



Une fois vos sources identifiées, il s'agit à présent de découvrir et d'utiliser les outils qui vous permettront de les surveiller et de les exploiter :

- **configurer votre boîte mail pour faire de la veille ;**
- **organiser vos flux RSS pour construire et organiser votre veille ;**
- **réaliser votre veille avec les réseaux sociaux.**

## Ma boîte mail comme outil de veille ?

**Une boîte mail peut constituer un premier outil de veille**, laquelle se prête bien à la réception de lettres d'information, ou du sommaire du bulletin officiel, à condition toutefois d'être correctement paramétrée pour ne pas succomber au poids des courriels d'actualité. Il s'agit alors de structurer sa boîte mail, l'organiser en sous-dossiers, et mettre en place des filtres automatiques qui aiguillent les mails dans les répertoires dédiés.

- Avantages de ce système : on ne change pas d'écosystème, et vous disposez d'un accès unique à l'information.
- Inconvénients de ce système : le filtrage opéré porte seulement sur les mails, et n'atteint pas le contenu même des messages. Par ailleurs, les fonctions de capitalisation de l'information possibles sur cet outil peuvent s'avérer limitées.

Le tutoriel qui suit présente les fonctionnalités de la messagerie académique mais celles-ci se retrouvent dans tous les mailers. Leur accès peut cependant différer d'un outil à l'autre.

## PARAMÉTRER SA BOÎTE MAIL AFIN DE FAIRE DE LA VEILLE

*Cliquer sur l'image pour accéder au tutoriel (pdf 799 Ko)*

### **Faire sa veille avec les réseaux sociaux**

*Temps de consultation : 12 min*

Complémentaires aux outils de veille précédemment abordés, les réseaux sociaux peuvent aussi vous permettre de vous informer et suivre l'actualité d'un domaine. Vous trouverez ici quelques jalons vous permettant d'utiliser Twitter et LinkedIn.

Difficile aujourd'hui de faire sans les réseaux sociaux. Twitter, LinkedIn, Facebook, et tant d'autres sont devenus d'importants médiateurs d'informations, quand ils ne sont pas eux-mêmes incubateurs d'actualités.

En tant qu'outils de veille, ils vous permettent de :

- suivre une actualité en temps réel et non en différé ;
- vous appuyer sur le travail de veille de tierces-personnes, et/ou de vos pairs. On songera ici au rôle des "influenceurs" (des personnes reconnues sur les réseaux pour leur légitimité et leur importance dans leur domaine) ;
- suivre un événement en direct.

#### **Twitter : apprendre à lire et gérer son flux**

Lancé en 2006, [Twitter](#) est un réseau social qui permet de vous informer en vous abonnant à une série de comptes (personnels, professionnels, d'un organisme ou d'une institution), dont les publications respectives apparaîtront dans votre fil personnel dès leur publication.

Les informations ("tweets") publiées sur Twitter sont très hétérogènes, passant de l'information la plus officielle à la discussion la plus informelle au sein d'un groupe de personnes. Lorsque vous allez [créer votre compte](#) Twitter en renseignant les éléments sur cette page, on vous demandera alors de vous abonner à des comptes.

#### **Qu'est-ce qu'un tweet ?**

Un "tweet" est un message, qui peut contenir du texte, de la vidéo, de l'image, et qui désigne

toute publication sur le réseau Twitter.

Voici quelques éléments pour en comprendre son fonctionnement :



Légende du schéma :

- 1. "[Éducation nationale @educationFrance](#)" : cette information indique le nom du compte, suivie de l'adresse Twitter du compte précédée du symbole "@".
- 2. "[#ChangeonsLaDonne](#)" : dans l'univers Twitter, toute expression, sous la forme d'un simple mot ou d'une phrase sans espaces entre les mots, et accolée au symbole '#' correspond à un "hashtag" (ou "mot-dièse"). Il s'agit en fait d'un repère visuel et cliquable qui joue le rôle de mot-clef dans un fil Twitter. Cliquer sur un "hashtag" permet de faire apparaître tous les tweets dans lequel il est inscrit. Cette fonction est particulièrement appréciable pour suivre les réactions à un événement en direct.
- 3. En dessous du message du tweet apparaît un contenu qui parfois pointe vers l'extérieur de Twitter, sous la forme d'un site Internet (ici, il s'agit du [site education.gouv.fr](http://site.education.gouv.fr)). Il peut aussi s'agir d'une image consultable directement, ou d'une vidéo.
- 4. Cette petite pastille de validation bleue indique ici qu'il s'agit d'un compte officiel et certifié. Cela signifie que les auteurs du compte Twitter, en l'occurrence celui de l'éducation nationale, ont déposé une demande de certification auprès de Twitter qui a été validée après avoir réuni les éléments nécessaires pour prouver que ce compte émanait bien du ministère.

