



Orientation et Formation Professionnelle
Tertiaire et Développement Informatique



CRM

ABC DEV

Veille technologique

Veille technologique

- 1. Introduction et Définitions
- 2. Définition des objectifs
- 3. Recherche des sources
- 4. Collecte de l'information
- 5. Analyse de l'information
- 6. Diffusion de l'information
- 7. La veille en entreprise
- 8. Les outils de veille
- 9. Rapport de veille

1



Introduction et Définitions

Qu'est-ce que la veille ?

« Une veille informationnelle est l'ensemble des stratégies mises en place pour rester informé, en y consacrant le moins de temps possible et en utilisant des processus de signalement automatisés. » (Lardy J.-P., Urfist de Lyon)

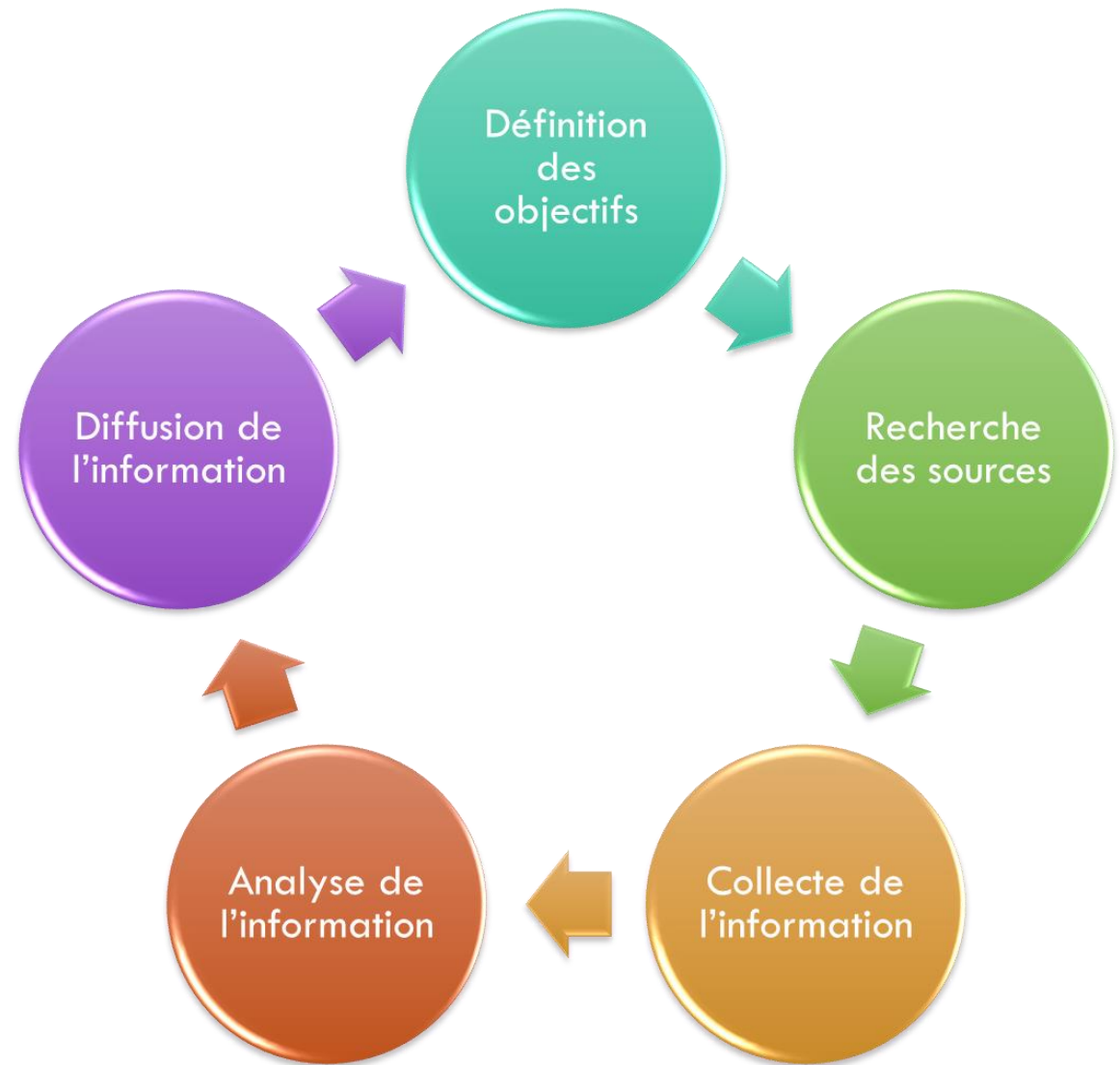
- "SE TENIR AU COURANT"
- "ÊTRE À LA PAGE"
- PROCESSUS + OU - AUTOMATISÉ
- "DISCIPLINÉ" (LIMITE DE TEMPS, RÉGULARITÉ...)

