

Xavier Delengaigne

100 FICHES POUR ORGANISER SA **VEILLE** SUR **INTERNET**

3^e édition 

Au-delà de Google...
Outils et astuces
pour le professionnel

● Éditions
EYROLLES

100 FICHES POUR ORGANISER SA VEILLE SUR INTERNET

3^e édition 

Rechercher sur Internet est désormais une des activités les plus communes, que ce soit dans notre vie professionnelle ou personnelle. Tout le monde pense, à tort, savoir chercher sur Internet : pour beaucoup, lancer une requête sur Google suffit amplement. Or la veille va plus loin qu'une simple recherche sur Internet. Elle consiste à collecter, analyser, trier, partager et enfin diffuser l'information. Internet constitue souvent le premier champ d'actions de la veille.

Des outils existent pour automatiser ses recherches. Ce livre pratique se propose de faire découvrir (ou approfondir) le concept de veille au travers d'outils (libres ou non) présents gratuitement sur le Web, et de techniques pour gagner en efficacité face au trop-plein d'informations auquel nous sommes confrontés quotidiennement.

Une nouvelle édition mise à jour pour tenir compte des derniers outils apparus. Elle propose 100 fiches claires et détaillées.

À QUI S'ADRESSE CET OUVRAGE ?

- Professionnels de tous secteurs amenés à rechercher des informations sur le Web ou à effectuer une veille (marketing, stratégique, technologique...) sur Internet.
- Étudiants devant s'organiser pour tirer le meilleur parti de toutes les connaissances accessibles en ligne.
- Tout utilisateur assidu du Web qui souhaite s'y retrouver dans ce flux continu d'informations.

SOMMAIRE

Bien préparer sa recherche • Bien s'outiller pour chercher sur le Web • La puissance des moteurs de recherche • Trouver tous types de contenus • À la recherche du Web perdu, invisible ou dark • Automatiser sa veille • Rechercher quelqu'un sur Internet • Rechercher dans les médias sociaux • Évaluer l'information sur Internet • Filtrer le Web • Garder les traces de ses recherches web grâce aux favoris • Capitaliser ses découvertes dans une base de connaissances • Publier ses recherches • Diffuser sa veille sur les réseaux sociaux • Veille concurrentielle • Veille juridique • Veille e-marketing • Veille commerciale • Veille sur la réputation numérique • Veille médiatique • Veille RH • Veille documentaire et scientifique • Veille technologique et métier • Évaluer ses connaissances

Xavier Delengaigne est formateur en management des connaissances. Il anime les blogs :

- www.collectivitenumerique.fr
- www.xdel.fr

Il est auteur et coauteur de vingt ouvrages sur l'organisation de la pensée, du temps et des informations.

**100 fiches
pour organiser sa veille
sur Internet**

SUR LE MÊME THÈME

X. DELENGAIGNE, A. VELTEN. – **101 astuces pour mieux s'organiser.**
N°55697, 2014, 164 pages.

X. DELENGAIGNE, P. MONGIN. –
Boostez votre efficacité avec FreeMind, Freeplane et XMind.
N°12696, 2^e édition, 2010, 313 pages.

O. ANDRIEU. – **Référencement Google mode d'emploi.**
N°67799, 4^e édition, 2019, 256 pages.

F. MATTATIA. – **Internet et les réseaux sociaux : que dit la loi ?**
N°67774, 3^e édition, 2019, 264 pages.

F. SCHEID, E. CASTAGNÉ, M. DAIX, R. SAILLET. –
Les fiches outils des réseaux sociaux.
N°56018, 2014, 360 pages.

E. BIERNAT, M. LUTZ. – **Data science : fondamentaux et études de cas.**
N°14243, 2015, 312 pages.

Retrouvez nos bundles (livres papier + e-book) et livres numériques sur
<http://izibook.eyrolles.com>

Xavier Delengaigne

100 fiches pour organiser sa veille sur Internet

● Éditions
EYROLLES

ÉDITIONS EYROLLES
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'Éditeur ou du Centre Français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands Augustins, 75006 Paris.

