

Protéger et/ou développer son e-réputation...

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Quelle que soit votre activité sur l'Internet, vous laissez de nombreuses traces à chacune de vos connexions. Aussi, vous pouvez avoir comme volonté de mieux contrôler votre "identité numérique" ou de la développer dans le sens que vous jugez nécessaire.. Que dit-on de vous sur le Web ? Quelles cyber-traces avez-vous laissé ? Voici une somme importante d'outils et de sites web qui vont vous permettre de mieux gérer au quotidien votre cyber-réputation et de mieux comprendre et appréhender les notions de Googlebating, Google Burn ou autres Googleganger..

Sur le Web, on parle de plus en plus d'e-reputation ou de cyber-réputation, de réputation virtuelle ou de réputation numérique. En d'autres termes, il s'agit de l'ensemble des documents visibles sur Internet et qui parlent de vous mais aussi de votre société, des produits ou des marques que vous développez, etc.

Rappelons d'abord ces quelques faits :

- 75% des recruteurs font des recherches en ligne sur les candidats et la moitié d'entre eux avouent avoir été influencés pas les résultats qu'ils ont trouvés ;
- 25% des internautes font une recherche nominative avant de décider de la suite à donner à ce contact ;
- 7% des recherches effectuées sur Google se font sur un nom de personne.

Sources : Bill Hartzler (<http://www.billhartzler.com/pages/new-survey-proves-you-must-manage-your-own-online-reputation>), Pewinternet (http://www.pewinternet.org/press_release.asp?r=149) et Comscore (<http://www.comscore.com/>).

Lors de vos pérégrinations sur le Web, vous avez peut-être ouvert un blog sur MySpace, participé à des forums de discussion, laissé des commentaires sur tel ou tel site : autant de cyber-traces qui sont soigneusement mémorisées par les moteurs de recherche (et leur mémoire quasi éternelle). Et peu à peu se dessinera une empreinte de plus en plus précise de vos goûts, préférences et opinions.

Si le problème ne se posait pas de manière aigüe il y a encore peu de temps, il est maintenant devenu crucial : de plus en plus d'adolescents avant de rentrer dans la vie active passent un temps considérable sur la toile et accumulent des cyber-empreintes. De fait, ils façonnent un profil visible qui est particulièrement centré autour de leur vie privée. Ce même profil peut s'avérer particulièrement encombrant quand il s'agira, plus tard, de gommer tout détail "qui dépasse" et de présenter un parcours sans "tâches".

Cela constitue un ensemble hétéroclite qui est difficilement maîtrisable et qui peut représenter plusieurs années d'activité sur la toile. Et il est quasi impossible de battre le rappel des troupes et de demander à tel ou tel webmaster de supprimer un message ou un commentaire laissé par vous, de supprimer un compte sur un service dont vous ne vous souvenez plus ni de l'identifiant choisi ni du mot de passe correspondant. De fait, cet ensemble de brides numériques est presque indélébile : ce type de données étant complètement décentralisé, elles sont d'autant plus difficiles à contrôler.

Nous allons, dans cet article, indiquer quelques pistes de réflexion qui vous permettront de mieux appréhender les risques possibles, mettre en place des outils performants de surveillance et d'utiliser des applications qui pourront servir à la gestion de votre identité numérique. Dernier point : la réputation d'une personne et celle d'une société se gèrent de la même façon. De fait, les conseils qui vont suivre s'appliquent aux deux. Mais, tout d'abord, faisons connaissance avec le vocabulaire spécialisé...

Un lexique Googolien

Google étant le moteur de recherche le plus important, il est logique que se soit développé un argot mâtiné de français autour de l'ego-surfing. Voici les termes à la mode :

Googlebating : désigne le fait d'entrer sans cesse son nom dans Google pour recommencer la même litanie narcissique : "Elle s'adonnait sans cesse au Googlebating..."

Google Burn : un fait de nature honteuse ou infâmante trouvée sur Google et qui concerne quelqu'un en particulier : "Je tape son nom et boum ! Un Google Burn..."

Googleganger : personne qui porte le même nom que vous et dont les faits et gestes sont présentés avec les vôtres dans les pages de résultat sur Google : "Après vérification, j'ai (au moins) deux Googleganger qui apparaissent..."

Googlability ou *Googlable* : l'importance des résultats trouvés pour une même personne dans le moteur de recherche : "La Googlability de Jérôme Kerviel a de quoi laisser rêveur !"

Googleful : adjectif désignant quelqu'un qui fait l'objet de nombreuses recherches dans Google : "Britney Spears est googleful !"

Les outils de veille

Le principe de ces outils est de vous permettre d'être informé à tout moment quand une bulle qui vous concerne éclate sur Internet...

Google Alertes

Sous des apparences quelque peu simplistes, Google Alertes vous permet de composer un système d'informations relativement pointu...

Accédez à cette adresse : <http://www.google.com/alerts>.

Dans la zone de texte *Termes recherchés*, saisissez le sujet voulu.

Définissez le type de recherche et la fréquence des alertes.

Renseignez votre adresse email puis cliquez sur le bouton *Créer l'alerte*.



The image shows a screenshot of the Google Alerts creation interface. At the top, it says "Créer une Alerte Google". Below that, it asks the user to "Entrez le sujet sur lequel vous souhaitez obtenir des informations." There are four input fields: "Termes recherchés" with the value "olivier andrieu", "Type" with a dropdown menu set to "Tous les types", "Fréquence" with a dropdown menu set to "une fois par jour", and "Email" with the value "abondance@gmail.com". A "Créer l'Alerte" button is at the bottom, with a mouse cursor hovering over it. Below the button, there is a small disclaimer: "Google s'engage à ne pas vendre et à ne pas communiquer votre adresse de messagerie."

