

Table des matières

La veille informationnelle	1
Tirez le maximum de ce cours	2
Apprenez en pratiquant	2
Préparez-vous à évoluer professionnellement.....	3
Le monde du travail change très vite.....	3
Votre métier est ou sera impacté par des changements.....	3
Quelle posture adopter dans ce contexte ?	5
Identifiez vos besoins	6
Analysez votre environnement professionnel	6
Étudiez votre profil (vos forces et vos faiblesses)	7
Décryptez votre contexte (opportunités et menaces)	7
Identifiez des sources d'informations	8
Étendez votre présence sur Internet.....	8
Comprenez le principe d'un réseau professionnel et sa capacité à créer des ponts.....	9
Croisez différentes sources d'information.....	10
En Bref.....	10
Qu'est-ce que la curation ?	11
Identifiez les sources d'informations et médias adéquats	11
Comparez les outils de curation automatisée	13
En bref	15
Optimisez l'organisation de l'information	16
Choisissez un ou des outils de présentation de l'information	17
Partagez un contenu synthétique avec vos collègues.....	18
Appropriiez-vous l'information issue de la veille	18
Rédigez une note de veille ou une newsletter interne	18
Partagez les fruits de votre veille grâce à ces outils	19
Intégrez les meilleures pratiques au quotidien	19
La veille a pour but d'impacter positivement votre quotidien professionnel	19
Établissez des priorités pour l'appliquer progressivement à votre métier.....	20
Évoluez au fil des innovations que vous intégrez	20
Devenez relayeur d'informations	21
Passez d'amateur à expert en diffusant l'information	21
Créez une routine pour partager vos actions	21
Faites-vous identifier comme un relayeur légitime	22

La veille informationnelle

La veille, c'est ce qui permet de **rester à jour** sur un ou plusieurs sujets, que l'on débute ou que l'on ait des années d'expérience derrière soi.

Si vous vous êtes retrouvé ici, c'est que vous avez à cœur d'exercer votre métier du mieux possible. Et c'est une excellente nouvelle, car cette volonté est puissante : elle vous donnera l'impulsion au jour le jour pour **apprendre sur de nouveaux sujets**, pour **consolider et développer des compétences clés**, valorisées dans le monde du travail d'aujourd'hui et de demain.

Je vous y présente d'abord comment démarrer efficacement une veille, en **analysant vos besoins d'aujourd'hui**. Ensuite, je ferai un tour des **outils** qui peuvent vous aider à faire de la veille, sans y consacrer trop de temps. En dernière partie, je vous explique comment vous pouvez **mettre en pratique** ce que vous apprenez et même **partager** vos découvertes autour de vous.

Vous êtes prêt à devenir moteur dans votre métier ? C'est parti !

À la fin de ce cours, vous serez capable de :

- **Définir vos objectifs de veille**
- **Identifier des sources d'information**
- **Accélérer votre veille grâce à des outils**
- **Intégrer les résultats de votre veille à votre quotidien**
- **Partager vos connaissances au sein d'une communauté**

Tirez le maximum de ce cours




Apprenez en pratiquant

Nous consommons beaucoup de contenu en ligne, et il est vite arrivé de se retrouver dans une posture passive. Les cours en ligne n'échappent pas à ce problème. Celui-ci a donc été conçu pour vous donner des clés pour être autonome et vous offrir une expérience d'apprentissage la plus concrète possible.

Dans ce cours, vous êtes invité à prendre en main le contenu qui vous parvient sur le web, l'analyser et l'utiliser à bon escient. C'est la raison pour laquelle, nous vous invitons à le suivre, chapitre par chapitre, en essayant, dès que cela est possible, d'intégrer et d'appliquer ce que vous venez d'apprendre.

Une bonne option serait de suivre ce cours en travaillant en parallèle sur un sujet de veille qui vous intéresse. Mais si pour l'instant, vous n'avez pas d'idée, ne vous inquiétez pas : on se retrouve au chapitre suivant pour faire le point !

Téléchargez la [fiche résumé](#) au format PDF.


Fiche récap : Mettez en place un système de veille

Marketing & Communication

1

Identifiez vos forces, faiblesses, opportunités et menaces puis concentrez-vous sur un sujet de veille en particulier.

2

Gardez une ligne éditoriale cohérente et collectez de l'information via des sources pertinentes.

3

Optimisez votre veille avec des outils de curation automatisée.

4

Editez votre contenu de manière synthétique et visuelle pour le partager.

5

Renforcez votre légitimité en créant du contenu (articles de blogs, infographies) via des outils comme Medium ou Canva.

Bonnes pratiques

- ✓ Garder la même ligne éditoriale pour avoir une visibilité cohérente sur les réseaux sociaux.
- ✓ Se connecter à des personnes qui exercent un métier similaire.
- ✓ Utiliser des outils qui permettent d'optimiser la recherche d'information.

Erreurs classiques

- ✗ Utiliser les mêmes réseaux sociaux pour un usage privé et professionnel à la fois.
- ✗ Perdre du temps à consulter une à une différentes sources d'information au lieu de les faire s'agréger au même endroit.
- ✗ Récupérer un flux d'informations à partir d'un mot-clé via Google Alertes : vous risquez de vous retrouver inondé d'informations.

Forces

Faiblesses

Opportunités

Menaces

Définitions

Curation (d'information)
 C'est le fait de chercher et d'agréger du contenu éditorial ou visuel.

Hashtag
 Précédé de "#", c'est un mot-clé qui décrit le contenu qu'il accompagne. Il permet d'archiver numériquement toutes les occurrences orthographiées de la même manière.

Réseau
 Un maillage étendu qui englobe des profils similaires au vôtre, des groupes, des influenceurs et créateurs de contenu, des journaux. C'est l'ensemble des informations auxquelles vous êtes connecté.

Préparez-vous à évoluer professionnellement

Le monde du travail change très vite

Vous êtes responsable d'univers marchand depuis longtemps et vous avez remarqué que la profession a été bouleversée par l'arrivée des réseaux sociaux ? Que la façon dont vous travaillez et les outils que vous utilisez aujourd'hui n'ont rien à voir avec ce que vous faisiez quand vous avez débuté ?

C'est normal et cette transformation est commune à de nombreux métiers.

Il y a même des secteurs d'activités qui sont devenus essentiels en quelques mois pour naviguer dans ce monde numérique : l'analyse et le traitement des données, notamment. La quantité d'informations partagées numériquement aujourd'hui est telle qu'elle nécessite tout un nouveau champ de compétences. Très en vogue en ce moment, car en demande accrue, le métier de Data Analyst recrute en masse et peine parfois à trouver des candidats. En cause ?

