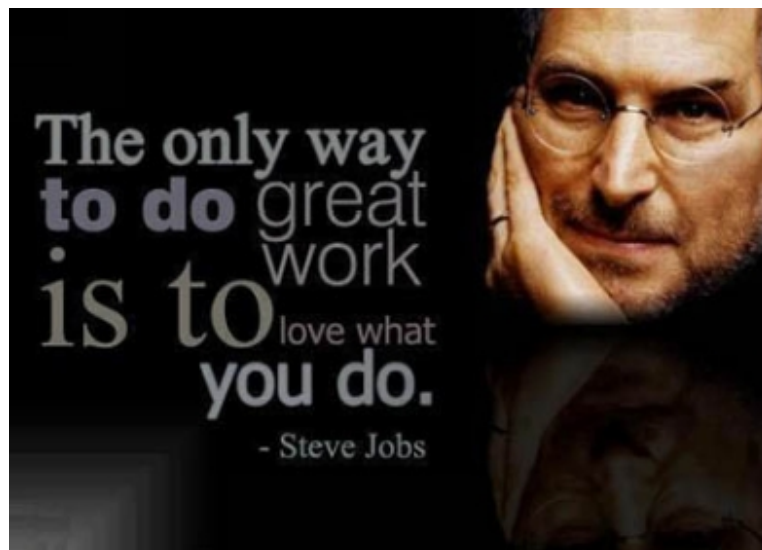
Les gens ont peur de vivre leur vie différemment du reste de la société. Qu'est ce que je veux dire? Nous avons tendance à suivre la voie que beaucoup considèrent sûre - ou «correcte» - sans prendre de risques. Allez à l'école, au collège, trouvez un emploi, fondez une famille et n'osez pas tenter une autre direction. Les gens ont peur de prendre des risques. Cependant, ceux qui choisissent d'échapper à cette notion préconçue de la vie sont capables de faire un changement réussi et significatif dans le monde. Bien que de nombreuses personnes aient suivi le chemin attendu et, ce faisant, aient connu un succès incroyable, cela ne signifie pas que tout le monde sera heureux de suivre la voie apparemment sûre.

Pouvez-vous imaginer à quel point le monde d'aujourd'hui serait différent si Steve Jobs avait décidé de vivre une vie «normale» et «correcte»? Les iPhone, iPad et Mac n'existeraient tout simplement pas. Bien qu'il ait établi son nom en fournissant à la société une technologie incroyable, il a également inspiré des millions de jeunes entrepreneurs à suivre son mode de vie unique. Il est l'une des nombreuses personnes qui ont décidé de créer leurs propres règles: Bill Gates, Mark Zuckerberg, Ellen DeGeneres, Oprah et bien d'autres ont également réussi à être différents.

Vous êtes tout aussi compétent et intelligent que les entrepreneurs et les briseurs de règles du monde. Donc, il serait logique de renouveler ce qui a été

créé et transformez-le en quelque chose d'encore plus étonnant. La vie peut être bien plus que de trouver un emploi à la sortie de l'université, si vous le souhaitez. Vous pouvez devenir un acteur du changement, et pour ce faire, vous devez surmonter des défis tout en étant capable de vous démarquer. Vous n'avez pas simplement besoin d'accepter que vous allez vivre et mourir. Vous pouvez façonner la vie, la forcer et la personnaliser. Comme le déclare Jobs, «c'est peut-être la chose la plus importante, pour se débarrasser de cette notion harmonieuse que la vie est là et que vous allez simplement la vivre plutôt que de l'adopter et de l'améliorer», et une fois que vous acceptez que vous n'avez pas besoin de vivre une vie prévue, vous pouvez commencer à influencer le changement et créer votre propre héritage. Steve Jobs a sûrement compris cette réalité et cette connaissance l'a aidé à réussir tout au long de sa vie.