© Éditions Eyrolles, 2019, ISBN : 978-2-212-67723-2

Avant-propos

« Être bien informé, ce n'est pas savoir un petit peu sur tout, mais tout savoir sur peu – à condition que ce peu soit essentiel. »

Pierre Bourgault

Ce livre aurait pu recevoir comme sous-titre « Les carnets de la vigie ». En effet, à l'image d'une vigie sur un bateau, c'est-à-dire l'homme d'équipage en charge de veiller en haut du mât, l'internaute à la recherche d'information sur le Web doit pouvoir acquérir une vision de loin et posséder un œil aguerrri pour découvrir de nouvelles terres de connaissance. Avec l'expérience, la recherche d'information se formalisera sous forme de veille.

Qu'est ce que la veille ?

« La veille est un processus informationnel volontariste à travers lequel l'on recherche des informations à caractère anticipatif concernant l'évolution d'une activité, de connaissances ou d'un environnement particulier. L'objectif de la veille est de déceler des opportunités et de réduire les risques liés à la non-maîtrise de l'avenir. » (Source : <http://www.cyber-strategie.com>, 2016).

La veille ne représente pas simplement une activité pour se tenir au courant. Elle remplit désormais une mission à part entière présente dans la plupart des emplois professionnels. Rechercher (et trouver !) de l'information sur le Web nécessite toutefois des compétences certaines dans différents domaines : outils de recherche et leur syntaxe, évaluation et validation de l'information, organisation et classement des résultats, etc.

Enfin, au-delà des besoins du seul veilleur, les possibilités de diffusion de l'information et de collecte collaborative ont été décuplées par l'apparition d'un Web plus social, propre à les encourager.

À qui s'adresse ce livre et quel est son objectif ?

Ce livre n'est pas destiné au professionnel de la veille ou de la documentation, déjà rodé à ces thématiques et disposant d'outils et techniques plus élaborés. Il ne se veut pas non plus être une bible exhaustive des outils de veille disponibles en ligne. Plus simplement, il présente des principes de base, quelques astuces et conseils, et surtout, une sélection de logiciels utiles, à notre avis, pour le professionnel amené, quel que soit son domaine d'activité, à effectuer une veille régulière sur Internet, sans pour autant y avoir été formé.

Bien souvent, en effet, nous nous retrouvons fort dépourvus face au nombre de logiciels disponibles sur le Web, à cette avalanche d'applications souvent gratuites, chacune d'elles présentant des fonctionnalités toutes plus intéressantes les unes que les autres. Les essayer toutes représenterait un temps considérable. Ce livre vous aidera à faire votre choix.

Par ailleurs, face au flux continu de données que le Web charrie, nous devons plus que jamais mettre en place des filtres, afin de nous y retrouver face à l'abondance d'informations disponibles. Ces filtres peuvent revêtir plusieurs formes, qu'ils soient techniques (grâce à des outils informatiques) ou cognitifs.

Plus que jamais, nous devons organiser le Web pour lui donner du sens. Là encore, des méthodes existent, de la folksonomie – qui est un classement par mots-clés (tags) – à la cartographie de l'information.

Ainsi, cet ouvrage présente plusieurs méthodes et de nombreux outils pour appréhender la complexité d'une recherche efficace. Vous pourrez piocher au fil de vos besoins dans cette boîte à outils, à conserver toujours à portée de main lorsque vous lancez une recherche sur Internet. En bref, ce livre devrait répondre aux besoins décelés par Jean-Yves Prax : « Apportez-moi l'information dont j'ai besoin au moment ou j'en ai besoin. » (Source : <http://www.slideshare.net/hulot/traiter-partager-diffuser-et-capitaliser-sa-veille>).

Comment est-il structuré ?

La veille s'articule autour de quatre axes principaux, que cet ouvrage reprend comme fil conducteur :

- la préparation de sa veille ;
- la collecte des données ;
- le traitement et l'organisation des informations ;
- la diffusion de l'information.

Le livre n'est pas, en effet, construit sur une catégorisation des outils de recherche ; il s'articule autour de l'expérience de l'utilisateur, c'est-à-dire vous.

Dans la première partie, vous allez vous familiariser avec les bons outils et les bonnes méthodes pour se lancer dans une veille efficace. Vous apprendrez notamment à bâtir un plan de veille.

La deuxième partie est consacrée à la collecte des données. Cette activité représente le cœur d'un système de veille.

Toutefois, de nombreux veilleurs en herbe se cantonnent à cet aspect sans aller plus loin, à savoir sans véritablement analyser leurs trouvailles. La troisième partie est donc dédiée à l'analyse, au traitement et au stockage des données collectées. Nous verrons notamment comment vérifier une information puisée sur le Web.

