

Xavier DELENGAIGNE  
Pierre MONGIN  
Christophe DESCHAMPS

# Organisez vos données personnelles

*L'essentiel du* Personal Knowledge Management

© Groupe Eyrolles, 2011  
ISBN : 978-2-212-54842-6

**EYROLLES**

Éditions d'Organisation

# Table des matières

Sommaire .....	V
Introduction .....	1
Penser le XXI <sup>e</sup> siècle .....	2
L'arrivée des <i>digital natives</i> .....	4
Adopter le PKM.....	6
Les bénéfices de ce livre .....	7
<b>PARTIE 1</b>	
<b>Devenez un maître de l'univers informationnel avec le PKM .....</b>	<b>9</b>
<b>1. La naissance du <i>Personal Knowledge Management</i> (PKM) .....</b>	<b>11</b>
Éléments de contexte .....	11
Qu'est-ce que l'infobésité ? .....	17
Le PKM, une notion en construction .....	19
Passer des données à la connaissance .....	26
<b>2. Collecter les données .....</b>	<b>27</b>
Pour une lecture efficace .....	27
Automatisez votre collecte grâce aux fils RSS .....	31
Comment bien mener une recherche sur le web ? .....	34
Qu'est-ce que le <i>social bookmarking</i> ? .....	50
Prenez des notes qui dénotent .....	52
<b>3. Organiser l'information .....</b>	<b>57</b>
Rangez votre bureau.....	57
Gérez vos contacts.....	60
Optimisez le rangement de votre ordinateur .....	61
Gérez votre messagerie : de quoi je me mail ? .....	68
Partez à la découverte des folksonomies .....	81
Gérez vos flux RSS .....	85

<b>4. Évaluer l'information</b> .....	89
Comment vérifier l'information ? .....	89
Traquez les canulars.....	98
Débusquez le plagiat .....	99
<b>5. Présenter l'information</b> .....	103
Mieux rédiger vos e-mails .....	103
Améliorez vos présentations informatiques.....	107
Communiquez avec efficacité grâce à la rédaction structurée .....	113
Écrivez pour le web.....	117
<b>6. Collaborer autour de l'information</b> .....	125
Communiquez avec le web 2.0 .....	125
Utilisez le web 2.0 pour monter vos projets en équipe.....	128
<b>7. Sécuriser l'information</b> .....	131
Sécurisez votre poste de travail.....	131
Plus de tour de passe-passe avec vos mots de passe .....	136
Comment protéger vos données ? .....	140
La pérennité des formats .....	141

## PARTIE 2

### Organisez votre propre système d'information personnel avec le modèle TIICC .....

.....	145
<b>8. Donner du temps au temps</b> .....	147
Un agenda qui fait date .....	147
Mieux vous organiser avec la méthode GTD .....	150
Sommes-nous multitâches ?.....	158
<b>9. Qui es-tu sur le net ?</b>	
Ou comment mieux gérer son identité numérique .....	161
Prenez conscience de votre identité et de votre réputation numérique	161
Cartographiez et surveillez votre présence sur Internet .....	169
Soignez votre réputation numérique .....	172
<b>10. Le social, c'est capital !</b> .....	179
Les bienfaits du groupe .....	179
Facebook, un ami qui vous veut du bien ? .....	187
Tirez parti des réseaux sociaux professionnels.....	190

<b>11. Développer ses compétences personnelles</b> .....	195
Apprenez à vous connaître .....	195
Valorisez vos compétences personnelles .....	203
<b>12. Mettre en place un système d'information personnel</b> .....	207
Comment identifier vos besoins en information ? .....	207
Flux matériel vs immatériel .....	209
Vous organiser : une activité quotidienne .....	212
<b>Conclusion</b> .....	215
L'avènement d'un continuum informatique .....	215
Une information protéiforme et multisource .....	215
Attention à l'enfermement informationnel .....	216
Savoir ralentir .....	217
Le PKM ou l'art de s'adapter au réel pour ne pas le subir .....	217
<b>Annexes</b> .....	219
<b>Annexe 1 : Mieux tagger ses favoris</b> .....	221
<b>Annexe 2 : Utiliser PersonalBrain</b> .....	223
Les avantages .....	223
Les utilisations .....	224
Les principales fonctions .....	224
<b>Annexe 3 : Contacter les auteurs</b> .....	226
<b>Lexique</b> .....	227
<b>Index des notions clés</b> .....	237
<b>Index des logiciels, services en ligne et plugins</b> .....	239
<b>Bibliographie</b> .....	243

# Introduction

*« Quand les vents du changement soufflent,  
certains construisent des abris, et d'autres des moulins. »*

Proverbe chinois

Regardez autour de vous : que voyez-vous ? Si vous êtes actuellement au travail, vous remarquerez sans doute votre ordinateur, en bonne place sur votre bureau, tellement présent qu'on finit par l'oublier. À ses côtés, votre téléphone. Jetez un coup d'œil dans la poche intérieure de votre veste : vous y retrouverez probablement votre téléphone portable. Dans votre autre poche, peut-être avez-vous un iPod ? Si vous êtes chez vous, vous avez de fortes chances de retrouver un ordinateur dans votre bureau. Peut-être êtes-vous d'ailleurs en train de télécharger de la musique et/ou des films (légalement) ? Bref, qu'on le veuille ou non, les TIC (Technologies de l'information et de la communication) font désormais partie de notre quotidien... et jongler avec tous ces outils n'est pas toujours évident.

Par ailleurs, pour la plupart d'entre nous, la vie devient de plus en plus fragmentée. Professionnellement, rares sont ceux qui restent toute leur vie dans la même entreprise. Désormais, nous devons mener de front plusieurs carrières (qui n'ont parfois rien à voir les unes avec les autres). Pratiquer un métier totalement différent de l'objet de ses études devient de plus en plus fréquent. Fort de ce constat, chacun de nous doit se constituer un bagage de connaissances et de savoir-faire pour s'adapter à une vie de plus en plus fluctuante. Nous avons donc besoin de ces nouvelles technologies et de méthodologies pour « apprendre à apprendre ».

Dans les formations que nous, auteurs de ce livre, dispensons (« Communiquer avec les outils électroniques », « Organiser sa veille », etc.), nous avons remarqué que les stagiaires apprennent à maîtriser de nouveaux outils sans forcément comprendre les logiques qui en découlent. Ils piochent souvent dans le catalogue en fonction de leurs besoins immédiats, mais aussi de leurs envies. Au final, rares sont les stagiaires qui suivent un parcours pédagogique cohérent. Le résultat ? Un savoir lui aussi fragmenté.

Néanmoins, de nombreuses organisations mettent en place des plans de formation pour contrer cet effet « consommateur ». En effet, acquérir une vision globale des problématiques et des solutions pour organiser nos données personnelles devient urgent et crucial.

## Penser le XXI<sup>e</sup> siècle

« *The illiterate of the 21<sup>st</sup> century will not be those who cannot read and write, but those who cannot learn, unlearn and relearn<sup>1</sup>.* »

Alvin Toffler, *Future Shock*, 1970.

Au XXI<sup>e</sup> siècle, notre pensée sera confrontée aux problématiques suivantes :

### *La pensée du XXI<sup>e</sup> siècle*

Caractéristiques	Aptitudes à acquérir
La surinformation	Visualiser, prioriser, organiser
La fragmentation du savoir	Intégrer, connecter, réfléchir
L'incertitude	Rechercher l'information, composer avec ce que vous ne savez pas
Les changements rapides	Être proactif, planifier, contrôler, anticiper
Les dilemmes complexes	Organiser, cartographier, structurer, analyser
La compétitivité	Être créatif, développer les produits et les services intellectuels

- La surinformation : nous sommes tous confrontés quotidiennement, de façon presque anodine, à la surinformation. Par exemple, sur Internet, une simple recherche Google peut renvoyer à plusieurs dizaines de milliers de réponses ! Mais « l'information n'est pas le savoir » a dit Albert Einstein : nous devons, en effet, apprendre à traiter les données pour les transformer en informations, puis en connaissances (voir dans le chapitre 1 la sous-partie intitulée « Passer des données à la connaissance », page 26).

1. « Les illettrés du XXI<sup>e</sup> siècle ne seront pas ceux qui ne savent pas lire ou écrire mais ceux qui seront incapables d'apprendre, de désapprendre et de réapprendre. »

- La fragmentation du savoir : multisource (livre, Internet, télévision...), mais aussi de provenances géographiques diverses, le savoir est désormais morcelé. George Siemens a dit : « J'aimerais voir l'apprentissage commencer par des connexions et non pas par du contenu. » En effet, nous devons apprendre à réaliser des connexions avec nos connaissances actuelles et entre différents nouveaux domaines que nous allons découvrir. Certains outils, comme le *mind mapping* par exemple, nous aident à établir ces connexions.
- L'incertitude : l'avenir et l'accroissement exponentiel du savoir, c'est aussi composer avec l'inconnu. Apprendre à rechercher et à évaluer ce que vous trouvez, mais aussi à découvrir ce que vous ne savez pas, devient une composante essentielle de votre travail.
- Les changements rapides : dans un monde en perpétuel mouvement, celui qui n'avance pas recule ! Fort de ce constat, nous devons nous doter d'outils intellectuels pour suivre et porter un regard critique sur l'évolution de notre société.
- Appréhender les dilemmes complexes : le monde dans lequel nous vivons se complexifie à mesure que nos connaissances s'accroissent. Résoudre des problèmes représente donc une capacité cognitive primordiale.
- La compétitivité : face à la montée de la mondialisation, la concurrence inter-États, inter-entreprises mais aussi inter-individus ne cesse de croître... Un moyen de résister à la concurrence des pays émergents (Chine, Brésil, Inde...) n'est-il pas de développer les produits et les services intellectuels ? Favoriser la créativité dans tous les domaines reste un bon moyen de garder une certaine avance face à la concurrence.

Certains rencontrent plus de difficultés à appréhender ces bouleversements technologiques que d'autres. Bien souvent (et de manière un peu schématique), ce sont ceux qu'on appelle les *digital immigrants*, en français les « immigrants numériques ». Nés avant la révolution technologique, ils se sont adaptés tant bien que mal aux nouvelles technologies de l'information. Comment les reconnaître ? C'est très simple, ils impriment encore les e-mails qu'ils reçoivent !

D'autres semblent plutôt bien s'acclimater à ce bain technologique : ce sont les *digital natives* (en français les « natifs numériques », terme inventé par Marc Prensky au début des années 2000), qui, comme leur nom l'indique, sont nés avec l'avènement d'Internet. Toutefois, même si ce sont la plupart du temps de très bons utilisateurs des nouvelles technologies, de récentes études montrent qu'ils rencontrent de réelles difficultés à maîtriser réellement l'information (notamment lorsqu'il s'agit d'en évaluer la fiabilité).

## L'arrivée des *digital natives*

*« Sous l'influence du numérique, d'Internet, de la téléphonie mobile, la société est en train de changer sous nos yeux sans qu'on en mesure spontanément la profondeur. Toute une génération se sert encore des outils numériques comme d'accessoires. La génération montante, elle, s'en sert comme d'un élément central de communication, d'éducation, de distraction. Quand elle aura pris le pouvoir, les fonctionnements vont changer en profondeur. »*

Maurice Levy, président-directeur général de Publicis (né en 1942)

Nés avec une console de jeux dans les mains, bercés par la musique mp3, les *digital natives* débarquent au sein de nos organisations. Certains sont même déjà là. Qui sont-ils ? Comment vont-ils bouleverser les entreprises ? Autant de questions qu'il faut se poser si nous ne voulons pas rater notre futur...

### Les organisations, un espace de cohabitation forcée ?

Les organisations sont à l'image de la société. La composition du personnel devient tout naturellement marquée par les évolutions sociologiques. Ainsi, en Occident, plusieurs générations cohabitent au sein d'une même organisation :

- les baby-boomers : individus nés entre 1945 et la fin des années 1950 ;
- la génération X : individus nés entre le début des années 1960 et 1978 ;
- la génération Y : individus nés entre 1978 et le milieu des années 1990 ;
- la génération Z : individus nés depuis le milieu des années 1990.

Les natifs digitaux regroupent les générations Y et Z, c'est-à-dire tout individu né après 1978. En quoi sont-ils différents de leurs prédécesseurs ? Pour eux, la technologie est naturelle. Elle fait partie intégrante de leur quotidien. La génération Z en particulier n'a jamais connu de monde sans ordinateur, ni Internet, ni téléphone portable.

Certains chercheurs avancent que même le fonctionnement de leur cerveau diffère car il évolue en fonction de leur environnement numérique. Cette thèse est plus que probable. Au cours de l'évolution humaine, le cerveau s'est en effet adapté à son environnement (et notamment à l'utilisation d'outils) : « Selon l'anthropologue Stanley Ambrose de l'université d'Illinois, il y a approximativement 300 000 années, un homme de Néandertal se rendit compte qu'il pouvait prendre un os avec sa main et l'utiliser comme un marteau primitif. Nos ancêtres eurent tôt fait d'apprendre qu'il était plus efficace de maintenir l'objet à frapper avec la main opposée. Ceci conduisit nos ancêtres à développer leur latéralité et à devenir droitiers ou gauchers. Tandis



qu'un côté du cerveau évolua pour améliorer la dextérité, le côté opposé se spécialisa dans l'évolution du langage<sup>1</sup>. »

Les avis s'accordent toutefois pour reconnaître la spécificité du comportement des natifs digitaux. Multitâches, ils excellent à jongler avec plusieurs activités : chatter tout en écoutant de la musique, télécharger un fichier tout en regardant une vidéo. L'environnement collaboratif constitue leur royaume : ils consacrent un temps non négligeable à entretenir leurs relations au travers des réseaux sociaux en ligne, comme Facebook par exemple. Ils peuvent toutefois souffrir d'un véritable déficit d'attention et ne sont pas forcément doués pour les relations interpersonnelles en face-à-face. Par ailleurs, ils ont tendance à prendre l'information tirée du web pour argent comptant (et ils savent rarement comment la vérifier).

S'agit-il d'une simple différence de génération ? La rupture semble plus profonde. Les natifs digitaux ne sont pas uniquement des simples consommateurs d'outils numériques. Nourris à la sauce 2.0 (voir définition de « web 2.0 » dans le lexique en fin d'ouvrage), ils créent désormais leurs propres outils : ils lancent un wiki<sup>2</sup> pour collaborer avec leurs collègues, ils tapent des commandes Ubiquity<sup>3</sup> sur Firefox pour surfer sur Internet. Leur façon de penser aussi diffère. Face à un problème, ils ne raisonnent pas forcément de façon cartésienne comme leurs prédécesseurs en tentant de trouver les causes. Élevés à l'ère du jeu vidéo, ils vont expérimenter les différentes solutions jusqu'à la réussite. Seul le résultat à brève échéance compte.

La dualité entre *digital immigrants* et *digital natives* s'est par ailleurs accompagnée d'une migration progressive vers une société du savoir. Désormais, nous sommes, pour la plupart d'entre nous, des travailleurs du savoir. Pourtant, très peu d'entre nous ont appris à maîtriser véritablement l'information.

## Muter vers une organisation numérique 2.0

La révolution numérique est en marche. Elle touche à la fois notre environnement, nos comportements mais aussi notre façon de penser. Les entreprises ne sont pas épargnées.

---

1. Traduction libre de Gary Small M.D. et Gigi Vorgan, *iBrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind*, éditions Collins Living, 2008, page 10.

2. Site web dont l'écriture est collaborative, voir lexique.

3. Si vous êtes un immigrant numérique, vous avez sûrement besoin de précisions ! Ubiquity est une extension du navigateur web Firefox. Elle permet d'interagir avec le web directement en ligne de commande.

Flux RSS, réseaux sociaux, wikis... Combien d'employés ou de cadres disposent de ces outils dans le cadre de leur travail ? Très peu à n'en pas douter. De nombreuses organisations sont en retard en ce qui concerne l'introduction professionnelle des outils 2.0. Pourtant, elles ne peuvent pas se réfugier derrière une question de prix : la plupart de ces technologies, hormis la formation, sont à faible coût. Aujourd'hui, elles doivent relever le défi d'une organisation toujours plus numérique, avec un personnel qui sera à terme différent. La présence d'employés et de cadres dotés de compétences différentes et complémentaires représente une véritable richesse pour les entreprises. Sauront-elles l'exploiter ?

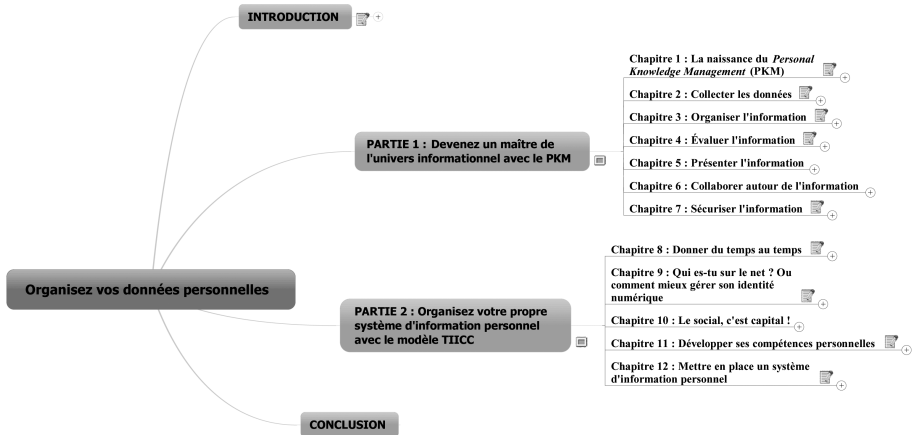
Les flux RSS, par exemple, peuvent se lire grâce à un lecteur gratuit comme RSS Bandit. L'utilisation des logiciels libres peut même permettre de réaliser de sérieuses économies, qui peuvent être réinjectées dans du matériel ou de la formation. Il s'agit davantage d'un changement de mentalités et d'un mode d'organisation à revoir, de passer d'une organisation hiérarchique à un système collaboratif.

## **Adopter le PKM**

Actuellement, le PKM (*Personal Knowledge Management*) peut répondre à cette problématique qui représente, dans les années à venir, un véritable enjeu, non seulement pour les individus, mais aussi pour les organisations. En français, le terme de PKM est traduit par « gestion des données personnelles ».

Pour esquisser une première ébauche, nous pourrions définir le PKM comme la capacité à la fois individuelle et personnelle d'apprendre continuellement, de s'adapter et de gérer ses connaissances pour réussir sa vie professionnelle et personnelle. Il s'agit notamment de transformer toutes les données qui nous assaillent (nous en avons trop) en connaissances (nous n'en avons jamais assez).

Toutefois, à ce jour, la notion de PKM reste un peu floue. Chacun y va de sa définition. En effet, les savoirs accumulés et développés par l'individu représentent un véritable kaléidoscope. Les appréhender dans leur totalité reste un challenge. C'est le défi relevé par ce livre.



## Les bénéfices de ce livre

Grâce à ce livre, vous relierez les différentes formations que vous avez suivies. Vous découvrirez les logiques inhérentes à chaque outil. Bref, vous apprendrez des connaissances transversales qui vous serviront tout au long de votre vie professionnelle, mais également personnelle.

Dans la première partie de notre ouvrage, vous apprendrez à devenir un véritable maître de l'univers informationnel. Nous reprendrons pour ce faire les éléments originels du PKM :

- collecter les données ;
- organiser l'information ;
- évaluer l'information ;
- présenter l'information ;
- collaborer autour de l'information ;
- sécuriser l'information.

### PARTIE 1 : Devenez un maître de l'univers informationnel avec le PKM

- Chapitre 1 : La naissance du *Personal Knowledge Management* (PKM)
- Chapitre 2 : Collecter les données
- Chapitre 3 : Organiser l'information
- Chapitre 4 : Évaluer l'information
- Chapitre 5 : Présenter l'information
- Chapitre 6 : Collaborer autour de l'information
- Chapitre 7 : Sécuriser l'information


Dans la seconde partie de notre ouvrage, nous assemblerons les pièces manquantes de notre système. En effet, les compétences liées au PKM ont elles aussi évolué. Désormais, de nouveaux éléments sont à prendre en compte, comme par exemple l'identité numérique et les réseaux sociaux.