Twitter étant un réseau social à part entière, 5, 6 et 7 sont des commandes d'interaction :

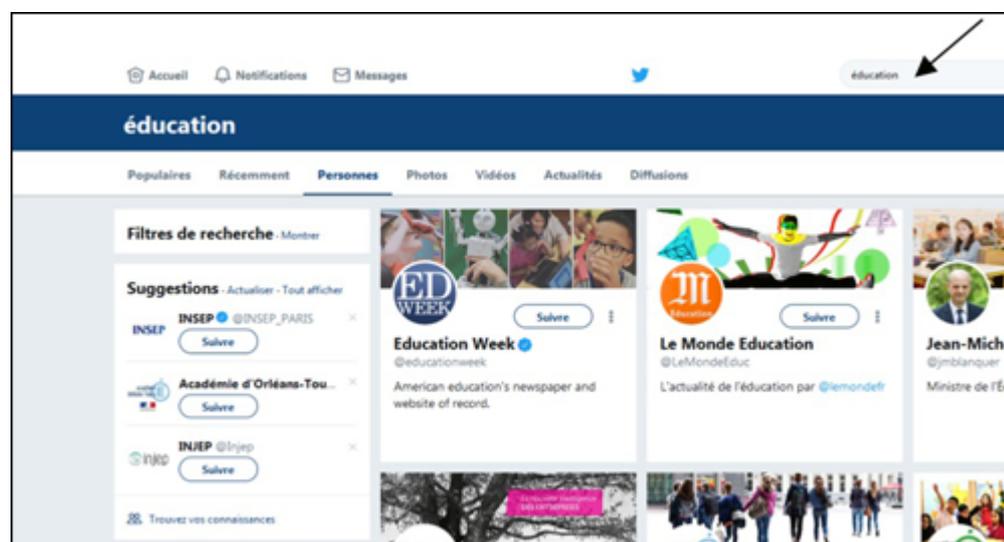
- 5. est la commande qui offre la possibilité si on le souhaite d'écrire un commentaire en dessous de ce tweet ;
- 6. permet de "retweeter", c'est-à-dire partager sur son propre compte ce tweet pour le montrer à sa communauté d'abonnés. Le nombre qui le jouxte indique le nombre de retweets dont il a déjà fait l'objet, un indicateur qui d'ailleurs permet aussi d'évaluer la popularité de cette information au sein du réseau.
- 7. permet simplement de déposer un "j'aime" à ce tweet. Cela permettra également de le sauvegarder dans l'onglet "j'aime" de votre propre compte, vous permettant ainsi de le retrouver ultérieurement.

### Quels comptes suivre ? Comment les trouver ?

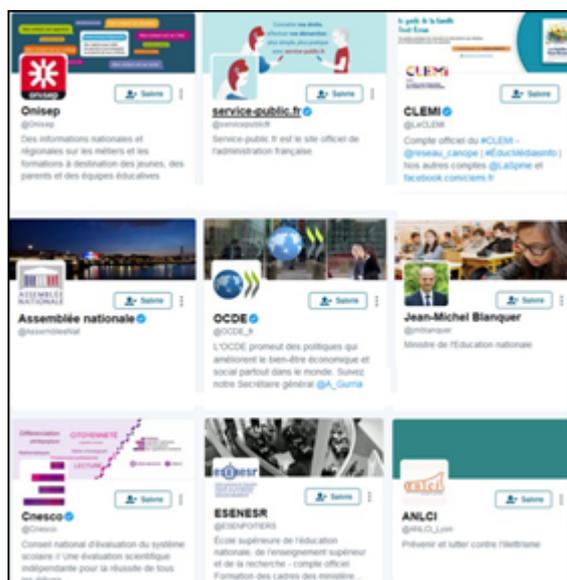
Les adresses des comptes Twitter sont toujours précédées d'un "@". À titre d'exemple, le compte de l'éducation nationale consacré au numérique s'intitule "[@Edu\\_num](#)" : dans ces conditions, comment les retrouver ? La méthode la plus rapide pour identifier des comptes consiste à passer par le moteur de recherche interne à Twitter situé en haut de la page.

