

**BES WEB DEVELOPER
BES WEB DESIGNER
BACHELIER EN INFORMATIQUE DE GESTION
Veille Technologique**

L'étudiant sera capable :

en disposant de la documentation appropriée, de matériels et logiciels informatiques, d'une connexion internet opérationnelle et par l'intermédiaire d'études de cas,

- d'identifier les outils et les méthodologies de la veille technologique ;
- de mettre en œuvre les principes-clés de la veille technologique ;
- de définir les principales étapes d'un processus de veille ;
- de mettre en place une cellule de veille ;
- de résoudre les cas proposés et de rédiger un rapport reprenant :
 - des critiques pertinentes,
 - des solutions alternatives négociées en mode collaboratif,
 - des améliorations nécessaires à la réussite du projet de veille.

Table des matières

1. Introduction	3
1.1 Définition.....	3
1.2 Objectif de la veille technologique	3
1.3 Deux façons de rechercher l'information sur le web :.....	4
1.4 Etape d'une veille efficace	4
1.4.1 Outils pour collecter/analyser vos données :	5
2. PULL.....	6
2.1. Les moteurs de recherche.....	6
2.1.1 Méthode de recherche	6
2.1.2 Recherche avancée	7
2.1.3 Moteurs de recherche spécifique - backlink.....	8
2.1.4 Les métamoteurs	9
2.1.5 Les métamoteurs sociaux	9
2.1.6 Moteurs de recherche sémantique	10
2.1.7 Moteurs de recherche de blog.....	10
2.1.8 Moteurs de recherche d'images	10
2.1.9 Moteurs de recherche de vidéos	11
2.1.10 Moteur de recherche de la musique et du son.....	11
2.1.11 Moteur de recherche visuels	11
2.1.12 Moteur de recherche cartographiques.....	11
2.1.13 Moteur de recherche de présentation	11
2.2 Les systèmes d'information	11
2.2.1 L'actualité.....	11

2.2.2 Les outils de Buzz	12
2.2.3 Tendances du web	12
2.2.4 Nouvelles récentes ?	12
2.3 Collecte d'informations	12
2.3.1 Outils de bookmarking	12
2.4 Archives du web	12
3. PUSH	13
3.1 Flux RSS	13
3.1.1 Objectifs des flux RSS :	13
3.1.2 Création d'un fichier RSS	13
3.1.3 Générer un flux RSS / Web Scraping	15
3.1.4 Plugin détecteurs de changements	15
3.1.5 Afficher un flux RSS	15
3.1.6 Les agrégateurs	17
3.1.7 PHP : Affichage d'un document XML avec un SimpleXML	22
3.1.8 PHP : Affichage d'un document XML avec un les objets DOM	23
3.2 Alertes	27
3.2.1 Génération d'alerte	28
4. Autres outils/sites utiles à la veille	28
5. E-Réputation	28
5.1 Personnel Branding	28
5.1.1 Moteurs de recherche de personne	30
5.1.2 Outils pour « faire » parler de vous	30
5.1.3 Recruter sur Internet	30
5.2 Conseils pour une utilisation professionnelle des réseaux sociaux	31
5.2.1 Facebook	31
5.2.2 Twitter	32
5.2.3 LinkedIn	33
5.2.4 Google +	34
5.3 Outils pour les réseaux sociaux	34
6 Capacités terminales – Evaluation	35

1. Introduction

1.1 Définition

« La veille technologique consiste à s'informer de façon systématique sur les techniques les plus récentes et surtout sur leur mise à disposition commerciale (ce qui constitue la différence entre le technique et le technologique). Cette activité met en œuvre des techniques d'acquisition, de stockage et d'analyse d'informations et leur distribution automatique aux différentes sections concernées de l'entreprise, à la manière d'une revue de presse. Ces informations peuvent concerner une matière première, un produit, un composant, un procédé, l'état de l'art et l'évolution de l'environnement scientifique, technique, industriel ou commercial de l'entreprise. Elle permet aux bureaux d'études d'être informés des baisses possibles de coût ou d'augmentation de qualité dans le cadre de l'analyse de la valeur. L'entité de production connaît mieux grâce à elle ses limites de production et sa concurrence future, et peut donc s'organiser en conséquence. » © Wikipedia

« La veille technologique est l'observation et l'analyse de l'environnement scientifique, technique et technologique et des impacts économiques présents et futurs, pour en déduire les menaces et les opportunités de développement » (Jakobiak, 1992).

« Ensemble d'activités orientées vers l'obtention d'informations à caractère stratégique ou opérationnel, sur l'évolution de l'environnement pour viser la pertinence des processus de décision à court ou moyen terme » (Balmisse & Meingan)

À ces deux définitions, nous pouvons ajouter la notion d'E-réputation, intimement liée avec la veille technologique :

« L'e-réputation, parfois appelée web-réputation, cyber-réputation, réputation numérique, sur le Web, sur Internet ou en ligne, est la réputation, l'opinion commune (informations, avis, échanges, commentaires, rumeurs...) sur le Web d'une entité (marque, personne, morale (entreprise) ou physique (particulier), réelle (représentée par un nom ou un pseudonyme) ou imaginaire). Elle correspond à l'identité de cette marque ou de cette personne associée à la perception que les internautes s'en font. » © Wikipedia

On distingue plus précisément différents types de veille :

- **Veille concurrentielle** : La veille concurrentielle est l'étude de l'évolution des concurrents directs et indirects, actuels et potentiels de l'entreprise (La politique de prix, le choix des fournisseurs, la stratégie d'entreprise, la politique de recrutement, les moyens de communication, ...)
 - **Veille commerciale** : La veille commerciale fait référence à la surveillance d'informations relatives aux clients/prospects, aux fournisseurs et aux distributeurs (signature de contrats, nouveaux produits). (Permet de suivre l'évolution d'un marché, identifier de nouveaux prospects, optimiser ses achats (délais, prix...))
 - **Veille d'e-réputation** : La veille d'e-réputation renvoie à l'image (positive ou négative) véhiculée par une marque. (Surveillance de la notoriété des dirigeants, établir l'éventuel décalage entre image voulue et image perçue : transformer le « bad buzz » en « good buzz ».)
 - **Veille marketing** : La veille marketing s'intéresse à l'évolution d'un marché, au comportement des consommateurs, à la communication des entreprises, ainsi qu'à la retombée de ses propres campagnes marketing. (Identifier de nouveaux marchés, de proposer de nouveaux produits et d'accompagner le lancement d'un nouveau produit.)
 - **Veille juridique** : La veille juridique consiste à surveiller la législation, la jurisprudence et les contrefaçons (être en conformité avec la réglementation actuelle et d'utiliser à bon escient les décisions juridiques (ouverture des frontières) pour lancer de nouveaux produits et services sur de nouveaux marchés.)
 - **Veille stratégique** : Approche plus globale qui doit fédérer les différents types de veille de l'entreprise et intégrer la dimension stratégique. Démarche plus orientée vers l'action.
 - **Veille technologique** : La veille technologique permet de recueillir des informations concernant l'évolution des normes et l'évolution des technologies (dépôts de brevets, nouveaux process).
- Cette liste n'est pas exhaustive, il existe d'autre domaine de veille comme par exemple : Veille d'opinion, veille sociétale, veille sectorielle, veille événementielle, veille scientifique, veille RH, ...

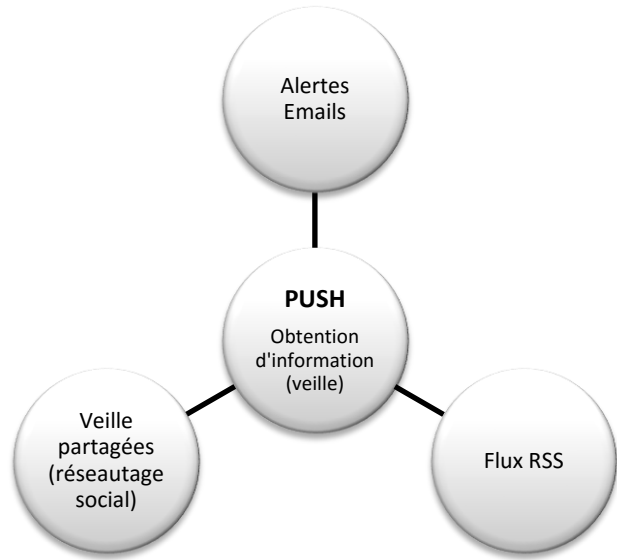
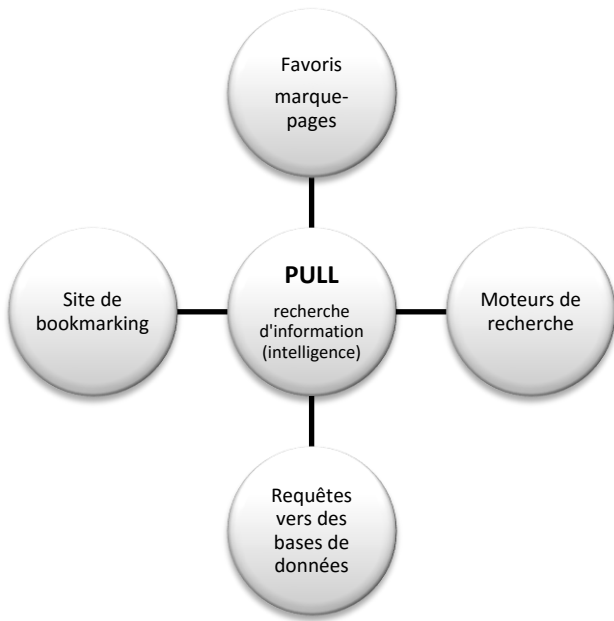
1.2 Objectif de la veille technologique

- Rechercher et collecter des informations stratégiques, économiques, universitaires, etc.
- Gérer son e-Réputation (individu, marques, sociétés)

1.3 Deux façons de rechercher l'information sur le web :

Le mode « Pull » : l'internaute va lui-même à la pêche aux informations.

Le mode « Push » : l'information va à l'internaute, et ce de manière automatisée.

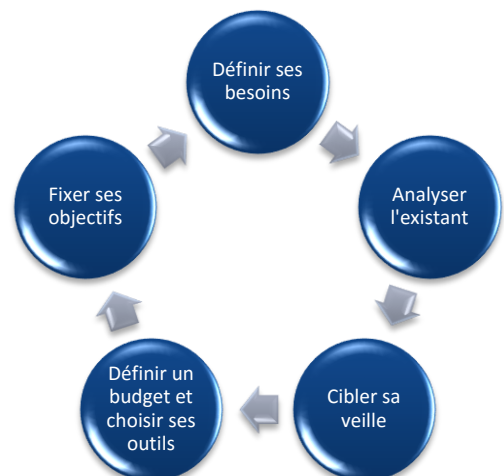
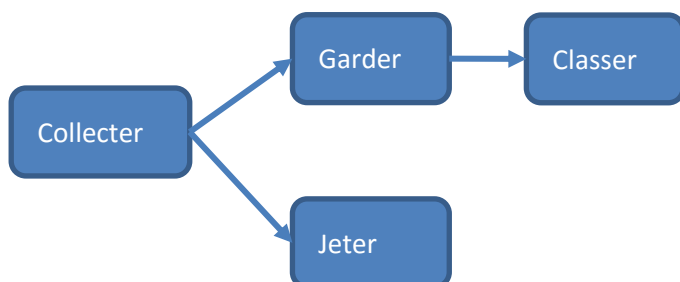


- ☺ Information précise car comme l'utilisateur doit effectuer les recherches, il est en mesure d'écarte immédiatement les résultats non pertinents
- ☺ Pas d'enregistrement requis auprès d'un éditeur ou d'un éditeur ou d'un bas de données
- ☹ Demande beaucoup de temps
- ☹ Processus lourd et ennuyant dont on se lasse rapidement
- ☹ Veille irrégulière

- ☺ Économie de temps pour le chercheur
- ☺ Processus automatisé
- ☺ Signalement rapide
- ☺ Veille régulière
- ☹ Risque de se faire submerger de résultats (si stratégie de recherche pas assez précise), de courriels, spam
- ☹ Choix de l'utilisation d'un logiciel efficace

1.4 Etape d'une veille efficace

- 1) Définir la thématique de veille : mots clés, expressions, synonymes, etc.
- 2) Définir les sources Web documentaire, web profond (BD spécialisées), web social (blogs, réseaux social, etc.) web d'information (actualités).
- 3) Mettre en place les paramètres d'alerte par flux RSS, Email, ...
- 4) Filtrer vos résultats :