Le PKM s'étend peu à peu vers la sphère du développement personnel et fait appel à des méthodes complémentaires (la GTD, ainsi que celles de Stephen Covey et de Peter Drucker) et à de nouveaux outils (*mind mapping*, etc.). Il peut alors s'aborder au travers de l'acronyme du modèle TIICC :


- Temps ;
- Identité numérique ;
- Information ;
- Capital social ;
- Compétences personnelles.


Ces cinq notions constituent autant de repères qui vous aideront à progresser vers tout le halo numérique qui nous entoure.


**PARTIE 2 : Organisez votre propre système d'information personnel avec le modèle TIICC**

Chapitre 8 : Donner du temps au temps  +

Chapitre 9 : Qui es-tu sur le net ? Ou comment mieux gérer son identité numérique  +

Chapitre 10 : Le social, c'est capital !  +

Chapitre 11 : Développer ses compétences personnelles  +

Chapitre 12 : Mettre en place un système d'information personnel  +

C'est en maîtrisant ces outils que nous pourrions prétendre à plus d'efficacité et d'aisance, aussi bien dans notre carrière professionnelle que dans notre parcours personnel. Le PKM a ainsi le pouvoir de changer notre propre perception de la vie, et d'améliorer notre quotidien très concrètement et durablement.

## COLLECTER LES DONNÉES

*« Cuanto mas informacion tenemos, mas preguntas podemos hacer<sup>1</sup>. »*  
Scott Tyler

### Pour une lecture efficace

De plus en plus, le travailleur du savoir lit des textes sur des supports numériques. Comme le remarque Yann Leroux, sur le journal en ligne Owni, le numérique constitue désormais une matière cognitive, « la nouvelle matière à penser de l'humanité<sup>2</sup> ».

Or, la lecture sur support numérique dégage certaines spécificités. Tout d'abord, la lecture à l'écran serait 25 % plus lente que sur papier. Une étude Useit<sup>3</sup> vient préciser ce phénomène : les lecteurs d'une page web ne lisent pas forcément moins vite, ils lisent moins. En effet, l'étude indique qu'en moyenne, les lecteurs d'une page web n'ont le temps de lire que 25 % du texte. Donc, moins la page comporte de texte, plus elle a de chance d'être lue en totalité.

Cependant, bien que la lecture soit plus difficile sur une page web, le taux de lecture est souvent supérieur au papier : « Une étude menée par le professeur Lewenstein de l'université de Stanford, et dont les résultats ont été publiés en mai 2000, indique que les articles en ligne seraient lus à 75 %... contre 20 à 25 % pour les articles imprimés (vis-à-vis desquels le lecteur est moins proactif)<sup>4</sup>. » Sur écran, la lecture s'oriente vers le scannage et le repérage. Lire une page web s'apparente à une lecture en diagonale. En bref, une lecture zapping.

---

1. « Plus nous avons d'informations, plus nous pouvons formuler de questions. »

2. Voir <http://owni.fr/2009/12/28/le-numerique-une-matiere-cognitive>

3. Voir [www.useit.com/alertbox/percent-text-read.html](http://www.useit.com/alertbox/percent-text-read.html)

4. Voir <http://www.redaction.be/electure/textesouimages.htm>

Autre spécificité de la lecture sur écran : une ligne de flottaison existe. Celle-ci est constituée par la partie de la page visible sur l'écran (c'est-à-dire sans recours à la barre de défilement). Seuls 22 % des internautes lisent la page au-delà de cette limite.

## Les outils des navigateurs pour lire plus vite

En dehors des modes de présentation utilisés par les rédacteurs web, d'autres moyens existent pour se repérer rapidement dans un long texte. Tout d'abord, l'usage de la molette de la souris facilite le balayage de la page. Ensuite, lors d'une recherche sur le web, pensez à utiliser la fonction « En cache » du moteur de recherche. Ce dernier surlignera les termes de votre requête dans la page de résultat. Attention, la fraîcheur des informations sera toute relative : elle datera du dernier archivage de la page par le moteur de recherche. Toutefois, une fois visualisés le ou les termes recherchés, rien ne vous empêche de relancer la recherche pour obtenir la page actuelle.

Par exemple, pour utiliser la fonction « En cache » de Google, cliquez tout simplement sur le lien hypertexte intitulé « En cache » situé en dessous du résultat.

### Fonction « En cache » de Google

The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the text "personal knowledge management" and the search button is labeled "Rechercher". Below the search bar, it indicates "Environ 36 100 résultats (0,17 secondes)".

On the left side, there is a navigation menu with options: "Tout", "Images", "Vidéos", "Blogs", "Plus", "Seclin", "Le Web", "Tous les résultats", and "Plus d'outils".

The main search results area shows a list of results. The first result is highlighted and includes the text: "OF - Le Personal Knowledge Management, ou comment mieux gérer vos ...". Below this, there is a snippet of code: "var topsy\_nick = "@@crld"; var topsy\_style = "big"; var topsy\_theme = "brick-red"; var topsy\_url ...".

The second result is "OF - Personal Knowledge Management" with a snippet: "Veille, intelligence économique, organisation personnelle, web 2.0. Des ...". Below this, there is a link to "www.outilsfroids.net/texts/PersonalKnowledgeManagement - En cache".

The third result is "Personal knowledge management - Wikipedia, the free encyclopedia" with a snippet: "[ Traduire cette page ] Personal knowledge management (PKM) refers to a collection of processes that an individual carries out to gather, classify, store, search, retrieve, ...".

The fourth result is "Personal Knowledge Management" with a snippet: "1 Dec 1999 ... What is personal knowledge management? It's a system designed by individuals for their own personal use. Knowledge management has been ...".

On the right side, there is an "Annonces" section with a link to "Knowledge Management 2.0" and a snippet: "La connaissance en réseau. 30 jours d'essai gratuit ! www.knowledgепlaza.net".

Google affichera la version de la page demandée détenue dans son cache. Les termes ou l'expression recherchés seront surlignés dans la page.

### Termes surlignés dans la page grâce à la fonction « En cache » de Google

Ceci est le cache Google de <http://www.outilsfroids.net/texte/PersonalKnowledgeManagement>. Il s'agit d'un instantané de la page telle qu'elle était affichée le 10 sept. 2010 06:55:44 GMT. La page actuelle peut avoir changé depuis cette date. [En savoir plus](#)

Les termes de recherche suivants sont mis en surbrillance : **personal knowledge management** [Version en texte seul](#)

**Outils Froids**  
Veille, intelligence économique, organisation personnelle, web 2.0. Des liens et du contenu!

**Infos**  
En direct du blog associé à mon livre :

Le blog de mon livre  
Recent Posts

Entreprise 2.0 - lu pour vous n°4 : 19/02/2010 au 19/03/2010

Mon livre offert pour un abonnement **feuille** mensuelle

Il s'agit d'outils et de services en ligne pour les webworkers :-)

20/12/09 - Sur mon autre blog cette semaine (2 billets)

07/12/09 - Sur mon autre blog cette semaine (3 billets)

31/05/09 - 15 outils visuels de gestion de l'information - 1 revue gratuite sur la visualisation de données

16/04/09 - L'e-book "Cultivez votre identité numérique" est disponible en ligne!

23/03/09 - Réflexions offline 2 : les vertus de l'écriture sur papier

18/03/09 - Réflexions offline 1 : déconnecter régulièrement n'est pas du temps perdu (au contraire)

11/11/08 - Sur TS : Pourra-t-on faire l'économie d'un peu de **Personal Knowledge Management**?

02/11/08 - Quelques centaines de services en ligne pour les webworkers :-)

31/10/08 - Iceberg n° 19 - 01/10/2008 au 31/10/2008 (24 items)

27/10/08 - Sur TS : La méthode pour se "manager soi-même" en 8 points de Peter Drucker

10/10/08 - Rejoignez le Twine PKM lancé par Outils Froids

Rechercher sur Outils Froids

Mon livre  
Le nouveau Christophe  
EUR 22,70  
amazon.fr  
Ouvrez le livre Plus d'infos

Rechercher Google  
Recherche personnalisée  
Aidez Google

Knowledge Management  
Manage business rules, know-how procedures and expertise  
www.optika.com

Par ailleurs, la plupart des navigateurs web proposent une fonctionnalité pour rechercher un mot dans une page web.

Évoquons pour terminer un petit outil particulièrement pratique. Il s'agit d'un *bookmarklet* (favori dynamique : voir lexique) intitulé Readability qui supprime tous les éléments d'une page web susceptibles d'en ralentir la lecture et en extrait le contenu textuel afin de le présenter en noir sur fond blanc. Il est récupérable à l'adresse suivante : <http://lab.arc90.com/experiments/readability>

## Vers une lecture hypertextuelle

Sur le web, nous naviguons également de lien hypertexte en lien hypertexte. Notre lecture devient hyperspatiale. Nous construisons notre propre chemin vers la connaissance, guidés dans notre quête par les rédacteurs web, auteurs des pages web que nous lisons. Bien souvent, nous tombons par hasard sur des informations intéressantes. Sans le savoir, nous nous adonnons à la sérendipité. Attention toutefois de ne pas se laisser envoûter par trop de contenus attractifs. Avant de vous lancer dans une recherche sur le web, donnez-vous une limite de temps ou réservez-vous des périodes de recherche en fin de journée.

Pour certains auteurs, de nombreux liens hypertextes affectent notre concentration : « Même si vous ne cliquez pas sur un lien, vos yeux le remarquent. Quelques neurones s'allument pour décider si vous allez cliquer ou non [...]. Plus il y a de liens dans un article, plus votre compréhension est affectée<sup>1</sup> », affirme le journaliste Nicholas Carr. En réponse, certains rédacteurs web suppriment les liens hypertextes du corps du texte pour les regrouper en bas de page.

## L'hypertexte total ou comment rendre l'information liquide

Avec l'avènement du web 2.0, l'interaction est désormais au cœur de la navigation sur le web. Pourtant, à ce jour, peu de navigateurs web offrent la possibilité de fluidifier notre quête d'informations. Grâce à son fonctionnement par modules, Firefox fait exception. Il dispose d'un plugin Hyperwords pour accroître votre productivité sur le net. En un clic de souris, il est possible de rechercher une définition sur Google, sur Wikipedia, partager vos trouvailles par e-mail, etc.

Le concept d'information liquide est simple : il s'agit de relier tous les mots d'une page web à tous les mots de tous les autres sites web. Bref, transformer chaque mot en hypermot donnant accès *via* le menu contextuel à des fonctionnalités personnalisables, comme traduire un mot, lancer une recherche à partir d'un terme précis, etc. L'idée est, à terme, de disposer d'une navigation Internet totalement personnalisée. Ce concept est relativement ancien. Il a été développé par Froge Eglan en partenariat avec Doug Engelbart (Vous l'avez reconnu ? C'est l'inventeur de la souris !). La philosophie du projet est présentée sur un site dédié, Liquid Information<sup>2</sup>. Les inventeurs ont développé le plugin Hyperwords pour concrétiser ce concept révolutionnaire.

### Hyperwords, un plugin qui ne paye pas de mine

Hyperwords est un plugin Firefox pour mettre en application le concept d'information liquide. Il est téléchargeable gratuitement à l'adresse suivante : [www.hyperwords.net](http://www.hyperwords.net) (disponible également pour Google Chrome et Safari).

- 
1. [www.20minutes.fr/article/574667/Sciences-Les-liens-hypertextes-affectent-ils-notre-concentration.php](http://www.20minutes.fr/article/574667/Sciences-Les-liens-hypertextes-affectent-ils-notre-concentration.php)
  2. [www.liquidinformation.org](http://www.liquidinformation.org)



## Automatisez votre collecte grâce aux fils RSS

### Qu'est-ce que le RSS ?

Le RSS est un format qui permet de s'abonner à un site web. Le fil RSS se lit avec un lecteur de flux RSS.

### Pour ne pas perdre le fil

Avec le fil RSS, plus besoin de consulter chaque jour un site pour obtenir ses actualités, ce dernier vous envoie directement ses informations. Les flux RSS ont révolutionné la collecte d'informations sur Internet. Apparu avec les sites web de génération web 2.0, le fil RSS est en fait un petit fichier XML. Il se matérialise un petit logo orange marqué par XML, RSS ou Atom, présent désormais sur la plupart des sites web.

#### Le logo RSS



Pour lire les flux RSS, vous devez disposer d'un lecteur de flux RSS, le plus souvent gratuit. Au choix, il peut être en ligne (ex. : Google Reader<sup>1</sup>) ou installé sur votre ordinateur (ex. : RSS Bandit<sup>2</sup>).

Avec les agrégateurs en ligne, vous pouvez consulter vos flux RSS n'importe où et n'importe quand à partir d'une simple connexion Internet et d'un navigateur web. Il n'est pas nécessaire de s'abonner pour personnaliser son agrégateur. Par définition, celui-ci est indépendant du système d'exploitation de la machine qui consulte le service web.

Les agrégateurs de flux RSS sur poste de travail, quant à eux, arrivent rapidement à saturation si vous disposez de trop nombreux abonnements. Par contre, sans connexion Internet permanente, une fois rapatriés, vous pouvez consulter vos flux hors ligne.

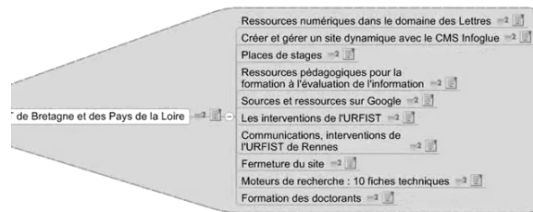
Plusieurs formats RSS coexistent : RSS 1.0, 2.0, etc. Des formats non RSS existent également. Le plus célèbre ? Le format Atom. Toutefois, la plupart des agrégateurs lisent l'ensemble des formats.

---

1. [www.google.fr/reader](http://www.google.fr/reader)  
 2. <http://rsshbandit.org>

Nota : certains logiciels de *mind mapping* (comme MindManager<sup>1</sup>) offrent la possibilité de lire vos flux RSS. Le titre de l'article composant le flux donne naissance à une branche qui détaille le contenu de l'article (voir la figure ci-dessous). La visualisation des flux sous la forme d'une carte heuristique<sup>®</sup> permet d'appréhender tout de suite les sites qui génèrent beaucoup d'articles. À l'aide des nuages qui regroupent un ensemble d'articles et de flux, vous verrez l'importance en termes de volume informationnel des différents sites ou des différentes catégories composant votre carte. Si vous réalisez une carte de capitalisation, c'est-à-dire une carte qui concentre l'essentiel de l'information sur un sujet donné, vous pouvez facilement organiser et donner du sens aux données reçues par RSS.

### Lire un flux RSS avec MindManager



Le blog Collectivité Numérique<sup>2</sup> propose gratuitement un *screencast* pour apprendre à lire un flux RSS avec MindManager<sup>3</sup>.

#### Qu'est-ce qu'un *screencast* ?

Un *screencast* est une capture vidéo d'un écran d'ordinateur. Cet enregistrement du déroulement d'une manipulation peut être accompagné par de l'audio. Les *screencasts* peuvent servir comme tutoriels pour expliquer le fonctionnement d'un logiciel. Le *screencast* comporte de nombreux avantages :

- il est rapide à produire ;
- la personne formée n'a pas forcément besoin de connaître certains termes techniques informatiques ;
- elle peut également suivre à son rythme l'explication donnée, voire effectuer un retour en arrière si elle n'a pas compris un point particulier.

Des logiciels dédiés existent pour créer des *screencasts*. La référence en la matière reste Camtasia<sup>4</sup>. Toutefois, certains logiciels gratuits existent, comme Camstudio<sup>5</sup> par exemple.

1. [www.mmdfrance.fr](http://www.mmdfrance.fr)
2. Le blog de Xavier Delengaigne : [www.collectivitenumerique.fr](http://www.collectivitenumerique.fr)
3. Voir <http://www.collectivitenumerique.fr/?p=1412>
4. <http://www.techsmith.fr/camtasia.asp>
5. <http://camstudio.org/>

## Agréateurs de flux RSS en ligne

Service	Adresse Internet	Remarques
Google Reader	<a href="http://www.google.fr/reader">www.google.fr/reader</a>	Possibilité de tagger les articles et d'effectuer un suivi.
Netvibes	<a href="http://www.netvibes.com">www.netvibes.com</a>	Pas de sauvegarde possible.
Feedly	<a href="http://www.feedly.com">www.feedly.com</a>	Feedly affiche les flux en provenance de Google Reader et de Twitter* sous la forme d'un magazine.

\* Twitter ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)) est un site de réseau social et de micro-blogging. Il permet d'échanger des messages brefs appelés *tweets*.

## Agréateurs de flux RSS sur poste de travail

Logiciel	Adresse de téléchargement	Remarque
RSS Bandit	<a href="http://rssbandit.org">http://rssbandit.org</a>	
MindManager	<a href="http://www.mmdfrance.fr">www.mmdfrance.fr</a>	MindManager n'est pas un agrégateur de flux RSS <i>stricto sensu</i> , mais une option fournie dans la version standard de ce logiciel de <i>mind mapping</i> permet d'agréger les flux RSS.
FeedReader	<a href="http://www.feedreader.com/">www.feedreader.com/</a>	

Le RSS comporte toutefois certaines limites. La plupart des sites proposent un flux unique pour l'actualité du site. Ainsi, votre abonnement RSS contient seulement les informations autorisées par l'auteur du site.

Pour une surveillance plus pointue, vous devez utiliser des agents de surveillance. « Les agents de surveillance permettent de surveiller des pages, des sites, ou parties de site web et d'être alerté soit par courriel, soit par un terminal mobile, soit par un signal visuel sur le bureau ou dans le logiciel lorsqu'un changement est intervenu<sup>1</sup>. » Le plus souvent, ils se présentent sous la forme d'un logiciel (WebSite Watcher<sup>2</sup>) ou d'un plugin (Update Scanner<sup>3</sup>). La plupart d'entre eux sont payants.

1. Véronique Mesguich et Armelle Thomas, *Net recherche 2010, le guide pratique pour mieux trouver l'information utile et surveiller le web*, ADBS éditions, 2010, page 180.

2. [www.website-watcher.fr/](http://www.website-watcher.fr/)

3. <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3362>

## Les pages sans fil

Certains sites web ne proposent toujours pas de RSS. Dès lors, comment suivre leurs actualités ? De nombreux outils permettent de suivre un site web dépourvu de RSS. Ils sont résumés dans le tableau ci-dessous.

*Suivre un site web dépourvu de RSS*

Solution	Site	Adresse
Créer un fil RSS	Ponyfish	<a href="http://www.ponyfish.com">www.ponyfish.com</a>
	Page2RSS	<a href="http://page2rss.com">http://page2rss.com</a>
	Rsspect	<a href="http://www.rsspect.com">www.rsspect.com</a>
Recourir à un service web	Watch That Page	<a href="http://www.watchthatpage.com">www.watchthatpage.com</a>
Créer des alertes par e-mail	ChangeDetection	<a href="http://www.changedetection.com">www.changedetection.com</a>
	Follow that page	<a href="http://www.followthatpage.com">www.followthatpage.com</a>
	Infominder	<a href="http://www.infominder.com">www.infominder.com</a>
Recourir à un plugin Firefox	UpdateScanner	<a href="https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3362">https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3362</a>
	Check4change	<a href="https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3028">https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3028</a>
Recourir à un plugin Chrome	Page Monitor	<a href="https://chrome.google.com/extensions/detail/pemhgk1kefakciniebenbfclihhmmfcd">https://chrome.google.com/extensions/detail/pemhgk1kefakciniebenbfclihhmmfcd</a>
Télécharger un logiciel dédié	Website Watcher	<a href="http://www.website-watcher.fr">www.website-watcher.fr</a>

## Comment bien mener une recherche sur le web ?

### Quand recherche-t-on de l'information ?

La recherche d'informations a pris une place importante dans notre quotidien de travailleur du savoir. La connexion permanente au web nous amène en effet à utiliser ce dernier comme une immense base de données dans laquelle nous piochons dès que le besoin s'en fait sentir, c'est-à-dire souvent ! Selon une étude Médiamétrie parue en avril 2010, 82 % des 36 millions d'internautes français avaient effectué en moyenne quatre-vingt-deux requêtes chacun sur des moteurs généralistes le mois précédent<sup>1</sup>.

