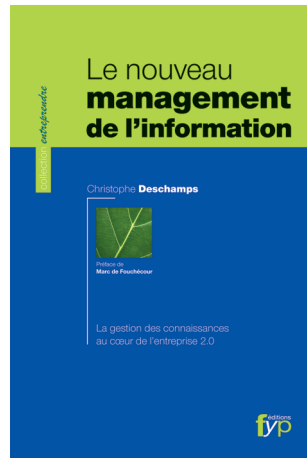


Fiches pratiques du travailleur du savoir



Elles accompagnent le livre de
Christophe **Deschamps**

Le nouveau management de l'information

La gestion des connaissances
au cœur de l'entreprise 2.0



www.fypéditions.com

FICHES PRATIQUES

Il n'y a pas de classement de l'univers qui ne soit arbitraire et conjectural. La raison en est très simple : nous ne savons pas quelle chose est l'univers.

Jorge Luis Borges

Si, comme nous l'avons vu, les technologies 2.0 sont une voie royale vers l'accroissement de l'efficacité collective, il est des besoins propres aux travailleurs du savoir qu'elles n'adressent pas directement. En effet, si les wikis permettent par exemple de rédiger un document à plusieurs mains, cette manière de travailler est encore rare dans les entreprises, la plupart du temps l'employé se retrouve seul face à son ouvrage, contraint d'avancer coûte que coûte. Les technologies 2.0 l'aideront certes à localiser le « matériau » nécessaire à sa tâche, tout comme elles lui permettront de rester en contact avec des experts de l'organisation. Pourtant toute la phase rédactionnelle et les compétences qu'elle suppose en termes de gestion du temps, d'utilisation des informations récoltées et d'écriture, reste à la seule charge du travailleur du savoir, individu finalement isolé qui doit savoir s'organiser pour rendre dans les temps le meilleur travail possible. En résumé, les technologies 2.0 permettent de tirer partie du réseau mais ne font pas le travail à notre place...

Avec le pragmatisme que reflète mon blog depuis six ans¹ je n'envisageai pas de ne faire que la moitié du chemin en m'arrêtant à ce constat. Les fiches pratiques proposées ici ont donc pour objectif de répondre aux besoins des travailleurs du savoir en présentant des méthodologies, conseils, outils et références qui, je l'espère, leur seront utiles. Ils ont pour objectif de les aider à déployer des stratégies de gestion de connaissances personnelles (PKM → Personal Knowledge Management).

J'ai volontairement choisi dans ces fiches de ne pas appliquer la traditionnelle distinction outils/méthodologies car elle n'est pas aussi nette qu'on pourrait le croire. Bien souvent en effet, appliquer une méthode revient à se doter d'un outil. Si par exemple je décide d'appliquer *Getting Things Done (GTD)*, la méthode de gestion des tâches de David Allen (→ Fiche 1.1), la simple organisation que je mets en place à cet effet est en soi l'outil qui me permet d'atteindre mon objectif : l'outil est souvent dans la méthode et inversement.

Cela n'empêche pas l'existence d'outils spécifiques prenant en charge une méthode donnée partiellement ou intégralement. Il existe par exemple de très nombreux services en ligne permettant de « numériser » GTD. Nous indiquerons donc ces logiciels, extensions ou services sans pour autant les décrire dans le détail.

Dans la mesure où ils sont avant tout destinés à un usage individuel, nous avons privilégié les services gratuits et les logiciels *open source* ou *freeware*.

¹ www.outilsfroids.net

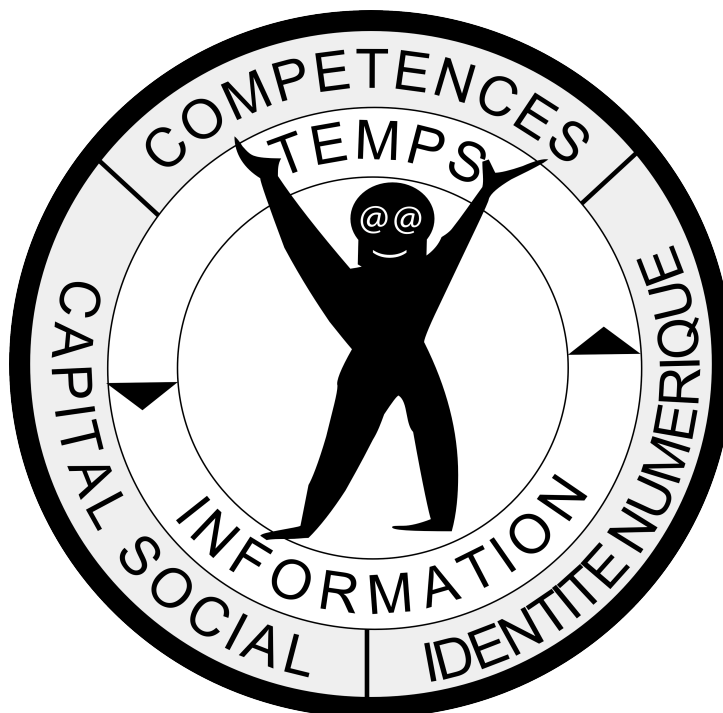
Présentation du modèle TIICC (Temps – Identité – Informations – Connaissances – Compétences)

Le modèle de PKM que nous présentons maintenant se veut global et tient compte des évolutions récentes du web. A l'instar des incontournables champs d'action du KM en entreprise et avec les mêmes objectifs décisionnels, les systèmes de PKM doivent permettre d'aider les travailleurs du savoir à gérer les éléments suivants :

PKM → Individus	KM → Organisations
1. Leur Temps →	Gestion de projet
2. Leur Identité numérique →	Gestion de la réputation/image (composante veille)
3. Leurs Informations →	Gestion des connaissances
4. Leur Capital social →	Gestion de la relation-client/usager
5. Leurs Compétences →	Gestion des compétences, RH

Mis à part la partie « Gestion de l'Information », ces fiches ne constituent pas une méthode en tant que telle mais un modèle auquel on se référera pour évaluer ses pratiques personnelles et cerner ses éventuelles lacunes. Les méthodes et outils existent toutefois au niveau inférieur et sont autant de briques fonctionnelles qui permettront de se créer un système totalement personnalisé.

De leur côté, les organisations voulant répondre aux besoins de leurs employés pourront utiliser ce modèle pour déterminer les domaines où elles peuvent se montrer proactives.



Le modèle TIICC pour le travailleur du savoir 2.0



Gestion du Temps

Le chronographe symbolise la mesure du temps. Il était primordial de représenter la notion de planification, décrire graphiquement sa maîtrise, ainsi le quart blanc symbolisant le laps de temps son début et sa fin prévue. L'aiguille nous situant (réalité objective), dans la progression, comme la boussole le fait pour contrôler notre direction.



Gestion de l'Identité numérique

Notre signal numérique se caractérise par nos traits de caractères et ce quel que soit le médium/vecteur numérique. J'ai pris le parti de représenter le sourire et les yeux (arobase), le sourire, exprimant selon moi le rapport à l'autre, le regard indiquant lui l'intérêt pour un sujet. Le tout forme un visage composé de deux formes simples : un rond et un hexagone.



Gestion de l'Information

L'information stratégique est parcellaire, la combinaison logique de signaux émis par le domaine permet de faire apparaître des tendances, des besoins, des attentes, des signes.

J'ai voulu faire un clin d'oeil à Tetris qui vulgarisa bien avant son temps l'idée suivante : « bien ordonner le chaos prend du sens et fait marquer des points... ».



Gestion du Capital relationnel

Le capital humain a été, reste et restera le meilleur des investissements. L'idée fût de reprendre l'identité numérique mais de rajouter la combinaison de plusieurs pour leur donner du sens, un capital. Les mentons indiquent le centre d'intérêt et le centre « optique ». Les yeux regardent vers l'extérieur s'ouvrant sur d'autres directions. De là naît l'échange, quand chacun partage sa vision et partage son regard sur le sujet traité le capital devient instantanément un investissement rentable.



Gestion des Compétences



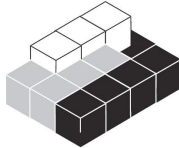
Les compétences s'associent, pour créer des méta-compétences.



Votre kinesthésie combinée à votre logique, elles-même associées à la culture informatique, vous permettent sans effort conscient d'utiliser Internet pour vous « informer ».

Je ne voulais pas des dents dans ces engrenages qui limiteraient la vision des compétences à une version binaire, machinale du sujet. Chaque compétence est unique, c'est la somme des expériences personnelles qui les ont façonnées et qui en font la valeur. La richesse d'une équipe d'experts vient de sa diversité de points de vue, d'où ce système de poulies s'entre-combinant.

* www.as-map.com, arnauldvelten.wordpress.com, business-commando.com

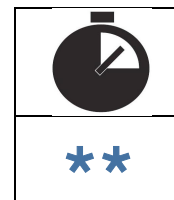
Fiches présentées :

Comment ... ?	N° de fiche	Outils/méthodes	Niveau:	
			Débutant : *	Page
			Avancé : **	
			Expert : ***	
Gérer son Temps 	1.1	Comment gérer ses tâches : éléments de la méthode de David Allen (<i>Getting things done</i>)	**	7
	1.2	Comment mieux gérer son temps au travail (1) : les interruptions	*	9
	1.3	Comment mieux gérer son temps au travail (2) : la procrastination	*	11
	1.4	Fixer et gérer ses objectifs à long terme : éléments de la méthode de Stephen Covey	**	12
Gérer son Identité numérique 	2.1	Se créer un identifiant unique OpenId avec myOpenID	***	14
	2.2	Publier et partager ses coordonnées avec hCard	**	16
	2.3	Comment gérer sa réputation numérique : nettoyer et surveiller	**	18
Gérer ses Informations 	3.1	Configurer son système d'information personnel (1) : se créer un thésaurus personnel	***	20
	3.2	Configurer son système d'information personnel (2) : réalisez un schéma de ses flux informationnels	***	23
	3.3	Configurer son système d'information personnel (3) : choisir une solution de gestion de l'information personnelle	**	26
	3.4	Identifier ses besoins en information : méthode de Peter Drucker et facteurs critiques de succès	*	28
	3.5	Bien rechercher sur le web : les bases	*	30
	3.6	Organiser sa veille (1) : <i>sourcing</i> et validation	**	32
	3.7	Organiser sa veille (2) : surveillance de pages web et surveillance de flux RSS	**	35
	3.8	Capter ses découvertes numériques (1) : enregistrer et conserver ses favoris	*	38
	3.9	Capter ses découvertes numériques (2) : capturer des pages web complètes	*	40
	3.10	Mieux gérer ses emails : le « Trusted Trio »	*	42
	3.11	« Manipuler » des fichiers texte : convertir, fusionner, fractionner, comparer, extraire,...	**	45

	3.12	Exploiter sa base de connaissance personnelle : <i>Desktop search</i> et traitement automatique du langage	**	47
	3.13	Structurer et présenter l'information : les bases de la méthode <i>Information mapping</i> TM	**	49
	3.14	Synchroniser ses données : logiciels et services de synchronisation	***	51
	3.15	Protéger ses données : sécuriser ses fichiers, ses emails, ses connexions à Internet	**	54
	3.16	Collaborer sur le web : communication, coordination, production, relation	*	55
	3.17	Améliorer sa créativité : cartes heuristiques et <i>boosters</i> de créativité	**	57
Gérer son Capital social 	4.1	Mettre en place une stratégie-réseau (basé sur la méthode de Christian Marcon et Nicolas Moinet)	***	60
	4.2	Entretenir son capital social : utiliser les services de <i>social networking</i>	*	62
Gérer ses Compétences 	5.1	Identifier ses compétences-clés : méthode de Peter F. Drucker	**	64
	5.2	Assurer sa promotion personnelle : méthode du <i>personal branding</i> (marque personnelle)	**	66

1.1 Comment gérer ses tâches ?

Eléments de la méthode de David Allen (*Getting things done* ou GTD)



OBSERVATIONS

Avec *Getting things done*, (mal) traduit en français par *S'organiser pour réussir*, David Allen est devenu l'auteur traitant d'efficacité personnelle le plus lu de la planète. Son succès tient au fait que sa méthode est très pragmatique et évite une surplanification souvent irréaliste et frustrante. Elle propose de gérer tout ce que l'on a à faire comme autant de microprojets. Ainsi repeindre la chambre d'amis est un objectif à court-terme qui sera décomposée en plusieurs sous-tâches (ex : prendre les mesures de la pièce, acheter la peinture et les pinceaux, emprunter un escabeau, etc.). GTD se démarque également des autres méthodes en ce qu'elle conçoit la priorité d'une tâche comme évoluant en fonction du contexte (lieu où l'on se trouve, temps dont on dispose, état de fatigue...).

GTD nous met donc en position d'exercer notre jugement de manière immédiate et dynamique. Mais ce qui fait sa force fait aussi sa faiblesse. On lui reproche souvent de ne pas prendre en compte les objectifs de vie plus ambitieux tels que les définit par exemple Stephen Covey (Fiche 1-4). Les outils numériques permettent toutefois de mêler les deux et d'intégrer les tâches les plus insignifiantes dans une perspective plus large, ex : acheter de la peinture → repeindre la chambre des enfants → mon rôle de père de famille.

Le but affiché de la méthode est de nous permettre de **faire ce qui doit l'être avec un minimum de stress**, raison pour laquelle l'étape essentielle et récurrente de GTD est celle du *mindsweping* qui consiste à dresser régulièrement la liste de **tout** ce qui encombre notre esprit afin de mieux le gérer.

David Allen explique que ces « boucles ouvertes » (*open loop*) absorbent notre énergie sans que nous en soyons conscients et qu'il faut les stopper en les mettant sur papier pour avoir l'esprit tranquille.

METHODOLOGIE/CONSEILS

La méthode GTD se déroule en 5 étapes :

ETAPE	ACTION
1. Collecter	Noter tout ce qui « encombre » votre esprit sur un support papier ou numérique (phase de <i>mindsweping</i>). Le papier (fiches, carnet, feuille A4 pliée en 8) est encore le support le plus adapté parce que facile à transporter.
2. Traiter	<ul style="list-style-type: none">Reprenez les items notés un par un et posez-vous la question : ceci nécessite t-il une action de ma part ? Si oui formulez et notez l'action qui va entamer la réalisation du projet ou micro-projet dans votre <i>ToDo list</i> (→ étape 3)Règle des deux minutes : si cette action ne dépasse pas 2 minutes alors réalisez-la sur le champ.
3. Organiser	<p>La <i>ToDo list</i> est composée de plusieurs sous-listes qui permettent de mieux organiser les tâches :</p> <ul style="list-style-type: none">Liste « action suivante » : prochaine action/tâche concrète à réaliser pour avancer sur un sujet (ex : pour faire avancer le dossier Untel commencer par téléphoner à Dupont).Liste « projets » : désigne le travail à réaliser lorsque le résultat ne peut être atteint par une action unique (ex : projet dossier Untel)Liste « en attente » : tâches à l'intérieur d'un projet qui ne dépendent pas de nous et dont on attend le retour.Liste « un jour/peut-être » : liste d'idées ou objectifs non-urgents (ex : apprendre la guitare). <p>Point important n°1 : chaque tâche sera reliée au contexte dans lequel elle peut être réalisée (ex : maison, bureau, téléphone, courses, messagerie,...)</p> <p>Point important n°2 (ajout de l'auteur) : même si cela paraît parfois lointain chaque tâche doit être reliée à un objectif de vie (ex : père de famille, responsable marketing, sportif). Cela vous permet d'appliquer en partie la méthode Covey (Fiche 1-4) et de réaliser des bilans réguliers. Certains logiciels ou services permettent de gérer ces 3 entrées (par liste/par contexte/par objectif de vie) → Cf. Outils</p>
4. Faire la revue	Etape qui consiste à réexaminer fréquemment (au moins une fois par jour) les tâches en cours afin de choisir celles que l'on va effectuer, d'en ajouter de nouvelles et de supprimer celles qui sont réalisées.
5. Action	Choix et réalisation d'une action concrète inscrite sur la liste.

OUTILS

1 – **Gestion GTD « tout papier »** : il est possible de mettre en place la méthode GTD uniquement sur papier. On aura alors besoin des supports suivants :

Listes des projets actifs	Liste qui énumère tous les projets que l'on a décidé de faire avancer (carnet, fiches).
Fiche projet	Fiches centralisant les « actions suivantes » à mener par projet (ou micro-projet). Permettent aussi de noter les informations ou idées attenantes.
Liste contextuelle	Liste qui recense les actions isolées ou les premières actions à mener sur des projets en cours redistribuées par contexte.
Agenda	L'agenda n'est pas la To-do list. On y indique seulement les rendez-vous, les échéances et les tâches routinières.
Echéancier	Permet de classer les documents et articles ainsi que les imprimés relatifs aux projets.
Dossier référence	Permet de classer des éléments dont on n'a pas forcément besoin tout de suite mais qui pourront servir plus tard de références (factures, récepissé, bon de commande,...).

2 – **Gestion GTD numérique** : on comprend bien que l'outil informatique peut être d'une grande aide pour gérer cet ensemble de listes et les redistribuer à la volée (en fonction du contexte par exemple). Il existe un nombre incalculable de services en ligne et logiciels créés pour GTD. Nous en proposons ici deux qui ont l'avantage de permettre la gestion des 3 types d'entrées évoqués plus haut.

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Remember the Milk	Service en ligne avec une version gratuite et une payante (25\$)	www.rememberthemilk.com	Service très complet proposant des accès multiples (iPhone, smartphones, Blackberry, Gmail, ...).
Evernote	Logiciel (Windows) associé à un service en ligne. Gratuit.	www.evernote.com	Evernote est un logiciel qui se synchronise à un service en ligne. Il permet de gérer et d'indexer un grand nombre d'items : tâches, notes, images,...
Google Agenda	Service en ligne. Gratuit	calendar.google.com	Calendrier en ligne permettant de gérer plusieurs agendas. Rappels par email ou SMS.

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> Fiche 3.10
Ouvrages	<ul style="list-style-type: none"> David Allen, <i>S'organiser pour réussir</i>, Leduc S. Editions, 2008. David Allen, <i>Prêt pour l'action</i>, Les éditions transcontinentales, 2007.
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> Site web de David Allen : www.davidco.com Comparatif dynamique de services et logiciels pour GTD (plus d'une centaine) : www.priacta.com/Articles/Comparison_of_GTD_Software.php Blog de Leo Babauta sur lequel il propose d'améliorer la méthode GTD en l'assouplissant plutôt qu'en la perfectionnant : Zenhabits.net Schéma général de la méthode GTD en français : http://gagnermavie.com/aide-memoire-getting-things-done/ Liste de discussion sur GTD (fr) : http://fr.groups.yahoo.com/group/GTDfr/

1.2 Comment mieux gérer son temps au travail ?



Gérer les interruptions

COMMENTAIRES

Un travailleur du savoir est interrompu en moyenne toutes les 10 minutes. Ces interruptions prennent diverses formes : emails, téléphone, collègues entrant dans votre bureau, réunions,... Elles sont parfois nécessaires mais peuvent devenir envahissante lorsqu'il s'agit par exemple de produire un document.

METHODOLOGIE/CONSEILS

TYPE D'INTERRUPTION	SOLUTIONS
Email	<ul style="list-style-type: none"> • Supprimer le signal sonore qui indique l'arrivée d'un email dans votre boîte aux lettres. • Prévoyez deux ou trois périodes durant lesquelles vous consulterez vos emails dans la journée. • Prévoyez des moments dans votre emploi du temps pour répondre à vos emails • Gérez vos messages en utilisant les principes de GTD (→ Outils) <p>Ces règles pourront également s'appliquer aux technologies 2.0, grosses pourvoyeuses d'interruptions si elles ne sont pas gérées correctement (<i>micro-blogging, flux rss, social networking</i>).</p>
Téléphone	<ul style="list-style-type: none"> • Mettez-vous sur répondeur aux moments de la journée où vous êtes le plus productif. • Filtrez les appels
Collègue	<ul style="list-style-type: none"> • Fermez votre porte lorsque vous voulez « produire ». • Demandez-lui ce qui l'amène dès qu'il entre. • Levez-vous lorsqu'il entre dans la pièce afin d'éviter qu'il ne s'assied... • Proposez-lui de remettre la discussion à plus tard s'il n'y a pas urgence. • S'il n'y est pas disposé fixez une limite de temps (<i>« j'ai dix minutes, je t'écoute »</i>). • Ne relancez pas la conversation par des questions. • Quittez votre bureau pour une raison quelconque afin qu'il sorte avec vous (cas extrême).
Votre responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Si vous travaillez sur un dossier précis rappelez-lui les échéances (qu'il vous a fixé !) et les conséquences d'un retard.
Internet	<p>Surfer sur le web peut vite devenir extrêmement chronophage. Pour éviter cela on peut :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limiter une recherche à une durée donnée (pas facile). • Regrouper ses « besoins » et programmer des sessions de surf. • S'interdire volontairement l'accès à son navigateur avec un logiciel bloquant (→ Outils)
Idées	<ul style="list-style-type: none"> • Lorsque vous avez une idée, plutôt que de vous encombrer l'esprit avec (ou avec la peur de l'oublier !), notez-là immédiatement sur une liste (→ Fiche 1.1) afin d'y revenir plus tard.

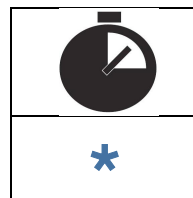
OUTILS

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Temptation Blocker	Gratuit. Windows. (us)	sourceforge.net/projects/temptblocker/	Bloque les logiciels que vous lui indiquez durant une période donnée.
PayMo	Gratuit. Windows (us)	www.paymo.biz/paymo_free/	PayMo est à la fois un service et un logiciel très complet qui vous permet de suivre le temps que vous passez sur un ou plusieurs projets. Il fournit en sortie de nombreux types de rapports d'activité.
ClockingIT	Gratuit. En ligne.	www.clockingit.com	ClockingIT est un service de <i>tracking</i> du temps doté de très nombreuses fonctionnalités.
Klok	Gratuit. Adobe Air	http://klok.mcgraphix.com	Application légère et multiplateforme qui permet à la fois de gérer ses projets et de calculer facilement le temps passé sur chacun.

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> Fiche 3.10
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> www.ceclair.fr : blog sur la productivité avec de nombreux billets consacrés à la gestion du temps

1.3 Comment mieux gérer son temps au travail ? (2)



Ne plus procrastiner

OBSERVATIONS

Le dictionnaire nous explique que la procrastination est l'art de repousser les choses au lendemain. Très utilisé par les anglo-saxons ce terme était tombé en désuétude dans la langue française mais nous revient en force via le Québec.

Le procrastinateur n'est pas un fainéant mais il a toujours quelque chose de plus important à faire que ce qu'il **doit** faire. Les raisons de ce comportement sont multiples mais la crainte de l'échec et ... du succès, ainsi qu'un certain goût du jeu (contre-la-montre), semblent ici primer, tout comme le perfectionnisme d'ailleurs. La peur de ne pas être à la hauteur, de n'envisager que le but à atteindre sans voir les étapes qui y conduisent, amène le procrastinateur à ajourner sans cesse l'accomplissement du « premier pas ».

La procrastination pousse les individus qui en souffrent à ne travailler que dans l'urgence et peut évidemment entraîner de sérieux problèmes professionnels. En attendant la dernière minute le procrastinateur se fait croire qu'il a fait de son mieux compte-tenu des circonstances qu'on lui impose et qu'avec un peu plus de temps il aurait pu donner le meilleur de lui-même. Il est alors en mesure de relativiser l'éventuel avis négatif que l'on portera sur son travail...