Le lien *cliquer ici pour gérer vos alertes* vous permet d'accéder à un récapitulatif des alertes que vous avez posées.

Une nouvelle alerte correspondra à ces événements dans les différentes pages de résultats :

- Alertes "Actualités" : les dix premiers résultats trouvés sur Google Actualités ;
- Alertes "Web" : les vingt premiers résultats des recherches Google sur le Web ;
- Alertes "Actualités et Web" ("Tous les types") : les dix premiers résultats présentés sur Google Actualités et les vingt premiers résultats des recherches Google sur le Web ;
- Alertes "Groupes" : les cinquante premiers résultats des recherches sur Google Groupes.

Vous pouvez créer simultanément jusqu'à 10 alertes Google. Passé ce nombre, vous devrez valider les alertes suivantes.

Notez que rien ne vous empêche d'utiliser les possibilités offertes par la recherche avancée : imaginons que vous vouliez être tenu au courant à chaque fois qu'une page web mentionne le site Abondance, vous pourriez définir ce type de recherche : [intext:http://www.abondance.com](http://www.abondance.com) - [inurl:abondance.com](http://www.abondance.com). Ce n'est évidemment pas parfait comme méthode puisque vous ne serez informé d'un changement que si un nouveau lien apparaît dans les 20 premiers résultats de la page des résultats. Néanmoins, un bouleversement important sera automatiquement signalé.

La version anglaise de Google Alerts vous permet de poser une recherche sur les vidéos et les blogs. Voici l'adresse de ce service : <http://www.google.com/alerts>. Les alertes que vous aurez

paramétrées seront aussi accessibles à partir de l'interface française (bien que les sources interrogées soient toutes anglophones).

Page2RSS

Page2RSS (<http://page2rss.com>) vous permet de suivre les changements apportés à une page Web, qu'elle soit statique ou générée de manière dynamique... Une des limitations des services comme Google Alertes est qu'il n'est pas possible d'être informé des modifications intervenues sur un site ou une page si aucun flux RSS n'est généré. Par ailleurs, il n'est pas possible d'être tenu informé des changements apportés à une page ni tirer partie de certaines fonctions avancées de Google quand elles ne correspondent pas à un opérateur en particulier (recherche sur un intervalle de date, par exemple). Voyons comment procéder...

Accédez à la page d'accueil de Google.

Cliquez sur le lien *Recherche avancée* puis, dans la liste déroulante *Date*, sélectionnez cette option : *Dernières 24 heures*.

Saisissez votre recherche dans Google.

Par exemple, vous pouvez vous servir des recherches par date pour savoir à quel moment le moteur de recherche a intégré les pages que vous avez ajoutées.

Le type de requête à utiliser est celle-ci : [site:abondance.com](http://www.google.com/search?hl=fr&q=site%3Aabondance.com). Bien entendu, définissez une période de recherche sur 2 ou 3 jours (valeur `&as_qdr=d2` ou `&as_qdr=d3`) en modifiant l'adresse URL qui est inscrite.

Copiez ensuite l'adresse URL.

Rendez-vous sur la page de Page2RSS.

Collez l'adresse URL que vous avez récupérée puis cliquez sur le bouton to RSS.



The screenshot shows the Page2RSS interface. At the top, the logo "page²rss" is displayed. Below it, there is a text input field labeled "Page URL:" containing the URL "www.google.fr/search?hl=fr&q=site%3Agooglexxl.blogspot.com&as_qdr=d2". Below the input field, there is a smaller text "e.g. www.google.com". To the right of the input field is a yellow button labeled "to RSS" with a mouse cursor pointing at it.

Accédez aux propriétés du lien qui est visible dans la mention *To receive updates for this page in RSS format copy-paste this link into your feed reader*.

Copiez l'adresse du flux.

Vous pouvez aussi vous servir des boutons de syndication visible sur la droite.

La moindre des mises à jour sera automatiquement signalée dans votre agrégateur de flux.

Il est aussi possible de recevoir ce flux sous forme de mail en utilisant un service comme xFruits (<http://www.xfruits.com/?lq=fr>).

Vous pouvez aussi être informé des derniers bulletins de sécurité publiés par Microsoft, des nouvelles pages publiés sur un sujet donné dans un "Digg-Like", des nouvelles photos correspondant à une requête avancée dans Flickr ou faire de l'Ego-surfing sur Google (en définissant une recherche sur votre nom).

Une astuce en passant... Il existe une option dans Google vous permettant d'afficher 100 résultats à la fois. Il suffit d'utiliser ce type de syntaxe :

<http://www.google.fr/search?hl=fr&q=alcatel&num=100>. Du coup votre champ d'investigation s'en trouvera singulièrement élargi !

WatchThatPage

WatchThatPage (<http://www.watchthatpage.com/>) est aussi un outil de veille personnelle.

Accédez à ce site puis cliquez sur le lien *Register*.

Par défaut, vous disposez d'un compte standard. Il est possible de disposer d'une priorité haute en faisant un don de quelques 20 dollars par an.

Vous pouvez préciser à quelle heure les vérifications de changement vont s'effectuer et définir différentes heures. Autre point important : vous devez prendre garde à ce que votre heure locale soit correctement définie.

Cochez la case *Report broken pages*.

Dans la liste déroulante *Email content*, précisez si vous voulez voir dans le mail que vous allez recevoir le changement qui a été décelée ou simplement quelles pages ont été modifiées.

Cliquez sur le bouton *Add keyword matching*.

Définissez un ou plusieurs mots clés (*Tous les mots, l'expression exacte, un de ces mots, aucun de ces mots*).

Cliquez sur le bouton *Update*.