Veille passive ou veille active ?

- **VEILLE PASSIVE :**
 - SE TENIR AU COURANT, SUIVI AU FIL DE L'EAU
 - RÉGULIÈRE ET FRÉQUENTE (EX. TOUS LES JOURS)
 - DOMAINE(S) CIBLÉ(S)
 - OBJECTIFS À LONG TERME
- **VEILLE ACTIVE :**
 - RECHERCHE PRÉCISE, CIBLÉE, STRATÉGIQUE
 - OBJECTIFS À COURT OU LONG TERME (ÉVENTUELLEMENT RÉPÉTÉS)
 - PARTAGE, TRAVAIL COLLABORATIF

Cycle de la veille

1. DÉFINITION DES OBJECTIFS
2. RECHERCHE DES SOURCES
3. COLLECTE DE L'INFORMATION
4. ANALYSE DE L'INFORMATION
5. DIFFUSION DE L'INFORMATION



2



Définition des objectifs

Définition des objectifs - Pourquoi « veiller » ?

- PROFESSIONNELLEMENT :
 - MACRO : CONCURRENCE, NOUVEAUX PRODUITS, NOUVELLES MÉTHODES, POTENTIALITÉS, PROSPECTIVE ET ANTICIPATIONS...
 - MICRO : DÉVELOPPER SES CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES, SES MÉTHODES DE TRAVAIL, COMPRENDRE LE MONDE DANS SON MOUVEMENT...
- PERSONNELLEMENT ?

ANTICIPER

PROSPECTER

« E-REPUTATION »

SURVEILLER

SE CULTIVER

...



Définition des objectifs - Que veiller ?

- QUELS OBJECTIFS ?
- DOMAINE... LARGE OU PRÉCIS ?
- TEMPS POSSIBLE ?
(EX. 1H / JOUR) - 1H PAR JOUR SUR 35H/SEMAINE
- CHOISIR SELON SES OBJECTIFS ET CONTRAINTES

3



Recherche des sources

Types de contenu

- PAPIER
 - LIVRES
 - REVUES
 - MAGAZINES
 - ...
- TV, RADIO
- ECHANGES VERBAUX (ORAUX, ÉCRITS)
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, PAR SMS, EN
RÉEL, ETC.
 - SITUATIONS FORMELLES (EX. CONGRÈS)
 - SITUATIONS INFORMELLES (EX. REPAS,
SOIRÉE, HASARD DE RENCONTRE...)

- Numérique
(DVD, ...)
Web
Types d'espaces (blogs, presse,
forums...)
Types de fichier (html, PDF,
vidéo...)

⇒ Automatisation et rapidité

⇒ Web :