METHODOLOGIE/CONSEILS

- Pour ne plus procrastiner se fixer des objectifs est important (→ fiche 1.4) mais la méthode GTD (1.1) l'est encore plus. Elle permet en effet de les scinder en de multiples tâches à effectuer et l'on sait alors très concrètement ce que l'on doit faire pour avancer.
- Pour se discipliner il faut « ruser » avec soi-même. On peut par exemple se créer un profil utilisateur sous Windows dans lequel n'apparaîtront que les programmes nécessaires à l'accomplissement du travail. On pourra également utiliser un logiciel permettant de se créer un bureau virtuel débarrassé du superflu (→ Outils).
- Une autre méthode simplissime et complémentaire existe pour se mettre au travail et ... s'y tenir. Il s'agit de *Ten+two*. Il suffit pour la pratiquer d'un simple chronomètre :

ETAPE	ACTION
1	Travaillez 10 minutes
2	Reposez-vous 2 minutes
3	Renouvelez 5 fois pour atteindre une heure de travail
4	Reposez vous 10 minutes puis recommencez

La méthode est basique mais efficace car se lancer dans une phase de travail de dix minutes n'est effrayant pour personne, d'autant qu'on peut modifier (pas trop quand même) les durées de travail et de repos. Au bout de quelques temps on finit souvent par ne plus regarder le chronomètre et *Ten+two* aura alors joué le rôle de déclencheur. Cette technique ne remplace pas l'effort de volonté mais aide à le fournir puis à le maintenir.

OUTILS

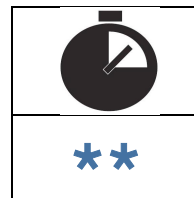
NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Workrave	Logiciel pour Windows, Linux. Gratuit	http://www.workrave.org	Logiciel permettant une gestion fine de ses sessions de travail. Permet d'appliquer <i>Ten+two</i> .
Instant Boss	Logiciel pour Windows. Gratuit	http://appsapps.info/instantboss.php	Petit logiciel permettant d'appliquer <i>Ten+two</i> .
Virtuawin	Logiciel pour Windows. Gratuit.	http://virtuawin.sourceforge.net/	Permet de créer des bureaux virtuels sur son poste.

EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles

- Série de billets sur la procrastination (en anglais) : www.ismckenzie.com (blog Ian's messy desk)
- Article Wikipedia (français) : fr.wikipedia.org/wiki/Procrastination

1.4 Comment fixer et gérer ses objectifs à long terme ?



Eléments de la méthode de Stephen Covey

OBSERVATIONS

Dans son ouvrage culte, *Les sept habitudes*, Stephen Covey (l'un des 25 américains les plus influents selon le *Time Magazine*) s'attache à mettre en pratique les apports de trois siècles de littérature américaine consacrée au succès et à l'accomplissement personnel. Cette tradition a développé des principes qui fondent l'Éthique du caractère et s'opposent à ceux de l'éthique de la personnalité apparue après-guerre. D'après lui, là où la première cherche à nous faire évoluer durablement, la seconde propose des recettes superficielles et souvent éphémères de type : « Souriez et la vie vous sourira ».

Dans son ouvrage Stephen Covey propose de suivre 7 habitudes qui vont plus loin que la simple recherche de l'efficacité personnelle et doivent nous permettre de nous améliorer tant dans notre vie professionnelle que dans notre vie privée.

Il ne s'agit pas de développer ici toute sa méthodologie mais d'en tirer le principal message qui est de **prendre sa vie en main** en essayant de **mieux se connaître**. Ce n'est qu'à cette condition que l'on pourra se fixer des objectifs à atteindre. La lecture de l'ouvrage reste évidemment indispensable pour aller plus loin.

METHODOLOGIE/CONSEILS

ETAPE	ACTION
1	Identifier les « rôles » que vous êtes amené à jouer dans votre vie : mari, père, fils, responsable marketing, sportif, bénévole dans une association.
2	Ecrivez pour chacun de ces rôles ce que vous aimeriez que l'on dise de vous dans votre discours funèbre (radical !).
3	Transformez ces compliments potentiels en des objectifs de vie à atteindre à moyen ou/et long terme.
4	Chaque début de semaine préparez votre planning et faites coïncider vos rendez-vous et engagements des jours à venir avec ces objectifs. En retour, utilisez vos objectifs comme supports vous permettant de penser à des actions ciblées à mener dans la semaine.
5	Veillez à intégrer chaque nouvelle tâche qui se présente à vous durant la semaine, y compris la plus minime, dans vos objectifs à long terme. (→Fiche 1.1)
6	Revoyez périodiquement vos objectifs afin de les affiner ou les réorienter.

OUTILS

1 – *Outil Papier* : Planning hebdomadaire (adaptation simplifiée de celui proposé par S. Covey)

Planning hebdomadaire		Semaine du xx au xx	D	L	M	M	J	V	S
Rôles	RV/ Engagements	Priorités semaine							
Développement individuel	-Séminaire (1)		8	8	8	8	8	8	8
			9	9(5)	9	9	9	9	9
Conjoint/père	- Fête des mères (2) - Devoir philo Émilie (3)		10	10	10 (4)	10	10	10	10 (1)
			11	11	11	11	11	11	11
			12 (2)	12	12	12	12	12	12
			13	13	13	13	13	13	13
Responsable marketing	- RV Michel (4) - Réunion de service		14	14	14	14	14	14	14
			15	15	15	15	15	15	15
			16	16	16	16	16	16	16 (5)
Sportif	- Match de poule (5)		17	17	17	17	17	17	17
			18	18	18(3)	18	18	18	18
			19	19	19	19	19	19	19
		20	20	20	20	20	20	20	

2 – Outils numériques :

Il est des objectifs qui ne s'atteignent qu'à condition de s'y consacrer régulièrement. Devenir un artiste ou un écrivain renommé demande un travail quotidien (« Chaque jour sur le métier ... »).

Un fichier Excel peut suffire à « monitorer » ces activités mais des services en ligne récents vous permettent d'aller plus loin en vous fournissant des statistiques d'assiduité ou en vous envoyant des rappels.

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Joe's Goals	Service en ligne gratuit	www.joesgoals.com	Simple à utiliser et doté de nombreuses fonctionnalités : création de rapports, rappels automatiques,...
Don't break the chain !	Service en ligne gratuit	dontbreakthechain.com	Encore plus simple à utiliser mais sans fonctionnalités additionnelles.
Inpowr	Service en ligne gratuit (beta)	www.inpowr.com	Idem mais permet d'inviter des personnes à partager ses progrès.

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none">Fiche 5.1
Ouvrages	<ul style="list-style-type: none">Stephen R. Covey, <i>Les 7 habitudes de ceux qui réussissent tout ce qu'ils entreprennent</i>, First, 2005.Stephen Covey, <i>La 8^{ème} habitude</i>, First, 2006.
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none">Site de Stephen R. Covey : www.stephencovey.comArticle Wikipedia (anglais) : en.wikipedia.org/wiki/Stephen_Covey

2.1 Comment gérer son identité numérique ?

Se créer un identifiant unique OpenId avec myOpenID



OBSERVATIONS

OpenID est un standard ouvert proposé par l'OpenID Foundation. Il s'agit d'un service numérique qui vous permet :


- De ne plus avoir à stocker les dizaines de noms d'utilisateurs et de mots de passe des services auxquels vous vous abonnez en vous procurant un identifiant unique.
- De ne pas retaper vos coordonnées lorsque vous voulez vous inscrire à un nouveau service. Votre OpenID lui fournit automatiquement les informations dont il a besoin pour créer votre compte (nom, adresse, ...) et vous évite ainsi une nouvelle saisie.
- De vous authentifier par un certificat sécurisé lorsque c'est nécessaire (fonctionne avec myOpenID)
- De gérer plusieurs identités (ou *persona*) : privée, professionnelle, jeux en ligne, ... (fonctionne avec myOpenID)

Avant de créer un profil OpenID sachez qu'il est possible que vous en ayez déjà un sans le savoir. C'est notamment le cas si vous avez ouvert un compte sur Flickr, Orange ou Yahoo!. L'identifiant à utiliser pourra alors ressembler à ceci : « <https://me.yahoo.com/pseudo> ». Si vous n'avez pas encore de profil ou souhaitez partir de zéro, vous pouvez utiliser les services (gratuits) de prestataires spécialisés tels que ClaimID, myVidooop ou myOpenID. Si vous ne souhaitez pas que leur nom apparaisse dans votre identifiant vous pourrez mettre en place une délégation. Ce système permet d'utiliser l'adresse de votre propre site web ou blog comme profil OpenID (en passant par les mêmes prestataires). Notez que vous pouvez héberger votre propre serveur OpenID sans en référer à qui que ce soit.

La limite de l'Open ID ? Bien que le mouvement prenne de l'ampleur de nombreux sites n'acceptent pas encore ce mode d'identification, par ailleurs les services d'identification propriétaires (Google, Facebook, Yahoo !) sont des concurrents de taille.

METHODOLOGIE/CONSEILS

Se créer une OpenID

ETAPE	ACTION
1	Allez sur le service myOpenID : www.myopenid.com
2	Complétez le formulaire d'inscription
3	Vous pouvez accroître votre niveau de sécurité d'authentification en vous inscrivant à la procédure CallVerifID : dès que vous voudrez utiliser votre OpenID pour accéder à un site (ou que quelqu'un d'autre voudra le faire à votre place) un appel téléphonique vous sera passé. Vous n'aurez alors qu'une réponse type (initialement fournie par vous au prestataire) à donner pour que votre identifiant soit activé.
4	<p>Testez votre openID avec l'un des nombreux sites proposés sur l'annuaire : www.myopenid.com/directory.</p> <p>Ils sont reconnaissables à ce logo : </p> <p>Exemple (www.ziki.com) :</p> <div data-bbox="464 1742 1225 1962"></div>

OUTILS

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
MyVidooop	Service en ligne gratuit	www.vidoop.com	Autre prestataire d'openID qui utilise des identifiants visuels. Propose un plugin Firefox pour gérer les mots de passe sur les sites qui n'acceptent pas encore le système.
Windows Cardspace	Logiciel intégré à Windows Vista. Fonctionne avec Internet Explorer 7. Gratuit.	S'installe en même temps que .NET Framework 3.0 téléchargeable sur www.microsoft.com	Utilise openID et permet la création de profils

EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles

- Chapitre français de l'OpenID Foundation : www.openidfrance.fr/
- Article de la Wikipedia : fr.wikipedia.org/wiki/OpenID
- Article : *OpenID : comment gérer ses identités sur Internet* : case.oncle-tom.net/2008/02/12/openid-comment-gerer-ses-identites-sur-internet/


2.2 Comment gérer son identité numérique (2) ?



Publier et partager ses coordonnées avec hCard


OBSERVATIONS

hCard est un micro-format (Cf. III-B-2-i) qui structure vos coordonnées en leur ajoutant des méta-données. En l'utilisant dans la signature de vos emails ou sur votre blog, vous pourrez transmettre et diffuser plus facilement vos coordonnées personnelles. C'est l'équivalent des classiques vCards Outlook mais pour le web. Des outils comme Operator se chargent d'ailleurs d'effectuer la conversion des hCards de vos contacts en vCards pour en faciliter l'intégration dans votre carnet d'adresses. Les hCards peuvent aussi être utilisées par tout type d'organisation (entreprise, association, club,...).

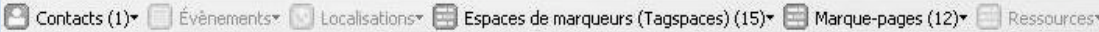
Construit selon les principes du web sémantique le format hCard pourrait permettre, une fois l'indexation réalisée, d'améliorer la recherche de coordonnées de personnes ou de lieux. Si une hCard est présente sur un site vous pouvez l'identifier grâce à ce logo  mais la détection peut aussi être automatisée (→ Outils).

METHODOLOGIE/CONSEILS

1. Se créer une hCard

ETAPE	ACTION
1	Rendez vous sur hCard Creator : http://microformats.org/code/hcard/creator
2	Renseignez le formulaire de coordonnées
3	Récupérez le code généré automatiquement 
4	Collez-le sur votre blog, site web, CV en ligne, signature email afin qu'il puisse être récupéré facilement par vos lecteurs.

2. Récupérer les hCards et autres microformats avec Operator

ETAPE	ACTION
1	Télécharger et installez l'extension Operator pour le navigateur Firefox
2	Lorsqu'une icône devient vert foncé cela signifie qu'Operator a identifié des microformats sur une page 
3	Cliquez sur le(s) bouton(s) vert foncé
4	Choisissez une action. Par exemple pour hCard (bouton Contacts): <ul style="list-style-type: none">• Exporter le contact (vers Outlook par exemple)• Afficher l'adresse du contact sur Google Maps• Ajouter le contact à Yahoo ! Contacts

OUTILS

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Operator	Extension pour le navigateur Firefox. Gratuit.	addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/4106	Extension permettant de détecter et d'agir sur 6 types de microformats
Tails Export	Extension pour le navigateur Firefox. Gratuit.	addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/2240	Presque identique

EN SAVOIR PLUS

Sites web/ Articles

- Elanceur : site web regroupant de nombreux articles originaux en français ainsi que d'autres traduits de l'anglais par Christophe Ducamp : www.elanceur.org
- Wiki en français consacré aux microformats : microformats.org/wiki/Main_Page-fr

2.3 Comment gérer sa réputation numérique ?



Nettoyer et surveiller

OBSERVATIONS

Votre réputation numérique vous précède, elle est constituée des traces que vous laissez et de ce que l'on dit de vous sur le web. Il s'agit donc la gérer au mieux tout en restant conscient que vous n'en êtes pas totalement maître. En effet, en vous exprimant sur un blog, un forum ou un site d'avis de consommateurs, vous êtes devenu sans (forcément) le vouloir un personnage public... Cela peut ne pas vous préoccuper tant qu'il n'y a pas d'enjeux mais les choses vous apparaîtront sous un autre angle si vous devez chercher un emploi...

De fait plus vous attendez et plus les traces s'accroissent. Le contrôle de la réputation numérique ça commence donc tout de suite !

METHODOLOGIE/CONSEILS

ETAPE	ACTION
1	Lancez une session d' <i>egosurfing</i> en recherchant votre nom (et vos pseudos s'ils sont connus de tous) sur : <ol style="list-style-type: none">1. les grands moteurs généralistes : Google, Yahoo!, Live, Exalead.2. les moteurs de recherche de blogs (votre blog, vos commentaires) : Google blogs, Technorati, Bloglines, etc.3. les sites de photos et de vidéos : Flickr, Picasa, Youtube, Dailymotion
2	Nettoyez : <ul style="list-style-type: none">• Dans la mesure du possible supprimez ou réécrivez tout ce qui doit l'être. La « règle de maman » est « enseignée » aux étudiants américains lorsqu'ils arrivent en faculté et semble (au moins dans l'esprit) pouvoir être utile à tous. Elle est simple : « Si vous pensez que votre maman ne sera pas fière de ce qu'elle va découvrir de vous sur le web alors ne l'y mettez pas ».• N'hésitez pas à demander l'aide des webmasters pour supprimer les commentaires inopportuns que vous auriez laissé sur leurs blogs ou forums.• Faites jouer votre droit à la suppression de pages sur certains moteurs de recherche (ex : https://www.google.com/webmasters/tools/removals?hl=fr&pli=1)• Utilisez un service spécialisé comme Reputation Defender (→ Outils)
3	Reprenez le contrôle : <ul style="list-style-type: none">• S'il n'est pas trop tard déposez le nom de domaine correspondant à votre nom (ex : www.philippe-dupont.net). Cela vous évitera des homonymies gênantes et vous donnera une bonne base de départ pour lancer des actions de <i>personal branding</i> (→ Fiche 5.2)
4	Surveillez votre nom : <p>Les services et outils actuels vous permettent de mettre très facilement en place une veille gratuite sur votre nom. Vous utiliserez pour cela :</p> <ul style="list-style-type: none">• des moteurs permettant de créer un flux de résultats permanents au format RSS• un agrégateur (logiciel ou service en ligne) de flux RSS (→ Fiche 3.7)

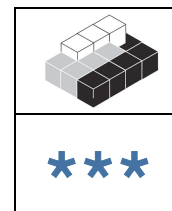
OUTILS

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Google Alerts	Service gratuit	www.google.com/alerts	Vous permet d'être alerté par emails lorsque votre nom (ou tout autre mot-clé que vous lui aurez indiqué) apparaît dans des pages web, l'actualité ou des groupes de discussion.
Blogpulse	Service gratuit	www.blogpulse.com	Surveille des mots-clés dans les blogs et génère un flux RSS des résultats. Crée également une courbe de tendance.
Reputation Defender	Service payant : 10 \$ par mois pour surveiller le web et 30 \$ par élément à effacer.	www.reputationdefender.com	Service qui fait une veille sur votre nom et effectue les démarches nécessaires pour supprimer les pages indésirables.

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> Fiche 5.2
Ouvrages	<ul style="list-style-type: none"> Olivier Zara, <i>Réussir sa carrière grâce au personal branding</i>, Eyrolles, 2009. <i>Cultivez votre identité numérique</i>, ouvrage collaboratif (60 pages) : http://issuu.com/geemik/docs/cultivez_votre_identite_numerique_v1.2 eBook proposé par la service de gestion de la réputation Naymz (US) : <i>Not just your name</i>, http://www.naymz.com/blog/?p=32
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> www.reputation.axiopole.info : blog d'Olivier Zara consacré à la réputation et à l'identité numérique (fr). www.doppelganger.name : blog consacré à la réputation, à l'identité et au recrutement numérique (fr) <i>L'indispensable gestion de la réputation numérique</i>, article de l'auteur : www.zdnet.fr/blogs/2006/02/06/lindispensable-gestion-de-la-reputation-numerique/

3.1 Comment configurer son système d'information personnel ? (1)



Se créer un thésaurus personnel

OBSERVATIONS

Le thésaurus est un outil bien connu des documentalistes. Il permet de structurer et classer le langage propre à un domaine de connaissance : philosophie, médecine, marketing, etc. Il hiérarchise le vocabulaire en indiquant que tel élément dépend de tel autre (ex : « vache » dépend de la catégorie « mammifères » qui dépend elle-même de la catégorie « animaux »). Le thésaurus ajoute à cela des informations sur des sujets relatifs (ex : « vache » : voir aussi « fromage »).

De nombreux « lieux » de classement cohabitent sur le poste d'un travailleur du savoir et ajoutent souvent au chaos informationnel ambiant. En voici un inventaire non exhaustif :

Items classés	Lieu du classement		Interface d'accès
	Local/ En ligne	Description	
Fichiers bureautiques classiques (.doc, .xls, .ppt)	Local	Classement natif du système d'exploitation	Explorateur Windows ou logiciels alternatifs (XYplorer, FreeCommander,...)
	En ligne	Google Docs, Zoho	Navigateur Internet + interface du service
Adresses de pages web (bookmarks, favoris)	Local	Navigateur internet	Navigateur Internet
		Logiciel de gestion de bookmarks de type Compass	Interface du logiciel
	En ligne	www.delicious.com, www.diigo.com	Navigateur Internet + interface du service
Pages web complètes	Local	Système de classement natif (fonction « enregistrer sous »),	Explorateur Windows ou logiciels alternatifs
		Extensions Firefox comme Scrapbook ou Zotero	Navigateur Internet
		Logiciel de type MyFavorites (http://www.offshore-software.ru/downloads/myfavorites/offers.htm)	Interface du logiciel
	En ligne	Services de type Diigo	Navigateur Internet + interface du service
Emails	Local	Outlook, Thunderbird	Interface du logiciel de messagerie
	En ligne	Gmail, Yahoo!Mail	Navigateur Internet + interface du service
Flux Rss	Local	RSS Bandit, RSS Owl, Feedreader	Interface de l'agrégateur de flux RSS
	En ligne	Bloglines, Google Reader, Crossfeeds	Navigateur Internet + interface du service

La coexistence de ces multiples répertoires pose plusieurs problèmes :

- Difficultés à faire des choix au moment de classer un nouvel item
- Difficultés à retrouver un item
- Possibilités de doublons

Nous élaborons naturellement un classement qui ressemble à un thésaurus dès lors que nous classons nos fichiers dans des dossiers et sous-dossiers. Nous allons voir comment optimiser ce dispositif en créant un thésaurus personnel unique qui nous permettra d'unifier nos différents répertoires de classement en leur imposant des titres et une hiérarchie identiques.

Mise en œuvre en 5 étapes :

ETAPE	ACTION
1.	Faites une copie papier de tous vos « lieux » de classement afin d'en avoir une vision globale et de pouvoir travailler dessus crayon en main. (voir illustration ci-après)
2.	Identifiez les titres relatifs aux thèmes similaires par un code couleur (voir illustration ci-après)
3.	« Normalisez » les titres de vos différents répertoires Ex : vous avez une rubrique « <i>Communautés de pratique</i> » dans votre base documentaire personnelle (un dossier Windows), une autre intitulée « <i>Cops</i> » dans votre gestionnaire de bookmarks et une troisième baptisée « <i>Comm. de pratique</i> » dans votre système de capture de pages web. Choisissez l'un de ces titres et appliquez-le aux autres répertoires.
4.	Répliquez la même hiérarchie de thèmes et sous-thèmes dans chacun de vos répertoires (messagerie, dossiers, agrégateur de flux RSS,...)
5.	Conservez et faites évoluer ce thésaurus personnel en utilisant par exemple un tableau Excel qui servira de référentiel.

Conseils :

- Chaque répertoire n'a pas à inclure tous les thèmes et sous-thèmes existants dans le référentiel. Il faut les créer uniquement lorsqu'on a du contenu à y inclure.
- Le fichier Excel gère l'ensemble des thèmes et sous-thèmes existants ainsi que leur hiérarchie. Il est le référentiel dans lequel vous listez les nouveaux thèmes et sous-thèmes lorsqu'ils apparaissent.
- **Revoyez périodiquement votre thésaurus** afin de le faire évoluer en même temps que vos compétences et connaissances. Rien de pire qu'un système figé.
- Essayez de ne pas multiplier le nombre de niveaux hiérarchiques (thèmes/sous-thèmes) sinon cela peut vite s'avérer fastidieux à gérer et vous perdez alors la vision globale du contenu dont vous disposez (problème du sous-sous-sous-dossier dont vous aviez totalement oublié l'existence).
- Si vous utilisez un service en ligne fonctionnant avec une *folksonomie*, il vous suffit de transformer vos thèmes en tags. Attention toutefois, certains services n'acceptent qu'un seul niveau hiérarchique et vous risquez de ne pas pouvoir réellement dupliquer votre thésaurus.
- Utiliser un logiciel comme Personal Brain ou un logiciel de Mind Mapping (→ Outils) vous évite de passer par Excel car la structure de ces supports **est en elle-même le thésaurus** et elle renvoie vers les contenus qu'elle désigne.

OUTILS

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Système de dossiers natif de Windows (ou d'un autre système d'exploitation)	Coût d'une licence		Le système de dossiers et sous-dossier de Windows peut être utilisé tel quel. Pour gérer les fichiers qui pourraient être classés dans plusieurs dossiers il suffit de créer des raccourcis*.
Personal Brain	Une version gratuite (nombreuses fonctionnalités) Version Pro : 149 \$ Version Core : 249,95 \$	www.thebrain.com	Personal Brain est un logiciel étonnant qui permet notamment : <ul style="list-style-type: none"> • de regrouper par thèmes et de relier tous types de fichiers présents sur votre poste • gère vos bookmarks (un clic entraîne l'ouverture de la page dans le navigateur) • permet d'attribuer des mots-clés additionnels à chaque item.
Freemind	Gratuit	freemind.sourceforge.net	Tous les logiciels de <i>Mind mapping</i> un peu avancés permettent grâce à leur structure hiérarchique de gérer des thésaurus et les fichiers qui y sont associés. (→ Fiche 3.17)

* Olivier Duprez (créateur de LiFE-LiNE : life2front.com) m'a suggéré cette astuce qu'il utilise dans son système de gestion d'information personnel.

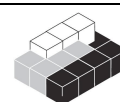
Corrélat

- Fiche 3.2
- Fiche 3.8
- Fiche 3.9

	A	B	C	D	E
1		Gestionnaire de favoris (del.icio.us)	Base de connaissance perso (Dossiers Windows)	Agrégateur RSS (Newzie)	Messagerie (Outlook)
36	Emails	X			
37	Emploi	X			
38	espionnage	X			
39	Essai	X			
40	Ethique				X
41	Etudes	X			
42	Etudiants				X
43	Evaluer l'information	X			
44	Firefox	X			
45	Fluidifier le web	X			
46	Fluidifier Windows	X			
47	Fonts	X			
48	Future	X			
49	Géoéconomie - géopolitique		X		
50	Gestion de projet		X		
51	Gestion de projet	X			
52	Gestion des contacts		X		
53	Gestion du temps	X			
54	Gmail	X			
55	Google	X			
56	Graph1	X			

Figure 1 : Création d'un thésaurus personnel : étapes 1 et 2

3.2 Comment configurer son système d'information personnel ? (2)



Réalisez un schéma de ses flux informationnels

OBSERVATIONS

Si un thésaurus personnel permet de classer ses données pour mieux les retrouver il ne précise en revanche pas quel traitement appliquer aux données entrantes (*input*).