Dans la fenêtre suivante, cliquez sur le bouton *Add new channel*.

Vous allez définir un canal d'informations.

Saisissez un nom pour cette chaîne thématique.

Dans la zone de texte *Add page*, saisissez l'adresse Url de la page à surveiller puis cliquez sur le bouton *Add*.

The screenshot shows the 'Your pages for channel' interface. At the top, there's a dropdown menu for the channel name, currently set to 'default'. To the right are buttons for '+ Add new channel', 'Edit name', 'Delete channel', and 'What is a channel?'. Below this, a message states: 'Here are the pages you are tracking via WatchThatPage. You can, at anytime, add or remove pages. When you are adding pages, there might be a small delay as we are downloading the initial page from the server.' There are two 'Add page' forms. The first has 'www.abondance.com' in the input field, 'to folder' set to 'Top level', and an 'Add' button. The second form has an empty input field, 'under' set to 'Top level', and an 'Add' button. Below these forms, there's a 'Your pages' section with a 'View all channels' button and a list of properties: 'Updates', 'Daily', 'Keyword Matching', and 'Edit properties'. At the bottom, there's a toolbar with icons for 'Delete selected', 'Collapse all', 'Expand all', 'View file age', 'Move to new channel', and 'Move selected', followed by a 'move to' dropdown menu set to 'Top level'.

Notez que vous pouvez organiser vos différentes pages dans des répertoires.

L'historique des changements sera visible en cliquant sur l'onglet *Change*.

Voici un exemple d'utilisation de WatchThatPage :

Accédez à Wikio (<http://www.wikio.fr>), un portail d'informations français qui est particulièrement complet.

Lancez une recherche puis récupérez l'adresse Url de la page générée :

<http://www.wikio.fr/search/olivier+andrieu>.

C'est un exemple !

Ajoutez cette adresse Url à votre liste de pages à surveiller.

Recommencez la même procédure pour un "Digg-Like" nommé Scoopeo et qui est accessible à partir de cette adresse : <http://www.scoopeo.com>. L'adresse récupérée ressemblera à celle-ci :

<http://www.scoopeo.com/search?s=olivier+andrieu>.

À partir de là, vous êtes assurés de ne jamais louper une information importante ! Rien ne vous empêche d'utiliser les fonctionnalités de "Push Mail" pour récupérer les mails qui vous seront envoyés directement sur votre téléphone portable...

WebSite-Watcher

Nous avons eu envie alors d'installer une application en ligne... que l'on peut tester pour une durée de 30 jours...

Rendez-vous à cette adresse : <http://www.aignes.com/index.htm> puis cliquez sur le bouton *Download Free Trial*.

On peut remarque que cette application s'installe aussi en version portable sur une clé USB. Lors du processus d'installation, n'oubliez de sélectionner l'option *French* afin de définir votre langue d'interface.

Une fois l'installation terminée, le fonctionnement de ce logiciel est très simple... Chaque page web est appelée un signet.

Cliquez sur *Signets - Nouveau - Nouvelle page Web / forum / flux RSS*.

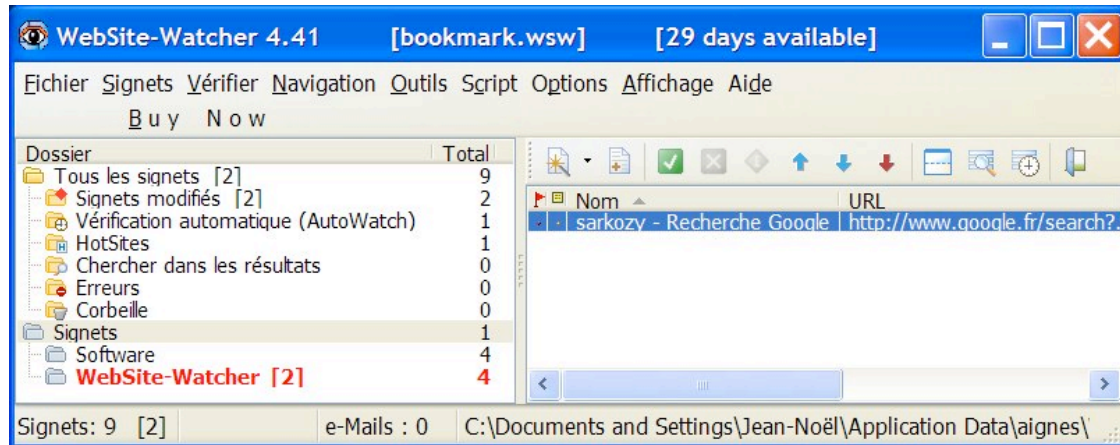
Indiquez l'URL de votre page.

Cochez éventuellement le bouton radio *La page est protégée par un mot de passe et nécessite une authentification*.

Sélectionnez le type de page (*Page Web, Forum, RSS/Atom-Feed*).

Cliquez sur les boutons *Suivant* et *Terminer*.

Votre première alerte est déjà paramétrée !



Accédez aux propriétés de la page pour définir des options avancées comme une planification des vérifications, les options de surlignage, etc.

Procédez à une vérification manuelle.

La page en cache va apparaître dans le volet en bas. Les changements décelés seront surlignés en jaune. Si vous avez paramétré une vérification automatique, une icône sera visible dans la zone de notification.

Nous avons trouvé ce programme à la fois simple et très bien fait... Vous pouvez comparer les avantages respectifs des différentes éditions à partir de cette page :

<http://www.aignes.com/editions.htm>.

Les outils pour le Buzz

En tant qu'entreprise, vous devez être tenu au courant de beaucoup de choses ! Cela peut être les noms des employés, les noms des produits que vous commercialisez, des services que vous développez, des faits et gestes de vos concurrents, des brevets déposés, etc. Bien entendu, nous sommes ici en plein dans les problématiques liées à la veille technologique...