Les nouvelles technologies embarquent avec elle des changements qui s'opèrent très vite. Et l'on peut avoir du mal à suivre.

le monde continue de changer : de nouveaux outils et méthodes de travail apparaissent. Cela demande de rester à jour régulièrement, quel que soit votre métier, en mettant en place un **système de veille**.

Grâce à ce cours, vous verrez que vous n'aurez pas besoin d'y passer trop de temps : la clé, c'est la régularité et la continuité dans le temps !

Votre métier est ou sera impacté par des changements

Que vous soyez :

- responsable Marketing ou Communication ;
- responsable d'UC ;
- commercial ou chargé d'affaires ;
- comptable ou gestionnaire de paie ;
- développeur d'application ou data analyst...

...soyez certains que votre métier évoluera au rythme des nouveaux outils et des nouvelles méthodes de travail, et que mettre en place un système de veille doit devenir une compétence à part entière dans votre vie professionnelle.

En termes de **compétences**, qu'est-ce que cela a changé pour le métier ?

Au cours des dix dernières années, l'évolution du métier de manager d'unité marchande a été profondément influencée par le développement du numérique et des réseaux sociaux. Ces ont modifié non seulement les compétences nécessaires pour réussir dans ce rôle, mais aussi la manière de gérer la relation client, les processus de vente et la communication interne.

1. Relation client et expérience utilisateur transformées

- Les réseaux sociaux ont permis aux clients de s'exprimer directement, publiquement et en temps réel sur les produits et services. Cela a obligé les managers d'unité marchande à développer une expertise en **gestion de la**

réputation véritable en ligne et à répondre de manière proactive aux avis et aux retours des clients.

- L'expérience utilisateur devient un enjeu central, car les clients s'attendent à des **interactions personnalisées et fluides**, que ce soit en ligne ou en magasin. Les managers doivent intégrer les outils numériques permettant de collecter et d'analyser les données clients pour anticiper leurs attentes.

2. L'adoption de l'omnicanalité

- Les consommateurs naviguent de plus en plus entre les canaux physiques et numériques, ce qui a fait évoluer les stratégies de vente. Les gestionnaires d'unité marchande doivent coordonner **l'intégration des ventes en ligne et en magasin**, offrant ainsi une continuité dans l'expérience d'achat (par exemple, le "click and collect").
- Cette approche omnicanale exige également des gestionnaires qu'ils soient à l'aise avec des outils de gestion de stock et de suivi de commandes en temps réel, afin d'assurer la disponibilité des produits quel que soit le canal utilisé.

3. Nouvelles compétences en marketing numérique

- Les managers sont désormais responsables d'une partie du **marketing numérique** au niveau local. Ils utilisent des plateformes comme Facebook, Instagram ou encore Google My Business pour attirer les clients en magasin, promouvoir les offres et interagir avec leur communauté locale.
- Cela implique de nouvelles compétences en création de contenu, en gestion de communauté et en compréhension des algorithmes des réseaux sociaux pour augmenter la visibilité de l'unité marchande.

4. Prise de décision basée sur les données

- Avec l'évolution des outils numériques, les managers ont désormais accès à une multitude de données en temps réel (ventes, comportements d'achat, tendances, etc.). La **prise de décision basée sur les données** devient essentielle pour optimiser les opérations, adapter les offres et piloter la performance.
- L'analyse de données permet aussi de **mieux comprendre le marché et de réagir plus rapidement aux tendances** émergentes, un atout concurrentiel essentiel dans un contexte de consommation en perpétuelle mutation.

5. Nouvelles approches de gestion d'équipe et formation continue

- Le numérique a également modifié la dynamique de gestion d'équipe. Les managers doivent maîtriser des outils de **communication interne** (comme Slack, Teams, ou d'autres applications de collaboration) pour assurer un suivi régulier et efficace, notamment dans les situations de travail à distance.
- L'accélération des innovations technologiques oblige également les managers à s'engager dans une **formation continue** pour eux-mêmes et pour leurs équipes, afin de maintenir à jour leurs compétences techniques et relationnelles.

6. Adaptabilité et gestion de la crise numérique

- Enfin, la rapidité de diffusion de l'information sur les réseaux sociaux a forcé les managers à **développer une grande réactivité face aux crises**. Un mauvais avis ou une polémique peut rapidement prendre l'ampleur, et les managers doivent être capables de réagir de manière appropriée pour préserver l'image de leur unité.

En conclusion, le métier de manager d'unité marchande a évolué pour intégrer des compétences en **gestion de la relation client numérique**, en **stratégie omnicanale**, en **analyse de données**, et en **gestion des réseaux sociaux**. Ces

nouvelles compétences et compétences demandent aux managers d'être polyvalents, réactifs et capables de s'adapter aux changements rapides du numérique.

Le **comportement des utilisateurs** a progressivement changé avec l'utilisation toujours plus importante du mobile, témoignant d'un besoin toujours plus fort de consommer de manière nomade et frugale : un peu partout, un peu tout le temps. En parallèle, via les réseaux sociaux, l'image et la vidéo ont pris une place centrale !

Quelle posture adopter dans ce contexte ?

Dans ce contexte de transformation numérique et de montée en puissance des réseaux sociaux, un manager d'unité commerciale (UC) doit adopter une posture à la fois proactive, agile et ciblée sur la collaboration. Les responsabilités de ce rôle évoluant constamment, certaines postures sont devenues incontournables pour réussir à s'adapter aux nouvelles exigences.

La première posture à adopter est celle de **l'anticipation et de la veille** . Avec des tendances numériques en constante évolution, le manager doit rester informé des changements dans les comportements des consommateurs et des innovations technologiques. Cela implique d'être à l'affût des nouvelles pratiques du marché pour identifier les outils ou approches qui peuvent améliorer les performances de l'unité commerciale. Cette vigilance permet d'adapter plus rapidement l'offre et les opérations aux attentes des clients.

Ensuite, le manager doit adopter une posture **centrale sur le client (customer-centric)** . Avec la digitalisation, le client est désormais au cœur de la stratégie commerciale. Cela signifie qu'il est essentiel de prendre en compte les retours des clients, en particulier ceux exprimés via les réseaux sociaux, et de les utiliser pour améliorer en continu les services et les produits. L'expérience client doit être soignée, personnalisée et réactive, non seulement pour répondre aux attentes, mais aussi pour cultiver une relation de confiance durable.