1. Médiamétrie, *L'audience de l'Internet en France*, avril 2010 : [www.mediametrie.fr/Internet/communiqués/telecharger.php?f=36660e59856b4de58a219bcf4e27eba3](http://www.mediametrie.fr/Internet/communiqués/telecharger.php?f=36660e59856b4de58a219bcf4e27eba3)

Le chercheur Andrei Broder<sup>1</sup> a montré qu'il existait trois types de recherches en fonction du besoin caché derrière le problème à résoudre :

- Recherches navigationnelles : elles visent à trouver une page que l'on a en tête, soit parce qu'on l'a déjà visitée et qu'on pense la reconnaître lorsqu'on la verra, soit parce qu'on pense qu'elle existe. Exemple : si l'on cherche l'horaire des cars Air France, on suppose que la société a mis en ligne un site pour cela et on va tenter de le trouver.
- Recherches informationnelles : elles visent à trouver de l'information sur un sujet en procédant de manière exploratoire. Elles nécessitent généralement l'utilisation de plusieurs outils de recherche (moteurs, annuaires, métamoteurs...) et la consultation de plusieurs pages.
- Recherches transactionnelles : elles manifestent le désir d'atteindre des sites permettant de réaliser certaines actions. Exemples : acheter quelque chose, télécharger un fichier, interroger une base de données, un site de médias...

On aimerait que la recherche d'informations suive un processus totalement logique mais c'est en fait rarement le cas. Bien souvent en effet, nous nous précipitons sur Google (ou un autre moteur généraliste) dès qu'un début d'interrogation se fait sentir. Avec la qualité actuelle des algorithmes, même sans stratégie de recherche précise nous pouvons obtenir des résultats de qualité. Cette « non-technique » ne fonctionne cependant pas toujours. Si l'objet de notre requête s'avère particulièrement précis ou complexe, il sera nécessaire, d'une part, de mettre en œuvre un travail préparatoire basé sur la sémantique, et d'autre part, de maîtriser les opérateurs de recherche simples et avancés des moteurs choisis.

## Définir le périmètre de sa recherche

Cette étape a pour objectif de vous aider à exprimer vos besoins. Elle peut par exemple se structurer autour d'une méthode comme le QQQQCCP (Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Combien ? Pourquoi ?). Au départ, il s'agissait de la méthode QQQQCP : la question « Combien ? » a été ajoutée plus tard. Cette méthode va permettre d'attaquer un problème informationnel sous plusieurs angles. Comme on le verra, le QQQQCCP est un véritable couteau suisse pour formuler un problème.

---

1. Andrei Broder, *A Taxonomy of Web Search*, ACM SIGIR Forum, 2002.

On aurait cependant tort de penser que son adaptabilité rend cette méthode moins efficace. Elle a en effet fait ses preuves depuis longtemps puisqu'elle est attribuée à Quintilien, professeur d'éloquence et avocat ayant vécu au premier siècle de notre ère. Quelques siècles plus tard, l'écrivain Rudyard Kipling lui a également consacré un hymne :

« *I have six honest serving men  
They taught me all I knew  
I call them What and Where and When  
And How and Why and Who<sup>1</sup>.* »

Elle est notamment utilisée dans les démarches qualité, pour s'accorder sur un problème à traiter ou pour définir le périmètre et les objectifs d'un projet à lancer. En recherche d'informations, elle aide également à générer des idées. En effet, le télescopage d'une thématique avec chacune des six questions peut ne correspondre à rien de logique. Mais elle peut permettre de se poser une nouvelle question que nous n'avions pas encore envisagée initialement, ou encore de découvrir de nouveaux axes de recherche. Quoi qu'il en soit, évitez de vous forcer à mettre une réponse en face de chacune des six questions. Cette méthode ne doit pas être utilisée de manière scolaire. Elle est là pour provoquer le questionnement et aider à ne rien oublier. Si une des six questions ne semble pas pertinente dans votre cas, n'y répondez pas.

Vous pouvez mettre en œuvre cette méthode à l'aide d'un tableau. Toutefois, nous vous conseillons plutôt d'utiliser un *mind map* (carte mentale). Vous y ajouterez ainsi un travail du cerveau droit. En effet, selon différentes études menées grâce à l'imagerie médicale, le cerveau droit est plutôt le siège des couleurs, du traitement des images, tandis que l'hémisphère gauche est le lieu de l'analyse, des mots. La carte mentale stimule en même temps les deux hémisphères et apporte ainsi une véritable mobilité intellectuelle dans le traitement des données. Elle ne pourra qu'être bénéfique à une tâche nécessitant forcément souplesse d'esprit et créativité.

## La préparation sémantique de la recherche

Une fois les tenants et aboutissants de notre recherche mieux définis, nous allons pouvoir entamer une seconde phase. Elle consiste à recenser, préciser et traduire les différents mots-clés.

---

1. « J'ai six honnêtes serviteurs/Ils m'ont appris tout ce que je savais/Je les appelle Quoi et Où et Quand/Et Comment et Pourquoi et Qui. »

Mieux définir sa recherche avec QQQQCCP. Exemple : l'habitat écologique

Question	Déclinaisons des questions	Exemple
Quoi ?	De quoi s'agit-il : – État de la situation ? – Caractéristiques ? – Conséquences ? – Risques ?	Quels matériaux choisir pour bâtir une maison verte ? Trouver des comparatifs, des avis, des « bons plans »...
Qui ?	Qui est concerné ? Qui connaît le résultat ?	– Fabricants de matières premières ; – Associations professionnelles du bâtiment ; – Grandes surfaces pour le bâtiment ; – Consommateurs.
Où ?	Où cela se produit-il ? Où cela s'applique-t-il ?	Y a-t-il des pays proches de la France où ces matériaux seraient meilleur marché ?
Quand ?	Depuis quand le problème existe-t-il ? Questions de fréquence, périodicité, délais.	Peu pertinent ici.
Comment ?	De quelle manière cela se produit-il ? Peut-il se produire ? Dans quelles conditions ou circonstances ? Comment procède-t-on ? Avec quelles méthodes, procédures, moyens... ?	Quels moteurs, métamoteurs, annuaires, portails pourrais-je utiliser pour ces recherches ? Existe-t-il des outils de recherche thématiques sur ces thèmes ? Mais aussi : comment utilise-t-on tel ou tel matériau ? Comment s'installe-t-il ?
Combien ?	Combien cela va-t-il coûter ? (estimation) De quel budget dispose-t-on ?	Quel est le coût global d'un projet de ce type ? Quelle différence y a-t-il avec un projet classique ?
Pourquoi ?	Question transversale qui peut se poser en même temps que chacune des cinq autres.	Pourquoi cette recherche est-elle utile ? Pourquoi rechercher les acteurs de ce marché présente-t-il un intérêt ?

### **Recenser et préciser**

Lister les mots-clés qui vous semblent utiles pour vos recherches (par exemple, des synonymes ou des concepts liés). Pensez également aux variations singulier/pluriel et masculin/féminin d'un même mot. En effet, hormis Exalead, les moteurs de recherche actuels ne permettent pas encore de lancer une requête sur la racine d'un mot-clé (troncature). Nous allons pour cela utiliser plusieurs familles d'outils :

- les générateurs de mots-clés : ils permettent de trouver des mots-clés souvent liés aux vôtres dans les pages indexées par les moteurs de recherche ;

*Générateurs de mots-clés*

Nom	Description	Adresse
Google Suggest	Excellent service qui permet d'exporter les résultats sous forme d'un fichier CSV (voir lexique, format lisible dans Excel).	<a href="https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal">https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal</a>
Soovle	Service qui permet de voir les propositions dans plusieurs moteurs sur une seule interface. Privilégie les requêtes en anglais.	<a href="http://www.soovle.com">www.soovle.com</a>
KeywordEye	Service qui propose des suggestions sous forme d'un nuage de tags. Fonctionnalités avancées, dont le ciblage par langues.	<a href="http://www.keywordeye.co.uk">www.keywordeye.co.uk</a>

– les dictionnaires de synonymes : ils proposent des synonymes pour vos mots-clés ;

*Dictionnaires de synonymes*

Nom	Description	Adresse
CNRTL	Excellent dictionnaire en ligne (qui ne propose pas que des synonymes).	<a href="http://www.cnrtl.fr/synonymie">www.cnrtl.fr/synonymie</a>
Microsoft Word	Un dictionnaire de synonymes et d'antonymes assez complet apparaît en appuyant sur les touches « Alt + F7 » lorsque vous utilisez le logiciel.	
Lexipedia	Dictionnaire visuel en ligne qui propose notamment des synonymes et des concepts liés. Six langues dont le français.	<a href="http://www.lexipedia.com">www.lexipedia.com</a>

**Traduire**

Puisque nous nous intéressons à d'autres pays que la France, il nous faudra par exemple traduire nos mots-clés en allemand et en anglais. Nous utiliserons pour cela des outils de traduction en ligne.

*Outils de traduction*

Nom	Description	Adresse
Google Traduction	Le meilleur service de traduction automatique en ligne. Cent trente-cinq langues prises en compte.	<a href="http://translate.google.fr">http://translate.google.fr</a>
Globefish language tool	Plugin Firefox qui ajoute la traduction automatique de Google dans votre navigateur et vous permet de traduire en un clic n'importe quelle sélection de texte dans une page.	<a href="https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/7361">https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/7361</a>



## Outils de traduction

Nom	Description	Adresse
Le grand dictionnaire terminologique	Dictionnaire francophone avec traduction anglaise, y compris de termes techniques.	<a href="http://www.granddictionnaire.com">www.granddictionnaire.com</a>
Sensagent	Excellent service permettant de traduire trente-sept langues à partir de dictionnaires.	<a href="http://traduction.sensagent.com">http://traduction.sensagent.com</a>

## Les grands types d'outils de recherche

Trois grands types d'outils existent pour rechercher sur Internet : les moteurs, les métamoteurs et les annuaires. Le tableau ci-dessous récapitule les principales caractéristiques de chacun d'entre eux.

On a pu croire un temps les annuaires définitivement dépassés par les moteurs mais on s'aperçoit que les outils sociaux de type *social bookmarking* (voir notamment les chapitres 2 et 3, page 27 et page 57) comme Diigo ou Delicious sont en train de les réinventer. Les sources qu'on y trouve sont qualifiées de manière moins professionnelle puisque ce travail est réalisé par tout un chacun sur les favoris qu'il enregistre dans son compte. En revanche, il y a évidemment beaucoup plus d'items que dans un annuaire maintenu par des professionnels.

## Les opérateurs pour les moteurs de recherche généralistes

Nous ne comptons plus le nombre de fois où, au début d'une formation à la recherche d'information, nous avons entendu tel ou tel jugement définitif sur l'incapacité de Google à permettre de rechercher de manière précise. Connaître les outils est une chose mais savoir les interroger en est une autre. Aligner deux ou trois mots est une « méthode » qui ne permet pas d'accéder à des résultats suffisamment différenciés.

Il est donc nécessaire d'utiliser ce que l'on appelle des opérateurs. On distingue les opérateurs booléens qui doivent s'écrire en majuscule (AND, OR, NOT) des opérateurs avancés qui peuvent s'écrire en minuscule mais doivent nécessairement être suivis de deux points (« : »), sans espace avant ni après (exemple : filetype:pdf « veille stratégique » pour ne trouver que des fichiers au format .pdf traitant de veille stratégique). Seule une bonne connaissance de ces opérateurs permet d'exploiter à fond les moteurs de recherche.

## Comparatif des trois grands types d'outils de recherche

	<b>Moteurs</b>	<b>Métamoteurs</b>	<b>Annuaire</b>
<b>Objectifs</b>	Rechercher de l'information sur les pages web.	Rechercher de l'information sur les pages web.	Proposer un classement par rubrique des sites web afin d'en faciliter la recherche.
<b>Moyens</b>	Le moteur XY envoie des robots (des mini logiciels) parcourir les pages web afin d'en indexer les mots-clés. L'utilisateur final qui interroge le moteur XY avec un de ces mots-clés obtient comme résultat les pages dans lesquelles ils apparaissent.	Le métamoteur AZ interroge plusieurs moteurs de recherche puis dédouble et agrège leurs résultats (uniquement les cinquante ou cent premiers).	Des documentalistes ou des bénévoles experts d'un domaine examinent les sites web puis les valident lorsqu'ils sont de qualité et les classent au bon endroit dans le thésaurus de l'annuaire.
<b>Avantages</b>	Fonctionnalités de recherche avancées qui permettent de créer des requêtes puissantes sur des sujets pointus.	Interrogent en parallèle plusieurs moteurs, calculent la moyenne des résultats pour une même page et l'affichent en fonction de cette moyenne. Permettent de trouver facilement les informations provenant des sites connus.	Proposent une information validée par des experts.
<b>Inconvénients</b>	Chaque moteur dispose de sa propre syntaxe avancée d'interrogation. Temps d'apprentissage nécessaire.	Syntaxe d'interrogation peu évoluée car il faut utiliser le plus petit dénominateur commun entre tous les moteurs interrogés.	Nombre de sites indexés bien plus faible que les moteurs de recherche.
<b>Exemple</b>	Google : <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> Bing : <a href="http://www.bing.com">www.bing.com</a> Yahoo! : <a href="http://search.yahoo.com">http://search.yahoo.com</a>	ixquick : <a href="http://www.ixquick.com">www.ixquick.com</a> lboogie : <a href="http://lboogie.com">http://lboogie.com</a> Polymeta : <a href="http://polymeta.com">http://polymeta.com</a>	Open Directory : <a href="http://www.dmoz.org">www.dmoz.org</a> Ipl2 : <a href="http://www.ipl.org">www.ipl.org</a>

## Comparatif des opérateurs booléens et avancés dans quatre moteurs de recherche généralistes

	<b>Exalead*</b> <b>www.exalead.com</b>	<b>Google**</b> <b>www.google.com</b>	<b>Bing***</b> <b>www.bing.com</b>	<b>Yahoo!****</b> <b>www.search.yahoo.com</b>
<b>Opérateurs booléens</b>	AND = mot1 mot2 NOT = -mot1 OR = mot1 OR mot2	AND = mot1 mot2 NOT = -mot1 OR = mot1 OR mot2	AND = mot1 mot2 NOT = -mot1 OR = mot1 OR mot2	AND = mot1 mot2 NOT = -mot1 OR = mot1 OR mot2
<b>Recherche d'une expression</b>	« mot1 mot2 mot 3 »	« mot1 mot2 mot3 »	« mot1 mot2 mot3 »	« mot1 mot2 mot3 »
<b>Lemmatisation (recherche un mot, son pluriel, son féminin, etc.)</b>	Automatique si sélectionnée dans les options.	Non.	Non.	Non.
<b>Troncature (permet de remplacer une lettre dans un mot pour trouver ses variantes)</b>	Oui. Ex : chaus* donnera chausse, chaussees, etc.	Non.	Non.	Non.
<b>Rechercher dans le titre d'une page web</b>	intitle:mot1	intitle:mot1 allintitle:mot1 mot2	intitle:mot1 allintitle:mot1 mot2	intitle:mot1 allintitle:mot1 mot2
<b>Ciblage dans un seul site web</b>	site:www.abcd.net mot1	site:www.abcd.net mot1	site:www.abcd.net mot1	site:www.abcd.net mot1
<b>Rechercher un type de fichier particulier (.pdf, .ppt, .doc, etc.)</b>	filetype:ppt mot	filetype:ppt mot	filetype:ppt mot	Aller sur la page de recherche avancée.

\* Page listant les opérateurs de Google : [www.google.fr/help/operators.html](http://www.google.fr/help/operators.html)

\*\* Page listant les opérateurs de Bing : <http://msdn.microsoft.com/en-us/library/ff795620.aspx>

\*\*\* Page listant les opérateurs de Yahoo! : <http://help.yahoo.com/l/fr/yahoo/search/websearch/basics-04.html>

\*\*\*\* À noter que Yahoo! fait aussi cela très bien avec le même opérateur « site: ». Il renvoie vers le service Yahoo! Site Explorer qui vous permet alors de récupérer les résultats sous forme d'un fichier TSV.

### Comment retenir les opérateurs ?

Mieux vaut connaître par cœur quelques opérateurs plutôt que de devoir à chaque fois revenir au tableau ci-dessus. Une astuce très simple pour cela consiste à en sélectionner quelques-uns (cinq à sept maximum) et à les inscrire sur un post-it que l'on gardera à portée de vue (collé au bord de l'écran ou sur votre lampe de bureau par exemple). Au bout de quelques jours, on les connaîtra par cœur. Il sera alors temps d'en apprendre de nouveaux de la même manière.

## Les stratégies de recherche dans les moteurs

Connaître les outils et les opérateurs s'avère toutefois encore insuffisant. Des techniques simples existent en effet pour encore mieux cibler les pages qui vous intéressent.

### ***Cibler les titres***

Comme n'importe quel document, chaque page web dispose d'un titre donné par son rédacteur. Il reflète logiquement le sujet dont elle traite (on le trouve dans la bande colorée en haut du navigateur). Une recherche sur les titres va donc nous permettre de tomber, dans la plupart des cas, sur des pages *a priori* pertinentes puisque comportant nos mots-clés en intitulé. Pour rechercher ainsi dans Google, utilisez les opérateurs « intitle: » (un seul mot ou une expression entre guillemets) ou « allintitle: ». Exemple : intitle:« maison bioclimatique ».

### ***Trouver des pages-ressources***

Cette méthode permet de trouver des pages qui sont elles-mêmes des listes d'adresses web potentiellement intéressantes. Généralement, ces pages sont intitulées « favoris », « *bookmarks* » ou encore « liens utiles ». Pour les trouver, utilisez donc un opérateur de titres (voir ci-dessus) et des mots-clés de ciblage. Exemple : afin de trouver des pages listant des sites consacrés aux matériaux de construction écologiques, vous pourrez taper : intitle:favoris OR intitle:« liens utiles » AND « matériaux écologiques » OR « matériau écologique » OR « éco-matériaux ».

### ***Trouver les liens qui pointent vers une page web déjà connue***

Il s'agit de trouver des pages qui, *via* un hyperlien, citent une page web dont vous connaissez déjà l'adresse. Cette stratégie part d'un raisonnement analogique simple : si je dispose de l'adresse d'un site portail qui m'intéresse particulièrement et que je souhaite en trouver d'autres semblables, je vais m'en servir pour trouver les pages qui pointent vers celle-ci. Logiquement, ces dernières pourraient aussi

indiquer d'autres portails sur le même thème. L'opérateur à utiliser dans Google est « link: »<sup>1</sup>. Exemple : link:www.bio-construction.com

### ***Trouver des pages similaires à une page déjà connue***

Google dispose d'un opérateur basé sur un algorithme qui compare le contenu des pages qu'il indexe dans sa base de données. Il va vous indiquer celles dont le contenu est similaire. Si, comme dans la stratégie précédente, vous disposez de l'adresse d'un site portail intéressant et que vous souhaitez en obtenir des similaires vous allez pouvoir utiliser l'opérateur « related: ». Exemple : related:www.bio-construction.com

## **Des moteurs tous azimuts !**

On a tendance à se limiter aux grands moteurs généralistes alors qu'il existe depuis toujours des moteurs spécialisés qui permettent par exemple de cibler tel ou tel type de documents. Les lister tous serait impossible car il s'en crée de nouveaux chaque jour. Nous avons donc choisi quatre familles de moteurs thématiques qui nous semblent particulièrement utiles.