Deux solutions pour trouver ou retrouver un compte :

- vous cherchez une personne en particulier : tapez son nom, et s'il existe, son compte vous sera proposé pour vous abonner ;
- si vous n'avez pas encore en tête de compte Twitter précis à suivre, tapez une thématique dans le moteur de recherche, puis cliquez sur l'onglet "personnes" pour aboutir à des suggestions de comptes en lien.



Exemples de comptes Twitter institutionnels

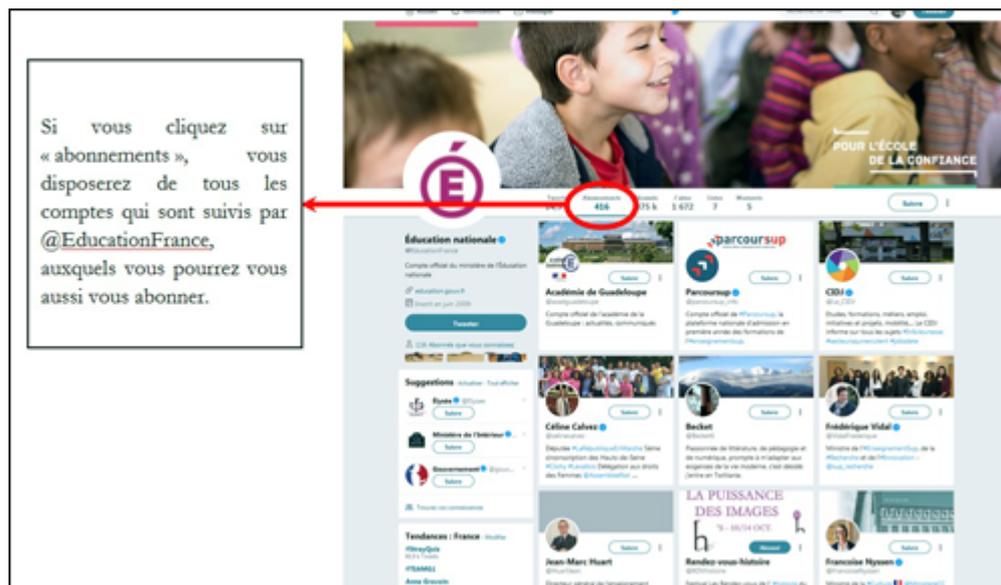


En utilisant le moteur de recherche de Twitter, vous retrouverez sur Twitter toutes les structures institutionnelles et personnalités qui relèvent des différents ministères. Les suivre donne accès à une information plus rapidement, parfois des actualités en coulisses, ou qui annoncent de futurs événements.

Vous retrouverez également tous les titres de presse qui vous permettront d'élargir votre veille.

Enfin, il est intéressant de suivre ce que l'univers des réseaux sociaux désigne sous le terme "d'influenceurs". Ce sont des "leaders d'opinion", particulièrement suivis sur les réseaux sociaux qui tirent leur succès de leur légitimité dans leur domaine, et dont l'avis compte dans le paysage médiatique, scientifique ou politique. Afin de les identifier, il est utile d'aller voir les abonnements des comptes importants que vous suivez.