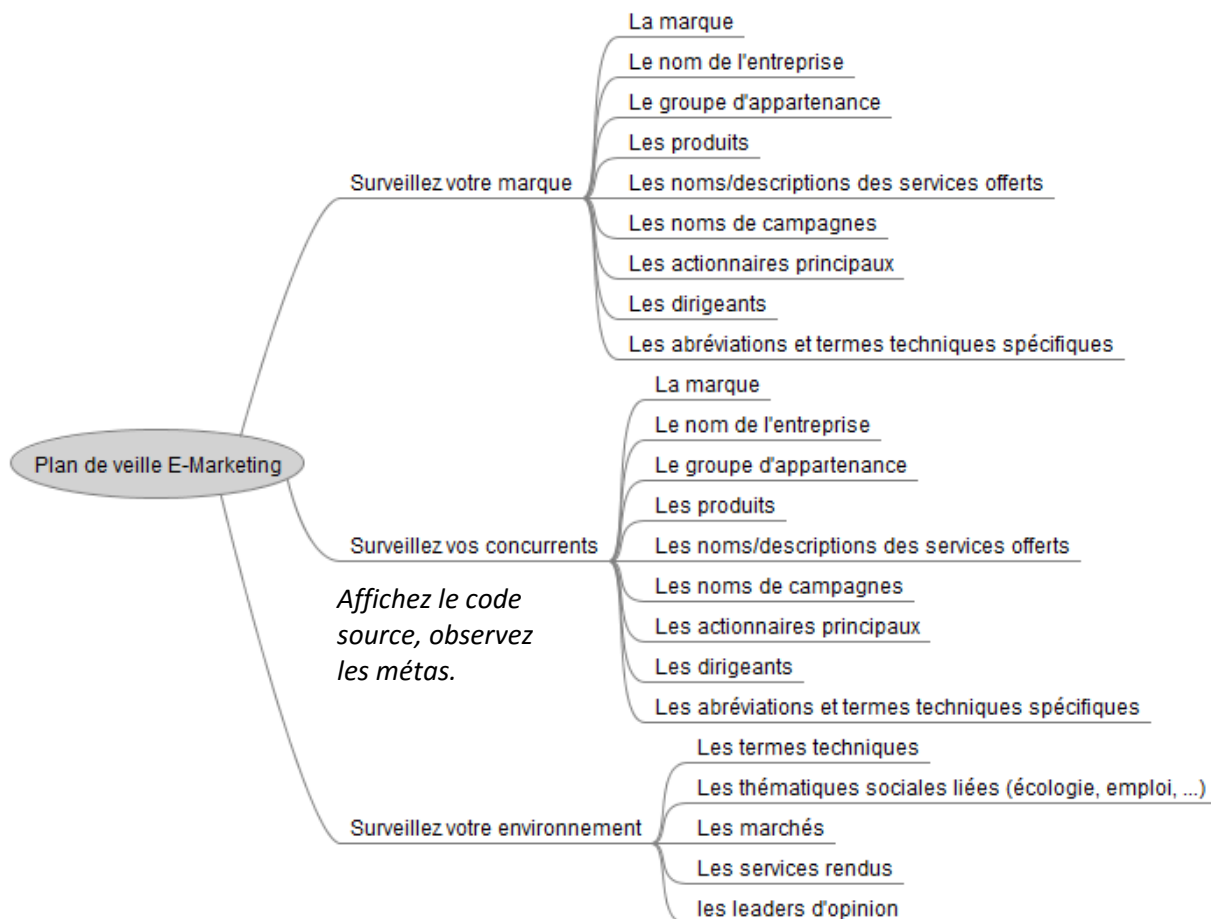
- 5) Diffuser éventuellement les résultats (blog, réseaux social).

L'intérêt de publier ses résultats sur un blog ou des réseaux sociaux est de permettre aux internautes d'interagir et donc d'apporter leur pierre à l'édifice.

Remarque :

- Il est utile de « **trouver la source** » d'une information (plutôt que de chercher 10 sites qui reprennent l'information d'un seul et même site).
- Recouper toujours autant que possible l'information glanée sur le web avec d'autres sites (surtout sur le forum !) :
 - **Quel est le modèle économique derrière la source d'information ? (publicité, don, abonnement premium ? gratuit par philosophie ?)**
- L'utilisation d'un outil de mindmapping est fortement conseillée ici.

Exemple :



- Site utile : <http://caddereputation.over-blog.com/article-5-etapes-pour-une-diffusion-efficace-de-sa-veille-105547327.html>

1.4.1 Outils pour collecter/analyser vos données :

<http://snipd.com>

Web Clipping : *Snipd* est un outil qui permet de sauvegarder toutes sortes de contenus trouvés sur le Web.

Evernote et *zoho Notebook* sont des outils d'annotations.

<http://evernote.com/intl/fr/>

<http://notebook.zoho.com>

<https://www.memonic.com>

<https://www.httrack.com>

Scrapbook

<http://www.scoop.it/>

Aspirer un site web

Extension sous firefox pour la collecte d'information.

<http://www.ustream.tv>

Scoop-it permet de créer votre journal personnel (outils de « curation »).

Diffuser en direct votre événement en vidéo streaming par webcam.

<https://www.dropbox.com/>

Stocker des fichiers en ligne et les partager avec certains utilisateurs.

<http://minus.com/>

<http://www.syncplicity.com>

<http://www.sugarsync.com>

<http://storify.com/>

Storify (Création d'un portfolio).

<http://getgreenshot.org>

Solution open source pour découper des parties d'écran.

http://textalyser.net	Permet d'isoler les mots clés d'un texte fournit également des informations sur les occurrences des mots, sur la complexité d'un texte, etc.
http://shrib.com	Prendre des notes en ligne et obtenir une URL.
www.tinyURL.com	Service permettant de simplifier une adresse URL.
http://goo.gl	
http://bit.ly	
http://www.keyworddiscovery.com/	Outils de génération de mot clé (idéal pour voir ceux de vos concurrents !)
http://www.google.com/sktool	
http://alyze.info/	
Kgen module pour firefox https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/kgen/	KGen liste tous les mots de la page et affiche leurs poids (un mot dans un titre est plus "lourd" qu'un mot dans un paragraphe), répétition et position moyenne dans le document.
http://www.google.com/trends/	Permet de déterminer les besoins des consommateurs, mesurer et comparer le nombre de recherche effectuée sur des mots-clés pour une période, une région ou un pays donnés.
http://www.alexa.com	Moteur de comparaison de trafic.
http://www.stumbleupon.com/	<i>StumbleUpon</i> est un système de recommandation gratuit permettant de découvrir des pages web en fonction de vos intérêts, de vos habitudes de navigation et des commentaires des autres utilisateurs.

2. PULL

2.1. Les moteurs de recherche

2.1.1 Méthode de recherche

Le problème de base qui se pose à l'internaute est d'interroger correctement ces moteurs.

De façon générale, les moteurs travaillent sur une base de données plus étendue que celle des annuaires et le recensement des sites sera plus rapide. Mais **le contenu des sites n'est pas soumis à une vérification humaine**, ce qui peut créer des surprises au niveau des résultats. Ainsi, risque-t-on parfois d'être submergé par une avalanche de sites commerciaux...

Principes de recherche :

- Définissez votre sujet de recherche avec précision
- Identifiez clairement tous les mots ou concepts liés à votre sujet
- Choisissez les termes qui pourront décrire ces concepts, des adjectifs par exemple
- Repérez des synonymes ainsi que des dérivés des mots clés, sélectionnez les homonymes (il vous serviront à restreindre la recherche)
- Vérifiez l'orthographe et la syntaxe de la requête
- Attention à l'ordre des mots
- Majuscules/minuscules (attention à la casse)
- Pour rechercher une phrase → placer la phrase ou l'expression entre guillemets
- Pour rechercher un mot à partir de sa racine → prendre la racine du mot et le faire suivre d'un astérisque.
- Utiliser les opérateurs booléens :
 - o ET ou AND ou +
 - o OU ou OR ou « espace »
 - o PAS ou NOT ou -
- Et les parenthèses et recherches imbriquées

Exemples :

(chats OR félins) AND comportement

Les pages devraient concerner les comportements des chats ou des félins en général.

(délinquance OR criminalité) AND (jeunes OR adolescents OR mineurs) NOT "communauté européenne"

Lancera la recherche sur la criminalité (délinquance) des jeunes, mais pas dans la communauté européenne.

2.1.1.1 Carte mentale/heuristique

L'utilisation de carte heuristique peut s'avérer très utiles pour représenter ses idées selon un principe d'arborescence.

<http://freemind.sourceforge.net/>

Logiciel de Mind Mapping

<http://www.xmind.net>

<http://sourceforge.net/projects/freeplane>

<http://www.mind42.com>

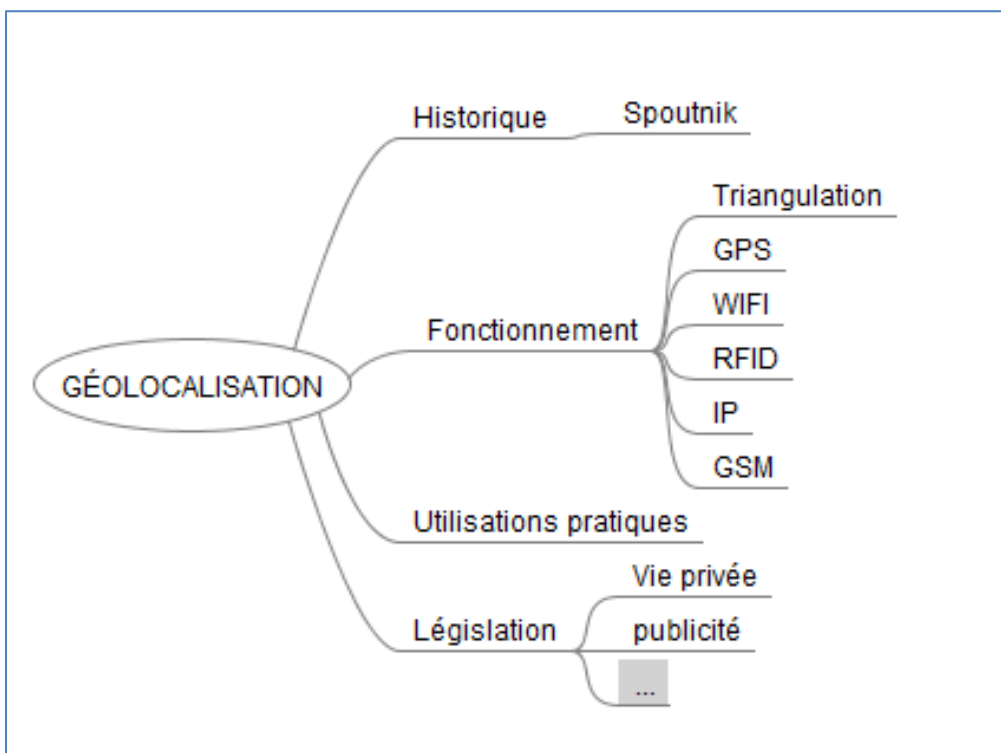
Logiciel de mind mapping en ligne

<http://www.mindomo.com>

<http://www.mindmeister.com/fr>

<http://www.text2mindmap.com>

Par exemple, pour un sujet comme la géolocalisation nous pouvons obtenir la carte suivante :



Réalisez la représentation heuristique des sujets suivants :

« Faut-il légaliser le cannabis pour un usage thérapeutique »

« Quelle est la dernière loi sur le commerce électronique et quels sont les principes qui en découlent ? »

2.1.2 Recherche avancée

Dans la recherche avancée sous Google, celle-ci placera pour vous les bons mots-clés nécessaires à votre recherche :

http://www.google.fr/advanced_search

Voici un tableau récapitulatif des opérateurs possibles dans 5 des moteurs les plus utilisés¹ :

¹ Sources : « *Technique de veille et e-réputation : Comment exploiter les outils Internet ?* » Jean-Noël Anderruthy, Eni Edition

	Ask	Yahoo!	Live Search	Exalead	Google
Expression exacte	""	""	""	""	""
Inclusion	+	+	prefer:		+
OU	OR	OR	OR	OR	OR ou
Exclusion	-	-	-	- ou NOT	-
Joker	*	*	*	*	*
Intervalle de date ou de nombres	last:, afterdate:, beforedate:, betweendate			after: et before:	..
Format de fichier		filetype: ou originurlexten- sion:	filetype:	filetype:	filetype: ou ext:
Dans le titre de la page	intitle:	intitle:	intitle:	intitle:	intitle: ou allintitle:
Dans le corps de la page			inbody:		intext: ou allintext:
Dans l'adresse URL	inurl:	inurl:		inurl:	inurl: ou allinurl:
Dans les liens de la page			inanchor:		inanchor: ou allinanchor:
Dans le site	site:	site: ou domain: ou hostname:	site:	site:	site:
En cache					cache:
Lien vers	inlink:	link: ou linkdomain:		link:	link:
Pages apparentées					related:

2.1.3 Moteurs de recherche spécifique - backlink

- Trouver les sites qui font un lien vers le vôtre :
 Sur www.google.com tapez link:www.monsite.com
- Majesticseo**
 Ce site vous donne un **graphique d'indexation des backlinks** dans le temps et vous permet de visualiser vos **meilleurs backlinks**, vos **domaines référents** et vos **pages les plus populaires**.
www.majesticseo.com
- Ahrefs**
 Ahrefs permet une exploration de vos liens
www.ahrefs.com
- Advanced Link Manager**
 Un outil très complet qu'il faut installer sur votre ordinateur (MAC ou PC) et vous fournit une liste de vos backlinks avec PR, Alexa rank, Outbound links... Une version d'essai aux fonctionnalités limitées est disponible.
advancedlinkmanager.com
advancedwebranking.com
- Open Site Explorer**

L'analyse de liens par Seomoz. Découvrez tous vos liens entrants et l'autorité de la page et du domaine sur lesquels ils se trouvent. Texte d'ancres, domaines référents, pages populaires... vous pouvez comparer le netlinking de 5 domaines différents.

opensiteexplorer.org/

- **Google Webmaster tools**

Le centre Google pour Webmaster vous permettra de récupérer tous les liens indexés par Google.



google.com/webmasters/

- **Autres liens intéressants pour analyser vos backlinks**

<http://webmaster.yandex.com>

<http://www.link-assistant.com/seo-spyglass/>

<http://www.linkresearchtools.com/>

<http://sitexploration.com/>

<http://www.bing.com/toolbox/webmaster/>

<http://www.seoprofiler.com/>

<http://seo-hacker.com/great-alternatives-yahoo-site-explorer/>

<http://www.linkdiagnosis.com>

<http://backlinkwatch.com/>

<http://www.ranks.fr/fr/>

<http://www.yooda.com/produits/soft/>

2.1.4 Les métamoteurs

On appelle « métamoteur de recherche » un outil de recherche qui dirige une requête unique vers plusieurs outils de recherche, rapatrie leurs réponses, et les organise pour fournir à l'utilisateur une présentation structurée des résultats.