### ***Actualité***

Aujourd'hui, l'actualité est partout : nous n'en avons jamais consommé autant. Voici quatre moteurs très utiles pour mieux la trouver et l'exploiter.

#### *Moteurs de recherche d'actualité*

<b>Nom</b>	<b>Description</b>	<b>Adresse</b>
Google Actualités	Incontournable : il agrège en effet près de quatre cents sources francophones d'actualité. Par ailleurs, il dispose d'une déclinaison locale pour soixante-dix pays.	<a href="http://news.google.fr">http://news.google.fr</a>
Yahoo! Actualités	Le concurrent direct du précédent. Moins de sources prises en compte.	<a href="http://fr.news.yahoo.com">http://fr.news.yahoo.com</a>
Silobreaker	Permet d'exploiter l'actualité grâce à des outils de traitement statistique et graphique. Sources d'actualités en anglais uniquement.	<a href="http://www.silobreaker.com">www.silobreaker.com</a>
NorthernLight Search	Moteur spécialisé dans la presse économique. Sources en anglais uniquement. Permet de générer des alertes.	<a href="http://nlsearch.com">http://nlsearch.com</a>

1. Page listant les opérateurs d'Exalead : [www.exalead.fr/search/web/search-syntax/](http://www.exalead.fr/search/web/search-syntax/)

## Vidéo

Selon l'enquête Ipsos Profiling 2009<sup>1</sup>, la consultation de vidéos en ligne figure dans le top 10 des activités des internautes français. Les sites de partage de vidéo comme YouTube ou Dailymotion sont les premiers consultés par ceux qui regardent ce type de contenu (83 % au cours des trente derniers jours contre 41 % pour les sites des chaînes télévisuelles). Par ailleurs, la consommation de vidéos est accrue par les fonctionnalités virales proposées par ces services. Ainsi, 28 % des internautes qui les utilisent déclarent les transmettre à des personnes de leur entourage. Rechercher des vidéos est donc un besoin de plus en plus fort chez les internautes. Certains moteurs se sont logiquement penchés sur la question<sup>2</sup>. En voici quelques-uns.

### Moteurs de recherche de fichiers vidéos

Nom	Description	Adresse
Videosurf	Métamoteur et annuaire thématique de vidéos. Propose un plugin Firefox qui ajoute des vidéos aux résultats de Google.	<a href="http://www.videosurf.com">www.videosurf.com</a>
Truveo	Métamoteur de recherche de vidéos décliné pour dix-huit versions pays.	<a href="http://www.truveo.com">www.truveo.com</a>
Blinkx	Ce moteur indexe le contenu audio des vidéos et permet de rechercher à l'intérieur en texte intégral.	<a href="http://www.blinkx.com/">www.blinkx.com/</a>
Voxalead	<i>Idem</i> que Blinkx, mais il est spécialisé sur l'actualité et traite le français, l'anglais, le chinois, le russe, l'arabe et l'espagnol.	<a href="http://voxaleadnews.labs.exalead.com/">http://voxaleadnews.labs.exalead.com/</a>

## Document

Avec la production numérique liée aux blogs, wikis et réseaux sociaux, définir ce qu'est un document est de plus en plus délicat (Un *tweet* est-il un document ? Et un SMS ?). La production documentaire bureautique classique ne s'est toutefois jamais aussi bien portée. Nous sommes donc envahis de fichiers Word, PowerPoint mais aussi et surtout PDF. Or, cette production peut

1. Voir [www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/2900.asp](http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/2900.asp)

2. Voir aussi Christophe Deschamps, « Comment mettre en place une veille d'actualité audio et vidéo ? » sur son blog Outils Froids, 11 janvier 2010 : [www.outilsfroids.net/news/comment-mettre-en-place-une-veille-d-actualite-audio-et-video](http://www.outilsfroids.net/news/comment-mettre-en-place-une-veille-d-actualite-audio-et-video)

recéler des pépites. Il serait dommage de les laisser passer. Heureusement, pour les rechercher, plusieurs moteurs spécialisés existent.

### *Moteurs de recherche de fichiers type bureautique*

Nom	Description	Adresse
Scribd	Énorme répertoire dans lequel il est possible de déposer des documents afin de les mettre à disposition des internautes ou de les stocker en mode privé. Permet également d'importer les documents créés sous Google Docs.	www.scribd.com
Docstoc	<i>Idem</i> que Scribd. Possibilité de commercialiser sa production écrite.	www.docstoc.com
Google	En utilisant l'opérateur « filetype: », vous pouvez trouver les documents indexés en permanence par Google. Exemple : filetype:pdf « éco-habitat » OR « éco-construction ».	www.google.com
Docjax	Métamoteur spécialisé dans la recherche de documents bureautiques.	www.docjax.com

### **Temps réel**

Les usages liés au 2.0 se sont diffusés dans la société<sup>1</sup>, qu'il s'agisse d'usages privés, extimes (voir lexique) ou collectifs<sup>2</sup>. Les mécanismes liés aux réseaux sociaux génèrent de l'information en permanence et en temps réel, notamment des informations que l'on ne peut ignorer sans risquer de passer à côté d'une sévère critique de clients mécontents ou d'une attaque médiatique de la part d'un concurrent. De très nombreux moteurs sont apparus sur ce créneau depuis deux ans. Ils ne perdureront probablement pas tous. Nous en avons sélectionné trois qui nous semblent solides et qui disposent de fonctionnalités intéressantes<sup>3</sup>.

1. Le réseau Facebook compte 500 millions d'utilisateurs en 2010, soit approximativement un quart de la population mondiale d'internautes (selon les chiffres donnés par l'*International Telecommunication Union*).

2. Réseaux sociaux semi-publics de type LinkedIn ou privés pour les entreprises (avec des plates-formes comme Jive, BlueKiwi, Knowledge Plaza ou encore Jamespot Pro).

3. Voir aussi : Christophe Deschamps, « Comparatif de quatorze moteurs de recherche en temps réel » sur son blog Outils Froids, 11 janvier 2010 : [www.outilsfroids.net/news/comparatif-de-14-moteurs-de-recherche-temps-reel](http://www.outilsfroids.net/news/comparatif-de-14-moteurs-de-recherche-temps-reel)

*Moteurs de recherche « temps réel »*

Nom	Description	Adresse
Social Mention	Recherche par mots-clés dans les médias sociaux (blogs, micro-blogs, réseaux sociaux, commentaires...). Permet aussi de créer des alertes par mots-clés.	<a href="http://socialmention.com">http://socialmention.com</a>
Yauba	Mêle des informations issues des réseaux sociaux, sites de référence (Wikipedia), sites de questions-réponses... N'ajoute pas de cookies et ne retient pas de données personnelles.	<a href="http://www.yauba.com">www.yauba.com</a>
UberVu	Crée des courbes de tendance par requête et compare plusieurs tendances. Permet également d'extraire des sentiments (négatif/positif) et de générer des rapports dans sa version payante.	<a href="http://www.ubervu.com">www.ubervu.com</a>

## La recherche en mode social

Parmi les innombrables conséquences liées à l'arrivée du web 2.0 et des réseaux sociaux dans nos vies, il y a bien sûr le fait qu'ils génèrent une masse grandissante (et effrayante !) d'informations potentiellement utiles. On a coutume de dire que le poison secrète son antidote et c'est heureusement le cas ici. En effet, parallèlement à ce mouvement, de nombreux mécanismes se sont mis en place pour nous permettre de mieux filtrer l'information grâce aux membres des réseaux sociaux auxquels nous sommes inscrits. On parle alors de filtrage social ou de recherche sociale.

Le *social search* (« recherche sociale » en français) est défini par les chercheurs Ed Chi et Brynn Evans comme un mode de recherche qui utilise les réseaux sociaux et réseaux d'experts. De plus, le *social search* :

- est mené dans des espaces de travail partagés ;
- ou met en jeu des techniques de *social data mining* ;
- ou met en jeu des processus d'intelligence collective pour améliorer la recherche.

Concrètement, ces mêmes chercheurs ont dégagé trois stratégies types de recherche sociale qui s'appuient sur des familles d'outils différentes :

1. *Collective social search* : il s'agit ici de tirer parti des innombrables répertoires dans lesquels les internautes laissent des traces de leur passage, qu'elles soient implicites ou explicites. Les possibilités liées à cette stratégie sont nombreuses. Il peut s'agir par exemple d'interroger des moteurs de recherche « temps réel » (voir page 45), c'est-à-dire proposant des résultats issus de



réseaux sociaux. Le moteur de recherche de Twitter<sup>1</sup> est bien sûr ici en première ligne mais on peut également y ajouter ceux évoqués plus haut<sup>2</sup>. Les répertoires constitués par les services de *social bookmarking* (Delicious, Diigo, StumbleUpon... Voir chapitre 2, dans « Qu'est-ce que le *social bookmarking* ? » page 50, et chapitre 3, dans « Partez à la découverte des folksonomies » page 81) entrent bien évidemment dans cette stratégie, tout comme les services de *social news* (Digg<sup>3</sup>, Reddit<sup>4</sup>, Wikio<sup>5</sup>). Autre possibilité, les résultats des moteurs de recherche généralistes peuvent être améliorés par des éléments (tendances, mots-clés, *hashtags* – tags sur Twitter, voir lexique) tirés de services de type réseaux sociaux ou *social bookmarking*. Ainsi, lorsque l'on interroge Google, des résultats provenant de Twitter, Friendfeed, Facebook et d'autres services où les internautes sont susceptibles de partager de l'information avec les membres de leur réseau vont être intégrés aux résultats. Pour cela, il faut choisir à gauche des résultats, dans les options de Google, le menu qui commence par « Date indifférente » (ou « Any time » si votre version est en anglais), puis l'option « Les plus récentes » (ou « Latest »).

### Recherche du terme Obama sur Google

The screenshot shows a Google search interface. At the top, there are navigation links: Web, Images, Vidéos, Maps, Actualités, Shopping, Gmail, plus. On the right, there are links for Historique Web and Paramètres de recherche. The search bar contains the word 'obama' and a 'Rechercher' button. Below the search bar, there are search filters: 'Le Web', 'Pages en français', 'Pays : France', 'Date indifférente', and 'Les plus récentes' (highlighted). The search results section is titled 'Les plus récentes' and includes a sub-header 'Les nouveaux résultats s'affichent dès qu'ils sont disponibles. Interrompre'. The first result is 'EXPLOSION DANS UNE MINE EN NOUVELLE-ZÉLANDE | Photo - Yahoo' with a sub-link to a news article about Barack Obama. The second result is 'sbenglezuf53: On Fait Les Choses En 2.0.0.0 (Avec Mystik, Rohff & Pit Baccardi) How did obama win indiana - dlinkdns.com' with a sub-link to a Twitter post. The third result is 'vescarmeille: Nouveau post sur Viadeo : [TE] L'actu du jour : Sarko, Berlusconi, Obama - [TE] L'actu du jour : Sarko, Berlusconi, Obama - viadeo.com' with a sub-link to a Viadeo post.

1. <http://search.twitter.com> En juillet 2010, Twitter est devenu le deuxième moteur de recherche sur le web derrière Google, avec plus de 800 millions de requêtes par jour.
2. [www.socialmention.com](http://www.socialmention.com), [www.yauba.com](http://www.yauba.com), [www.ubervu.com](http://www.ubervu.com)
3. <http://digg.com>
4. <http://fr.reddit.com>
5. [www.wikio.fr](http://www.wikio.fr)

Par ailleurs, des modules complémentaires pour le navigateur Firefox (comme les plugins Webmynd ou Surf canyon<sup>1</sup>) existent. Ils permettent d'ajouter les résultats issus des réseaux sociaux à Google ou à d'autres moteurs généralistes.

2. *Friend-filtered social search* : il s'agit ici de permettre à l'utilisateur de rechercher dans des données et résultats déjà trouvés, accédés, partagés, notés et annotés par les membres de son réseau (« amis », « followers »...) ou les membres de leurs réseaux (« amis de mes amis »). Plusieurs solutions existent en ce sens tel Friendfeed<sup>2</sup>. La plus intéressante, par l'ampleur du projet, nous semble toutefois être Google Social Circle. Les pré-requis sont les suivants :

- être connecté sur son compte Google ;
- avoir activé son compte Google Buzz (via Gmail) ;
- avoir connecté ce compte à ses réseaux sociaux via l'option « Connected sites » (au moment où nous rédigeons ce livre, seul Twitter peut être connecté, pas Facebook).

Une fois ce service activé, lancez une recherche dans Google. Vous avez alors la possibilité d'afficher des résultats mis en partage par les membres de vos réseaux.

#### Résultats de Google en collaboration avec vos contacts

Results from people in your social circle for "**veille stratégique**" - BETA

**Veille stratégique et Intelligence Economique** :: [... البقطة و الذكاء](#) ...



(Reader Subscription) - Portail de la **Veille stratégique** et de l'Intelligence Economique au Maroc. Observatoire de l'économie, observatoire de la veille et l'IE, boîte à outils, ...  
[www.veille.ma/](http://www.veille.ma/)

**CRVS**



Christine Schmidt - connected via Christophe Deschamps on twitter.com  
6ème Masterclass Intelligence et **Veille Stratégique** le 8 et 9 juin prochain. ( formation en résidentiel dans l'hôtel Diana à Molsheim) ...  
[www.crvs.fr/](http://www.crvs.fr/)

**CRVS : Mission CRVS**

Le Centre Régional de **Veille Stratégique** (CRVS) a été créé par la Chambre  
[www.crvs.fr/tikiwiki/tiki-index.php?page=mission+crvs](http://www.crvs.fr/tikiwiki/tiki-index.php?page=mission+crvs)  
More results from Christine Schmidt »

1. [www.webmynd.com](http://www.webmynd.com), [www.surfcanyon.com](http://www.surfcanyon.com)  
2. [www.friendfeed.com](http://www.friendfeed.com)

3. *Collaborative social search* : ce mode de recherche apparaît lorsque deux personnes ou plus s'associent pour trouver la réponse à une question. Le « modèle physique » de cette collaboration est baptisé « *over the shoulder* ». Il désigne le type de recherche qui peut être mené par deux personnes travaillant dans un même bureau, l'une devant l'ordinateur, l'autre observant les résultats obtenus par la première et lui donnant, par exemple, des idées de mots-clés nouveaux à utiliser<sup>1</sup>. La version en ligne de ce mode de recherche sociale correspond aux services de type questions-réponses avec Yahoo! Answers comme modèle. Grâce aux réseaux sociaux, de nouveaux modèles de services de ce type apparaissent, avec des fonctionnalités permettant de multiplier les types d'interactions et, si nécessaire, de les cibler spécifiquement vers les membres de ses réseaux. C'est le cas par exemple d'Aardvark, Tribescape, Collabtweet, Facebook Q&A (en phase bêta au moment de la rédaction de cet ouvrage)<sup>2</sup> ou encore de Quora. Ce dernier permet par exemple de :

- poser des questions aux autres membres du service ;
- s'abonner aux questions et réponses posées par d'autres membres du service ;
- s'abonner aux thématiques (*topics*) dans lesquelles sont classées les questions ;
- diffuser sa question aux *followers* de son compte Twitter.

### Moteur de recherche Quora

The screenshot shows a Quora question page. At the top, there's a search bar with the text 'book (in english) on competitive intelligence analysis' and a navigation bar with links like 'Home', 'Inbox', 'Delengaigne Xavier', 'Settings', and 'Logout'. Below the search bar, there are tags for 'Competitive Intelligence', 'Competitive Intelligence Analysis', and 'Business Intelligence'. The question title is 'What are the best books (in English) on competitive intelligence analysis?'. It has 2 answers. The first answer is by Gilles Pol, who recommends two books: 'Competitive Intelligence Advantage: How to Minimize Risk, Avoid Surprises, and Grow Your Business in a Changing World' by Sheena Sharp and 'Competing On Analytics: The New Science Of Winning' by Thomas H Davenport & Jeanne G Harris. The second answer is by Ron Goedendorp, who says he hasn't read the recommended books but has read Fahey's book as a primer for developing systems with clear deliverables. On the right side, there are sections for 'Follow Question', 'Options', 'Related Questions', 'Share Question or Ask to Answer' (with Facebook, Inbox, and Email options), and 'Question Stats'.

1. Une étude menée par la chercheuse Meredith Morris a montré que, sur deux cent quatre employés interrogés, 88 % pratiquaient ce type de coopération. Source : « *A Survey of Collaborative Web Search Practices* », <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.137.9920&rep=rep1&type=pdf>
2. [www.vark.com](http://www.vark.com), [www.tribescape.com](http://www.tribescape.com), <http://anantgarg.com> (Collabtweet)

Dotés de ces nouvelles fonctionnalités, les services de questions-réponses classiques basculent progressivement vers les services de la deuxième catégorie (*Friend-filtered social search*) tout en permettant de conserver un accès direct aux membres de son réseau.

## Qu'est-ce que le *social bookmarking* ?

### Définition du *social bookmarking*

« Le *social bookmarking* (en français, « marque-page social », « navigation sociale » ou « partage de signets ») est une façon pour les internautes de stocker, de classer, de chercher et de partager leurs liens favoris<sup>1</sup>. »

Le terme « *social bookmarking* » (en français « service de marque-page social ») définit des services permettant aux internautes d'enregistrer des liens vers les pages qu'ils trouvent intéressantes. Par défaut, les favoris ainsi enregistrés sont publics. Toutefois, vous pouvez les rendre privés.

Lorsqu'ils sont en mode public, ces services permettent à tout un chacun de consulter les trouvailles de leurs membres facilement. En effet, elles peuvent être parcourues *via* les mots-clés (appelés tags) avec lesquels les utilisateurs les ont décrites au moment de l'enregistrement. Cet ensemble de mots-clés descripteurs crée, de fait, un classement que l'on nomme « folksonomie »<sup>2</sup>. Ce néologisme a été forgé en télescopant deux termes, « *folks* » qui en anglais signifie « les gens », et « taxonomie » qui désigne un plan de classement d'items structuré sous forme d'arborescence. Les services de *social bookmarking* créent ainsi au fil de l'eau un véritable annuaire du web, impossible à réaliser autrement car trop chronophage. C'est évidemment un « annuaire du pauvre » puisqu'il n'est généralement pourvu que d'un seul niveau hiérarchique, mais c'est un annuaire tout de même avec ses notices, titres, descriptions et mots-clés, et l'on n'a finalement pas trouvé mieux pour compléter les moteurs de recherche classiques.

## Utiliser les services de *social bookmarking*

Si l'on dénombrait en 2007 près de deux cents services de *social bookmarking*<sup>3</sup> le secteur s'est nettement « éclairci » depuis. Ceux qui comptent vraiment peuvent dorénavant se compter sur les doigts des deux mains.

1. [http://fr.wikipedia.org/wiki/Social\\_bookmarking](http://fr.wikipedia.org/wiki/Social_bookmarking)

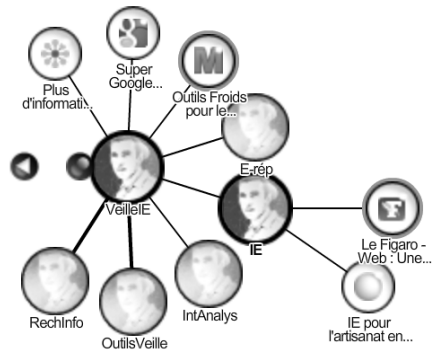
2. Nous verrons les folksonomies plus en détail page 81.

3. Source : <http://3spots.blogspot.com/2006/01/all-social-that-can-bookmark.html>

Une évolution à noter par ailleurs est la mise en ligne de services orientés vers les chercheurs et scientifiques. Ils sont dotés de fonctionnalités leur permettant d'adresser plus précisément les besoins de ces communautés. Un service comme 2Collab<sup>1</sup> permettra par exemple d'utiliser des formules chimiques complexes comme tags.

L'innovation peut aussi porter sur la manière de présenter les pages enregistrées. Ainsi Pearltrees (www.pearltrees.com), par exemple, enregistre chaque page web intéressante sous la forme d'une petite « perle ». Il permet de partager des cartes thématiques avec d'autres membres du service ou d'être averti de leurs découvertes en temps réel (*via e-mail*).