Un exemple avec le compte Twitter de l'éducation nationale ([@educationFrance](https://twitter.com/educationFrance)) :

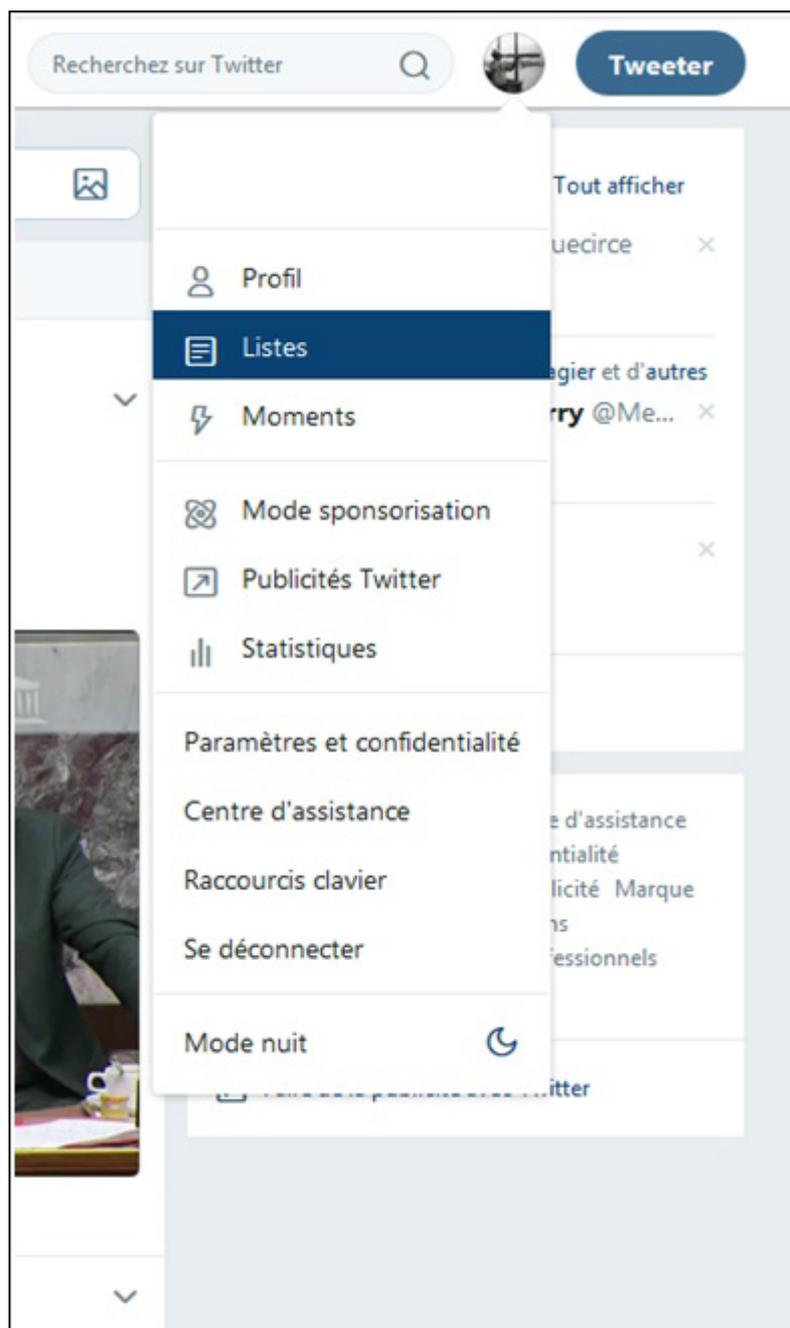


### Utiliser les "listes Twitter" : éviter d'être submergé par l'information

Lorsque vous vous serez abonné à un grand nombre de comptes Twitter, il est probable que vous vous sentiez noyé dans le flux d'information. Un remède à ce problème consiste à créer des "listes" : il s'agit d'une collection de comptes que vous compilez à votre guise, et qui ne présente que l'information générée par ces abonnements.

