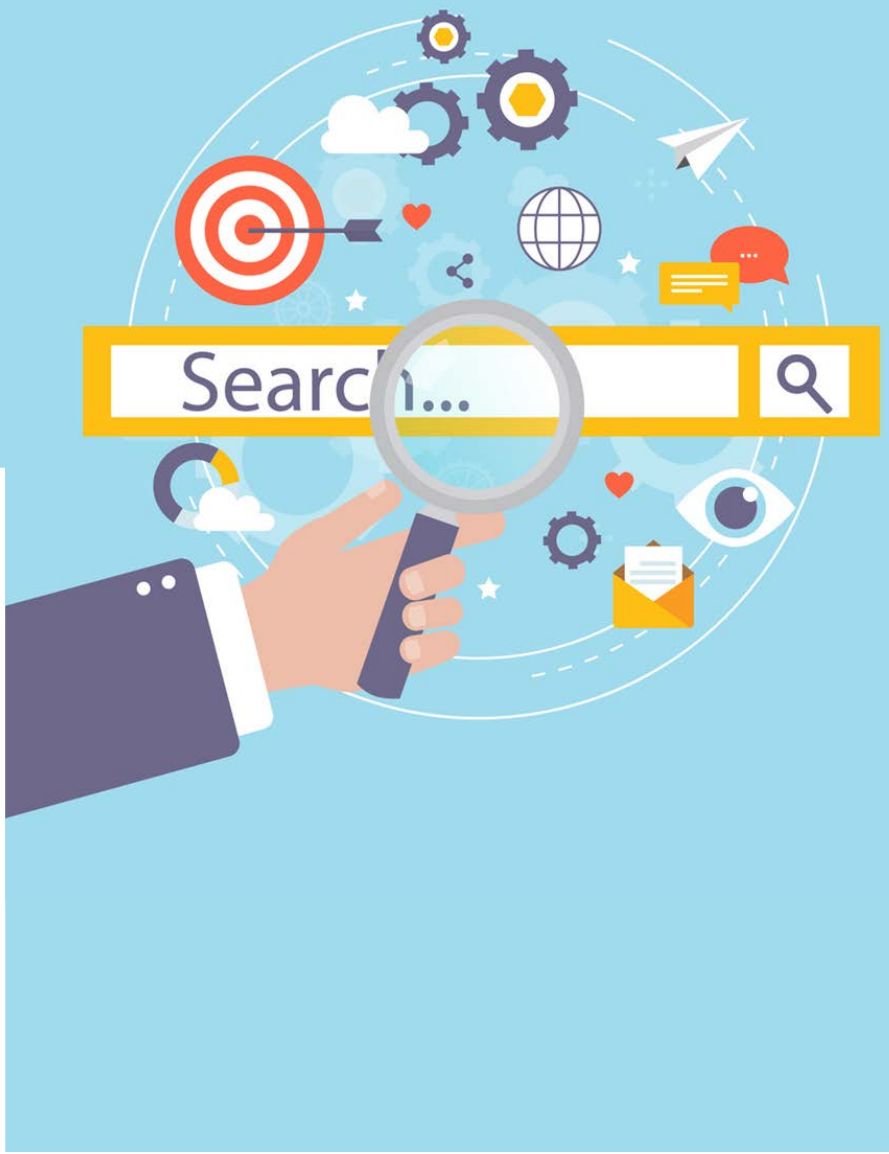
HERAULT OBJECTIF NUMERIQUE

VEILLE SUR SA STRUCTURE

AU-DELA DES AVIS CLIENTS - 17 FEVRIER 2020

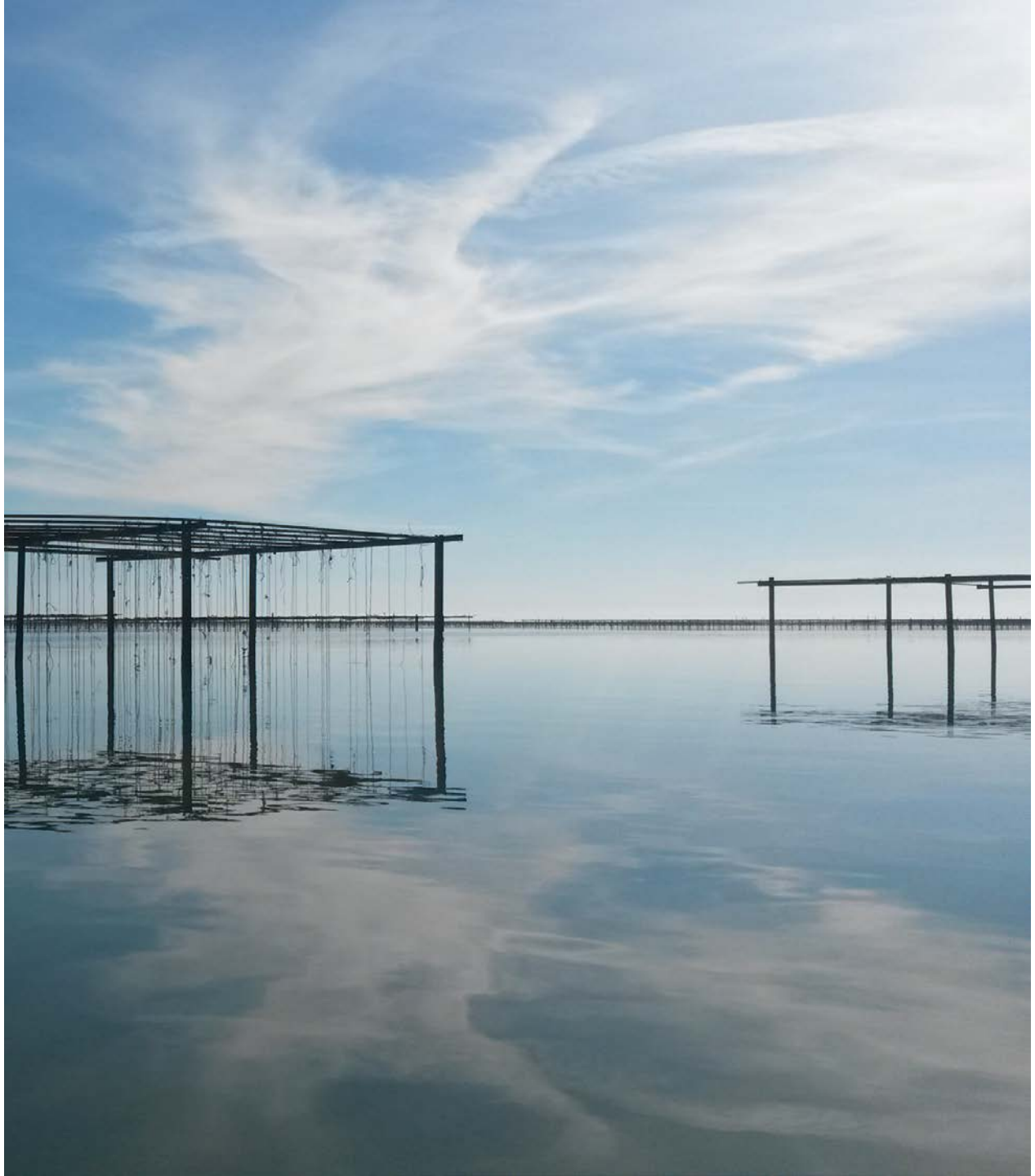


©Mathieu Vadot est l'auteur du contenu de ce document.
L'utilisation de celui-ci est strictement réservé au dispositif HERON.

VOS OBJECTIFS

POUR CET ATELIER

- Comprendre les enjeux de la veille
- Traduire votre champ d'action de veille en mots clés
- Mettre en place et maîtriser les outils de veille gratuits