Or l'un des principaux problèmes est d'appliquer le même traitement à des données similaires sur le long terme.

En effet, la mémoire humaine est souvent le principal adversaire d'un système de classement efficace.

Pour remédier à cela il faut prendre le temps de concevoir un schéma de gestion de vos flux informationnels entrants qui assurera une qualité de traitement constante dans le temps.

Concrètement 4 types d'items transitent par notre système d'information personnel :

ITEM	DESCRIPTION
Eléments « nativement » numériques : <ul style="list-style-type: none"> • Fichiers bureautiques (.doc, .pdf, .xls, .ppt,...) • Adresses de pages web • Pages web complètes • Emails • Fils RSS • Idées* • Tâches* • Contacts* 	Il s'agit de tous les éléments qui nous sont adressés au format numérique ou que nous créons, enregistrons, capturons tels quels.
*Idées	Ce qui nous vient à l'esprit et nous servira à créer quelque chose de nouveau ou à améliorer l'existant (→ Fiche 3.17). Pour ne pas oublier nos idées nous devons les transformer en des éléments numériques intégrables dans notre système.
*Tâches	Travail limité et défini qui nous est imposé par autrui, nous-même ou découle d'éléments déjà présents dans notre système (→ Fiche 1.1). Si l'organisation des tâches relève de la gestion du Temps, leur transposition au format numérique (items, listes, post-it) fait d'elles des éléments qui doivent aussi être gérés ici.
*Contacts	A l'instar des tâches, la gestion des Contacts est un élément à part entière du modèle et génère son « pendant » numérique (→ Fiche 4.1).

Chacun de ces éléments sera traité selon un mode spécifique car aucun n'a la même « vocation » :

- une idée doit être enregistrée de manière à pouvoir être utilisée puis éliminée ou archivée
- un livre blanc téléchargé sur le web doit être lu, qualifié puis stocké pour un usage ultérieur (ou éliminé)
- une nouvelle tâche doit être enregistrée dans une « to-do list »
- l'adresse email d'un nouveau contact doit être enregistrée dans un logiciel de gestion des contacts (Outlook par exemple)

Le schéma des flux informationnels permettra de modéliser le trajet idéal de chaque élément entrant dans votre système d'information personnel et déterminera finalement son cycle de vie.

Mise en œuvre en 4 étapes :

ETAPE	ACTION
1.	Listez les types de flux informationnels entrants dans votre système : voir tableau et schémas ci-dessous.
2.	Listez les espaces de stockage momentanés ou durables par lesquels ces flux transitent. Ex : <ul style="list-style-type: none"> • Base de connaissances personnelle • Client de messagerie • Logiciel de capture de pages web • Dossier « A lire » de votre PDA
3.	Listez l'ensemble des actions possibles pour chaque élément entrant. Ex : <ul style="list-style-type: none"> • Enregistrer • Lire • Imprimer • Conserver • Envoyer vers • Publier • Synchroniser • Supprimer...
4.	Déterminez le trajet idéal de chacun des flux informationnels recensés en fonction des espaces par lesquels il transitera et des actions que vous souhaitez lui appliquer. Pour cela deux types de support sont utilisables : <ul style="list-style-type: none"> • Une feuille de papier et des crayons de différentes couleurs • Un logiciel de « concept mapping » comme Cmap (voir schéma)

Une fois votre schéma créé il suffit de gérer chaque item entrant en fonction des trajets que vous aurez définis.

Conseils :

- Ne créez pas un schéma trop conceptuel. Pour être utile il doit être concret et prendre en compte les spécificités de votre espace de travail (quel système d'exploitation, quelle messagerie, quelles fonctionnalités de votre agrégateur, de votre navigateur,...). On ne peut donc pas parler ici de modélisation. Le but est que ce schéma fasse sens pour vous et c'est la raison pour laquelle il est impossible d'utiliser le schéma de quelqu'un d'autre pour gérer son propre système d'information. L'envie peut être forte de créer un schéma parfaitement intégré et logique mais on se trouve alors devant l'obligation de simplifier ce qui est complexe et l'outil ne rend alors plus le service pour lequel on l'avait conçu.
- Votre contexte de travail se modifie avec le temps, pensez à faire évoluer votre schéma en parallèle. Exemple : sur le schéma présenté ci-après il existe une entrée intitulée « Bouquin pro » qui aura disparu lorsque vous lirez ces lignes, à moins que...

OUTILS

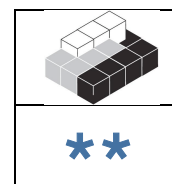
NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Cmap Voir aussi : <ul style="list-style-type: none"> • Conzilla (www.conzilla.org) • Belvedere (belvedere.sourceforge.net/) 	Gratuit. Windows	http://cmap.ihmc.us/	Cmap est un logiciel de concept mapping. Il permet de représenter graphiquement des systèmes, raisonnements, fonctionnements.

EN SAVOIR PLUS

Corrélat

- Fiche 3.1
- Fiche 3.14

3.3 Comment configurer son système d'information personnel ? (3)



Choisir une solution de gestion de l'information personnelle

OBSERVATIONS

Les logiciels permettant de mettre en place son système d'information personnel sont nombreux. On les trouve habituellement regroupés sous le nom de *personal information manager* et plus rarement sous celui de *personal knowledge manager*. Les possibilités qu'ils offrent sont nombreuses, la plus simple consistant à stocker des fichiers dans les dossiers et sous-dossiers thématiques créés sous Windows et de s'aider d'un moteur de recherche *desktop* pour les retrouver (→ fiche 3.12). Des solutions plus élaborées proposent toutefois des fonctionnalités avancées qu'on ne peut ignorer :

- Partage de documents
- Système de classement avancé (tags, facettes)
- Gestion des tâches,...

Par ailleurs de nouvelles solutions apparaissent qui permettent la synchronisation avec un compte en ligne et rendent de plus en plus floue la distinction entre service et logiciel (serviciels).

Faire le choix d'une solution nécessite donc de se poser quelques questions préalables.

METHODOLOGIE/CONSEILS

10 questions à se poser

ETAPE	QUESTION	EXEMPLE
1.	Le logiciel prend t-il en compte les items déjà présents sur le poste de l'utilisateur ?	SmartOutline peut reconnaître et intégrer des dizaines de formats différents.
2.	Le logiciel génère t-il un contenu spécifique, originale ?	Mindraider génère une cartographie sémantique dynamique des items que vous lui confiez.
3.	Quels sont les modes de classement proposés par le logiciel ?	Taggtool permet d'adjoindre des tags (mots-clés) à de très nombreux types de fichiers afin d'en faire un nuage.
4.	Quelles sont les fonctionnalités qui permettent de retrouver les données entrées dans le logiciel ?	Personal Brain permet de rechercher dans les documents vers lesquels il pointe. Il permet par ailleurs de classer un même document dans plusieurs catégories afin d'en simplifier la recherche.
5.	Le logiciel propose t-il des fonctionnalités aidant à gérer son temps (calendrier, reminder, to-do list)	MindManager propose des fonctionnalités avancées de gestion des tâches. Il se synchronise avec Outlook.
6.	Le logiciel est-il aisé à prendre en main, à utiliser ?	La structuration hiérarchique des données proposée par les <i>outliners</i> (→ Outils) ne nous change pas des modes de classement auxquels nous sommes habitués. Leur prise en main est donc très rapide.
7.	Permet-il d'importer ou d'exporter facilement des données vers d'autres applications ?	MindManager permet d'exporter ses cartes sous vers une dizaine d'autres formats (dont PDF, Outlook, PowerPoint). Il permet aussi de générer des mini sites web en un clic.
8.	Le logiciel propose t-il des fonctionnalités permettant de partager des fichiers ? De travailler dessus à plusieurs ?	Evernote permet de créer des items qui seront partageables en ligne.
9.	Permet-il d'archiver des données (ex : création de fichiers .Zip) ? De les sécuriser ?	EssentialPIM crypte les bases de connaissance qu'il permet de créer.
10.	Le logiciel peut-il se synchroniser avec un service en ligne ? Un terminal de type PDA ou smartphone.	Evernote permet une synchronisation avec un compte en ligne ainsi qu'une autre sur Windows Mobile (téléphone, PDA).

Conseils :

- Lorsque vous avez mis en place un dispositif qui fonctionne n'en changez plus, sauf si vous êtes sûr d'aller vers le mieux. Il est facile de se laisser tenter par le nouveau logiciel X mais le temps d'apprentissage nécessaire à sa bonne utilisation et le temps d'intégration avec l'existant est souvent disproportionné par rapport au gain qualitatif permis.

OUTILS

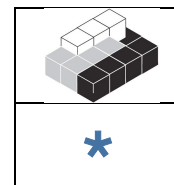
Une fois que l'on s'est posé les bonnes questions on peut commencer à chercher la perle rare. Il est alors impossible d'échapper à une revue de détail des fonctionnalités de chaque solution. Il faut savoir qu'il en existe différentes familles ainsi que quelques inclassables dont Personal Brain (→ fiche 3.1)

FAMILLE	DESCRIPTION	+ / -	OUTILS
Outliners	Les <i>outliners</i> permettent de hiérarchiser les items entre eux à la manière de Word lorsqu'on l'utilise en mode plan.	+ Structure hiérarchique facile à lire	<ul style="list-style-type: none"> • TreePad : freeware ou avancé (30\$ à 90\$). www.treepad.com • SmartOutline 2010 : 70 à 150\$. www.smartoutline.com • Essential PIM : 30€ www.essentialpim.com/fr/
		- Un item ne peut appartenir qu'à une seule catégorie	
Mind mapping	Les outils de <i>mind mapping</i> présentent une vue de vos items sous forme de carte. Ils permettent de reconfigurer très simplement vos données.	+ Génèrent de la créativité. Aident à la mémorisation. Ludiques.	<ul style="list-style-type: none"> • iMindMap : à partir de 90€. www.imindmap.com • Freemind : → Fiche 3.17 • MindManager : → Fiche 3.17
		- Nécessitent de s'approprier la méthode.	
Sémantiques	Les PIM sémantiques se proposent de gérer tous types d'items comme des objets et de prendre en compte les relations existant entre eux. Ils se basent sur le langage de description RDF.	+ Intègrent les microformats : si des relations existent déjà entre deux contacts elles seront matérialisées.	<ul style="list-style-type: none"> • MindRaider : gratuit. mindraider.sourceforge.net • Chandler : gratuit. chandlerproject.org • Compendium : gratuit. compendium.open.ac.uk/
		- Peuvent être complexes à utiliser car il faut en saisir la logique interne	
Tagging	Les tags peuvent être intégrés par tout type d'outils mais certains logiciels sont bâtis sur ce système	+ Classement multithématique d'un même item.	<ul style="list-style-type: none"> • Tag2find : gratuit. www.tag2find.com • Taggtool : 20\$, taggtool.com
		- Souvent pas de hiérarchisation possible → peut entraîner rapidement de la confusion.	
Wiki personnels	Il s'agit de mini-wikis qui s'installent directement sur votre poste mais peuvent aussi être mis en ligne	+ Accès local à partir du navigateur Internet.	<ul style="list-style-type: none"> • Tiddlywiki : gratuit. www.tiddlywiki.com • wikidPad : gratuit. wikidpad.sourceforge.net/
		- Logique d'utilisation pas toujours facile à saisir.	
Blogs	Un blog classique peut être utilisé comme une base de connaissance (→ Fiche 3.9)	+ Permet de rendre visible son expertise	<ul style="list-style-type: none"> • Blogger : gratuit. www.blogger.com • Viabloga : 50 à 150 €/an www.viabloga.com
		- Nécessite une connexion Internet pour y accéder	

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 3.9
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> • Christophe Deschamps, <i>Benchmarking de 4 gestionnaires d'information personnelle</i> : www.outilsfroids.net/news/benchmarking-de-quatres-gestionnaires-d-informations-personnelles • Christophe Deschamps, <i>Classer, trier, tagger ses documents : le choix ... et l'embarras</i>, www.outilsfroids.net/news/classer-trier-tagger-ses-documents-le-choix-et-l-embarras

3.4 Comment identifier ses besoins en information ?



Méthode de Peter Drucker et facteurs critiques de succès

OBSERVATIONS

Il est des besoins en information qui nous sont imposés par notre activité même et dont l'utilité est immédiate : chiffre des ventes, pourcentage de retours-clients, taux de conversion des visiteurs d'un site web,... Toutefois il est indispensable, notamment lorsqu'on débute à un nouveau poste, de ne pas se satisfaire de l'existant et de mener l'audit de ses propres besoins informationnels.

Ceci est vrai dans le domaine professionnel mais peut aisément se décliner dans le cadre privé. De manière générale, on s'aperçoit d'ailleurs que les gens qui ont une passion n'ont pas de mal à se poser les bonnes questions pour avancer : « Comment trouver la personne-ressource qui me permettra de perfectionner ma technique de guitare ? », « Comment contacter l'expert d'arts martiaux qui m'enseignera telle forme de travail,... ». Ils ont l'énergie nécessaire pour mettre la « machine » en marche. De fait la passion est un excellent moteur et les gens passionnés par leur métier se posent plus facilement les bonnes questions que les autres.

Pour nous aider à faire de même deux guides : l'omniprésent (scient ?) Peter Drucker et John F. Rockart, créateur de la célèbre méthode des facteurs critiques de succès (FCS) dont nous nous inspirerons.

METHODOLOGIE/CONSEILS

Les 2 questions que doivent se poser les cadres d'après Peter F. Drucker

QUESTIONS	DESCRIPTION
1. Quelle est l'information que je dois apporter aux personnes avec lesquelles je travaille et dont je dépends ? Sous quelle forme ? Et dans quels délais ?	Pour Peter Drucker 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 ? » (ce qui est très cohérent avec sa méthode d'identification des compétences personnelles → Fiche 5.1). Cette question est essentielle car elle oriente dès le départ vers le travail collaboratif.
2. Quelle est l'information dont j'ai personnellement besoin ? Qui peut me la donner ? Sous quelle forme ? Et dans quels délais ?	La première chose que doit faire le cadre pour obtenir l'information dont il a besoin dans le cadre de ses fonctions est donc d'aller voir les autres, c'est à dire tous ceux avec qui il va être amené à travailler ou dont il dépend, pour les interroger. En retour ; il doit se préparer à répondre lui-même à la question « Et vous, quelle information attendez-vous de moi ? ».

Conseils :

Peter Drucker conseille de se poser ces questions tous les 18 mois environ.

Les facteurs-critiques de succès de John F. Rockart

On pourra compléter la méthode de Peter Drucker en s'inspirant de celle des facteurs critiques de succès.

Elle a été développée pour permettre aux organisations de décliner leurs objectifs stratégiques à un niveau opérationnel, c'est-à-dire pour les réduire à quelque chose de plus « actionnable » : plan tactique, plan d'action,... Elle permet dans un premier temps de cerner les facteurs qui affectent la réalisation des objectifs stratégiques, les fameux facteurs critiques de succès (FCS). On peut adapter cette méthode à nos besoins spécifiques en information en tant que travailleur du savoir et/ou *manager*.

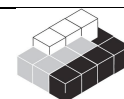
ETAPE	ACTIONS
1.	Déterminez vos facteurs critiques de succès en fonction de vos objectifs stratégiques (ou de ceux de votre service). Pour cela posez-vous les questions suivantes : 1. Où détesteriez-vous le plus que quelque chose aille mal dans votre activité ? 2. Citez 2 ou 3 secteurs de votre activité ou des difficultés vous empêcheraient de fonctionner normalement. 3. Supposons que vous soyez isolé pendant 3 mois. Que souhaiteriez-vous savoir en premier au sujet de votre travail en revenant ?
2.	A partir des réponses obtenues ci-dessus sélectionner celles qui se recoupent et vous semblent essentielles (entre 3 et 6)
3.	Réfléchissez aux informations dont vous avez continuellement besoin pour mieux gérer ces FCS. Il peut s'agir d'informations internes ou externes.
4.	Mettez en place une veille personnelle sur ces thèmes (→ Fiches 3.5, 3.6, 3.7)

EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles

- Peter F. Drucker, *Quelle information pour les cadres ?*, Les Echos, 2002. http://www.lesechos.fr/formations/manag_info/articles/article_12_1.htm
- John F. Rockart, *Chief executive define their own data needs*, Harvard Business Review, mars-avril 1979.

3.5 Comment bien rechercher sur le web (1)



Les bases

OBSERVATIONS

On a souvent tendance à confondre la recherche d'information et la mise en place d'une veille sur Internet. Alors que la première est ponctuelle et cherche à trouver la bonne réponse à une question précise et limitée dans le temps, la seconde est récurrente et veut identifier les sources qui produiront de bonnes informations pour les mois ou années à venir. Les méthodes utilisées pour la recherche d'information constituent toutefois la base d'un bon *sourcing* (recherche des sources que l'on mettra sous surveillance). Raison pour laquelle nous en rappelons ici les principes.

METHODOLOGIE/CONSEILS

Moteurs, métamoteurs, annuaires

Il existe 3 grands types d'outils permettant de mener des recherches sur Internet : les moteurs, les métamoteurs et les annuaires. Le tableau ci-dessous récapitule les principales caractéristiques de chacun :

	MOTEURS	METAMOTEURS	ANNUAIRES
Objectif	Rechercher de l'information sur les pages web	Rechercher de l'information sur les pages web	Proposer un classement par rubrique des sites web afin d'en faciliter la recherche.
Moyens	Le moteur XY envoie des robots (des mini logiciels) parcourir les pages web afin d'en indexer les mots-clés. L'utilisateur final qui interroge le moteur XY avec un de ces mots-clés obtient comme résultat les pages dans lesquelles ils apparaissent.	Le métamoteur AZ interroge plusieurs moteurs de recherche puis dédouble et agrège leurs résultats (uniquement les 50 ou 100 premiers).	Des documentalistes ou des bénévoles experts d'un domaine examinent les sites web puis les valident lorsqu'ils sont de qualité et les classent au bon endroit dans le thésaurus de l'annuaire.
Avantages	Fonctionnalités de recherche avancées qui permettent de créer des requêtes puissantes sur des sujets pointus.	Interrogent en parallèle plusieurs moteurs, calculent la moyenne des résultats pour une même page et l'affichent en fonction de cette moyenne. Permettent de trouver facilement les informations provenant des sites connus.	Proposent une information validée par des experts.
Inconvénients	Chaque moteur dispose de sa propre syntaxe avancée d'interrogation. Temps d'apprentissage nécessaire.	Syntaxe d'interrogation peu évoluée car il faut utiliser le plus petit dénominateur commun entre tous les moteurs interrogés.	Nombre de sites indexés bien plus faible que les moteurs de recherche

Les annuaires étaient moribonds depuis l'explosion de Google mais les pratiques sociales liées au web 2.0 leur ont donné un coup de fouet et ont entraîné la naissance d'annuaires à la mode 2.0 comme Mahalo.com.

Les fonctionnalités de recherche avancée des principaux moteurs

En connaissant le langage d'interrogation des moteurs de recherche il est possible d'obtenir des résultats très pointus. Pour cela il est nécessaire d'inclure dans le champ de recherche des éléments tels que les opérateurs booléens ou les opérateurs de ciblage.

	Exalead www.exalead.com	Google www.google.com	MSN Live www.live.com	Yahoo ! www.yahoo.com
Opérateurs booléens	AND = mot mot NOT = -mot OR = mot OR mot	AND = mot mot NOT = -mot OR = mot OR mot	AND = mot mot NOT = -mot OR = mot OR mot	AND = mot mot NOT = -mot OR = mot OR mot
Rechercher une expression	« mot mot mot »	« mot mot mot »	« mot mot mot »	« mot mot mot »
Lemmatisation (recherche un mot, son pluriel, son féminin, etc.)	Automatique si sélectionnée dans les options	Un peu		Un peu
Troncature (permet de remplacer une lettre dans un mot pour trouver des variantes)	Oui	Non	Non	Non
Rechercher dans le titre d'une page web	intitle : mot	intitle : mot allintitle : mot1 mot2	intitle : mot allintitle : mot1 mot2	intitle : mot allintitle : mot1 mot2
Recherche dans l'adresse d'une page web	inurl : mot	inurl : mot	inurl : mot	inurl : mot
Rechercher dans un seul site web	site: www.abcd.net mot	site: www.abcd.net mot	site: www.abcd.net mot	site: www.abcd.net mot
Rechercher un type de fichier particulier (.pdf, .ppt, .doc, etc.)	filetype:ppt mot	filetype:ppt mot	filetype:ppt mot	Aller sur la page de recherche avancée

Il ne faut pas laisser d'espace entre un opérateur de ciblage, les deux points et le mot ou le type de fichier recherché. Exemple : **filetype:pdf automobile** (permet de trouver des fichiers pdf incluant le mot-clé « automobile »).

Ces fonctionnalités évoluent en permanence, certaines apparaissent et d'autres disparaissent. On les retrouve généralement listées sur la page « Recherche avancée » ou « Aide » que leur consacre chaque moteur.

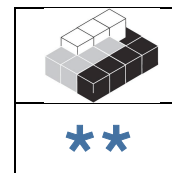
OUTILS

NOM	TYPE	COMMENTAIRE
Google www.google.com	Moteur	Incontournable. Google est le moteur qui indexe le plus de pages web et est donc susceptible d'apporter le plus de résultats.
Exalead www.exalead.com	Moteur	Nombreuses fonctionnalités innovantes dont des possibilités de filtrage des résultats.
Ixquick ixquick.com	Métamoteur	Offre des possibilités de recherche avancée. Permet la recherche en 18 langues.
Clusty clusty.com	Métamoteur	Classe automatiquement les résultats par catégories et sous-catégories thématiques
Open Directory www.dmoz.org	Annuaire	Annuaire du web mis en place en 1998. Plus 4 millions de sites classés dans 600 000 catégories. Une version en français.
Mahalo www.mahalo.com	Annuaire	Annuaire récent. Moins professionnel que l'Open Directory mais très complet. Pages de résultats bien structurées.

EN SAVOIR PLUS

Ouvrages	<ul style="list-style-type: none"> Armelle Thomas & Véronique Mesguich, <i>Net Recherche : le guide pratique pour mieux trouver l'information utile</i>, ADBS, 2009.
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> www.abondance.com www.altsearchengine.com (US)

3.6 Comment organiser sa veille (1)



Sourcing et validation

OBSERVATIONS

Le *sourcing* est une phase essentielle de tout processus de veille, y compris lorsqu'elle a pour cible nos FCS personnels. Il s'agit d'une part de trouver des sources dont on est sûr qu'elles produiront régulièrement de l'information sur les sujets qui nous intéressent. Il faut s'assurer d'autre part que l'information publiée est de bonne qualité. Cela signifie qu'il faut mettre en place un protocole de validation des sources.

METHODOLOGIE/CONSEILS

3 stratégies de sourcing

1. **Trouver des sites portails** c'est-à-dire des sites consacrés à un secteur d'activité et qui regrouperont, par exemple, de l'actualité, des offres d'emploi, un annuaire d'entreprises mais surtout des liens vers d'autres portails similaires que nous pourrons alors visiter dans un but d'évaluation puis de veille.