*Un exemple : vous souhaitez vous abonner au compte dédié à l'éducation du journal "Le Monde"*





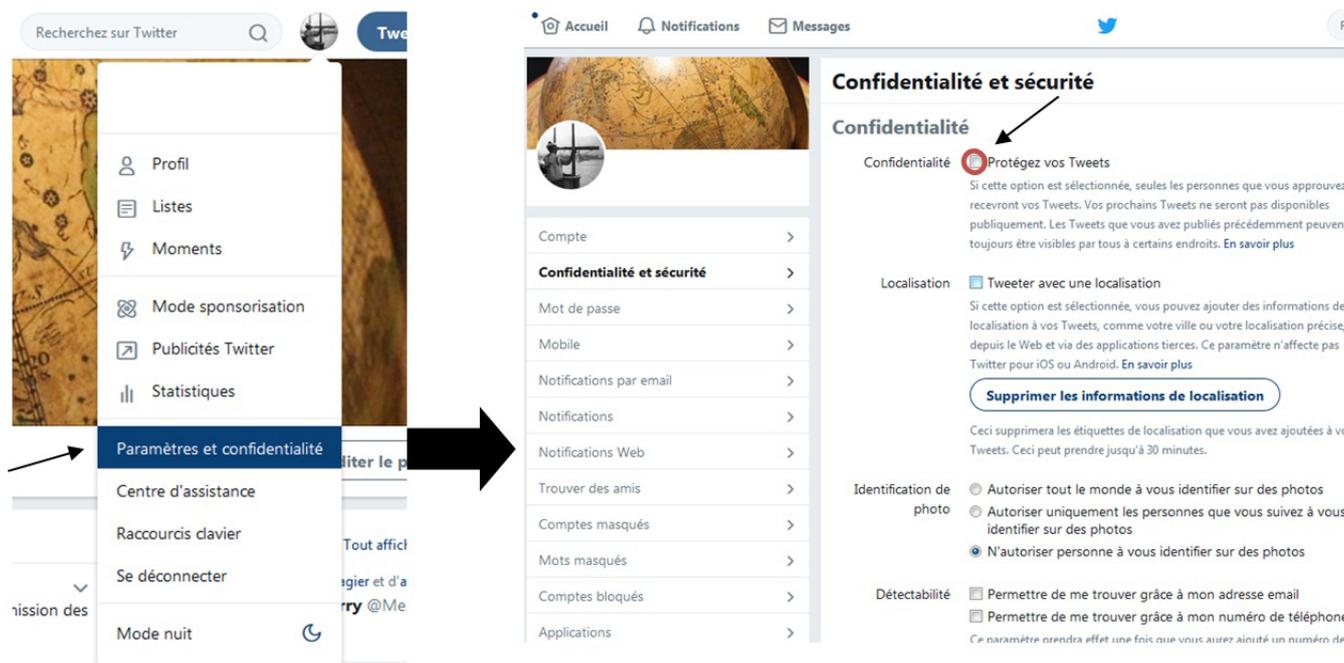
Il vous est proposé de créer une liste quand il n'en existe aucune créée par vos soins, ou bien d'ajouter une liste préexistante.  
Pour retrouver vos listes, cliquez sur l'icône de votre compte, puis sur "Listes".

Vous pourrez ainsi retrouver toute l'actualité produite par les comptes inscrits dans chacune d'elles

### Un compte public ou privé



Vous pourriez ne pas souhaiter donner à voir au grand public vos tweets et retweets, vos "j'aime", ou encore vos listes. Il est donc possible de paramétrer votre compte de façon privée.



Ainsi, les comptes souhaitant vous suivre seront obligés de vous envoyer une demande d'abonnement à votre compte, que vous aurez le loisir d'accepter ou non, pour qu'ils puissent accéder à vos propres tweets.

### LinkedIn : se tenir informé(e) directement via son réseau professionnel

Si Twitter se révèle être un réseau social grand public, LinkedIn se veut quant à lui un réseau purement professionnel. Initialement créé pour faciliter la mise en relation des recruteurs et des demandeurs d'emplois, les usages de ce réseau se sont élargis pour permettre des partages d'informations, et/ou d'expériences professionnelles. On cerne dès lors tout l'enjeu

d'un tel dispositif, faisant apparaître dans ses actualités des informations directement partagées ou produites par des pairs, dans une perspective professionnelle.

Se créer un compte, et créer son profil

Il s'agit tout d'abord de vous [créer un compte](#) au moyen d'une adresse mail et de vous connecter.