La quatrième partie va permettre de capitaliser sur vos découvertes tandis que la cinquième partie traite de la diffusion des résultats d'une veille. En fonction de nos besoins, nous pourrions cibler la diffusion de ces résultats de notre veille et nous nous appuyerons notamment sur les réseaux sociaux en ligne pour bâtir une véritable communauté autour de notre veille. Enfin, la sixième partie vous donne la possibilité d'adapter la veille au secteur d'activité.

Cet ouvrage tient compte des évolutions de l'écosystème informationnel :

- développement de la curation ;
- prépondérance des réseaux sociaux.

Table des matières

PREMIÈRE PARTIE

Préparer sa veille	1
1. BIEN PRÉPARER SA RECHERCHE	3
Fiche 1. Comment mettre en place un plan de veille ? • 6	
Fiche 2. Comment déterminer les besoins informationnels ? • 9	
Fiche 3. Comment mettre en place un système d'information personnel (SIP) ? • 11	
Fiche 4. Comment faire une recherche par mot-clé sur le Web ? • 15	
Fiche 5. Comment dessiner une carte mentale pour trouver des mots-clés ? • 19	
Fiche 6. Comment centraliser ses sources ? • 21	
2. BIEN S'OUTILLER POUR CHERCHER SUR LE WEB	23
Fiche 7. Comment télécharger une vidéo sur YouTube ou Facebook ? • 24	
Fiche 8. Comment raccourcir un lien hypertexte ? • 26	
Fiche 9. Comment rechercher dans une page ? • 28	
Fiche 10. Comment s'appropriier le Web grâce aux scripts Greasemonkey ? • 29	
Fiche 11. Comment faciliter son utilisation du Web grâce aux bookmarklets ? • 31	
Fiche 12. Comment sortir de sa bulle de filtres ? • 34	

DEUXIÈME PARTIE

Collecter des données	37
3. LA PUISSANCE DES MOTEURS DE RECHERCHE	39
Fiche 13. Comment fonctionne un moteur de recherche ? • 40	
Fiche 14. Comment interroger un moteur de recherche ? • 43	
Fiche 15. Comment utiliser les opérateurs booléens ? • 45	
Fiche 16. Comment rechercher efficacement avec Google ? • 48	
Fiche 17. Comment personnaliser Google ? • 52	

- Fiche 18. **Comment trouver une alternative à Google avec Exalead ?** • 54
- Fiche 19. **Comment visualiser ses résultats ?** • 58
- Fiche 20. **Comment lancer des recherches spécialisées ?** • 60
- Fiche 21. **Comment interroger plusieurs moteurs à la fois ?** • 63
- Fiche 22. **Comment lancer des recherches sémantiques ?** • 65
- Fiche 23. **Comment rechercher en temps réel ?** • 68
- Fiche 24. **Comment lancer des recherches plus respectueuses de la vie privée ?** • 70

4. TROUVER TOUS TYPES DE CONTENUS 73

- Fiche 25. **Comment trouver des images ?** • 74
- Fiche 26. **Comment trouver qui utilise des images ?** • 79
- Fiche 27. **Comment trouver des vidéos ?** • 81
- Fiche 28. **Comment rechercher des fichiers audio ?** • 88
- Fiche 29. **Comment trouver des podcasts ?** • 90
- Fiche 30. **Comment trouver des fichiers PDF ?** • 92
- Fiche 31. **Comment trouver des diaporamas ?** • 94
- Fiche 32. **Comment trouver des livres et des e-books ?** • 96
- Fiche 33. **Comment trouver des magazines ?** • 102

5. À LA RECHERCHE DU WEB PERDU, INVISIBLE OU DARK 105

- Fiche 34. **Comment plonger dans les archives du Web ?** • 106
- Fiche 35. **Comment retrouver une page disparue ?** • 108
- Fiche 36. **Comment sonder le Web invisible ?** • 110
- Fiche 37. **Comment rechercher dans le Web sombre ?** • 112

6. AUTOMATISER SA VEILLE 115

- Fiche 38. **Comment surveiller par RSS ?** • 116
- Fiche 39. **Comment mettre en place des alertes ?** • 119
- Fiche 40. **Comment surveiller un site web (dépourvu de fils RSS) ?** • 121
- Fiche 41. **Comment transformer une newsletter en flux RSS ?** • 126
- Fiche 42. **Comment scraper une page web ?** • 128