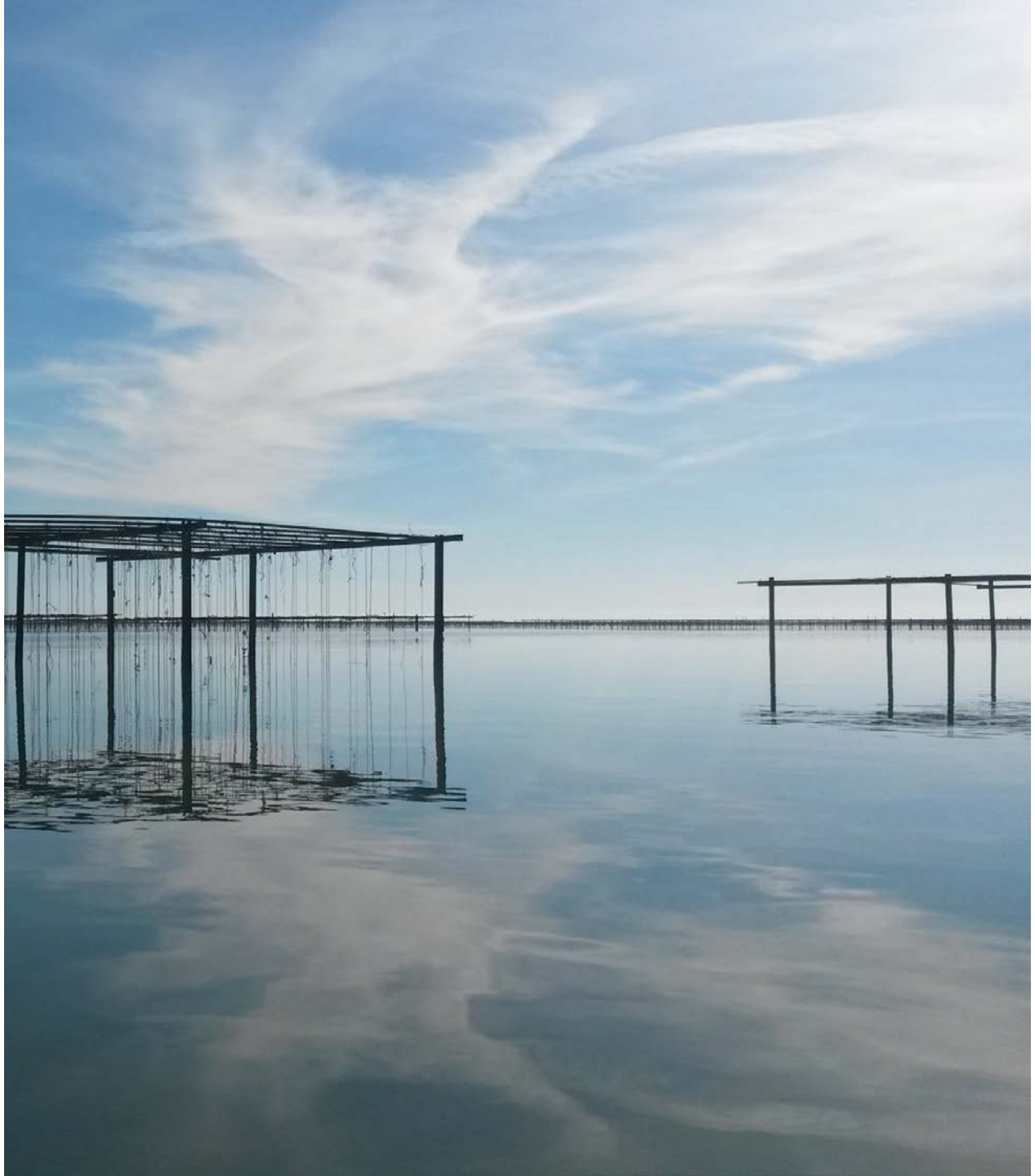
LE PROGRAMME

1- INTERET D'UN SYSTÈME DE VEILLE

2- MISE EN PLACE D'OUTILS D'ALERTES GRATUITS

3- PRATIQUE DES RECHERCHES GOOGLE

4- L'AGREGATEUR DE SOURCES D'INFORMATIONS



LE PROGRAMME

1- INTERET D'UN SYSTÈME DE VEILLE

2- MISE EN PLACE D'OUTILS D'ALERTES GRATUITS

3- PRATIQUE DES RECHERCHES GOOGLE

4- L'AGREGATEUR DE SOURCES D'INFORMATIONS

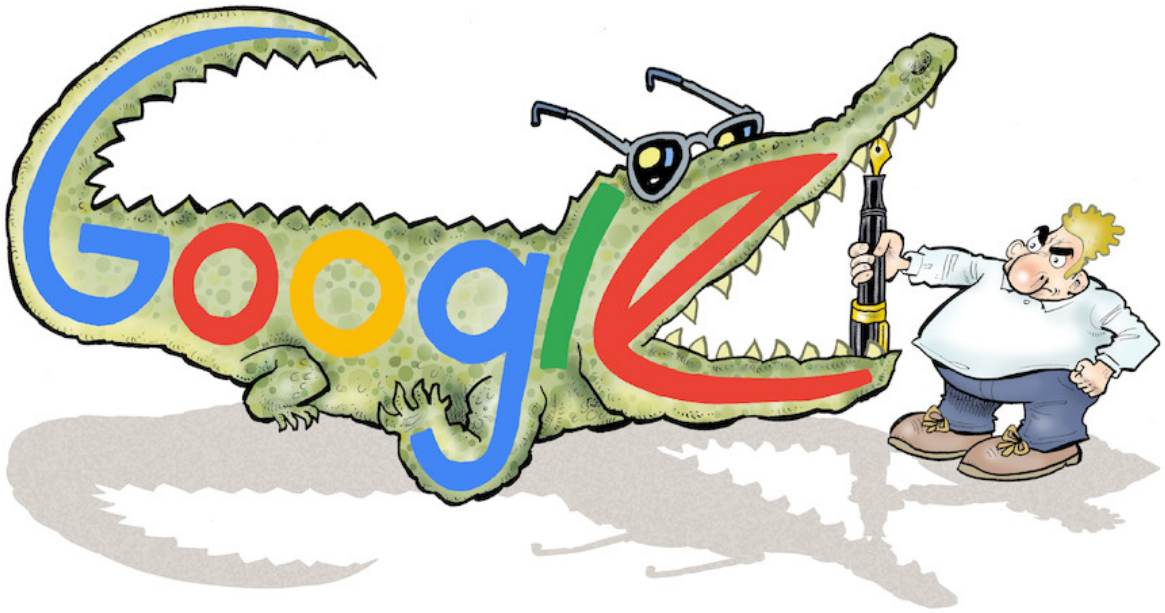
POURQUOI METTRE EN PLACE UNE VEILLE ?