2. Avoir de la passion



Les gens qui réussissent imitent beaucoup de modèles et de mantras, mais Steve Jobs en mentionne clairement un en particulier: les gens qui réussissent aiment ce qu'ils font. Beaucoup de gens étudient des sujets qu'ils n'aiment pas et finissent par détester leur carrière. Ce mépris entre dans d'autres secteurs de leur vie, comme leur vie à la maison, et commence à mettre les gens en situation d'échec. Quand [tu aimes ce que tu fais](#) , le succès devient plus facilement réalisable. Il est beaucoup [plus facile de se réveiller tous les matins](#) et de savoir que vous allez faire quelque chose qui vous rend heureux. Il est possible d'aimer sa carrière et de vivre ses rêves. Il y a beaucoup de travail impliqué, et il y a de nombreuses fois où vous

faites des erreurs, mais à la fin de la journée, si vous aimez ce que vous faites - l'aimez vraiment - tout ce travail acharné en vaut la peine.

Dans une interview, Jobs déclare que «les gens disent que vous devez avoir beaucoup de passion pour ce que vous faites, et c'est tout à fait vrai. Et la raison en est que c'est si difficile si vous ne le faites pas. Jobs souligne un fait simple: les gens ne veulent pas travailler sur quelque chose qu'ils n'aiment pas. Si vous n'aimez pas ce que vous faites, vous vous rendrez compte que vous avez besoin d'un changement et vous finirez par y renoncer. Les gens qui aiment ce qu'ils font ont trouvé le succès - à petite ou à grande échelle. Steve Jobs utilise ses employés comme exemple, «[quand ça] est devenu vraiment difficile, et ceux qui n'aimaient pas ça ont arrêté parce qu'ils sont sains d'esprit, non? Qui voudrait supporter des choses que vous n'aimez pas? » Jobs a parlé de ses employés dès les premiers stades d'Apple. Créer une entreprise n'est jamais facile. En fait, beaucoup de gens abandonnent lorsqu'ils réalisent à quel point c'est vraiment difficile, et c'est bien, parce que, selon Jobs, si vous ne l'aimez pas, vous échouerez de toute façon. Vous devez maintenir votre passion si vous voulez que votre entreprise survive et prospère. Vous devez vous rappeler ce qui vous a poussé à démarrer l'entreprise et trouver un moyen de garder votre passion vivante.

3. Conception pour vous-même

Pensez aux raisons pour lesquelles vous voulez créer quelque chose, avant de commencer à l'assembler. Il est important de créer et d'innover d'abord pour vous-même, et de considérer tout le monde plus tard. Avant d'apporter quelque chose au marché, assurez-vous que c'est un article que vous pouvez apprécier et qui vous rend fier. Si vous créez un produit uniquement dans le but de vendre et de gagner de l'argent, vous le construisez pour de mauvaises raisons. Par exemple, Steve Jobs n'a pas immédiatement vendu ses produits; au lieu de cela, il a commencé par tester et simplement embrasser le processus créatif. Il l'a fait pour lui-même, prenant son temps pour construire, déboguer et profiter des ordinateurs que lui et sa petite équipe de collègues ont construits. Les gens voudront ce que vous avez, non pas à cause des techniques de marketing, mais parce que le soin apporté à la création du produit est transparent.

Steve Jobs a déclaré que lorsque Apple a commencé, lui et son équipe n'avaient aucune idée de ce qu'ils allaient faire avec les produits. Il a commencé par concevoir un produit qu'il trouverait utile. La raison pour laquelle lui et son équipe ont travaillé sur leur premier ordinateur pendant six mois dans le garage de ses parents était la passion. Ils passaient quarante heures à construire chaque ordinateur, suivis de vingt à quarante autres heures pour le déboguer. Ils n'ont même pas réalisé que

leur ordinateur pourrait valoir la peine d'être vendu jusqu'à ce qu'ils commencent à montrer leur produit à leurs amis. - «nous avons montré à certains de nos amis», a déclaré Jobs, «et tout le monde en a immédiatement voulu un». Jobs et son équipe ont été inspirés pour concevoir un circuit imprimé, ce qui a réduit le temps d'assemblage, lorsque l'équipe a commencé à être épuisée par ce long processus. Apple s'est diversifié de consommateurs purement familiaux et amis lorsqu'un propriétaire de magasin de vélos a demandé à Jobs cinquante ordinateurs sur ses cent déjà construits, «et à ce moment-là», a déclaré Jobs, «nous avons le sentiment que nous étions sur quelque chose, mais le sentiment est tellement différente de l'expérience de voir cela se produire en ce moment ». Jobs et son équipe ont commencé par créer quelque chose qui était important pour eux.