- ◆ www.SooVle.com (recherche simultanée sur Google, Amazon, Ask, Yahoo !, Youtube et Wikipédia)
- ◆ www.Refseek.com
- ◆ www.Deeperweb.com (Google Beta – permet d'effectuer un relevé de meilleures sources classées par thématiques)
- ◆ www.dogpile.com dogpule se base sur google, Yahoo ! et Bing
- ◆ www.ixquick.com métamoteur qui protège votre vie privée (il s'engage à ne pas collecter des données personnelles)

2.1.5 Les métamoteurs sociaux

Le web 2.0 offre de nombreux outils comme les métamoteurs sociaux pour mettre en place une démarche de veille. Surveiller son image, savoir ce qui se dit sur une entreprise, son dirigeant, protéger sa marque, etc.

www.whostalking.com Moteur de recherche sociale qui vous permet d'interroger un très grand nombre de sources.

L'intérêt réside dans le fait qu'on puisse récupérer le flux RSS correspondant à votre recherche et de sauvegarder votre recherche. (Ou encore via la plug in Firefox « Get Tools »).

www.socialmention.com (permet d'afficher les requêtes les plus populaires et dispose d'un module avancé de recherche (expression exacte, opérateur d'exclusion, ciblage géographique et linguistique, etc.)



2.1.6 Moteurs de recherche sémantique

« La **recherche sémantique** a pour objectif d'améliorer la précision de recherche par la compréhension de l'objectif de recherche et la signification contextuelle des termes tels qu'ils apparaissent dans l'espace de données recherchés, que ce soit sur le Web ou dans un système fermé, afin de générer des résultats plus pertinents[...]

Dans la recherche sémantique, l'utilisateur fournit au moteur de recherche une phrase qui est destinée à désigner un objet sur lequel l'utilisateur tente de recueillir de l'information et de la recherche. Il n'y a pas de document particulier que l'utilisateur connaît à ce sujet. Au contraire, l'utilisateur tente de localiser un certain nombre de documents qui, ensemble, vont lui donner les informations qu'il essaie de trouver. »²

www.deepdyve.com



www.clusty.com

regroupe les informations sous différentes rubriques (Clouds, Source, Site, Time) que vous pouvez développer.



2.1.7 Moteurs de recherche de blog

Les blogs sont d'excellents indicateurs des tendances à venir ou de faits qui, dans le monde et quelle que soit la thématique abordée, vont faire la une. Comme on trouve de tout sur la blogosphère, le crédit d'un blog tiendra essentiellement à la réputation de son auteur et à la validation par ses pairs (regardez donc les commentaires, nombre de visiteurs, source externe...)

<http://blogsearch.google.fr>

Utilisez les opérateurs suivants :

inposttitle : (titre du message)

inblogtitle : (titre du blog)

blogurl : (url)

inpostauthor : (rédigés par)

<http://www.twingly.com/search>

dans la recherche avancée, 3 options intéressantes :

Return posts within the blog: affiche les pages qui font un lien vers un blog en particulier.

Return posts that link to the page or site: affiche tous les messages qui font un lien vers une page d'un blog en particulier.

Return posts from the site or domain: affiche tous les messages d'un blog en particulier.

Sur Twingly et googleBlog, il est possible de souscrire un flux RSS avec les résultats de la recherche.



2.1.8 Moteurs de recherche d'images

Un moteur de recherche d'images vous permet :

- ◆ de trouver, par exemple, les images similaires. C'est une manière aussi de rechercher les sociétés qui commercialisent les mêmes produits.
- ◆ de rechercher des images sous licence (excellent moyen de contrôler l'utilisation d'une image dont vous détenez les droits d'auteurs).

www.tineye.com

option intéressante : obtenir la même image de meilleure résolution que celle que vous avez soumise (*Biggest Image first*).

Possibilité d'ajouter un plug in dans firefox.

www.flickr.com/search

Permet de retrouver des images sous licence Creative Commons (*Paternité, pas d'utilisation commerciale, pas de modification, partage selon les conditions initiales*)

<http://www.google.com/imghp>



² http://fr.wikipedia.org/wiki/Recherche_s%C3%A9mantique

<http://www.picsearch.com>

Picsearch

<http://www.veezle.com>

<http://www.flickr.com/>

<http://pinterest.com/>

Images gratuites
Flickr et *Pinterest* sont
des services de gestion et
de partage de photos en
ligne.

2.1.9 Moteurs de recherche de vidéos

Les moteurs de recherche de vidéos sont d'excellentes façons de se tenir au courant de l'actualité d'une technologie, d'une société ou, plus généralement, de tout type de thématique.

<http://Video.google.com>

(possibilité de prendre le flux RSS)



Partager vos vidéos.

<http://www.youtube.com>

2.1.10 Moteur de recherche de la musique et du son

<http://www.deezer.com>

Deezer

<http://www.spotify.com/fr/>

Spotify

<http://www.liveplasma.com>

Liveplasma

Musiques et banques de sons libres en ligne :

<http://www.jamendo.com/fr>

Jamendo

<http://www.dogmazic.net>

Dogmazic

<http://www.easyzic.com>

Easyzic

<http://www.auboutdufil.com>

Au bout du fil

<http://sounngle.com>

Moteur de recherche des sons libres

2.1.11 Moteur de recherche visuels

<http://spezify.com>

La recherche sous forme d'image post-it.

2.1.12 Moteur de recherche cartographiques

Les moteurs cartographiques présentent les résultats sous la forme d'une carte (ressemblant à une carte mentale)

<http://www.cluuz.com>

2.1.13 Moteur de recherche de présentation

<http://www.slideshare.net/>

Slideshare permet
d'importer et de partager
des présentations
PowerPoint et des
documents.

2.2 Les systèmes d'information

2.2.1 L'actualité

<http://fr.news.yahoo.com>

Centralise les sites d'actualités sur un sujet ou une thématique

(En étant connecté avec votre compte yahoo, vous pouvez personnaliser cette page).

<http://news.google.fr>

Site d'informations en continu

(En étant connecté avec votre compte google, vous pouvez personnaliser cette page).



<http://www.newsmap.jp> propose une visualisation de l'actualité sous forme de treemap (rectangle de différentes couleurs en fonction des catégories).

<http://news.google.fr/archivesearch/>

Les archives de Google Actualités (classement en fonction des dates des articles).



<http://fr.wasalive.com>

Moteur de recherche dédié aux sujets « chauds » en provenance de toutes les sources d'actualités : sites traditionnels d'informations, blogs, forum.



2.2.2 Les outils de Buzz

Ce sont les internautes qui grâce à un système de vote mettent les articles à la une. Ce sont d'excellents détecteurs de tendance.

<http://digg.com/search>

Portail communautaire qui combine social bookmarking et syndication.

<http://www.paperblog.fr/>

« Comment trouver de bons articles sur les blogs ? ».

<http://tapemoui.com/>

TapeMoi! est un site Web qui vous permet d'envoyer une nouvelle qui sera révisée par tous et sera promue, ou non, à la page principale.

<http://www.revolution-buzz.fr>

<http://www.flickr.com/photos/tags/>

<http://www.flickr.com/explore/interesting>



Révolution Buzz

Visualisez les tags les plus populaires sur Flickr

Images Flickr jugées comme les plus intéressantes en fonction de différents critères (origine du cliché, date, etc.)

2.2.3 Tendances du web

<http://www.google.com/trends>

2.2.4 Nouvelles récentes ?

Pour savoir si les nouvelles sont fraîches, le moteur de recherche google permet de cibler la « date ». Le site <https://who.is> indique la date de création d'un nom de domaine.

2.3 Collecte d'informations

2.3.1 Outils de bookmarking

<http://www.diigo.com/>

Diigo vous permet de classer, d'indexer vos favoris et d'accéder à ceux des autres utilisateurs (il existe une barre d'outils que vous pouvez intégrer dans votre navigateur : <http://www.diigo.com/tools>)

<http://www.pearltrees.com/>

Pearltrees vous permet aussi de stocker et organiser vos liens favoris en ligne et surligner des passages importants - Idéal quand vous vous déplacez, vos favoris sont toujours à portée de main.

<https://delicious.com/>

Delicious (aussi connu sous son ancien nom, del.icio.us) est un site web social permettant de sauvegarder et de partager ses marque-pages Internet et de les classer selon le principe de folksonomie par des mots clés (ou tags).

<https://delicious.com/popular/> sujets les plus populaires du moment

<https://fr.foursquare.com/>

Permet de trouver des lieux intéressants près d'un endroit.

2.4 Archives du web

<http://www.archive.org> affiche les dates auxquelles il a archivé la page, dénicher les versions antérieures d'un site web.

« Resurrect Page » est une extension pour Firefox, qui va chercher dans le cache de plusieurs moteurs de recherche une page qui aurait disparu (erreur 404)

3. PUSH

3.1 Flux RSS

Le **RSS** «*Really Simple Syndication*» est un format initié par Netscape afin de présenter les titres des articles en publication de manière standardisée. Chacun peut relire ce fichier XML³ pour connaître les dernières nouvelles et les intégrer à une interface personnelle dans son propre site. Avec une mise à jour dynamique du contenu sans avoir à visiter manuellement le site distant. On parle de « **syndication de données** ».

3.1.1 Objectifs des flux RSS :

Proposer à vos lecteurs de recevoir automatiquement dans leur logiciel de lecteur de mail, ou dans leur navigateur un résumé de dernières infos ajoutées. **Un flux RSS, c'est comme une page web qui se mettrait à jour toute seule en arrière-plan et vous signifierait lorsqu'il y a eu des changements.** Le deuxième intérêt d'un flux RSS, c'est que d'autres sites peuvent le récupérer et afficher sur leur site les dernières nouvelles du vôtre. Ils ne récupèrent pas le contenu de votre site, ils affichent seulement votre flux. En cliquant sur les nouvelles, leurs lecteurs arriveront sur votre site. L'intérêt, c'est que des sites web traitant du même sujet peuvent ainsi **mettre en commun des nouvelles** fraîches, on dit qu'ils se syndiquent. Les webmasters des autres sites ne viendront pas eux-mêmes chercher les fichiers nécessaires chaque fois qu'ils seront mis à jour. Ce processus est géré de façon autonome.

Les **avantages** des flux sont donc :

- Gain de temps
- Vue synthétique
- Tris et filtres
- Lecture transversale d'une même thématique

3.1.2 Création d'un fichier RSS

À titre informatif, voici la structure d'un fichier flux rss est écrit avec le langage XML, les balises en gras sont **obligatoires**.

```

<?xml version="1.0" encoding="ISO-8859-1" ?>
<rss version="2.0">
<channel>
  <title>Le titre du site</title>
  <link>http://www.... lien vers le site</link>
  <description>brève description du contenu général du site</description>
  <language>fr</language>
  <copyright>apparaît tout en bas à droite</copyright>
  <image>
    <title>titre de l'image (équivalent du alt)</title>
    <url>chemin absolu de l'image http://.... (pas plus de 88px de haut)</url>
    <link>http:// lien appelé quand on clique sur l'image</link>
  </image>
  <pubdate>Sat, 30 Apr 2005 21:19:19 +0100</pubdate>
  <item>

```

³ XML est un acronyme d'**eXtensible Markup Language**. Le langage XML est utilisé pour le **stockage**, la **préparation** et la **livraison** d'informations sur le net. C'est une solution idéale pour le traitement de l'information qui ne cesse d'évoluer en quantité et complexité. Ce langage permet de décrire virtuellement tout type d'information depuis une simple recette de cuisine à un arbre généalogique.

Le principal objectif d'XML est **l'échange de données** ou documents entre sites distants ou applications différentes.

On pourrait dire que c'est un « langage universel permettant d'interfacer des systèmes ne parlant pas la même langue ».

```

<title>Thorgal : BDVD </title>
<link>http://www.bdvd.net/</link>
<pubDate>Sat, 23 Spet 2005 00:00:00 +0100</pubDate>
<description>La fusion du cinéma et de la bande dessinée </description>
</item>
  <item>
    <title>...</title>
    <link>...</link>
    <pubDate>...</pubDate>
    <description>... </description>
  </item>
</channel>
</rss>
  
```

Vous pouvez remplir à la main ce genre de fichier. Il vous suffit ensuite de l'enregistrer sous un format xml, par exemple, « fluxrss.xml » et de le transférer sur votre site.

Donc, pour résumer, le bloc **channel** doit obligatoirement contenir

- une balise **title**, contenant le titre du flux RSS
- une balise **link**, contenant le lien (URL) principal du flux RSS
- une balise **description**, contenant la description du flux RSS
- au moins un bloc **item**

Le bloc **item** doit obligatoirement contenir au moins une balise **title** (titre de l'article du flux) ou **description** (description de l'article du flux).