Il est intéressant d'être tenu au courant des nouveautés qui sont survenues dans votre domaine professionnel : état de la concurrence, nouveaux produits, brevets déposés, etc. Voici quelques pistes qui ont le mérite d'être gratuites et de déblayer une grosse partie du terrain.

Digg (<http://digg.com>) : l'outil est certes entièrement en anglais mais vraiment utile :

Lancez une recherche.

Dans les listes déroulantes, sélectionnez le type de présentation voulue (*titre*, *description* ou *Url*) puis les options *All Stories* et *Sort Newest First*.

Cliquez sur la petite icône représentant un flux RSS.

Le flux RSS aura ce type de syntaxe :

http://digg.com/rss_search?search=alcatel&area=all&type=all§ion=all.

Notez que vous pouvez resserrer les résultats par genre (News, Videos, etc.)...

Technorati (<http://www.technorati.com/>) se propose d'indexer la blogosphère.

Lancez une recherche ou cliquez d'abord sur le lien *Advanced*.

Cliquez ensuite sur le lien *Subscribe*.

La syntaxe du flux ressemblera à celle-ci :

<http://feeds.technorati.com/tag/alcatel?authority=a4&language=fr>.

Rien ne vous empêche d'utiliser également le moteur de recherche de Technorati qui est accessible à cette adresse : <http://search.technorati.com>.

Saisissez votre mot-clé, le niveau d'autorité des blogs qui seront interrogés ainsi que leur langue d'interface. De la même façon vous pouvez souscrire au flux RSS qui sera généré.

The screenshot shows the Technorati search interface. At the top, there is a search bar with 'alcatel' entered and a 'Search' button. Below the search bar, it displays '571 blog posts about alcatel' and 'Search time: 0.241 seconds'. There are three search results listed, each with a profile picture, a title, a snippet of text, and an 'Authority' score. A 'Blog search settings' panel is visible on the right, showing filters for 'alcatel', 'some' authority, and 'French (Français)' language. A 'Sponsored Links' section is partially visible at the bottom right.

Wikipedia (<http://fr.wikipedia.org/>) est l'une des sources d'informations les plus importantes sur le Web actuel. De plus, ce site bénéficie d'un fort indice de confiance. Il est primordial d'être tenu au courant des changements apportés aux pages traitant de vous ou de votre entreprise. La syntaxe à utiliser est celle-ci : <http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=alcatel&action=history>.

The screenshot shows the 'Historique des versions de « Alcatel »' page on Wikipedia. It includes a link to 'Voir les opérations sur cette page', a list of contributions with details like date, time, author, and size, and a legend explaining the symbols used in the contribution list. A 'Comparer les versions sélectionnées' button is also present.

Le fichier d'aide sur cette fonctionnalité est accessible à partir de cette adresse : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Aide:Historique>.

Google Video (<http://video.google.com/>) : ce moteur possède l'avantage d'indexer les clips postés sur un très grand nombre de sites de partage en ligne (YouTube, MetaCafe, Gofish, Buy, etc.) Lancez une recherche puis cliquez sur le lien RSS visible en haut à droite de la fenêtre. La syntaxe obtenue sera de ce type : <http://video.google.com/videosearch?q=alcatel&sitesearch=&output=rss>.

Flickr (<http://www.flickr.com/>) : il est très simple de générer toute sorte de flux RSS à partir de ce site de partage photo : <http://www.flickr.com/search/?s=rec&q=alcatel&m=text>.

Yahoo! Pipes (<http://pipes.yahoo.com/pipes>) est l'outil ultime qui vous permettra d'agrèger et de filtrer un grand nombre de flux RSS.

Protéger son commerce

Avec le développement des sites de notation en ligne, c'est un peu le monde entier qui s'invite chez vous (d'où la notion d'Internet en tant canal prescripteur)... Comment ? Voici une démonstration très simple :

Accédez à Google Maps (<http://maps.google.fr/>).

Cliquez sur le lien *Commerces*.

Saisissez [pizza - Toulouse](#).

Sélectionnez le premier restaurant trouvé puis cliquez sur le lien *Donner votre avis*.

Pizzeria Vecchio

2 avis - [Donner votre avis](#)

22, Allée Jean Jaurès
31000 Toulouse
05 61 62 22 19

Itinéraires: [Vers ce lieu](#) - [À partir de ce lieu](#)
[Entreprises](#) : [ajoutez ou modifiez vos coordonnées](#)

Aperçu [Infos détaillées \(1\)](#) [Avis \(2\)](#) [Pages Web \(8\)](#)

★★★★ excellent - nizar - 27 mars 2008
Cette pizzeria est excellente pas festive mais les pizzas sont très bonnes et cuites au feu de bois. Attention Samedi la file d'attente est énorme ... [Plus »](#)

[Afficher les 2 avis »](#)

Vous noterez que vous devez être connecté à votre compte Google pour laisser un commentaire. Mais l'autre constatation qui s'impose immédiatement est que n'importe qui peut laisser une opinion, qu'elle soit bonne ou mauvaise.

Le propriétaire du commerce ou de la société présent sur ces listings (la plupart du temps sans le savoir) peut, bien entendu, cliquer sur le lien *Signaler comme inapproprié* mais faut-il encore qu'il soit tenu au courant du passage d'un internaute (mal intentionné). Voici une solution... Quand on affiche le code source de la page, on peut retrouver l'adresse Url de la page web qui est utilisée. Elle ressemblera à celle-ci :

<http://maps.google.fr/maps?f=l&hl=fr&geocode=&q=pizza&near=toulouse&jsv=110a&sl=47.15984,2.988281&sspn=9.965848,17.402344&ie=UTF8&ei=-CcjSOXuBibw2gKRsd3iCg&reviews=1&cid=2315187572997130310&iwd=1&iwloc=A&action=open&output=html>. Il ne vous reste plus alors qu'à poser une alerte en utilisant un service comme Feed2RSS. Bienvenue dans le club très select des intervenants en veille économique !