<http://www.internetlivestats.com>

Utiliser Google

- IDENTIFICATION DES MOTS CLÉ:
 - GOOGLE SUGGEST (SUGGESTION LORS DE LA SAISIE)
 - GOOGLE ADWORDS (SUGGESTION DE MOTS CLÉS, ESTIMATION DE VOLUME GÉOLOCALISÉ)
 - SUGGESTION DE RECHERCHES ASSOCIÉES
 - MISE EN PLACE D'ALERTE AUTOMATIQUES => [HTTPS://WWW.GOOGLE.FR/ALERTS](https://www.google.fr/alerts)
- RECHERCHE PAR EXPRESSION EXACTE : «EXPRESSION EXACTE À CHERCHER»
 - EXCLUSION D'UN TERME AVEC -
 - RECHERCHE PAR COMPLÉTION D'UN MOT MANQUANT : FETESDE_ À STRASBOURG
 - PAR THÉMATIQUE CONNEXE (SITES ASSOCIÉS) : RELATED:WWW.LEMONDE.FR
 - PAR SITE INTERNET : "VEILLE INFORMATIQUE" SITE:NOMDEDOMAINE.FR
 - PAR TYPE DE FICHIER : "PERFORMANCE NAVIGATEUR" FILETYPE:PDF
 - PAR NOM DE PAGE : INTITLE:"TERMES À TROUVER DANS LE TITRE"
 - PAR PRÉSENCE DES TERMES DANS L'URL : INURL:"MOTS CLÉS"

