

Le marketing des médias sociaux

Dans les petites entreprises où l'on envisage d'adopter des stratégies de marketing en ligne, on trouvera cette brochure utile. Elle porte sur l'utilisation de techniques de marketing des médias sociaux pour promouvoir votre entreprise. Vous pourriez lire cette brochure en même temps que d'autres publications de la collection, telles que « Augmentez le trafic sur votre site Web grâce à l'optimisation des moteurs de recherche » et « L'affichage publicitaire efficace sur Internet », afin de mieux comprendre les différentes stratégies de marketing en ligne.

Qu'est-ce que le marketing des médias sociaux?

Le marketing des médias sociaux permet d'utiliser les sites de médias sociaux pour améliorer sa visibilité sur Internet et promouvoir des produits et services. Les sites de médias sociaux sont utiles pour structurer des réseaux sociaux et commerciaux et pour échanger des idées et des connaissances.

Le réseautage social s'inscrit dans une nouvelle tendance connue sous le nom de Web 2.0. Cette tendance porte sur la nouvelle façon de faire qu'emploient les utilisateurs et les développeurs de logiciels sur le Web. Ainsi, les applications sont davantage axées sur la collaboration, ce qui accroît la créativité et les échanges de connaissances; il s'agit d'une manière plus interactive et mieux adaptée à l'utilisateur, qui permet aux internautes de contribuer et de collaborer sur le Web grâce à des applications et des services ouverts. Par conséquent, il est essentiel que le contenu soit accessible à l'utilisateur, qui doit pouvoir créer ce contenu, le partager, en revoir l'agencement et les objectifs.

Le Web 2.0 (ou Web 2) désigne couramment la technologie Internet et les applications perfectionnées, y compris les blogues, les wikis, les distributions RSS et la mise en signet sociale. O'Reilly Media et MediaLive International ont été les premiers à recourir à cette appellation en 2004, dans le cadre d'une conférence portant sur les concepts et les aspects liés au Web de la prochaine génération.

Source : WhatIs.com.

AVERTISSEMENT : Ce guide a été conçu à titre d'information seulement. Il ne constitue pas un avis de nature juridique, technique, commerciale ou autre et ne doit pas être interprété comme tel. Si vous avez des questions relativement aux sujets abordés dans ce guide, nous vous recommandons de vous adresser à un avocat ou à un autre conseiller professionnel. Le gouvernement de l'Ontario ne cautionne aucun des produits, procédés ou services commerciaux mentionnés dans ce guide ni aucun producteur ou fournisseur de ces produits, procédés ou services. En outre, le gouvernement de l'Ontario ne fait aucune garantie expresse ou tacite ni n'assume aucune responsabilité juridique quant à l'exactitude, l'exhaustivité, l'actualité ou l'utilité des renseignements contenus dans ce guide, y compris les liens vers d'autres serveurs.

Certaines technologies accessibles et abordables, p. ex. Ajax (il s'agit d'une méthode permettant de structurer les applications interactives destinées au Web, qui traite les demandes des utilisateurs immédiatement) et les distributions RSS (Really Simple Syndication) prennent en charge les principes du Web 2.0 tels que l'« autonomie des utilisateurs ».

Le marketing des médias sociaux a recours aux balados, aux wikis, aux blogues, aux folksonomies, aux vidéos en ligne, à l'échange de photos et de nouvelles, aux babillards électroniques et à l'affichage sur des sites de réseautage social, pour atteindre un public nombreux ou ciblé.

Techniques de marketing des médias sociaux

Voici quelques techniques de marketing des médias sociaux :

- Adhérer à des collectivités ou des réseaux sociaux pertinents sur Internet pour promouvoir vos activités.
- Ajouter à votre site des distributions RSS (Really Simple Syndication – que l'on peut utiliser pour mettre à jour facilement du contenu).
- Recourir au blogage (ajouter du contenu aux blogues).
- Créer votre propre blogue axé sur vos activités.

