



METTRE EN PLACE UNE VEILLE INFORMATIONNELLE

Suite au développement d'internet et des nouvelles techniques de communication, l'accès à l'information s'en est trouvé facilité, mais nous nous trouvons en même temps confrontés à une somme d'information de plus en plus considérable et donc plus difficile à appréhender.

Les méthodes classiques de recherche ne peuvent plus suffire à gérer cette masse d'informations, la mise en place de veilles informationnelles est ainsi devenue une activité à part entière pour la plupart des professionnels.

La veille informationnelle consiste donc à mettre en oeuvre des stratégies et des outils automatisés pour rester informé sur un sujet, en y consacrant le moins d'effort possible.

LES TYPES DE VEILLE - ENJEUX

Il est crucial pour les entreprises d'être bien informés afin de rester compétitifs, de mieux gérer les risques et de respecter les nombreuses réglementations.

Les enjeux de la veille peuvent ainsi être variés:

- Veille concurrentielle, surveillance des tendances, être alerté des lancements de produits...
- Veille sur les Avis Consommateurs, surveillance de sa e-Réputation
- Veille territoriale: connaissance du marché local, des entreprises, de la clientèle, du marché de l'emploi régional...
- Veille documentaire, réglementaire, juridique...
- Veille technologique...

MISE EN OEUVRE ET DIFFICULTÉS

Définir son sujet

Il faut d'abord définir avec précision l'objet de la veille, et le limiter assez strictement, car à vouloir couvrir trop de sources, on finit par être inondé d'articles et on passe son temps à trier les résultats ! Il devient alors trop tentant d'abandonner...



Le Sourcing

La seconde étape consiste à connaître les sources et savoir les évaluer. Suivre l'évolution des sources: certaines disparaissent ou ne sont plus mises à jour, de nouvelles apparaissent. La veille est une activité vivante qui demande à être entretenue.

Les outils de la veille

Il est enfin nécessaire de connaître les différents types d'outils et leurs fonctionnalités, et suivre leur évolution technologique.

Finalement, on finit par être en veille sur la veille. L'activité de veille peut devenir très complexe et le métier de veilleur est devenu une profession à part entière. Il peut donc être intéressant de sous-traiter cette activité forcément chronophage.

LES OUTILS DE LA VEILLE

La méthode PULL

L'utilisateur se rend directement et régulièrement sur Internet, il refait périodiquement les mêmes recherches dans les mêmes sources pour en « **tirer** » (*du verbe "to pull" en anglais*) les informations les plus récentes dans un domaine particulier.

La méthode pull exige que l'on relance **manuellement** la recherche. Elle est donc généralement utilisée pour les bases de données ou les sources Internet qui n'offrent pas de services de signalement rapide de l'information, c'est-à-dire les outils de la méthode push.

Le chercheur devra régulièrement relancer la recherche ou consulter les sites qui l'intéressent s'il désire rester avisé des nouvelles publications dans son domaine. Cette méthode nécessite donc plus de temps, et la veille risque d'être irrégulière.

En revanche, l'information recueillie est généralement plus **pertinente**.

Les outils à utiliser

Pour le sourcing: **MOTEURS, MÉTA-MOTEURS ET ANNUAIRES DE RECHERCHE**, portails, banques de données, logiciel de veille ou service en ligne... Les outils ne manquent pas, pourtant la plupart des gens se contenteront de rechercher leurs sources à l'aide du moteur de recherche Google. Dans ce cas, autant être bien formé à son utilisation et connaître les opérateurs qui permettront d'affiner vos recherches. [Voir ici pour optimiser vos recherches avec Google.](#)

Bien [organiser ses signets](#) de pages web (aussi appelés **FAVORIS, BOOKMARKS OU MARQUE-PAGES** en fonction du navigateur utilisé), pensez à régulièrement les exporter pour les sauvegarder.

Exploiter les **SITES COMMUNAUTAIRES** de partage de signets (social bookmarking) : pearltrees, delicious...



Outil de veille en ligne: [stample](#) (permet de conserver et rechercher des contenus web, ils peuvent aussi être partagés avec des contacts).