Une autre posture clé est celle du **leadership collaboratif** . Dans un contexte où les fonctions et les responsabilités se diversifient entre le magasin physique et les plateformes en ligne, le gestionnaire doit encourager le travail d'équipe et l'engagement de ses collaborateurs. En se positionnant comme un facilitateur, il peut stimuler la créativité et l'initiative de chacun, valorisant ainsi les idées nouvelles qui pourraient être bénéfiques à l'unité. La collaboration renforce non seulement la cohésion de l'équipe mais favorise également une adaptation plus rapide aux défis rencontrés.

La **capacité d'adaptabilité et d'agilité** est également essentielle. Les évolutions numériques et les tendances du marché doivent nécessairement une grande flexibilité. Le manager doit être en mesure de réagir rapidement aux changements, qu'il s'agisse de nouvelles stratégies de marketing, de modifications dans les attentes des clients, ou de l'apparition de technologies innovantes. Adopter cette posture agile permet de repositionner efficacement les priorités de l'unité commerciale en fonction de l'évolution du marché et des comportements des consommateurs.

Le **besoin de formation continue** et d'auto-apprentissage est une autre dimension incontournable. La rapidité des innovations numériques requiert que le manager reste à jour en termes de compétences, qu'il s'agisse de la maîtrise des outils numériques, des techniques d'analyse de données, ou des stratégies de marketing numérique. Une démarche d'apprentissage régulier permet non seulement d'assurer la compétitivité de l'unité commerciale, mais aussi d'anticiper les besoins en formation pour les collaborateurs.

Dans cette dynamique, la **transparence et la responsabilité** sont également fondamentales. La réputation d'une unité commerciale peut rapidement être affectée par la moindre erreur sur les réseaux sociaux, d'où l'importance d'une communication transparente et éthique, que ce soit envers les clients ou les collaborateurs. Le gestionnaire doit également prendre en compte la sécurité des données personnelles et agir de manière responsable pour inspirer confiance et protéger l'image de l'unité.

Enfin, une **grande réactivité dans la gestion de crise** est essentielle pour éviter qu'une situation négative ne prenne trop d'ampleur en ligne. Les réseaux sociaux amplifient la visibilité des critiques, et un manager doit savoir répondre aux plaintes de manière professionnelle, rapide et empathique. Cette réactivité permet de gérer les crises efficacement, de limiter les impacts négatifs et de montrer aux clients que l'unité sait traiter les problèmes de manière responsable.

En résumé, le manager d'unité commerciale doit adopter une posture proactive, collaborative et centrée sur le client, tout en intégrant l'agilité et la formation continue comme des éléments essentiels. Ces postures permettent de s'adapter aux réalités d'un marché en pleine transformation numérique et d'assurer une expérience client de qualité tout en optimisant la performance de l'unité commerciale.

Identifiez vos besoins

Une veille est efficace et pertinente si elle est **cohérente avec votre contexte professionnel** et en ligne avec des besoins que vous allez clairement déterminer en amont.

Analysez votre environnement professionnel

La première chose à faire est de comprendre qui vous êtes, ce que vous faites et le contexte dans lequel vous évoluez professionnellement, en analysant les contraintes et les opportunités au milieu desquelles vous naviguez.

Commencez par dresser le panorama de votre environnement.

Votre environnement professionnel change en fonction de :

- l'industrie dans laquelle votre entreprise s'insère ;
- la branche de métier dans laquelle vous exercez ;

- les collaborateurs qui vous entourent ;
- les utilisateurs/clients/cibles pour lesquels vous travaillez ;
- etc.

Étudiez votre profil (vos forces et vos faiblesses)

Ensuite, analysez vos forces et vos faiblesses.

Prenez le temps de vous poser pour réfléchir et coucher sur le papier avec exhaustivité :

1. Vos **atouts, forces, talents, et compétences**. Cela peut être votre sens de l'humour, votre côté touche-à-tout, votre empathie... ;
2. vos **difficultés, freins, faiblesses, lacunes**. Cela peut-être votre timidité, un manque de motivation, du stress...

Cela va vous aider à comprendre comment orienter votre veille.

Aidez vous d'une analyse SWOT approfondie.

Si, par exemple, vous notez que vous avez des problèmes à animer une réunion ou à capter l'attention de vos collègues, vous allez explorer ce qui fait le charisme chez certains et comment le développer, ou encore ce qui fait la force des grands orateurs en étudiant les mécanismes du storytelling, l'art de raconter des histoires. Votre veille s'oriente alors sur une méthodologie, une compétence transverse à votre métier.

Autre exemple : si vous êtes développeur, vous savez que les langages informatiques utilisés dans les entreprises peuvent changer et que de nouveaux apparaissent régulièrement. Vous allez faire de la veille pour apprendre de nouvelles choses. Votre veille s'oriente donc vers l'acquisition d'une compétence technique.

Enfin, si vous êtes gestionnaire de paie et qu'un nouveau logiciel de saisie et traitement de gestion vient de sortir, vous pouvez orienter votre veille vers les outils de travail, en particulier ce logiciel.

Interrogez votre cas particulier pour voir ce qui est le plus pertinent pour vous à l'heure actuelle, afin d'évoluer professionnellement et rester à jour.

Puis, notez votre ou vos objectifs de veille.

Décryptez votre contexte (opportunités et menaces)

Vous venez de lister vos forces et faiblesses personnelles, ainsi que vos objectifs de veille.

Maintenant, listez les forces et faiblesses de ce qui est extérieur à vous-même. De façon détaillée, décrivez tout ce qui constitue :

1. Une **contrainte**, un **obstacle**, un **frein**. (Ce qui vous empêche de travailler comme vous le voudriez, comme un projet à réaliser en trop peu de temps ou une ambiance de travail désagréable...).
2. Une **opportunité**, un **champ de possibles**, une **marge de manœuvre**. (C'est tout ce qui autour de vous vous permettrait d'améliorer votre métier et comment vous l'exercez : un environnement permissif et flexible, un supérieur

bienveillant et encourageant, une équipe de collaborateurs créatifs ou motivés).

En bref

La veille que vous allez faire vous est personnelle, elle se fait en fonction de vos besoins.

À vous de l'orienter dans un sens de manière à combler vos points faibles (sur lesquels vous voulez travailler), en profitant des opportunités qui vous le permettront.

Faire ce travail va vous permettre de comprendre ce sur quoi vous avez la main, ce que vous pouvez faire pour agir sur ce qui ne va pas, en profitant du contrôle que vous allez reprendre sur votre vie professionnelle.

Identifiez des sources d'informations

La veille informationnelle commence par une immersion dans le numérique, le web et les réseaux sociaux.

Mais par où commencer quand on débute ?