(NDLR : voir également l'aryicle sur le référencement dans Google Maps dans cette même lettre).

Les moteurs de recherche spécialisés

Quelle est la différence entre un moteur de recherche spécialisé et un moteur classique comme Google ? Le second vous présente les liens qu'il considère comme étant les plus pertinents. Le premier affiche simplement ceux qui sont les plus récents. C'est là toute la différence...

Favebot

Favebot (<http://favebot.com>) est un outil intéressant. Une fois que vous avez ouvert un compte en indiquant un identifiant et un mot de passe, il vous suffit de cliquer sur le lien *New Tracking* puis d'indiquer votre mot-clé ou l'expression voulue. Notez qu'il est important de fournir votre exacte localisation géographique pendant l'inscription. La pertinence des résultats est à ce prix. Cochez ensuite les cases qui correspondent aux types de résultats voulus (blogs, images, actualités, etc.) puis validez pour le reste...


All Barack Obama Discoveries

Show:

Page 1 of 89 - [Next > |](#)

Superdelegate Watch: Brad Miller Endorses Obama | Atlantic Online

Tracked by: News for [Barack Obama](#), about 6 hours ago [permalink](#)




[The Southern Ledger](#)

[Superdelegate Watch: Brad Miller Endorses Obama](#)
Atlantic Online - 11 hours ago
Brad Miller (D-NC) is endorsing **Barack Obama**. Here's his statement: I will cast my vote as a delegate in Denver for Senator **Barack Obama**. ...

[Democrat elder defects to Obama](#) The Australian
[A consensus has finally emerged: The end is nigh](#) Globe and Mail
[Obama As Teflon Candidate](#) Black Star News
[New York Times - Political Cortex](#)
[all 361 news articles](#)

Subscribe




[via email](#)

[Log In to access feeds](#)

On the FaveBot Blog

- [Problems with FireFox 3 Beta 5](#)
- [BlogSpot Unbanned](#)
- [FaveBot as a Blogging Tool](#)
- [A Sample FaveBot User Tracking Stocks, Finance & Economic Information](#)
- [BlogSpot and .info banned!](#)

 HEADLINES BY FEEDBURNER

About

[FAQ](#)
[Contact](#)

Trackur

Trackur est un exemple d'outil de gestion d'alerte. Il vous est possible de le tester gratuitement pendant 14 jours... Pourquoi donc s'en priver ?

Accédez à cette adresse : <http://www.trackur.com/>.

Cliquez sur le bouton *Get started for free!*

Dans la rubrique *Your Details*, indiquez votre prénom, nom et adresse email.

Dans les zones de texte *Login Information*, choisissez un identifiant et un mot de passe.

Cliquez sur le bouton *Sign-up!*

Cliquez ensuite sur le bouton *No Thanks!* Afin de démarrer votre test.

Dans la zone de texte *Enter a Keyword*, saisissez votre mot-clé.

Vous pouvez cocher la case *Exact Match* si votre requête contient un ou plusieurs espaces.

Il est aussi possible de définir des termes à inclure ou à exclure.

Cliquez sur le bouton *Search Articles*.

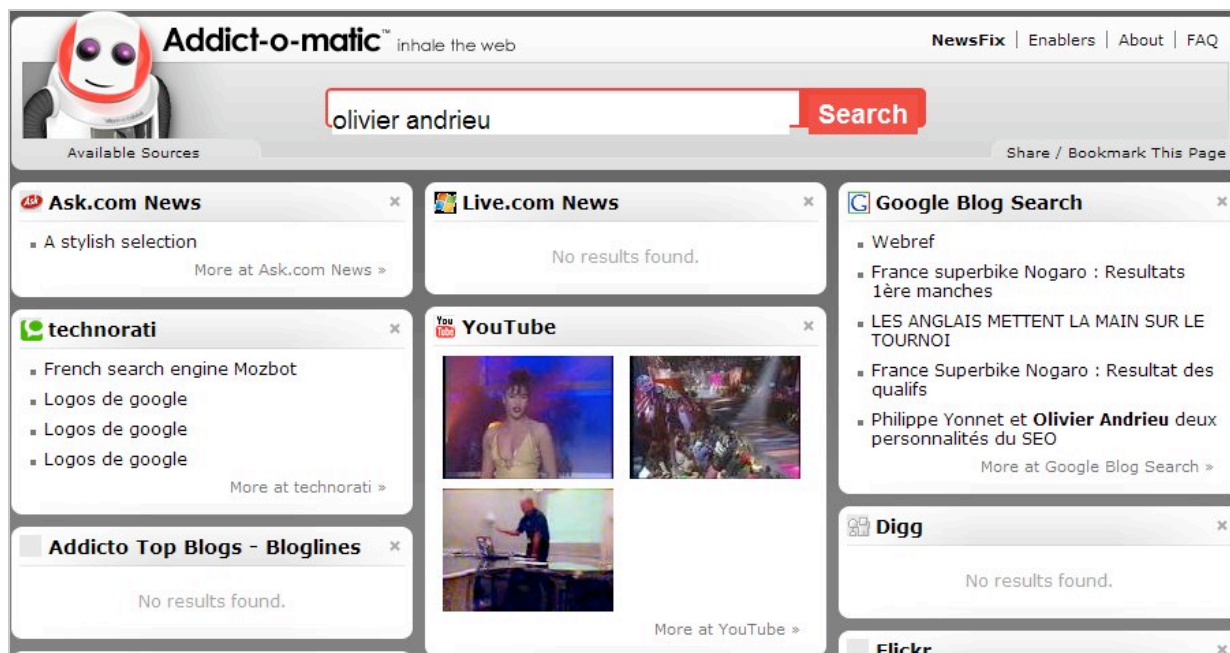
Une fois que l'ensemble des liens auront été affichés vous pouvez sauvegarder votre recherche en cliquant sur le lien *Save current search*.