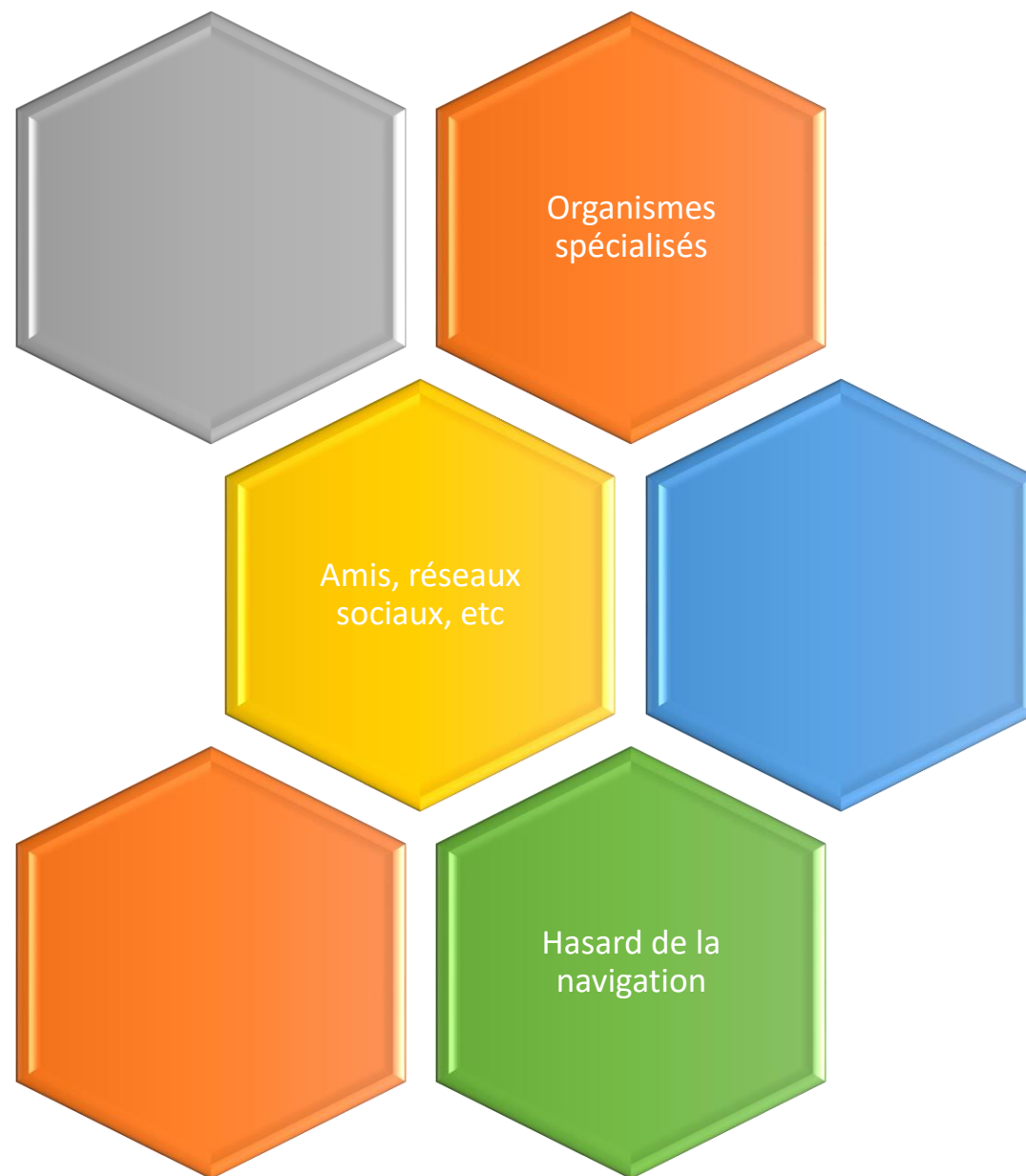
Choisir ses sources

Sources formalisées

- Presse
- Banque de données
- Institutions
- Sites internet
- ...

Sources informelles

- Concurrence
- Fournisseurs
- Prestataires extérieurs
- Expositions / salons
- ...



Choisir ses sources

- **ALLER VERS LE PLUS NEUTRE POSSIBLE POUR DE L'INFORMATION :**
 - SINON CE N'EST PLUS DE L'INFORMATION MAIS DE L'OPINION
 - SINON VOUS SEREZ « CONFORTÉ » DANS VOTRE AVIS MAIS N'APPRENDREZ RIEN
 - COMPRENDRE L'AVIS CONTRAIRE EST UN APPORT DE CONNAISSANCE IMPORTANT...
... FAVORISANT VOS CAPACITÉS D'ANALYSE ET D'ARGUMENTATION

Evaluer la fiabilité ?

- PAR LA SOURCE EN ELLE-MÊME : RÉPUTATION ? HABITUDE PERSONNELLE ?
- PAR LA QUANTITÉ TROUVÉE (CROISEMENT DE L'INFORMATION) ?
- PAR LA FRAÎCHEUR DE L'INFORMATION ?
- S'AIDER DES COMMENTAIRES DES INTERNAUTES ?
- PAR DES ALGORITHMES OU LISTES DE SITES JUGÉS FIABLES ?
- ... ?

Evaluer la fiabilité ?

- MULTIPLIER LES QUESTIONS POUR ÉVALUER LA FIABILITÉ :
 - SUR L'AUTEUR (QUI, QUELLE EXPERTISE, QUEL RESPECT DE SES PAIRS, EST-IL JOIGNABLE...)
 - SUR L'ORGANISME PORTEUR
 - SUR LA RAISON D'ÊTRE (QUEL OBJECTIF DU SITE ? QUEL PUBLIC VISÉ ?...)
 - SUR LES MISES À JOUR (RÉCENCE, DATES INDIQUÉES...)
 - SUR LA VALIDITÉ ET QUALITÉ DE L'INFORMATION (DÉTAIL, ARGUMENTS, SOURCES CITÉES, ORTHOGRAPHE, SEMBLE- T-ELLE ÊTRE DE LA PROPAGANDE...)
 - RÉPUTATION (SOURCE SOUVENT CITÉE, AUTORITÉ RECONNUE...)
 - INDÉPENDANCE DE LA SOURCE

Evaluer la fiabilité ? - En cas de doute

- DIVERSIFIER LES SOURCES, LES « SONS DE CLOCHE »
- VÉRIFIER SUR DES SITES TYPE HOAXBUSTER (SI POSSIBLE, MULTIPLIER LES RECHERCHES)
- LIRE LES COMMENTAIRES S'IL Y EN A
- DOUTER, DOUTER, DOUTER...

⇒ SI LE SUJET EST FORTEMENT POLÉMIQUE, IL Y A DES CHANCES POUR QUE TROUVIEZ DES OPINIONS AU MILIEU DES FAITS, EUX-MÊMES POUVANT ÊTRE PLUS OU MOINS MODIFIÉS.