→ Le bloc **channel** peut être enrichi avec les informations suivantes:

- une balise **language** précisant la langue du flux RSS
- une balise **copyright** précisant une information de copyright
- une balise **managingEditor** précisant l'adresse email du responsable éditorial du flux RSS
- une balise **webMaster** précisant l'adresse email du responsable technique du flux RSS
- une balise **pubDate** précisant la date de publication, au format RFC 822. Autrement dit, au format: [Nom du jour en anglais sur 3 lettres ("Mon", "Tue", ...) suivi d'une virgule,] jour sur 2 chiffres, espace, mois en anglais sur 3 lettres ("Jan", "Feb", etc.), espace, année sur 2 chiffres, espace, heures sur 2 chiffres, deux-points, minutes sur 2 chiffres[, deux-points, secondes sur 2 chiffres], espace, fuseau horaire ("UT", "GMT", "EST", etc.). Les données entre crochets sont optionnels. L'année peut également être précisée avec 4 chiffres.
- une balise **lastBuildDate** précisant la date (au format RFC 822) de dernière modification du contenu.
- une ou plusieurs balise(s) **category** précisant à quelle catégorie appartient (i.e. à quel sujet se rapporte) le flux RSS.
- une balise **generator** précisant le nom du programme ayant généré le flux RSS.
- une balise **docs** précisant l'adresse (URL) du document décrivant le format RSS utilisé.
- une balise **ttl** précisant la durée (en minutes) pendant laquelle le contenu du flux RSS peut être conservé en cache avant qu'une mise à jour ne soit nécessaire.
- un bloc **image** contenant
 - Une balise **url** précisant l'adresse (URL) du fichier image,
 - Une balise **title** précisant le titre de l'image,
 - Une balise **link** précisant une URL associé à l'image (à priori l'URL du flux RSS),
 - Une balise **width** précisant la largeur (en pixels) de l'image,
 - Une balise **height** précisant la hauteur (en pixels) de l'image,
 - Une balise **description** ajoutant une description à l'image.

→ Les blocs **item** peuvent être enrichis avec les informations suivantes:

- une balise **author** précisant l'adresse email de l'auteur de l'article,
- une ou plusieurs balises **category** précisant le sujet auquel se rapporte l'article,
- une balise **comments** précisant l'adresse (URL) d'un document contenant les commentaires associés à l'article,
- une balise **guid** définissant un identifiant unique pour l'article,
- une balise **pubDate** précisant la date (au format RFC 822) de publication de l'article,
- une balise **source** précisant l'adresse (URL) du flux RSS d'où vient l'article.

3.1.3 Générer un flux RSS / Web Scraping

Le Web Scraping désigne les outils qui vous permettent de générer un flux RSS :

<http://feedity.com> est un outil en ligne très simple pour créer automatiquement un flux RSS pour n'importe quelle page Web.

<http://www.webrss.com/> permet de créer et de manipuler des flux RSS.

<http://feed43.com/> effectue la conversion de tout document HTML ou XML en flux RSS en isolant des extraits texte. Ce service n'est pas simple à manier mais il donne un contrôle complet sur les flux générés.

<http://www.page2rss.com>

Diphur : <http://www.demainlaveille.fr/2011/04/14/diphur-com-loutil-de-veille-gratuit-qui-tient-ses-promesses/>

Remarque : La plupart des CMS (Joomla, Wordpress, etc.) vous proposent automatiquement de générer un flux à partir de votre contenu.

Générer un flux de votre site préféré.

3.1.4 Plugin détecteurs de changements

UpdateScanner et **Check4Change** sont des extensions pour Firefox qui permettent de détecter des changements dans une page

3.1.5 Afficher un flux RSS

Une fois que vous connaissez une adresse RSS ou XML, que ce soit la vôtre ou celle d'un autre site, vous pouvez :

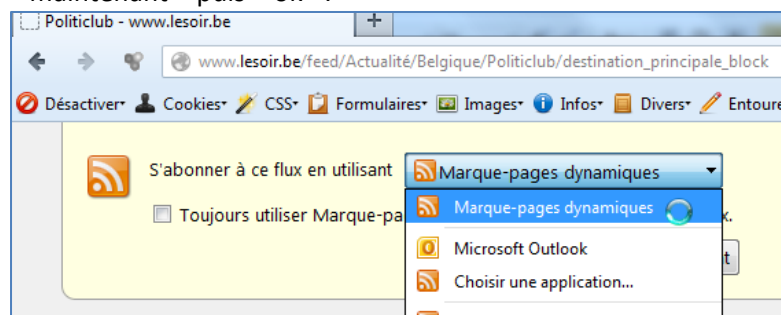
- ❑ Soit en faire afficher le contenu sur un lecteur RSS, auquel cas vous téléchargez un de ces lecteurs, le plus souvent gratuits (Par exemple : Newsgator, Pluck, Rss Explorer, Lektora...).

Et ensuite vous ajouterez l'URL de ce fil RSS dans ceux que ce lecteur surveillera pour vous.

- ❑ Soit en faire afficher le contenu sur votre propre site, auquel cas vous devrez ajouter du code dans votre page selon la mise en page désirée.

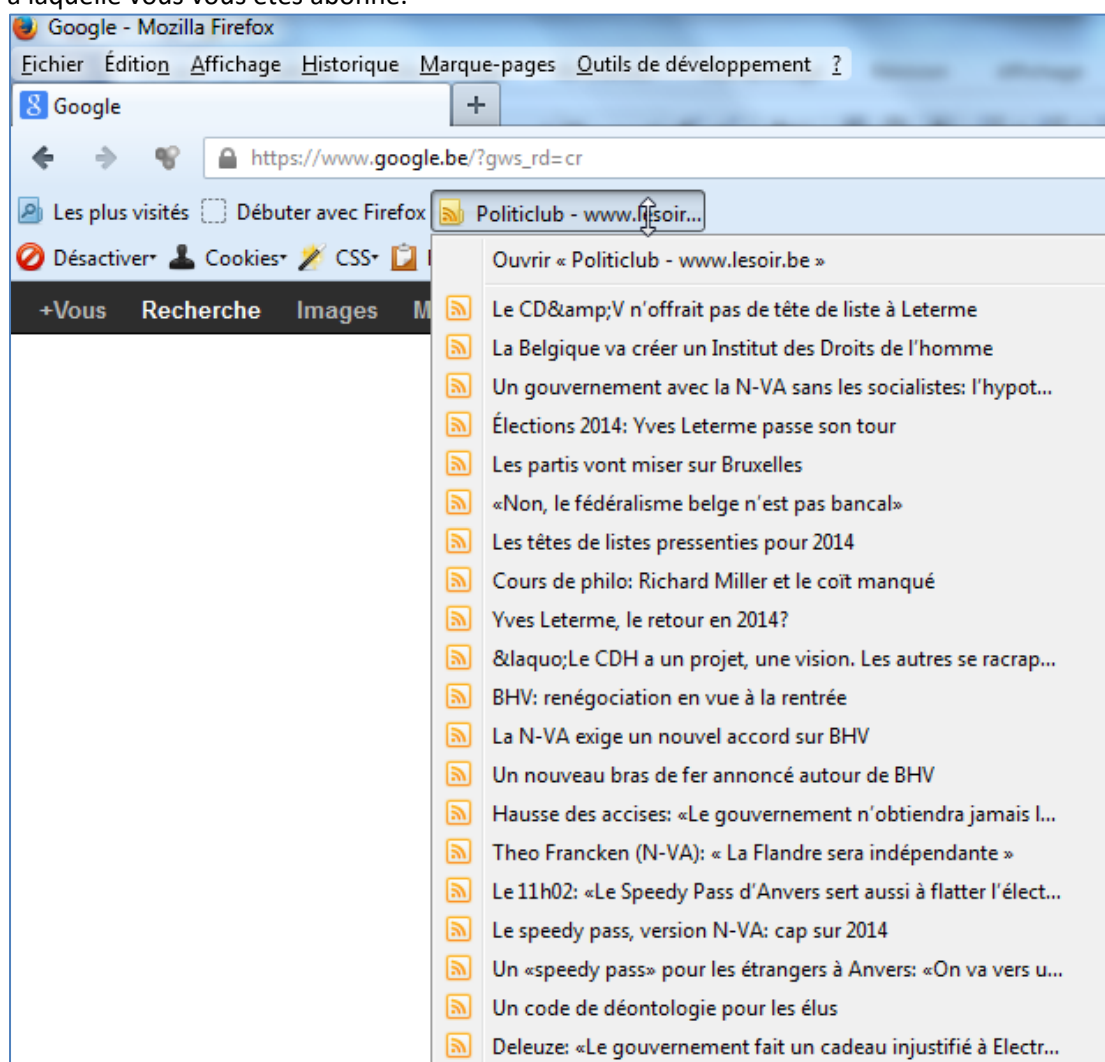
3.1.5.1 Utilisation d'un lecteur RSS intégré au navigateur

Vous pouvez simplement utiliser le lecteur de flux intégré à votre navigateur. Rendez-vous sur un site contenant un flux RSS (exemple www.lesoir.be) choisissez une « catégorie » de flux (exemple politiclub) et dans la liste déroulante « S'abonner à ce flux en utilisant » sélectionnez l'option « Marque-pages dynamiques ». Cliquez sur « s'abonner maintenant » puis « ok ».



Il faut confirmer l'emplacement : « barre personnelle ». Cette barre doit être visible, autrement faites-la apparaître par le menu « affichage », puis « barres d'outils ».

Vous aurez dès à présent la possibilité de voir dans votre barre personnelle, les « titres » des nouvelles de la rubrique à laquelle vous vous êtes abonné.



Le flux est maintenant disposé dans la barre personnelle du navigateur, qui sert à mettre en valeur les favoris et les flux RSS/marque-pages dynamiques.

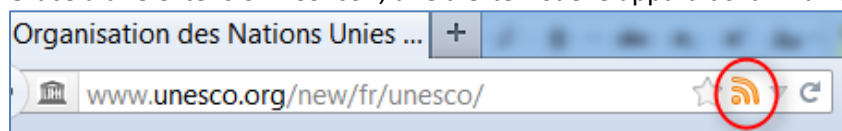
En passant la souris sur le flux (voir l'illustration) des liens vers les sommaires des différents numéros apparaissent. L'icône du lien est orange si la page n'a pas été consultée, grise si elle a été consultée.

Ce premier outil est minimal. Ainsi, qu'ils aient été consultés ou non, les 5 flux présents sur l'illustration apparaîtront de la même façon. D'autre part, les flux, au-delà de dix deviendront difficilement visibles sur la largeur de la barre.

3.1.4.1.1 Extension pour Firefox

RSS Icon

Grâce à une extension RSS Icon, une alerte visuelle apparaît si un flux est présent sur la page



<https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/rss-icon/>

Peu importe l'agrégateur RSS que vous adopterez, lorsque vous serez sur un site, cette extension vous permettra de remarquer facilement la présence d'un flux.

Sage

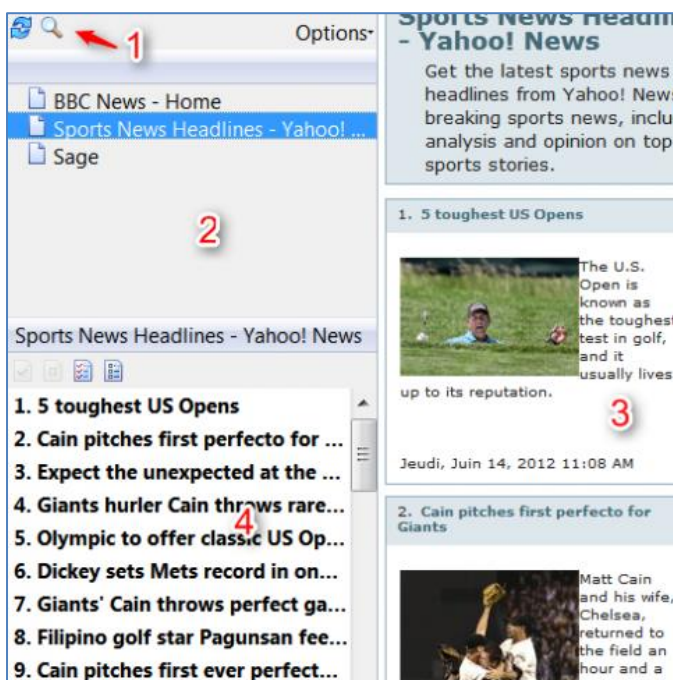
Sage est un lecteur performant et simple des flux RSS sous Firefox.

<https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/sage/>

Simple d'utilisation, Sage est un agrégateur RSS bien plus performant que les marque-pages dynamiques de Firefox. Il est possible d'y classer les flux, de les lire dans un dispositif particulier, de les exporter vers un autre outil, ou pour sauvegarde. C'est un très bon outil pour qui surveille moins d'une quarantaine de flux RSS (au-delà, il faudra passer à des solutions plus robustes)

Sage pour Firefox apparaît soit par le menu « outils » puis Sage, soit grâce à une icône en forme de feuille située à gauche de la barre d'adresse.

Sage se présente sous la forme d'un panneau latéral. Après installation, des flux sont déjà présents.



1 Icônes pour : mettre à jour les flux, les « capturer ».

2 La liste des flux présents dans Sage.

3 Le navigateur permet d'accéder à l'ensemble des informations du flux (textes et images) avec une mise en forme facilitant la lecture.

4 Le quatrième panneau permet d'accéder aux informations unes par unes, c'est-à-dire page web par page web, mais dans leur mise en forme.

Pour supprimer un flux, clic droit, puis choisir l'option supprimer.

En cliquant sur l'icône en forme de double-flèche, les flux mis à jour depuis votre dernière visite (du point de vue de l'outil, ceux qui contiennent des informations non accédées en lecture) apparaissent alors en gras.

C'est très utile car, parmi vos flux qui peuvent être nombreux, vous saurez diriger votre lecture vers les seules nouveautés.