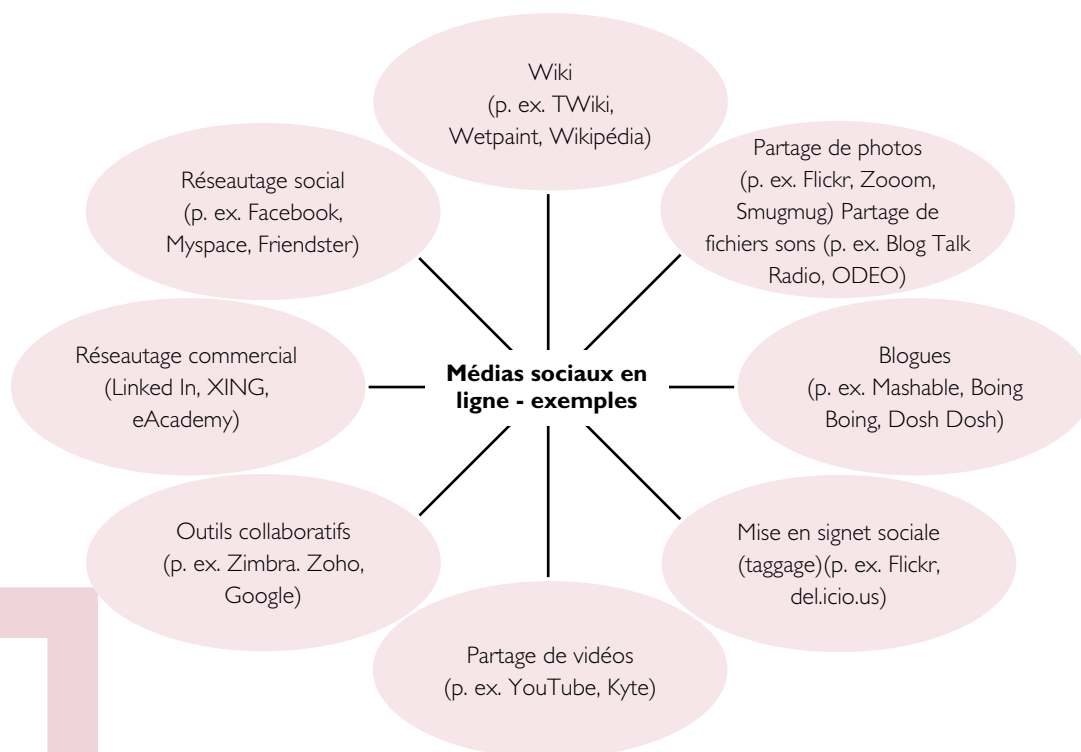
Précaution...

Par définition, les sites de médias sociaux sont plus ouverts que les sites traditionnels, et par conséquent, il est important de se rappeler qu'à mesure que l'utilisation du Web continue de croître et d'évoluer avec l'arrivée des applications Web 2.0, les logiciels malveillants tels que les virus et autres formes de menace sur le Web continuent également de se multiplier.

C'est pourquoi les utilisateurs doivent s'assurer de recourir à des mesures de sécurité adéquates qui les protègent contre les menaces Web 2.0 et adopter des solutions multicouches qui tablent sur un ensemble de techniques d'analyse (p. ex. les connaissances heuristiques, l'analyse comportementale, les signatures antivirus et l'intelligence en réseau, susceptibles d'alimenter l'analyse des URL en temps réel), y compris le balayage en temps réel. On peut trouver sur Internet les coordonnées de nombreuses sociétés qui se spécialisent dans les solutions de ce type.

Le diagramme ci-dessous illustre les nombreux types de médias sociaux et en donne quelques exemples.

Figure 1 : Exemples de médias sociaux



Cinq raisons de recourir aux médias sociaux pour promouvoir les petites entreprises

1. Vous pouvez atteindre beaucoup de gens de façon plus spontanée sans engager de coûts publicitaires importants.
2. Le recours aux blogues et aux sites de réseautage social ou commercial peut augmenter la fréquentation de votre site Web à partir d'autres sites Web de médias sociaux. En retour, cela peut améliorer le positionnement de votre page dans les résultats obtenus par les principaux moteurs de recherche et accroître le trafic sur votre site.
3. La stratégie liée aux médias sociaux se conjugue à d'autres stratégies de marketing, p. ex. une campagne de publicité payante.
4. Vous pouvez établir votre crédibilité en participant à des forums pertinents et en répondant aux questions qui y sont posées.
5. Les sites de médias sociaux comportent des renseignements tels des profils d'utilisateur, lesquels peuvent servir à cibler un groupe particulier d'utilisateurs à des fins de publicité.