Les deux boutons qui apparaissent juste en-dessous vous permettent de générer une alerte email ou de recevoir les mises à jour détectées sous forme de flux RSS.

Notons cependant qu'après une période de tests divers, l'outil Trackur ne nous a pas convaincu...

Addict-o-matic

Cet outil (<http://addictomatic.com/>) est une sorte de couteau suisse de la veille et du Buzz. Rien de très compliqué : saisissez une recherche. La page des résultats ira puiser ses sources dans tout ce qui fait l'actualité anglophone (mais pas seulement !).



Ces fameuses sources sont issues d'une sélection rigoureuse effectuée par addictomatic : un peu plus de 150 blogs, une vingtaine de sites d'actualité, les grosses pointures du Web 2.0 comme Google, Yahoo, Technorati, Ask, YouTube, Truveo, Flickr, Blinkx, Ice Rocket, Digg, Topix, Newsvine et Tweetscan. Cliquez sur le lien *Available sources* pour afficher les sources utilisées. Vous pouvez supprimer les éléments qui ne vous intéressent pas. Vous allez voir qu'à chaque fois l'adresse URL va être modifiée. Rien ne vous empêche également de réorganiser les différentes briques en utilisant votre souris. Il suffit enfin d'enregistrer la page ainsi personnalisée dans vos favoris pour retrouver la même sélection lors de votre prochaine visite. De nombreuses améliorations seront bientôt disponibles dont l'intégration de flux RSS. À notre sens, ce service est à surveiller de près...

Surchur

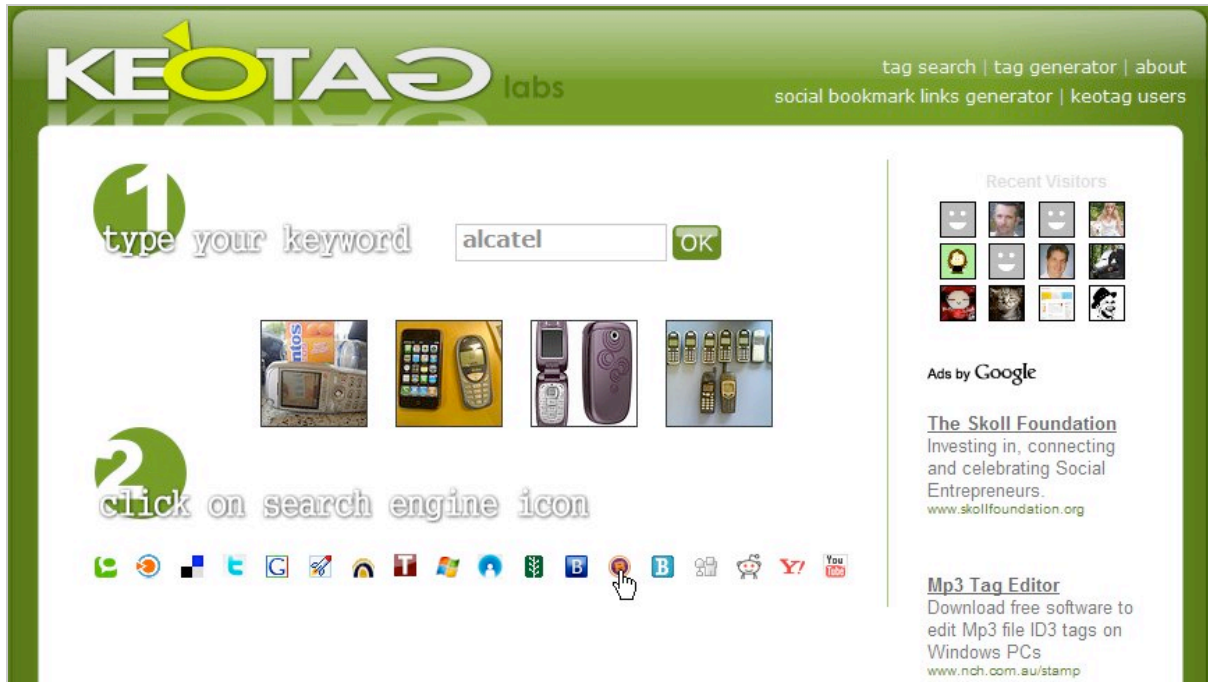
"The latest, the greatest"... C'est tout le propos de Surchur (<http://surchur.com/>), un moteur de recherche anglophone qui n'indexe que ce qu'il y a de mieux !



Son principe de fonctionnement est très similaire à celui d'Addict-o-matic. Là aussi, vous pouvez sauvegarder dans vos favoris n'importe quelle page web qui est générée. Lors de votre prochaine visite, les dernières actualités concernant cette thématique seront listées.

Keotag

Nous avons trouvé cet outil assez séduisant. Accédez à cette adresse : <http://www.keotag.com/>. Saisissez votre mot-clé puis cliquez sur l'icône correspondant au service voulu. En bas de la fenêtre, il est possible de s'abonner au flux RSS correspondant ou de générer un fichier OPML.



Renverser la tendance

Si le mal est déjà fait et que les moteurs de recherche renvoient des résultats calamiteux sur vous ou votre entreprise, vous pouvez toujours créer des contre-feux en suivant ces quelques pistes...