Étendez votre présence sur Internet

Le principal objectif d'une veille est de mieux cerner son environnement professionnel et d'anticiper ses évolutions. Mais avec les exercices précédents, vous savez précisément dans quel sens vous souhaitez aller et si vous voulez orienter votre veille sur :

- des **compétences douces** (soft skills) comme l'empathie, la confiance, la gestion de groupe, l'écoute, ou encore le leadership ;
- des **outils numériques et des technologies** qui peuvent optimiser votre productivité ;
- des **techniques, méthodologies et bonnes pratiques** pour mieux travailler et communiquer ;
- des **compétences techniques** liées à la discipline dans laquelle vous travaillez.

Si ce n'est pas déjà fait, un bon conseil est de développer une présence cohérente et professionnelle sur les réseaux sociaux pour servir vos objectifs de veille.

Cela peut être sur Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Tumblr, Wordpress...

À vous de choisir ce qui correspond le mieux à vous et votre cible clientèle.

Si vous êtes sur plusieurs réseaux sociaux, gardez partout la même "ligne éditoriale", la même unité. Autrement dit, concentrez-vous sur un domaine ou un sujet en particulier.

Exemple : les nouveautés, les services, les promos, l'éducation des clients ...

Pourquoi X (ex Twitter) s'est-il imposé en matière de veille ?

Internet offre une masse incroyable d'informations, et X a l'avantage de permettre de suivre de façon simple, optimisée, toute l'actualité qui vous intéresse. C'est donc un très bon réseau social pour démarrer une veille..

Comprenez le principe d'un réseau professionnel et sa capacité à créer des ponts

Il est possible que vous soyez déjà inscrit(e) au moins sur LinkedIn et sur Facebook.

Mais pourquoi est-ce que ce n'est pas forcément efficace pour l'instant dans votre veille ?

Parce qu'il est fort probable que vous utilisiez Facebook pour un usage privé. Et sans doute que vous êtes sur LinkedIn (ou Viadeo) parce que c'est un peu votre CV en ligne : cela vous sert ou vous a servi à trouver du travail et vous permet de rester visible pour les employeurs.

C'est un bon début, mais vous pouvez utiliser LinkedIn de façon beaucoup plus puissante ! Étant donné que ce réseau social est strictement professionnel, le contenu partagé par vos pairs (qui font, a priori, majoritairement partie du même secteur d'activité que vous) sera qualitatif et orienté sur les sujets qui vous impactent directement.

Si ce n'est pas le cas, mettez-vous en relation avec des personnes qui exercent un métier similaire au vôtre ou exerçant dans des industries/entreprises similaires à la vôtre.

Si vous êtes responsable des ressources humaines, recherchez sur LinkedIn des membres qui occupent ce poste dans des entreprises qui vous inspirent ou des marques que vous appréciez. Vous verrez que certains sont de véritables ambassadeurs du métier et relaient beaucoup d'informations qui pourraient vous intéresser. Sur les techniques de recrutement ou leur difficultés au quotidien, le profil des candidats recherchés, la gestion des ressources, etc.

Même chose sur Facebook, si c'est un réseau qui vous parle plus.

En ce qui me concerne, j'ai effectivement la majeure partie de mes amis sur Facebook, mais je suis surtout connectée à de nombreuses personnes qui travaillent dans le même domaine que moi : l'éducation. Ce qui me permet de suivre, via les autres, l'actualité de l'enseignement et de la pédagogie au jour le jour...

Je suis connectée à plusieurs de mes collègues mais également à des personnes influentes ou qui entreprennent dans le domaine de la "ed tech". Je suis abonnée aux pages Facebook des médias de l'éducation et suis présente dans certains groupes Facebook de réflexion et de partage. Je relaie les informations que je trouve pertinentes et diffuse peu de contenu strictement privé ou trop personnel. J'essaie de garder une cohérence. Par conséquent, mon fil d'actualité est très orienté éducation et cela me permet d'alimenter ma veille sur une base quotidienne.

Croisez différentes sources d'information

Vous comprenez donc qu'un "réseau" n'est pas uniquement constitué de collègues (ou ex-collègues) et amis. Il se nourrit d'un cercle beaucoup plus large, qui englobe à la fois :

- des **individus** : profils similaires au vôtre, communauté d'un groupe de réflexion, influenceurs et blogueurs (ceux qui créent du contenu) ;
- mais aussi des **organisations** : journaux et médias présents via leur page officielle.

Parce que l'information se partage et se repartage, un réseau, c'est donc surtout le maillage des sources d'informations qui vous parviennent :

- journaux (ex. : [Le Monde](#), Le Point, Les Échos...) ;
- émissions TV ou radio (BFM Business, France Télévisions, Arte, [France Culture](#) ou France Inter) ;
- blogs de référence ;
- podcasts et chaînes vidéo YouTube/Vimeo... ;
- conférences (ex. : [TED](#), [Meetup](#)...) ;
- entreprises/ établissements/organisations innovants ;
- experts, figures célèbres et/ou emblématiques, livres, et autres inspirations

Cette liste rassemble les principales sources d'informations dont on peut avoir besoin pour une veille, et elles ont toutes un relais sur au moins Facebook, Twitter, LinkedIn.

En fonction de vos objectifs de veille, abonnez-vous, suivez et connectez-vous aux individus, pages et groupes en rapport avec les sujets qui vous intéressent, et qui pourront nourrir votre fil d'actualité d'un contenu pertinent et instructif.

En Bref

- pour une veille efficace sur les réseaux sociaux, il vaut mieux se concentrer sur un sujet en particulier ;
- pour être identifié comme une source d'information légitime, c'est important de rester professionnel et cohérent sur les réseaux sociaux ;
- les sources d'informations sont à puiser sur différents media (qui ont la plupart du temps un relais sur les réseaux sociaux).

Alors, vous pourriez avoir l'impression d'être noyé devant la quantité d'informations disponibles, alors que vous n'avez pas autant de temps à y consacrer...

Et vous auriez raison...

Heureusement, il existe des solutions pour optimiser sa lecture sur le web et pour la réduire à quelques minutes par jour ! choisissez votre outil de curation

Qu'est-ce que la curation ?

La **curation d'information** est un synonyme de veille.

Lorsque l'on fait de la curation d'information, on sélectionne, raffine et partage de l'information pertinente sur un sujet en particulier.

La curation d'information sur le web peut s'automatiser, et c'est tout l'objet de ce chapitre.

Cela veut dire qu'au lieu d'aller chercher l'information sur chaque média, un par un, source après source, tout ce qui vous intéresse peut s'agréger automatiquement pour vous.