4



Collecte de l'information

Collecte

- **LE STOCK (PULL) :**

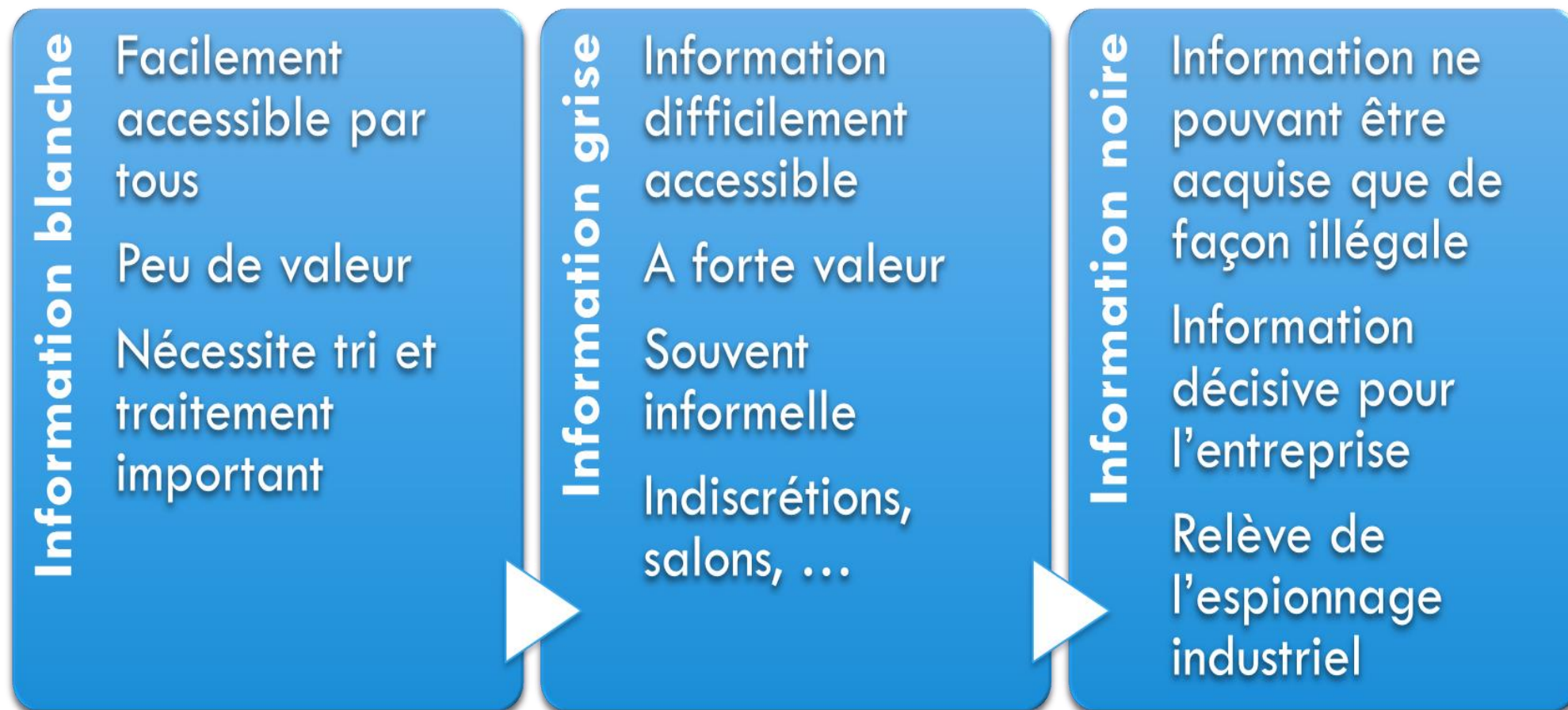
L'INFORMATION EST RECHERCHÉE ET EXTRAITE PAR L'UTILISATEUR

- **LE FLUX (PUSH) :**

L'INFORMATION EST « POUSSÉE » VERS L'UTILISATEUR

- DÉPEND DE LA STRATÉGIE, OBJECTIFS, ETC.
- BIEN CHOISIR COMBIEN DE TEMPS PASSER ET S'Y TENIR LE PLUS POSSIBLE
- OPTIMISER LE TEMPS PASSÉ ET LE RECUEIL D'INFORMATION
- LIMITER LES SOURCES LORS DE L'ÉTAPE PRÉCÉDENTE

Type d'information



Fraîcheur ?