OUTILS	COMMENT ?	SITES
1. Wikipedia	Très souvent les liens proposés en fin d'article permettent d'accéder rapidement à des portails thématiques.	<ul style="list-style-type: none">• www.wikipedia.org
2. Annuaire généralistes	Cherchez par catégorie ou par mot-clé le secteur d'activité qui vous intéresse puis sélectionnez les sites portails (souvent rubriques « Actualité » ou « Organisation professionnelle »).	<ul style="list-style-type: none">• Open Directory : www.dmoz.org• About (US) : www.about.com• Annuaire Yahoo! : fr.dir.yahoo.com• Mahalo: www.mahalo.com
3. Annuaire d'annuaire ou de moteurs	Sites qui recensent d'autres annuaires ou sites portails sectoriels. Recherche par catégories ou mots-clés.	<ul style="list-style-type: none">• Les annuaires (fr) : www.lesannuaires.com• Indexa (fr): www.indexa.fr (orienté pro)• ISEdb Directory (us) : www.isedb.com/html/Web_Directories/
4. Moteurs généralistes	Dans un moteur généraliste tapez : portail automobile ou encore portail pharmaceutique	<ul style="list-style-type: none">• Google• Exalead,...
5. Pages de démarrage	Utilisez les services spécialisés dans les pages de démarrage thématiques.	<ul style="list-style-type: none">• Refdesk (us) : www.refdesk.com• Infoplease (us) : www.infoplease.com
6. Forums et listes de discussion	Trouvez une liste de discussion consacrée au thème qui vous intéresse et demandez aux membres de vous indiquer les sites de référence.	<ul style="list-style-type: none">• Yahoo!Groups (fr): fr.groups.yahoo.com• Google Groups : groups.google.fr• Twing.com : recherche de forums

2. Trouver des sites similaires à une source déjà connue

Il se peut que vous disposiez déjà de l'adresse d'un site portail intéressant mais que vous souhaitiez l'étoffer par d'autres sites thématiquement proches. Il existe plusieurs techniques pour cela.

OUTILS	COMMENT ?	SITES
1. Annuaire	Utiliser le nom du site dont vous disposez déjà comme mot-clé dans le moteur de l'annuaire (Open Directory, Mahalo,...) puis remontez au niveau de la catégorie dans laquelle il se trouve afin d'exploiter les autres sites qui y sont classés.	<ul style="list-style-type: none">• Open Directory : www.dmoz.org• About (us) : www.about.com• Annuaire Yahoo! : fr.dir.yahoo.com• Mahalo: www.mahalo.com
2. Google	Google dispose d'une fonctionnalité permettant de trouver des pages qu'il a identifiées comme thématiquement proches de la vôtre. Il s'agit de « related ». Ex : related:www.lemonde.fr vous amène vers d'autres sites d'actualité.	<ul style="list-style-type: none">• Google : www.google.com
3. Services spécialisés	Il existe plusieurs services qui permettent de trouver des pages thématiquement proches de la vôtre.	<ul style="list-style-type: none">• Similicio.us : similicio.us• inSuggest : web.insuggest.com

3. Trouver des listes de liens déjà constituées

L'un des principes de la veille est de ne pas perdre son temps à faire ce qui l'a déjà été par d'autres. Avec un peu de chance on peut facilement trouver des listes de favoris déjà compilées et mises en ligne par ceux qui se seront intéressés à un sujet avant vous.

Pour cela il suffit d'interroger un moteur généraliste en utilisant un mot-clé très significatif pour votre sujet et d'y ajouter le mot-clé « favoris » ou « bookmarks » ou « liens utiles ».

Exemple : vous cherchez une liste de liens sur la santé animale. Allez sur un moteur généraliste et tapez :

- « **santé animale** » **bookmark** ou
- « **santé animale** » **intitle:favoris** car le titre de la page a des chances de contenir le mot « favoris ».

Vous pouvez aussi multiplier vos chances en ajoutant les synonymes de favoris à votre requête :

- « **santé animale** » **favoris OR bookmark OR « liens utiles »**

Bien sûr vous pouvez aussi interroger par mots-clés les **services de bookmarking social** comme Delicious ou Diigo. Ils sont faits pour ça !

Valider les sources découvertes

Une fois que vous avez visité quelques sites portails vous disposez d'une liste de sites potentiellement utiles. Toutefois, vous allez devoir sélectionner les plus fiables d'entre eux afin de ne pas vous lancer dans une veille trop chronophage. C'est la phase de validation des sources. Pour cela il faut éviter à tout prix les fiches de validation à 50 critères disponibles sur Internet. Le nombre de site web est en telle augmentation que personne ne peut perdre une heure par site à utiliser ces modèles conçus autour de l'an 2000 (une éternité !). Il faut aller beaucoup plus vite quitte à intégrer un degré de risque accepté. Nous empruntons à Christophe Asselin sa démarche en 4 questions que nous complétons d'une fiche exemple qui y intègre cette notion de prise de risque.

QUESTION	COMMENT FAIRE ?
1. La source offre t'elle un contenu susceptible de générer des alertes ?	Exemple : « Ce portail dédié à l'automobile a-t-il déjà évoqué les marchés asiatiques, thème spécifique de ma veille? ». Pour s'en assurer : <ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de rentrer les mots-clés relatifs à l'Asie dans le moteur interne du site • Possibilité d'utiliser les fonctions avancées de certains moteurs pour effectuer cette recherche. Ex : sur Google : <code>asie site:topautomobile.com</code>
2. La source offre t-elle un contenu régulièrement mis à jour ?	Il est nécessaire de vérifier si un site a priori intéressant est mis à jour de manière régulière. Pour les blogs pas de problème puisque les billets sont datés automatiquement. Pour les autres sites on peut : <ul style="list-style-type: none"> • Vérifier la date de publication des derniers messages du forum de discussion si le site en possède un. • Aller dans les propriétés de la page et vérifier la dernière date de modification de celle-ci. Attention cela ne donne pas la date de rédaction de l'article, simplement sa date de publication ! Il faut garder à l'esprit que la datation sur le web reste un exercice difficile aux résultats aléatoires.
3. Par qui est éditée la source ?	Question : « Ce portail particulièrement intéressant sur le marché de l'automobile en Asie n'est-il pas l'œuvre de mon principal concurrent et donc susceptible de diffuser un message orienté? » Pour le savoir on pourra essayer de vérifier l'identité du site grâce à des services comme www.domaintools.com ou www.allwhois.com .
4. Où sont les bonnes pages ?	Attention, cette dernière question ne sert pas directement à valider les sources mais en est plutôt une conséquence. En effet, un site web est rarement intéressant à surveiller dans sa totalité. Pour éviter le bruit il faut donc sélectionner les pages les plus : <ul style="list-style-type: none"> • riches en information • susceptibles de changer souvent de contenu De manière général il s'agit souvent de: <ul style="list-style-type: none"> • la page d'accueil • la page « infos », « news » • la page « communiqués de presse » On pourra utiliser le plan du site pour les repérer plus facilement.

OUTILS

Voir fiche type d'évaluation des sources ci-après.

EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles

- Christophe Asselin, *Recherche d'information versus Veille*, 2005. www.digimind.fr/publications/articles-outils/258-recherche-dinformations-versus-veille.htm

Fiche d'évaluation de sources d'informations (exemple)

Nom de la source : Top Automobile

Adresse du site : www.topautomobile.com

Date de l'évaluation : 01/03/2008

Date de la prochaine évaluation : 01/09/2008

Thème : Automobile

Sous-thèmes : Asie

	Q1 – Contenu susceptible de générer des alertes		Q2 – Régularité de la mise à jour du contenu		Q3 – Fiabilité de l'éditeur de la source		Q4 – Où sont les bonnes pages
Commentaires :	Évoque assez souvent du marché asiatique.		Mise à jour une à deux fois par semaine.		Société indépendante inscrite au registre du commerce.		<ul style="list-style-type: none"> • www.topautomobile.com/accueil.html • www.topautomobile.com/infos/asie.htm
Evaluations :	Barème : Oui = 2 Non = -2	Note :	Barème : Très souvent = 4 Souvent = 3 Pas souvent = 2 Jamais = -2	Note :	Barème : Très fiable = 4 Fiable = 3 Peu fiable = 2 Pas fiable = -2	Note :	
Sous-totaux		2		3		3	
			TOTAL = 8/10				

Niveau de risque accepté :

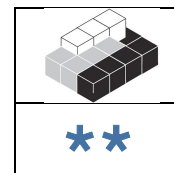
- -6 à 3 : source non retenue
- 3 à 5 : à discuter / préciser
- **6 à 10 : source retenue**

Conseils :

- On peut abaisser ou remonter le niveau de risque accepté selon l'aspect plus ou moins stratégique du sujet à traiter. Exemple : si l'on valide des sites sur la santé on peut décider de ne valider que ceux qui atteignent 9 ou 10 points.
- Dans cet exemple les barèmes laissent une place importante à l'interprétation. On peut améliorer le système en définissant avec précision ce qui fait qu'un site est « Très fiable », « Fiable »,... Il faut simplement être conscient que cela allongera le processus de validation.

3.7 Comment organiser sa veille (2)

Surveillance de pages web et surveillance de flux RSS



OBSERVATIONS

Il y a quelques années la veille était presque entièrement dévolue à des solutions qui surveillaient les modifications d'une page web et vous alertaient par email. Elles sont d'ailleurs loin d'avoir disparu et de nombreuses sociétés continuent à prospérer en les commercialisant. De fait elles seront encore longtemps utiles car elles permettent de surveiller des parties de pages qui n'entrent pas dans le spectre de la solution plus récente et plus « élégante » que constitue le RSS. Ce dernier système permet de publier parfaitement ce que l'auteur veut publier et lui assure ainsi une bonne maîtrise de sa communication externe. Pour quelqu'un qui veut mener une veille avancée le RSS est toutefois insuffisant car il ne prend pas en compte tout ce qui peut changer sur un site web (graphisme, plan du site, ajout de vidéos, d'images,...). Autant de signaux faibles susceptibles de nous mettre la puce à l'oreille sur les évolutions de la stratégie d'un concurrent. Il faut donc se résoudre à utiliser en parallèle deux solutions.

METHODOLOGIE/CONSEILS

1. Les outils de surveillance « classiques » du web

Les pages que l'on a sélectionnés à l'étape précédente (→ fiche 3.6) doivent maintenant être mises sous surveillance. Si elles ne disposent pas de flux RSS ou si l'on veut surveiller plus que ce flux il faut utiliser des outils spécifiques qui permettront par exemple de surveiller :

- Des pages web classiques
- Des résultats de moteur de recherche
- Des discussions sur des forums et des listes de discussions

Pour cela il existe des solutions de deux types qui fournissent sensiblement le même résultat :

- Des logiciels à installer sur un ordinateur personnel.
- Des services en ligne
- Il existe aussi des solutions pour entreprises forcément plus coûteuses (ex : Digimind, KB Crawl) que je ne détaillerai pas dans le cadre des outils personnels.

Tableau comparatif des avantages et inconvénients de ces solutions

LOGICIELS A INSTALLER	SERVICES EN LIGNE
Avantages : <ul style="list-style-type: none">• Possibilité de stocker les pages modifiées afin d'analyser leurs changements sur la longue durée.• Visualisation des changements par surlignage• Création de rapports de veille.	Avantages : <ul style="list-style-type: none">• Pas de problèmes d'espace-disque.• Accès à partir de n'importe quelle connexion Internet• Surveillance automatisée ne dépendant plus de votre connexion.
Inconvénients : <ul style="list-style-type: none">• Peuvent rapidement générer beaucoup de volume.• Nécessitent une connexion permanente et un ordinateur toujours allumé pour le lancement automatique des surveillances.	Inconvénients : <ul style="list-style-type: none">• Peu de fonctionnalités avancées dans ces services (sauf Trackengine).• Envoi d'une notification de modification de page mais pas d'une copie de page surlignée (sauf Trackengine).

Mode d'emploi générique pour la mise sous surveillance d'une page web

ETAPE	ACTION
1.	Copier l'url d'une page à surveiller dans votre presse-papier (CTRL+C)
2.	Collez-la dans la fenêtre de votre logiciel ou service de surveillance en ligne réservée à cet effet (CTRL+C)
3.	Réglez les options de surveillance : <ol style="list-style-type: none">a. Périodicitéb. Présence conditionnelle de certains mots-clésc. Gestion des logins et mots de passed. Gestion des images
4.	Choisissez les options d'envoi des alertes <ol style="list-style-type: none">a. Notification par emailb. Périodicité des envois d'alertes



2. Les agrégateurs de flux RSS

De plus en plus de sites web proposent des flux RSS:

- Blogs (les premiers à les avoir utilisé)
- Sites d'informations en ligne (GoogleNews, Yahoo News!)
- Forums de discussion (Yahoo!Groups (fr): fr.groups.yahoo.com, Google Groups : groups.google.fr)
- Sites des sociétés (« corporate »)
- Sites de relations presse
- Moteurs de recherche qui proposent de s'inscrire ainsi à leurs résultats afin d'en suivre l'évolution.

L'information comprise dans les balises des flux RSS est facilement récupérable par des logiciels baptisés agrégateurs qui peuvent, tout comme les outils de surveillance ci-dessus, fonctionner à partir du poste utilisateur ou d'un serveur distant.

Mode d'emploi générique pour la mise sous surveillance d'un flux RSS

ETAPE	ACTION
1.	Recherchez le logo ( ou ) du flux RSS de la page qui vous intéresse.
2.	Copiez l'adresse du lien correspondant (commande accessible d'un clic droit sur le logo).
3.	Intégrez-la dans votre agrégateur (Collez).
4.	Réglez les options de surveillance des flux qui vous sont proposées par l'outil que vous utilisez : <ul style="list-style-type: none"> a. Périodicité b. Gestion des logins et mots de passe,...
5.	Gérez la présentation de vos fils RSS. L'information étant déjà structurée dans des balises, vous pouvez jouer très facilement sur sa mise en page dans votre agrégateur afin d'en faciliter la lecture.
6.	Vous serez désormais informé de chaque nouvel item (article, billet) entrant dans le flux RSS

OUTILS

FAMILLE	NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Logiciels de surveillance classique	Website Watcher	A partir de 29,95 €	www.aignes.com	Une référence depuis des années. Pour des besoins de veille avancés.
	Update Scanner	Gratuit	updatescanner.mozdev.org/fr/index.html	Extension gratuite pour Firefox. Fonctionnalités limitées mais outil pratique.
Services en ligne de surveillance classique	Trackengine	De 20 à 60\$/an	www.trackengine.com	Très nombreuses fonctionnalités. Plus puissant que de nombreux logiciels. Envoie les pages modifiées avec surlignage des changements.
	Watchthatpage	Gratuit	www.watchthatpage.com	Facile à utiliser et disposant de quelques options intéressantes.
Logiciels d'agrégation de flux RSS	RSSbandit	Gratuit	www.rssbandit.org	Permet notamment un filtrage des flux entrants par mots-clés.
	FeedReader 3	Gratuit	www.feedreader.com	Aussi puissant que le précédent.
Services d'agrégation de flux RSS	Netvibes	Gratuit	www.netvibes.com	Service très simple à utiliser qui permet de se créer un portail d'actualité (et bien plus).
	Google Reader	Gratuit	www.google.com/reader	Très nombreuses fonctionnalités dont partage et consultation en mode déconnecté

EN SAVOIR PLUS

Ouvrages

- Serge Courier, *Utiliser les fils RSS et Atom*, ADBS, 2007.

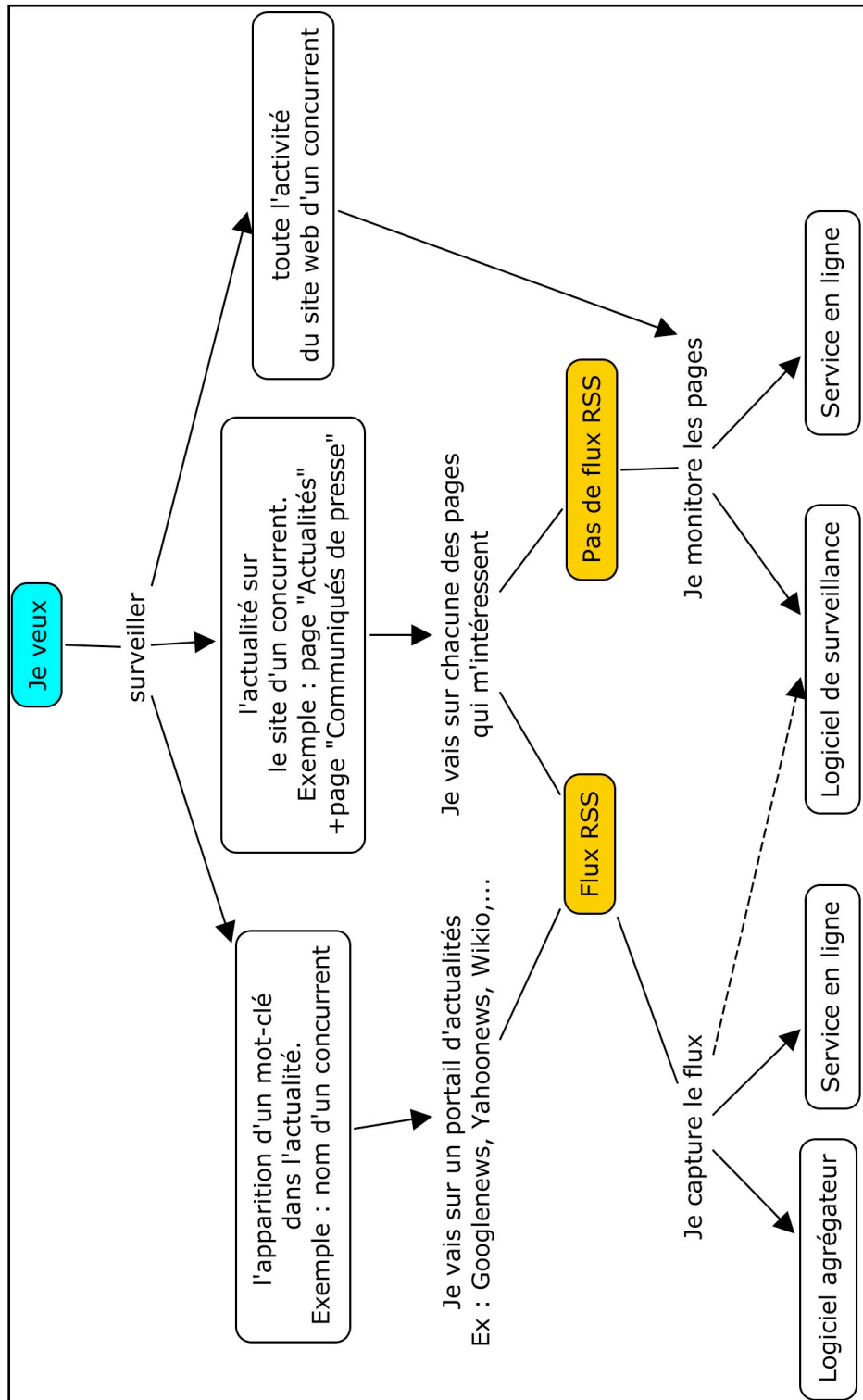
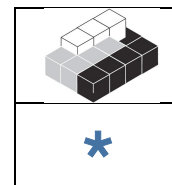


Figure 3 : Quel mode de surveillance de page web choisir ?

3.8 Comment capturer ses découvertes numériques (1)



Enregistrer et conserver ses favoris

OBSERVATIONS

Une fois que les solutions de surveillance de pages vous ont permis d'atteindre les articles ou extraits de pages web pertinents au regard de vos problématiques il vous faut les capturer à des fins de lecture, de transmission, de réutilisation ou d'enregistrement dans une base de donnée documentaire (→ Fiche 3.3),...

C'est donc de solutions de capture dont nous avons maintenant besoin, et elles ne manquent pas ! L'étude *Keeping found things found* (littéralement « garder trouvables les choses trouvées ») en a ainsi répertoriée une bonne dizaine dont :

- s'envoyer un email incluant l'adresse de la page web
- imprimer la page
- enregistrer la page web en tant que fichier dans un dossier
- copier l'url dans un document
- copier l'url dans un site web personnel
- enregistrer l'url dans son bookmark
- enregistrer l'url ou la page dans un logiciel de gestion de l'information personnel (PIM)

Cette étude parue en 2001 ne distinguait pas l'enregistrement d'un favori de celle d'une page complète. Depuis, les coûts toujours déclinants de la mémoire numérique ont modifié nos comportements et nous avons tendance à stocker de plus en plus de pages web complètes. Cela permet, d'une part, de travailler hors-connexion et, d'autre part, de se constituer aisément une base de connaissance personnelle indexable et « manipulable » par des logiciels de traitement automatique du langage (→ Fiche 3.3).

Pour autant l'enregistrement de simples adresses web est loin d'être obsolète puisqu'il est à la base de services qui font le web 2.0, comme Delicious.

METHODOLOGIE/CONSEILS

1. Comment savoir si l'on doit enregistrer une page en favori ou intégralement ?

La principale question à se poser est évidemment celle de l'usage que vous voulez en faire.

Tableau comparatif des usages

OUTILS DE BOOKMARKING	OUTILS DE CAPTURE DE PAGES WEB
<p>Utilisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • répertoire de bonnes adresses, de sites-ressources • doit répondre à la question : « <i>je ne connais pas la réponse mais je sais où la trouver</i> » • outil de travail essentiel pour la veille. Il est une mémoire additionnelle. Pour le veilleur professionnel il est l'équivalent du carnet d'adresse des commerciaux. 	<p>Utilisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • copie des articles devant être utilisés dans un travail récurrent de type revue de presse • création d'une base de connaissance en vue de travaux à plus long terme : <ul style="list-style-type: none"> ○ études de cas, études marketing, monographie sur un concurrent, un produit,... ○ articles, billets ○ travaux au long cours : livres, thèses,...
<p>Durée de conservation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • indéterminée 	<p>Durée de conservation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • très court pour les articles de revue de presse • très long à indéfini pour les bases de connaissances personnelles.

2. Critères de choix d'une solution de gestion de favoris

CRITERES	CHOIX
1. Partage des favoris	<ul style="list-style-type: none"> • Service de « bookmarking social » de type Delicious.
2. Importance «stratégique» de votre bookmark en fonction de votre métier	<p>Nécessité d'une solution offrant le maximum de garanties pour la sauvegarde de vos adresses si vous êtes veilleur ou documentaliste :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Choisissez un service en ligne permettant la synchronisation de vos données en local ou • Effectuez régulièrement des sauvegardes en ligne des fichiers d'adresses de vos applications locales

3. Importance “stratégique” de votre bookmark en fonction de vos thèmes de veille	Si la discrétion est de mise vous pouvez aussi choisir d'utiliser un service en ligne mais avec pseudo, identifiant et mot de passe.
4. Qualité de votre connexion	Selon la qualité de votre connexion choisissez un service en ligne ou un logiciel local. Avec la généralisation du haut débit ce critère tend à avoir de moins en moins d'importance et les solutions en ligne à se populariser

OUTILS

Il existe plusieurs familles d'outils qui permettent de gérer ses favoris :

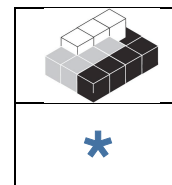
TYPE D'OUTILS	CARACTERISTIQUES	NOM	ADRESSE	PRIX
Application « native » du navigateur (Firefox, IE8, Chrome, ect.)	<ul style="list-style-type: none"> • Simplicité • Stockage en local • Classement hiérarchique • Moteur de recherche intégré mais basique 	-	-	-
Service de social bookmarking	<ul style="list-style-type: none"> • Stockage en ligne • Classement par tags (folksonomies) et/ou hiérarchie • Moteur de recherche intégré • Possibilité de partage des bookmarks par fils Rss • Création de groupes de partage publics ou privés • Possibilité de synchronisation en local 	www.delicious.com (us)	ww.delicious.com	Gratuit
		Diigo (us)	www.diigo.com	Gratuit. Fonctionnalités avancées. Archive automatiquement une copie des pages enregistrées.
		Connotea (us)	www.connotea.org	Gratuit. Pour les scientifiques.
Logiciel avec cartographie	<ul style="list-style-type: none"> • Stockage en local • Repérage visuel des données • Moteur de recherche intégré • Classement : <ul style="list-style-type: none"> ○ hiérarchique pour le mind-mapping, ○ non-hiérarchique pour Personal Brain • Personal Brain permet de créer très simplement des espaces contextuels en fonction de projets à mener. 	MindManager (fr)	www.mindjet.com	79 à 299 €
		Freemind (fr)	freemind.sourceforge.net/	Gratuit
		PersonalBrain	www.thebrain.com	Une version gratuite ou Pro : 149 \$ Core : 249,95 \$
Logiciel	<ul style="list-style-type: none"> • Stockage en local • Classement arborescent • Incluent souvent des fonctionnalités de vérification de liens morts • Moteur de recherche intégré 	Compass	www.softgauge.com	25 \$

Un mix intéressant : **l'application native du navigateur** pour les sites que vous consultez fréquemment et **un service de social bookmarking** pour les autres.

EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles | • *Projet Keeping found things found* : kftf.ischool.washington.edu/index.asp

3.9 Comment capturer ses découvertes numériques (2)



Capturer des pages web entières

OBSERVATIONS

Cette fiche sera moins détaillée que la précédente car la plupart des informations données plus haut, notamment sur le choix d'outils en ligne ou locaux, sont sensiblement les mêmes. Il faut toutefois garder à l'esprit que l'intérêt des outils de capture de pages web est de se créer une base de connaissance personnelle et/ou partageable. Elle devra donc être :

- facile à interroger
- exploitable et éventuellement « manipulable » par des logiciels de traitement automatique du langage
- capable d'accueillir des documents au format html mais aussi des emails, des fichiers pdf, Word, ppt, ...

METHODOLOGIE/CONSEILS

1. Stocker des pages dans un logiciel spécialisé ou dans des dossiers classiques ?

Une des premières questions à se poser avant d'adopter un système de stockage de pages web est de savoir si l'on va utiliser un logiciel spécialisé comme Scrapbook ou MyFavorites, ou si l'on va se contenter d'un simple « Enregistrez sous » vers un dossier local. Le tableau ci-dessous présente les avantages et inconvénients de chaque système :

CARACTERISTIQUE	LOGICIEL DE CAPTURE	DOSSIERS LOCAUX
Possibilité de tri et de classement des captures	+	-
Moteur de recherche plein-texte intégré	+	-
Compression et sauvegarde des archives	+	-
Possibilité de partage des données	+	-
Stockage tous formats de documents	-	+
Exploitation via des logiciels de traitement automatique du langage (→ Fiche 3.12)	-	+
Dépendance à un format propriétaire	-	+
Ajout de notes, de repères visuels	+	-
Facilité de partage	+	-

Tous les choix sont possibles en fonction de vos besoins. On voit dans ce tableau qu'il y a de nombreuses raisons d'utiliser un logiciel de capture plutôt que les dossiers natifs de votre système d'exploitation. Il faut toutefois relativiser ce constat pour plusieurs raisons :

- Si vous réinstallez votre ordinateur la sauvegarde des fichiers dans un logiciel est plus complexe et moins sûre que le simple copier-coller de dossiers natifs d'un répertoire vers un autre.
- On peut toujours utiliser un moteur *desktop* (→ fiche 3.12) pour faire de la recherche plein-texte sur les fichiers présents dans les dossiers natifs
- Les logiciels présentés ici ne capturent que des pages web et éventuellement des fichiers PDF. Ils sont donc moins « ouverts » que les logiciels de type PIM présentés dans la fiche 3.3. **La plupart des PIM ne capturent pas vos documents dans une base de donnée propriétaire mais se contentent de pointer vers eux en se surajoutant au classement par dossiers et sous-dossiers préexistant.**

Un « mix » qui fonctionne bien dans le cadre de la mise en place d'une veille peut être le suivant :

- **Logiciel de capture** : permet de stocker les pages que vous utilisez à court terme :
 - Articles à lire rapidement
 - Articles à transmettre dans la revue de presse ou à envoyer à quelqu'un
 - Pages de références que l'on peut consulter sans avoir à les chercher

+

- **Stockage en dossiers locaux** : à réserver à des pages qu'après lecture et évaluation vous estimez utiles à long terme pour vos travaux.

2. Des services qui enregistrent (toute) votre navigation

Il existe depuis peu des services qui se proposent d'enregistrer non pas les pages que vous leur indiquez mais toutes celles sur lesquelles vous surfez. Vous disposez ensuite d'un historique de navigation que vous pouvez partager ou non. Vous pouvez alors rechercher en plein-texte ou par dates dans le contenu des pages visitées. Plus besoin donc de choisir ce que vous voulez conserver ou non, puisque toutes vos traces sont enregistrées, avec les risques que cela comporte en terme de respect de la vie privée.

OUTILS

FAMILLE	NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Logiciels de capture de pages web	Local Website Archive	Une version gratuite et une payante à partir de 29,90 €	www.aignes.com	Solution solide et éprouvée qui peut fonctionner avec Website Watcher (même éditeur).
	myFavorites	19,90 \$	www.bookmark-manager.net	Solution simple dotée de nombreuses fonctionnalités. Gère aussi les favoris.
	Scrapbook	Gratuit. Extension Firefox.	amb.vis.ne.jp/mozilla/scrapbook/	Solution qui s'installe et fonctionne (très bien) à l'intérieur du navigateur Firefox.
	Zotero	Gratuit. Extension Firefox.	www.zotero.org	Structure les pages ou extraits capturées afin qu'ils puissent être cités par les chercheurs. S'intègre dans Word.
Services en ligne de capture de pages web	Diigo	Gratuit	www.diigo.net	Dispose de fonctionnalités de diffusion avancées.
	Twine	Gratuit	www.twine.com	Twine est un service qui indexe et stocke les pages et fichiers que vous lui indiquez et en extrait automatiquement les concepts-clés.
Enregistrement de la navigation	Cluztr	Gratuit. Service	www.cluztr.com	Enregistre et diffuse (si vous le souhaitez) votre navigation.
	Hooeey	Gratuit. Service	www.hooeey.com	Enregistre toute votre navigation et vous propose des statistiques sur vos habitudes.
	Thumbstrips	Gratuit. Extension Firefox	intuitlabs.com/thumbstrips/	Enregistre votre navigation sous forme de vignettes et vous permet de rechercher dans votre historique.

Les blogs et les wikis sont bien sûr des outils très intéressants pour se créer une base de connaissance personnelle :

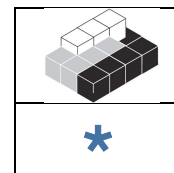
- Les liens que vous incluez dans un billet sont contextualisés par les commentaires que vous ajoutez. Cela permet de mieux s'en souvenir.
- Ils permettent de catégoriser ce que l'on écrit de manière classique et/ou grâce à des tags.
- Ils sont dotés d'un moteur de recherche intégré qui permet de lancer des requêtes en plein-texte sur votre contenu.

La limite de ces systèmes vient du fait qu'on ne peut intégrer de documents au format .doc, .pdf, .ppt, etc. Ou plus exactement on peut les intégrer mais pas les indexer et donc les retrouver grâce à un moteur de recherche. C'est évidemment un problème de taille lorsqu'on veut se créer une base de données personnelle. Ce problème est toutefois pris en compte par les solutions orientées vers l'entreprise (BlueKiwi, Confluence, etc.). **Une raison de plus pour les mettre en œuvre !**

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 3.3
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> • Christophe Deschamps, <i>L'avenir des favoris à l'ère du web implicite</i>, décembre 2007. www.outilsfroids.net/news/l-avenir-des-favoris-a-l-ere-du-web-implicite-1-5

3.10 Comment mieux gérer ses emails



Le « Trusted Trio »

OBSERVATIONS

Nous avons abordé dans les 2 fiches précédentes les méthodes et outils relatifs à la capture d'adresses ou de pages web. Cette étape prenait place dans le cadre d'une session de surf qui serait orientée vers la recherche active d'informations et liée à un outil, le navigateur Internet.

Or, nombre d'informations que nous souhaitons utiliser et/ou conserver nous arrivent via d'autres canaux, dont principalement la messagerie. Celle-ci nous apporte des documents attachés de tous formats qui, bien souvent, nous posent des problèmes de classement.

C'est ici que le *workflow* documentaire personnel prend tout son sens et doit être utilisé comme un guide permettant de « normaliser » le traitement des flux d'information entrants. Nous ne reviendrons pas sur ce sujet (→ Fiche 3.2) mais détaillerons la partie gestion des emails du schéma des flux.

METHODOLOGIE/CONSEILS

Types d'emails multiples → actions multiples

TYPE D'EMAILS	MESSAGE	ACTIONS POSSIBLES
Informatif/descriptif	« La réunion sur le bilan du second trimestre aura lieu le 20/06 à 16h »	<ul style="list-style-type: none"> Inscrire la réunion dans son planning Mettre en place un rappel automatique Transmettre à son équipe
Question à réponse rapide	« Peux-tu me transmettre le dossier «Eau Claire» avant mai prochain ? »	<ul style="list-style-type: none"> Répondre immédiatement si c'est possible Programmer un rappel si on n'a pas le document sous la main
Question impliquant plusieurs actions	« Dans le cadre du projet Smith & Doe peux-tu m'envoyer avant jeudi la partie que tu as coordonné ? »	<ul style="list-style-type: none"> Contacter Dupont pour voir où il en est Revoir la partie envoyée par Durand Assembler les différentes parties Envoyer le document avant telle date (programmer des rappels)
Réception d'un document	« FYI je t'envoie ce document attaché » (.pdf, .doc, .ppt, .xls,...)	<ul style="list-style-type: none"> Lire ce document et/ou Le stocker en attente et/ou Répondre à la personne qui me l'a envoyé (programmer un rappel) Le détruire si lu ou pas intéressant,...
Réception d'une alerte par email	Envoi par un service de surveillance du web (GoogleAlert, Trackengine) d'une alerte (→ Fiche 3.7)	<ul style="list-style-type: none"> Aller sur la page indiquée par l'alerte pour lire la modification ou la nouvelle information L'intégrer dans le schéma des flux

Pour compliquer les choses il est entendu qu'un même email pourra traiter plusieurs sujets à la fois, être d'une part descriptif et nécessiter d'autre part une réponse rapide...

De la méthode !

Pour améliorer notre gestion des emails au quotidien on peut s'inspirer de la méthode du *Trusted Trio* de Gina Trapani, elle-même inspirée des principes de GTD (→ Fiche 1.1).

ETAPE	ACTION	
	NOM	POUR CLASSER QUOI ?
1. Créer trois dossiers	@Action	Déplacez ici les messages générateurs de tâches. Ces messages sont ceux dont vous estimez qu'ils nécessiteront plus de 2 minutes de temps de réponse, les autres doivent être traités immédiatement. Chacun de ces messages représente une ou plusieurs tâches dans votre <i>to-do list</i> .
	@Attente	Ce dossier vous permet de stocker : <ul style="list-style-type: none"> Tous les emails pour lesquels vous attendez une réponse (avant de les réinjecter dans le dossier @Action). Les emails auxquels vous devez répondre à une date précise. Si votre messagerie vous le permet mettez en place un rappel automatique à la date donnée.

	Archives	Placez ici tous les emails « exploités » que vous souhaitez conserver pour un éventuel usage ultérieur : <ul style="list-style-type: none"> • Réponses données • Eléments de référence d'un projet terminé, etc
	Le signe @ permet de maintenir ces dossiers en haut de la pile de ceux qui existent déjà dans votre messagerie.	
2. Videz votre boîte de réception	Démarez à partir de vos messages les plus anciens : <ul style="list-style-type: none"> • Si vous pensez que répondre à un email vous prendra moins de deux minutes alors faites-le puis déplacez le message vers le dossier Archive (si cela présente un intérêt pour vous). • Si cela doit prendre plus de deux minutes → @Action • Si la réponse à un email dépend d'une information que l'on doit vous faire parvenir → @Attente • S'il s'agit d'un email qui pourrait être utilisé ultérieurement comme une référence → Archive • Si un email n'a pas d'intérêt → Corbeille 	
3. Gardez votre boîte vide !	C'est la partie la plus difficile. Il vous faut appliquer l'étape n° 2 plusieurs fois par jour afin de ne pas vous laisser déborder par les emails qui s'accumulent. Vous pouvez par exemple vous accorder 2 ou 3 périodes de 10 minutes dans la journée pour cela (→ Fiche 1.3).	

Conseils

- Marquez tous les emails des dossiers @Action et @Attente comme « non lus » afin de mieux évaluer visuellement ce qui vous reste à traiter.
- Vous pouvez filtrer certains emails (ceux provenant de votre supérieur par exemple) afin qu'ils soient automatiquement marqués d'un signe distinctif (étoile, couleur, etc.) qui vous évitera de les traiter en dernier.
- Certaines messageries permettent de transformer les messages @Action en tâches par un simple « glisser-déposer ».
- Idem pour les messages @Attente qui peuvent être enregistrés dans le calendrier par le même procédé.
- Triez régulièrement votre dossier Archives afin d'éliminer les emails trop anciens.
- Vous pouvez ajouter un dossier @Lecture dans lequel vous déposerez les emails dont vous êtes en copie (cc ou cci) et dont le faible degré d'urgence vous autorise une lecture ultérieure.
- Vérifiez que vous avez bien sauvegardé les fichiers attachés qui vous intéressent avant de détruire des emails

Schéma de traitement des emails

Le schéma ci-après résume la méthode que nous venons de décrire.

OUTILS

Il existe des solutions qui permettent d'ajouter à une messagerie des fonctionnalités additionnelles pour mieux gérer ses emails.

MESSAGERIE	SOLUTION	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRES
Outlook	Jello Dashboard	Gratuit	jello-dashboard.net	Ce logiciel s'insère dans Outlook et permet de gérer à la fois vos tâches et vos emails selon les principes de GTD.
	Xobni	Gratuit	www.xobni.com	Gère vos contacts de manière pointue en leur associant les messages qu'ils vous envoient. Recherche plein-texte puissante et ergonomie excellente.
Gmail	Remember The Milk	Gratuit	www.rememberthemilk.com	Service proposant une extension Firefox qui ajoute à Gmail toutes les fonctionnalités pour GTD.
Thunderbird	Lightning	Gratuit	www.mozilla.org/projects/calendar/lightning/	Intègre Sunbird (calendrier) à Thunderbird et permet ainsi de mieux gérer ensemble emails, tâches et échéances

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	• Fiche 1.1
Sites ressources/ Articles	• Gina Trapani, <i>Empty your inbox with the Trusted Trio</i>, 2006. lifehacker.com/software/email/geek-to-live--empty-your-inbox-with-the-trusted-trio-182318.php

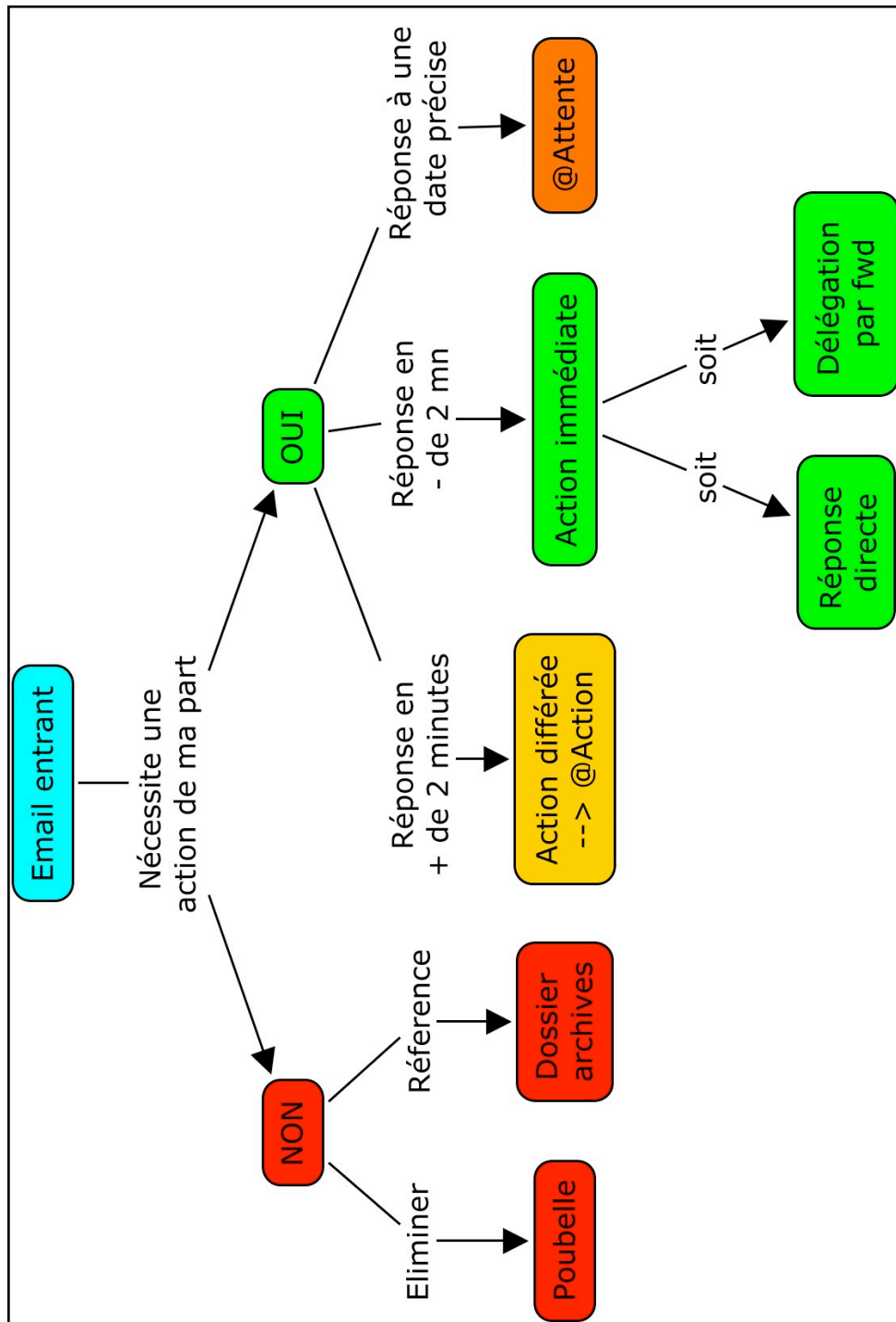
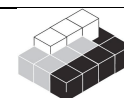


Figure 4 : Schéma des flux informationnels spécifique à la gestion des emails

3.11 Comment « manipuler » des fichiers texte ?



Convertir, fusionner, fractionner, comparer, extraire,...

OBSERVATIONS

Nous pouvons être amenés à réaliser de très nombreuses opérations pour un même fichier ou ensemble de fichiers. Il s'agit en général de manipulations à faible valeur ajoutée mais extrêmement chronophages : conversion, fusion, fractionnement, comparaison, modification de noms,...

Il existe des logiciels et services qui simplifient et accélèrent ces diverses opérations. Encore faut-il les connaître...

OUTILS

1. CONVERTIR DES FICHIERS

Pourquoi ?	Transformer des documents d'un format vers une autre (ex : .doc → .pdf)		
Quand ?	Vous avez récupéré un article intéressant au format HTML et vous souhaitez le transformer en PDF car c'est le format standard adopté par votre entreprise.		
Solution	Prix	Adresse	Commentaire
ABC Amber Text Converter	24,95 \$	www.processtext.com/abctxt.html	Logiciel. Peut convertir une trentaine d'extensions de fichier les unes vers les autres. Plus d'une centaine d'applications allant de la conversion de bases de données à celle de fichiers clients de messagerie.
Zamzar	Gratuit	Zamzar.com	Service en ligne permettant la conversion d'une cinquantaine de formats (y compris vidéos et audios).
PDF Creator	Gratuit	www.pdfforge.org/	Logiciel. Imprimante virtuelle Open Source. Permet de transformer tout type de document en fichier PDF

2. FUSIONNER DES FICHIERS

Pourquoi ?	<ul style="list-style-type: none"> Recomposer un document constitué de plusieurs sous-documents Créer un document unique à partir de fichiers hétérogènes 		
Quand ?	<ul style="list-style-type: none"> Vous avez récupéré sur Internet une thèse scindée en quatre fichiers destinés à amoindrir son poids. Vous souhaitez la transformer en un seul document pour qu'elle soit indexée comme un ensemble cohérent par un outil de traitement automatique du langage (TAL → Fiche 3.12). Suite à une session de <i>sourcing</i> vous avez récupéré une cinquantaine de documents intéressants dans des formats variés (html, .doc, .ppt, .pdf,...). Vous souhaitez en faire un document unique que vous pourrez imprimer en une seule fois. 		
Solution	Prix	Adresse	Commentaire
ABC Amber Text Merger	19,95 \$	www.processtext.com/abcmerge.html	Logiciel. Réalise en une seule fois les opérations de conversion et de fusion de fichiers.
Scrapbook	Gratuit	amb.vis.ne.jp/mozilla/scrapbook/	Extension pour Firefox. Permet de fusionner plusieurs pages html en un seul fichier (→ Outils - Combiner)

3. FRACTIONNER DES FICHIERS

Pourquoi ?	Transformer un fichier trop lourd en sous-fichiers.		
Quand ?	Vous souhaitez envoyer un document à un correspondant mais vous savez que son serveur de courrier n'accepte pas les fichiers de plus de 2 Go.		
Solution	Prix	Adresse	Commentaire
Yoyocut	Gratuit	siteayoyo.free.fr/YoyoCut/	Scinde tout type de fichier en plusieurs parties (taille personnalisable). Permet de recomposer des fichiers en ligne.

4. SUPPRIMER/REEMPLACER DES CHAINES DE CARACTERES

Pourquoi ?	Appliquer une modification à l'ensemble du texte d'un ou plusieurs fichiers. En effet les pages récupérées sur Internet ou arrivant par messagerie présentent souvent des anomalies typographiques liées à des incompatibilités entre éditeurs HTML et navigateurs ou entre clients de		
-------------------	--	--	--

	messagerie.		
Quand ?	Vous souhaitez traiter l'ensemble du contenu d'un blog avec un logiciel de cartographie automatique de concepts afin d'en identifier les principales thématiques. Pour cela vous devez auparavant retirer certains mots récurrents (« commentaires », « tracback », « backlink », « liste de liens »,...) qui pourraient fausser l'analyse.		

Solution	Prix	Adresse	Commentaire
Remplace Vite V2.0	Gratuit	www.codeodis.com/divers/developpement-de-logiciels.asp	Permet d'effectuer des remplacements de chaînes de caractères dans les noms de fichiers ou leur contenu. Vous pouvez aussi l'utiliser pour renommer des extensions de fichiers en masse.

5. EXTRAIRE DES ADRESSES WEB OU EMAILS DE FICHIERS

Pourquoi ?	Récupérer en une seule fois les adresses web ou email présentes dans un fichier ou un ensemble de fichiers.		
-------------------	---	--	--

Quand ?	<ul style="list-style-type: none"> • Vous souhaitez obtenir toutes les adresses web présentes sur le site d'un concurrent préalablement aspiré. • Vous voulez obtenir toutes les adresses emails présentes sur les pages capturées lors d'une session de <i>sourcing</i> afin d'obtenir des noms de contacts. 		
----------------	---	--	--

Solution	Prix	Adresse	Commentaire
AddrView	Gratuit	www.nirsoft.net/utills/addrview.html	Permet de capturer les urls présentes dans des fichiers html et de les exporter au format CSV
Progitek Extraire emails	Gratuit	www.progitek.com/extraireemails.htm	Logiciel qui récupère automatiquement tous les emails dans les pages html ou txt.

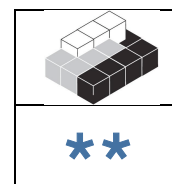
6. COMPARER DES FICHIERS

Pourquoi ?	<ul style="list-style-type: none"> • Comparer un répertoire de fichiers avec un autre afin d'éliminer les doublons • Comparer le contenu de deux versions d'un même fichier 		
-------------------	---	--	--

Quand ?	• Vous avez récupéré un ensemble de fichiers sur le web et vous voulez être certain, avant d'entamer tout traitement, de ne pas avoir enregistré deux fois le même.		
----------------	---	--	--

Solution	Prix	Adresse	Commentaire
Alldup	Gratuit	www.alldup.de/en_index.htm	Utilitaire de comparaison de dossiers et de fichiers. Localise et met à niveau les différences.
WinMerge	Gratuit	http://winmerge.sourceforge.net/	Permet initialement de comparer le contenu de 2 dossiers mais aussi de 2 fichiers Word, Excel ou pdf.
Free Commander	Gratuit	www.freecommander.com/	Ce logiciel qui remplace avantageusement l'Explorateur Windows permet de comparer et de synchroniser des dossiers.