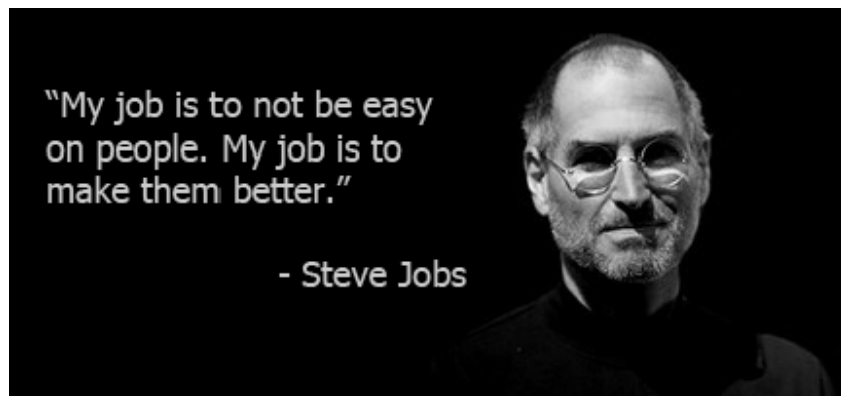
4. Ne vendez pas de merde

Les entreprises qui reçoivent le plus d'éloges sont celles qui peuvent vendre des produits de bonne qualité et offrir une large gamme d'options intéressantes. Bien qu'il ne soit pas facile de créer une entreprise basée sur la qualité, votre réputation continuera à se développer grâce aux produits. Lorsque vous êtes passionné par quelque chose, vous vous en souciez, et cela se reflète dans la qualité. Si vous ne vous souciez que des ventes et de l'argent, il est plus probable que vous vous contentiez d'un seul bon produit qui pourrait se résumer à de la chance. aux yeux des consommateurs. Des entrepreneurs tels que Steve Jobs s'assurent de trouver le succès dans une gamme de produits innovants et de bonne qualité, plutôt que de parier sur un bon produit et beaucoup d'articles moins bons. Tous les produits Apple ont quelque chose de spécial qui les différencie des autres. Aucun de leurs produits ne semble paresseux ou terne, mais plutôt ils ont tous l'air incroyable et excitant. Bien qu'ils puissent être chers, la qualité en vaut la peine. Ils ont bâti leur marque sur la fiabilité et la réputation et, par conséquent, les consommateurs sont convaincus qu'Apple offrira une qualité et des performances contrairement aux autres marques, et c'est ce qui rend Apple - et Steve Jobs - différents.

En interviewant Mark Parker, le cerveau derrière Nike, Robert Safian évoque le conseil de Steve Jobs - «ne vendez pas de merde». Jobs a déclaré à Parker: «J'ai quelques conseils ... Nike fabrique certains des meilleurs produits au monde. Je veux dire un produit que vous convoitez, un produit absolument magnifique et magnifique.

Mais tu fais aussi beaucoup de merde. Cet échange entre Jobs et Parker a soulevé un bon point: pourquoi fabriquer des produits de haute qualité si vous fabriquez également des produits de mauvaise qualité? Un client ne va pas regarder la gamme de produits que propose votre entreprise pour se faire une opinion. Logic déclare que si un client voit un produit de haute qualité, il aura une opinion positive à ce sujet, cependant, s'il voit un article de mauvaise qualité, son opinion sera probablement négative. Comme les gens, une entreprise fera toujours des erreurs, mais l'important est d'apprendre de vos erreurs. Il y aura toujours une chance que votre produit ait un impact négatif sur l'opinion des consommateurs sur votre entreprise, mais cela dépend en fin de compte de la façon dont une entreprise gère ce risque.

5. Construisez une grande équipe



Il y a beaucoup de gens brillants sur cette terre; cependant, ce n'est pas parce que ces personnes savent comment fabriquer un produit qu'elles doivent gérer les gens. L'une des caractéristiques d'un vrai leader et visionnaire est qu'il comprend quelles personnes veulent vraiment aider leur entreprise et ses employés à réussir. Ils comprennent que les meilleurs leaders ne sont pas nécessairement les personnes les plus expérimentées.