C'est déjà le cas lorsque l'on se sert des réseaux sociaux à cet effet. En effet, votre fil d'actualité se remplit d'informations utiles et pertinentes pour lesquelles vous avez sélectionné les sources au préalable :

1. En suivant des influenceurs/créateurs de contenu.
2. En aimant des pages.
3. En rejoignant des groupes sur Facebook ou LinkedIn.

Identifiez les sources d'informations et médias adéquats

Sur X, vous avez la possibilité d'être précis dans vos recherches, notamment grâce aux hashtags.

Dans l'exemple suivant, j'ai tapé dans la barre de recherche le mot dièse “#classeinversée” (qui est une tendance pédagogique sur laquelle je fais de la veille) pour voir ce que je peux trouver sur le sujet.



L'avantage de X, c'est son fonctionnement : ceux qui tweetent utilisent des "hashtags" pour décrire par mot-clé le contenu dont ils parlent.

Les mots-dièses (= "hashtags") permettent d'archiver numériquement toutes les occurrences orthographiées de la même manière.

Exemple ci-dessus avec #classeinversée : j'ai accès à tous les tweets de ceux qui ont intégré #classeinversée dans leur tweets.

Vous pouvez faire le même exercice avec un mot-clé qui résume précisément un élément de votre veille. Cela peut être, par exemple :

- #recrutement (pour les ressources humaines) ;
- #SEO (pour le marketing) ;
- #RGPD (pour le web).

Ou encore :

- #futureofpay ;
- #javavspython ;
- #edtech ;
- #transfonum.

Avec cette méthode simple, en regardant les résultats "À la une" (les résultats les plus populaires), vous avez des chances de tomber sur des **influenceurs**.



Des influenceurs sont des personnes qui ont partagé un contenu qui a été apprécié. Repérez-les et suivez-les !

Si leur contenu est déjà assez suivi, c'est un premier critère de fiabilité, vous pouvez les suivre aussi !

Votre fil d'actualité intégrera alors ce que ces personnes publient sur le sujet. Et c'est aussi une bonne méthode pour découvrir de nouveaux hashtags qui vous donneront accès à des informations encore plus précises.

Comparez les outils de curation automatisée

En dehors des réseaux sociaux, il existe des outils qui vous permettent d'agréger automatiquement du contenu provenant de différentes sources et médias, notamment des blogs et des journaux en ligne.

Si vous êtes nostalgique du journal à lire tous les matins, vous pouvez tout à fait vous tourner vers cette solution qui vous donnera chaque jour un contenu personnalisé regroupant les sources de contenu que vous préférez (réseaux sociaux, blogs, journaux en ligne, vidéos etc.) sur un seul média.

Pour faire cela, 3 outils sont principalement utilisés :

- [Innoreader](#) qui peut se révéler suffisant en version gratuite
- [Netvibes](#) (gratuit dans sa version basique) ;
- [Feedly](#) (intéressant, mais seulement dans sa version payante).

Ces outils fonctionnent globalement de la même façon :

1. Vous exprimez explicitement le sujet de votre veille.
2. Vous pointez les sources qui vous intéressent (notamment blogs, comptes X et chaînes YouTube).
3. L'outil rassemble chaque jour les publications qui sortent sur le sujet, à partir des sources sélectionnées.

Netvibes

Personnellement, je trouve Netvibes nettement moins bien, puisque dans sa version basique (gratuite), on ne peut suivre que des sujets très généraux, et donc trop larges :



Capture d'écran - Netvibes

Ce n'est pas du tout efficace lorsque l'on fait une veille... Cela dit, en devenant premium, on peut ajouter une série d'extensions et de réseaux :

Feedly

Nous avons Feedly, un outil avec lequel vous pouvez créer plusieurs tableaux de veille : cela veut dire que vous pouvez mener différentes veilles en parallèle.



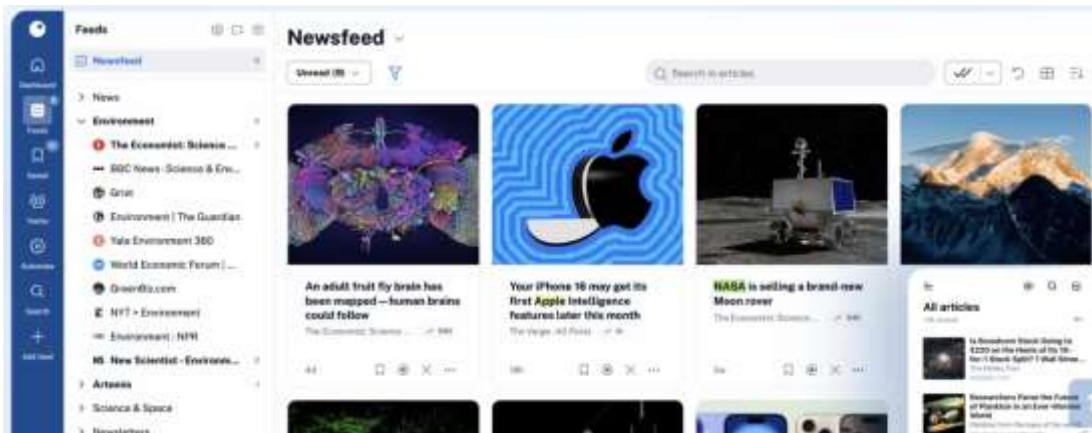
Logo Feedly

Vous pouvez annoter votre flux, partager votre veille avec votre équipe via une newsletter, recevoir des résumés par email... Mais tout cela c'est dans la version Premium... et il ne semble pas possible d'agréger du contenu venant des réseaux sociaux.

Autres outils

Autres outils de curation automatisée :

- [Inoreader](#) (gratuit dans sa version basique). Cet outil de curation automatisée (agrégateur de flux RSS) a une particularité : il permet également de faire une veille collaborative, en équipe ;