Vous pouvez aussi classer les flux dans des dossiers, pratique si vous en avez beaucoup. Pour cela, clic droit sur la liste des flux, choisir l'option nouveau dossier.

Les flux peuvent être importés ou exportés, par le menu option, puis import export. Un fichier dit OPML (c'est le nom du standard) est alors produit. Cela peut servir pour faire passer les flux vers un autre agrégateur, ou pour les sauvegarder.

Sage est un très bon outil, mais vous paraîtra limité si vous suivez plus de quarante flux (ce qui est déjà beaucoup).

3.1.6 Les agrégateurs

3.1.6.1 les agrégateurs en ligne

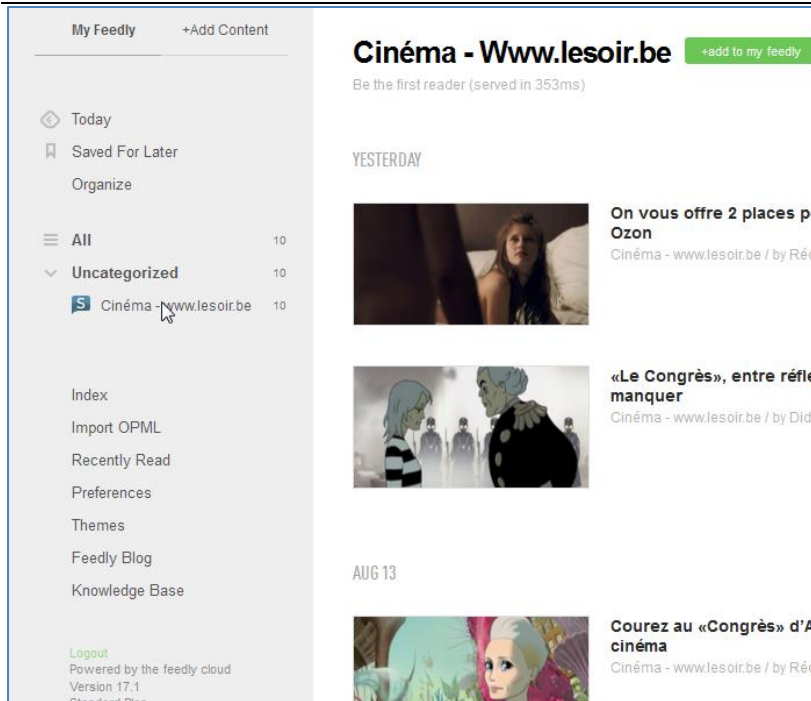
Feedly

<http://cloud.feedly.com>

Pour démarrer, sélectionnez les thèmes et sites que vous souhaitez « observer ».

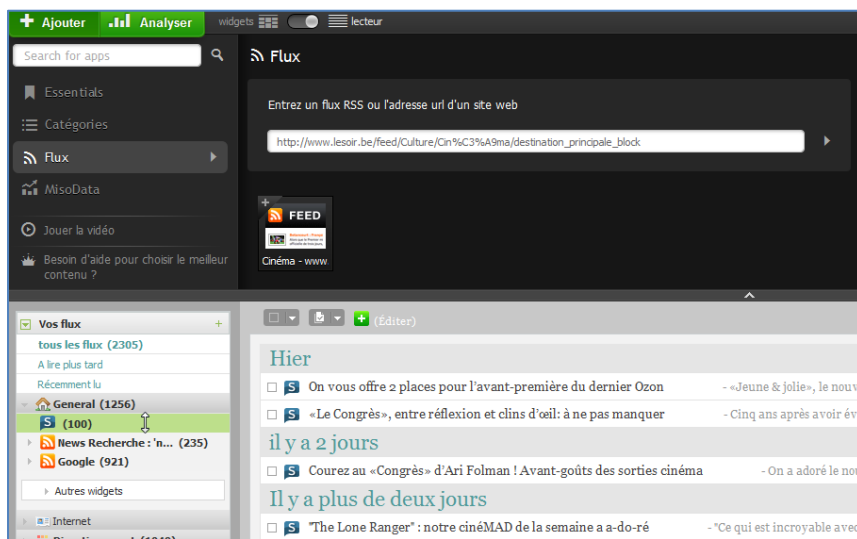
To get started, **find 5 sites you love to read and add them to your feedly**. You can search by title, url or #topic.

Par exemple, ajouter les sorties cinéma de la semaine du site lesoir.be



« Feedly n'a cessé d'évoluer pour devenir le remplaçant numéro 1 de Google Reader. Passé maintenant sous sa propre techno, Feedly dispose d'applications mobiles, en plus de sa version web. Assez simple à utiliser, notamment pour importer vos données, Feedly propose des fonctions de partage, de personnalisation et de recommandation. Si pour moi, Feedly n'est pas encore 100% optimisé comme l'était Google Reader, le nombre d'utilisateurs croissant devrait faire rapidement évoluer le service et effacer les erreurs de jeunesse. Attention, l'interface n'est pas intégralement en français et une version payante devrait prochainement arriver. »⁴

Netvibes



« Pionnier dans le domaine, Netvibes a toujours été le principal concurrent de Google Reader. Cette start-up française, rachetée par Dassault System propose un lecteur de flux aussi performant que Google Reader, avec de nombreuses fonctionnalités, personnalisation, partage, organisation... Mais Netvibes a aussi un autre atout, c'est sa partie « Dashboard » sur laquelle vous pourrez avoir de nombreux widgets et organiser vos flux différemment (thématiques, envies, intérêt...). Depuis toujours Netvibes a développé sa propre technologie et ne dépendait absolument pas de l'API Google Reader. Point négatif, la version mobile est très moyenne alors qu'aucune application mobile n'est disponible. »

Ajouter des widgets

Netvibes vous propose alors de choisir parmi une banque de *widgets*. Un widget (contraction des mots *window*, fenêtre, et *gadget*) est ici un élément d'interface interactif, une sorte de mini-application web qui permet d'afficher et d'utiliser un service dynamique sur un autre site. Pour éviter de vous perdre dans la multitude de widgets disponibles, piochez dans un

⁴ <http://www.journaldugeek.com/2013/07/01/google-reader-ferme-aujourd'hui-ou-aller/>

premier temps dans la rubrique *Widgets essentiels*. Vous pourrez ajouter par exemple :

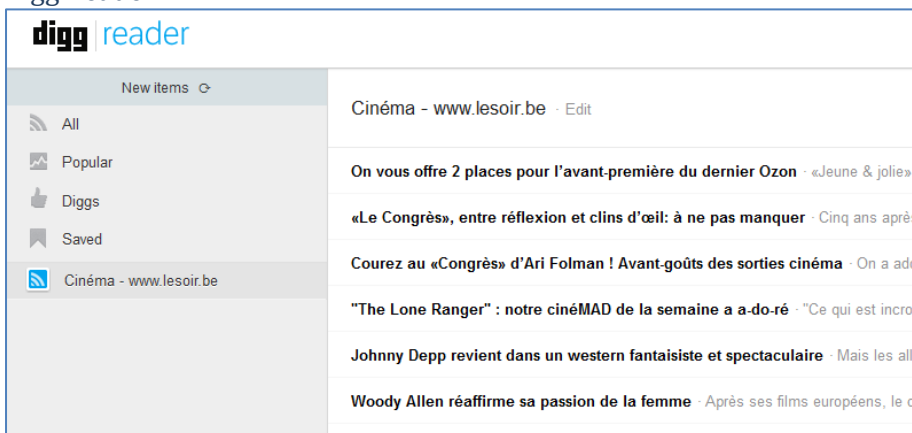
- les notes (ce widget textuel pourra servir, par exemple, à présenter le contenu de votre page) ;
- Web Page, pour ajouter une page web externe (la page du site externe s'affichera sur votre page Netvibes).



FIGURE 20-1 Widgets essentiels sur Netvibes

Quand vous repérez un widget qui vous plaît dans l'univers Netvibes d'un autre utilisateur, n'hésitez surtout pas à le récupérer ! Pour cela, cliquez sur *Partager*, puis *Copier vers votre page*. Vous avez le choix de le copier soit vers votre page publique, soit vers votre page privée. Si le widget se place sur la mauvaise page, il suffit de le glisser-déposer au bon endroit. Pour visualiser le widget sur votre page, appuyez sur la touche *F5* de votre clavier, afin de rafraîchir l'écran.

Digg Reader



« Nouveau venu, Digg Reader a fait une entrée remarquée avec une interface épurée et ergonomique. Bien pensé, Digg Reader souffre encore de quelques bugs liés à sa jeunesse, notamment au niveau du rafraîchissement des flux, et d'un manque de certaines fonctionnalités essentielles, mais on espère que cela sera rapidement réglé. Comme les autres, l'import de vos données se fait sans souci. Digg Reader dispose également d'une application iOS mais pas encore Android. »

Feed Rinse

<http://www.feedrinse.com>

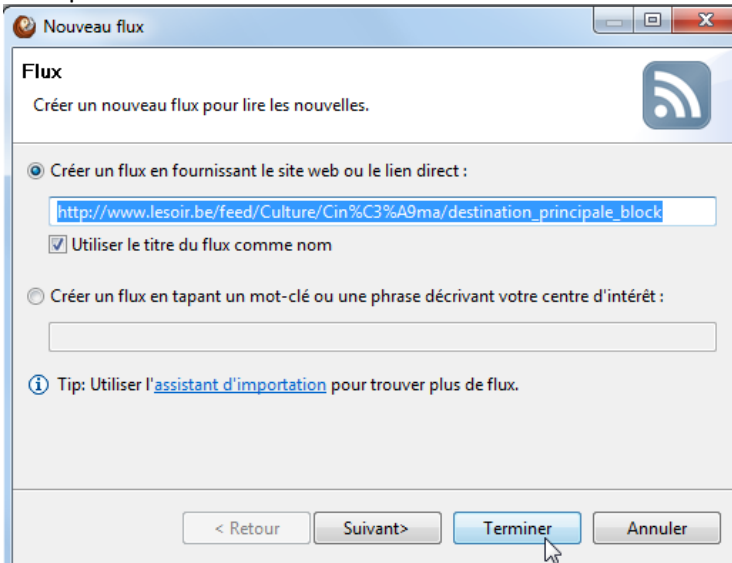
3.1.6.2 les agrégateurs classiques

RSSOwl - www.rssowl.org

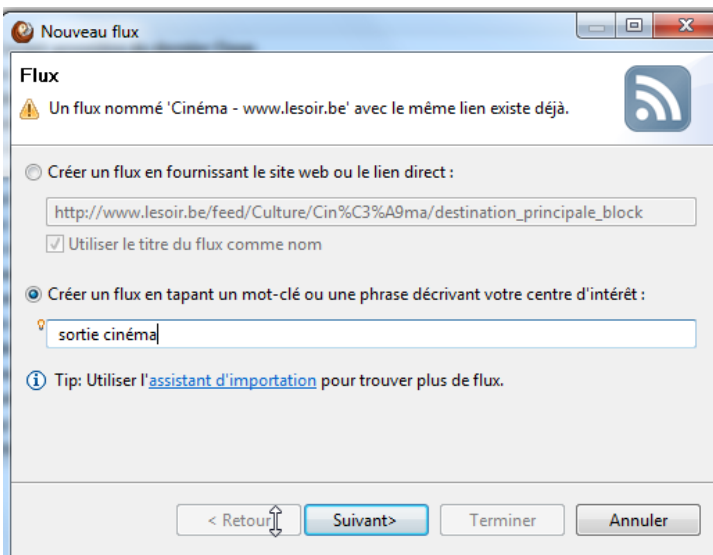
RSSOwl est un lecteur de flux gratuit.



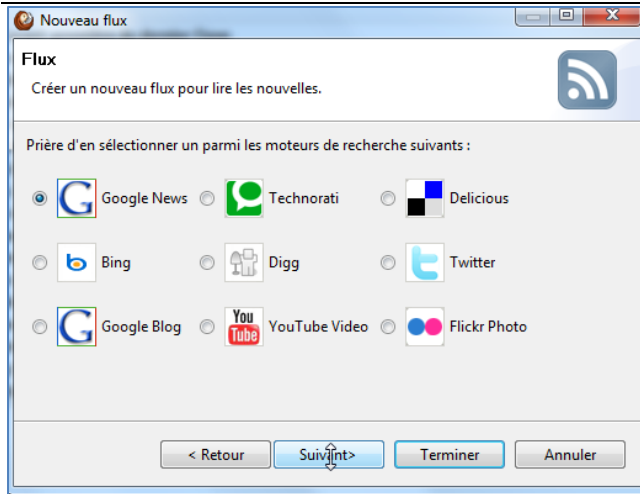
Vous pouvez l'utiliser en lui donnant directement l'adresse d'un flux :



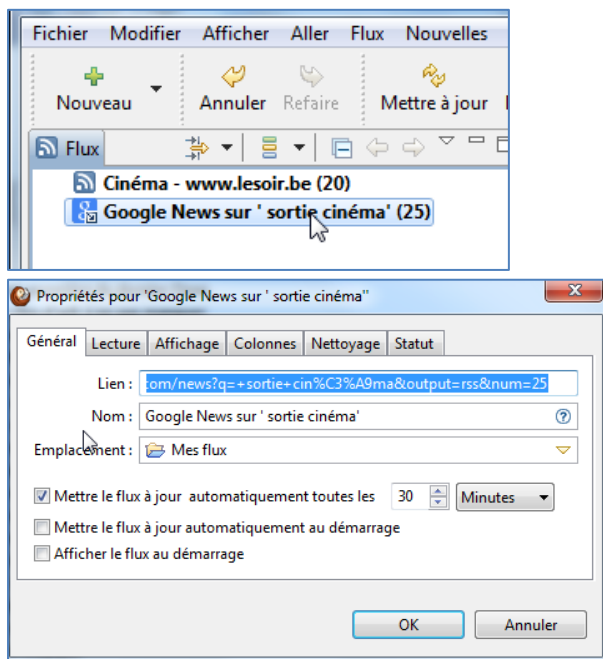
Ou encore en lui donnant des mots clés sur un thème précis :



Et en précisant dans quel moteur de recherche il doit rechercher l'information



Dès que RSSOwl trouvera une nouvelle information traitant des mots clés demandés, il affichera le résultat sous forme de flux :



Vous pouvez à tout moment définir les « propriétés » de votre flux (clic droit → propriétés) (délai de mise à jour, nombre d'article à garder, afficher les articles comme « lus » après X secondes, etc.)