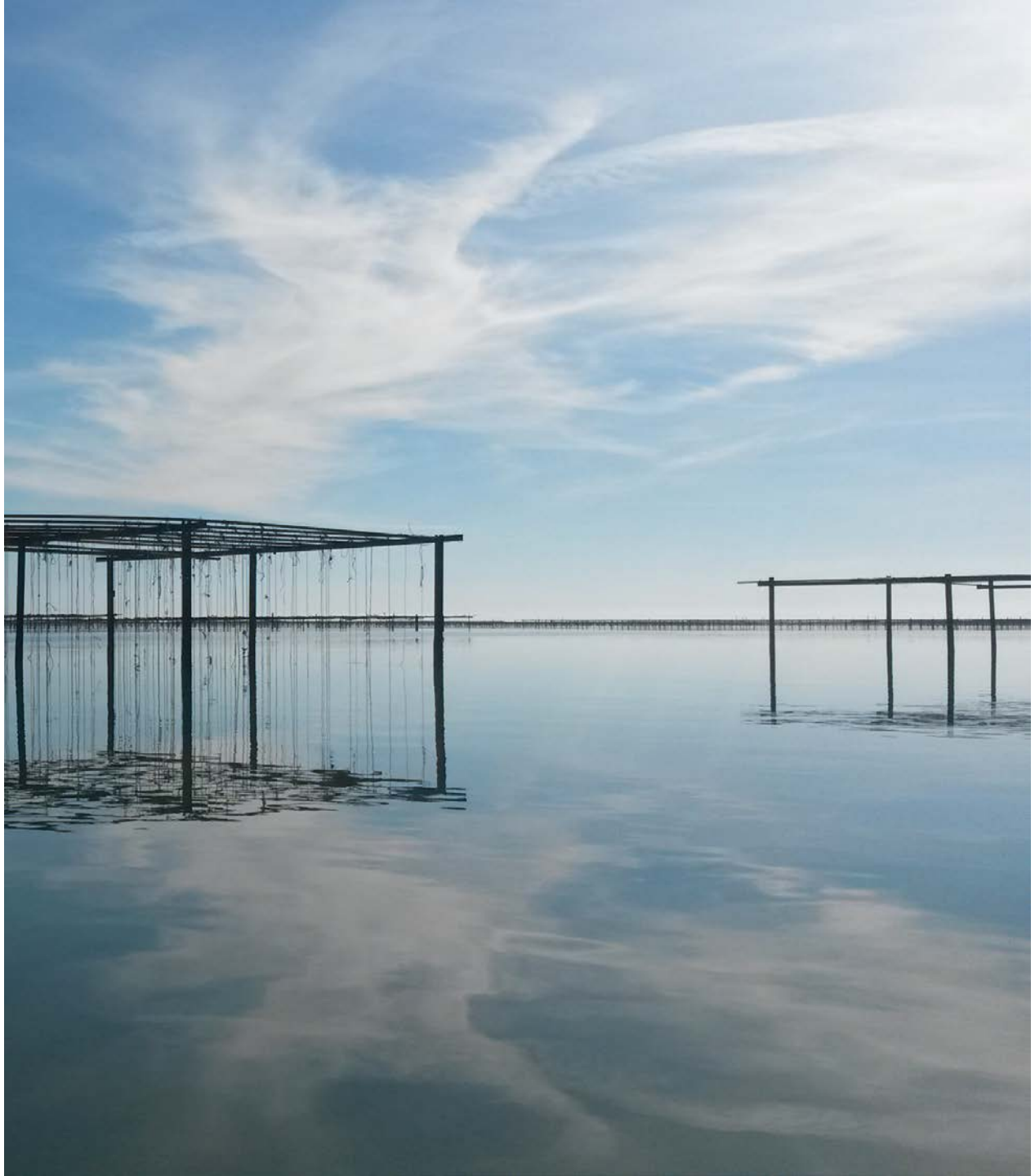
CONNAITRE LES ENJEUX

1. Pour **réagir rapidement** à ce qui se dit de vous (forums, commentaires…)
2. Pour **trouver des contenus** utiles pour alimenter vos réseaux sociaux
3. Pour **enrichir et adapter votre contenu** (vidéos, photos, mots clés…)
4. Pour **identifier des influenceurs**, prescripteurs ou ambassadeurs locaux
5. Pour connaitre l'**actualité locale** (projets, initiatives, événements…)
6. Pour **se tenir à jour des évolutions** de votre activité (règlement, innovation…)

« VOTRE ENTREPRISE N'EST PAS CE QUEVOUS EN DITES, MAIS CE QU'EN DIT GOOGLE »

CHRIS ANDERSON - 2010





LE PROGRAMME

1- INTERET D'UN SYSTÈME DE VEILLE

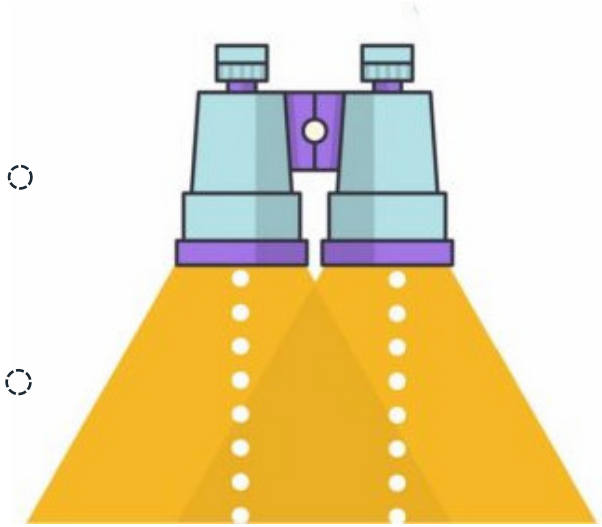
2- MISE EN PLACE D'OUTILS D'ALERTES GRATUITS