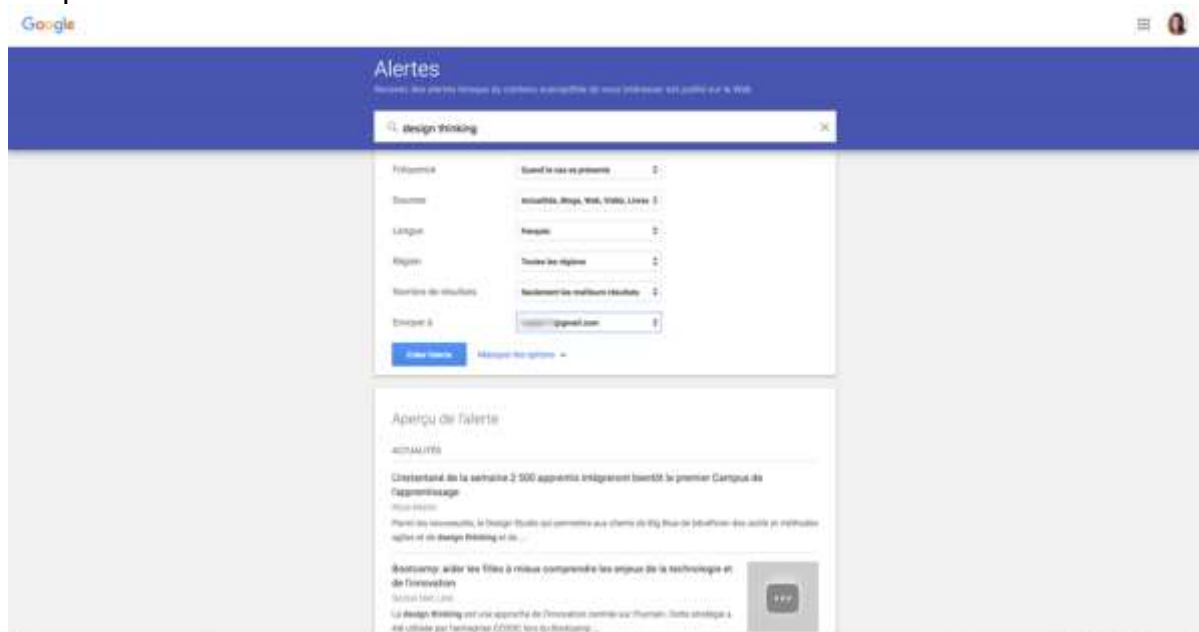
- [Stample](#) (payant). C'est un outil professionnel de veille collaborative qui va au-delà de la simple veille, car il permet également de faire de la gestion d'équipe et de temps.

Outils de curation non automatisée, mais qui valent vraiment le détour :

- [Panda](#) (gratuit dans sa version basique). Avantage : interface moderne, ergonomique, intuitive, très agréable à utiliser. Inconvénient qui n'en est pas vraiment un : ce n'est pas un outil de veille automatisée. En fait, il fonctionne avec une extension pour le navigateur qui permet d'enregistrer n'importe quel contenu sur le web et de l'archiver au même endroit ;

- [Evernote](#) (gratuit dans sa version basique). Cet outil fonctionne sur le même principe de “clipper” pour capturer les pages qui nous intéressent sur le web. Evernote est le premier outil du genre à être sorti, il était donc très populaire il y a quelques années, mais voit des concurrents comme Pocket prendre de plus en plus de notoriété ;
- [Pocket](#) (gratuit dans sa version basique). Idem : il fonctionne avec une extension de marque-page pour le web. Cet outil est très populaire pour sa facilité d'utilisation et son interface moderne et agréable à utiliser. Entre autres : la lecture des articles est fluide, vous ne trouverez **aucune publicité**, chaque article est affiché tel qu'il le serait sur une liseuse numérique.

Même si c'est une pratique répandue, évitez d'utiliser le service de “[Google Alertes](#)” pour récupérer un flux d'informations sur un mot-clé, vous risquez de vous retrouver inondé d'informations : vous aurez de la quantité, c'est sûr, de l'exhaustivité, mais pour faire le tri et trouver du contenu qualitatif et pertinent, vous devrez y passer du temps...



Capture d'écran - Google Alertes

En bref

- il existe des outils de curation automatisée comme Feedly ou Netvibes, qui capturent le contenu sur le web à partir des sources qui vous intéressent ;
- d'autres outils, non automatisés, vous permettent de conserver et ranger l'information qui vous intéresse.

Une fois que vous avez testé et approuvé vos outils préférés, il est temps de rendre la présentation de l'information un peu plus digeste !

Optimisez l'organisation de l'information

Luttez contre l'infobésité : ne vous laissez pas submerger par l'information

Dans le cadre de votre apprentissage et de votre métier de Manager d'Unité Marchande (MUM), faire de la veille est essentiel pour rester informé et compétitif. Cependant, il est facile de se retrouver noyé sous un flot d'informations, ce qu'on appelle l'infobésité. Voici quelques conseils pour éviter cela et optimiser votre veille.

1. Choisissez vos sources avec soin

Les outils de veille, comme Google Alerts ou Netvibes, peuvent vite inonder votre boîte mail ou vos flux d'une quantité énorme d'informations. Au début, c'est normal d'en suivre un peu plus que nécessaire, pour voir grand et explorer. Mais rapidement, vous allez devoir affiner vos sources pour ne garder que celles qui vous apportent une vraie valeur ajoutée.

2. Évitez la surcharge d'information sur les réseaux sociaux

Si vous suivez trop de pages, de groupes ou de profils sur des réseaux comme Facebook ou LinkedIn, votre fil d'actualité peut devenir surchargé. Vous verrez alors défiler de nombreux contenus, mais peu seront vraiment pertinents pour votre veille professionnelle. C'est une source de perte de temps, alors n'hésitez pas à vous désabonner de pages ou de groupes qui ne répondent pas à vos besoins.

3. Réajustez régulièrement vos sources de veille

En testant plusieurs sources, vous verrez vite celles qui sont vraiment utiles. Par exemple, si un blog ou une newsletter diffuse du contenu qui ne correspond pas à votre veille, désabonnez-vous. Réajuster régulièrement vos sources vous permettra de rester concentré sur ce qui est essentiel pour votre apprentissage et votre projet professionnel.

4. Simplifiez votre fil d'actualité avec un condensé visuel

Une fois que vous avez affiné vos sources, organisez votre veille pour qu'elle soit facile et agréable à parcourir. Par exemple, sur des outils comme Feedly, vous pouvez créer un fil d'actualité visuel, en supprimant certains articles ou en organisant l'ordre de vos informations pour que tout soit clair et structuré.

5. Explorez d'autres formats de veille

Si le format « journal » ne vous convient pas, d'autres solutions comme Pinterest peuvent vous aider à faire une veille plus visuelle. Vous pourrez regrouper vos trouvailles sous forme de tableaux d'images, ce qui peut être très utile pour des recherches inspirantes ou pour organiser vos idées visuellement.

En mettant en pratique ces étapes, vous apprendrez à maîtriser l'art de la veille sans être submergé par l'infobésité. Ainsi, vous pourrez vous concentrer sur les informations qui comptent vraiment pour votre parcours de MUM et gagner du temps en sélectionnant ce qui est essentiel.

