



**Chambres de Métiers
et de l'Artisanat**

**Aquitaine
Gironde**

METTRE EN PLACE UNE VEILLE STRATÉGIQUE (EN PÉDAGOGIE)

PAR S. RUDLER



Chambres de Métiers et de l'Artisanat

Institut des Métiers de l'Artisanat

4 ÉTAPES POUR ÉTABLIR UNE VEILLE INFORMATIONNELLE EFFICACE

- Établir la stratégie (cibler)
- Créer des alertes
- Trier, traiter et analyser de l'information
- Diffuser des contenus

QUELQUES OUTILS DE VEILLE

- Les agrégateurs de flux RSS
- L'alternative à l'absence de flux
- Les réseaux sociaux
- La curation

QUELQUES OUTILS DE DIFFUSION

- Les lettres d'information (Newsletter)
- Les listes de diffusion
- Les réseaux sociaux

SOMMAIRE

OBJECTIFS DE LA VEILLE

Quand on met en place une veille, on le fait en général pour plusieurs raisons :

- **Optimiser le temps de recherche de l'information pertinente**
- **Gagner en efficacité**
- **Capitaliser les informations stratégiques**

4 ÉTAPES POUR ÉTABLIR UNE VEILLE INFORMATIONNELLE EFFICACE



ÉTABLIR VOTRE STRATÉGIE (CIBLER)

La première étape est très importante puisqu'elle va impacter toute la suite des actions qui vont être menées. Avant toute chose, il est important de savoir ce dont vous avez besoin pour mettre en place votre stratégie. Vous devez cibler sur quoi vous voulez être informé par rapport à votre public (cible) et vos centres d'intérêts.

- **Quelles informations recherchez-vous?**
- **Quels canaux d'informations sont utiles pour vos besoins (sites officiels, listes de diffusions...)**
- **Quels sont les mots-clés utilisés ?**

Pour que votre stratégie soit efficace, il faut que vous ayez réussi « à déterminer, à partir de votre activité, une liste de sujets, que vous aurez transposée en mots-clés. Une fois cette première grande étape de réflexion terminée, vous pouvez passer au concret : la construction de votre environnement de veille. »

Il est important de choisir ses canaux : alertes, réseaux sociaux professionnels et personnels, flux RSS (si possible via des agrégateurs de flux), ou les moteurs de recherche.

CRÉER DES ALERTES

La deuxième étape consiste à mettre en place des alertes lorsque du contenu susceptible de vous intéresser est publié sur le Web.

L'alerte la plus simple à mettre en place est l'utilisation de flux RSS. Ça consiste à « syndiquer » un site web. La plupart du temps, il s'agit d'un logiciel appelé « agrégateur de contenu » dans lequel vous aurez entré quelques sites à surveiller. Grâce à cet agrégateur, vous pourrez vérifier, si quelque chose de nouveau a été mis en ligne (l'agrégateur affiche le titre et une rapide description de la nouveauté en question). Vous n'aurez alors, plus à vous aller sur tous ces sites web, pour voir si des nouveautés ont été mises en ligne, il vous suffira d'aller dans votre agrégateur.

Tous les sites qui vous intéressent sont regroupés à un seul et même endroit, et c'est eux qui font venir l'information à vous, et non l'inverse.

Effectuer une recherche d'information peut être long et fastidieux, surtout si on ne sait pas exactement où chercher le contenu dont on a besoin. Donc, au lieu d'entamer une démarche de recherche de contenu, c'est le contenu qui doit venir à vous et vous faire gagner du temps.

https://www.google.fr/?gws_rd=ssl#spf=1

TRIER, TRAITER ET ANALYSER DE L'INFORMATION

La troisième étape consiste à trier, traiter et analyser l'information pour ne garder que ce qui vous intéresse. C'est donc ici que vous devez récupérer les informations des alertes que vous avez mis en place.

- Trier : Maintenant que l'information vient à vous, il vous faut encore la trier pour ne garder que ce qui vous intéresse vraiment (en rapport avec votre stratégie).
- Analyser et traiter : Pour être totalement efficace, il est important de pouvoir synthétiser toutes les informations récupérées pour les rendre exploitables.

En fait, l'objectif de cette étape est de capitaliser les informations, c'est à dire centraliser la connaissance pour mieux la partager et la faire fructifier.

DIFFUSER DES CONTENUS

La diffusion des contenus est la dernière étape. Après avoir consulté et trié les différents contenus récoltés, il vous faut les diffuser sur : votre site internet, votre blog, vos réseaux sociaux,...

Communiquer auprès de votre public/cible est important et représente le meilleur moyen de vous faire connaître tout en maintenant une relation de proximité et de confiance. Plus vous communiquerez et plus vous proposerez du contenu récent à valeur ajoutée, plus vous resterez à l'affût des nouveautés et plus vous pourrez vous renouveler dans votre manière de travailler. Vous pouvez au fur et à mesure gagner du temps pour mieux le réemployer ailleurs...