3- PRATIQUE DES RECHERCHES GOOGLE

4- L'AGREGATEUR DE SOURCES D'INFORMATIONS

DIFFERENTS OUTILS

SELON LES BESOINS ET ATTENTES



ALERTES

Google

talkwalkeralerts

MONITORING

feedly

RESEAUX SOCIAUX

RECHERCHE

hootsuite

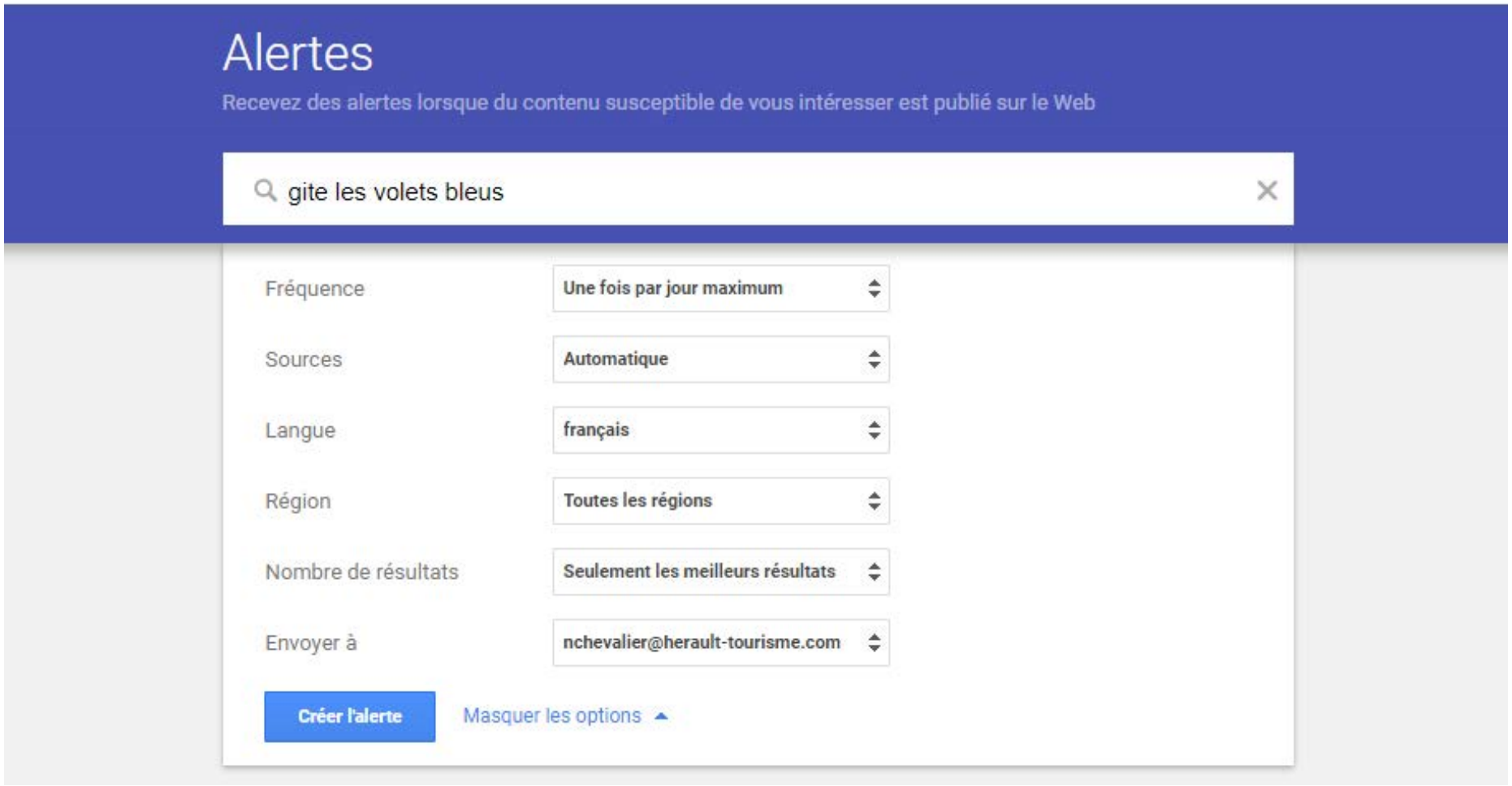
CURATION BOOKMARKING

RAINDROP.IO

LES ALERTES

SURVEILLER SANS CHERCHER

Google



LES ALERTES

SURVEILLER SANS CHERCHER

talkwalkeralerts

Créer une alerte

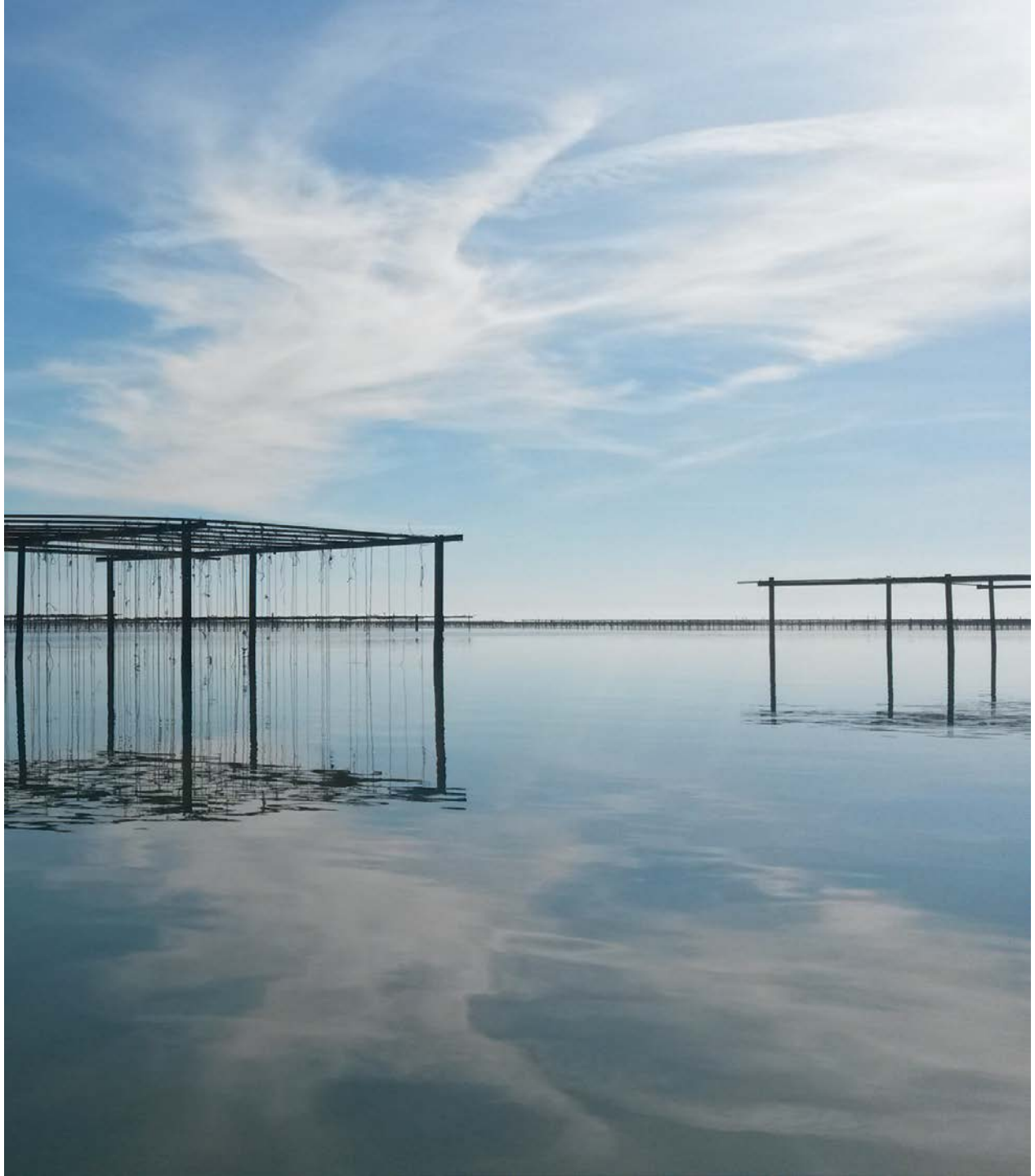
RECHERCHE	gite les volets bleus
RÉSULTATS	Tout
LANGUE	Toutes les langues
FRÉQUENCE	Une fois par jour
VOLUME	Seulement les meilleurs résultats
VOTRE EMAIL	nchevalier@herault-tourisme.com

Aperçu CRÉER l'alerte

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

Surveillez votre e-réputation, celle d'une marque, d'un concurrent, d'un événement ou du dernier buzz qui a marqué le Web !

Talkwalker Alertes est un moyen simple et gratuit de surveiller n'importe quel sujet sur le web. Il vous permet de recevoir par email ou de lire via un lecteur de flux RSS, les derniers résultats publiés sur le web.



LE PROGRAMME

1- INTERET D'UN SYSTÈME DE VEILLE

2- MISE EN PLACE D'OUTILS D'ALERTES GRATUITS

3- PRATIQUE DES RECHERCHES GOOGLE

4- L'AGREGATEUR DE SOURCES D'INFORMATIONS

LES OPERATEURS DE RECHERCHE GOOGLE

AFFINEZ VOS RECHERCHES SUR LE WEB

Recherche d'une phrase exacte

« search »

La recherche renvoie des pages qui contiennent exactement les mots entre guillemets

Recherche de plusieurs mots

OR search

La recherche renvoie des pages qui contiennent l'un ou l'autre des mots saisis

Exclure une expression

-search

La recherche renvoie des pages sans les mots après le tiret

LES OPERATEURS DE RECHERCHE GOOGLE

AFFINEZ VOS RECHERCHES SUR LE WEB

Recherche à trou

*

La recherche renvoie des pages qui contiennent toutes les possibilités de mots avant ceux saisis