Débutent alors une série de questions succinctes auxquelles vous devrez répondre afin de renseigner votre profil, et permettre à LinkedIn de cerner plus précisément vos centres d'intérêt professionnels. Votre profil sera ensuite généré après avoir reporté un code de validation qui vous aura été envoyé dans votre boîte mail.

Il s'agira alors de compléter votre profil. Plus vous le remplirez finement, plus les propositions de mises en relation et d'actualités que vous fera LinkedIn seront personnalisées. Par la présentation de votre parcours professionnel et de la description de votre poste actuel, vous avez la possibilité de valoriser les compétences acquises et la richesse de votre parcours. N'hésitez pas à exploiter l'ensemble des possibilités proposées par la plateforme (formations suivies, compétences qui pourront être reconnues par vos contacts, centres d'intérêt, etc.).

Tisser son réseau de relations

À partir du moteur de recherche du réseau social, il vous est possible de trouver et suivre deux types de comptes sur LinkedIn :

- des pages alimentées par des actualités mises en ligne par une structure ou un groupe.



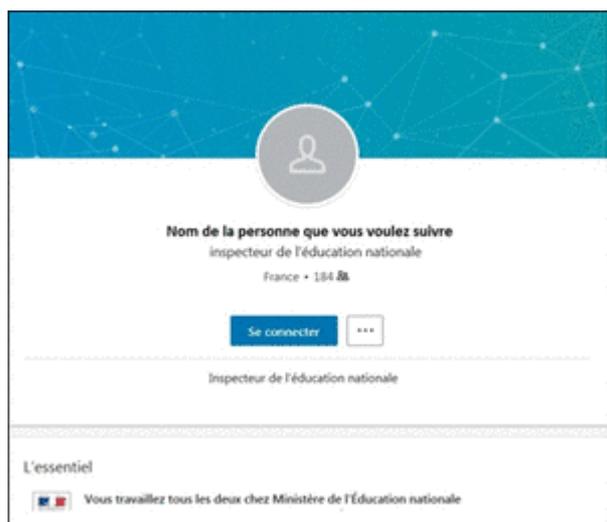
Il peut s'agir de pages institutionnelles, d'associations, d'entreprises, etc. Dès lors que vous "suivez" une page, toutes ses actualités apparaîtront dans votre fil d'actualité. LinkedIn est aussi un réseau social qui fera paraître les fiches de postes relatives à des offres d'emplois mises en ligne sur le réseau.

Capture d'écran réalisée en novembre 2018

- des comptes professionnels et individuels : ce sont le plus souvent des comptes personnels.



Quand vous êtes connecté(e) à votre compte LinkedIn, la plateforme vous propose de rechercher à partir de leur nom des personnes avec qui vous souhaitez être connecté(e) sur ce réseau.



Pour les suivre vous devrez leur soumettre une demande ("se connecter"), qui devra être acceptée par le destinataire. Il figurera alors dans votre réseau de relations. Vous aurez ainsi accès aux relations de votre nouveau contact.

Les personnes qui ont accepté votre invitation peuvent partager des informations émanant de leur réseau, ou bien produire directement du contenu sous la forme d'articles.

### Les différents types de publications sur LinkedIn

Au-delà de la fonction de veille inhérente aux réseaux sociaux, il peut être intéressant d'interagir avec sa communauté, soit en partageant ou commentant les informations publiées par les membres de votre réseau, soit en publiant vous-même des "posts" ou des "articles".

- le partage, le commentaire et le "like" :



Si vous souhaitez des informations, il suffit de vous rendre sur votre page d'accueil. Un champ vide apparaît par défaut tout en haut de la page :

- le "post" :



- l'article :

## Mon premier article

Publié le 15 mai 2018 [Modifier l'article](#) | [Voir les stats](#)