Le principal avantage qu'offrent les médias sociaux pour ce qui a trait à votre stratégie de communication repose sur leur potentiel de créer des liens entre des personnes et des collectivités dont les membres ont des intérêts en commun ET qui ne pourraient pas se rencontrer autrement. Si vous rapprochez les gens autour d'un produit, d'un service ou d'une source d'intérêt, vous augmentez votre crédibilité, vous créez votre image de marque et vous haussez progressivement vos profits grâce à l'effet de fidélisation.

Source : *Small Business Trends, Why Social Media should be a Key Ingredient in Your Marketing Mix*, Ivana Taylor.
<http://www.smallbiztrends.com/2008/05/social-media-key-to-marketing-mix.html>.

Compte tenu de ces importants avantages, il semble y avoir peu de risque à recourir au marketing des médias sociaux. Toutefois, en plus des précautions que l'on a soulignées ci-dessus concernant la sécurité sur Internet, l'une des principales contraintes liées à cette technique de marketing a trait au temps consacré à la participation sur les sites de médias sociaux.

Comment utiliser les techniques des médias sociaux à votre avantage

Êtes-vous prêt à utiliser les techniques de marketing des médias sociaux?

Examinez les éléments de la liste ci-dessous afin de déterminer si vous êtes prêt à utiliser ces techniques de marketing.

Liste de vérification – Êtes-vous prêt à utiliser le marketing des médias sociaux?	Oui	Non
Avez-vous évalué les besoins de votre entreprise et vos besoins en marketing? Avez-vous établi un ordre de priorité ayant trait à ces besoins?		
Avez-vous examiné si le recours aux médias sociaux conviennent à vos activités? À votre public cible? Votre clientèle cible est-elle connectée à Internet?		
Avez-vous cerné les objectifs que vous visez en adoptant le marketing des médias sociaux?		
Avez-vous examiné comment le marketing des médias sociaux cadre avec vos autres stratégies de marketing – tant vos stratégies sur Internet que vos stratégies traditionnelles?		

suite

Liste de vérification – Êtes-vous prêt à utiliser le marketing des médias sociaux?

Oui Non

Disposez-vous d'un plan pour vous guider dans l'utilisation du marketing des médias sociaux? Avez-vous mis au point un échéancier et un budget? **Il n'est pas essentiel que votre plan soit complexe. Vous pouvez commencer modestement.** Par exemple, vous pouvez démarrer votre propre blogue gratuitement en utilisant des sites tels que www.Wordpress.com et www.Blogger.com. Consultez certains sites de réseautage social ou commercial pour vous familiariser avec leur fonctionnement.

Si vous avez répondu « oui » à toutes ces questions et si vous êtes arrivé à la conclusion que les techniques de marketing des médias sociaux peuvent répondre aux besoins de votre entreprise, vous devriez commencer à en apprendre davantage sur ces techniques et sur les manières de les utiliser à votre avantage.

Conseils sur l'utilisation des sites de médias sociaux pour promouvoir votre entreprise

1. Contribuez, collaborez, informez, sensibilisez, mais ne vendez pas. Le marketing des médias sociaux diffère de la publicité payante. Au lieu d'adopter une démarche axée sur les ventes (c.-à-d. promouvoir directement votre produit), cherchez plutôt des moyens d'aider et d'informer votre public cible. Par exemple, efforcez-vous de fournir des renseignements utiles et crédibles, ce qui contribuera à bâtir votre réputation et à établir des liens avec votre clientèle.

2. Créez un contenu d'excellente qualité. Que vous ayez adhéré à un site de réseautage social, mis au point votre propre blogue ou que vous participiez à un blogue, vous devez élaborer un contenu intéressant, d'excellente qualité. Quel type de renseignements votre public cible trouvera-t-il utile?

3. Commencez modestement et prenez appui sur le succès que vous obtenez. Vous pouvez vous familiariser avec le fonctionnement des sites de médias sociaux en émettant des commentaires sur d'autres blogues ou en ouvrant votre propre blogue. Si vous possédez une petite entreprise axée sur les services, vous pouvez consulter le site « Yahoo! Réponses ». Ce site Web vous procure une façon de partager vos connaissances avec des personnes qui cherchent ce type de renseignements.