Créer son site web : croyez-le ou non mais il y a encore beaucoup de sociétés ou d'individus qui ne possèdent pas de site web. Il suffit de créer un domaine en utilisant votre nom ou celui de votre société pour être assuré que ce sera un des premiers résultats qui apparaîtra sur Google sur la requête en question. Par exemple, roger-dupond.com. Il vous suffit de vérifier sa disponibilité à cette adresse : <http://www.raynette.fr/services/whois> et de rédiger une page web certes sommaire mais qui aura le mérite d'occuper efficacement le terrain. Il y a une bonne suggestion de ces ePortfolio à cette adresse : <http://marioasselin.com>.

Démarrer un blog : vous pouvez utiliser Wordpress (<http://fr.wordpress.com/>), Blogger (<http://www.blogger.com/>), etc. Là encore, le principe est simple : rédigez quelques articles avec comme titre votre nom et prénom, arrangez-vous pour obtenir quelques liens et le tour est joué ! Vous serez premier sur Google sur votre nom... Et ce, en un temps record (moins d'une semaine) !

Créer un sous-domaine : cela peut être une solution simple à partir du moment où vous avez un site principal : ajoutez un sous-domaine qui reprendra votre nom et votre prénom (roger-durand.votresite.com).

Créer un profil de réseautage social : MySpace est une adresse incontournable... Il suffit d'ouvrir un compte en indiquant votre nom complet ou celui de votre société : [http://www.myspace.com/\"nom de la société](http://www.myspace.com/\)".

Jouer sur l'image : rien ne vous empêche d'envoyer des photos de votre logo d'entreprise, des produits que vous faites ou toute autre information en ayant soin de définir comme libellé votre identité ou celui de votre société. Utilisez de surcroît cette astuce : ajoutez des commentaires à vos envois en les signant de votre nom...

Bien évidemment et en dépit des récentes déclarations, Google Recherche d'images (<http://images.google.fr/>) n'est pas encore en mesure de vous trouver... Ou alors il va se tromper : lancez une recherche sur le nom de l'auteur de cet article (Jean-Noël Anderruthy) dans Google Images et vous obtiendrez une photographie de notre président (mais également une d'Olivier Andrieu...).



Du coup, il peut être utile de mettre toutes les chances de votre côté en choisissant une photographie impeccable et de faire qu'elle sorte en premier dans les résultats. Voici quelques règles à respecter :

- Enregistrez votre image en choisissant votre nom et prénom : [roger-durand.jpg](#) (et non [IMG_0101.jpg](#)).
- Utilisez les balises ALT et TITLE dans le code de l'image :
``
- Ajoutez deux lignes de description le plus près possible de l'image. On obtient ce type d'effet en utilisant la balise CSS Float.
- Arrangez-vous aussi pour que votre image ne soit pas placée à côté d'un bloc de texte parlant d'autre chose (que de vous) : votre succulente recette de la bouillabaisse, par exemple.
- Nous n'avons pas d'explications précises à cette loi mais il semble que les moteurs de recherche indexent en priorité les images placées en haut des pages web.
- Les commentaires utilisés pour la photographie doivent, de préférence, être encadrés par des balises H3 ou en gras. Leur poids sémantique sera plus important.

Déclarer votre identité : **Naymz** (<http://www.naymz.com/>) se définit comme un outil vous permettant de créer un réseau d'e-réputation. Dès que vous aurez rempli le formulaire d'inscription, vous bénéficierez d'une page web qui sera de ce type : <http://jean-noel.anderruthy.name>. Il existe un système de recommandation qui permet à une de vos connaissances de laisser un commentaire élogieux sur vos capacités (réelles ou supposées !) Notez aussi que plus vous fournissez d'informations à votre sujet, plus vous obtenez de points. Au total, ces points vont permettre d'évaluer votre "RepScore Level" sur une échelle de 1 à 10. C'est également le sujet du paragraphe suivant...

Construire son réseau de références

Il existe un phénomène encore plus grave que d'avoir des cyber-traces gênantes : ne pas avoir de réputation du tout. Si la gestion de sa marque personnelle est un travail à plein temps, de nombreux services peuvent vous servir à occuper le terrain et vous mettre en avant.

Ziki

Ziki (<http://www.ziki.com/>) est un service vous permettant d'échantillonner votre ADN numérique. En fait, nous avons fait connaissance avec ce service de façon assez curieuse... Un beau jour, nous recevons un mail contenant à peu près ceci : "*Afin d'enrichir les résultats de notre moteur nous venons de créer votre profil à partir des informations publiques et indexables que vous mettez à disposition sur le web*". À nous donc de revendiquer le profil afin de le parfaire (et d'éviter qu'il tombe entre des mains malhonnêtes ?). Pour avoir une idée de ce que cela donne, rendez-vous à cette adresse : <http://my.ziki.com/jeannoelanderruthy>.

The screenshot shows a Ziki profile for Jean-Noël Anderruthy. The profile includes a photo, name, title, location, and a link to a blogspot site. The page has navigation tabs for 'About' and 'Articles'. Below the profile, there are buttons for 'Write to Jean Noël', 'Add to my network', and 'Subscribe'. The 'Articles' section shows one article titled 'Des infos locales dans Google Maps' dated 08 May 2008. The sidebar contains sections for 'Activities & Interests' (Blog, Technology), 'Keywords' (Google, High tech, Internet, Nouvelles technologies), 'Links' (blogger), and 'Statistics' (263 pages views, Member since: 6 months, Last login: 4 days, 178 151).

Signalons qu'une recherche sur mon nom (jean-noel Anderruthy) dans Google renvoie vers la page Ziki en 11^{ème} position. Ce n'est donc pas si mal !