3.12 Comment exploiter sa base de connaissance personnelle



Desktop search et traitement automatique du langage

OBSERVATIONS

Stocker de l'information c'est bien mais être en mesure de la retrouver facilement c'est mieux.

Si un thésaurus (→ Fiche 3.1) est nécessaire pour bien classer l'information que l'on a enregistré dans sa base de connaissance personnelle, il s'avère souvent insuffisant pour la retrouver rapidement. Il est alors intéressant d'utiliser un moteur de recherche dit *desktop*, c'est à dire un logiciel qui recherchera dans les fichiers présents sur votre disque dur.

Il existe par ailleurs des solutions intéressantes pour « faire parler » les textes. Il s'agit d'outils de traitement automatique du langage (TAL) qui offrent différentes possibilités : résumé, extraction de concepts d'un texte ou d'un ensemble de textes,...

Nous ne présenterons pas ici les outils dits de fouille de données textuelles (*text-mining*) car ils s'adressent encore trop souvent à des experts, tant dans leur mise en œuvre que dans l'interprétation de leurs résultats.

METHODOLOGIE/CONSEILS

Rechercher un fichier sur son poste

Vous cherchez un livre blanc que vous êtes certain d'avoir enregistré dans votre base de connaissance mais vous deviez être pressé et n'avez pas pris le temps de le classer correctement. Résultat : impossible de le retrouver. Heureusement vous vous souvenez de quelques détails que vous pourrez utiliser comme autant de mots-clés dans votre moteur de recherche *desktop* : nom de l'auteur, nom de la société qui l'a publié, sujet traité,...

Trois solutions de qualité pour parvenir à vos fins :

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Copernic desktop search 2	Version perso : gratuit (fr). Version pro : de 40 à 60 \$ par licence	www.copernic.com	Recherche dans 150 types de fichiers. Fenêtre de prévisualisation avec surlignage des résultats. Intégré à la barre d'outils Windows. Valeur sûre.
Exalead desktop	Gratuit (fr)	fr.exalead.com/software/products/desktop-search/	Nombreuses possibilités de filtrage des résultats. Outils de recherche phonétique. Indexation des emails.
X1	50 \$ (us)	www.x1.com	Recherche dans 400 types de fichiers différents. Indexation des emails. Recherche à la volée. Nombreuses possibilités de tri des résultats. Très puissant.

Résumer automatiquement un document

Résumer un texte peut s'avérer utile lorsqu'on est pressé ou que l'on veut isoler l'essentiel d'un document imposant (comme une étude multi-clients par exemple). Les résultats proposés doivent cependant être pris avec des pincettes. En effet, ces outils ne créent pas un texte neuf à partir de votre document mais en extraient les parties qu'ils considèrent comme les plus pertinentes, c'est à dire schématiquement, celles dans lesquelles on retrouve les mots les plus présents et ceux qui leur sont associés (occurrences et cooccurrences). Si par exemple votre document est consacré à l'intelligence économique il y a de fortes chances pour qu'il parle aussi beaucoup de veille et d'influence. L'algorithme comptera chaque mot du texte, repérera les plus présents puis construira le résumé en fonction. Il risque toutefois de passer à côté d'éléments moins « visibles » mais tout aussi importants : argumentations, exemples,...

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Copernic summarizer	60 €	www.copernic.com	Nombreux formats pris en compte (pdf, html, .doc). Permet de résumer à partir d'une URL. Taille du résumé personnalisable. Extraction des principaux concepts et filtrage par concepts.

			Export vers d'autres formats.
Pertinence summarizer	Une version personnelle et une version serveur. Prix communiqué sur demande. Test gratuit en ligne. Windows, Linux.	www.pertinence.net	Prise en charge des formats html, pdf, doc, ppt, ...). Peut résumer à la volée tous les fichiers présents dans un dossier. Extraction de concepts.
Word pour Windows	-	-	Word propose une fonctionnalité de résumé automatique de documents → Outils/Synthèse automatique
Swesum	Gratuit	swesum.nada.kth.se/index-eng.html	Service de résumé automatique en ligne. Fonctionne à partir d'urls. Possibilité de pondérer à la hausse les mots-clés qui vous semblent importants.

Faire ressortir les concepts-clés d'un document avec un nuage de tags

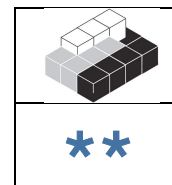
Une nouvelle famille d'outils est apparue récemment et permet de donner aux concepts-clés d'un document une taille proportionnelle au nombre de fois où ils sont cités. Cette représentation graphique est plus directement significative qu'une simple liste de concepts et permet de savoir en un clin d'œil à quels sujets se rapportent le ou les documents traités. Les nuages de tags sont devenus populaires en donnant la possibilité de cartographier la totalité des billets d'un même blog, offrant ainsi une vision immédiate des thèmes abordés par l'auteur (Cf exemple III-C-1).

Nom	Prix	Adresse	Commentaire
Tagcrowd	Gratuit	Tagcrowd.com	Crée un nuage à partir d'une url, d'un fichier uploadé ou d'un texte copié. Nombreuses options. Nuages cliquables.
Wordle	Gratuit	www.wordle.com	Crée un nuage de tags à partir d'un texte, d'une adresse web ou d'un flux RSS. Graphisme personnalisable. Nuages non cliquables.
ToCloud	Gratuit	www.tocloud.com	Crée un nuage de tags à partir d'une url ou d'un texte copié-collé. Nombreuses options. Nuages cliquables.

EN SAVOIR PLUS

- Sites ressources/ Articles** | • (pluri)TAL (tal.univ-paris3.fr/blogtal): blog d'actualités consacré aux TAL. Par l'Université de Paris 3 Sorbonne. Très actif.

3.13 Comment structurer et présenter l'information



Les bases de la méthode *Information mapping*TM

OBSERVATIONS

Formaliser ses connaissances par écrit nécessite que l'on réfléchisse à la manière dont on va les présenter. En effet, la forme donnée à un document est un élément essentiel pour la compréhension qu'en auront les lecteurs. Elle agit directement sur le sens du message que l'on veut faire passer. Ainsi certaines présentations sont plus claires, plus lisibles, plus efficaces que d'autres.

Robert E. Horn s'efforce depuis 30 ans de dégager les principes d'une communication écrite efficace et en a tiré une méthode baptisée *Information mapping*TM. Elle est brevetée et nous n'en exposerons donc ici que les principes directeurs tels qu'ils sont décrits dans certains articles, notamment scientifiques, accessibles sur Internet. Ces éléments de base seront livrés sans les explications théoriques qui permettent de saisir la globalité de la méthode et je conçois que cela puisse être discutable. Il m'a toutefois semblé que l'on pouvait tirer avantage de ces premiers éléments, les fiches que vous avez sous les yeux en sont, je le souhaite, la meilleure illustration.

METHODOLOGIE/CONSEILS

La méthode *Information Mapping*TM est constituée d'un ensemble de principes et de techniques qui doivent permettre à l'auteur de « réduire » une information complexe à ses éléments de base, puis à les présenter de la manière la plus claire et lisible possible. L'idée étant de permettre aux lecteurs de « scanner » plus rapidement une page afin d'aller directement à ce qui les intéresse. Cette méthode de rédaction structurée intervient en 3 phases : analyse, structuration et présentation de l'information.

Architecture d'un document *Information Mapping*TM

On utilise 3 niveaux de granularité :

DOCUMENT : c'est le résultat final. Il est idéalement constitué de 7 maps (+ ou - 2) maximum															
Map 1	<ul style="list-style-type: none"> • Elle est idéalement constituée de 7 blocs (+ ou - 2) • Son contenu est identifié par un titre • Son contenu porte sur un seul sujet <table border="1"> <tr><td>Bloc</td><td>Le bloc est l'unité de base du document.</td></tr> <tr><td>Bloc</td><td>Il possède un titre</td></tr> <tr><td>Bloc</td><td>Il présente une seule idée au lecteur</td></tr> <tr><td>Bloc</td><td>Il contient un seul type d'information</td></tr> <tr><td>Bloc</td><td>Il présente l'information visuellement</td></tr> <tr><td>Bloc</td><td>Il est court</td></tr> <tr><td>Bloc</td><td>Il s'insère dans un ensemble plus large : la map</td></tr> </table>	Bloc	Le bloc est l'unité de base du document.	Bloc	Il possède un titre	Bloc	Il présente une seule idée au lecteur	Bloc	Il contient un seul type d'information	Bloc	Il présente l'information visuellement	Bloc	Il est court	Bloc	Il s'insère dans un ensemble plus large : la map
Bloc	Le bloc est l'unité de base du document.														
Bloc	Il possède un titre														
Bloc	Il présente une seule idée au lecteur														
Bloc	Il contient un seul type d'information														
Bloc	Il présente l'information visuellement														
Bloc	Il est court														
Bloc	Il s'insère dans un ensemble plus large : la map														
Map 2	<table border="1"> <tr><td>Bloc</td><td></td></tr> <tr><td>Bloc</td><td></td></tr> <tr><td>Bloc</td><td>...</td></tr> </table>	Bloc		Bloc		Bloc	...								
Bloc															
Bloc															
Bloc	...														
Map 3...															

Nota : les documents peuvent être agrégés en sections, chapitres, parties, etc, à partir du moment où ils suivent les principes de cette architecture.

Les 7 principes d'Information MappingTM

PRINCIPE	EXPLICATION
Découpage	Il faut scinder l'information en petites unités faciles à assimiler.
Pertinence	L'information d'une même unité ne porte que sur un seul sujet.
Titrage	Chaque élément doit avoir un titre qui décrit le contenu
Cohérence	Utiliser les mêmes titres, formats, structures pour le même type d'informations
Intégration des graphiques	Utiliser les graphiques, schémas, tableaux comme du texte. Doivent être intégrés.
Accessibilité des détails	Donner des clarifications et des exemples lorsque c'est nécessaire. Ils doivent être intégrés dans le document global même s'ils semblent tenir du détail. Cela permet de s'adresser à des publics dont les niveaux de connaissance diffèrent.

Hierarchisation du découpage et du titrage	Grouper les unités d'information dans des unités plus larges en suivant la règle de 7 éléments + ou - 2. Les structurer et les définir par un titrage approprié permet au lecteur de mieux se repérer dans le document.
---	---

Les 6 types d'information et leur représentation

Quel que soit le domaine d'activité concerné, les informations peuvent être classées en 6 types :

TYPE D'INFORMATION	EXPLICATION	EXEMPLE	REPRESENTATION
Procédure	Ensemble de tâches ou d'étapes qui doivent conduire à un résultat	Comment remplir une demande de prêt bancaire?	<ul style="list-style-type: none"> Tableau Etape/Action
Fonctionnement	Suite d'évènements ou de phases qui forment un système	Dispositif d'approbation de votre dossier	<ul style="list-style-type: none"> Tableau Etape/Description Schéma descriptif
Structure	Description de la structure physique d'un objet	Fiche qui détaille chaque partie du formulaire à remplir	<ul style="list-style-type: none"> Tableau Eléments/Fonction Schéma
Concept	Description d'une idée, d'un concept	Définition de ce qu'est une demande de prêt	<ul style="list-style-type: none"> Définition Exemple
Principe	Règle qui doit être suivie ou qui fixe une loi universelle	Conditions légales d'attribution d'un prêt	<ul style="list-style-type: none"> Texte
Fait	Elément qui n'a pas besoin d'argumentation	Délai légal de réponse à votre demande	<ul style="list-style-type: none"> Texte Tableau Liste

OUTILS

Les outils ne sont pas indispensables si l'on maîtrise bien la fonction « Tableau » de son logiciel de traitement de texte. Ils peuvent toutefois accélérer le travail.

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Formatting Solutions® Pro	250 €	www.informationmapping.fr	Barre d'outils pour Word qui simplifie la mise en page du texte au moment de la rédaction.
MindManager	79 à 299 €. Windows, Mac.	www.mindjet.com	Complémentaire de la méthode Information Mapping. Permet de poser les idées dans l'espace lors de la phase d'analyse du projet documentaire. Permet la « compilation » en un document texte unique en .doc ou .pdf.

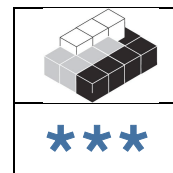
EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles

- *Information Mapping™*, note de recherche du cabinet Namahn : www.namahn.com/resources/documents/note-IM.pdf
- *The Information Mapping™ Method, 30 years of research*, note de recherche de la société Information Mapping, 1999. www.infomap.com/documents/IMI%20history%20and%20results.pdf
- Jean-Yves Prax, *Le manuel du Knowledge Management*, Dunod, 2003.
- Takoma : importateur de la méthode Information Mapping™ en France (www.takoma.fr)

*Merci à Jean-Marie Raymon, de la société Takoma, pour sa relecture attentive de cette fiche.

3.14 Comment synchroniser ses données



Logiciels et services de synchronisation

OBSERVATIONS

Les terminaux actuels, qu'il s'agisse de *smartphones*, de PDA, de tablettes graphiques, de livres électroniques, ou d'ordinateurs portables, accroissent fortement notre mobilité. Parallèlement ils créent une complexité que nous avons du mal à gérer. Comment en effet retrouver les bonnes données au bon endroit et au bon moment lorsqu'on utilise à la fois un ordinateur de bureau, un ordinateur portable, un *smartphone*, un ordinateur « domestique »,... Comment synchroniser tel fichier sur tel terminal mais pas sur tel autre, sauvegarder tel contact ici mais pas là, ou être sûr que l'on dispose bien de la dernière version de sa *to-do list* sur son téléphone ?

METHODOLOGIE/CONSEILS

Si nombre de logiciels et services apportent des éléments de réponse à ce problème, il faut d'abord se poser les questions qui nous permettront de choisir les solutions les plus adaptées à notre environnement numérique. Afin de mieux cerner le résultat auquel on souhaite arriver on pourra suivre cette méthode :

ETAPE	ACTION
1.	Listez les terminaux que vous utilisez ainsi que leur contexte d'utilisation (privé, pro,...).
2.	Listez les applications que vous utilisez et souhaitez synchroniser : <ul style="list-style-type: none"> • Calendrier (Outlook, Google Calendar, Sunbird...) • Contacts (Outlook, Thunderbird, Gmail...) • Tâches (Outlook, Thunderbird, GTDgmail, RememberTheMilk...)
4.	Créez votre matrice (voir modèle ci-dessous)
5.	Utilisez les intersections pour : <ol style="list-style-type: none"> 1. Signaler les applications à synchroniser 2. Indiquer la solution adéquate (logiciel, service)

			Privé		Professionnel		Web		
			PC 1	Tél 1	PC 2	Tél 2			
			Outlook	Windows Mobile	Outlook	Windows Mobile	Gmail	Google Calendar	
Privé	PC 1	Outlook	X	Contacts Tâches Calendrier	Tâches Calendrier	X	X	Calendrier	
				Windows Mobile (natif)	Schedule World			Google CalendarSync	
Privé	Tél 1	Windows Mobile		Contacts Tâches Calendrier	X	X	X	X	
				Windows Mobile (natif)					
Professionnel	PC 2	Outlook		Tâches Calendrier	X	X	Contacts Tâches Calendrier	Emails	Calendrier
				Schedule World			Windows Mobile (natif)	Schedule World	Google CalendarSync
Professionnel	Tél 2	Windows Mobile	X	X	Contacts Tâches Calendrier	X	X	X	
					Windows Mobile (natif)				
Web	Google Calendar		Calendrier	X	Calendrier	X	X	X	
			Google CalendarSync		Google CalendarSync				
	Gmail	X	X	Emails	X	X	X		
		Schedule World							

Notez que l'on peut compléter cette matrice en s'aidant d'un schéma préparatoire (voir ci-après) qui vous aidera à y voir plus clair. Pour cela du papier et des crayons suffisent mais on peut aussi utiliser des solutions comme Cmap (→ Fiche 3.2) ou Gliffy (www.gliffy.com). On pourra ensuite faire coïncider ce schéma avec le schéma des flux informationnels (→ Fiche 3.2) mais attention à ne pas rendre ce dernier illisible. Vous aurez compris que rien n'est vraiment simple lorsqu'il s'agit de synchroniser plusieurs terminaux. Il n'existe à ce jour aucune solution qui prenne en charge l'ensemble des besoins et il faut donc « bricoler » en ajoutant des morceaux de solutions les uns aux autres.

OUTILS

Plusieurs types d'outils existent et peuvent nous venir en aide. Mais attention, vouloir optimiser son système à tout prix peut s'avérer extrêmement chronophage.

FAMILLE	DESCRIPTION	OUTILS	COMMENTAIRE
Synchronisation simple	D'un terminal / application vers un/une autre	Google CalendarSync : gratuit. www.google.com/support/calendar/bin/answer.py?answer=89955	Logiciel qui permet de synchroniser Google Agenda avec Outlook
		SyncEXP : gratuit Syncexp.com	Logiciel qui tient sur une clé USB et permet de synchroniser des fichiers entre terminaux.
Synchronisation complexe	De plusieurs terminaux /applications vers plusieurs autres	Syncplicity : gratuit (phase beta) www.syncplicity.com	Permet la synchronisation de fichiers sur un ou plusieurs ordinateurs ainsi que sur un espace en ligne. Se synchronise aussi avec Google Docs
		ScheduleWorld : payant www.scheduleworld.com	ScheduleWorld est une extension pour Firefox qui permet de synchroniser et de partager de nombreuses applications sur plusieurs types de terminaux.
		Plaxo Pulse : gratuit www.plaxo.com	Service qui permet de centraliser et synchroniser vos contacts et carnets d'adresse. Plaxo est aussi un service de <i>Social Networking</i> (→ Fiche 3.8)

L'évolution à suivre avec le plus d'attention nous vient de Microsoft et s'appelle **LiveMesh** (www.mesh.com). Il s'agit d'un service en ligne gratuit qui permet de synchroniser tout avec tout ou presque. Dans le détail c'est évidemment plus subtil que cela puisque vous pourrez choisir avec un niveau de granularité très fin quelles données doivent être synchronisées sur quels terminaux et dans quel sens. Ainsi la modification d'un contact dans Outlook sera immédiatement repercutée sur l'agenda de votre téléphone mobile, sur vos contacts Gmail et sur votre compte LinkedIn.

EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles

- Ouriel Ohayon, *Le cauchemar de la synchronisation des données* : fr.techcrunch.com/2008/06/03/fr-le-cauchemar-de-la-synchronisation-des-donnees

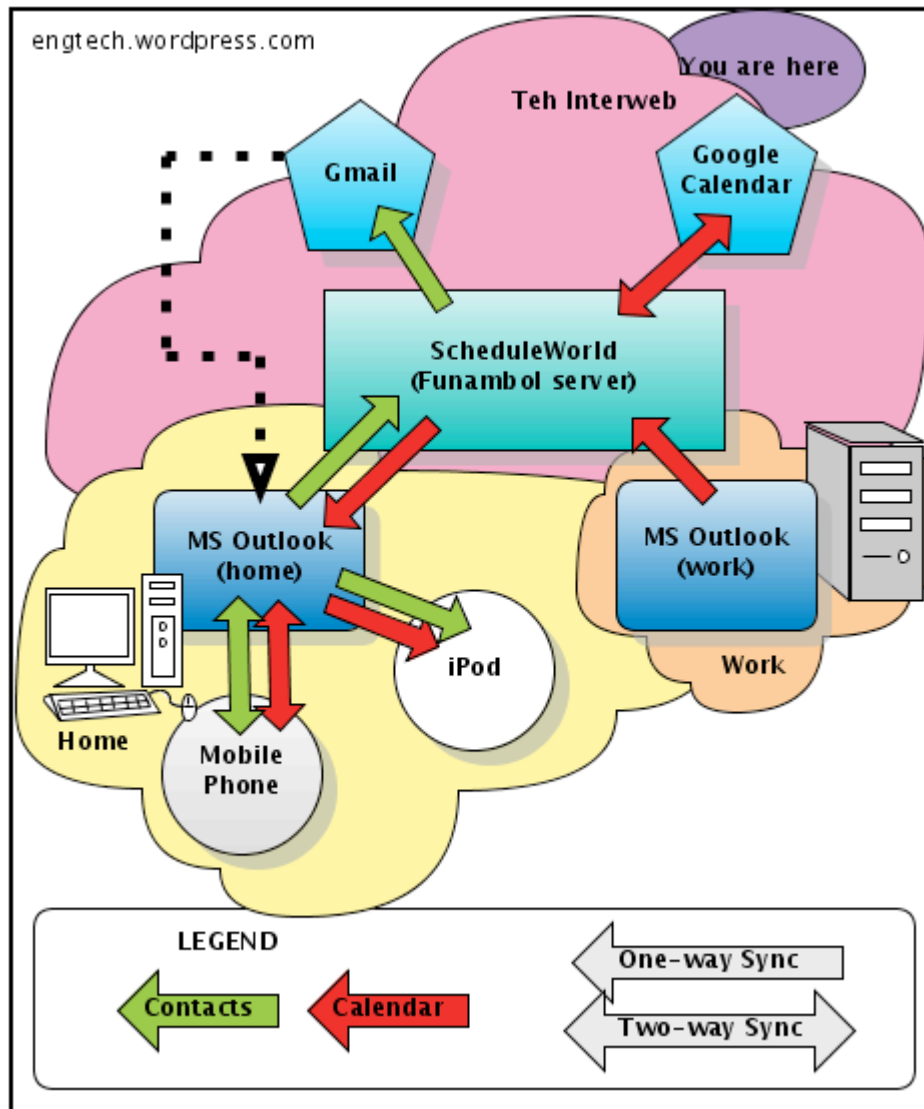
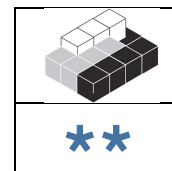


Figure 5 : Exemple de schéma préparatoire réalisé avec Gliffy (avec l'aimable autorisation d'Eric, de www.internetducttape.com)

3.15 Comment protéger ses données



Sécuriser ses fichiers, ses emails, ses connexions à Internet

OBSERVATIONS

Les données que l'on stocke sur son ordinateur ou que l'on transfère par email peuvent être sensibles et nécessitent alors d'être sécurisées. D'autant que la confusion de plus en plus forte entre vie privé et vie professionnelle peut nous amener à faire moins attention aux données que l'on envoie. Une enquête récente réalisée sur 1600 employés indiquait que 58% d'entre eux concédaient avoir transmis des informations sensibles via leur messagerie électronique en dehors du réseau sécurisé de l'entreprise...

Pour les veilleurs, le surf répétitif sur des sites de concurrents est aussi un problème. Certains logiciels spécialisés peuvent aisément identifier leur serveur de provenance puis retracer leur parcours sur le site. Une analyse basique aura alors vite fait de révéler les axes de surveillance de leur veille. En somme ils seront repérés!

Pour remédier à ces problèmes il existe des solutions simples, une raison de plus pour les utiliser.

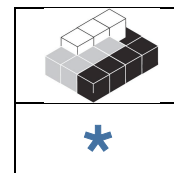
OUTILS

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Gmail S/MIME	Gratuit (us)	https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/592	Il s'agit d'une extension Firefox qui permet de crypter les emails que vous envoyez avec Gmail.
Hushmail	Gratuit (us)	www.hushmail.com	Service de messagerie en ligne avec cryptage.
TrueCrypt	Gratuit. Une version fr.	www.truecrypt.org	Puissant logiciel Open Source qui permet de créer un répertoire virtuel accessible par mot de passe. Tout ce que vous y déposez est automatiquement crypté. Il peut être utilisé pour protéger une clé USB. On peut aussi installer des programmes entiers dans ce répertoire qui ne seront ainsi accessibles qu'à ceux disposant du mot de passe.
OpenPGP	Gratuit (fr)	openpgp.vie-privee.org	OpenPGP est un logiciel qui permet de crypter vos fichiers mais aussi vos messages électroniques. Pour les lire vos destinataires devront posséder également une copie d'OpenPGP.
Phzilla	Gratuit (fr)	addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3239	Phzilla est une extension pour Firefox qui vous permet en un clic d'utiliser des serveurs proxy, c'est-à-dire des serveurs qui vont anonymiser votre adresse IP.
Tor	Gratuit (fr)	www.torproject.org https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/2275	Tor est un système qui anonymise et chiffre votre navigation sur le web, y compris aux yeux de votre fournisseur d'accès. En ajoutant à Tor l'extension pour Firefox Torbutton vous pourrez lancer un session de surf anonyme en un clic.
Eraser	Gratuit (fr)	www.heidi.ie/node/6	Eraser permet d'effacer de manière définitive les fichiers que vous souhaitez éliminer.

EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles | • *Introduction à la cryptographie* : laurent.flaum.free.fr/pgpintrofr.htm

3.16 Comment collaborer sur le web ?



Communication, coordination, production, relation

OBSERVATIONS

Avec le web 2.0 la collaboration est partout. Ses modalités de mise en œuvre et les voies technologiques qu'elle emprunte sont tellement variées qu'il devient difficile de savoir « avec quoi » on va collaborer. Un simple projet que l'on souhaite gérer en mode collaboratif pourra par exemple être porté sur :

- un blog multi-utilisateurs,
- un wiki,
- un service de gestion de projets en ligne
- un service de *groupware* « classique » déployé sur serveur
- un service de *social networking* comme Facebook

Sans parler des « petits outils » contextuels du type messageries instantanées ou micro-blogging qui ont un rôle essentiel à jouer puisqu'ils permettent de créer de la proximité entre les membres géographiquement éloignés d'un même projet.

METHODOLOGIE/CONSEILS

Les outils collaboratifs remplissent selon nous 4 fonctions, mais rares sont ceux qui font tout à la fois. De ce fait il faut souvent additionner plusieurs services pour obtenir la configuration idéale. Nous avons défini les trois premières fonctions de la collaboration dès 2001 (→ Sites ressources/Articles), la dernière s'est imposée à nous plus récemment et nous semble désormais essentielle.

FONCTION	DESCRIPTION
1. Communication	Outils qui permettent de s'informer les uns les autres de manière plutôt formelle.
2. Coordination	Outils qui aident les membres du groupe à se coordonner.
3. Production	Outils qui permettent de créer du contenu à plusieurs en mode synchrone ou asynchrone.
4. Relation	Outils qui permettent d'entretenir une relation informelle durant les phases de coordination/production et favorisent la proximité des acteurs.

OUTILS

La liste des outils collaboratifs est interminable et nous avons dû sélectionner ceux qui nous semblaient les plus significatifs. Certaines familles d'outils possèdent des fonctions principales et des fonctions secondaires. Nous avons représenté les premières en gras et les secondes en italique. Ce classement reste toutefois assez sommaire car ces services sont tous hautement personnalisables et « améliorables » à coup de plugins, modules et autres extensions. Un service proposant nativement des fonctionnalités de communication et de coordination pourra très bien offrir des fonctionnalités de production et de coordination une fois « customisé ». C'est exactement le cas de Facebook dont on peut faire un véritable outil de gestion de projet grâce à l'ajout de quelques modules additionnels.

FAMILLE	FONCTIONS	OUTILS	COMMENTAIRE
Blogs	Communication <i>Production</i>	Necipia (us) : gratuit. www.necipia.com	Necipia est une solution qui permet de créer des blogs collaboratifs et des wikis en ligne. Très nombreuses fonctionnalités.
		Viabloga (fr) : de 50 à 150 €/an www.viabloga.com	Viabloga est une plateforme qui permet la création de weblogs collaboratifs. Fonctionnalités avancées.
Wikis	Production <i>Coordination</i>	Pbworks (us) : gratuit pbworks.com	Service de création de wiki avancé avec gestion de utilisateurs et
		Wetpaint (us) : gratuit www.wetpaint.com	Idem
		GoogleDocs (fr) : gratuit Docs.google.com	GoogleDocs n'est pas un wiki au sens classique du terme mais il en a adopté un principe essentiel : la possibilité de travailler à plusieurs en mode synchrone sur un même document.

Gestion de projets	Production Coordination Communication Relation	ActionThis (us) : gratuit ou 10 \$/mois www.actionthis.com	Propose des options de reporting. S'intègre à Outlook et Office.
		Basecamp (us) : 3 options (de 24 à 149\$/mois) www.basecamp.com	Utilisation très intuitive. Nombreuses fonctionnalités. Pas de Gantt.
		Goplan (us) : 5 options (de gratuit à 100\$/mois) goplanapp.com	Facile à utiliser. Intègre les microformats. Synchronisation avec Outlook.
SNS	Communication Relation Coordination Production	Facebook (fr) : gratuit. www.facebook.com MyOffice : gratuit apps.facebook.com/ myoffices/	On peut transformer facilement Facebook en un outil de gestion de projet, notamment en lui ajoutant MyOffice.
		Ning (us) : gratuit. www.ning.com	Ning est une plateforme qui vous permet de créer votre propre réseau social. Vous pouvez la personnaliser en y ajoutant de nombreux modules et extensions.
Messagerie instantanée	Relation Communication Coordination	Windows live messenger (fr) : gratuit www.windowlive.fr/messenger	L'un des logiciels de messagerie instantanée les plus utilisés.
		Meebo (us) : gratuit www.meebo.com	Service en ligne qui vous permet d'unifier les 4 principales messageries instantanées (AIM, Yahoo!, Google et MSN).
Micro-blogging	Relation Coordination	Twitter (us) : gratuit. twitter.com	Twitter vous permet de rester en contact avec les membres de votre équipe de manière informelle tout au long du projet. Moins intrusif que la messagerie instantanée car ne s'adresse pas à quelqu'un en particulier (du moins initialement).
		Identi.ca (us) : gratuit. www.identi.ca	Même chose que Twitter. Dispose de plus de fonctionnalités mais moins populaire.

On pourrait ajouter à cette liste :

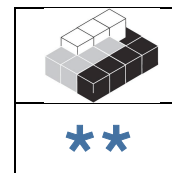
- les tableaux blancs partagés : www.scriblink.com
- la vidéo-conférence : www.vyew.com
- la téléphonie IP : www.skype.com
- la programmation de réunions : www.doodle.com
- le versioning (comparaison de versions de documents) : etherpad.com
- l'annotation de documents : a.nnotate.com
- le partage de présentations Powerpoint : www.slideshare.com
- le co-browsing (naviguer sur les mêmes pages à plusieurs et en même temps) : www.livlook.net
- le partage d'écran (*screen sharing* permet de prendre la main sur un ordinateur distant) : www.crossloop.com
- le *mind mapping* collaboratif : www.mindomo.com
- ...

EN SAVOIR PLUS

Sites ressources/ Articles

- www.kolabora.com : actualité et test des outils collaboratifs.
- Eric Delcroix, Alban Martin, *Facebook on s'y retrouve*, Pearson, 2008. Explique notamment comment gérer un projet collaboratif avec ce service.
- Christophe Deschamps, *Les outils de groupware en ligne*, 2001. www.outilsfroids.net/news/les-outils-de-groupware-en-ligne

3.17 Comment améliorer sa créativité ?



Cartes heuristiques et *boosters* de créativité

OBSERVATIONS

Les capacités créatives de chacun sont un gage d'innovation pour les organisations capables de les reconnaître et de les stimuler. De manière générale ces dernières ont pourtant tendance à considérer que seuls les individus qu'elles paient à cet effet (R&D, marketing, publicité, cabinets de conseil ...) doivent être créatifs. C'est se priver d'un potentiel d'améliorations permanentes et graduelles sur lequel repose par exemple la méthode du Kaizen.

Teresa Amabile, chercheuse à la Harvard Business School, a étudié dans le détail le processus créatif chez les travailleurs du savoir. Elle dénonce six mythes :

MYTHES	FAITS
1. La créativité est le fait de personnes créatives	N'importe qui doté d'une intelligence normale est capable d'être créatif. Les individus les plus motivés par leur travail sont souvent les plus créatifs toutes fonctions confondues.
2. L'argent booste la créativité	L'argent et le fait d'être payé à la performance peuvent s'avérer anti-créatif. Les individus dans cette situation ont tendance à s'« immobiliser » pour ne pas mettre en danger leur statut. Même s'ils ont besoin d'être rémunérés à leur juste valeur, les travailleurs du savoir veulent avant tout s'impliquer dans un travail qui les intéressera et les fera progresser.
3. Travailler dans l'urgence améliore la créativité	Lorsqu'on travaille sous pression la créativité chute car on a besoin d'une période d'incubation pour que germent des idées neuves, des manières originales d'envisager un problème.
4. La dépression, la tristesse rendent créatifs	Les travailleurs du savoir sont heureux lorsqu'ils arrivent au travail avec une idée neuve mais ils feront une réelle découverte le lendemain. Lorsqu'ils sont ainsi « excités » il y a en effet une chance pour qu'une association cognitive incube pendant la nuit et amène une idée vraiment créative le jour suivant.
5. La compétition interne rend plus créatif que la collaboration	Les chiffres montrent que les idées vraiment innovantes proviennent des équipes où la confiance est de mise et entraîne le partage et le débat d'idées.
6. Une organisation réduite est plus créative	Les phases de « dégraissage » sont particulièrement anti-créatives. Les individus dans l'expectative ne s'investissent plus dans leurs activités. Mais ce n'est pas tout, la baisse de créativité liée à la perte de confiance se fait ressentir jusqu'à 5 à 6 mois après une phase de licenciements.

METHODOLOGIE/CONSEILS

Les cartes heuristiques (*Mind Mapping*®)

La cartographie heuristique est une méthode qui a été formalisée par le psychologue anglais Tony Buzan dans les années 1970. Son but est de réconcilier les activités de l'hémisphère droit de notre cerveau (raisonnement par analogie, traitement des couleurs, de l'espace, intuition) et celles de l'hémisphère gauche (déduction, logique analytique, gestion du langage). Elle stimule la créativité en nous permettant d'ordonner les associations d'idées que produit « naturellement » notre cerveau. La carte heuristique permet d'organiser et de hiérarchiser les bribes d'information dont nous disposons afin d'en tirer du sens. Elle est donc particulièrement adaptée à la gestion des informations telles qu'elles nous arrivent via le web et les services 2.0, ainsi qu'à une utilisation contextuelle. Les cartes heuristiques améliorent par ailleurs le travail de mémorisation et peuvent aussi être utilisées pour prendre des notes. D'autres usages ont déjà été abordés dans les fiches précédentes (→ Fiche 3.1 et 3.3).

Créer une carte en quatre étapes (voir un exemple de carte ci-après) :

ETAPE	ACTION
1. Commencez par le centre	Placez au centre de la carte le sujet/problème/question qui vous préoccupe et à propos duquel vous souhaitez mener une réflexion ou une session de brainstorming. Ajoutez-y une image qui le symbolise à vos yeux.
2. Formulez des Idées Forces clés	Commencer à réfléchir à votre sujet et créez une nouvelle branche pour chaque IFC liée à votre sujet central. Aidez-vous des questions suivantes pour identifier vos IFC : <ul style="list-style-type: none"> • S'il s'agissait d'un livre quel serait l'intitulé des chapitres ?

	<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont mes objectifs ? • Méthode de Kipling (QQOCP) : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? <p>Ne cherchez pas à les hiérarchiser</p>
3. Déployez chaque IFC	<p>Continuer à créer des associations d'idées pour chacun des IFC et créez des ramifications. Jouez sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les tailles de la police de caractères • Le style de la police • Les couleurs des branches, du texte • Majuscules et minuscules • Ajoutez des images, symboles,... • Numérotez les énumérations
4. Reliez, hiérarchisez.	<p>Des parties « géographiquement » éloignées de la carte peuvent avoir un lien que vous matérialiserez par des flèches uni ou bidirectionnelles.</p> <p>C'est aussi le moment de hiérarchiser les IFC entre elles si nécessaire (en les numérotant par exemple).</p>

Boosters de créativité

Les anglo-saxons raffolent de petits outils d'aide à la créativité et à la prise de décision. Certains sont anecdotiques mais d'autres s'inspirent de méthodes qui ont fait leurs preuves comme TRIZ. Ils peuvent se présenter sous la forme de jeux de cartes ou de services en ligne. Leur but est souvent de créer le déclic qui vous fera envisager un problème sous un angle nouveau afin d'y apporter une réponse inédite. → Outils

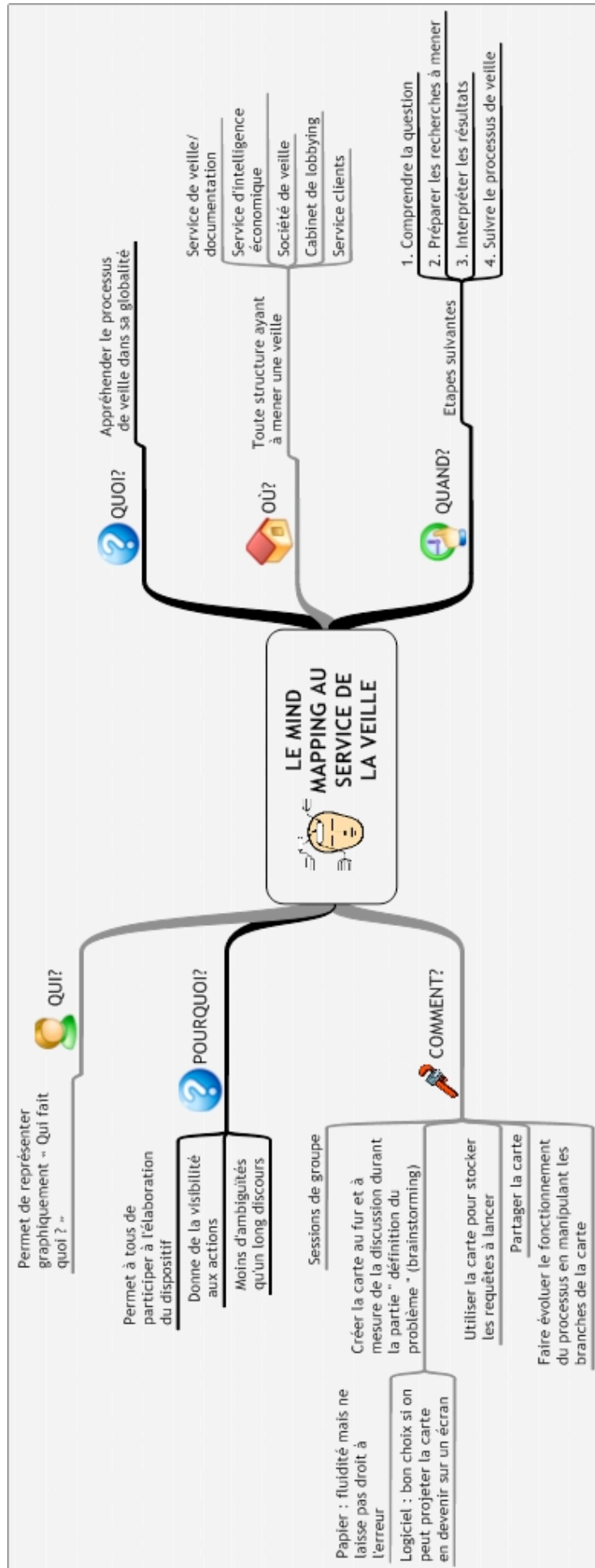
OUTILS

FAMILLE	NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Outils de cartographie heuristique Voir aussi : iMindmap.com Mindmeister.com	Freemind	Gratuit. Windows, Linux, Mac.	freemind.sourceforge.net	Logiciel simple à utiliser et doté de nombreuses fonctionnalités. Rendu graphique un peu pauvre.
	MindManager	79 à 299 €. Windows, Mac.	www.mindjet.com	Leader de la catégorie. Très nombreuses fonctionnalités dont export vers formats multiples.
	Mindomo	Gratuit ou Premium : 6\$/mois	www.mindomo.com	Puissant service de mind mapping en ligne permettant le travail collaboratif. Import-export avec Mind Manager.
Boosters de créativité	Ideachampions	Gratuit (us)	www.ideachampions.com/free_the_genie/index.shtml	Cartes à tirer : proposent des pistes pour envisager un problème sous d'autres angles.
	Whack Pack	16 \$ (us)	www.creativewhack.com	Jeu de cartes et méthode créés par Roger von Oech proposant 60 stratégies innovantes.
	Harvey Cards	Gratuit (us)	www.core77.com/resources/cards.asp	20 cartes à découper pour générer de nouvelles idées.

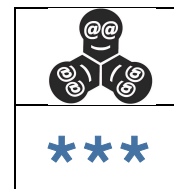
EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 3.1 • Fiche 3.3
Ouvrages	<ul style="list-style-type: none"> • Teresa Amabile, <i>The 6 myths of creativity</i>, Fast Company. http://www.fastcompany.com/magazine/89/creativity.html • Tony & Barry Buzan, <i>Dessine-moi l'intelligence</i>, Editions d'organisation, 1995. • Deladrière, Le Bihan, Mongin & Rebaud : <i>Organisez vos idées avec le Mind Mapping</i>, Dunod, 2006. • Mongin & Ryckebusch, <i>Gagnez un jour par semaine avec le Mind Mapping</i>, Territorial Editions, 2007. • Brice Challamel, <i>Multipliez vos idées</i>, Dunod, 2005.
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> • www.petillant.com (fr): portail consacré à la cartographie heuristique • www.creax.com/fr : portail consacré à la créativité • www.innovationtools.com (us): portail sur la créativité et le mind mapping.

Figure 6 : Exemple de carte heuristique montrant les bénéfices du *mind mapping* pour l'organisation d'un dispositif de veille



4.1 Comment mettre en place une stratégie-réseau ?



D'après la méthode de Christian Marcon et Nicolas Moinet

OBSERVATIONS

Si les services de *social networking* (→ Fiche 4.2) permettent de se lancer facilement dans des activités de réseautage, ils ont souvent tendance à nous faire confondre quantité et qualité. Pour nous aider à prendre conscience du capital social dont nous disposons et à le faire fructifier il nous faut travailler de manière plus structurée.

Bien sûr il y a les intuitifs du réseau, ceux pour qui c'est une seconde nature. Il s'agit chez eux d'un véritable talent qui les place hors-concours. Les autres devront commencer par mener une analyse de leur « existant relationnel » à partir de laquelle ils pourront bâtir une stratégie-réseau raisonnée.

Avec l'accord de MM. Christian Marcon et Nicolas Moinet, nous présentons ici une adaptation simplifiée de la méthode qu'ils développent dans leur ouvrage *Développez et activez vos réseaux relationnels*.

METHODOLOGIE/CONSEILS

ETAPE	ACTION																													
1. Triez vos contacts	<ol style="list-style-type: none"> Rassemblez tous les supports de gestion de contacts que vous utilisez habituellement : carnets d'adresse papier, PDA, classeurs de cartes de visites, carnet d'adresses de votre messagerie. Supprimer les contacts « obsolètes ». Pour vous aider dans cette étape posez-vous pour chaque personne deux questions : <ul style="list-style-type: none"> Répondrait-elle à une requête de ma part ? Est-ce que je répondrai à la même sollicitation de la sienne ? (on peut améliorer le système en y ajoutant des degrés d'implication) <p>Si la réponse est non au deux alors éliminez le contact de votre réseau. Si les réponses sont contradictoires donnez-vous un peu de temps pour tester à nouveau le contact.</p>																													
2. Cartographiez votre réseau	<ol style="list-style-type: none"> Munissez-vous d'une feuille au format A3 ou, mieux encore, utilisez un logiciel de <i>mind mapping</i> (→ fiche 3.17). Représentez-vous dans un petit cercle au centre. Disposez chaque membre de votre réseau autour de vous dans un cercle relié au votre par une ligne/branche (un cercle par membre). On pourra jouer sur l'épaisseur, la couleur, la distance ou la structure de la ligne/branche pour qualifier la relation (amis, famille, professionnel, etc.). Indiquez le domaine d'activité de chacun Indiquez la localisation de chaque contact afin de mieux visualiser l'implantation géographique de votre réseau. Indiquez pour chacun s'il s'agit d'un contact personnel ou professionnel <ul style="list-style-type: none"> Vous pouvez maintenant créer une matrice croisant secteur d'activité et secteur géographique dont l'objectif sera de vous aider à cerner les faiblesses professionnelles ou territoriales de votre réseau. Exemple : <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dép /Pays →</th> <th>37</th> <th>75</th> <th>Etats-Unis</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th>Secteur activité ↓</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Automobile</td> <td>1</td> <td></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Immobilier</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Arts martiaux</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Cette matrice n'a bien sûr d'intérêt que si vos cibles sont géographiques et/ou sectorielles.</p> <ul style="list-style-type: none"> Trois ratios peuvent ensuite être calculés : <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Ratio</th> <th>Interprétation</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Nb de contacts personnels/Nb total de contacts</td> <td>Indique votre degré d'affinité avec votre réseau. Plus vous êtes proche de 1 et plus vos contacts sont personnels. C'est une bonne chose mais cela signifie aussi que vous manquez de relations professionnelles.</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Nb total de contacts/Nb domaines d'activité</td> <td>Indique la variété de votre réseau. Si votre ratio est proche de 1 c'est que vous couvrez de nombreux champs d'action. S'il s'en éloigne cela indique que vous êtes bien introduit dans un milieu spécifique.</td> </tr> </tbody> </table>	Dép /Pays →	37	75	Etats-Unis	Secteur activité ↓				Automobile	1		1	Immobilier		1		Arts martiaux	2	1			Ratio	Interprétation	1	Nb de contacts personnels/Nb total de contacts	Indique votre degré d'affinité avec votre réseau. Plus vous êtes proche de 1 et plus vos contacts sont personnels. C'est une bonne chose mais cela signifie aussi que vous manquez de relations professionnelles.	2	Nb total de contacts/Nb domaines d'activité	Indique la variété de votre réseau. Si votre ratio est proche de 1 c'est que vous couvrez de nombreux champs d'action. S'il s'en éloigne cela indique que vous êtes bien introduit dans un milieu spécifique.
Dép /Pays →	37	75	Etats-Unis																											
Secteur activité ↓																														
Automobile	1		1																											
Immobilier		1																												
Arts martiaux	2	1																												
	Ratio	Interprétation																												
1	Nb de contacts personnels/Nb total de contacts	Indique votre degré d'affinité avec votre réseau. Plus vous êtes proche de 1 et plus vos contacts sont personnels. C'est une bonne chose mais cela signifie aussi que vous manquez de relations professionnelles.																												
2	Nb total de contacts/Nb domaines d'activité	Indique la variété de votre réseau. Si votre ratio est proche de 1 c'est que vous couvrez de nombreux champs d'action. S'il s'en éloigne cela indique que vous êtes bien introduit dans un milieu spécifique.																												

		Il n'y a pas réellement une situation préférable à l'autre car tout dépend de vos objectifs. Toutefois pour être opérationnel un réseau très dispersé devra être composé de contacts de qualité.
3	Nb total de contacts/Nb lieux d'implantation	Indique votre ancrage territorial. Si vous êtes proche de 1 votre réseau à une large couverture géographique. Si vous vous en éloignez c'est que vous êtes ancré sur un territoire réduit. Là encore le « mieux » se calcule est en fonction de vos objectifs.

Pour qualifier votre réseau vous pouvez maintenant croiser les ratios 1 et 2 dans une matrice :

Diversité thématique→ Assise territoriale↓	ECLECTISME THEMATIQUE Nb contacts/Nb domaines tend vers 1	CONCENTRATION THEMATIQUE Nb contacts/Nb domaines tend vers nb de contacts
TERRITOIRE ETENDU Nb contacts/Nb lieux tend vers 1	Aucune concentration des forces → Réseau amateur	Concentration des forces et liberté d'action à grande échelle → Réseau spécialisé conquérant
TERRITOIRE REDUIT Nb contacts/Nb lieux tend vers nb de contacts	Concentration des forces et liberté d'action à l'échelle locale → Réseau de type électoral	Ancrage local spécialisé dans un domaine → Réseau d'autorité locale

Typologie des réseaux :

- Réseau amateur : difficile à mobiliser dans le cadre d'une stratégie-réseau professionnelle. Toutefois le phénomène des *pro-ams* (Cf I-C-4) lié au développement du web témoigne d'une montée en puissance des réseaux amateurs.
- Réseau électoral : ancrage local fort typique des politiciens locaux. Vous multipliez le nombre de liens uniques dans de nombreux domaines avec le risque de perdre l'accès à ceux-ci en perdant un seul contact → nécessité de créer des liens redondants. Un nombre total de contacts faible indique un manque de rayonnement.
- Réseau d'autorité locale : vous êtes le référent thématique local dans un domaine donné.
- Vous multipliez les liens redondants avec le risque de limiter votre liberté d'action dans d'autres.
- Réseau spécialisé conquérant : réseau puissant qui allie à la fois concentration des forces et possibilité d'action à grande échelle.