Les personnes que vous connaissez et avec qui vous interagissez tous les jours - vos amis, votre famille et vos collègues - veulent que vous réussissiez et vous aideront à construire votre avenir. Si les personnes avec lesquelles vous vous entourez ne croient pas en vous et ne vous encouragent ni ne vous inspirent, il devient beaucoup plus difficile de réussir. Les idées positives nous affectent autant que les négatives.

Lorsque vous vous entourez de grands leaders et de modèles positifs, vous avez plus de chances de gagner en motivation pour continuer.

Jobs a passé de longues heures à essayer de trouver les bonnes personnes pour diriger et motiver ses employés. Un de ses collègues de l'équipe de recrutement a rappelé le stress d'essayer de trouver les bons employés, «nous nous sommes inquiétés du recrutement», a-t-il déclaré, «nous avons eu des entretiens, nous avons dû revenir en arrière et revoir quelque chose dans les entretiens. Ils commençaient à neuf ou dix heures du matin et continuaient jusqu'au dîner. En fin de compte, Jobs a fini par embaucher et garder une majeure en littérature anglaise, et non les anciens professionnels qui étaient peut-être perçus initialement comme plus qualifiés. Les professionnels ont passé leur temps à se disputer sur ce que devrait être l'ordinateur et non sur la manière de mettre le produit au monde. Lorsqu'il a embauché quelqu'un qui n'était pas critique ou négatif sur le produit, mais soutenait ses employés, Jobs avait gagné le manager dont il avait besoin.

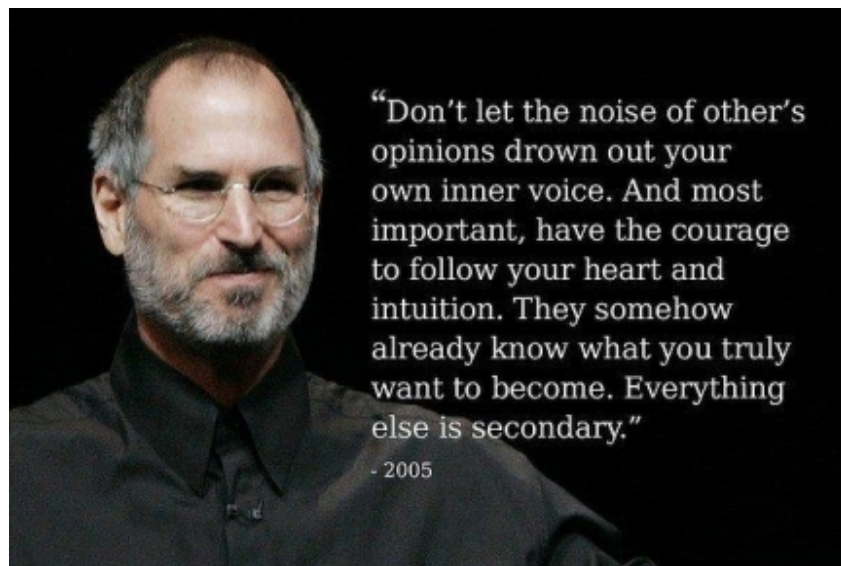
6. Ne le faites pas pour l'argent

Si vous basez vos décisions uniquement sur le montant d'argent que vous allez obtenir, il y a de fortes chances que vous soyez aveuglé par l'ambition et que vous ne verrez pas le bon chemin. Nous avons utilisé Steve Jobs comme exemple tout au long de cet article, alors essayons avec quelqu'un d'autre: Mark Zuckerberg.

Lorsque Mark Zuckerberg a eu l'idée de créer Facebook, il n'était pas après les milliards de dollars que cela allait générer, il voulait créer un réseau social où les étudiants de Harvard pourraient entrer en contact avec leurs amis. Encore une fois, tout comme Steve Jobs, il avait une motivation plus transcendante, qui était d'être lucratif. Je peux vous garantir qu'une fois que vous vous concentrez sur le succès de votre projet et sur ceux qui l'entourent, l'argent viendra avant que vous ne le remarquiez. Bien sûr, l'argent est important, mais pas tellement pour aveugler vos décisions. Les gens qui se concentrent uniquement sur le côté lucratif de leur projet ont tendance à le gâcher, car ils manquent des opportunités qui au début ne génèrent pas de revenus importants, mais à long terme, ils sont une mine d'or. C'est aussi la même raison pour laquelle les gens choisissent un travail qu'ils n'aiment pas et une carrière qu'ils détestent, car ils se concentrent uniquement sur les factures. (Je prendrais le texte de présentation sur Mark Zuckerberg car il n'est pas pertinent pour la vidéo de Steve Jobs. Cela enlève les messages que Steve Jobs fait en s'éloignant d'Apple, ce qui le rend quelque peu hors de propos lorsqu'il est mis en contexte. film. Je commencerais par le paragraphe suivant.)