*est le meilleur restaurant de Sète

Recherche dans un site

site: search

La recherche renvoie des résultats contenus uniquement dans le site

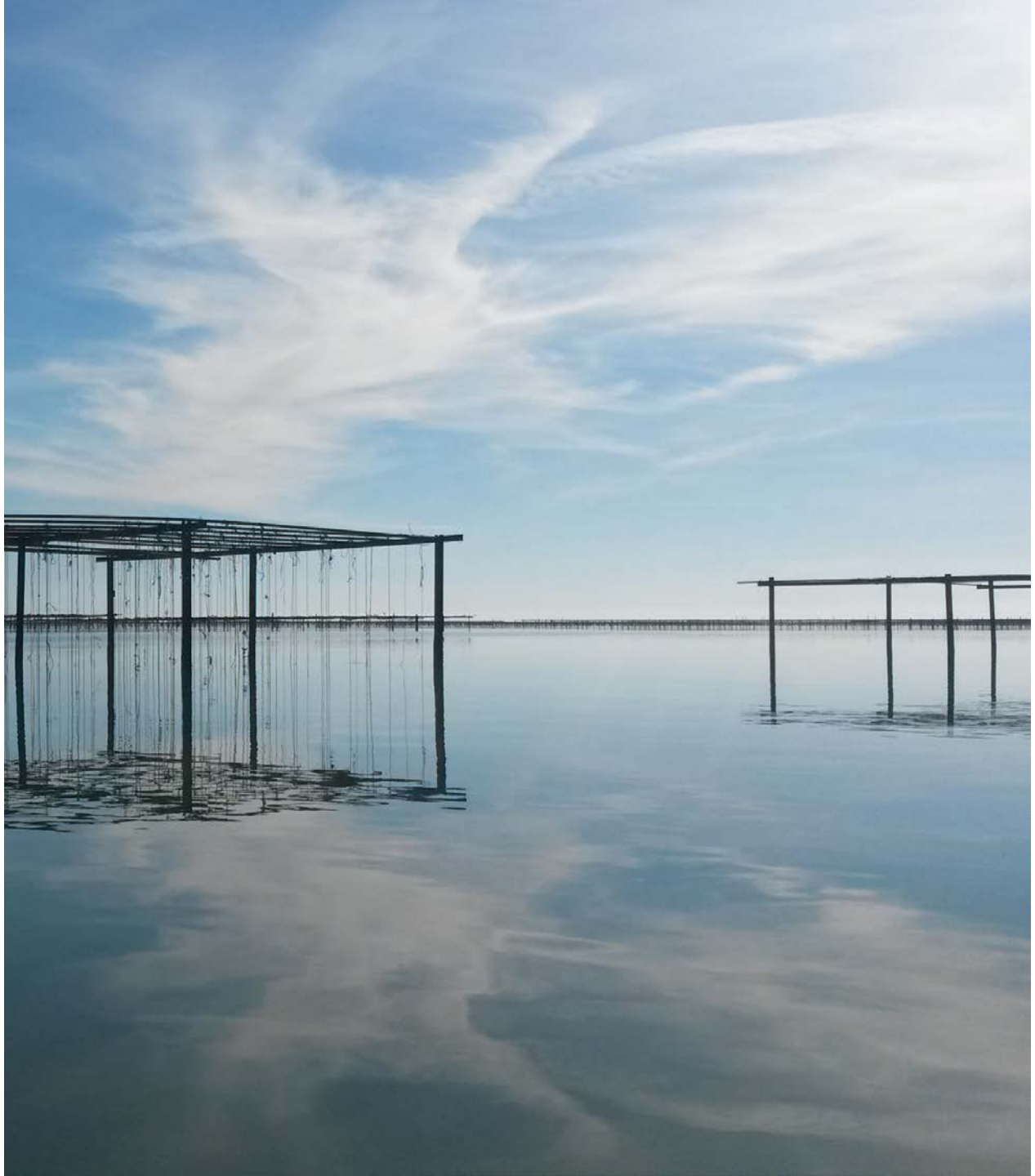
site:routard.com caroux

Recherche un mot dans l'URL

inurl: search

La recherche renvoie des pages avec le mot contenu dans l'URL

inurl:forum musée fabre



LE PROGRAMME

1- INTERET D'UN SYSTÈME DE VEILLE

2- MISE EN PLACE D'OUTILS D'ALERTES GRATUITS

3- PRATIQUE DES RECHERCHES GOOGLE

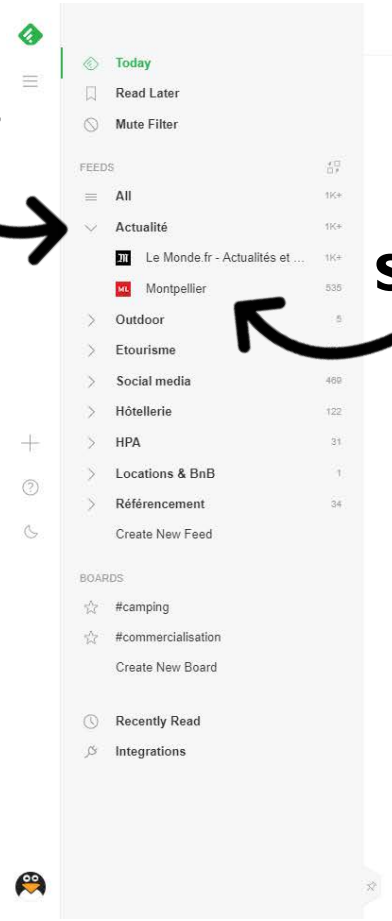
4- L'AGREGATEUR DE SOURCES D'INFORMATIONS