7. RECHERCHER QUELQU'UN SUR INTERNET 131

- Fiche 43. **Comment rechercher quelqu'un sur le Web ?** • 132
- Fiche 44. **Comment identifier une personne ?** • 137

8. RECHERCHER DANS LES MÉDIAS SOCIAUX 141

- Fiche 45. **Comment rechercher dans la blogosphère ?** • 142
- Fiche 46. **Comment rechercher sur Facebook ?** • 145
- Fiche 47. **Comment surveiller Facebook ?** • 148
- Fiche 48. **Comment rechercher sur Twitter ?** • 152
- Fiche 49. **Comment surveiller Twitter ?** • 155
- Fiche 50. **Comment trouver de nouvelles personnes à suivre sur Twitter ?** • 158

TROISIÈME PARTIE**Analyser, évaluer, traiter l'information 161**

- 9. ÉVALUER L'INFORMATION SUR INTERNET ? 163**
- Fiche 51. **Comment choisir les critères pour évaluer l'information sur le Web ? • 164**
 - Fiche 52. **Comment ne pas tomber dans le piège des biais cognitifs ? • 167**
 - Fiche 53. **Comment évaluer la fiabilité de l'auteur ? • 169**
 - Fiche 54. **Comment trouver l'objet du site consulté ? • 172**
 - Fiche 55. **Comment déterminer la provenance de l'information ? • 174**
 - Fiche 56. **Comment savoir si les informations sont récentes ? • 176**
 - Fiche 57. **Comment vérifier l'identité d'un auteur ? • 178**
 - Fiche 58. **Comment démasquer le plagiat ? • 181**
 - Fiche 59. **Comment débusquer les hoaxes ? • 183**
 - Fiche 60. **Comment vérifier les faits ? • 185**
- 10. FILTRER LE WEB 187**
- Fiche 61. **Comment filtrer les flux RSS ? • 188**
 - Fiche 62. **Comment filtrer Twitter ? • 192**

QUATRIÈME PARTIE**Capitaliser ses découvertes 195**

- 11. GARDER LES TRACES DE SES RECHERCHES WEB GRÂCE AUX FAVORIS 197**
- Fiche 63. **Comment rechercher dans ses favoris ? • 198**
 - Fiche 64. **Comment partager ses favoris grâce au social bookmarking ? • 200**
- 12. CAPITALISER VOS DÉCOUVERTES DANS UNE BASE DE CONNAISSANCES 205**
- Fiche 65. **Comment créer sa base de connaissances avec Evernote ? • 206**
 - Fiche 66. **Comment taguer ses documents ? • 212**
 - Fiche 67. **Comment capitaliser ses découvertes grâce aux cartes mentales ? • 214**

CINQUIÈME PARTIE**Partager l'information 219**

- 13. PUBLIER SES RECHERCHES 221**
- Fiche 68. **Comment rendre ses livrables plus visuels et donc plus attractifs ? • 222**
 - Fiche 69. **Comment écrire pour le Web ? • 224**
 - Fiche 70. **Comment mieux référencer votre contenu ? • 226**

14. DIFFUSER SA VEILLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	229
Fiche 71. Comment automatiser la publication de sa veille avec IFTTT ? • 230	
Fiche 72. Comment pratiquer la curation ? • 235	

SIXIÈME PARTIE

Adapter la veille au secteur d'activité **237**

15. VEILLE CONCURRENTIELLE	239
Fiche 73. Comment trouver ses concurrents ? • 240	
Fiche 74. Comment surveiller ses concurrents ? • 242	
Fiche 75. Comment décortiquer les sites de ses concurrents ? • 244	
Fiche 76. Comment analyser les pages Facebook de ses concurrents ? • 246	
Fiche 77. Comment identifier les partenaires commerciaux de ses concurrents ? • 248	
16. VEILLE JURIDIQUE	251
Fiche 78. Comment suivre les travaux de l'Assemblée nationale ? • 252	
Fiche 79. Comment suivre les travaux du Sénat ? • 255	
17. VEILLE E-MARKETING	259
Fiche 80. Comment déterminer les termes les plus recherchés sur Google ? • 260	
Fiche 81. Comment mettre en place une veille e-marketing ? • 262	
Fiche 82. Comment trouver des experts ? • 269	
Fiche 83. Comment pister un expert ? • 271	
Fiche 84. Comment trouver des influenceurs dans son secteur d'activité ? • 275	
Fiche 85. Comment rechercher des journalistes ? • 277	
18. VEILLE COMMERCIALE	279
Fiche 86. Comment trouver des fournisseurs ? • 280	
Fiche 87. Comment réaliser une veille sur les entreprises régionales ? • 283	
19. VEILLE SUR LA RÉPUTATION NUMÉRIQUE	285
Fiche 88. Comment prendre soin de votre identité numérique ? • 286	
Fiche 89. Comment effacer des informations vous concernant sur un moteur de recherche ? • 289	
20. VEILLE MÉDIATIQUE	291
Fiche 90. Comment surveiller l'actualité avec Google ? • 292	
Fiche 91. Comment rechercher dans l'actualité avec Pickanews ? • 294	
21. VEILLE RH	297
Fiche 92. Comment rechercher sur LinkedIn ? • 298	
Fiche 93. Comment dresser une liste de sources pour réaliser une veille réglementaire territoriale ? • 300	