Steve Jobs n'a pas construit Apple parce qu'il voulait gagner de l'argent, mais plutôt, Jobs s'est rendu compte qu'il voulait changer le monde. La chose la plus importante pour Steve Jobs quand il avait vingt-trois et vingt-quatre ans n'était pas qu'il valait plus de dix millions de dollars, mais que son entreprise continuait de survivre et de prospérer. Il dit dans une interview: «Ce n'était pas si important pour moi parce que je ne l'ai jamais fait pour l'argent. Je pense que l'argent est une chose merveilleuse parce qu'il vous permet de faire des choses, il vous permet d'investir dans des idées qui ne sont pas rentables à court terme et des choses comme ça. Mais surtout à ce moment de ma vie, ce n'était pas la chose la plus importante. Le plus important était l'entreprise, les gens, les produits que nous fabriquions, ce que nous allions permettre aux gens de faire avec ce produit. Donc je n'y ai pas beaucoup réfléchi. «Jobs croyait en son entreprise et en ses produits. Le succès du produit était plus important pour lui que l'argent qu'il pouvait en tirer. Bien que l'argent soit nécessaire pour une bonne vie, il ne peut pas faire grand-chose. Jobs avait une entreprise qu'il aimait et une vision pour la maintenir en vie - pour Jobs, cette vision valait plus qu'un chèque de paie.

7. Soyez fier de vos produits



Jobs a compris que si vous ne croyez pas en vos produits, personne ne le fera. Steve Jobs a toujours été extrêmement fier de son produit, ainsi que de ses designs, et c'est l'une des raisons pour lesquelles Apple reste l'une des entreprises les plus prospères au monde. Les entrepreneurs peuvent voir le potentiel d'un produit de différents yeux. . En tant qu'innovateur, il est important de voir au-delà de ce mode de vie préexistant et de savoir quand il existe un marché pour un nouveau produit ou concept. Après tout, vous ne consacriez pas d'efforts et de temps à quelque chose que vous croyez sans valeur, n'est-ce pas?

L'une des raisons pour lesquelles les produits de haute qualité se vendent généralement bien est que ceux qui les ont produits croient fermement qu'ils ont créé le meilleur produit. En ayant des fabricants réputés, le consommateur est mieux convaincu que le produit qu'il souhaite acheter est fiable. La fierté évidente de Jobs envers Apple est claire lorsqu'il déclare que «notre objectif est de fabriquer les meilleurs ordinateurs personnels au monde et de fabriquer des produits que nous sommes fiers de vendre à nos familles et amis», mais Jobs ne se contente pas de promouvoir son produit avec fierté . Il en fait la promotion avec honnêteté, comme le montre quand il dit: «Je dois vous dire qu'il y a des choses dans notre industrie que nous ne serions pas fiers d'expédier», et «que nous ne serions pas fiers de recommander à notre famille et amis." Cette honnêteté fait plus qu'aider les clients potentiels à faire confiance à Apple, cela soulève également un point intéressant: ne créez pas quelque chose que vous ne recommanderiez pas à la famille et aux amis. Quelle que soit la folie de votre idée, croyez toujours en vous et en vos idées.

En général, les opinions qui comptent le plus sont celles qui viennent des personnes les plus proches de nous. Lorsque vous considérez vos amis et votre famille dans votre travail, la qualité du produit augmente, ce qui rend le succès beaucoup plus réalisable.