4. Laissez votre nom et votre URL quand vous laissez des commentaires sur d'autres blogues. Cela incitera les internautes à aller sur votre site, surtout si vous avez fourni des renseignements utiles et intéressants.

Liste des médias sociaux classés par ordre d'importance quant à leur utilité pour promouvoir votre marque et contrôler votre message, selon SEOMOZ.org.

Veillez prendre note que l'utilité d'un site de médias sociaux pour votre entreprise dépend de vos activités, de votre clientèle cible et de vos produits et services.

1. www.Digg.com
2. www.Del.icio.us.com
3. www.Reddit.com
4. www.Technorati.com
5. www.Squidoo.com
6. www.Linkedin.com
7. www.Newsvine.com
8. www.Wikipedia.org
9. www.Ma.gnolia.com
10. www.Shoutwire.com
11. www.StumbleUpon.com
12. www.Facebook.com
13. www.43Things.com
14. www>YourElevatorPitch.com
15. www.Flickr.com
16. www.WikiHow.com
17. www.StyleHive.com
18. www.JotSpot.com
19. www.Wetpaint.com
20. www.Shadows.com
21. www.Yahoo360.com
22. www.Furl.com
23. www.Ning.com
24. www.Frappr.com
25. www.TheBestStuffInTheWorld.com
26. www.MySpace.com
27. www.YahooAnswers.com
28. www.Rdiculous.com

Source : *How to Leverage Web 2.0 & Social Media Sites to Market Your Brand & Control Your Message*, Jane Coupland, SEOMOZ.org.
<http://www.seomoz.org/article/social-media-marketing-tactics>

5. Envisagez de diffuser des vidéos ou des photos. Si vous savez bien vous servir d'une caméra vidéo, vous pourriez envisager de réaliser une vidéo d'applications pratiques ou une visite guidée de votre entreprise. On peut diffuser ces vidéos sur des sites de médias sociaux appropriés (p. ex. YouTube). Vous pouvez aussi prendre des photos de votre produit et les diffuser auprès des personnes intéressées (au moyen de Flickr, par exemple). Une mise en garde, toutefois – évitez d'employer sur ces sites des tactiques de vente envahissantes ou agressives.

6. Inscrivez-vous à des groupes en ligne ou à des listes d'envoi qui traitent de sujets liés aux produits et services que vous offrez. Créez des liens avec ces groupes et offrez des renseignements et de l'aide.

7. Efforcez-vous de comprendre comment fonctionnent les sites de médias sociaux. Ces sites traitent tous de moyens de créer des liens et de collaborer. Adoptez une démarche serviable, axée sur la collaboration, et participez activement. En général, ces sites adoptent des règles contre les tactiques de vente agressives.

En savoir plus sur le blogage

Un blogue est un site Web (maintenu par une personne ou une organisation) où l'on affiche des commentaires ou d'autres documents, p. ex. des illustrations ou des vidéos. En général, les données s'affichent dans un ordre chronologique inversé. Normalement, on trouve sur les blogues des commentaires ou des opinions sur des sujets ou des thèmes particuliers.

Il est facile de mettre au point votre propre blogue. Les sites Web tels que www.Wordpress.com, www.typeface.com et www.Blogger.com fournissent tous des services et des options d'installation faciles pour la mise en place et la gestion d'un blogue. Vous pouvez également créer un blogue ou une page sur un site de réseautage sur Internet.

Le fait d'avoir votre propre blogue présente de nombreux avantages. Vous pouvez recueillir des liens, fournir régulièrement des renseignements et des mises à jour à votre clientèle et lui procurer un moyen d'interagir avec vous.

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous plusieurs conseils sur la manière d'utiliser votre propre blogue pour promouvoir votre entreprise.

