

VEILLE INFORMATIONNELLE

Organiser une veille

Une veille informationnelle : le processus de surveiller régulièrement l'environnement de l'entreprise afin d'en tirer des opportunités ou traiter des menaces dans le but d'avoir un avantage concurrentiel.

La mise en œuvre de la veille

➤ La stratégie de veille

- **La recherche** : la distinction des thèmes et le ciblage des sources ;
- **La veille** : la détermination des axes de surveillances ;
- **Le tirage d'information à partir des réseaux sociaux et sur terrain** ;
- **L'analyse de l'information tirée** ;
- **Le stockage** ;
- **Le partage** : la diffusion des informations traitées pour atteindre les objectifs de la veille.

Les méthodes de collecte d'information

➤ La méthode push

L'utilisateur reçoit des notifications automatisées poussant vers lui l'information dont il a programmé la recherche.

Cette méthode fait gagner du temps et permet de mettre à jour régulièrement les recherches en ayant recours à une démarche automatisée. En contrepartie, l'utilisateur peut se trouver face à une information redondante venant de plusieurs sources.

➤ La méthode pull

Il s'agit d'une veille active. L'utilisateur recherche lui-même l'information régulièrement pour tirer des informations récentes et concrètes.

Bien que l'information tirée par cette méthode soit plus étudiée et mieux ciblée. L'utilisateur risque de perdre du temps ou de rater une information importante.

Les Types de Veille Informationnelle et leurs objectifs

- **Marketing et commerciale** : l'étude de marché et l'anticipation de ses évolutions;
- **Concurrentielle** : l'étude des concurrents et la soumissions aux nouvelles tendances ;
- **Technologique** : profiter du développement technologique pour améliorer les voies de productions ;
- **Veille d'image** : La prédisposition de l'entreprise dans le marché en travaillant sur son image de marque ;
- **Juridique et règlementaire** : le suivi qui permet d'éviter tout conflit juridique possible ;
- **Stratégique** : le traitement de toutes les informations concernant l'entreprise afin de mieux orienter la prise de décision.

Les outils de la veille

➤ Les moteurs de recherche

Pour trouver les meilleurs résultats de recherche, l'utilisateur a intérêt à choisir les mots-clés appropriés. De plus, les moteurs de recherche mettent à sa disposition des filtres et des fonctions de recherche avancée.

On cite quelques opérateurs avancés : comme RELATED, LINK, INTEXT, DEFINE, etc.

➤ Les flux RSS

Les flux Really Simple Syndication : montrent des dépêches de contenus Web avec des liens vers le site d'origine. Pour s'abonner à ses sites, il suffit de cliquer sur le logo du fil RSS. Cela permettra à l'utilisateur de recevoir des nouveautés.

Les informations peuvent être reçues dans une messagerie si le nombre de flux est restreint. Si le nombre de flux est important, l'utilisateur doit avoir recours à un agrégateur. Ce dernier permet d'organiser les informations et les trier.

➤ Les agents d'alerte

On sélectionne des mots-clés correspondant à un sujet. Lorsqu'un contenu correspondant à ce sujet est mis en ligne, l'utilisateur reçoit une alerte.

➤ Les agents de surveillance

Il s'agit des agents <<intelligents>> qui substituent les flux RSS pour certaines pages. Ils servent essentiellement à avertir des changements subits par des pages web qu'on leurs accorde.

➤ Les outils de curation

La curation est le processus de sélectionner, éditer et partager du contenu web. Il s'agit d'un traitement d'informations présélectionnées afin de l'animer en cas de surcharge.

➤ Les réseaux sociaux

Il existe des gestionnaires de réseaux sociaux permettant leur regroupement sur une interface unique.

La diffusion de la veille

La diffusion de la veille informationnelle et la communication des informations de se faire conformément à la loi.

Outils et moyens de diffusion		
	Avantages	Inconvénients
Partage réseau	<ul style="list-style-type: none"> – Simple stockage de documents ; 	<ul style="list-style-type: none"> – Ne permet pas le travail collaboratif sur un document ; – Mise à jour manuelle ;
Messagerie Électronique	<ul style="list-style-type: none"> – Les courriels ayant des liens hypertextes renvoient aux pages des sites collectes sil sont complets ; 	<ul style="list-style-type: none"> – Le destinataire peut ne pas consulter ses courriels ;
Forum	<ul style="list-style-type: none"> – Un espace de discussion ou les liens hypertextes signalant la collecte de nouvelles informations ; 	<ul style="list-style-type: none"> – La perte de l'information dans le cas de surmenage ;
Newsletter intense	<ul style="list-style-type: none"> – Une simple méthode pour recevoir des informations régulièrement ; 	<ul style="list-style-type: none"> – L'information doit être bien élaborée et formulée ;
Les réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none"> – Diffusion d'information multiforme en temps réel ; 	<ul style="list-style-type: none"> – Un flux important d'informations face à une limite de caractères.