22. VEILLE DOCUMENTAIRE ET SCIENTIFIQUE	305
Fiche 94. Comment rechercher la version libre d'une ressource ? • 306	
Fiche 95. Comment utiliser Docear ? • 309	
Fiche 96. Comment utiliser ZoteroBib pour gérer ses références bibliographiques ? • 311	
23. VEILLE TECHNOLOGIQUE ET MÉTIER	313
Fiche 97. Comment surveiller les brevets ? • 314	
Fiche 98. Comment cartographier votre système de veille ? • 316	
Fiche 99. Comment réaliser une veille sur la veille ? • 318	
CONCLUSION	321
BIBLIOGRAPHIE	323
LEXIQUE	325
ANNEXE	327
Fiche 100. Évaluez vos connaissances • 327	
Chapitre 1 - La préparation de la veille 327	
Chapitre 2 - La collecte d'informations 328	
Chapitre 4 - La capitalisation des informations 331	
Chapitre 5 - Le partage d'informations 332	
Correction des tests • 333	
Chapitre 1 - La préparation de la veille 333	
Chapitre 2 - Vos connaissances sur la collecte d'informations 333	
Chapitre 4 - La capitalisation des informations 335	
Chapitre 5 - Le partage d'informations 335	
INDEX	337

PREMIÈRE PARTIE

Préparer sa veille

Mettre en place un dispositif de veille suppose au préalable de connaître certains outils et certaines techniques. Dans cette partie, après avoir dressé un panorama du Web et de son étendue, nous verrons comment bâtir un plan de veille efficace notamment grâce au *mind mapping*.

Bien préparer sa recherche

Ne vous jetez pas tête baissée dans votre recherche ! Trouver les informations souhaitées sur le Web dépend de nombreux facteurs : temps consacré, compétences techniques, préparation, etc. Dans tous les cas, vous devez vous adapter en fonction de vos objectifs. Une veille, ça se prépare !

Sommaire

- ▶ **Recherche par mots-clés ou collecte de source ?**
- ▶ **Du plan de veille au tableau de bord**
- ▶ **Une carte mentale pour trouver des mots-clés**

Bien souvent, pour rechercher une information, nous nous connectons directement sur Internet, en nous jetant aussitôt sur Google pour lancer notre requête. Pourtant, auparavant, il est nécessaire de se poser certaines questions.

- L'information est-elle disponible sur le Web ?
- N'est-il pas plus rapide de la trouver par un autre biais (réseau professionnel, etc.) ?


De même, une fois sur Internet, trouver l'information pertinente nécessite d'avoir au préalable une idée de ce que l'on cherche. Pour cela, il est fortement recommandé de mettre en place un plan de veille, même sommaire.

Avis d'expert Les trois types de recherches

Le chercheur Andrei Broder a montré qu'il existait trois types de recherches en fonction du besoin implicite derrière le problème à résoudre.

- **Les 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.
- **Les 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.
- **Les 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 ou un site de médias...

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

 Christophe Deschamps, Pierre Mongin et Xavier Delengaigne, *Organisez vos données personnelles – L'essentiel du Personal Knowledge Management*, éditions Eyrolles, 2011

Avis d'expert **Veille et recherche d'informations : quelles différences ?**

Sur le blog CaddE-Réputation, l'auteure Camille Alloing livre sa conception de la veille et de la recherche d'informations, dont voici une modeste synthèse.