8. Construire autour des clients

Après la Seconde Guerre mondiale, il y avait une pénurie de matériaux pour créer des produits et, par conséquent, peu d'entreprises ont pu survivre. Pour cette raison, les gens ont été obligés d'acheter tout ce que ces entreprises existantes offraient, car il n'y avait pas beaucoup d'options parmi lesquelles choisir. Avec le temps, de plus en plus d'entreprises sont apparues et la concurrence s'est considérablement développée, obligeant les entreprises à améliorer constamment leurs produits. Ainsi, pendant une longue période, les entreprises se sont concentrées sur l'amélioration du produit en fonction de la conception de leurs concurrents et non de ce que le client voulait vraiment. Cela a duré si longtemps, il y avait maintenant un nombre immense de modèles qui étaient fondamentalement les mêmes, mais avec quelques ajustements mineurs. Lorsque cela s'est produit, les entreprises ont réalisé qu'elles devaient changer de stratégie, car elles n'avaient plus à se concentrer sur le produit, mais ils devaient se concentrer sur le client. (J'envisagerais également de supprimer ce paragraphe, en utilisant également des citations pour le fait de la Seconde Guerre mondiale. Encore une fois, même si je comprends pourquoi il est mis ici stylistiquement, cela enlève à la vue d'ensemble)

Quel est l'intérêt de cette histoire? Pour vous aider à comprendre qu'aujourd'hui, la clé du succès est d'ajuster et d'améliorer vos produits en fonction des besoins du client. Apple réussit car il offre des fonctionnalités et des designs uniques qui plaisent à ses clients. Si les gens se plaignent du prix, qui semble très cher, la majorité de la population reconnaît que le

la qualité et la valeur des produits Apple sont liées au prix. Steve Jobs connaissait l'intérêt de gagner la confiance de votre acheteur en offrant la qualité à laquelle il peut s'attendre et le service qu'il mérite.

Apple est fier de ses relations avec ses clients. Pourquoi? Parce qu'Apple passe son temps à gagner la confiance des clients - un ingrédient clé pour bâtir le succès et la popularité de votre entreprise. Un client n'achètera pas un produit s'il ne fait pas confiance à l'entreprise qui le propose. Si quelqu'un va dépenser son chèque de paie durement gagné sur un produit, il choisira d'acheter auprès de l'entreprise en qui il a déjà confiance. La seule façon pour une entreprise de savoir ce que veut un client est de prendre des risques, de proposer différents produits et de recevoir des commentaires de ses clients. De plus, après avoir reçu le feedback, les entreprises doivent l'examiner, puis décider de le suivre ou non. C'est une chose d'avoir confiance en son produit, mais c'est une expérience totalement différente lorsque des inconnus y croient aussi.

Après qu'un membre de l'auditoire a accusé Jobs de ne pas travailler suffisamment sur ses produits, la réponse de Jobs a été simplement:

«Vous pouvez plaire à certaines personnes de temps en temps... l'une des choses les plus difficiles lorsque vous essayez d'apporter des changements est que les gens, comme le monsieur, ont raison dans certains domaines. Il y a des choses que Open Doc fait avec lesquelles je suis encore plus familier que personne d'autre ne le fait. Je suis sûr que vous pouvez faire des démos - peut-être une petite application commerciale qui démontre ces choses. Le plus difficile est de savoir comment - comment - ces choses s'inscrivent dans une vision plus large et cohérente qui vous permettra de vendre huit milliards de dollars - dix milliards de dollars - un produit par an. Et l'une des choses que j'ai toujours su, c'est que vous devez commencer par l'expérience client et remonter vers la technologie. Vous ne pouvez pas commencer avec la technologie

et essayez de savoir où vous allez essayer de vendre ... et comme nous avons essayé de proposer une stratégie et une vision pour Apple, tout a commencé avec les avantages incroyables que nous pouvons offrir au client, où pouvons-nous prendre le client."

Dans ce discours, Jobs dit clairement et ouvertement que le client passe avant le produit. Afin de créer un produit réussi et une entreprise prospère, vous devez comprendre les désirs et les besoins du client. Si les consommateurs n'ont pas besoin d'un article, il devient plus difficile à vendre. Jobs et son équipe travaillent constamment à l'amélioration des produits et prennent en compte les commentaires des clients.

9. Le marketing est une question de valeurs

Si vous voulez que les clients achètent votre produit sans hésitation, vous devez montrer aux gens pourquoi votre design est meilleur que la concurrence. Vous devez laisser vos clients voir la vraie valeur de votre produit, plutôt que de simplement signaler les défauts de vos concurrents. Les gens savent que les produits Apple ont une grande valeur parce que Steve Jobs a déployé beaucoup d'efforts pour le démontrer. C'est pourquoi Apple peut vendre ses produits à un prix avantageux. Les gens achètent la marque de la même manière qu'ils paient pour le produit.