FEEDLY

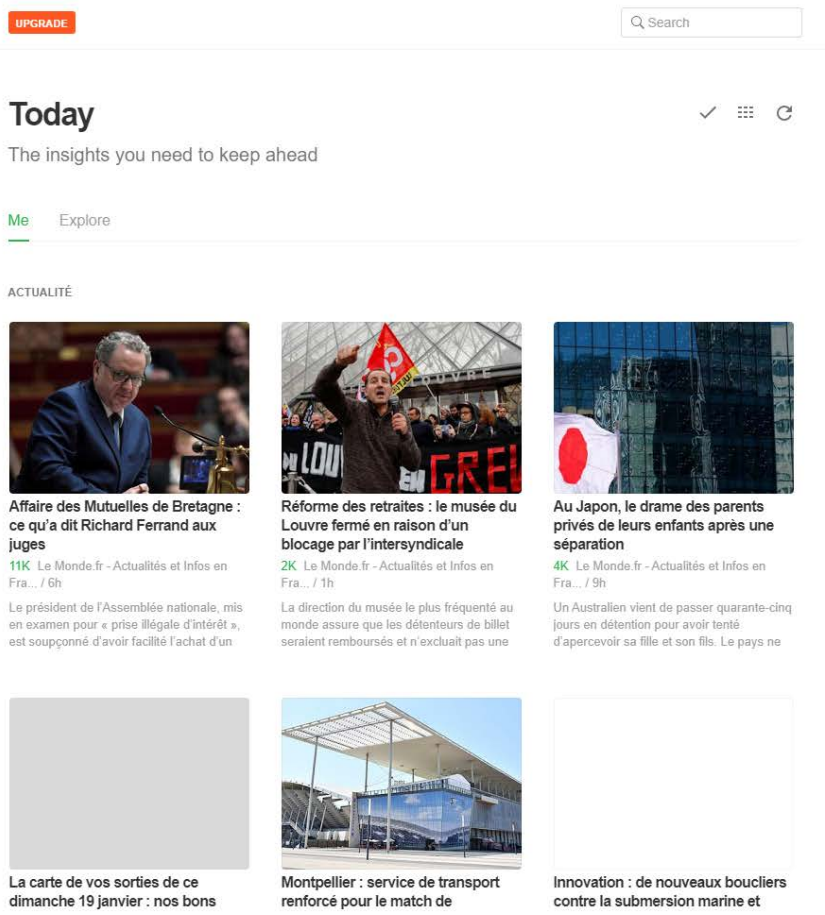
SUIVRE LES SITES QUI VOUS INTERESSENT AU MEME ENDROIT

Dossiers

Sources

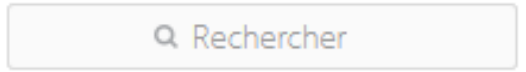


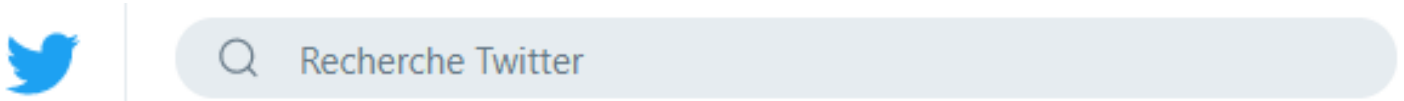
Fil de lecture du jour



LES AUTRES SOURCES

NE NEGLIGEZ PAS LES MOTEURS DE RECHERCHES DES RESEAUX SOCIAUX





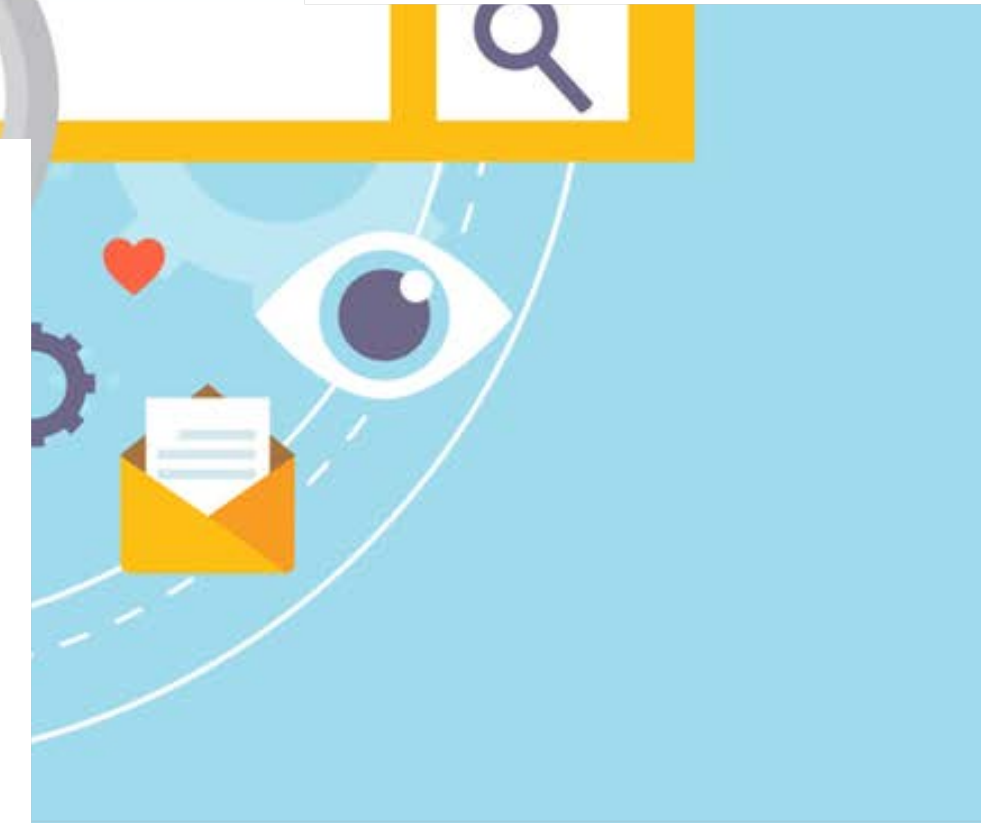
Outil pour surveiller en une fois

Hootsuite™

POURQUOI SURVEILLER LES RESEAUX SOCIAUX ?

DU CONTENU A FORTE VALEUR

- Pour **avoir la vision client** de votre structure, territoire…
- Pour **identifier** des lieux emblématiques (les plus photographiés…)
- Pour **enrichir** vos contenus web avec les expériences de vos clients, du **vrai contenu** à utiliser sur vos supports (photos…)
- Pour **connaître les attentes** de vos clients (forces, faiblesses)



MERCI

D'AUTRES ATELIERS HERON POUR APPROFONDIR