

Temps de lecture : 3'00''

Par Kevin Hoffschir

**« Une biographie, ça s'invente ! ». Tous ceux qui ont déjà été confronté au périlleux exercice de la biographie savent la véracité de cette formule attribuée à Céline. Bien qu'ironique, le conseil de l'auteur est un préalable parfait pour comprendre comment construire correctement sa biographie professionnelle.**

Évidemment, en parlant « d'invention », il n'est nullement question de jouer au faussaire de diplôme. Bien que les aspects factuels de votre biographie doivent être scrupuleusement respectés, sa construction est, elle, libre de forme (ou quasiment libre selon la déontologie de la profession).

C'est là que réside « l'invention ». Il faut garder à l'esprit que, au-delà de son caractère informatif, la biographie est avant tout une mise en scène de sa personne. Et cette mise en scène n'est pas destinée à alimenter les fonds historiques de la BNF, mais bien à informer, et avouons-le « séduire », le prospect ou le client.

Selon une étude de l'agence Imarc, les pages biographies restent les plus consultées sur les sites de cabinets de conseil, en particulier ceux d'avocats.

Malheureusement, beaucoup de professionnels se retrouvent perdus lors de la rédaction, par manque de méthode ou de pragmatisme. Pour y remédier, voici un rapide guide pratique pour réussir sa biographie sur son site.

## 1. POSER LES FONDAMENTAUX

Avant de se lancer dans la rédaction, il est vital de poser à l'écrit toutes les informations susceptibles d'alimenter votre profil :

- - formation,
- - expériences,
- - compétences,
- - titres,
- - méthode de travail,
- - équipe,
- - langues,
- - publications,
- - distinctions,
- - associations,
- - enseignements,
- - coordonnées,
- - zones géographiques,
- - et même les hobbies.

Tout peut servir dans une biographie. Ce travail préliminaire permet de balayer tous les aspects de votre parcours et évite de devoir rajouter à la dernière minute une information négligée.

## 2. CLASSER LES INFORMATIONS

L'écueil le plus courant est de tenter de suite une synthèse de toutes ces informations. Le résultat ? Un gros bloc texte, brut, uniforme et ennuyeux au possible. Sachez qu'une bonne biographie professionnelle doit compter entre 500 et 1000 signes. Avec plus, vous prenez le risque de perdre votre prospect ou d'être mal identifié.

L'astuce est de ne pas se lancer directement dans la rédaction, mais de classer les informations selon leur nature : quelles sont les informations factuelles ? Quelles sont les informations de personnalité ? Quelles informations peuvent être listées ? Quelles informations doivent être rédigées ? Toutes ces questions vont vous permettre de dégager ce qui doit impérativement apparaître dans le texte et ce qui peut être listé ailleurs.

La formation et les langues sont des informations purement factuelles, pouvant être listées. A l'inverse, votre méthode de travail ou vos compétences sont des informations devant être expliqués, et donc rédigés.

### 3. PENSER AU CONTENANT

Dans le cas d'une biographie sur un site, s'intéresser à la création graphique de la page est vital. Plus le design est intelligent, plus vous pouvez inclure d'informations.

C'est là que votre travail préliminaire va porter ses fruits. Grâce au simple listing de toutes vos informations, le webdesigner aura les coudées franches pour traduire graphiquement votre profil, en variant les interactions. A l'inverse, s'il ne dispose que d'un texte incompressible de 5000 signes, la mise en page risque de devenir trop éditorial et bien peu engageante pour le visiteur.

Si la conception graphique est de qualité, vous pouvez intelligemment intégrer les informations factuelles autour de votre texte : un accordéon (tiroirs) pour la formation et les langues, un onglet pour les publications et distinctions, une mini-carte pour les zones géographiques, etc. Autant d'informations correctement mises en valeur et qui vous libère de l'espace pour votre texte.

Concernant la photographie, il est nécessaire de trouver le bon équilibre entre sérieux et séduction. Interdiction d'utiliser des portraits trop fantaisistes, cela va de soi sur un site professionnel. Mais tentez une approche un peu plus décalée que la simple photo d'identité. Un plan américain (jusqu'à mi-cuisse) permet de varier les poses et vous donne un soupçon d'originalité, comparé au format carré, qui « rigidifie » votre personne.

### 4. LANCEZ-VOUS !

Une fois toutes les informations identifiées, classées et mises en page, vous pouvez vous lancer dans la rédaction. Toutes les informations factuelles réparties autour de votre texte n'ont pas besoin d'être répétées (sauf s'il y a besoin de les développer).

Concentrez-vous donc sur des éléments de personnalité comme votre manière de travailler, vos qualités reconnues ou vos capacités d'intervention. Sans être familier, essayez d'adopter un ton léger, avec des phrases courtes et une narration qui raconte une histoire, un parcours.

Si vous avez respecté ces étapes, votre prospect trouvera en un clin d'œil vos informations essentielles, grâce au webdesign, et pourra se plonger plus longuement dans le corps du texte, pour mieux comprendre votre personnalité, votre « signature ».