### Pearltrees



Ces services peuvent être utilisés de trois manières non exclusives pour :

- effectuer une veille sur les thèmes qui vous intéressent. On privilégiera alors les services ayant le plus d'utilisateurs pour multiplier les chances d'obtenir des résultats ;
- partager de l'information avec un groupe de personnes en mode public ;
- partager de l'information avec un groupe de personnes en mode privé. À notre connaissance, cette possibilité existe uniquement dans Diigo.

1. www.2collab.com Voir aussi www.connotea.org, www.citeulike.org

## D'autres idées pour utiliser votre compte de *social bookmarking*

Outre la veille, d'autres usages individuels sont envisageables. Voici quelques idées d'utilisation :

- Regrouper des pages annonçant des événements à venir afin de pouvoir, par exemple, les annoncer sur votre blog au moment opportun ou tout simplement ne pas les oublier. Vous pourrez créer des tags par thème événementiel bien sûr, mais aussi par date (jour/mois/année : jj/mm/aaaa).
- Constituer une base de données de personnes (gestion de contacts, intelligence économique, recrutement) pour enregistrer leurs pages profils sur les réseaux sociaux et leur adjoindre des tags pour les reclasser aisément par pays, centres d'intérêt, compétences, entreprise dans laquelle ils travaillent, etc. Certains services indexent les pages enregistrées en texte intégral (Diigo dans sa version payante). Grâce au moteur qu'ils mettent à disposition, vous pourrez rechercher par mots-clés dans ce contenu pour identifier qui dispose de telle compétence, qui a travaillé dans telle organisation ou qui vient de telle école. Si une personne dispose de plusieurs pages profils sur différents services, vous pourrez lui attribuer un tag qui servira d'identifiant unique. Vous l'ajouterez à chacune des pages la concernant (nom\_prénom ou NomPrénom par exemple).
- Stocker et structurer du contenu pour alimenter la rédaction de billets de blog, d'articles, de livres...
- Organiser des documents audio, vidéo, graphiques...
- Repérer les pages les plus populaires sur vos thématiques.

## Prenez des notes qui dénotent

De nombreuses méthodes de prise de notes existent, qui vont du linéaire au graphique. Dans cette partie, nous nous concentrerons sur celles effectuées dans un environnement numérique.

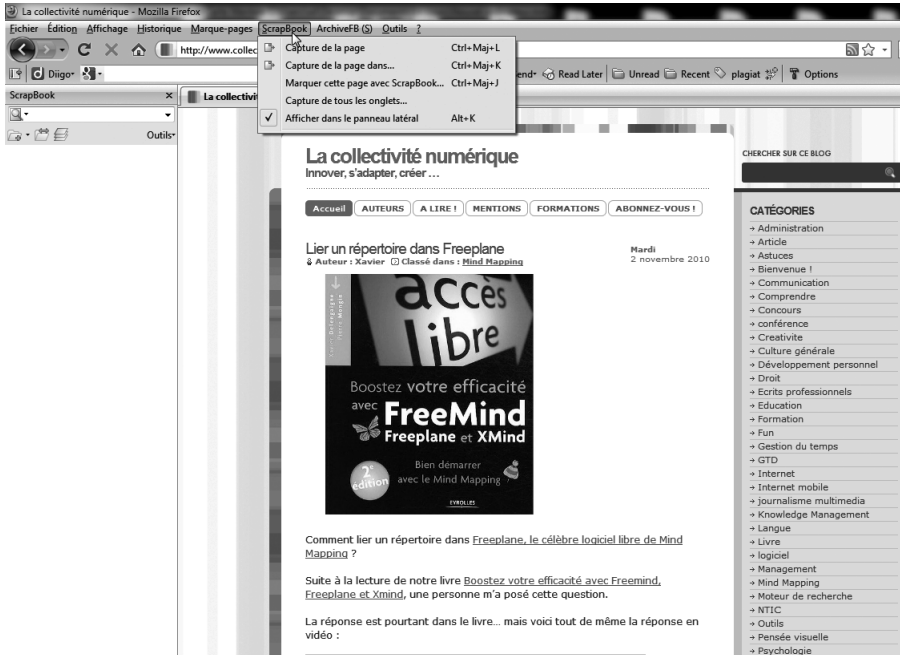
Naturellement, les principes classiques sur support papier restent tout à fait valables lors du passage au numérique. La prise de notes à partir d'un support numérique peut en effet se réaliser informatiquement ou manuellement. Cependant, le procédé informatique présente un gain de temps certain. Le copier/coller permet de sélectionner rapidement de l'information sur une page web, par exemple.

Plusieurs solutions s'offrent à vous pour prendre des notes électroniques, notamment sur le web.

## Le plugin pour navigateur

Scrapbook<sup>1</sup>, un plugin pour Firefox, offre ainsi la possibilité de copier des pages web sur son disque dur pour les travailler comme sur du papier. Vous disposez de surligneurs de couleur et de notes repositionnables. Vous pouvez même supprimer du texte de la page.

### Plugin Scrapbook pour Firefox



## Le site de social bookmarking

Comme nous l'avons vu précédemment, le *social bookmarking* permet de sauvegarder l'adresse web d'un site pour le retrouver facilement par la suite. Vous pouvez ajouter des commentaires sur la page, les marquer par des tags et partager vos trouvailles avec vos contacts par e-mail ou *via* votre réseau social Twitter ou Facebook le plus souvent. À ce jour, le plus utilisé reste Delicious<sup>2</sup>.

1. <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/427/>
2. [www.delicious.com](http://www.delicious.com)

Certains sites de *social bookmarking* offrent un plugin pour ajouter des fonctionnalités à la barre d'outils de votre navigateur web. Par exemple, Diigo<sup>1</sup> offre la possibilité de surligner de l'information sur une page web et de marquer une page comme à lire plus tard.

### Diigo, site de social bookmarking

The screenshot shows the Diigo website interface. At the top, there is a navigation bar with the Diigo logo and links for 'My Library', 'My Network', 'My Groups', and 'Community'. A search bar is located on the right side of the navigation bar. Below the navigation bar, there is a search result snippet for 'Mind Mapping Software' and 'elearning et serious game'. The main content area is titled 'My Library' and includes a filter by tags input field. On the left side, there is a sidebar with 'My Items (5345)' and 'My Tags (816)'. The main content area displays a list of bookmarked items, including 'CM65 - Mind Mapping - Organiser ses idées avec les cartes heuristiques', 'untitled', 'YouTube - SmartDraw Reinvents PowerPoint®', and 'Login - lino'.

Dans le prochain chapitre (page 57), nous verrons plus en détail les services de *social bookmarking*.

## Le service en ligne dédié à la prise de notes

À ce jour, Evernote<sup>2</sup> est sans doute le plus élaboré des services en ligne dédiés à la prise de notes. Il permet de copier une page ou une partie du texte dans un espace web réservé à votre prise de notes. Vous pouvez également envoyer des notes par e-mail grâce à une adresse dédiée.

Google Bloc-Notes<sup>3</sup> offre également un service de prise de notes simple et efficace.

1. [www.diigo.com](http://www.diigo.com)
2. [www.evernote.com](http://www.evernote.com)
3. [www.google.com/notebook/?hl=fr](http://www.google.com/notebook/?hl=fr)



## Evernote, un service en ligne pour prendre des notes

The screenshot shows the Evernote web interface. At the top, there are navigation links for 'Trunk', 'Settings', and 'Sign out (hanaka)'. Below the navigation bar, it says 'Showing 23 notes in formation'. The left sidebar contains a list of notebooks: 'À faire', 'ARTICLE', 'Blog collective numerique', 'formation' (selected), 'hanaka's notebook', 'LIVRE', and 'All Notebooks'. The main area displays a grid of note thumbnails, each with a title and a timestamp. The notes include: 'prise de notes', 'stress', 'mind mapping', 'ecrire pour le web', 'memoire', 'redaction administrative', 'memoire', and 'culture generale'. Each thumbnail shows a preview of the note's content.

### Une page Internet n'est pas éternelle

Attention à l'impression que tout ce que l'on trouve sur Internet continuera à vivre éternellement. Chaque jour, des pages, voire des sites entiers, meurent. Bien sûr, certains services web archivent le web, comme par exemple Archive.org<sup>1</sup>. Toutefois, à ce jour, aucun d'entre eux n'est exhaustif. Si vous trouvez un document particulièrement intéressant, téléchargez-le sur votre disque dur ou sauvegardez-le en ligne (*via* un bloc-notes en ligne comme Evernote par exemple) en plus de l'ajouter à vos favoris.

## RECHERCHER DES INFORMATIONS SUR INTERNET PAR ISABELLE MACQUART

Isabelle Macquart est actuellement responsable d'une médiathèque au sein d'une université. Investie depuis 2001 au sein de l'ADBS (Association des professionnels de l'information et de la documentation)<sup>2</sup> Nord-Pas-de-Calais, elle coanime le « club informatique documentaire ». Il s'agit de réunir les professionnels de l'information et de la documentation pour traiter d'un aspect de la profession ou présenter un outil, d'enrichir chacun et de permettre une mutualisation des connaissances ou des pratiques *via* un réseau professionnel.

*Le web 2.0 a-t-il révolutionné la recherche d'information sur le net ?*

Bien sûr, mais à mon sens, ce n'est pas du côté des modalités de recherche qu'il faut voir une révolution. Le web 2.0 permet à chacun de produire de l'informa-

1. [www.archive.org](http://www.archive.org)
2. [www.adbs.fr](http://www.adbs.fr)

tion mais les problèmes de la pertinence et de la fiabilité de la source restent entiers et ces problèmes sont au cœur de toute recherche.

Par ailleurs, les outils du web 2.0 ont décuplé la puissance des réseaux sociaux et du *push*, même si ces derniers préexistaient. Le *crowdsourcing* (utilisation de l'intelligence des internautes, voir lexique) et les réseaux sociaux ont considérablement changé la donne. Il y a beaucoup plus d'information disponible et elle circule plus vite et plus aisément. Des informations ou des services personnalisés sont aussi accessibles gratuitement ou à moindre coût car ils sont financés par la publicité faite sur ces sites.

Selon moi, l'aspect révolutionnaire tient dans les bouleversements sociaux et économiques. Le web 2.0 a fait émerger une nouvelle catégorie d'utilisateurs du web : les « pro-ams » (professionnels amateurs), des amateurs éclairés capables de rivaliser avec les professionnels du secteur. Le changement réside donc dans la démocratisation des outils et dans l'apparition d'une classe de « pronétaires » (internautes convaincus et avertis, voir lexique) et d'une fonction de « *community manager* » (gestionnaire de communauté, voir lexique).

*Dans quels cas utiliser un autre outil de recherche que Google ?*

Google est un outil puissant, trop puissant. Il faut, pour être efficace, réduire le « bruit » (voir lexique).

Dans une recherche d'information comme dans toute recherche, il faut d'abord savoir précisément ce que l'on cherche et à quel endroit on va le trouver ou, si l'on ne peut trouver immédiatement, savoir qui peut fournir des éléments ou permettre de remonter à la source. Le premier réflexe à avoir n'est donc pas forcément celui du moteur de recherche.

De plus, il est intéressant de sélectionner les moteurs de recherche en fonction du résultat souhaité. Utiliser un moteur spécialisé est gage d'efficacité. Prenons deux exemples : si l'on cherche une image, il faut d'emblée se poser la question de son usage. Il est plus efficace d'utiliser un moteur qui ne propose que des images libres de droit plutôt que d'utiliser Google et de sélectionner des images pour se rendre compte finalement qu'elles sont inutilisables.

De même, certains moteurs ne cherchent que sur des sites référencés et validés dans un domaine, ils garantissent ainsi la pertinence de l'information (ces moteurs utilisent parfois, par ailleurs, la technologie de Google). Une fois encore, c'est la compétence qui fait la différence : chacun peut utiliser Google mais le professionnel de l'info-doc (information et documentation) sait quel outil utiliser pour quel type de recherche. Il sait aussi où trouver car il connaît les sources d'information et sait surtout en évaluer la fiabilité et la pertinence.

## ORGANISER L'INFORMATION

« *Classer, c'est penser.* »  
Georges Perec

### Rangez votre bureau

#### Respectez les règles de proximité

Les déplacements, même petits, consomment du temps. Pour organiser votre espace de travail, respectez le principe de proximité : le plus utilisé correspond au plus proche.

#### Circulez, il n'y a rien à voir

Observez une nouvelle fois votre bureau. Les dossiers s'accroissent-ils inexorablement au fil du temps ? Comment faire bouger l'information pour éviter qu'elle ne stagne ?

Un moyen simple de faire circuler l'information est de disposer de simples bannettes sur votre bureau avec différentes fonctions :

- à transmettre : le but du jeu est de mettre le plus possible de documents dans cette bannette ;
- à faire : placez dans cette bannette les documents à traiter ;
- en attente ;
- à classer : attention de ne pas laisser stagner vos documents dans cette bannette.

Naturellement, votre poubelle (ou votre boîte de tri sélectif) ne doit pas rester loin afin de jeter les documents devenus inutiles.

## Ajoutez un peu de méthode GTD

Pour plus d'efficacité, vous pouvez appliquer la méthode GTD, « *Getting Things Done* » (elle sera développée plus en détail au chapitre 8 de cet ouvrage, page 147). GTD est une méthode d'organisation personnelle inventée par M. David Allen et popularisée par son livre *S'organiser pour réussir : Getting Things Done*<sup>1</sup> (méthode GTD).

Ajoutez une autre bannette intitulée « boîte de réception » (*inbox*) : centralisez tous vos documents et tout autre élément (clés USB...) dans cette bannette. Prenez ensuite chaque élément un à un, et posez-vous la question : une action est-elle possible ? Si cela prend moins de deux minutes ; faites-le toute de suite. Sinon, classez le document dans une des quatre autres bannettes.

Mettez votre instinct de conservation en sourdine : réduire le volume de documents est un bon moyen de simplifier votre organisation. Jetez donc les éléments devenus inutiles à la poubelle.

## Une fois, deux mais pas trois

Lorsque vous traitez une information (que ce soit un document ou un fichier), imposez-vous la règle des « une fois, peut-être deux, mais pas trois ». Qu'est-ce que cela signifie ? Tout au long de votre journée, vous ne devez pas toucher un document plus de trois fois ! Ajouter cette petite règle du jeu à votre activité vous permettra de gagner un temps considérable.

## Rangez au fur et à mesure

Pour un bureau propre, appliquez la méthode « *wipe as you go* » (littéralement, « nettoyer en allant », c'est-à-dire ranger au fur et à mesure). C'est un peu comme pour votre vaisselle, si vous attendez trop longtemps, les assiettes sales s'accumulent dans votre évier ! Respectez ce principe simple : quand vous prenez un dossier, rangez-le une fois terminé.

## Numérisez vos documents

Scanner ses documents est un bon moyen pour en finir avec la tonne de papiers qui encombre nos bureaux. Avec la dématérialisation, la numérisation a en effet le vent en poupe.

---

1. Leduc. S Éditions, 2008.

Toutefois, numériser ses documents pose certaines questions.

### ***De quel matériel faut-il disposer ?***

- Scanner un document prend du temps avec un matériel bas de gamme.
- Un espace de stockage est indispensable car un document numérisé prend de la place. Ajustez la taille de stockage à votre projet de numérisation.
- Pour de gros volumes de documents, utilisez un scanner à défilement ou un copieur scanner.

### ***Comment retrouver le document une fois numérisé ?***

La numérisation accroît le nombre de documents de façon exponentielle. Comment retrouver le bon fichier rapidement ? Vous pouvez utiliser un scanner à défilement couplé avec un moteur de recherche desktop (moteur de recherche local, c'est-à-dire situé sur votre ordinateur, voir lexique).

### **La taille, c'est important ?**

Que ce soit pour votre classement papier ou informatique, gardez toujours en mémoire la loi de Douglas : les dossiers et les documents s'entassent jusqu'à remplir l'espace disponible pour le rangement. Ainsi, plus la taille de votre disque dur sera importante, plus vous stockerez de fichiers. Limiter la taille de votre stockage, qu'il soit physique ou numérique, vous obligera à conserver l'essentiel.

#### **Maintenir votre bureau propre**

Pour ranger votre bureau la première fois, collectez tout ce qui s'y trouve, ainsi que le contenu de vos tiroirs et déposez le tout dans un grand carton. Puis prenez chaque élément de la pile du haut vers le bas. Traitez-le en fonction des différentes actions possibles : le jeter, le déléguer, le classer, agir.

Recommencez l'opération périodiquement si vous n'arrivez pas à maintenir votre bureau propre.

### **Ajoutez une date de péremption**

Dans son livre *Mind Performance Hacks*, l'auteur Ron Hale-Evans<sup>1</sup> présente une astuce pour pré-supprimer les documents (papiers ou numériques). Chaque fois que vous créez ou recevez un document, posez-vous la question : combien de temps vais-je avoir besoin de ce document ? La réponse peut être

---

1. *Tips et Tools for Overclocking Your Brain*, O'Reilly Media, 2006.

une date précise, ou une durée (avec la date de création ou de réception du document) : une semaine, un mois, un an. Soyez constant dans la façon de marquer la péremption de vos documents. Si votre document est « éternel », conservez-le de manière classique, avec une date de création mais sans date de péremption.

### ***Pour les documents papiers***

Marquez vos documents avec la date (mois, année) à laquelle vous pouvez le détruire.

Si vous travaillez sur un document le 13 juillet et que vous savez que vous en aurez besoin deux ou trois semaines, placez-le dans une pochette marquée « juillet ». Une fois le mois écoulé, vous savez que vous pourrez détruire le contenu de cette pochette.

### ***Pour les documents électroniques***

Créez un répertoire temporaire (nommé par exemple « Tmp »). Lorsque vous travaillez sur un document temporaire pendant la journée, placez-le dans ce dossier. Une fois la journée écoulée, supprimez le contenu de ce dossier.

Si vous devez travailler plus longtemps sur un document, créez un dossier pour le mois ou l'année. Exemple : « Tmp\_juillet » pour le mois en cours. « Tmp\_2010 » pour l'année en cours.

Pour les fichiers permanents, sauvegardez-les à l'endroit habituel dans l'arborescence de votre ordinateur.

## **Gérez vos contacts**

Tout comme une entreprise, vous devez gérer vos différents contacts. Inspirez-vous des évolutions des entreprises et transformez votre gestionnaire de contacts en un véritable CRM.

### **Qu'est-ce qu'un CRM ?**

L'acronyme CRM signifie en anglais *Customer Relationship Management*. En français, il se traduit par Gestion de la relation clients, soit GRC. C'est une typologie de logiciels pour gérer la relation clients, une sorte de super carnet d'adresses avec de multiples fonctionnalités. L'objectif est de parvenir à fidéliser ses clients en répondant le mieux possible à leurs attentes. Certains CRM sont payants, d'autres gratuits (Sugar CRM par exemple est gratuit et libre).

Là encore, respectez la règle du « faire au fur et à mesure ». Ajoutez dès que possible les nouveaux contacts dans votre gestionnaire. Ajoutez les précisions nécessaires en fonction de vos besoins : notez si le numéro de ligne est direct, ajoutez des commentaires sur la personne rencontrée, etc.

## Comment choisir votre gestionnaire de contacts ?

Prêtez attention aux éléments suivants :

- formats d'import et d'export ;
- synchronisation avec les terminaux mobiles ;
- coût ;
- options disponibles, notamment le nombre de champs disponibles pour qualifier votre contact.

Au choix, vous pouvez opter pour un gestionnaire de contacts en ligne (Plaxo<sup>1</sup>, Google Contacts) ou sur votre poste de travail. Avec le gestionnaire en ligne, vous pouvez accéder à vos contacts n'importe où et n'importe quand à l'aide d'une simple connexion Internet. C'est l'outil idéal pour les travailleurs nomades. Avec un client de messagerie, vous restez maître de vos données : elles sont stockées sur votre ordinateur.