On ne mobilise pas tout le monde sur tout, tout le temps et il faut donc être à même de cibler à chaque fois son champ d'action. On peut s'aider pour cela de ce dernier tableau très simple :

Projet	Champ d'action	Acteurs incontournables	Réseaux existants
Décrocher un poste de responsable de l'intelligence économique	CCI de mon département	- DRH de la CCI, - Actuel responsable (part à la retraite dans 6 mois), - Directeur du service	- Réseau des anciens du Mastere IE de Poitiers, - Association des développeurs territoriaux

Les acteurs incontournables sont ceux qui pèseront d'une manière ou d'une autre sur la décision. C'est eux qu'il faudra essayer d'atteindre par le biais de votre réseau.

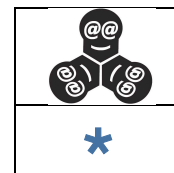
4. Précisez votre projet

Choisissez les contacts que vous pourriez « activer » dans le cadre de votre projet. Cela peut sembler une vision très « utilitariste » mais elle ne fait que matérialiser un processus habituellement inexprimé. Reste alors à déterminer quel sera le moyen le plus approprié pour les contacter en fonction de votre degré de proximité avec eux : emails, téléphone, service de *social networking*,...

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	• Fiche 5.1
Ouvrages	• Christian Marcon & Nicolas Moinet, <i>Développez et activez vos réseaux relationnels</i>, Dunod, 2007.
Sites ressources/ Articles	• Lisecardinal.com : site d'une spécialiste francophone du « réseautage ».

4.2 Comment entretenir son capital social ?



Utiliser les services de *social networking*

OBSERVATIONS

Les contacts numériques constituent une part de plus en plus importante de notre capital social. Ils ont toutefois ceci de particulier que nous rencontrons rarement *In real life (IRL)* ceux qui se cachent derrière. Il s'agit d'un mode de relation inédit qui nous fait côtoyer des personnes dont nous ne savons pas si elles deviendraient des amis, ou même de simples relations, dans la vie quotidienne.

Ces relations sont différentes de celles que nous pouvons avoir en ligne avec des personnes déjà rencontrées *IRL*. Dans un cas les moyens techniques se mettent au service d'une relation existante, dans l'autre ils fournissent les moyens de créer de nouvelles relations. Mais ont-elles la même valeur ?

Nous manquons encore de recul pour répondre à cette question mais ce qui est sûr c'est que nos 120 ou 130 « amis » Facebook ou relations LinkedIn sont moins susceptibles de nous rendre un service impliquant que les 5 ou 10 relations qualifiées dans une optique « stratégie-réseau » (→ Fiche 4.1).

Là où il nous faut quelques minutes *IRL* pour juger de la confiance que nous accorderons à une personne rencontrée pour la première fois, il nous faut des semaines pour rassembler inconsciemment les traces numériques laissées par quelqu'un et décider du niveau de confiance à lui accorder. En fait l'ordre des choses est inversé. **Dans la « vraie vie » nous établissons un début de relation de confiance (généralement une brève discussion) avant d'échanger des cartes de visite. Sur le web nous échangeons nos « cartes de visites » dans le but d'établir un jour une relation de confiance.**

Est-ce à dire que nous ne devons rien attendre de nos relations numériques ? Bien sûr que non, il faut simplement être conscient de leurs forces et faiblesses et ne pas en attendre plus qu'elles ne peuvent nous donner. En fait ce type de contacts, que l'on qualifie aussi de « liens faibles », doit d'autant moins être négligé que ces personnes évoluent souvent dans des cercles différents de ceux que nous partageons avec nos liens forts. Elles ont donc accès à des informations inédites et peuvent nous ouvrir des portes dont nous ignorions jusqu'à l'existence.

METHODOLOGIE/CONSEILS

1. Utiliser les services de *social networking*

La stratégie-réseau à mettre en œuvre ici consiste, dans un premier temps, à accumuler des contacts plus ou moins ciblés (secteur d'activité, géographie) pour, dans un deuxième temps, se concentrer si besoin est sur certains plus que d'autres. Le temps nécessaire à leur activation est toutefois plus long que dans le « monde réel » et ce type de réseautage nécessite de mieux anticiper ses objectifs. Concrètement, si vous perdez subitement votre emploi, il vous sera difficile d'activer un tel réseau du jour au lendemain.

ETAPE	ACTION
1	Inscrivez-vous à des services de <i>social networking</i> : LinkedIn, Viadeo, Xing
2	Ne négligez pas les services moins professionnels mais qui donnent de vous une image moins policée (pas trop tout de même) : Facebook, Myspace,...
3	Une fois inscrit recherchez les contacts que vous connaissez déjà <i>IRL</i> (amis, famille, collègues → liens forts) et partagez vos réseaux.
4	Si au fur et à mesure de vos sessions de surf vous découvrez des personnes « intéressantes » (via un blog, une interview,...) cherchez s'ils sont abonnés à un service de <i>social networking</i> puis tentez d'entrer en contact avec eux afin de les intégrer à vos contacts.
5	Utilisez les mécanismes internes de ces services pour augmenter votre réputation et donc la confiance qu'un tiers est susceptible de vous accorder : <ul style="list-style-type: none">Faites-vous introduire auprès d'un potentiel contact par les membres de votre réseau qui le connaissent (ou connaissent l'ami qui...) plutôt que de le contacter directement. C'est le principe même de ces services.Demandez à des collègues ou anciens collègues d'écrire un témoignage sur vous (cela restant évidemment très subjectif).

2. Donner des gages sur lesquels pourra s'établir la confiance

Nous rejoignons ici la question de la réputation numérique (→ Fiche 2.3) et du *personal branding* (→ Fiche 5.2). En effet, pour entretenir votre réseau numérique il faut aider vos contacts à mieux vous connaître et leur donner envie de vous aider si besoin est. Il faut aussi donner envie à des personnes de chercher votre nom sur un service de *social networking* pour intégrer votre réseau. Ceci passe par une approche multi-outils **dont le but premier n'est pas l'entretien de votre réseau !** De fait, il s'agit moins de stratégie concertée que de communication et d'enthousiasme à transmettre autour d'un sujet qui vous intéresse. Les outils mis en œuvre pour cela pourront être :

- Les blogs personnels
- Les forums de discussion
- Les services de micro-blogging comme Twitter (qui créent une sorte de voisinage numérique dans lequel on apprend à se connaître au fil des jours)

Ceux qui lancent un blog dans le seul but de se faire des contacts se lassent généralement vite de l'investissement en temps et en travail que cela nécessite.

3. Les 4 règles du social networker selon Alain Lefebvre (→ Ouvrages) :

1. **Ne pas être pressé**
2. **Investir un peu de temps dans les services choisis** : pour décrire son profil, inviter ses relations,...
3. **Donner pour recevoir** : donner du temps pour mettre en contact des membres de son réseau, partager de l'information.
4. **Adopter la bonne « Netitude »** : respect de la netiquette, courtoisie, réponses aux messages reçus.

OUTILS

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
LinkedIn	Abonnement de base gratuit Business : 200 \$/an Business + : 500 \$/an	www.linkedin.com	Le plus international
Viadeo	Abonnement de base gratuit Fonctions Premium : 80 €/an	www.viadeo.com	Orientation nationale
Xing	Abonnement Premium : 4,95 €/mois	www.xing.com	Orientation nationale
Facebook	Gratuit	Fr-fr.facebook.com	Orientation internationale. Moins formel mais très nombreuses fonctionnalités.
123People Voir aussi : www.zoominfo.com www.spock.com www.whozat.com	Gratuit	www.123people.com	Moteur permettant de rechercher des profils dans les services de <i>social networking</i>

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 2.3 • Fiche 5.2
Ouvrages	<ul style="list-style-type: none"> • Alain Lefebvre, <i>Les réseaux sociaux, pivot de l'Internet 2.0</i>, MM2 Editions, 2005.
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> • Mark Glaser, <i>Your guide to social networking online</i>, PBS, août 2006. http://www.pbs.org/mediashift/2007/08/digging_deeperyour_guide_to_so_1.html • Frédéric Canevet, <i>7 règles d'or pour développer son business grâce à Facebook</i>, mars 2008. www.conseilsmarketing.fr/e-marketing/7-regles-dor-pour-developper-son-business-grace-a-facebook

5.1 Comment identifier ses compétences-clés ?



Méthode de Peter F. Drucker

COMMENTAIRES

Malgré le nombre important d'ouvrages du type « *Effectuez vous-même votre bilan de compétences* », nous avons choisi de présenter une méthode simple développée par Peter Drucker. Ce qui est intéressant chez lui c'est qu'il s'est autant intéressé au problème des organisations qu'à celui des individus qui les composent. Il ne met pas la performance des entreprises d'un côté et celle des travailleurs du savoir de l'autre car il envisage les deux comme irrémédiablement liées. Comment pourrait-il en aller autrement ? Ses conseils sont donc précieux pour cette première raison mais aussi parce qu'il les a appliqués tout au long de sa vie et que cela lui a bien réussi...

METHODOLOGIE/CONSEILS

ETAPE	ACTION
1. Identifier ses compétences-clés avec l'analyse en <i>feedback</i>	<p>Pratiquez l'analyse en <i>feedback</i> : à chaque fois que vous prenez une décision-clé ou effectuez une action importante écrivez les résultats que vous en attendez. Quelques mois plus tard (9 à 12) comparez-les avec les résultats effectifs.</p> <p>Au bout de quelques temps et en fonction des résultats obtenus, vous serez en mesure de savoir où vous êtes compétent et où vous l'êtes moins. A partir de là :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Essayez de vous mettre dans des situations où vos points forts produiront des résultats. 2. Travaillez vos points forts. L'analyse vous montrera où les compétences que vous avez déjà peuvent être encore améliorées. 3. Identifiez, afin de les contrer, les mauvaises habitudes qui limitent vos qualités (ex : vous avez de bonnes idées, des objectifs ambitieux mais n'arrivez pas à formaliser les étapes qui conduiront à leur achèvement). 4. N'allez pas vers ce pour quoi vous n'êtes pas fait. Vous perdez le temps et l'énergie que vous pourriez consacrer à passer du niveau « compétent » au niveau « expert ».
2. Identifier son mode de fonctionnement	<p>Personne ne travaille tout à fait de la même manière. En cherchant à comprendre comment vous fonctionnez vous pourrez créer et optimiser l'environnement propice à votre efficacité. Questions à vous poser :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Suis-je plutôt quelqu'un qui lit ou quelqu'un qui écoute ? Il faut savoir que l'on est rarement les deux. Un lecteur accordera peu d'attention à ce qu'on lui dit et inversement. Il est intéressant pour vous de savoir où vous vous placez mais aussi de comprendre où se placent vos collègues. 2. Comment j'apprends ? On peut apprendre en lisant, en écoutant, en écrivant, en faisant ou même en s'écoutant parler. Lorsqu'on connaît son profil d'apprenant on doit faire en sorte de toujours se mettre dans les meilleures conditions d'apprentissage possible. 3. Est-ce que je travaille mieux en groupe ou en solo ? Si je travaille mieux en groupe quelles sont les relations qui me conviennent ? Subordonné, dirigeant ? 4. Est-ce que je produis de bons résultats comme décideur ou comme conseiller ? On connaît l'importance des éminences grises dans l'ombre des hommes de pouvoir. On peut être très à l'aise dans la réflexion théorique et beaucoup moins lorsqu'il s'agit de la concrétiser par des décisions. A l'inverse on peut savoir faire des choix mais avoir besoin d'éclairages avisés. 5. Est-ce que je suis bon lorsqu'il faut agir en situation de stress ou est-ce que j'ai besoin d'un environnement très structuré et relativement prévisible ? 6. Corollaire à la question 5 : Est-ce que je travaille mieux dans les petites structures ou dans les grandes ?
3. Identifier ses valeurs	<ol style="list-style-type: none"> 1. Test du miroir : formalisez la réponse à la question suivante : quel type de personne est-ce que je veux voir le matin dans le miroir ? (à rapprocher du discours funèbre de Stephen Covey → Fiche 1.4) 2. Confrontez les résultats de ce test au type d'activités que vous menez ou aux valeurs de l'organisation pour laquelle vous travaillez. 3. Les valeurs ne sont pas qu'éthiques : est-ce que vous voulez travailler dans une organisation qui vous aide à faire au mieux ce que vous savez faire, ou dans une organisation qui recherche l'innovation de rupture ? Votre vie professionnelle sera radicalement différente selon que vous choisissiez l'une ou l'autre.

	Les risques en cas de valeurs trop éloignées sont que « <i>non seulement l'individu sera frustré mais qu'en plus il ne produira pas de résultats</i> ».
4. Savoir « à quoi on appartient »	Il s'agit ici de synthétiser ce que l'on a appris de soi dans les 3 premières étapes et de l'intégrer afin d'être en mesure de faire des choix pertinents en terme de carrière. Si vous savez que vous n'êtes pas un décideur peut-être devez-vous refuser un poste de ce type. Le risque étant de mal le vivre et d'hypothéquer la suite de votre carrière. Cette étape doit aussi vous permettre de pouvoir dire oui à certaines demandes sur lesquelles vous êtes mal à l'aise en posant des conditions d'exécution : « <i>je veux bien le faire mais voici comment et voici le type de résultats que vous pouvez attendre de moi</i> ».
5. Quel doit être mon apport ?	Trois questions à se poser : <ol style="list-style-type: none"> 1. Que demande la situation ? 2. Etant donné mes compétences-clés, mon mode de fonctionnement et mes valeurs comment puis-je apporter la meilleure contribution à ce qui doit être fait ? 3. A quels résultats doit-on arriver pour faire la différence ? <p>Pour atteindre ses objectifs Peter Drucker propose :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de ne pas projeter de résultats à plus de 18 mois, les imprévus étant trop nombreux. • de se fixer des résultats raisonnables, c'est-à-dire atteignables a priori. • de se fixer des résultats qui ont du sens, c'est-à-dire qui feront la différence. • les résultats doivent être visibles et si possible mesurables. • de mettre en place un plan d'action : Que dois-je faire ? Où et comment démarrer ? Avec quels objectifs ? Avec quels délais ?
6. Prendre la responsabilité de ses relations (ou l'intelligence émotionnelle avant l'heure)	« <i>Se gérer soi-même exige de prendre la responsabilité de ses relations</i> » <ol style="list-style-type: none"> 1. Acceptez le fait que les autres sont différents de vous, ils ont leurs propres compétences-clés, leur propre manière de faire les choses, leurs propres valeurs. Pour être efficace vous devez chercher à comprendre ce que recouvrent ces trois éléments chez vos collaborateurs afin d'en tirer le meilleur parti. C'est encore plus vrai pour votre responsable. Il faut savoir s'adapter à ce qui le rend plus efficace car « <i>c'est (...) le secret pour « manager » son patron</i> ». 2. Communiquez sur vos compétences. Beaucoup d'incompréhensions viennent du fait que l'on ne sait pas vraiment, y compris dans un même service, que Dupont est très bon pour ceci et Durand pour cela. Lorsque vous arrivez dans un nouveau poste expliquez à vos collègues quelles sont vos forces, comment vous fonctionnez et ce que vous vous proposez d'apporter. Puis demandez-leur de se définir de la même manière. Même si parler de soi ainsi peut sembler à première vue présomptueux, au final, cela génère de la confiance.

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 1.4 • Fiche 4.1
Ouvrages	<ul style="list-style-type: none"> • Peter F. Drucker, <i>Managing oneself</i>, Harvard Business School Press, 2008. (64 p.)
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> • Peter F. Drucker, <i>Managing oneself</i>, Harvard Business Review, janvier 2005. (article de 10 pages). • Clifton StrengthsFinder de Gallup Organization : test en ligne permettant de déterminer ses forces. Pour y accéder il faut acheter les ouvrages de Gallup contenant les codes d'accès. Environ 20€. http://sfl.strengthsfinder.com/fr-fr/homepage.aspx • Skillseval.com de l'Institut Demos : service permettant d'effectuer divers tests d'évaluation de compétences • MonBilan.com : une dizaine de tests (10 à 15€ par test) proposés par le cabinet Alize Consultants. • Site proposant un test qui permet de déterminer son profil d'apprenant (fr): www.apprendreaapprendre.com/reussite_scolaire/test.php • Voir aussi le site de Mick Cope : www.wizoz.co.uk/wizoz_toolkit.html

5.2 Comment assurer sa promotion personnelle ?



Méthode du *personal branding* (marque personnelle)

OBSERVATIONS

Nous avons vu comment protéger notre identité numérique, surveiller notre réputation numérique et « projeter » vers le web des éléments générateurs de confiance. Reste maintenant à mettre en valeur nos compétences de manière explicite dans le but de nous démarquer de la « concurrence » et d'accroître ainsi notre employabilité. Nous utiliserons pour cela la méthode du *personal branding* développée par Tom Peters et perfectionnée par Peter Montoya et William Arruda.

Olivier Zara résume toute la démarche autour du *personal branding* et de la gestion des compétences personnelle en une maxime simple : **mieux vous connaître pour mieux vous faire connaître.**

METHODOLOGIE/CONSEILS

Les 8 lois du *personal branding* d'après Peter Montoya

1. Loi de la spécialisation	Votre marque se doit d'être précise, concentrée sur une force, un talent. Plusieurs types de spécialisations s'offrent à vous : vos capacités, votre comportement, votre style de vie ou encore votre produit.
2. Loi du leadership	En plus d'être connu, il faut également être reconnu. C'est la dimension de réputation dans votre sphère d'influence qui entre alors en compte.
3. Loi de la personnalité	Votre marque doit être bâtie sur la base de votre réelle personnalité. Même si la loi du leadership parle d'excellence, vous vous devez d'être bon dans votre domaine, vous n'avez pas besoin d'être parfait.
4. Loi de la différenciation	Pour être efficace, vous devez vous démarquer de la concurrence, afficher votre différence, gage de votre qualité.
5. Loi de la visibilité	Pour être réussie, votre marque doit être vue, elle doit s'imprimer dans l'esprit des gens. Créant ainsi une sorte de présomption de qualité, le fait de vous voir régulièrement augmente votre crédibilité.
6. Loi de la l'unité	L'efficacité de votre marque passe par sa cohérence avec votre personnalité. Votre conduite en privée doit être le miroir de votre marque publique.
7. Loi de la persévérance	C'est un processus qui prend du temps, votre marque se construit avec le temps. Soyez patient.
8. Loi de la bonne volonté	Pour être mieux perçu et marquer plus longtemps les esprits, votre marque doit être associée à une valeur ou une idée universellement reconnue comme positive.

(Traduction : www.identite-numerique.fr/particuliers)

Comment mieux vous faire connaître ?

Sur Internet les marques ont deux impératifs à respecter : surveiller ce que l'on dit d'elles et surveiller leur classement dans les moteurs de recherche. Il en va de même pour votre marque personnelle. Si nous avons déjà abordé le premier point (→ Fiche 2.3) il nous reste à voir comment répondre au second.

ETAPE	ACTION			
1. Connaître et suivre le référencement de votre nom	Le suivi de votre nom dans les principaux moteurs de recherche est une étape indispensable. En plus des flux RSS et des alertes déjà évoqués, vous pourrez utiliser pour cela les services gratuits proposés par les référenceurs (→ Outils). Ils vous permettront par exemple de : <ul style="list-style-type: none"> • Voir le nombre de fois ou votre nom apparaît sur les principaux moteurs de recherche (possibilité d'effectuer cette mesure tous les mois et d'en tirer un graphique sous Excel). • Croiser votre nom et l'adresse d'un site web (le vôtre) afin de voir où il se place dans les moteurs de recherche pour cette expression donnée. 			
	Maintenant que vous savez où vous en êtes il vous faut promouvoir votre marque personnelle c'est-à-dire améliorer son référencement sur les moteurs de recherche. Deux stratégies : <table border="1" data-bbox="379 1899 1396 2056"> <thead> <tr> <th>STRATEGIES</th> <th>ACTION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td> <ol style="list-style-type: none"> 1. Créez vous un profil personnel sur un service spécialisé comme Ziki, Naymz ou Wink et ajoutez l'adresse web de ce profil sur vos emails, blog(s), papiers à en-tête. 2. Si vous pensez avoir des choses à dire créez un blog. Si ce format </td> </tr> </tbody> </table>	STRATEGIES	ACTION	
STRATEGIES	ACTION			
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Créez vous un profil personnel sur un service spécialisé comme Ziki, Naymz ou Wink et ajoutez l'adresse web de ce profil sur vos emails, blog(s), papiers à en-tête. 2. Si vous pensez avoir des choses à dire créez un blog. Si ce format 			

		<p>vous fait peur essayez le micro-blogging avec Twitter. (ne remplace pas le point n°1 mais le complète)</p> <p>3. Utilisez les sites de partage de documents (ex : Scribd) pour présenter un CV original ou mettre en ligne des micro-interventions sur vos thèmes d'expertise. (→ Outils).</p> <p>4. Continuez à intervenir sur les services plus anciens comme les forums de discussion professionnels. Un media ne chasse pas l'autre !</p>
2. Liens sponsorisés		<ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup de services proposant des profils ou des CV en ligne (LinkedIn ou Viadeo) vous proposent de référencer automatiquement votre profil dans les moteurs de recherche mais Ziki ou Ziggs vont plus loin en proposant, contre paiement, de faire apparaître votre profil dans les liens publicitaires des moteurs. • Vous pouvez faire vous-même ce travail de référencement en vous affiliant à des programmes comme Google AdWords. • Enfin l'achat d'un nom de domaine à votre nom reste un point de départ important (à moins que vous ne disposiez déjà d'un site populaire que tout le monde associe à votre nom). N'oubliez pas de séparer votre prénom et votre nom par un tiret si vous ne voulez pas que les moteurs de recherche les considèrent comme un seul mot.

Conseil

Pensez aussi à utiliser un service de mise en ligne d'images ou de vidéos (Flickr, Picasa) pour présenter des expériences positives non-professionnelles : voyages d'études, trekking, sorties culturelles,...

OUTILS

NOM	PRIX	ADRESSE	COMMENTAIRE
Outiref Voir aussi : <ul style="list-style-type: none"> • webrankinfo.com/outils 	Gratuit	www.outiref.com	Ensemble d'outils d'aide au référencement proposés par la société Abondance
Ziki Voir aussi : <ul style="list-style-type: none"> • www.naymz.com • www.claimid.com • www.ziggs.com 	Gratuit sauf pour le référencement dans les liens sponsorisés Google (2 à 3€/mois)	www.ziki.com	Ziki est un service qui propose de centraliser très simplement ce que vous donnez à voir de vous sur le web. Il vous permet de créer une page CV et la met en valeur dans les moteurs de recherche.

EN SAVOIR PLUS

Corrélat	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 2.3
Sites ressources/ Articles	<ul style="list-style-type: none"> • Olivier Zara, <i>Comment créer et gérer votre marque personnelle sur Internet</i>, http://reputation.axiopole.info/2008/01/10/creer-votre-marque-personnelle-personal-branding/ (voir aussi l'ensemble de ce site) • www.blogpersonalbranding.com : le blog du personal branding, par Fadhila Brahimi, coach, experte en personal branding. • Olivier Zara, <i>Réussir sa carrière grâce au personal branding</i>, Eyrolles, 2009. • Peter Montoya, <i>What is personal branding</i>, www.petermontoya.com/mt_what_is_personal_branding/index.asp • www.thepersonalbrandingblog.com : blog de William Arruda