RSS Bandit est une autre application open source pour lire vos flux RSS <http://rssbandit.org/>

3.1.7 PHP : Affichage d'un document XML avec un SimpleXML

Avec l'arrivée de PHP 5, le module SimpleXML permet de manipuler simplement des fichiers XML. Son utilisation est adaptée pour relire ou modifier facilement des fichiers XML simples. (Pour une utilisation de fichiers plus complexes, nous utiliserons la technologie DOM voir point suivant).

Remarque :

Pour pouvoir utiliser les caractères spéciaux ou accentués, vous devez utiliser la fonction ***utf8_encode()*** et ***utf8_decode()***

Ouverture d'un fichier XML

```
$racine=simplexml_load_file('monfichier.xml');
```

Afficher ou exporter une partie du document XML

```
$racine=simplexml_load_file('monfichier.xml');
$racine->asXML('copie.xml')
```

Ou

```
echo $racine->asXML()
```

Ici, tout le document sera renvoyé, si vous l'employez sur un nœud du document, seul le sous-arbre concerné sera renvoyé.

Accéder à un nœud par son nom

```
$racine=simplexml_load_file('monfichier.xml');
$livre = $racine->livre;
$auteur=$livre->auteur;
echo $auteur;
```

foreach()

```
$racine=simplexml_load_file('monfichier.xml');
$livre=$racine->LIVRE;
$premier_livre=$livre->TITRE[0];
foreach($livre->TITRE as $titre) {
    echo utf8_decode($titre), '<br/>';
}
```

Lister les nœuds fils

```
$racine=simplexml_load_file('monfichier.xml');
$livre=$racine->LIVRE;
$liste=$livre->children();
echo $liste[0];
```

Afficher le contenu textuel d'un nœud

```
$racine=simplexml_load_file('monfichier.xml');
$livre=$racine->LIVRE;
echo $livre->TITRE;
```

Remarque :

PHP doit décider s'il traite la variable comme un objet (nœud XML) ou comme une chaîne de caractères. Celui-ci ne saura pas toujours faire la distinction (sur d'autres fonctions par exemple), vous pouvez alors forcer l'utilisation du contenu textuel :

```
$racine=simplexml_load_file('monfichier.xml');
$livre=$racine->LIVRE;
echo htmlentities((string) $livre->TITRE);
```

Accéder à un attribut

```
$racine=simplexml_load_file('monfichier.xml');
$livre=$racine->LIVRE;
echo $livre->AUTEUR['Naissance'];
```

Remarque : Vous trouverez des méthodes (simpleXML) utiles aux adresses suivantes :

<http://developpeur.journaldunet.com/tutoriel/php/040921-php-seguy-simplexml-1a.shtml>

<http://be.php.net/simplexml>

http://www.laltruiste.com/document.php?url=http://www.laltruiste.com/coursphp/fonction_simplexml.html

À l'aide du flux http://www.lesoir.be/feed/Actualit%C3%A9/Fil%20Info/destination_principale_block (lesoir.be)

- Afficher uniquement le titre du flux en *simplexml*
- Afficher les titres et contenu des articles en *simplexml*

3.1.8 PHP : Affichage d'un document XML avec un les objets DOM

Le modèle de programmation DOM (Document Object Model) permet, avec l'utilisation de scripts, de gérer la mise en forme d'un document XML à partir d'une page HTML. Il permet l'affichage de tous types de documents XML, même ceux qui ne sont pas structurés de façon symétrique. Il est composé d'objets, de propriétés et de méthodes permettant la gestion des différents composants d'un document XML.

Liste des principaux objets DOM pour un document XML

Objet (type de noeud)

Description

Document	Représente le document XML dans sa totalité.
Element	Représente un élément de l'arborescence.
Attribute	Représente un attribut.
Text	Représente le contenu texte d'un élément ou d'un attribut.

Méthode

Objet

Description

documentElement	Document	Contient le nœud racine du document XML.
url	Document	Renvoie l'URL du document XML.
readyState	Document	Renvoie l'état du document XML lors du chargement ou du traitement. Etats possibles : 0 => UNINITIALIZED , 1 => LOADING , 2 => LOADED , 3 => INTERACTIVE , 4 => COMPLETED
length	NodeList - Attribute - Text	Renvoie le nombre de nœuds d'une collection ou le nombre de caractères dans le texte d'un nœud.
attributes	Propriété commune	Contient la collection de tous les nœuds attributs d'un nœud parent.
Le nom de cette collection est : NamedNodeMap		
attributes(numIndice)		
ou		
attributes.item(numIndice)	Propriété commune	Contient le nœud attribut dont l'indice a été spécifié en argument (à partir de 0).
childNodes(numIndice)		
ou		
childNodes.item(numIndice)	Propriété commune	Contient la collection de tous les nœuds enfants (hors attributs) d'un nœud parent dont l'indice a été spécifié en argument (à partir de 0). Le nom de cette collection est : NodeList.
firstChild	Propriété commune	Contient le premier nœud enfant (hors attributs) d'un nœud parent.
lastChild	Propriété commune	Contient le dernier nœud enfant (hors attributs) d'un nœud parent.
nextSibling	Propriété commune	Contient le nœud suivant d'un nœud de même niveau.
nodeName	Propriété commune	Renvoie le nom du nœud courant, c'est à dire

		le nom de l'élément XML.
nodeTypeString	Propriété commune	Renvoie le type du nœud courant. (document, element, attribute,...)
nodeValue	Propriété commune	Retourne la valeur du nœud. Essentiellement pour des nœuds de type Attribute ou Text.
parentNode	Propriété commune	Contient le nœud parent du nœud courant (hors attributs).
previousSibling	Propriété commune	Contient le nœud précédent d'un nœud de même niveau.
text	Propriété commune	Renvoie le contenu texte d'un nœud et de tous ses descendants.
xml	Propriété commune	Renvoie le contenu XML d'un nœud et de tous ses descendants.
nextNode()	NodeList - NamedNodeMap	Contient le nœud suivant de la collection.
nodeFromID("id")	Document	Contient le nœud dont l'attribut de type ID possède la valeur spécifiée en argument.
getAttribute("attr")	Element	Renvoie la valeur de l'attribut spécifié en argument de l'élément courant.
getAttributeNode("attr")	Element	Contient le nœud attribut dont le nom est spécifié en argument.
getElementsByTagName("elmt")	Document - Element	Contient le nœud attribut dont le nom est spécifié en argument.
getNamedItem("attr")	NamedNodeMap	Contient le nœud attribut dont le nom a été spécifié en argument pour la collection NamedNodeMap courante.

Remarque : Vous trouverez des méthodes (DHTML) utiles aux adresses suivantes :

<http://www.laltruiste.com/document.php?url=http://www.laltruiste.com/coursdomxml/sommaire.html>

<http://www.w3schools.com/dom/>

« L'extension DOM de PHP 5 permet de manipuler des documents XML avec une collection d'objets et leurs méthodes et propriétés associées. L'extension DOM de la version 5 de PHP respecte assez fidèlement les spécifications XML (Document Object Model Level 2) du W3C. Les interfaces fondamentales et étendues proposées par le W3C sont toutes présentes dans le modèle objet de l'extension DOM.⁵ »

Gestion des erreurs :

```
try {
    // code DOM avec erreurs potentiels
} catch(DomException $e){
    //traitement de l'erreur
}
```

Codages caractères :

```
utf8_encode()
utf8_decode()
```

Création (instanciation) d'un objet DOM :

```
$document = new DomDocument;
```

Chargement d'un fichier XML :

```
$document->load('monfichier.xml');
```

Import depuis SimpleXML :

```
$monfichier = simplexml_load_file('monfichier.xml');
```

⁵ <http://www.laltruiste.com/document.php?url=http://www.laltruiste.com/coursphp/domxml.html>


```
$monfichierdom = dom_import_simplexml($monfichier);
```

Accéder à l'élément racine :

```
$racine = $document->documentElement;
```

Type de noeuds :

```
$document = new DomDocument;
$document->load('monfichier.xml');
$element = $document->documentElement;
echo $element->nodeType;
```

nodeType renvoie un chiffre de type « entier » :

Valeur	Signification	Constante
1	élément	XML_ELEMENT_NODE
2	attribut	XML_ATTRIBUTE_NODE
3	noeud de texte	XML_TEXT_NODE
4	section CDATA	XML_CDATA_SECTION_NODE
5	référence d'entité externe	XML_ENTITY_REF_NODE
6	entité	XML_ENTITY_NODE
7	instruction de traitement	XML_PI_NODE
8	commentaire	XML_COMMENT_NODE
9	document	XML_DOCUMENT_NODE

Nom d'un noeud :

```
$document = new DomDocument;
$document->load('monfichier.xml');
$element = $document->documentElement;
echo $element->nodeName;
```

Contenu d'un noeud :

```
$document = new DomDocument;
$document->load('monfichier.xml');
$element = $document->documentElement;
echo $element->nodeValue;
```

Navigation dans l'arbre :

```
$nodelist; // liste de noeud
foreach( $nodelist as $node)
print_r($node)
```

Premier noeud de la liste :

```
$nodelist->item(0)
```

Nombre de noeuds :

```
$node->childNodes->length
```

Liste de noeuds fils :

```
$document = new DomDocument;
$document->load('monfichier.xml');
$element = $document->documentElement;
foreach($element->childNodes as $node)
{
    if ($node->nodeType == XML_ELEMENT_NODE)
```

```
{  
  echo $node->tagName;  
  echo utf8_decode($node->firstChild->nodeValue);  
}
```

Premier fils

```
$element = $document->documentElement;  
$premier = $element->firstChild;
```

Dernier fils

```
$element = $document->documentElement;  
$premier = $element->lastChild;
```

Noeud parents :

```
$parent;  
$fils = $parent->firstChild;  
$parent = $fils->parentNode;
```

Noeud frère :

```
$node->nextSibling;  
$node->previousSibling;
```

getElementByTagName:

```
$document = new DomDocument();  
$document->load('monfichier.xml');  
$auteur = $document->getElementsByTagName('AUTEUR');
```

Lecture d'un attribut :

```
$node->getAttribute('naissance');
```

Modification d'un attribut :

```
$node->setAttribute('naissance', '14/12/1970');
```

Effacer un attribut :

```
$node->removeAttribute('naissance');
```

Le moteur DOM, permet de modifier en profondeur le document et de créer de nouveaux nœuds.

Création d'un élément :

```
$document = new DomDocument;  
$node = $document -> createElement('LIVRE');
```

Création de nœuds de texte :

```
$document = new DomDocument;  
$livre = $document -> createTextNode('Thorgal et Aaricia');
```

Insertion d'un noeud fils (le fils est ajouté en dernier de la liste si d'autre fils existent déjà) :

```
$node->appendChild('$texte');
```

Effacer un nœud :

```
$livre->removeChild($livre->lastChild);
```

Création d'un document XML complet :

Pour créer le document suivant :

```
<?xml version="1.0"?>
<LIVRE>
  <TITRE>La Magicienne trahie</TITRE>
  <AUTEUR>Jean Van Hamme</AUTEUR>
  <EDITEUR>Le Lombard</EDITEUR>
</LIVRE>
```

```
< ?php
//création du document :
$document = new DomDocument() ;

//on crée l'élément principal <LIVRE>
$livre = $document ->createElement('LIVRE') ;
$document->appendChild($livre) ;

//on ajoute un <TITRE>
$titre = $document ->createElement('TITRE') ;
$livre->appendChild($titre) ;
//et son contenu :
$txt=utf8_encode("La Magicienne trahie") ;
$txt =$document->createTextNode($txt) ;
$titre->appendChild($txt) ;

//on ajoute un <AUTEUR>
$auteur = $document ->createElement('AUTEUR') ;
$livre->appendChild($auteur) ;
//et son contenu :
$txt=utf8_encode('Jean Van Hamme') ;
$txt =$document->createTextNode($txt) ;
$auteur->appendChild($txt) ;

//on ajoute un <EDITEUR>
$editeur = $document ->createElement('EDITEUR') ;
$livre->appendChild($editeur) ;
//et son contenu :
$txt=utf8_encode('Le Lombard') ;
$txt =$document->createTextNode($txt) ;
$editeur ->appendChild($txt) ;

// affichage du résultat
echo $document->save('fichier.xml');
```

1) Objet DOM - PHP : avec le flux

http://www.lesoir.be/feed/Actualit%C3%A9/Fil%20Info/destination_principale_block (lesoir.be)

- Créez un fichier « fluxdom.php » qui affiche uniquement les « titres » (à l'aide de la méthode `getElementsByTagName`)
- Créez un fichier « fluxdom2.php » qui affiche le titre et la description des articles.