Conseils sur la manière d'utiliser votre blogue pour promouvoir votre entreprise

- Créez un blogue de facture professionnelle.
- Assurez-vous que les renseignements affichés sur votre blogue sont positifs et pertinents.
- Créez un contenu utile pour votre clientèle cible. Rédigez des textes s'appuyant sur le secteur d'expertise de votre entreprise. Fournissez des mises à jour sur votre entreprise et sur vos produits et services.
- Intégrez à votre blogue des liens vers la section des ventes de votre site Web.
- Faites en sorte que le contenu soit accessible sous forme de distributions RSS afin de permettre la syndication des documents de votre blogue, de sorte que d'autres sites Web puissent y avoir accès.
- Réfléchissez avant d'afficher votre contenu. Est-il respectueux? Professionnel?
- Appliquez des principes judicieux de service à la clientèle.
- Si vous disposez de votre propre blogue, vous pouvez écrire sur les événements commerciaux ou les ventes à venir.
- Effectuez des liens auprès d'autres sites Web ou blogues pertinents.

suite

Conseils sur la manière d'utiliser votre blogue pour promouvoir votre entreprise

- Allez à www.technorati.com et inscrivez votre blogue à des fins d'indexation par les moteurs de recherche de blogues.
- Effectuez le suivi de vos progrès. Mesurez le trafic sur votre site et déterminez-en la provenance (c.-à-d. les domaines de référence).

Syndication du contenu du site Web

La **syndication de contenu Web** consiste à rendre une partie d'un site Web disponible pour une utilisation par d'autres sites, la plupart du temps, au moyen de logiciels de distribution Web, p. ex. RSS (Really Simple Syndication) et Atom, qui fournissent les moyens de transmettre le contenu sur le Web. Les logiciels de distribution Web peuvent vérifier le contenu pour y relever les modifications ou les mises à jour, et procurer aux utilisateurs un résumé du contenu récemment ajouté au site (p. ex. les mises à jour, les dernières nouvelles, le blogue le plus récent ou des messages sur les forums).

Si vous mettez régulièrement à jour le contenu du site de votre entreprise ou si vous exploitez un blogue, vous devriez envisager de recourir à la syndication.

Avantages et contraintes liés à la syndication

Voici certains des avantages de recourir au fil de syndication du contenu :

- Il s'agit d'une façon peu coûteuse et efficace de transmettre votre contenu à des abonnés, des clients et des partenaires.
- La syndication permet l'indexation rapide du contenu.
- Elle augmente la fréquentation de votre site.
- Le contenu de votre site est publié sur d'autres sites.
- Elle permet d'atteindre une clientèle accrue.

La syndication présente certains inconvénients éventuels : notamment, les auteurs du contenu peuvent perdre le contrôle sur la présentation de leur contenu.

Comment procéder à la syndication de votre contenu Web

Vous pouvez procéder à la syndication du contenu Web de votre propre site ou vous abonner à un fil de syndication du contenu d'autres sites Web très fréquentés. Un propriétaire de site Web peut créer un fichier spécial en tant que fichier de distributions RSS assorti d'un lien, ce qui crée un « fil de syndication ».

Si vous songez à la syndication du contenu Web, examinez la possibilité d'établir une licence « Creative Commons ». Votre contenu distribué sera ensuite acheminé auprès de l'éditeur de contenu et permettra l'établissement d'un lien de retour vers le contenu original. Dans tous les cas, assurez-vous que votre contenu original comporte un lien de retour vers le contenu original.

Si vous souhaitez vous abonner à un fil de syndication...

Une fois que vous êtes abonné à un fil de syndication, un agrégateur peut rechercher des nouveaux éléments de contenu susceptibles de vous intéresser. Il arrive fréquemment que les portails (tels que Mon Yahoo! et iGoogle), les navigateurs Web modernes et les programmes de messagerie électronique intègrent les fonctionnalités d'agrégateurs.

Source : www.Wikipedia.org.

Tirer le meilleur parti possible des sites de réseautage social et commercial

Les sites de réseautage social fournissent un moyen de partager des renseignements et d'établir et de maintenir des relations et des liens.

Les réseaux sociaux permettent d'établir des liens entre les personnes à peu de frais, ce qui peut s'avérer avantageux pour les petites entreprises qui cherchent à multiplier les contacts et à élargir leur base de clientèle tout en augmentant leur présence et leur visibilité en ligne.

En général, l'adhésion aux sites de réseautage social est gratuite. Toutefois, bon nombre de ces sites vendent directement de l'espace publicitaire.