QUELQUES OUTILS DE VEILLE



QUELQUES OUTILS DE VEILLE

L'agrégateur de flux RSS (Yahoo RSS, Feedly, Netvibes...)

Feedly, un agrégateur de flux RSS gratuit et disponible en ligne. L'outil pourra être alimenté par deux types de flux RSS : le flux RSS de sites Web et le flux RSS de vos alertes Google. Plus besoin donc de naviguer sur les différents sites d'informations ou de chercher ce qui se dit sur vous, tout est centralisé dans Feedly. L'outil permet même de ranger par catégories vos sources d'informations afin de gérer au mieux vos contenus.

Update Scanner ou Evernote, une alternative à l'absence de flux

Evernote. Si votre source n'est pas un site Web ou ne provient pas d'une alerte, utilisez Evernote. L'outil est une application simple d'utilisation et gratuite vous permettant de sauvegarder toute sorte de contenus : texte, image, vidéo, capture d'écran, URL,...

Les réseaux sociaux

Les multiples réseaux sociaux sont des outils incontournables de veille même si le bruit me semble trop important par rapport au signal. Il faut sacrément filtrer pour avoir un peu de résultat ! Twitter et Google+ sont peut-être plus techniques que Facebook.

La curation (Scoop it)

Scoop.it permet la mise en place et le partage d'une veille d'informations réactive aux mots-clés de son choix. Connecté à différentes sources d'informations, il permet de partager sur un journal personnel les meilleurs pages web sur des thématiques ciblées et évite ainsi la fragmentation de sa veille d'informations.

Il existe une multitude d'outils de veille à vous de choisir celui ou ceux qui vous correspondent le mieux...

QUELQUES OUTILS DE DIFFUSION



LES LETTRES D'INFORMATION (NEWSLETTER)

Le principe : La lettre d'information est un courrier électronique envoyé à date fixe dans votre boîte mail. Il contient l'intégralité, ou une sélection, des articles publiés depuis la date de la dernière lettre. Les lettres peuvent être envoyées à l'intervalle que vous souhaitez selon votre stratégie (tous les jours, une fois par semaine, une fois par mois, etc...)

Les avantages : La lettre d'information constitue un outil intéressant de vue d'ensemble de l'actualité.

Les inconvénients : S'il y a beaucoup de ressources entre deux envois, la lettre peut être longue, voire indigeste. Si une partie des ressources ne vous intéresse pas, vous recevrez quand même leur mise à jour. La temporalité de l'envoi des lettres peut être plus ou moins grande, il est possible que des événements soient anciens, voire passés, lorsque vous recevez la lettre.

<http://0331707b.esidoc.fr/>

<http://0331707b.esidoc.fr/rubrique/view/id/27>

LES LISTES DE DIFFUSION

« **Le principe** : Les listes de diffusion permettent un partage de l'information au sein d'un groupe prédéfini. Elles nécessitent la plupart du temps une inscription. Une liste de diffusion est un regroupement d'adresses électroniques de personnes s'intéressant au même champ d'étude. Lorsqu'un message est envoyé, tous les membres de la liste le reçoivent. Les listes sont parfois alimentées par un responsable, parfois par l'ensemble des membres. L'utilisateur doit le plus souvent être validé par le responsable de la liste avant de commencer à recevoir les messages. Les listes de diffusions sont alimentées par les membres pour les membres. »

Les avantages : La précision des informations reçues (le plus souvent en rapport avec un domaine bien précis)

Les inconvénients : Restreintes, elles ne permettent pas d'élargir la veille au delà du cercle qui forme la liste.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Le principe : les réseaux sociaux prennent tout leur sens dans des communautés qui partagent des centres d'intérêts communs. On retrouve ici le sens d'internet, le partage de l'information sans limite avec qui on veut quand on veut. « Les réseaux sociaux ont permis de poser un cadre, d'illustrer ces groupes et de les segmenter. Le réseau social est alors composé de plusieurs communauté qui peuvent interagir entre-elles. »

Dans le cadre de la veille, celui qui nous semble le plus intéressant est Twitter. Son format court permet l'échange rapide et facile de liens. En effet, sur twitter, les messages sont limités à 140 caractères : juste la place pour donner le nom d'une ressource intéressante et le lien vers cette dernière. On trouve vraiment de tout (et, avouons-le, parfois n'importe quoi) sur Twitter, là encore bien cibler ses choix, préférer les twits institutionnels ou ceux de blogueur/particuliers pertinents

<https://www.facebook.com/institutdesmetiersgironde/>

BIBLIOGRAPHIE

http://www.msh-vdl.fr/sites/default/files/tuto_veille.pdf

<http://invox.fr/comment-mettre-en-place-sa-strategie-de-veille/>

<http://outilsveille.com/>

<http://www.blogduwebdesign.com/ressources/15-outils-organiser-gerer-veille-web/2153>

<https://www.codeur.com/blog/10-outils-de-veille/>

<http://www.terrafemina.com/culture/culture-web/articles/10036-reseaux-sociaux-comment-ca-marche.html>