Capture d'écran – Pinterest

Choisissez un ou des outils de présentation de l'information

Et si vous préférez présenter l'information en arborescence, vous pouvez utiliser des outils de **mindmap** pour présenter votre veille.

L'outil en ligne **Pearltrees** est 2 en 1 !



PearlTrees logo

Pearltrees est un outil de veille en ligne qui aide à collecter, organiser et partager facilement du contenu web. Idéal pour les apprentis MUM, il permet de regrouper des informations en "collections" thématiques (appelées "arbres") pour structurer la veille de façon visuelle et pratique. Pearltrees facilite la recherche d'informations importantes, le partage et la collaboration en équipe, ce qui en fait un atout pour suivre les tendances et centraliser les ressources utiles dans un même espace.

Une veille efficace requiert de réajuster régulièrement le contenu qui nous parvient en optimisant le nombre de sources d'information qui nous parviennent.

Des outils comme Pearltrees ou Pinterest permettent de présenter votre veille de façon plus visuelle et s'adaptent particulièrement bien aux métiers de l'image/des interfaces utilisateurs.

Maintenant, si vous souhaitez restituer votre veille à vos collègues par exemple, il peut être intéressant de retravailler le contenu ou en tout cas de ne garder que l'essentiel. Et c'est ce qu'on voit dans le prochain chapitre. Lorsque notre magazine ou journal de veille est complet et pertinent, il est temps de le partager aux autres !

Partagez un contenu synthétique avec vos collègues

Appropriiez-vous l'information issue de la veille

Comme on l'a vu avec les outils présentés juste avant, vous pouvez éditer votre journal ou tableau de bord pour affiner l'information que vous avez sourcée sur le web.

Ce qui vous permet de raconter une histoire autour du sujet sur lequel vous avez rassemblé de l'information, et de créer un document totalement unique et personnalisé !

Cela a un double avantage :

1. Cela vous permet de prendre entièrement possession de votre travail, de comprendre ce sur quoi vous avez travaillé en ayant une vision claire.
2. Ce qui vous permet, par extension, de partager votre veille plus facilement : vous êtes capable d'en parler clairement et de diffuser l'information qui le mérite à vos collaborateurs.

En effet, lorsque l'on fait de la veille, même si c'est pour servir un intérêt personnel en vue d'évoluer professionnellement, on ne le fait pas juste pour avoir des informations.

On le fait aussi pour **mettre en pratique** ce que l'on a appris et, dans le meilleur des cas, le transmettre aux autres.

Rédigez une note de veille ou une newsletter interne

Dans ce cours sur la veille informationnelle, nous voulons aussi mettre l'accent sur le **partage d'informations** . Parfois, on peut vous demander de faire de la veille pour votre entreprise, et cela devient alors une partie de vos missions. Dans ce cas, la manière de **présenter votre travail de veille** est essentielle ! Voici quelques options pour le faire :

1. **Utiliser un outil comme Wakelet** : Avec Wakelet, vous pouvez créer un contenu numérique interactif, où chaque article est cliquable, un peu comme un mini-site web.
2. **Rédiger une note de veille** : Si l'on attend de vous un document plus formel, vous pouvez rédiger une synthèse d'une page sur ce que vous avez appris. Cela consiste à analyser et résumer les informations importantes.
3. **Créer une newsletter interne** : Si votre veille doit être partagée avec toute l'équipe et pas seulement avec votre manager, une newsletter est idéale pour diffuser l'information efficacement auprès de vos collègues.

Partagez les fruits de votre veille grâce à ces outils

Plusieurs outils peuvent vous aider à partager efficacement votre travail de veille :

- **Pour créer des newsletters** : *Elink* (gratuit en version basique) permet de diffuser des liens et contenus comme une newsletter ou une page web, et propose des modèles adaptés pour le mobile. *Revue* (gratuit jusqu'à 50 contacts) facilite la curation avec une extension Chrome pour insérer des contenus en un clic, et permet de suivre les statistiques d'audience.
- **Pour partager sur les réseaux sociaux** : *Pocket* et *Wakelet* sont pratiques pour organiser et partager vos trouvailles en ligne, notamment sur les réseaux sociaux.
- **Pour la communication interne** : *Slack* permet des échanges rapides et organisés avec vos équipes via des chaînes de discussion, et *Trello* organise les projets sous forme de tableaux, utiles pour le suivi collaboratif de la veille.

Ces outils, bien que non conçus spécifiquement pour la veille, permettent de diffuser des informations efficacement à vos collaborateurs. En maîtrisant ces outils, vous optimisez votre veille et contribuez à l'évolution de votre expertise professionnelle.

Intégrez les meilleures pratiques au quotidien

Pour donner à votre veille un réel impact, vous allez l'intégrer à votre quotidien professionnel.

Quel que soit votre métier, vous avez un trésor à tirer de vos apprentissages sur le web et à valoriser sur le terrain !

La veille a pour but d'impacter positivement votre quotidien professionnel

La veille informationnelle ne doit pas rester théorique. L'objectif est de l'appliquer dans votre quotidien professionnel pour progresser rapidement. Après avoir étudié un sujet, il est crucial de mettre en pratique ce que vous avez appris.

Si vous êtes intéressé(e) à la **prise de parole en public** , mettez-le en pratique lors d'une réunion avec votre équipe.

Si vous avez exploré de **nouveaux outils de gestion de projet** , testez-les en réel pour améliorer votre travail en équipe.

Si vous avez étudié un **nouveau logiciel de traitement de données** , utilisez-le concrètement.

Mettre en pratique vos connaissances permet non seulement de progresser, mais aussi de vous faire remarquer dans votre environnement professionnel. Cela vous

aide à rester à jour, à être plus créatif et à devenir une personne clé dans votre équipe.

Établissez des priorités pour l'appliquer progressivement à votre métier

N'ayez pas peur d'essayer, même à petite échelle, d'appliquer ce que vous apprenez via votre veille.

Si vous craignez un "flop", un échec avec une **innovation** que vous tentez de mettre en place, choisissez de la faire à petite dose.

Testez d'abord le système sur un jour par semaine.

Observez comment ça se passe et comment vos collègues réagissent, quel impact cela a sur votre travail. En fonction, vous pourrez faire des **ajustements**.

Quand vous pouvez considérer qu'une innovation a parfaitement été mise en place, c'est-à-dire :

testée morceau par morceau ;

sur le long terme ;

avec des résultats encourageants ;

et appréciée du plus grand nombre,

...vous pourrez **passer à une autre innovation** à mettre en place.

Et ainsi de suite ! Petit à petit, conservez ce qui fonctionne et débarrassez-vous de ce qui n'a pas donné de résultats probants.