Quelques sites de réseautage social :

- www.facebook.com
- www.twitter.com
- www.linkedin.com (site Web pour établir des liens avec d'autres professionnels du monde des affaires).
- www.xing.com (se situe à l'extérieur de l'Amérique du Nord. Intègre le réseautage interculturel).

Veuillez consulter le tableau ci-dessous pour obtenir d'autres conseils sur les façons de tirer le meilleur parti possible des sites de réseautage social dans une optique de marketing.

Conseils pour tirer le meilleur parti possible des sites de réseautage social

- L'interaction et l'échange de renseignements constituent les principales fonctionnalités de ces sites. N'ayez pas recours à des techniques de marketing flagrantes ou agressives. Évitez d'utiliser des pourriels – n'envoyez pas de messages en vrac. Communiquez avec les utilisateurs sur une base individuelle.
- Créez votre profil et celui de vos produits et services avec discrétion. Intégrez des liens vers votre site Web. Utilisez abondamment dans votre profil des mots clés qui se rapportent directement à vos activités. Souvenez-vous que vous devez recourir à des méthodes de vente en douceur.
- Votre signature doit comporter votre nom, l'URL de votre site, le titre d'appel ou un court énoncé de mission et d'autres renseignements pour vous joindre.
- Trouvez des liens de qualité. Pensez à votre clientèle cible et aux types de personnes avec lesquelles vous souhaitez créer des liens. Les sites de réseautage social permettent souvent d'établir des liens en fonction de l'âge, du sexe, du lieu géographique, des intérêts, etc. Quand vous établissez un lien avec une personne, cherchez sur son réseau les possibilités de créer des liens supplémentaires.
- Quand vous avez trouvé des liens potentiels, proposez-leur d'adhérer à votre réseau. Voici des façons d'y parvenir : faites une « proposition d'amitié »; affichez des commentaires pertinents et intéressants sur leur page Web; répondez aux commentaires sur votre page par des commentaires pertinents sur la page du commentateur; au moment de communiquer avec une personne, envoyez-lui un message privé et laissez un commentaire sur sa page.
- Assurez-vous que les personnes désirant établir un lien puissent vous trouver. Rendez votre page attrayante.
- Actualisez le contenu de votre page régulièrement.
- Prenez le temps de répondre aux commentaires reçus.

Source : Extrait adapté de <http://www.websitemarketingplan.com/online/socialnetworking2.htm>.

Recourir à la mise en signet sociale

En quoi consiste la mise en signet sociale?

La mise en signet sociale consiste à sauvegarder des liens vers des sites Web dont on souhaite garder la trace. Vous pouvez conserver ces signets ou les partager avec d'autres.

Il existe des sites dédiés à la mise en signet sociale où les utilisateurs créent des signets pour de nombreux sites et les associent ensuite à des descripteurs multiples. Ainsi, d'autres personnes peuvent effectuer une recherche au moyen de ces mots clés afin de trouver les pages que d'autres ont trouvé utiles. La plupart du temps, sur les sites de mise en signet sociale, on incite les utilisateurs à organiser leurs signets au moyen de descripteurs informels. Ces sites comprennent généralement des renseignements sur le nombre d'utilisateurs qui ont créé des signets ayant trait à des sites en particulier. Règle générale, les sites offrent également un fil de syndication concernant leurs listes de signets. Si vous adhérez en tant que membre à ce fil de syndication, on vous informe des nouvelles créations de signets.

Quelques sites Web de mise en signet sociale très fréquentés

- www.Digg.com
- www.StumbleUpon.com
- www.Reddit.com
- www.Delicio.us.com

Si vous souhaitez participer à un site de mise en signet sociale, vous devrez vous inscrire en tant qu'utilisateur.

Source : *About.com*, http://homebusiness.about.com/od/internet-marketing/a/social_bookmark.htm

Pour ce qui est du potentiel en matière de marketing, le fait de présenter souvent une page Web associée à des descripteurs aura pour effet d'augmenter le trafic sur cette page. Les internautes sont plus enclins à consulter un site qui a fait l'objet d'une mise en signet par d'autres.