## Optimisez le rangement de votre ordinateur

Perdez-vous un temps fou à rechercher vos fichiers ? Ils sont pourtant bien rangés. Mais avec le temps, face à la masse d'informations à trier et à organiser, vous vous laissez vite déborder. La recherche classique de votre système d'exploitation ne suffit plus. Les progrès des moteurs de recherche desktop vont-ils bientôt vous affranchir de tout rangement ?

## Comment ranger vos fichiers ?

Tout d'abord, afin de faciliter la sauvegarde de vos données, stockez vos fichiers dans un seul dossier racine.

---

1. [www.plaxo.com](http://www.plaxo.com)

### Pour Windows, le dossier « Mes documents » est-il adéquat ?

Pas forcément, car de nombreux logiciels l'utilisent par défaut pour stocker leurs informations (exemple : les fichiers reçus par Windows Live Messenger). Or, bien souvent, les données en provenance de ces logiciels n'ont pas besoin d'être sauvegardées.

Par contre, vous pouvez très bien utiliser le dossier bureau d'un utilisateur ; ainsi, vous sauvegarderez également les raccourcis vers vos principaux programmes.

Le rangement des fichiers peut suivre principalement quatre structures, au choix.

- Chronologique (quand ?) : les fichiers sont rangés dans des dossiers par année. Cette organisation est facile à mettre en place. Elle fonctionne particulièrement bien pour les activités récentes. Toutefois, sur le long terme, cette approche est moins efficace. Vous devez en effet vous rappeler la date de création du fichier plutôt que de penser en termes de contenu.
- Fonctionnelle (quoi ?) : la structure se base sur le contenu, en fonction de la catégorie, de la personne ou du projet. Cette approche fonctionne particulièrement bien avec un petit nombre de catégories. Par contre, si le nombre de données à gérer devient trop important, vous devrez créer des sous-catégories, au risque de vous perdre par la suite dans les fins fonds de l'arborescence. Par ailleurs, certains contenus peuvent être transdisciplinaires et appartenir à plusieurs catégories en même temps, ce qui peut poser problème.
- Par rôle ou comment l'information va être utilisée (comment ?) : vous créez des fonctions qui correspondent aux différents rôles que vous occupez dans votre vie. Par exemple, vous êtes membre d'une association. Au sein de ce système d'organisation, vous retrouvez plus facilement l'information archivée car elle est organisée en contexte d'utilisation. Le plus difficile reste bien souvent de déterminer les différents rôles que nous tenons. Par ailleurs, ces rôles évoluent au fil du temps. Les catégories des dossiers devront donc être mises à jour régulièrement. Cette organisation par rôle s'apparente aux principes de gestion de temps développés par Steven Covey (voir chapitre 11 page 195).
- Par outil (avec quoi ?) : certaines personnes sauvegardent leurs fichiers en fonction de l'outil utilisé. Les fichiers Word ensemble, les fichiers Excel ensemble, etc. Cette forme de classement est particulièrement inefficace.

Aucune de ces quatre formes d'organisation n'est efficace utilisée seule. Idéalement, vous devez mixer les structures selon la logique suivante :

#### *Organisation de l'arborescence des fichiers*

Niveau	Structuration	Exemple
1	Par rôle	Professeur, personnel
2	Fonctionnelle	/projet/personne
3	Chronologique	2010, 2009



Vous pouvez compléter l'organisation de vos fichiers en fonction de votre activité courante. Vous créez par exemple un dossier « Documents » dans lequel vous stockez temporairement les fichiers sur lesquels vous travaillez. Une fois le projet terminé, vous le basculez dans un dossier « Archives » en reprenant l'organisation citée ci-dessus : Par rôle > Fonctionnelle > Chronologique.

### Cartographier votre disque dur

Certains logiciels de *mind mapping* (comme Freemind<sup>1</sup> ou Freeplane, son *fork*) offrent la possibilité d'importer une arborescence de fichiers. Vous obtenez une carte avec vos différents dossiers et fichiers que vous pouvez recomposer à loisir sous la forme d'une carte. La structure et l'importance des dossiers deviennent plus visibles.

Attention, la plupart des logiciels de *mind mapping* créent uniquement des liens hypertextes vers vos fichiers. Si vous déplacez les fichiers sources, le logiciel ne les retrouvera pas.

Sur les sites MindManagement<sup>2</sup> et le blog de Xavier Delengaigne Collectivité Numérique, vous trouverez des tutoriels vidéos gratuits pour apprendre à vous servir de Freemind.

Limitez la profondeur d'arborescence de vos fichiers. Au-delà d'une hiérarchie de quatre niveaux, se repérer devient difficile.

Les nouveaux systèmes d'exploitation offrent désormais la possibilité de compléter votre rangement hiérarchique par dossier par un marquage de vos différents fichiers, à l'instar des tags sur le web. L'intérêt est évident : grâce à un mot-clé, un fichier peut être virtuellement à plusieurs endroits différents. Certains logiciels (comme Tag2Find<sup>3</sup>) offre également ce système de tags particulièrement utile pour les systèmes d'exploitation dépourvus de cette fonctionnalité (Windows XP par exemple).

Quelle que soit votre méthode, décelez une arborescence modèle par rôle, par projet et par année. Ensuite, installez un logiciel comme Treecopy<sup>4</sup>. Il recopie l'arborescence de vos dossiers en laissant de côté leur contenu.

Vous pouvez également identifier vos dossiers par une couleur avec des logiciels comme Icolorfolder<sup>5</sup>.

- 
1. [http://freemind.sourceforge.net/wiki/index.php/Main\\_Page](http://freemind.sourceforge.net/wiki/index.php/Main_Page)
  2. [www.mindmanagement.org](http://www.mindmanagement.org)
  3. [www.tag2find.com](http://www.tag2find.com)
  4. [www.rjlsoftware.com/software/utility/treecopy](http://www.rjlsoftware.com/software/utility/treecopy)
  5. <http://icolorfolder.sourceforge.net>

### Le livre *Bit Literacy: Productivity in the Age of Information and E-mail Overload* de Mark Hurst<sup>1</sup>

Cet ouvrage en anglais se veut un livre intemporel sur la gestion de l'information à l'aide de l'informatique. Pour une synthèse du livre en français, consultez le site suivant : [www.des-livres-pour-changer-de-vie.fr/bit-literacy-4](http://www.des-livres-pour-changer-de-vie.fr/bit-literacy-4)

Bien ranger ses photos devient vite également un véritable casse-tête. Si vous ne disposez pas d'un logiciel professionnel pour gérer vos photos, utilisez un logiciel de photothèque gratuit comme Picasa<sup>2</sup> par exemple.

### Ajouter de l'information à l'information

Comme le remarque justement David Weinberger dans son livre *Everything is Miscellaneous, The power of the new digital disorder*, paradoxalement, « la solution à l'abondance d'information, c'est plus d'informations<sup>3</sup> ».

L'auteur prend l'exemple des photos que nous prenons avec notre appareil numérique. Une photo prise d'une personne en vacances nommée DSC0125.jpg ne permet pas de la retrouver facilement dans la masse de données que nous engrangeons. Dans l'attente de techniques de plus en plus avancées de reconnaissance de forme, nous devons en effet ajouter des tags pour compléter : nom de la personne, nom du lieu, etc.

## Comment ranger votre bureau d'ordinateur ?

Pensez également à ranger votre bureau d'ordinateur. En effet, c'est votre premier contact avec l'ordinateur. Respectez les règles suivantes :

- limitez au maximum le nombre d'icônes présentes ;
- organisez votre espace de travail en zones : par exemple, dans une zone, regroupez les raccourcis vers vos logiciels de PAO (Publication assistée par ordinateur) et de retouches d'images ; dans une autre zone, regroupez les raccourcis vers vos dossiers en cours ; etc. Un logiciel pour Windows peut réaliser cela automatiquement pour vous. Il s'agit de Fences, dont la version basique est gratuite ([www.stardock.com/products/fences](http://www.stardock.com/products/fences)).

1. Good Experience, 2007.

2. <http://picasaweb.google.com/home?hl=fr>

3. David Weinberger, *Everything is Miscellaneous, The power of the new digital disorder*, Henry Holt & Company Inc, 2008, page 13.

## Comment bien nommer vos fichiers ?

À ce jour, aucune norme (AFNOR, ISO, CNE) n'existe sur le nommage des fichiers. Pourtant, avec un partage des fichiers toujours plus important *via* Internet, le nommage des documents est important. En effet, qu'observons-nous ? Les documents sont désormais élaborés non seulement à partir d'une pluralité de logiciels (Word, OpenOffice) mais également à partir de systèmes d'exploitation différents (Linux, Windows, Mac). Bien nommer un document demande donc des précisions résumées dans le tableau ci-dessous.

*Bien nommer vos documents\**

Pour...	Faire
Attribuer un nom de fichier simple à comprendre	<ul style="list-style-type: none"> <li>– utiliser 25 à 64 caractères maximum ;</li> <li>– supprimer les mots superflus : « le », « à » ;</li> <li>– pour le type de documents, utiliser des acronymes en majuscule ex. : CR pour compte rendu</li> <li>– éviter les caractères non-alphanumériques : l'astérisque, le dièse, les accents, les guillemets (français ou anglais), les points d'exclamation, d'interrogation, de suspension, les signes d'opération (+, -, *, /), la barre verticale, les signes de comparaison (&lt;, &gt;, =) et les crochets. Windows empêche normalement l'utilisation de ces signes. Toutefois, tous les systèmes d'exploitation ne le font pas.</li> </ul> <p>D'autres contraintes de nommage s'ajoutent pour les URL :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– éviter les répétitions ;</li> <li>– éviter le pluriel sauf exception (nom de personnalité, etc.).</li> </ul>
Délimiter les mots	<p>Utiliser des :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– lettres capitales : « Livre_Projet » ;</li> <li>– des tirets bas (<i>underscores</i>) et des tirets simples ;</li> <li>– les tirets bas pour séparer les différents éléments du titre : « Livre_Projet » ;</li> <li>– les tirets simples pour séparer les mots d'un même élément : « Livre_Projet-Sommaire » ;</li> </ul>
Un nom de document avec un numéro	Coder à deux chiffres : « projet-02 ».
Un nom de document avec une date	Utiliser les formes : « aaaa-mm-jj », « aaaa-mm », « aaaa », « aaaa-aaaa » (« a » correspondant à l'année, « m » au mois, « j » au jour).
Un nom de document avec un patronyme	Indiquer d'abord le nom puis le ou les initiales du prénom.
Un numéro de version	Indiquer la version avec un V majuscule suivi du numéro de version avec un codage à deux chiffres : « projet-01_V01 ».

\* Adapté d'un mail du 23/06/2010 reçu de la liste de diffusion de l'ADBS, rédigé par Caroline Tete, documentaliste.

Trouver un intitulé explicite est important. Grâce à lui, vous retrouverez plus facilement un fichier. De plus, vous n'aurez pas forcément besoin de l'ouvrir pour obtenir une idée de son contenu.

Plusieurs solutions sont possibles pour nommer vos fichiers (une fois votre choix effectué, conservez-le pour éviter la confusion) :

- date\_sujet.extension
- initiales\_date\_sujet.extension

Ainsi, un fichier de Xavier Delengaigne du 15 janvier 2009 avec pour objet un bon de commande pour des imprimantes pourra se nommer : « XD\_09-01-15\_Bdc\_Imprimante ».

La plupart des logiciels permettent de connaître l'auteur du document grâce à ses propriétés. Toutefois, marquer les initiales de l'auteur du document représentera un gain de temps important. En un coup d'œil, vous verrez par exemple que vous êtes l'auteur du document.

Indiquez la date en commençant par l'année puis le mois et le jour permettra de trier vos fichiers par ordre croissant ou décroissant au sein de l'affichage de votre explorateur de documents.

Vous pouvez codifier les différentes fonctions : L pour lettre, etc. Attention toutefois de vous souvenir du sens de vos abréviations. Bannissez les espaces. Avec un tiret ou un tiret bas, le nom de votre fichier sera conservé quel que soit le système d'exploitation : Windows, MacOS, Linux, etc. Pour les fichiers à destination du net, suivez le même principe. En effet, sur le web, les espaces sont remplacés par « %20 ».

Naturellement, vous pouvez déroger à votre règle de nommage, notamment pour les fichiers modèles.

Si vous êtes un adepte de la méthode GTD, vous pouvez ajouter un « @ » au début du nom de votre fichier pour :

- identifier l'importance d'un fichier ;
  - un @ peut signifier « peu important » ;
  - @@ « important » ;
  - @@@ « très important ».

*Cette méthode peut s'avérer particulièrement intéressante si vous collectez de nombreux fichiers sur une thématique particulière par exemple. Elle vous permettra de constituer une hiérarchie entre vos différents fichiers.*

- indiquer le dernier fichier sur lequel vous avez travaillé ;

*En effet, les fichiers avec un @ en début de nom s'afficheront en premier lors d'un affichage en mode croissant.*

Si vous travaillez en équipe, pensez à définir une charte de nommage. Ainsi, en votre absence, vos collègues pourront s'y retrouver dans vos fichiers.

Le nombre de fichiers à renommer est trop important ? Utilisez donc un logiciel spécialisé pour les renommer. Pour les photos, vous pouvez utiliser la version gratuite de PhotoFiltre<sup>1</sup>. Grâce à ce logiciel, vous pourrez également convertir à la volée vos photos dans un autre format.

Attention également à la longueur de vos noms de fichiers. En effet, au-delà de la lisibilité, la plupart des logiciels de sauvegarde bloqueront la copie si le nom de fichier est trop long.

## Jetez à la corbeille

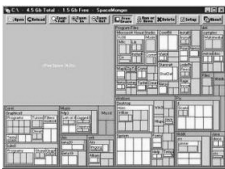
La loi de Douglas est implacable : « Dossiers et documents s'entassent jusqu'à remplir l'espace disponible pour le rangement. » Ne suivez pas systématiquement votre instinct de conservation : supprimez les fichiers devenus inutiles. Votre disque dur en sera d'autant plus léger. En toute logique, moins vous avez de fichiers, plus il sera facile de vous y retrouver. Diminuer la masse d'informations vous permettra de simplifier votre recherche.

Par où commencer ? Par les dossiers et fichiers les plus volumineux naturellement ! Comment les reconnaître ? Vous pouvez par exemple regarder leurs propriétés en affichant les détails.

Toutefois, si votre disque dur contient de nombreux dossiers et fichiers, cette méthode sera longue. Comment faire dès lors ? Utilisez la visualisation de l'information. Téléchargez le logiciel SpaceMonger<sup>2</sup>. Il analysera votre disque dur. Puis, il affichera son contenu sous la forme de clusters en fonction de la taille de vos dossiers. En un coup d'œil, vous identifiez les fichiers volumineux présents sur votre disque. Vous pourrez directement les supprimer à partir de SpaceMonger.

## Plus besoin de ranger !

*SpaceMonger*



Le temps du désordre est-il revenu ? Avec l'arrivée des moteurs de recherche desktop puissants, la corvée de ranger méticuleusement ses fichiers va peut-être bientôt disparaître. Ces logiciels indexent le contenu de votre ordinateur. Comme sur Internet, vous pouvez lancer une

1. <http://www.photofiltre-studio.com>
2. [www.sixty-five.cc/sm](http://www.sixty-five.cc/sm)

recherche à partir de mots-clés. Le résultat est bien souvent plus pertinent qu'avec la recherche Windows par exemple (cependant, la recherche avec Windows 7 est devenue très efficace aussi).

De nombreux moteurs de recherche desktop gratuits existent :

*Principaux moteurs de recherche desktop*

Nom	Adresse Internet
Google Desktop	<a href="http://desktop.google.com/fr/">http://desktop.google.com/fr/</a>
Copernic Desktop Search	<a href="http://www.copernic.com/fr/products/desktop-search/index.html">www.copernic.com/fr/products/desktop-search/index.html</a>
Windows Desktop Search	<a href="http://www.microsoft.com/windows/desktopsearch/fr/default.mspx">www.microsoft.com/windows/desktopsearch/fr/default.mspx</a>

### Attention

Ces logiciels nécessitent une configuration suffisante pour ne pas gêner le fonctionnement quotidien de votre ordinateur. De plus, malgré les clauses de confidentialité indiquées par ces moteurs, il convient toutefois de rester prudent si vous disposez de données sensibles sur votre ordinateur.

## Gérez votre messagerie : de quoi je me mail ?

Arrivez-vous à suivre constamment le flot continu de vos mails ? Avec le temps, vous avez adopté certaines stratégies pour gérer votre boîte mail. Mais bien souvent, vous restez débordé. Découvrez de nouveaux conseils pour gérer au mieux vos mails au quotidien.

Réservée d'abord à certains privilégiés, la messagerie s'est peu à peu diffusée dans l'ensemble des organisations. Sa diffusion a bien souvent été anarchique à ses débuts. Certaines organisations ont d'ailleurs mis en place des chartes de bon usage de la messagerie. Ainsi, l'ORSE (Observatoire sur la responsabilité sociétale des entreprises)<sup>1</sup> a produit un projet de charte pour un bon usage des messageries électroniques dans un cadre professionnel.

Elle est le fruit de l'analyse d'un constat élaboré par des études scientifiques : « 56 % des personnes interrogées consacraient plus de deux heures par jour à la gestion de leur boîte de réception. 38 % recevraient plus de cent e-mails par jour. Bien que 65 % des personnes interrogées disent vérifier leur messagerie toutes les heures, elles le font en réalité bien plus souvent : toutes les cinq minutes, soit plus de quarante fois par jour. "Consulter ses e-mails n'est

1. [www.orse.org](http://www.orse.org)

plus un acte conscient et délibéré mais une sorte de compulsion dont [les personnes] sont à peine conscientes", explique un chercheur. Soixante-quatre secondes : c'est le temps que l'on met en moyenne pour reprendre le fil de sa pensée lorsqu'on est interrompu par l'arrivée d'un e-mail. Essayer de se rappeler ce que l'on faisait dans les minutes précédant l'arrivée de l'e-mail représente une perte de temps de huit heures et trente minutes par semaine ! 70 % des managers déclarent souffrir de surcharge informationnelle et 94 % pensent que la situation ne peut que se détériorer<sup>1</sup>. »

Cette charte propose seize recommandations pour mieux utiliser la messagerie :

1. S'interroger sur la pertinence de l'envoi d'un message électronique.
2. Éviter d'utiliser sa messagerie électronique à des fins extra-professionnelles ou pour des motifs prohibés par la loi.
3. Indiquer de manière explicite l'objet du message.
4. S'obliger à une rigueur de forme dans la rédaction de l'e-mail.
5. Ne pas abuser de l'envoi de pièces jointes.
6. S'interroger pour savoir qui devront être les destinataires de l'e-mail.
7. Utiliser avec modération la fonction « Copie » pour les destinataires de l'e-mail.
8. S'interroger sur le moment le plus opportun d'envoi d'un e-mail.
9. S'assurer que le destinataire a bien pris connaissance de l'e-mail.
10. Gérer au mieux la réception des messages en cas d'absence prolongée.
11. Travailler en mode hors connexion.
12. Ne pas chercher à répondre immédiatement aux e-mails.
13. Appréhender le niveau de complexité de la réponse qui devra être formulée.
14. S'interroger avant de répondre à toute la liste de diffusion créée par l'expéditeur.
15. S'interroger pour savoir si une réponse par e-mail est l'outil le plus approprié pour répondre à son interlocuteur.
16. Définir une stratégie de conservation de ses e-mails<sup>2</sup>.

---

1. <http://cgc-assurance.com/V2/images/stories/documentation/ntic/bonusagedestic.pdf>

2. *Ibid.*

## Traiter le problème en amont

### *Le téléphone pleure...*

Dans un premier temps, demandez-vous si l'e-mail représente l'outil adéquat au regard des autres solutions disponibles :

- fax ;
- téléphone ;
- rencontre.

