|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Réflexion 3 – Mettre en place une veille informationnelle | | |
| Durée : 20’ | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

**Travail à faire**

Après avoir lu le **document**, répondez aux questions suivantes :

1. Que signifie « cibler la recherche » ?
2. En quoi consiste la création d'alertes ?
3. Pourquoi faut-il traiter et analyser l'information collectée ?
4. En quoi la diffusion de l'information collectée est-elle importante ?
5. Quelle est la condition de la réussite d’une veille ?

**Doc. 4 étapes pour établir une veille informationnelle efficace**

1. **Établir votre stratégie (cibler)**

Cette étape est importante car elle impacte toute la suite des actions qui vont être menées. Dans un premier temps, il est important d’identifier ce dont l’entreprise a besoin pour mettre en place une stratégie. Elle doit cibler les domaines de recherche par rapport au public (cible) et aux centres d’intérêts.

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

Pour que la stratégie soit efficace, il faut déterminer, à partir de l’activité, une liste de sujets, qui doivent être transposés en **mots-clés**. Une fois cette étape terminée, il est possible de construire l’environnement de veille.

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

1. **Créer des alertes**

La deuxième étape consiste à programmer des sites ou des applications sur le Net que l’on appelle « agrégateurs d’informations » qui automatisent la recherche. Ce peut être **Google Alertes**, des **flux RSS** ou des **agrégateurs de contenu** comme **Netvibes** qui permettent de programmer des recherches à partir de domaines ou de mots clés.

Ces applications scannent constamment le Web et font remonter les dernières publications mises en ligne. Les recherches sont automatisées et les informations remontent auprès de l'entreprise. On parle de méthode « push » (l'information est poussée vers l'entreprise).

1. **Traiter et analyser de l’information**

La troisième étape consiste à récupérer les informations fournies par les alertes puis à les trier, traiter et analyser pour ne garder que celles qui sont intéressantes.

* **Trier** : il faut trier informations pour ne garder que celles qui intéressent vraiment l’entreprises et qui sont en rapport avec la stratégie définie précédemment.
* **Analyser et traiter** : pour être efficace, il est nécessaire de synthétiser toutes les informations récupérées pour les rendre exploitables. L’objectif de cette étape est de capitaliser les informations, c’est à dire centraliser la connaissance pour mieux la partager et la faire fructifier.

1. **Diffuser des contenus**

La quatrième étape consiste à diffuser les contenus sur auprès des personnes concernées pour qu’elles puissent les exploiter. Elles peuvent être mises en ligne sur l’intranet une plateforme collaborative comme Microsoft Teams, Google Workspace ou Slack, partagé dans une newsletter ou transmises par mél et liste de diffusion.

Ce travail ne se fait pas sans la mise en place d’une organisation rigoureuse et sans avoir affecté les tâches à des personnes concernées, qui les ont intégrées dans leurs emploi du temps.

**Travail à faire**

1. Que signifie « cibler la recherche » ?
2. En quoi consiste la création d'alertes ?
3. Pourquoi faut-il traiter et analyser l'information collectée ?
4. En quoi la diffusion de l'information collectée est-elle importante ?
5. Quelle est la condition de la réussite d’une veille ?