3.2 Alertes

Surveillez le Web et soyez alerté de l'apparition de nouveau contenu intéressant. Par exemple, le suivi de l'évolution d'un sujet d'actualité, la réception d'informations sur les activités récentes d'un concurrent ou d'un secteur, le suivi de l'actualité d'une personnalité ou encore le suivi des résultats d'une équipe sportive, etc.

<http://www.google.fr/alerts>

Avec les alertes Google, vous êtes averti par e-mail (ou via un flux) lorsque de

<http://www.video-alerts.com>

<http://fr.mention.net>

<http://www.twilert.com>

<http://fr.alerti.com>

<http://alert.yahoo.com>

<http://www.talkwalker.com/fr/alerts>

nouveaux résultats correspondant aux termes que vous recherchez sont publiés (Web, actualités, etc.) .

Alertes vidéo.

Créez des alertes sur votre nom, votre marque, votre entreprise, vos concurrents et soyez informé de toutes les mentions sur le web et les réseaux sociaux.

Génère une alerte par mail dès qu'un message sur Twitter contient le mot-clé de votre choix est posté.

Alerti

Yahoo !Alertes (info : <http://www.wikihow.com/Set-Up-Yahoo-Alerts>)

Talkwalker Alertes « *Talkwalker Alertes - la meilleure alternative à Google Alertes, simple et gratuite* »

3.2.1 Génération d'alerte

Outre les outils qui permettent de générer automatiquement vos flux RSS, il existe des outils qui propose une alerte mail à partir de pages web ou de sites tel que :

- WatchThatPage (www.watchthatpage.com) permet de surveiller les changements intervenus sur une page.
- ChangeDetect (<http://www.changedetect.com>) envoie une alerte Email dès qu'il trouve un changement sur une page (gratuit pendant 1 mois !).
- <http://www.changedetection.com> Alerte Email automatique.
- <http://www.followthatpage.com>
- <http://www.infominder.com>

4. Autres outils/sites utiles à la veille

<http://www.abondance.com>

l'actualité et l'information sur le référencement (SEO) et les moteurs de recherche.

<https://fr.surveymonkey.com/>

Survey monkey (création de sondage).

<http://fr.jimdo.com/>

Jimdo (création d'un blog – très facile à prendre en main).

<http://mailchimp.com/>

Mailchimp (création de newsletter).

<http://www.nitropdf.com>

Créer des pdf.

<http://www.dopdf.com>

<http://www.pdfunlock.com>

Lève les protections des documents pdf.

<http://www.klout.com>

Indice de visibilité

<http://presence.youseemii.fr/>

<http://www.howsociable.com>

www.socialmention.com

(www.socialmention.com/preferences pour définir la langue des résultats)

5. E-Réputation

« Il est important d'intervenir rapidement et de manière appropriée au risque encouru. Donner des explications nécessaires de manière simple, pragmatique et sans agressivité. Le recours juridique est une option mais elle doit être envisagée en dernier lieu, car l'impact en terme d'image pourrait s'avérer encore plus négatif. Dans la réponse l'entreprise devra toujours rester directe et transparente : reconnaître ne pas avoir ou avoir commis une erreur, plutôt que de nier ou ne pas répondre. »

http://www.reputation.axiopole.info/wp-content/uploads/2008/11/AECOM_dossier_reputation_numerique.pdf

5.1 Personnal Branding

« Le marketing personnel exprime le fait de créer et de gérer sa propre marque, rattachée à un individu et non à un produit. Cette marque personnelle est l'addition d'une réputation et d'une identité professionnelle. »

http://fr.wikipedia.org/wiki/Marque_personnelle

Alex Türk : « Concernant Facebook, je suis extrêmement inquiet, affolé même » par Christophe Alix

« Alex Türk, le président de la CNIL, la Commission nationale de l'informatique et des libertés réagit à la nouvelle affaire Facebook qui entendait s'arroger un droit de propriété à vie des données des internautes, y compris des années après avoir quitté le réseau social. Ce sénateur du Nord (divers droite), maître de conférence de droit public, dit son pessimisme devant le peu de considération des acteurs de l'Internet pour la protection et l'intégrité des données personnelles.

Quelle est votre réaction lorsque vous entendez qu'un réseau social fréquenté quotidiennement ou presque par 175 millions d'utilisateurs déclare que les données publiées seront désormais sa propriété à vie ?

Je suis extrêmement inquiet, affolé même. Il faut que les jeunes qui utilisent ces réseaux sociaux comme Facebook comprennent qu'il n'y a aujourd'hui aucune garantie de maîtrise des informations qu'ils mettent à disposition sur ces sites, aucune protection juridique d'aucune sorte. Licence ou pas, ma première réaction est de recommander à tout le monde la plus grande attention.

Que peut-on faire de plus ?

Si l'on va plus loin, ce qui est notre rôle à la CNIL, il faut s'attaquer à ces questions sous l'angle juridique. Et le problème, c'est qu'il y a un fossé abyssal aujourd'hui entre la conception américaine des données personnelles qui sont pour eux des données purement commerciales et la conception européenne où il s'agit d'attributs de nos personnalités. Chez eux, on fait du « profiling », on ne fixe pas de durée ou de limite à l'exploitation de ces données ou à leur propriété.

On ne peut pas les amener à changer d'avis ?

Les sociétés de droit américain qui dominent l'Internet ne se sentent pas tenues par les réglementations européennes et la moitié de mon activité aujourd'hui consiste justement à solutionner ce problème en parvenant à un « modus vivendi » juridique avec les Américains. Avec le groupe « Article 29 » qui regroupe les 27 CNIL de l'Union européenne, on essaie actuellement de se mettre d'accord sur une recommandation qui pourrait sortir au printemps.

Que dit-elle ?

Elle fixera des règles en indiquant à tous ces réseaux sociaux ce qui nous paraît raisonnable. Ce ne sera pas une loi contraignante mais pas non plus un simple cadre informatif. Ce sera la norme européenne en la matière et on ne peut qu'espérer que ces acteurs économiques l'appliqueront avec fair-play afin notamment, de ne pas nuire à leur réputation. En attendant, prudence...

Quels sont les domaines où l'absence de contrôle et de protection des données personnelles ont les conséquences les plus dommageables ?

Depuis quelques semaines, nous sommes submergés par les affaires liées aux problèmes de recrutement. Les recruteurs, et comment pourrait-on leur en vouloir à part sur un plan strictement éthique, utilisent de manière systématique les moteurs de recherche et les réseaux sociaux pour pister leurs candidats à un emploi. Le CV devient quelque chose de complètement accessoire. Or, ce que l'on a fait à 20 ans ne doit pas vous gêner dix ans plus tard lorsque vous cherchez un boulot, alors même que vous avez changé, évolué. C'est ce que j'appelle la menace de la dilatation du présent numérique, une véritable bombe à retardement dont on commence à peine à prendre conscience. A la CNIL où nous recrutons beaucoup en ce moment, nous avons pris un engagement : ne « facebooker » personne. Même si c'est parfois très tentant !

Chacun en somme doit avoir le droit à un oubli numérique...

Mais c'est la loi en Europe, pas un concept philosophique ! La maîtrise des informations publiées dépend de vous ou de vos amis mais pas leur durée de conservation qui dépend des sites. C'est pourquoi nous avons des discussions avec les moteurs de recherche pour les amener à réduire cette durée. On pense que six mois est quelque chose de bien pour Google par exemple, alors qu'eux restent sur 9 mois. L'important, c'est que l'on discute et c'est ce à quoi il faut parvenir avec ces nouveaux réseaux sociaux afin de parvenir là aussi à des durées de conservation des données raisonnables.

Ce phénomène n'est-il pas accentué par la gratuité quasi-généralisée de tous ces sites qui n'ont d'autre moyen, pour rentabiliser leurs activités, que d'exploiter de manière systématique et parfois abusive ces données personnelles ?

C'est très révélateur, on parle toujours d'utilisateurs sur ces sites, ou de membres, jamais de clients. Et à la différence du droit commercial classique, les choses ne sont pas claires du tout alors que l'on est dans un échange quasi-contractuel. Vous me donnez vos données personnelles, vous acceptez que je puisse les commercialiser et en échange vous ne me devez rien pour accéder au service ! Les acteurs de l'Internet jouent aujourd'hui sur cette ambiguïté et c'est malsain. Il faut d'urgence inventer les nouveaux concepts juridiques qui permettront de clarifier cette situation,

de définir un droit de l'internaute. Mais je le répète : ce que je vois aujourd'hui ne me pousse pas du tout à l'optimisme. »

<http://www.ecrans.fr/Alex-Turk-Concernant-Facebook-je,6448.html>

5.1.1 Moteurs de recherche de personne

Le premier réflexe sera de chercher une personne via un moteur de recherche comme google.

La recherche efficace consiste à utiliser correctement l'opérateur booléen « OR », par exemple :

« Bruno Martin » OR « Martin Bruno »

<http://www.pipl.com/>

<http://webmii.com/>

<http://www.peekyou.com/>

<http://www.youseemii.fr>

<http://www.zoominfo.com/search>

<http://www.zabasearch.com/>

<http://www.lullar.com>

<http://www.1307.be>

« Social Friend Finder (SFF) » → extension firefox pour rechercher des informations sur une personne

Googler vos patronymes, entourage, adresse et numéro de téléphone, Email, pseudonyme sur Internet avoir de voir quels sont les informations qui circulent sur vous...

pipl
WebMii
All the web about me
PeekYou

YouSeeMii

ZoomInfo

« People Search. Honestly Free! Search by Name.

Find People in the USA. Free People Finder »

Recherche une personne à partir de son adresse Email

Recherche par numéro de téléphone

Ce que vos amis révèlent de vous...

Un chercheur⁶ a émis l'hypothèse qu'on peut déterminer l'identité d'un individu en fonction du principe d'Homophilie (qui se ressemble, s'assemble...) : Même si on ne dévoile aucune information sur les réseaux sociaux, l'analyse de son réseau de contacts pourra donner des indices sur la personne (âge, religion, etc...)

<http://atelier.net/fr/articles/lidentite-de-linternaute-sociale-se-decouvre-relations>

5.1.2 Outils pour « faire » parler de vous

Blog, vidéo, site dédié, réseaux sociaux, indiquer son commerce sur google Maps, donner des avis sur vos services...

5.1.3 Recruter sur Internet

Selon une collaboratrice d'une agence de communication de Genève : «Nous hésitions entre deux candidats de qualité équivalente. Par curiosité, je suis allée voir leurs profils sur Facebook. Le premier était privé, je n'ai donc pas pu le consulter. Le second était public. Le candidat avait plus de 300 amis, dont une vingtaine de journalistes spécialisés dans les domaines qui nous intéressent. Difficile de dire dans quelle mesure cela a influencé la décision finale, mais c'est lui qui a été choisi.» Tribune de Genève, 5 mai 2008

5.1.3.1 Trouver un emploi avec les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux modifient les entretiens de recrutement

© Dominique Santrot / CIDJ

Les réseaux sociaux, Facebook, Twitter, Viadeo ou LinkedIn, commencent à changer le regard des recruteurs lors des entretiens. Avant de vous rencontrer, en visitant vos comptes et publications en ligne, ils ont déjà une petite idée de vos compétences et de votre personnalité. Des entretiens plus directs et plus personnels en perspective.

"Même si la majorité des recrutements ne se font pas sur les réseaux sociaux, ces nouveaux outils changent les règles du jeu entre les entreprises et les candidats",



⁶ David Gayo-Avello, Université d'Oviedo, Espagne

avance Franck La Pinta, responsable marketing web et RH 2.0 du Groupe Société Générale.

En consultant vos profils Facebook, Twitter, Viadéo ou LinkedIn, en vérifiant ce que Google remonte de vous, en lisant vos commentaires et tweets sur l'actualité d'un secteur, les recruteurs peuvent vérifier votre intérêt et votre pertinence dans un domaine. Les échanges lors de l'entretien d'embauche s'en trouvent alors plus directs et intéressants.

Aller plus vite à l'essentiel lors de l'entretien

"Avant de rencontrer un candidat en entretien, nous voyons rapidement ses profils et publications sur les réseaux sociaux, ce qui donne souvent l'occasion de rebondir sur une initiative ou un projet que le candidat a mené à bien," explique Julien Cotte, directeur du recrutement et de la mobilité de Logica France.

Votre présentation sur les réseaux sociaux compte donc beaucoup et permet aux recruteurs d'aller plus rapidement à l'essentiel ou d'aller plus loin sur certains aspects lors de l'entretien.

N'hésitez pas à avoir un dialogue sur les pages Facebook ou Viadeo de l'entreprise, cela vous préparera aux entretiens qui suivront.

"Si vous avez postulé dans l'entreprise grâce à ce que vous avez vu d'elle ou aux échanges que vous avez avec elle sur les réseaux sociaux, signalez-le pendant l'entretien. Cela montrera une capacité d'innovation dans votre manière de communiquer et de postuler", ajoute Julien Cotte.

Concrétiser la relation commencée sur les réseaux sociaux

"Je pense que d'ici peu, l'entretien deviendra la concrétisation de la relation créée sur les réseaux sociaux, analyse Julien Cotte. Même si pour le moment tous les recruteurs ne sont pas encore très actifs sur les réseaux sociaux, nous sommes au début de ce grand changement".

Il sera donc plus simple et rapide de savoir si la collaboration peut fonctionner ou pas, puisque chaque partie se connaîtra mieux et comprendra les attentes de l'autre.