- CONTENU RÉCENT OU ANCIEN ?
- UNE VALEUR RELATIVE : DÉPEND DU CONTENU RECHERCHÉ
 - EXEMPLE : ACTUALITÉS INTERNATIONALES VS RECHERCHES ARCHÉOLOGIQUES SUR UN SITE OU UNE PÉRIODE HISTORIQUE PRÉCISE
- CERTAINES INFORMATIONS SONT « INTEMPORELLES » OU PEUVENT S'INSCRIRE DANS UNE LONGUE PÉRIODE (EX : PROJET POUR 2025...)

Les risques du numérique

- VOULOIR TOUT LIRE...

... OU AU CONTRAIRE NE LIRE QU'UN TITRE

- VOULOIR TOUT SUIVRE...

... OU AU CONTRAIRE CIBLER AVEC OBSESSION PAR PEUR
DE TROUVER «TROP»

- ETRE SUBMERGÉ SOUS LA QUANTITÉ DE CONTENU ET NE PAS PRENDRE LE TEMPS DE
L'ANALYSE

Quelle fréquence de veille une entreprise peut-elle adopter ?

- LA VEILLE PONCTUELLE
- LA VEILLE OCCASIONNELLE
- LA VEILLE PÉRIODIQUE
- LA VEILLE PERMANENTE

⇒ EN FONCTION DE L'ENTREPRISE, DES OBJECTIFS MAIS AUSSI DE SOI

5



Analyse de l'information

Analyser c'est avant tout...

- PRENDRE DU RECUL : D'OÙ VIENT L'INFORMATION, EST-ELLE FIABLE, VÉRIFIABLE...
- SE DEMANDER SI CETTE INFORMATION EST IMPORTANTE POUR MOI / MES COLLABORATEURS / MON ORGANISME
- SE DEMANDER SI CETTE INFORMATION EST NOUVELLE POUR MOI ET/OU POUR LES AUTRES
- SE DEMANDER SI CETTE INFORMATION DONNE UNE VALEUR AJOUTÉE, RÉPOND AUX OBJECTIFS INITIAUX

Archiver

- POUR LIRE OU RELIRE PLUS TARD
- POUR NE PAS OUBLIER
- IDÉALEMENT, UNE ARCHIVE DEVRAIT CONTENIR :
 - DES MÉTADONNÉES (TITRE, AUTEUR, MOTS- CLÉS...)
 - UN COURT RÉSUMÉ, RAPPELANT NOTAMMENT POURQUOI VOUS AVEZ CONSERVÉ CE CONTENU, CE À QUOI IL PEUT SERVIR / RESSERVIR (LE CAS ÉCHÉANT)

En entreprise/collectivité...

- POUR LES CLIENTS :
 - NEWSLETTERS POUR FIDÉLISER SUR LE LONG TERME
 - RÉSEAU SOCIAL (FB, TWITTER...)
 - ...
- POUR LES COLLABORATEURS :
 - PARTAGER PAR E-MAIL L'INCONTOURNABLE
 - PARTAGER SUR UN INTRANET, ÉVENTUELLEMENT
 - ORALEMENT (« CAFÉ/CLOPE »)

6



Diffusion de l'information

Pourquoi partager ?

- POUR LE PLAISIR !
- POUR RECEVOIR D'AUTRES INFORMATIONS EN RAPPORT
- POUR RECEVOIR DES RÉACTIONS, COMMENTAIRES, DÉBATTRE...
- POUR FAIRE NAÎTRE UN ÉCHANGE DE LIENS SUR DU LONG TERME => GAIN DE TEMPS SUR SA VEILLE
- POUR TRAVAILLER SON IMAGE, ÊTRE ACTIF EN LIGNE

Que partager ?