Sauvegarder ses stratégies de recherche avec un traitement de texte, par exemple sous forme de tableau avec liens hypertextes. Cela permettra de garder une trace de la veille, d'en rendre-compte à sa hiérarchie, et de la rendre transmissible à autrui.

La méthode PUSH

L'information est « **poussée** » (du verbe "to push" en anglais) de manière directe et automatique vers l'utilisateur, en fonction de préférences et de critères qu'il a choisis. L'utilisateur n'effectue plus de recherche et son rôle consiste maintenant à évaluer l'information récupérée. La réception des informations peut se faire par courrier électronique ou dans un agrégateur, sur un ordinateur, une tablette, un smartphone...

Les avantages de cette méthode sont d'abord une **économie de temps**: les résultats de recherche sont envoyés directement dans la boîte de courriel ou l'agrégateur du chercheur. La recherche est **automatique**: cette méthode permet, via le service de signalement rapide, de relancer automatiquement la recherche à des moments prédéterminés. La recherche s'effectue donc de façon **périodique et régulière**, ce qui assure une veille documentaire continue.

Les inconvénients sont que la plupart des outils nécessitent une inscription. D'autre part, ils ne sont pas forcément disponibles pour chaque source (cela dépend de la volonté du webmaster), on ne peut donc pas utiliser cette méthode systématiquement. Enfin, les résultats peuvent être très volumineux: comme les résultats de recherche sont directement envoyés dans la boîte de courriel du chercheur, ce dernier doit créer des stratégies de recherche efficaces afin d'éviter d'obtenir un flot d'information trop important.

Les outils à utiliser

LES LISTES DE DIFFUSION OU MAILING-LIST:

Il s'agit d'un abonnement à des groupes thématiques qui communiquent par messages électroniques. L'information est modérée, pertinente et expérimentée. C'est un outil de qualité, notamment sur les débats ou les sujets très spécialisés.

Mais il y a souvent redondance des sujets. Il faut donc bien choisir les options de réception (un récapitulatif, plutôt qu'en temps réel).

A trouver par le biais d'annuaires de listes: google groupes, yahoo groupes...

LES LETTRES D'INFORMATION OU NEWSLETTERS:

Certains sites web proposent un abonnement à leur lettre périodique, envoyée par mail, pour être régulièrement informé de l'évolution de leur site. L'inscription se fait très rapidement sur le site source, en donnant son adresse mail. Il s'agit souvent de "produits dérivés" d'un site, et sont souvent commerciales. Elles permettent d'être informé régulièrement sur l'actualité du domaine couvert par ce site.



LES SERVICES D'ALERTE:

Service qui permet d'être averti automatiquement par mail lorsque que des documents ou des informations publiés en ligne correspondent à un sujet ou aux termes indiqués par l'utilisateur:

- Services d'alertes des moteurs de recherche (Google alertes, Alertes Yahoo)
- Services d'avis de publications ou prépublications (bases de données, forums, sites commerciaux...)

LES FILS RSS:

La technologie RSS permet de signaler les nouveautés d'une page web à un lecteur, sans que celui-ci ait à consulter la page en question. Elle permet donc de suivre très facilement l'actualité d'un site en étant sûr de ne rien manquer.

Actuellement un fil RSS peut donner de l'information textuelle ou audiovisuelle.

Il faut utiliser un agrégateur de flux pour exploiter les fils RSS. [Cliquez ici pour apprendre à utiliser les fils RSS.](#)

LES SERVICES DE SURVEILLANCE ET PROGICIELS DE VEILLE:

Ce sont des outils, téléchargeables ou en ligne, combinant tout ou partie des fonctionnalités précédemment citées:

- métamoteurs (recherche dans plusieurs moteurs à la fois)
- recherche sur le web invisible
- aspirateur de sites
- alerteur
- peuvent aussi mettre à jour les requêtes, automatiquement ou à la demande

Quelques outils de surveillance de sites ou de pages web: Vigilus, Watchthatpage, Update scanner (extension Firefox)...

Quelques progiciels de veille: Copernic, Digimind...

CONCLUSION

Alors PULL ou PUSH ?

Actuellement, il faut utiliser les deux techniques, car d'un côté, certaines sources n'offrent pas de services de signalement, et d'autre part, certains services de signalement sont si peu efficaces ou si peu conviviaux que la méthode Pull est plus intéressante.