Une entreprise doit se concentrer sur ses valeurs plutôt que sur celles de ses concurrents. L'entreprise soutient-elle les associations caritatives locales? Honore-t-il des personnes importantes? Ce sont là quelques considérations qui suscitent l'intérêt du public. Une entreprise est humanisée par ses valeurs. Un client ne souhaite pas acheter un ordinateur à une entreprise qui se concentre sur les commentaires des ordinateurs de ses concurrents, un client souhaite acheter un ordinateur à une entreprise qui écoute et ajuste ses produits pour répondre aux besoins de ses clients. Jobs a parlé à un public de son entreprise, et il a déclaré qu'Apple est l'une des meilleures marques, «mais même une grande marque a besoin d'investissements et d'attention si elle veut conserver sa pertinence et sa vitalité. Jobs utilise Nike comme un exemple de marketing de marque réussi. Plutôt que de se concentrer sur la qualité de leurs chaussures,

honorent les grands athlètes et ils honorent les grands athlètes ». Le marketing n'est pas une question de concurrence; il s'agit de présenter votre entreprise et ce qu'elle peut offrir - «nos clients veulent savoir qui est Apple et ce que nous défendons», dit Jobs au public, «... ce que nous ne faisons pas de créer des boîtes pour les gens faire le travail, bien que nous le fassions plutôt bien, mieux que certaines personnes, dans la plupart des cas, mais Apple est quelque chose de plus que cela. Apple, sa valeur fondamentale, c'est que nous croyons que les gens passionnés peuvent changer le monde pour le mieux. » Jobs continue de parler de l'idée de son équipe pour une campagne de marketing qui cible cette valeur fondamentale, et comment même si son entreprise s'est développée, les valeurs restent les mêmes.

10. Restez affamé, restez fou

Cette dernière règle est peut-être la plus simple de toutes: soyez satisfait de votre travail mais continuez à en faire plus. Gardez en vie votre faim d'un meilleur travail et n'ayez pas peur du changement. Restez stupide. Continuez à suivre des rêves prétendument stupides, même en vieillissant. Pour reprendre les mots de Steve Jobs, «le plus important [chose] est d'avoir le courage de suivre son cœur et son intuition. Ils savent déjà ce que vous voulez vraiment devenir ». Continuez à suivre des rêves insensés et faites tout votre possible pour les transformer en réalité. Le succès vient à ceux qui travaillent dur et rêvent plus.

Quand Jobs raconte l'histoire de l'abandon de l'université, il dit: «J'ai naïvement choisi un collègue presque aussi cher que Stanford et toutes les économies de mes parents de classe ouvrière étaient dépensées pour mes frais de scolarité. Après six mois, je ne pouvais pas voir la valeur de cela. Je n'avais aucune idée de ce que je voulais faire de ma vie et aucune idée de la façon dont l'université allait m'aider à le comprendre, et ici je dépensais tout l'argent que mes parents avaient sauvé toute leur vie. J'ai donc décidé d'abandonner et j'ai confié que tout irait bien. C'était assez effrayant à l'époque, mais avec le recul, c'était l'une des meilleures décisions que j'ai jamais prises. S'il n'avait pas abandonné ses études, Jobs n'aurait jamais démarré Apple et cela aurait pu prendre des années avant que la technologie ne soit développée à ce niveau plus récent.

Quoi que vous fassiez dans la vie, assurez-vous que c'est ce que vous aimez vraiment et ce que vous voulez vraiment faire pour le reste de votre vie. N'oubliez pas que vous avez un potentiel aussi énorme que vos rêves. Croyez toujours en vos idées apparemment folles et assurez-vous d'être entouré et associé à des personnes proactives qui n'ont pas peur de rêver. N'oubliez pas que la clé du succès est la persévérance et la ténacité.

Je développerais peut-être ce dernier un peu plus, comme dans la vidéo, Jobs énonce trois règles: relier les points, découvrir ce que vous aimez et être conscient de la mort. Développez peut-être un peu plus les points clés et utilisez-les comme un excellent moyen de conclure la rédaction. De plus, ajoutez une petite section de conclusion afin que le lecteur se souvienne des règles du premier couple.