- PARTAGER DE PRÉFÉRENCE SI :
 - L'INFORMATION EST VÉRIFIÉE, SEMBLE PLAUSIBLE...
... OU SI L'ON VEUT VÉRIFIER L'INFORMATION AUPRÈS DE SES CONTACTS
 - IL Y A UN BUT DANS CE PARTAGE :
 - ÊTRE ACTIF, VISIBLE, CERTES...
 - ... MAIS PAS TROP NON PLUS : SÉLECTIONNER LES INFORMATIONS PERTINENTES
 - QUI LIT 36 INFO À LA MINUTE ?

⇒ PARTAGER SI CELA SEMBLE UTILE

7

La veille en entreprise

Les différents types de veille

- CHAQUE TYPE DE VEILLE PEUT S'EXERCER SUR UNE DIMENSION RÉACTIVE (RÉACTION AUX ÉVOLUTIONS DE L'ENVIRONNEMENT) OU PROACTIVE (ANTICIPATION DES ÉVOLUTIONS).
- IL EST POSSIBLE D'INSTAURER DIFFÉRENTS TYPES DE VEILLE :
 - LA VEILLE TECHNOLOGIQUE
 - LA VEILLE COMMERCIALE
 - LA VEILLE MARKETING
 - LA VEILLE CONCURRENTIELLE
 - LA VEILLE JURIDIQUE OU RÉGLEMENTAIRE
 - LA VEILLE SOCIÉTALE OU ENVIRONNEMENTALE
- LA VEILLE PERSONNELLE

Types de veille

- LE TABLEAU SUIVANT ILLUSTRE QUELS PEUVENT ÊTRE LES BESOINS DE L'ENTREPRISE EN TERMES DE VEILLE, ET QUELLE UTILISATION ELLE PEUT EN FAIRE.

Veille réactive	Type de veille	Veille proactive
Concurrents directs	← Veille concurrentielle →	Partenaires potentiels
Produits/services concurrents	← Veille technologique →	Produits/services de substitution
Nouveaux clients	← Veille commerciale →	Clients potentiels
Réglementation et normes	← Veille juridique →	Législation
Conjoncture économique	← Veille économique →	Perspectives économiques
Comportements consommateurs	← Veille sociétale →	Évolutions intergénérationnelles

Comment organiser la veille en entreprise ?

- UNE ORGANISATION EN RÉSEAU SEMBLE PLUS ADAPTÉE.
- LES ACTEURS IMPLIQUÉS DANS L'ACTIVITÉ DE VEILLE DOIVENT ÊTRE RELIÉS LES UNS AUX AUTRES AU MOYEN DE VOIES DE COMMUNICATION PHYSIQUES OU VIRTUELLES.
- LE RÉSEAU EST À LA FOIS UN INSTRUMENT D'ACQUISITION, DE TRAITEMENT, DE DIFFUSION ET D'EXPLOITATION DE L'INFORMATION.
- OBSERVATEURS, ANALYSTES ET DÉCIDEURS SONT LES TROIS PROFILS QUI VONT CONSTITUER UNE CELLULE DE VEILLE :

OBSERVATEURS >> ACQUISITION DE L'INFORMATION

ANALYSTES >> TRAITEMENT DE L'INFORMATION

DÉCIDEURS >> PRÉPARENT LES DÉCISIONS STRATÉGIQUES

8



Les différents outils de veille

Outils de veille

- DIFFÉRENTS OUTILS DE VEILLE :
 - AGRÉGATEURS DE FLUX RSS
 - EXTENSION NAVIGATEURS
 - GESTIONNAIRE DE RÉSEAUX SOCIAUX
- NE PAS HÉSITER À FAIRE DE LA VEILLE SUR LA VEILLE...

9



Rapport de veille

Rapport de veille -

- RÉFLÉCHIR À SON SUJET DE VEILLE
- COMMENCER À CHERCHER SES OUTILS
- PRÉPARER SON RAPPORT DE VEILLE



Rapport de veille - exemple

- EXEMPLE DE PLAN

1. INTRODUCTION
2. IDENTIFICATION DES BESOINS
3. RECHERCHES PRÉLIMINAIRES
4. COMPARAISON
5. CONCLUSION
6. SOURCES



Merci pour votre attention