 **Mickael**  
Inspecteur chez Ministère de l'Éducation nationale  
1 article

 1  0  0  0

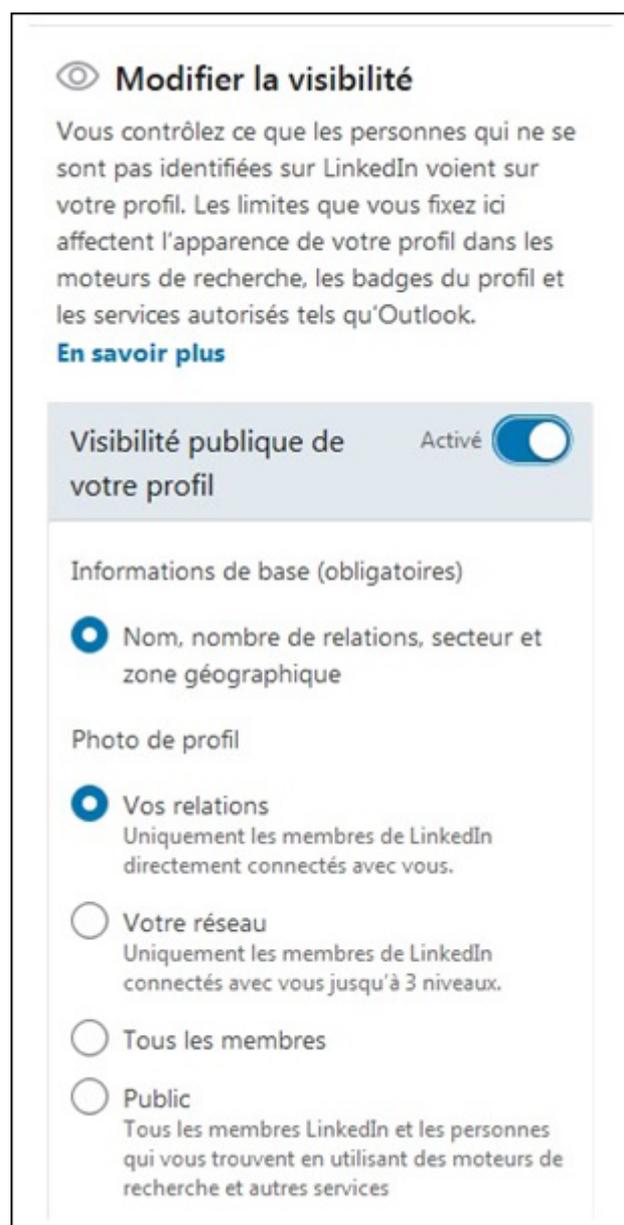
Le format "article" est **plus élaboré, plus argumenté**. Il permet des éléments de mise en forme. Il peut également intégrer :

- Des listes à puce,
- des contenus extérieurs : des liens vers d'autres pages, des vidéos, des images, des diaporamas ...

Les avancées en psychologie cognitive - Stanislas Dehaene



Pas envie de tout dévoiler sur le réseau ?



**Modifier la visibilité**

Vous contrôlez ce que les personnes qui ne se sont pas identifiées sur LinkedIn voient sur votre profil. Les limites que vous fixez ici affectent l'apparence de votre profil dans les moteurs de recherche, les badges du profil et les services autorisés tels qu'Outlook.

[En savoir plus](#)

Visibilité publique de votre profil Activé

Informations de base (obligatoires)

- Nom, nombre de relations, secteur et zone géographique

Photo de profil

- Vos relations  
Uniquement les membres de LinkedIn directement connectés avec vous.
- Votre réseau  
Uniquement les membres de LinkedIn connectés avec vous jusqu'à 3 niveaux.
- Tous les membres
- Public  
Tous les membres LinkedIn et les personnes qui vous trouvent en utilisant des moteurs de recherche et autres services

Vous pouvez limiter la visibilité à un cercle restreint. Pour ce faire, rendez-vous sur la page de votre profil, et cliquez sur "Modifier le profil public et l'URL" dans le bandeau à droite. S'ouvre alors une nouvelle page :

Il vous est alors possible d'indiquer à LinkedIn de masquer votre profil des résultats de moteurs de recherche.

Plus finement ensuite, vous pouvez définir l'ouverture de votre profil au sein du réseau LinkedIn à tous les membres du réseau, ou bien configurer une visibilité ne pouvant passer que par l'entremise de vos relations (de niveau 1 ou de niveau 3).

*Mise en ligne en novembre 2018 / mise à jour en mars 2021*

[Article précédent](#)

[Article suivant](#)

[Ajouter aux favoris](#)