La veille et la recherche d'informations sont certes complémentaires, mais elles nécessitent une approche différente en matière de méthodologies, d'outils et de processus.

- **Stockage versus flux.** La première phase de la veille consiste à collecter (automatiquement) des données dans le but de les analyser afin de répondre à un questionnement précis. Dans la recherche d'informations, la logique de flux prédomine. La recherche s'effectue avec un objectif précis : traiter une question immédiatement par sauts itératifs.
- **Sources statiques versus sources mouvantes.** Dans une veille traditionnelle, les sources à l'origine de la veille sont statiques, par exemple surveiller les sites web concurrents. L'arrivée du Web social change la donne. Désormais, certaines sources deviennent mouvantes. Dans le cadre d'une veille d'images, par exemple, les sites parlant d'une société seront différents d'une journée à l'autre. Même si des alertes peuvent être positionnées sur des mots-clés donnés, des recherches périodiques seront bénéfiques pour s'assurer de ne pas manquer des sources importantes.
- **Susciter le questionnement versus répondre à une question.** La veille soulève de nouvelles questions, comme l'arrivée d'une nouvelle technologie sur le marché. La recherche d'informations, quant à elle, tente de répondre à une question spécifique (exemple : combien de sites parlent de ma marque).
- **Long terme versus court terme.** La veille s'inscrit dans un processus à long terme, tandis que la recherche d'informations se joue dans un délai restreint, souvent pour répondre à une question ponctuelle.

Naturellement, veille et recherche d'informations sont souvent complémentaires. La recherche d'informations sera, par exemple, nécessaire pour identifier les sources utiles à la veille (*sourcing*). Pour surveiller une réputation numérique, la veille pourra être utilisée pour automatiser la surveillance de mots-clés donnés.

- ▶ <http://caddereputation.over-blog.com/article-veille-et-recherche-d-informations-queelles-differences-53855100.html>

Fiche 1

Comment mettre en place un plan de veille ?

Présentation

Le plan de veille consiste en une organisation stratégique de votre veille.

Bénéfice

Un plan de veille permet d'être plus efficace dans ses méthodes de recherche, que l'on procède par requête via des mots-clés ou par collecte de sources en fonction du sujet recherché.

Méthodologie

Tableau 1-1 Les étapes de la veille en actions

Étapes	Actions
1. Définir les objectifs	<p>La veille requiert tout d'abord d'identifier des objectifs afin de déterminer dans quel but l'information recherchée sera utilisée : par exemple, connaître les activités de la concurrence (veille concurrentielle), animer une formation, rédiger un document, etc.</p> <p>Définir les objectifs nécessite de recenser les besoins. Pour cela, dressez une liste des besoins informationnels par fonction au sein de l'entreprise.</p> <p>Par exemple, pour la veille commerciale, les besoins seraient :</p> <ul style="list-style-type: none"> - stratégiques ; - de management ; - financiers (chiffre d'affaires) ; - commerciaux : nombre de visiteurs mensuel du site.

Tableau 1-1 Les étapes de la veille en actions (suite)

Étapes	Actions
2. Circonscrire le périmètre	<p>Il est important de bien déterminer les thématiques de votre recherche, afin de pouvoir ensuite les transformer en mots-clés pertinents (voir la section « Comment faire une recherche par mots-clés sur le Web ? » page 15). Afin de mieux délimiter votre périmètre de recherche, vous pouvez utiliser, par exemple, la technique du questionnement en sept questions, bien connue des journalistes : QQOQCCP (Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Combien ? Comment ? Pourquoi ?).</p> <p>De même, fixez-vous un délai pour rechercher votre information. Ce conseil est d'autant plus vrai sur Internet, où il est très facile de se laisser dériver de page en page via les liens hypertextes.</p>
3. Déterminer les sources d'informations	<p>Il faut ensuite déterminer les sources d'informations (voir la section « Comment centraliser ses sources ? » page 21). Cela implique de déterminer non seulement les types de sources à exploiter (portails, sites institutionnels) mais également les types d'informations à collecter (newsletters, etc.).</p> <p>Dressez ensuite une liste de sources (celles que vous connaissez déjà et les nouvelles, trouvées par une recherche complémentaire).</p>
4. Traiter, analyser, stocker l'information	<p>De nos jours, certains outils existent pour traiter et analyser l'information. Toutefois, l'humain reste indispensable pour mener à bien ces tâches.</p>
5. Partager et diffuser l'information	<p>Prévoyez comment vous allez partager et diffuser l'information. Segmentez vos cibles et si possible, offrez à chacune une information personnalisée.</p>

Bien souvent, le travail de veille se focalise, voire s'arrête, à l'étape de la collecte d'informations. Or, les phases d'analyse et de diffusion sont également importantes, car ce sont elles qui permettent d'agir et de prendre, par exemple, une décision par rapport aux signaux faibles.