Certes, la plupart du temps, nous envoyons un e-mail pour obtenir une trace. De cette façon, nous nous sécurisons. Pourtant, bien souvent, un simple coup de téléphone suffit, non ? Lorsque la communication nécessite de nombreux échanges, une rencontre en face-à-face ou une conversation téléphonique est mieux adaptée. Parfois, la meilleure façon de bien organiser sa boîte mail, c'est tout simplement de ne pas envoyer systématiquement un e-mail !

### *Diminuez le nombre d'e-mails reçus*

Le nombre d'e-mails reçus est proportionnel aux e-mails envoyés. Envoyez donc moins d'e-mails pour en recevoir moins !

**Plus vous envoyez d'e-mails, plus vous en recevrez !**

« Chaque e-mail génère en moyenne deux réponses. » N'abusez donc pas de ce média.<sup>1</sup>

Désabonnez-vous des newsletters et des listes de diffusion devenues inutiles. Si une liste de diffusion vous envoie trop de messages, votre boîte de réception risque de se retrouver rapidement encombrée. Certains e-mails importants se fondront dans la masse et passeront inaperçus... Si vous ne voulez pas vous désabonner, vous pouvez regrouper tous les e-mails d'une liste de diffusion dans un dossier spécifique via une règle de messages afin de les consulter quand vous aurez le temps.

Supprimez également toutes les notifications de vos réseaux sociaux Facebook, Twitter, etc.

1. <http://bizz.rnews.be/fr/economie/business/business-tips/cinq-pistes-pour-bien-rediger-vos-mails/article-1194635823481.htm>



## Attention aux pièces jointes

Attention à ne pas abuser des pièces jointes. Des pièces jointes volumineuses peuvent :

- ralentir la connexion Internet : bien que le débit du réseau des organisations augmente constamment, il a bien du mal à suivre le rythme ;
- saturer la boîte mail de votre correspondant : en effet, la plupart de messageries professionnelles limitent l'espace disponible pour chaque utilisateur. Votre contact risque de rapidement voir apparaître le fameux message « *User over quota*<sup>1</sup> ».

La taille des pièces jointes acceptées dépend des messageries. À ce jour, la plupart des messageries n'acceptent pas les pièces jointes de plus de 5 Mo. En dessous de ce seuil, il convient tout de même de compresser les fichiers joints s'ils sont volumineux ou si vous souhaitez envoyer un dossier. Différents formats de compression existent : .zip, .gzip, .tar, .rar. Certains compressent plus que d'autres. Toutefois, à ce jour, le format .zip reste un standard.

Pour compresser, vous disposez de plusieurs possibilités. Vous pouvez utiliser :

- un logiciel de compression
  - payant : Winzip<sup>2</sup>, Winrar<sup>3</sup> ;
  - gratuit : 7zip<sup>4</sup>, Izarc<sup>5</sup> ;
- l'utilitaire de compression fourni en standard avec votre système d'exploitation ;
- un service en ligne.

À ce jour, envoyer un dossier par e-mail n'est pas possible, vous devez au préalable le compresser.

Pour les pièces jointes trop volumineuses pour votre messagerie, plusieurs solutions s'offrent à vous :

- les services en ligne dédiés (exemple : YouSendIt<sup>6</sup>) ;
- les logiciels *peer-to-peer* (système d'échanges de fichiers entre utilisateurs, voir lexique) privés ;
- certaines messageries instantanées (exemple : Windows Messenger) ;
- les serveurs FTP (*File Transfer Protocol*, en français « protocole de transfert de fichiers », voir lexique).

---

1. « Quota utilisateurs dépassé. »

2. [www.winzip.com/fr](http://www.winzip.com/fr)

3. [www.rarlab.com](http://www.rarlab.com)

4. [www.7-zip.org](http://www.7-zip.org)

5. [www.izarc.org](http://www.izarc.org)

6. [www.yousendit.com](http://www.yousendit.com)

Attention également au format des pièces jointes. Certains formats permettent de modifier le document (exemple : Word). Pour créer des documents non modifiables, utilisez de préférence le format .pdf, même si ce dernier n'est pas infallible. Pensez également à nommer correctement vos pièces jointes (voir page 71).

### ***Identifiez le ou les destinataires de votre e-mail***

Avant d'envoyer un e-mail, interrogez-vous sur la pertinence de vos destinataires directs. Lire un e-mail prend du temps. Si vous ne les submergez plus d'e-mails, vos contacts vous remercieront sans doute de la même façon !

Interrogez-vous également sur la pertinence des destinataires indirects. Mettez-les :

- en copie simple, pour les informer *via* l'option Cc (« Copie carbone ») des messageries ;
- en copie cachée *via* l'option Cci (Copie carbone invisible) pour certains contacts qui ne souhaitent pas que leur adresse mail soit communiquée par exemple. Naturellement, vous pouvez ajouter tous vos destinataires dans le champ Cci pour réaliser un mailing *a minima*.

Attention, si vous envoyez un e-mail à un trop grand nombre de contacts, le serveur de messagerie de votre correspondant risque de prendre votre message pour un spam.

## **Mieux réceptionner ses messages**

### ***Vérifiez la bonne réception de votre message***

Les messageries électroniques permettent d'activer une option « Accusé de réception ». Ils sont de deux types :

- accusé de réception : le destinataire a bien reçu le message ;
- accusé de lecture : le destinataire a ouvert le message.

Attention, certaines messageries permettent à votre destinataire de confirmer ou non l'envoi d'un accusé de réception. Certaines personnes utilisent également l'accusé de réception pour savoir si leur contact est bien devant son ordinateur. Une fois l'accusé de réception reçu, elles téléphonent aussitôt. Idéalement, il ne faut pas activer pas la demande d'accusé de réception pour l'ensemble de vos messages. Le destinataire se sentirait agacé. Si votre message nécessite une réponse, indiquez plutôt RSVP (« répondre s'il vous plaît ») dans l'objet.

## **Activez le gestionnaire d'absence**

En cas d'absence prolongée, activez votre gestionnaire d'absence. Indiquez dans ce message les coordonnées de la personne à contacter en votre absence, ainsi que votre date de retour.

## **Consultez votre boîte mail avec parcimonie**

La messagerie représente un formidable mangeur de temps. La plupart des employés conservent leur messagerie allumée constamment, de peur de manquer une information importante. De plus, selon Tom Stafford de l'université de Sheffield, l'addiction à la messagerie est identique à celle des machines à sous. Le caractère aléatoire du résultat (perte ou gain) engendre la dépendance aux jeux de hasard comme pour l'e-mail<sup>1</sup>.

Si votre métier le permet, ne consultez votre messagerie qu'une ou deux fois par jour (une fois le matin et une fois l'après-midi, par exemple). Si cela n'est vraiment pas possible pour vous, essayez tout de même de limiter les interruptions de votre messagerie pour cesser de travailler dans le « tout tout de suite » qui se révèle finalement contre-productif.

## **Consultez vos e-mails directement sur Internet**

Pour consulter vos e-mails, vous disposez principalement de deux façons :

1. le webmail ;

### **Définition de webmail**

« Un webmail, anglicisme parfois traduit en courriel web ou messagerie web, est une interface web rendant possibles l'émission, la consultation et la manipulation de courriers électroniques directement sur le web depuis un navigateur, contrairement au client de messagerie qui permet ces opérations à partir d'un logiciel en local sur un ordinateur personnel. Les courrielleurs web reposent, en général, sur des protocoles d'accès à des serveurs de messagerie<sup>2</sup>. »

2. le client de messagerie (exemple : Microsoft Outlook).

L'intérêt du webmail est évident : vous accédez à votre messagerie, n'importe où, n'importe quand, avec une simple connexion Internet.

Client de messagerie et webmail peuvent se révéler complémentaires : durant les horaires de travail, vous pouvez retirer vos e-mails avec votre client de messagerie. En dehors, vous pouvez utiliser le webmail. Naturellement, par défaut, les e-mails retirés avec votre client de messagerie n'apparaîtront plus

1. Source : [www.planetefacility.com/index.php?id=879](http://www.planetefacility.com/index.php?id=879)

2. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Webmail>

dans votre webmail. Vous pouvez toutefois paramétrer votre client de messagerie pour conserver une copie du courrier sur le serveur et ainsi y accéder via le webmail. Cependant, il convient de prêter attention à la confidentialité : réservez l'usage du webmail pour des échanges de données peu sensibles.

Recourir à un webmail, c'est également un bon moyen de garder une adresse mail à vie. En effet, en cas de changement de FAI (Fournisseur d'accès Internet), vous perdez votre adresse. Avec un service de webmail, pour conserver votre adresse, il suffit de consulter régulièrement votre boîte de réception (un passage par mois suffit amplement).

### ***Désactivez les alertes***

Les alertes, sonores ou visuelles, de votre messagerie nuisent à votre productivité. Désactivez-les.

## **Mieux répondre aux e-mails**

### ***Ne cédez pas au « tout tout de suite »***

Ne répondez pas systématiquement à chaque e-mail du tac au tac. Certains e-mails nécessitent une certaine réflexion, de se documenter, ou d'interroger ses collègues ou son supérieur hiérarchique. Dans le cadre d'un conflit, vous pourriez regretter une réponse hâtive.

Interrogez-vous également sur le bon moment pour envoyer votre message : la séparation entre vie professionnelle et vie personnelle devient de plus en plus ténue. La plupart des outils permettent de travailler en mode sécurisé via Internet. Un employé peut par exemple consulter et répondre à ses e-mails un dimanche matin grâce au webmail. Envoyer un e-mail hors des horaires de bureau peut mettre la pression sur certains employés et entraîner une réponse dans l'urgence.

À vous aussi de résister à la pression de la hiérarchie : ne répondez pas systématiquement en dehors des horaires de travail. Faites valoir votre droit à la déconnexion ! De nombreux employés possèdent un véritable fil à la patte sous la forme d'un Blackberry<sup>1</sup> par exemple. Attention enfin aux petits malins qui savent utiliser certaines fonctionnalités de leurs messageries : la plupart d'entre elles permettent d'envoyer des messages en différé, voire dans le futur !

---

1. « Terminal de messagerie électronique de poche qui utilise le réseau téléphonique à haut-débit GPRS. » Source : [www.dico-micro.com/page/794RS](http://www.dico-micro.com/page/794RS)

## ***Le délai de réponse à un e-mail***

Le délai de réponse dépend de nombreux facteurs : charge de traitement du contenu de l'e-mail, disponibilité, etc. Toutefois, n'oubliez pas que votre interlocuteur s'attend à une réponse rapide. Il est bon de se donner tout de même un cadre temporel pour répondre à un e-mail. Vous pouvez vous inspirer de la charte Marianne<sup>1</sup> qui s'applique dans de nombreuses administrations françaises. Elle propose de répondre à un e-mail dans les quarante-huit heures maximum.

Pour un e-mail professionnel, répondre dans les six à huit heures semble raisonnable. Naturellement, pour des e-mails au contenu complexe, vous ne pourrez pas forcément répondre sur le fond dans ce délai. Toutefois, vous pourrez accuser réception de l'e-mail auprès de l'expéditeur avant de répondre plus en détail.

## ***Limitez la liste de diffusion pour votre réponse***

Votre réponse ne nécessite pas forcément la même liste de diffusion que l'envoi. Prêtez-y attention avant d'envoyer votre réponse.

## **Organiser sa messagerie**

### ***Triez vos e-mails***

Face à l'avalanche d'e-mails reçus quotidiennement, organiser sa boîte mail devient de plus en plus difficile. Deux solutions sont envisageables.

La première, conseillée par les informaticiens, consiste à déplacer systématiquement vos e-mails au sein de répertoires de votre ordinateur (dans l'arborescence Windows de votre PC par exemple). Les avantages ? Vous centralisez toute l'information (e-mails + fichiers), dans un seul et même dossier. De plus, dans le cadre d'une organisation, si vous placez vos dossiers sur un lecteur réseau, vous disposez de la sauvegarde normalement mise en place sur le serveur. Nota : déplacer vos e-mails vers un dossier se fait par un simple glisser/déposer avec votre souris.

La seconde est plus simple. Constituez une arborescence de fichiers au sein même de votre messagerie. Comme sur votre disque dur, vous pouvez, au choix, ranger vos e-mails dans des dossiers par année ou par projet. Les messages sont également sauvegardés si une sauvegarde automatique a été mise en place sur serveur. Par contre, les messages ne sont pas centralisés avec les dossiers.

---

1. La charte Marianne est un socle d'engagements pour mieux accueillir le citoyen. Elle est mise en œuvre dans de nombreux services dépendants de l'État français.

Pour encore plus d'efficacité, vous pouvez vous inspirer de nouveau de la méthode GTD (*Getting Things Done*), basée sur l'efficacité personnelle. Créez deux dossiers supplémentaires :

- « Actions » : déplacez vos e-mails dans ce dossier lorsqu'ils exigent une action ou une réponse qui prend plus de deux minutes ;
- « En attente » : déplacez vos e-mails dans ce dossier lorsqu'ils exigent un suivi par exemple.

Certains experts en gestion de contenu conseillent quant à eux de ne pas créer d'arborescence de dossiers au sein de votre messagerie et de vous reposer plutôt sur la puissance du moteur de recherche interne. Dans ce cas, vous pouvez créer en plus des deux dossiers « Actions » et « En attente » un troisième dossier nommé « Archives » dans lequel vous stockerez pêle-mêle tous vos messages traités. Avec cette méthode, votre boîte de réception sera continuellement vide. Vous en ressentirez un bien-être certain. Attention toutefois de ne pas oublier de traiter les e-mails présents dans les deux dossiers « En attente » et « Actions ».

Transformer chaque e-mail en actions suivies dans un gestionnaire de tâches reste l'idéal (un gestionnaire de tâches peut être un carnet, un logiciel, etc. Voir chapitre 12). Chaque e-mail est relié à un projet. Le suivi est assuré et l'ensemble des tâches est centralisé. Toutefois, le nombre de tâches à gérer rendrait vite la gestion fastidieuse. Mieux vaut organiser le flux au travers des différents dossiers « Actions » et « En attente ». Pour se conformer *stricto sensu* à la méthode GTD, le système doit être revu chaque semaine. Toutefois, si vous envoyez et recevez de nombreux e-mails, nous vous conseillons de vérifier le dossier « Actions » quotidiennement.

### ***Imposez-vous des règles***

Chaque jour, votre boîte de réception devient de plus en plus volumineuse. Pour alléger votre boîte de réception, pensez à créer des règles de gestion pour vos messages.

Dans la plupart des logiciels de messagerie, vous pouvez, en effet, créer des règles pour répartir automatiquement les messages vers des dossiers spécifiques. Par exemple, redirigez automatiquement vos newsletters vers un dossier intitulé « Newsletter ». Vous pouvez également procéder ainsi avec l'adresse d'un interlocuteur en particulier : tous ses e-mails se rangeront automatiquement dans un seul dossier qui lui sera consacré.

Jour après jour, votre boîte sera plus légère car elle fera elle-même en partie le tri entre vos différents interlocuteurs, entre ce qui est urgent et ce qui ne l'est pas.

## ***Suivez votre bon sens***

Attention au dilettantisme : consultez avec parcimonie les e-mails avec les fameuses présentations PowerPoint qui ont pour objet de vous distraire. Vous gagnerez un temps précieux. La messagerie est en effet un formidable mangeur de temps.

Rédigez correctement l'objet de vos e-mails pour mieux les retrouver par la suite.

Jetez à la poubelle : ne suivez pas systématiquement votre instinct de conservation. Supprimez au fur et à mesure les messages inutiles. Sur la plupart des logiciels de messagerie, quand vous supprimez des messages, ils se placent dans les éléments supprimés. Pensez ensuite à vider cette corbeille. Dans le cas contraire, vous risquez de voir votre compte de messagerie bloqué parce que vous dépassez les éventuelles règles de quota mises en place.

## ***Sécurisez votre messagerie***

### **À LA RECHERCHE DE L'E-MAIL PERDU**

De plus en plus, les e-mails véhiculent l'information la plus importante au sein d'une organisation. Bien souvent, nous perdons un temps précieux à rechercher un e-mail caché quelque part dans notre messagerie. Naturellement, la plupart des logiciels de messagerie disposent d'une fonction « Recherche ». Toutefois, le résultat s'avère bien souvent décevant. Heureusement, les moteurs de recherche desktop (voir plus haut page 67) constituent une aide précieuse. Ils se présentent sous la forme d'un logiciel. Une fois installés, ils indexent les fichiers présents sur votre ordinateur (notamment les e-mails). La recherche se déroule facilement comme avec un moteur de recherche classique sur Internet.

Pour cela, il faut en général avoir sauvegardé ses e-mails sur son ordinateur ou utiliser uniquement son client de messagerie. Cependant, Google Desktop et Copernic permettent maintenant de lancer également des recherches sur Gmail.

### **SAUVE QUI PEUT !**

Désormais, au sein de toutes les organisations, un nombre croissant d'informations transite par e-mail. Pourtant, très peu d'organisations ont mis en place une sauvegarde automatisée des e-mails. Vos e-mails sont-ils bien sauvegardés ? Renseignez-vous auprès de votre informaticien pour savoir si les e-mails sont bien pris en compte dans la politique de sauvegarde.

### Utilisateurs d'Outlook, attention !

Si vous utilisez Outlook, vos e-mails sont conservés par défaut sur votre disque dur dans un fichier .pst. Arrivé à un seuil critique, celui-ci devient instable. Vous risquez, un jour ou l'autre, de ne plus avoir accès à vos e-mails.

Pensez à utiliser la fonction « Archivage » d'Outlook. Vos e-mails seront déplacés dans un second fichier .pst. Le plus simple, dans ce cas, reste de créer des répertoires par année puis d'archiver les e-mails qui ont plus de deux ans par exemple. Vous pouvez également placer votre fichier .pst sur un serveur disposant d'une sauvegarde régulière.

Vous pouvez également utiliser un logiciel de sauvegarde, Pfbbackup<sup>1</sup>, l'utilitaire pour Outlook, ou un logiciel gratuit comme Syncback<sup>2</sup>. Cela permet de créer des copies de sauvegarde de vos fichiers .pst à intervalles réguliers.

## HALTE AUX SPAMS !

Recevez-vous régulièrement des e-mails vous vantant les mérites du Viagra ? De plus en plus d'e-mails indésirables encombrant nos boîtes de réception, ce sont les spams. 85 % des e-mails échangés dans le monde seraient en fait des spams. À la lecture de nos messages, nous perdons un temps précieux pour séparer le bon grain de l'ivraie. Heureusement, des moyens de lutte existent.

1. Le logiciel antisпам. Payant ou gratuit, il filtrera votre messagerie à partir de certains critères :

- mots-clés suspects présents dans l'e-mail : Viagra, Rolex. Toutefois, de plus en plus de spammeurs tentent de déjouer les logiciels antisпамs en déformant le mot : Viaagra au lieu de Viagra par exemple. Il sera possible de paramétrer votre antisпам pour intégrer ces changements. Si vous ne recevez pas régulièrement d'e-mails en anglais, vous pouvez filtrer votre messagerie par des mots-clés présents presque uniquement en anglais : « and », etc. ;
- listes noires des pourvoyeurs de spams ;
- gestions des amis et des indésirables.

Naturellement, votre antisпам ne supprimera pas automatiquement les messages indésirables. Vous disposerez d'un droit de regard ! Ils sont en effet placés à l'écart, dans une sorte de couloir de la mort, dans l'attente de votre jugement dernier... Spamihilator<sup>3</sup> est, par exemple, un logiciel antisпам gratuit et performant.