Évoluez au fil des innovations que vous intégrez

Progressivement, vous révolutionnerez votre environnement de travail et d'apprentissage, tout en développant pour vous-mêmes des compétences clés :

- la capacité à apprendre vite ;
- la créativité ;
- l'adaptation...

C'est un atout précieux que vous allez vouloir conserver dans la durée !

En bref

Votre veille informationnelle doit vous permettre d'évoluer professionnellement, en améliorant votre quotidien ou en vous rendant plus performant.

Établissez des priorités pour appliquer les bonnes pratiques issues de votre veille.

Cependant, il y a un petit « mais »... Vos collègues et supérieurs vont remarquer les changements que vous apportez. Parfois, lorsque quelqu'un innove ou propose de nouvelles idées, il peut ne pas rencontrer immédiatement l'enthousiasme de ses collègues, qui peuvent ressentir de la jalousie, du rejet ou le besoin de se comparer.

C'est là que vous avez un rôle important à jouer ! Ne travaillez pas seul(e), mais devenez un moteur du changement en impliquant les autres. Comment faire ça ? C'est ce que nous verrons dans le prochain chapitre !

Devenez relayeur d'informations

Ne gardez pas pour vous ce que vous apprenez... Partagez, initiez le changement et l'innovation en incitant vos collaborateurs à faire de même.

Passez d'amateur à expert en diffusant l'information

Vous parvenez à mettre en place des innovations dans votre vie professionnelle au quotidien ? C'est super ! C'est une excellente nouvelle pour votre avenir. Mais cela ne suffit pas...

Maintenant que vous développez des pratiques qui fonctionnent, vous devez vous tourner vers l'extérieur pour partager ce que vous faites, comment et pourquoi.

C'est important de faire cela, car cela montre non seulement que vous avez acquis une expérience légitime, mais aussi que vous êtes en mesure de la diffuser aux autres.

Cela vous fera gagner en crédibilité et vous permettra de renforcer votre réseau. Mais là encore, pas de panique, allez-y pas à pas.

Créez une routine pour partager vos actions

Avant de passer à vos collègues de travail et/ou relations directes sur votre lieu de travail, commencez par **partager en ligne**.



Étape 1 - Partagez avec votre communauté en ligne

Si vous avez suivi la mise en place d'une veille en utilisant un ou plusieurs outils cités dans ce cours, il vous suffit simplement, dans un premier temps, de repartager à votre communauté ce qui vous a semblé le plus intéressant : un article sur un journal en ligne, une émission de radio, une vidéo YouTube...

Vous verrez que progressivement, vous gagnerez en notoriété, d'autant plus si vous vous êtes créé un blog depuis lequel vous partagez ce que vous apprenez.

En devenant actif, vous ferez augmenter votre légitimité à vous exprimer sur des sujets tels que l'innovation, la créativité ou encore le changement organisationnel.

Et naturellement, vous allez attirer autour de vous d'autres curateurs (en herbe, ou experts) qui vont à la fois continuer de nourrir votre fil d'actualité, mais également diffuser à leur réseau ce que vous partagez.

Lorsque vous en êtes là, c'est facile : vous avez les mots, le ton, la connaissance et le recul nécessaires pour vous adresser aux autres sur les sujets d'innovation qui les intéressent ou pourraient leur plaire.

Vous allez donc commencer un travail de partage de bonnes pratiques pour les disséminer au sein de votre environnement de travail...

Faites-vous identifier comme un relayeur légitime

Ce n'est pas en gardant pour soi les lauriers que l'on tire le meilleur des profits, mais c'est **en les partageant qu'on démultiplie sa force d'impact**.

En effet, si vous êtes passionné par l'innovation, c'est que vous avez une motivation prononcée pour le changement et avez envie de voir votre environnement de travail, voire votre industrie, aller vers plus de créativité, de flexibilité et de possibilités...

C'est la raison pour laquelle vous avez intérêt à devenir moteur auprès de vos collègues !

Étape 2 : Partagez directement avec vos collègues !

Plus de communication et d'entraide ne peuvent qu'améliorer votre vie professionnelle.

La connaissance n'est pas un objet matériel : si vous donnez un ordinateur à quelqu'un, vous ne possédez plus cet ordinateur, il est entre les mains de quelqu'un d'autre ; alors que si vous donnez à quelqu'un une information, elle vous appartient toujours, mais elle appartient aussi à celui ou celle à qui vous l'avez donnée, qui pourra la partager à son tour.

La connaissance est immatérielle. Elle se partage et se démultiplie entre autant d'individus qui la possèdent.

Allez-y, n'hésitez pas, vous n'en sortirez que grandi !

En bref

Partager les résultats de votre veille sera bénéfique pour vous mais également pour les autres.

À force de communiquer sur ce que vous apprenez au quotidien, vous serez identifié comme un influenceur positif au sein de votre environnement de travail.





1

Identifiez vos forces, faiblesses, opportunités et menaces puis concentrez-vous sur un sujet de veille en particulier.

2

Gardez une ligne éditoriale cohérente et collectez de l'information via des sources pertinentes.

3

Optimisez votre veille avec des outils de curation automatisée.

4

Editez votre contenu de manière synthétique et visuelle pour le partager.

5

Renforcez votre légitimité en créant du contenu (articles de blogs, infographies) via des outils comme Medium ou Canva.

Bonnes pratiques

- ✓ Garder la même ligne éditoriale pour avoir une visibilité cohérente sur les réseaux sociaux.
- ✓ Se connecter à des personnes qui exercent un métier similaire.
- ✓ Utiliser des outils qui permettent d'optimiser la recherche d'information.

Erreurs classiques

- ✗ Utiliser les mêmes réseaux sociaux pour un usage privé et professionnel à la fois.
- ✗ Perdre du temps à consulter une à une différentes sources d'information au lieu de les faire s'agréger au même endroit.
- ✗ Récupérer un flux d'informations à partir d'un mot-clé via Google Alertes : vous risquez de vous retrouver inondé d'informations.

Forces

Faiblesses

Opportunités

Menaces

Définitions

Curation (d'information)

C'est le fait de chercher et d'agréger du contenu éditorial ou visuel.

Hashtag

Précédé de "#", c'est un mot-clé qui décrit le contenu qu'il accompagne. Il permet d'archiver numériquement toutes les occurrences orthographiées de la même manière.

Réseau

Un maillage étendu qui englobe des profils similaires au vôtre, des groupes, des influenceurs et créateurs de contenu, des journaux. C'est l'ensemble des informations auxquelles vous êtes connecté.