Peut-on imaginer qu'un jour le processus de recrutement ne se passe que sur Internet ? Pas sûr... Selon Franck La Pinta, les échanges virtuels ne remplaceront pas les échanges réels car "les recruteurs ont besoin de rencontrer les personnes pour savoir qui elles sont".

"A compétence égale" (<http://www.acompetenceegale.com>) est une association Française regroupant des cabinets de recrutement autour de la lutte contre les discriminations. Elle a créé la "Charte réseaux sociaux, Internet, vie privée et recrutement". Les 109 signataires de cette charte, dont Manpower Professional, Adecco Medical, l'Apec, Viadeo..., s'engagent à utiliser les réseaux sociaux exclusivement pour la seule diffusion d'offres, à ne pas les utiliser à des fins d'enquête sur des candidats, à ne pas collecter d'informations d'ordre personnel et à sensibiliser et former les recruteurs sur la nécessité de ne pas collecter ni tenir compte de telles informations.

<http://www.jcomjeune.com/trouver-un-emploi-grace-aux-reseaux-sociaux/en-quoi-les-reseaux-sociaux-changent-ils-l-entretien-d-embauche>

5.1.3.1.2 LinkedIn, Facebook, Google+ : l'importance du profil

Il est important de remplir précisément sa fiche descriptive pour donner envie aux personnes du réseau de vous contacter et donner la possibilité de savoir rapidement ce que vous cherchez.

- Sous linkedin, dans sa fiche, le cadre peut décider de faire remplir l'onglet « Recommendations » : il s'agit de références professionnelles. Un ancien manager ou contact professionnel peut rédiger dans cet espace une recommandation.

<http://www.jcomjeune.com/trouver-un-emploi-grace-aux-reseaux-sociaux/viadeo-linkedin-l-importance-du-profil>

- Sur Facebook, pensez à bien gérer votre vie privée si vous cherchez un emploi :
« Facebook, gérer sa vie privée quand on cherche un emploi »
<http://www.jcomjeune.com/trouver-un-emploi-avec-les-reseaux-sociaux/facebook-gerer-sa-vie-privee-quand-on-cherche-un-emploi>
- Poster comme un pro sur Google+ <http://fr.slideshare.net/lepagegilles/gplus-poster-tutoriel130117>

5.2 Conseils pour une utilisation professionnelle des réseaux sociaux

5.2.1 Facebook

1) Pourquoi créer une page Facebook professionnelle?

- ÉCHANGER pour créer de l'interaction avec vos clients, partager sur vos produits, vos projets, vos coups de cœur et les faire réagir.
- ÉCOUTER pour mieux comprendre les attentes de vos clients : recueillir leurs témoignages, leurs questions, leurs critiques ou leurs éloges.
- FAIRE GRANDIR VOTRE RÉSEAU pour gagner en visibilité. Si vous parvenez à développer une véritable communauté avec vos Facebook fans, ils seront fiers de partager à leur tour vos informations sur leur profil.

- 2) Est-ce que c'est compliqué ?
 - Non, une page Facebook professionnelle se crée en quelques clics. Ensuite, il suffit de l'alimenter avec un contenu de qualité.
- 3) Est-ce que ça prend du temps ?
 - 5 min par jour! Le plus important est de l'animer régulièrement pour développer sa communauté et la faire vivre. Inutile d'y passer des heures, un lien, une question, une information sur un nouveau produit suffisent
 - La fréquence est importante. Donnez de vos nouvelles minimum 3 fois par semaine pour garder contact avec vos adeptes.
- 4) Est-ce que c'est cher ?
 - Totalement gratuit, vous faites jeu égal avec les grandes entreprises et leurs budgets faramineux. En revanche, si vous souhaitez faire de la pub pour votre page, il faut ouvrir un peu le porte-monnaie.
- 5) Encore des conseils ?
 - 1) Créez une page d'accueil/landing page (<http://easy-socialmedia.com/comment-creeer-votre-landing-page-facebook-gratuitement-et-facilement/>).
 - 2) Soignez votre photo.
 - 3) Invitez vos amis pour vous lancer.
 - 4) Interagissez minimum 3x par semaine!
 - 5) Interpellez vos fans: sondages, questions, appel à témoignage.
 - 6) Donnez, donnez, donnez! Des articles, des anecdotes, des vidéos.
 - 7) Variez le contenu.
 - 8) Suivez vos statistiques.

5.2.2 Twitter

- 1) Pourquoi créer un profil Twitter en tant que professionnel?
 - GAGNER EN VISIBILITE : Twitter est un mégaphone qui permet via quelques mots d'accroître sa notoriété et de solliciter les foules en temps réel. Idéal pour créer du trafic autour de votre entreprise.
 - CREER UNE PLATEFORME D'EXPERTS : Twitter est un outil d'échange d'informations, entourez-vous d'experts et posez-leur vos questions pour bénéficier de leur savoir-faire.
- 2) Est-ce que Twitter vaut le coup pour un entrepreneur?
 - Un seul chiffre : 105 000 000.
 - Avec 105 000 millions d'utilisateurs Twitter est le réseau social qui connaît la plus forte croissance. L'objectif pour 2013 est d'atteindre 1 milliard de membres: 1 personne sur 7!
- 3) Est-ce que c'est compliqué ?
 - Twitter est encore plus facile que Facebook, c'est dire. Un profil Twitter se crée en quelques clics, une photo et quelques lignes de description et vous voilà prêts. Ensuite, il suffit de l'alimenter avec vos tout premiers tweets.
- 4) Est-ce que ça prend du temps ?
 - Il est très rapide de créer un profil Twitter, mais le plus important est de l'animer régulièrement pour maintenir sa visibilité et continuer à recruter.
 - Pour cela, la fréquence est importante, en particulier sur Twitter où les gens interviennent plusieurs fois par jour. Plus vous tweetez, plus vous aurez de personnes qui vous suivent.

Utiliser Twitter de manière professionnelle : <http://www.jcomejeune.com/trouver-un-emploi-grace-aux-reseaux-sociaux/utiliser-twitter-de-maniere-pro>

5.2.2.1 Outils pour twitter :

<http://www.tweetbinder.com/> statistique hashtag

<http://twittercounter.com/> statistique

<http://followerwonk.com/> trouver des contacts pertinents à suivre

<http://manageflitter.com/>

<https://tweetdeck.twitter.com/> diffuser et suivre sa veille

Liste des principaux opérateurs pour le moteur de recherche de Twitter :

Opérateur	Exemple	Trouve les tweets
Sans opérateur (par défaut)	Informatique réseau	Contenant à la fois « informatique » et « réseau »
Guillemets " "	"intelligence économique"	Avec l'expression exacte « intelligence économique »
OR	digital OR numérique	Contenant soit « digital » soit « numérique » (ou les deux)
#	#veille	Contenant le hashtag « veille »
From:	From:hanaka	Envoyé par l'utilisateur « hanaka »
To:	To:hanaka	Envoyé à l'utilisateur « hanaka »
@	@hanaka	Avec comme référence l'utilisateur « hanaka » (cet utilisateur est mentionné dans le tweet).
-	veille -ecran	Contenant le mot « veille », mais pas le mot « écran ». L'opérateur - va être particulièrement utile pour réduire le bruit généré par les retweets (exemple: veille -RT).

<https://search.twitter.com> permet de créer un flux RSS à partir d'une recherche sur Twitter (*Feed for this query* Après avoir fait la recherche.)

5.2.3 LinkedIn

1) Pourquoi créer un profil LinkedIn?

- Développer votre réseau professionnel : Intégrez vos connaissances à votre réseau puis suivez leur parcours professionnel en direct: nouveau poste, changement d'activité, participation à un groupe d'intérêts communs...
- Augmenter votre visibilité en ligne via leur excellent référencement sur les principaux moteurs de recherche.
- Accéder à des groupes d'expertise: vous pouvez adresser vos questions ou démontrer votre savoir-faire.

2) LinkedIn en quelques chiffres?

- LinkedIn c'est le numéro 1 mondial dans son domaine avec 100 millions d'utilisateurs représentant 170 industries. Inutile de vous dire que toutes les grandes marques internationales et les experts y sont présents.

3) Est-ce que ça prend du temps ?

- Il n'est pas compliqué de créer un profil LinkedIn en revanche pour qu'il soit efficace, il faut prendre le temps de bien le remplir. S'adapter au modèle en ligne, trouver les mots justes pour être à la fois percutant et concis, travailler les mots-clés pour gagner en visibilité.
- Par la suite, une visite hebdomadaire suffit pour suivre les activités de votre réseau, participer à vos groupes et inviter vos nouveaux contacts.

4) Est-ce que c'est cher ?

- Il existe plusieurs niveaux, un niveau gratuit qui suffit amplement et des niveaux payants si vous souhaitez bénéficier de fonctionnalités additionnelles.

- 1) Remplissez votre profil linkedin à 100% suivez la petite jauge!
- 2) Personnalisez votre URL LinkedIn simplifiez-la pour qu'elle soit mémorisable!
- 3) Optimisez le titre de votre profession : soyez percutants et pensez aux mots clés!
- 4) Personnalisez le nom de vos sites web (blog, sites web...à nouveau insérez vos mots clés).
- 5) Exploitez les applications LinkedIn sortez du lot en incluant des présentations, votre blog...
- 6) Entrez en contact avec d'autres profils LinkedIn. Invitez vos collègues, connaissances...
- 7) Demandez des recommandations! Un véritable gage de qualité pour vos futurs clients.
- 8) Inscrivez-vous à des groupes! Partager et faire valoir votre expertise.
- 9) Participez à LinkedIn réponses (answers). LinkedIn Answers répertorie les questions des internautes, les experts tels que vous y répondent librement!
- 10) Faites votre promotion insérez le lien vers votre profil dans toutes vos communications.

<http://easy-socialmedia.com/optimisez-votre-profil-linkedin-10-conseils-et-astuces/>

5.2.4 Google +

Comment bien utiliser et démarrer sur Google+

- Suivre l'actu de vos sites préférés : il vous suffit de « cercler » les pages Google+ de vos sites et sources d'infos préférés pour vous constituer ainsi un outil de veille qui vous permettra de tout surveiller en un coup d'oeil. Et comme ça se passe dans un cercle à part, ça ne pollue pas votre timeline.
- Créer un cercle pour vos super potes, vos « potes vite faits », les vagues connaissances, et vos collègues. Et comme ça, vous partagez ce que vous voulez au cercle que vous voulez, sans jamais rien mélanger.
- Rejoindre une communauté Google+ : version moderne des forums à l'ancienne, ça vous permet de discuter avec des passionnés sur vos centres d'intérêt préférés. Cuisines, voyages, business, meufs, geeks, apprendre le tricot : tout ce que vous voulez.
- Utiliser Google+ pour téléphoner / visioconférencer gratuitement. Vous avez de la famille à l'étranger ? Lancez un hangout Google+ (= un appel en vision conf). Le truc cool ? On peut faire ça à plusieurs. On peut même utiliser l'outil pour faire des conférences ou des ateliers à distance. (En gros c'est la mort de Skype !)
- Stocker vos sites et articles préférés : quand vous naviguez sur le net, si un contenu vous plaît, cliquez sur +1, et retrouvez ces sites et articles dans votre historique des +1, sur votre profil Google+.

5.3 Outils pour les réseaux sociaux

<https://hootsuite.com/> Le leader de tableaux de bord de médias sociaux pour la gestion et la mesure de vos réseaux sociaux

<http://linktally.com/> nombre de fois qu'un lien est partagé

<http://likealyzer.com/> gestion de votre page facebook

<http://www.socialbakers.com/> statistique mondiales

<http://nuzzel.com/> lien les plus partagés de vos contacts facebook et twitter

<http://socialshare.youseemii.fr/> popularité réseaux sociaux

6 Capacités terminales – Evaluation

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :

sur base d'une étude de cas validée par le chargé de cours développant une problématique de veille technologique et dans le respect des consignes données,

- de présenter devant le groupe-classe et via une technique de communication appropriée un rapport circonstancié.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- les degrés d'autonomie et d'autoformation atteints,
- le niveau de pertinence des critiques,
- le niveau de clarté de la présentation,
- la précision du vocabulaire de la veille technologique.

L'évaluation contiendra deux parties :

→ un **rapport circonstancié** (minimum de 8 pages) dactylographié et imprimé (soignés et clairs : titres, sous-titres, paragraphes, orthographe, etc.)

1. Une page de garde contenant
 - Nom, Prénom,
 - IFOSUP Wavre,
 - Titre du rapport
 - Nom, Prénom de l'enseignant,
 - Année académique
2. Une table des matières
3. Le corps du rapport comportera les points suivants :
 - a) Définition de la veille technologique en corrélation avec votre projet (veille commerciale, veille concurrentielle, veille juridique, veille stratégique, veille technologique, etc.)
 - b) Définition du plan de veille de votre projet,
 - c) Énumération et explication des outils de veille utilisés pour votre projet, ainsi que les résultats de vos recherches,
 - d) Énumération et explication des systèmes d'information utilisés pour votre projet,
 - e) Les résultats de vos recherches et collectes d'informations,
 - f) Des propositions concrètes pour votre projet (conclusion de la veille).
4. Bibliographie (*recopier et/ou s'inspirer d'un auteur sans mentionner la référence constituent un vol de propriété intellectuelle pur et simple.*)
5. Les annexe(s) éventuelle(s) (photocopie de formulaires, fiches, résultats d'enquêtes, etc.)

→ une **présentation orale** (+/- 30 minutes + questions/réponses)

Le rapport sera présenté au groupe-classe via une technique de communication appropriée (PowerPoint, Tableau blanc, etc.)