Conseils pour utiliser la mise en signet sociale dans une optique promotionnelle

- Sélectionnez le site de mise en signet sociale qui semble selon vous le mieux adapté à votre clientèle cible.
- Si vous présentez du contenu à un site de mise en signet sociale, assurez-vous que ce contenu est intéressant et utile.
- Associez votre site ou votre blogue à des descripteurs.
- Incitez les personnes qui consultent votre site à l'ajouter à leurs signets.
- Créez un réseau avec d'autres utilisateurs de signets et travaillez ensemble à promouvoir vos sites respectifs.

Vue d'ensemble des stratégies de marketing sur Internet

Bien que cette brochure porte sur le **marketing des médias sociaux** (ou l'optimisation de ceux-ci), il est important d'examiner un éventail de stratégies de marketing différentes sur Internet. En voici quelques-unes :

Stratégie de marketing sur Internet	Description
Optimisation du moteur de recherche	L'optimisation des moteurs de recherche implique la conception, l'écriture et le codage d'un site Web de façon à améliorer le volume et la qualité du trafic sur ce site à partir de moteurs de recherche, au moyen d'un référencement efficace dans les résultats naturels de recherche (par opposition aux annonces payées affichées avec les résultats du moteur de recherche). En général, plus un site Web se rapproche du sommet dans la liste des résultats de recherche, plus le nombre d'utilisateurs qui consulteront ce site sera grand. L'optimisation du moteur de recherche peut comporter un ensemble de techniques visant à augmenter le trafic sur le site (p. ex. la présentation à d'autres sites Web d'articles qui contiennent l'adresse de votre site, les échanges de liens, etc.). Pour plus d'information, consulter la brochure intitulée « Augmentez le trafic sur votre site Web grâce à l'optimisation des moteurs de recherche ».
Affiliation	Il s'agit d'un contrat commercial passé avec des personnes ou entreprises (« affiliés ») qui commercialisent les produits de l'entreprise moyennant une commission (sur les ventes ou sur les clients potentiels). L'affiliation recoupe d'autres méthodes de marketing sur Internet, car les entreprises affiliées peuvent recourir à un ensemble varié de stratégies de marketing. Ces méthodes comprennent, entre autres, l'optimisation des moteurs de recherche, le marketing payant au moyen de moteurs de recherche, le marketing par courrier électronique et l'affichage publicitaire. Un type d'affiliation courant consiste, pour l'annonceur Web ou le vendeur, à recruter des webmestres pour afficher ses bannières ou ses boutons sur leurs propres sites Web. Les webmestres reçoivent en échange des droits ou une commission « d'aiguillage » ou « d'indication » sur les ventes, quand le client clique sur le lien affilié.
Affichage publicitaire sur Internet	L'utilisation d'Internet comme support publicitaire, où des messages promotionnels apparaissent sur d'autres sites et pages de résultats générées par des moteurs de recherche. Ces messages promotionnels sont défrayés par les entreprises ou font l'objet d'un échange entre sites Web. Pour en savoir plus à ce sujet, consultez la brochure intitulée « L'affichage publicitaire efficace sur Internet ».

Glossaire

Ajax (Asynchronous JavaScript et XML) : Méthode permettant de structurer des applications interactives sur le Web. On l'utilise pour traiter immédiatement les demandes des internautes. Ajax permet l'actualisation immédiate du contenu des pages Web quand un utilisateur effectue une action.

Avatar : Représentation graphique virtuelle d'une personne sur Internet. Il peut s'agir d'une icône ou d'une photo, mais l'avatar est surtout utilisé dans les dessins animés ou pour des représentations de personnes animées par ordinateur. Vous pouvez créer votre propre avatar dans différents emplacements sur Internet, p. ex sur <http://avatars.yahoo.com> (vous aurez besoin d'un compte Yahoo). Certaines personnes tentent de faire en sorte que leur avatar leur ressemble tandis que d'autres optent pour une vision idéalisée ou stylisée.

Balado-diffusion : Similaire au blogage, mais avec des audioclips. Vous vous enregistrez en train de parler ou vous enregistrez un entretien ou une lecture publique, et vous placez l'enregistrement sur Internet dans un endroit où d'autres peuvent accéder au fichier son.

Blogage : Action d'afficher votre contenu ou vos images sur votre blogue.