Outils

Pour bâtir votre plan de veille, vous pouvez utiliser un logiciel de *mind mapping*.

La plupart des logiciels existant sur le marché conviendront. Voici quelques logiciels gratuits :

- FreeMind
- Freeplane
- XMind (licence Freemium : fonctionnalités de base gratuites, puis fonctionnalités avancées payantes)

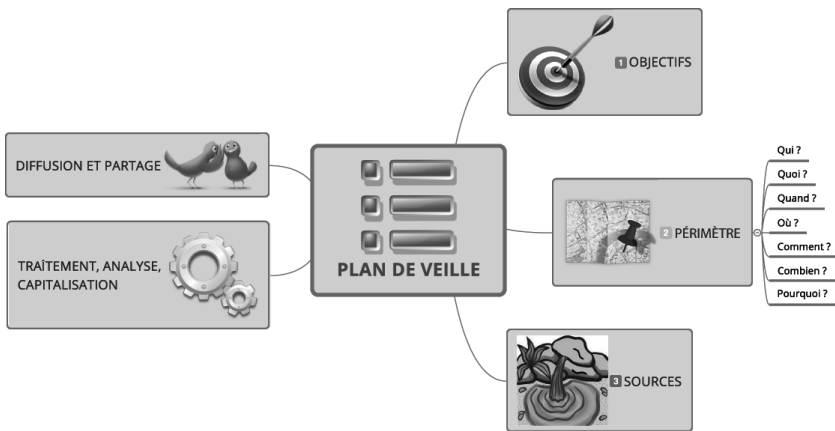


Figure 1-1 Plan de veille sous forme de carte mentale

Définition

Le mind mapping (ou technique de la « carte heuristique » ou « carte mentale » en français) est une méthode visuelle permettant d'organiser ses idées. Elle a été conceptualisée par le psychologue anglais Tony Buzan.

Fiche 2

Comment déterminer les besoins informationnels ?

Présentation

Les besoins informationnels sont la pierre angulaire de tout plan de veille.

Bénéfice

Définir les besoins informationnels permet de ne pas s'éparpiller.

Méthodologie

Dans les fiches pratiques de son ouvrage *Travailleur du savoir*, le veilleur Christophe Deschamps conseille de suivre le questionnement proposé par Peter Drucker. Ainsi, la première question à se poser n'est pas « Qu'est-ce que je veux ? » mais « Qu'est-ce que les autres attendent de moi ? » ou « Qui sont les autres ? ». Amusez-vous à demander à vos collègues quelles sont les informations qu'ils recherchent. L'idéal sera de mettre en place une base de besoins informationnels. La seconde question à se poser sera « De quelle information ai-je besoin ? ».

Outils

Pour vous aider dans cette étape d'analyse des besoins informationnels, vous pouvez utiliser la notion des facteurs clés du succès (*Critical Success Factors* ou CSF en anglais) de John F. Rockart. Les facteurs clés de succès permettent aux organisations de décliner leurs objectifs stratégiques au niveau opérationnel. Dans un premier temps, déterminez les facteurs clés de succès en fonction de vos objectifs stratégiques. Dans un second temps, sélectionnez les facteurs essentiels. Dans un troisième temps, identifiez les informations nécessaires pour ces facteurs clés essentiels. Enfin, dans un quatrième temps, mettez en place une veille sur ces thèmes.

Aller plus loin

Voici deux ouvrages qui peuvent s'avérer utiles pour cette étape :

- *Les fiches pratiques du travailleur du savoir* de Christophe Deschamps (2009), disponibles sur le site Outils Froids et consultées le 8 janvier 2019
<https://www.outilsfroids.net/mdocs-posts/2009-les-fiches-pratiques-du-travailleur-du-savoir-2/>
- Les fondamentaux du recueil d'informations de Michel Denjean (2014), fiches techniques consultées le 8 janvier 2019
http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/ftechinique31_cle78482e.pdf