2. L'e-mail jetable. Le principe est simple : de plus en plus de sites Internet nécessitent une adresse mail pour s'inscrire. Au final, souvent en contrepartie

1. <http://tinyurl.com/3yotz>

2. [www.2brightsparks.com/syncback/syncback-hub.html](http://www.2brightsparks.com/syncback/syncback-hub.html)

3. [www.spamihilator.com](http://www.spamihilator.com)

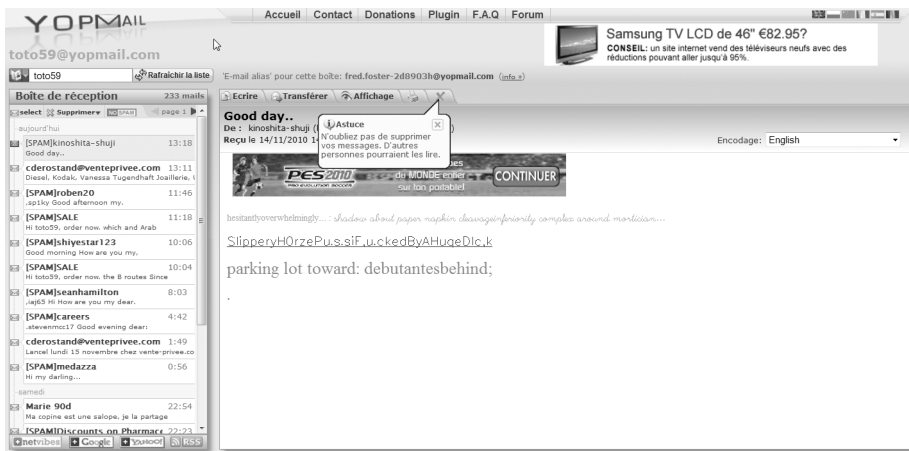


d'un service gratuit, vous êtes quasiment sûr de recevoir par la suite des e-mails indésirables. La parade ? Sans inscription, certains sites permettent de se créer une adresse mail valable vingt-quatre heures ou plus. Passé ce délai, votre e-mail s'autodétruit ! De nombreux services d'e-mails jetables et gratuits existent sur Internet :

### Service de boîtes mails anonymes

Nom	Adresse
Yopmail	www.yopmail.com
Kasmail	www.kasmail.com
10minute-mail	www.10minute-mail.com

### Créer une adresse jetable sur Yopmail



Toutefois, leur efficacité décroît avec le temps. En effet, certains sites refusent désormais certaines adresses jetables. De temps en temps, vous serez obligé de changer de service d'e-mails jetables.

3. L'adresse mail de rechange. Pour éviter le spam, créez différentes adresses mails. Oui, mais combien ? Et comment ? Au minimum, il est utile de bénéficier d'une adresse mail :

- personnelle :
  - officielle ;
  - de délestage.

- professionnelle :
  - nominative ;
  - service : cette adresse mail sera au nom du service dans lequel vous travaillez. Elle permettra de ne pas encombrer la boîte mail nominative, à une autre personne du service de répondre, etc.

Créez une adresse sur un service en ligne de mails gratuits (exemples : laposte, hotmail, etc.). Au lieu de donner systématiquement votre adresse professionnelle, vous pourrez réceptionner le courrier *via* votre seconde adresse.

Centralisez les différents comptes mails officiels sur un seul compte pour ne pas perdre de temps à consulter chaque boîte mail une par une.

3. Le bon sens. Un peu comme pour votre numéro de téléphone portable personnel, ne diffusez pas votre adresse mail à tout-va, notamment aux sociétés qui vous contactent par téléprospection. Vos coordonnées seront presque automatiquement intégrées dans une base de données, avec en retour, de futurs mails publicitaires. Adoptez le même comportement que pour votre boîte aux lettres. Évitez de répondre trop facilement aux sirènes publicitaires. La boîte de réception de votre messagerie en sera d'autant plus légère.

Évitez de laisser votre adresse mail « en dur » sur Internet : des robots parcourent le web et dès qu'ils repèrent le sigle « @ » (caractéristique de l'e-mail), ils aspirent l'adresse pour l'intégrer dans une base de données et envoyer, par la suite, du courrier indésirable. Si vous devez absolument indiquer votre adresse mail, préférez la forme « prenom.nom[AT]nomdedomaine[point]com » afin de tromper les robots. Pour le reste, utilisez une adresse mail jetable. De nombreuses organisations ont pris conscience du phénomène. Désormais, pour contacter les différents services, l'internaute doit passer par un formulaire.

### ATTENTION AUX VIRUS

Les mails contiennent parfois des virus. Méfiez-vous des messages :

- provenant de personnes inconnues (d'autant plus s'ils sont en langue étrangère alors que vous n'avez aucun contact avec des non-francophones) ;
- contenant des exécutables (les fameux fichiers au format .exe).

Dotez-vous d'un antivirus à jour qui vérifie vos courriers entrants et sortants. Attention : depuis peu, les images elles-mêmes peuvent contenir des virus !

### SÉCURISER L'ACCÈS À VOTRE MESSAGERIE

Vos e-mails engagent votre responsabilité. Attention de bien sécuriser l'accès à votre messagerie. Les principaux logiciels de messagerie permettent d'ajouter un mot de passe pour accéder à votre boîte mail. Activez également le mot de passe de votre écran de veille en cas d'absence momentanée de votre bureau.

Attention également au mot de passe de votre compte de messagerie. Grâce à votre identifiant et votre mot de passe, un esprit mal intentionné pourrait paramétrer une autre messagerie et envoyer un e-mail en votre nom. Difficile par la suite de prouver votre bonne foi. Certains logiciels disponibles facilement sur Internet permettent d'envoyer un message à partir d'une adresse mail qui peut être la vôtre.

## Partez à la découverte des folksonomies

### Définition d'une folksonomie

« Une folksonomie est un néologisme désignant un système de classification collaborative décentralisée spontanée, basé sur une indexation effectuée par des non-spécialistes<sup>1</sup>. »

Actuellement, comment rangez-vous vos documents numériques ? Bien souvent, marqués par notre pratique de la bureautique et de l'organisation des systèmes d'exploitation présents sur nos ordinateurs, nous classons nos fichiers dans une arborescence hiérarchique de dossiers. Avec Internet, cette manière de procéder est bien souvent inadéquate. Dès lors, comment faire ? La réponse ? Le tag !

### Qu'est-ce qu'un tag ?

Dans une folksonomie, le tag désigne le mot-clé. En français, il se traduirait plutôt par marqueur ou étiquette. Il est librement choisi par son auteur, le plus souvent un non-spécialiste. Il est apparu avec les nouveaux usages du web 2.0 (voir page 55).

Le tag représente une nouvelle façon de catégoriser l'information. Le sens du tag dépend de son auteur mais aussi du contexte. Bien souvent, le choix du tag dépend de l'utilisation ultérieure du document. Naturellement, le tag est moins précis qu'une indexation par des professionnels. Toutefois, il est particulièrement souple et simple d'utilisation ; tout le monde peut donc l'utiliser.

Sur le web, l'usage du tag se répand rapidement. Tout d'abord au sein des services de *social bookmarking* (par exemple Delicious), puis des blogs pour marquer les billets, et enfin sur Twitter, le célèbre service de micro-blogging.

---

1. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Folksonomie>

Désormais, les tags sont présents sur la majorité des plateformes de partage de contenu que ce soit pour les images (sur Flickr<sup>1</sup> par exemple) ou pour les vidéos (sur YouTube<sup>2</sup> par exemple).

## Comment choisir vos tags ?

Le choix du tag est libre. Sans plus d'indications, il est souvent difficile de choisir le ou plutôt les bons mots-clés qui vont vous permettre non seulement de retrouver facilement l'information souhaitée mais aussi de la partager.

Ulises Mejias, consultant en système d'apprentissage évoque à ce sujet la *tag literacy* (la maîtrise des tags), c'est-à-dire « la capacité à catégoriser efficacement des ressources sur Internet<sup>3</sup> ». Cette *tag literacy* fait partie d'un système plus large : l'*information literacy* (la maîtrise de l'information). Faute de règles à appliquer, ce sont plutôt des conseils à suivre qui seront présentés.

### **Attention aux mots mal orthographiés**

Une erreur commune concerne les tags mal orthographiés. Ces derniers pollueront à coup sûr votre organisation. D'ailleurs, de nombreux services de *social bookmarking* rendent difficile la modification ultérieure des tags.

### **Attention aux mots composés**

Attention également aux mots composés. Certains sites de *social bookmarking* les considèrent comme plusieurs mots-clés différents à moins de les mettre entre guillemets. Mieux vaut les séparer par un tiret bas (*underscore*).

### **Attention aux confusions et à la casse de la police d'écriture**

Pour éviter d'éventuelles confusions, utilisez des synonymes pour un mot-clé qui serait trop ambigu ou qui aurait trop de sens différents.

Les majuscules sont également à proscrire, sauf pour accroître la compréhension du tag. En effet, la plupart des sites de *social bookmarking* respectent la casse. Le tag « veille » sera différent de « VEILLE ».

Ajoutez plusieurs tags pour pouvoir les croiser lors d'une recherche ultérieure.

---

1. [www.flickr.com](http://www.flickr.com)

2. [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

3. [ww.guidedesebares.info/2009/07/10/intervention-isko-juin-2009-sur-les-folksonomies](http://ww.guidedesebares.info/2009/07/10/intervention-isko-juin-2009-sur-les-folksonomies)

## **Collaborez avec le tag**

Dans le cadre d'une utilisation des tags au sein d'un groupe, mettre en place une codification est préférable. Même si les tags sont utilisés dans une optique personnelle, pensez qu'ils sont, la plupart du temps, visibles par les autres internautes. Autant que possible, adoptez une attitude collective. Si votre tag est susceptible de révéler des informations confidentielles, pensez à le coder (nous allons voir comment dans la partie ci-dessous). Ainsi, même si vous oubliez de marquer votre favori comme privé, votre projet ne sera pas divulgué.

En manque d'inspiration pour vos tags ? Observez ceux indiqués par d'autres utilisateurs. De nombreux services de *social bookmarking* proposent également des suggestions lorsque vous enregistrez un favori.

Le marquage par un tag n'est pas figé. Effacez-en certains, réorganisez les autres.

## **Prédigérez l'information**

Les tags peuvent être un formidable outil pour prédigérer l'information. Codez vos tags en fonction de vos différents projets. À chaque fois que vous rencontrez sur le net une information en corrélation avec votre projet, marquez-le avec ce code. Une fois le projet en action, cliquez sur le tag correspondant pour obtenir l'ensemble des ressources en rapport avec votre projet.

Grâce aux tags, un même favori pourra appartenir à plusieurs projets simultanément.

### **En bref**

Vos tags peuvent s'intituler par fonction :

- projets (exemple : « formation web 2.0 ») ;
- thématiques (exemple : « twitter ») ;
- tâches : « à lire », « à voir », « à bloguer » (voir annexe 1 à la fin de l'ouvrage)...

## **La tête dans les nuages de tags**

Le nuage de tags constitue une nouvelle façon de représenter visuellement l'information. Il permet de dégager, en un coup d'œil, les tags les plus utilisés sur un site web : plus ils sont écrits gros, plus ils sont utilisés. Cette fonctionnalité est désormais présente, en standard, sur la plupart des CMS ou des blogs (comme WordPress par exemple).

### Définition d'un CMS

« Un système de gestion de contenu ou SGC (en anglais, *Content Management Systems* ou CMS) est une famille de logiciels destinés à la conception et à la mise à jour dynamique de site web ou d'application multimédia<sup>1</sup>. »

Voici un exemple de nuage de tags tiré du site Outils Froids (www.outilsfroids.net) :

### Nuage de tags



Certains sites comme Wordle<sup>2</sup> vous proposent également de créer un nuage de tags à partir de textes que vous lui fournissez.

### Pour aller plus loin

Sur son site, le Guide des égarés, Olivier Le Deuff a publié une présentation sur les folksonomies : [www.guidedesegares.info/2009/07/10/intervention-isko-juin-2009-sur-les-folksonomies](http://www.guidedesegares.info/2009/07/10/intervention-isko-juin-2009-sur-les-folksonomies)

1. [http://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me\\_de\\_gestion\\_de\\_contenu](http://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me_de_gestion_de_contenu)  
 2. [www.wordle.net/](http://www.wordle.net/)

## Gérez vos flux RSS

La facilité des flux RSS a cependant eu un impact négatif : le nombre d'abonnements croît de façon exponentielle. Au final, suivre tous les sites auxquels vous êtes abonné devient quasiment impossible. Pour ne pas se laisser déborder rapidement, certains conseils de bon sens peuvent être suivis.

### Désabonnez-vous des sites inintéressants ou qui ne correspondent pas à vos objectifs

Bien souvent, afin de ne pas perdre une source d'information, nous nous abonnons au RSS du site dès le premier article que nous trouvons intéressant. Au final, notre lecteur de RSS se retrouve engorgé par une tonne d'articles qui ne sont pas tous dignes d'intérêts.

Par exemple, sur Google Reader, pour vous aider à trier les flux intéressants, vous pouvez utiliser les statistiques de publication fournies pour chacun de vos flux RSS.

### Filtrez les flux RSS

Certains outils comme Feedrinse<sup>1</sup> ou Yahoo! Pipes<sup>2</sup> permettent de filtrer les flux RSS. En effet, de nombreux sites proposent un flux unique pour l'ensemble de leurs articles. Bien souvent, notre intérêt se porte uniquement sur une rubrique du site, voire sur un mot-clé en particulier.

### Agrégez les flux RSS

Mixer plusieurs flux RSS en un seul est tout à fait possible grâce un logiciel ou un service en ligne dédié (ex. : Feedmingle<sup>3</sup>). Ainsi, vous pourrez partager plus facilement vos flux RSS et pourquoi pas les exporter sur un site web.

- 
1. [www.feedrinse.com](http://www.feedrinse.com)
  2. <http://pipes.yahoo.com>
  3. <http://feedmingle.com>

## Classez les articles par pertinence

Le service Postrank<sup>1</sup> (et son extension Firefox) permet de classer les articles par pertinence élaborée à partir de différents paramètres : popularité de l'article sur les services de *social bookmarking*, etc.

## Facilitez-vous la lecture des flux RSS

Les lecteurs RSS proposent tous plusieurs modes d'affichage : titre article, article complet. Pour une lecture rapide, préférez l'affichage des titres seulement. Avec l'expérience, vous vous habituerez à repérer une information intéressante. À ce moment, vous pourrez afficher l'article complet afin de creuser l'information.

## Regroupez les RSS par catégorie

La plupart des agrégateurs RSS permettent de grouper les flux par catégorie. Leur lecture en sera facilitée. Attention, toutefois, de ne pas noyer les flux très intéressants parmi la masse de vos RSS. Affinez le découpage de vos catégories. Bien souvent, emballé par le contenu d'un site, nous ajoutons immédiatement son fil RSS à notre agrégateur. Par la suite, nous sommes parfois déçus ou bien nous ne le suivons plus réellement. Il est perdu dans la masse des fils suivis. Pour éviter ce désagrément, créez un sas d'entrée au sein de votre agrégateur. Comment ? Créez tout simplement une catégorie « En attente » qui contiendra les fils RSS en cours de validation. Si le contenu du fil répond bien à vos attentes, gardez-le et basculez-le dans la catégorie de suivi adéquat. S'il ne tient pas ses promesses, désabonnez-vous purement et simplement.

## Consultez votre lecteur avec parcimonie

Par ailleurs, la tentation est grande de consulter trop souvent votre lecteur de flux RSS par peur de manquer une information importante. Résistez à la tentation, consultez votre lecteur de flux RSS une fois par jour, de préférence en fin de journée afin de ne pas passer trop de temps à la lecture des articles. À sauter de lien en lien, votre travail de la journée risquerait d'en pâtir.

---

1. [www.postrank.com](http://www.postrank.com)



## Utilisez des fichiers OPML

Un fichier OPML (*Outlined Processor Markup Langage*) est un fichier XML. Il permet d'échanger des données sous forme de listes structurées. À partir de la plupart des agrégateurs, vous pouvez générer un fichier OPML pour partager vos fils RSS ou tout simplement les sauvegarder. Sur Internet, vous pouvez trouver également des fichiers OPML par thèmes, par exemple. Ils constitueront un gisement d'informations sur une thématique donnée.

## Sauvegardez vos flux

Certains lecteurs comme Netvibes ne permettent pas d'archiver vos fils RSS. Ils proposent simplement de visualiser les flux. D'autres lecteurs (Google Reader par exemple) proposent de conserver les articles de votre flux avec la possibilité de les marquer par un suivi ou des tags. Toutefois, pour centraliser les données intéressantes, mieux vaut les transférer dans vos favoris (dans un service de *social bookmarking* en ligne comme Diigo par exemple, voir page 53).



Yves Caseau

### LE LEAN E-MAIL PAR YVES CASEAU

Yves Caseau est actuellement directeur des services d'information de Bouygues Telecom. Il anime également le blog Architecture Organisationnelle<sup>1</sup>.

#### La méthode *Lean*

D'abord employée chez Toyota pour améliorer les processus de fabrication, la méthode *Lean* s'est généralisée pour gérer la production. Son but : rechercher la performance par l'amélioration continue et la chasse au gaspillage.

Sur votre blog *Architecture organisationnelle*, vous expliquez comment appliquer la méthode *Lean* à la gestion des e-mails. Vous avez ainsi dégagé quatre principes : quels sont-ils ?

- Le JIT e-mail (*Just In Time* e-mail) : il s'agit d'appliquer le principe systémique du « juste-à-temps » à l'envoi des e-mails. Ce principe stipule qu'il faut éviter de stocker, et plutôt produire « au bon moment », c'est-à-dire au moment de la consommation de ce qui est produit. Cela rend le système plus réactif et plus pilotable. Dans le cas de l'e-mail, nous avons tendance à

1. <http://organisationarchitecture.blogspot.com>

utiliser les boîtes comme outils de stockage. Nous envoyons nos demandes et nos réponses en mode *push*, dès que c'est possible de notre point de vue. Le JIT e-mail consiste à se soucier du point de vue du destinataire : avant d'envoyer un document de dix pages à relire, vérifiez par exemple quand le destinataire aura le temps de relire. Avant de poser une question complexe, vérifiez la disponibilité par un petit coup de fil, voire un e-mail très court demandant quand le destinataire aura un peu de temps pour creuser le sujet.

- *Le spelled-out e-mail* : l'idée simple est de casser l'asymétrie qui existe aujourd'hui qui fait qu'il est plus facile d'émettre que de recevoir des informations. Les technologies modernes ont amplifié de façon spectaculaire notre capacité à émettre, tandis que pour prendre connaissance et comprendre, il faut toujours la même ressource rare qui est le temps. Il faut donc, toujours d'un point de vue systémique, contrebalancer cette dérive en « préparant » le travail du lecteur. *Le spelled-out e-mail* facilite la tâche du lecteur en appliquant toutes les bonnes règles des chartes e-mail :
  - *executive summary* dans le corps de l'e-mail ;
  - un seul sujet par e-mail ;
  - une rédaction synthétique et concise ;
  - l'utilisation de la police en gras ou du surlignage pour les points clés et les questions, etc.
- *L'e-mail protocol* : le travail collaboratif par e-mail mérite le support d'un processus explicite, ce que j'appelle un protocole. Par exemple, lorsque l'e-mail est utilisé pour mettre au point un document avec un cycle de relectures successives. La meilleure façon d'éviter que ce cycle soit fortement perturbé par les aléas des taux de charges des boîtes aux lettres est de définir un processus de collaboration, qui permet d'implémenter les principes précédents (JIT e-mail et *spelled-out e-mail*) et de distinguer les différents types de flux qui traversent nos boîtes aux lettres. On peut ensuite bien évidemment faire appel à des outils 2.0 pour alléger le flux d'e-mails, ce qui est encore mieux.
- *L'e-mail span* : nous souffrons tous d'un trop grand nombre d'e-mails dans nos boîtes aux lettres, ce qui nous pénalise doublement : d'une part par le temps passé à traiter nos e-mails, et d'autre part par la baisse de réactivité (les e-mails sans intérêt ralentissent le traitement de ceux qui comptent). D'un point de vue systémique, on peut soit réduire le nombre de sujets de message (ce qui est une bonne idée mais difficile à réaliser), soit réduire le nombre de destinataires, ce qu'on appelle le *span* en théorie des graphes (cette solution est plus facile). C'est de toute façon une bonne idée car les sociologues nous enseignent qu'un e-mail envoyé à un grand nombre de personnes est déresponsabilisant.