Blogue (Weblog) : Il s'agit d'un emplacement sur Internet où vous pouvez facilement insérer des mots ou des photos. Vous saisissez du texte dans une fenêtre et vous le soumettez immédiatement à l'URL du site Web. D'autres personnes peuvent trouver votre blogue grâce à cet URL. Chaque « affichage » individuel a généralement son propre URL. Vous pouvez inscrire des commentaires ayant trait aux messages sur les blogues d'autres personnes et elles peuvent faire de même sur le vôtre.

Blogueur : Personne qui blogue.

Éclipse : Projet continu en appui à l'environnement de développement intégré d'une source ouverte. Éclipse procure un cadre et une plateforme de base (dite plateforme d'Éclipse) qui permet à une entreprise de structurer un environnement de développement intégré à partir d'éléments d'un plugiciel fournis par les membres d'Éclipse.

Étiquetage social : Le fait « d'étiqueter » quelque chose revient à lui attribuer des mots clés pour permettre de le retrouver. Vous pouvez étiqueter une photo ou du texte à l'aide de mots clés. Plus tard, vous pouvez effectuer une recherche en utilisant ces descripteurs ou mots clés. D'autres utilisateurs du site de médias sociaux peuvent trouver ce que vous avez étiqueté en ayant recours aux mêmes mots clés.

Étiquettes ou descripteurs : Il s'agit de mots clés qui circonscrivent la catégorie du contenu du site Web et vous permettent de trouver tous les liens ayant un rapport avec cette même étiquette dans l'avenir. On donne le nom de folksonomie à un ensemble d'étiquettes ou de descripteurs.

Liens de retour : Il s'agit de liens d'arrivée pour accéder à un site ou à une page Web.

Licence Creative Commons : Permet au titulaire de droits d'auteur de céder ses droits en totalité ou en partie au public tout en conservant d'autres droits au moyen d'un ensemble de modalités contractuelles, notamment la cession au domaine public ou les conditions de licence de contenu ouvert. Essentiellement, ces licences permettent aux créateurs de communiquer les droits qu'ils se réservent et ceux auxquels ils renoncent au profit d'autres créateurs. L'objectif est d'éviter les problèmes créés par les lois actuelles sur le droit d'auteur en ce qui a trait à l'échange d'information.

Mise en signet sociale : Permet de mettre vos signets sur Internet (par l'entremise d'un site de mise en signet sociale) et de partager les signets avec d'autres personnes. Les utilisateurs d'Internet peuvent également assortir les signets de descripteurs afin de les classer. Il est possible de faire des commentaires sur les signets ou de les classer et de partager ces renseignements avec d'autres personnes.

Réseautage social : Désigne globalement la démarche plurivoque des interactions en ligne. Le réseautage social permet une meilleure collaboration en ligne. Dans les réseaux sociaux, les utilisateurs peuvent agir sur leur environnement Web et l'adapter pour qu'il comble leurs besoins et pour échanger des idées avec d'autres personnes.

RSS (Real Simple Syndication) : Technologie qui distribue les renseignements d'un site Web (qu'il s'agisse d'articles, d'offres spéciales, de critiques de produits, d'annonces concernant les ressources) au moyen de la syndication du contenu à l'échelle du Web (voir également **syndication de contenu**).

Signets Internet : Emplacements des pages Web qu'un utilisateur d'Internet a répertoriées et stockées de façon à pouvoir y accéder facilement à une date ultérieure.

Syndication de contenu : Type de syndication par lequel on permet à d'autres sites d'accéder au contenu d'un site au moyen du fil de syndication (format de données utilisé pour procurer aux utilisateurs un contenu fréquemment mis à jour).

Vidéocapture d'écran : Vidéo des activités à l'écran (p. ex. pour montrer en temps réel où cliquer, le type d'information que l'on doit saisir, etc.) que l'on affiche à l'intention d'autres personnes.

Vlogage : Blogage vidéo.

Ce guide fait partie d'une série de brochures portant sur des aspects de niveau avancé liés aux affaires électroniques, qui complètent un guide d'introduction au commerce électronique intitulé « *Comment profiter des affaires électroniques* ». Pour obtenir des détails sur ces publications, consultez le site Web du Ministère à www.ontario.ca/affaireselectroniques.

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2010

**MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE ET DU
COMMERCE**

Téléphone : 416 314-2526

Télécopieur : 416 325-6538

Courriel : E-Business@Ontario.ca

Site Web : www.ontario.ca/economie