Une fois que vous vous êtes inscrit ou que vous avez revendiqué votre profil, une mention indiquera que "*Jean-Noël Anderruthy utilise Ziki pour se promouvoir et être visible sur Internet*". Certes, on vous a quelque peu forcé la main mais on va dire que depuis vous êtes ravi ! ;-)

Nous avons trouvé qu'il y avait deux points intéressants dans ce service...

- Tout d'abord, il est possible de relier votre profil Ziki avec celui que vous possédez sur LinkedIn : Cliquez sur le bouton *Modifier* puis sur l'onglet *LinkedIn*. Saisissez simplement l'url publique de votre profil LinkedIn.

- Autre nouveauté intéressante : il est possible d'afficher les statistiques de votre profil en vous servant de Google Analytics. Cliquez sur *Personnaliser* puis, dans la rubrique *Modifier vos paramètres*, sur le lien *Google Analytics*. Saisissez vos identifiants Google Analytics puis cliquez sur *Enregistrer*.

L'apprentissage des autres fonctionnalités (dont notamment un annuaire à consulter) ne pose réellement aucun problème...

Venyo

Venyo (<http://www.venyo.org/>) propose une mesure unifiée et standardisée de la réputation de chaque internaute. Elle s'exprimerait sous la forme d'un indice personnel de fiabilité – le Vindex™ (l'indice global de confiance calculé par Venyo). Dès que vous aurez terminé la procédure d'inscription, un lien permanent vous sera attribué : <http://jeannoel.venyo.org>. Il vous suffit de suivre l'assistant pour remplir votre profil.

The screenshot shows the Venyo profile page for 'jeannoel'. At the top, there is a navigation bar with the Venyo logo, a 'PUBLIC BETA' badge, and links for 'what is Venyo?', 'what is the Vindex™?', and 'why sign up?'. A language dropdown is set to 'Français'. The main content area is divided into several sections:

- Do you know me ?**: A section with the text 'Improve my reputation !' and a '+47% Évaluez-moi' button. It also lists 'Use your Vindex™ on : weblogs, social networks, c2c marketplaces'.
- my Vindex™**: A large orange '47%' and '.50'.
- my last evaluations**: A list with 'auto, trustyoo' and '1/5'.
- my best tags**: A list with '1. trustyoo 47.50 %' and '2. auto 47.50 %'.
- my ranks**: A table showing 'Worldwide 926 ↓', 'France 111 ↓', and 'Alpes-Maritimes 1 ↔'.
- my contacts**: A section with 'no public informations'.
- my Vindex™ history**: A line graph for 'jeannoel' showing a score of 100 from Jan to May.
- my links**: A list with 'http://googlexxl.blogspot.com'.
- about me**: A section with 'Interests : Google, technologie, mobile, web2.0, GPS, cartographie' and 'Occupations : Auteur technique et webmaster'.
- my informations**: A section with 'First name : Jean-Noël', 'Last name : Anderruthy', 'Nick name : private', 'Age : private', 'Gender : Masculin', 'Country : France', 'Département : Alpes-Maritimes', 'Ratings : 1', and 'Creation : 5 May 2008'.
- my languages**: A section with 'English'.

Ce service présente quelques éléments intéressants mais a, pour l'instant, encore besoin d'être amélioré et étoffé...

Deux vecteurs de e-réputation

Que ce soient Facebook ou LinkedIn, on peut lire dans ces deux sites comme à ciel ouvert. Faites le test de saisir ces deux recherches dans Google : [Sarkozy site:fr.facebook.com/people/*](http://www.facebook.com/people/*) ou [Sarkozy site:http://www.linkedin.com/in/*](http://www.linkedin.com/in/*). De fait, vous devez réfléchir à ce que sera votre utilisation de ces deux services...

The screenshot shows a Google search result for 'sarkozy site:fr.facebook.com/people/*'. The search bar contains the query and the 'Rechercher' button. Below the search bar, there are radio buttons for 'Web', 'Pages francophones', and 'Pages : France'. The search results show 'Web Résultats 1 - 1 sur 1 provenant de fr.facebook.com'. The first result is 'Jean Sarkozy | Facebook' with a description: 'S'inscrire sur Facebook pour vous connecter avec Jean Sarkozy. ... Nom : Jean Sarkozy; Réseau : France. Here are some of Jean's friends on Facebook. ... fr.facebook.com/people/Jean_Sarkozy/619672234 - 14k - En cache - Pages similaires'.

LinkedIn

LinkedIn (<http://www.linkedin.com>) est un réseau professionnel. Voici un exemple de la page telle que nous avons pu la créer en deux temps trois mouvements...

The screenshot shows a LinkedIn profile for Jean-Noel Anderruthy. The profile is for an "Independent Writing and Editing Professional" located in the "Nice Area, France". It features a profile picture, a status update about working on a Joomla! book, and navigation tabs for "Profile" and "Connections". The "Connections" section shows one connection in the "Writing and Editing" industry, with links to "My Website" and "My RSS Feed". The public profile URL is provided. On the right, there are options to "Send InMail", "Get introduced through a connection", and "Add Jean-Noel to your network". A sidebar on the right contains "Ads by Google" for services like "Web 2.0 and Beyond", "GeoBase Map Engine", and "New Continuous Data Backup".

Si vous souhaitez modifier l'adresse URL de votre profil, cliquez sur les liens *Profile* et *Edit My Profil*. En face de la mention *Public Profile*, cliquez sur les liens *Edit* et *URL*. Changez l'adresse URL en utilisant votre nom et prénom : <http://www.linkedin.com/in/jeannoelanderruthy>. *A priori*, un délai sera nécessaire avant que cette page soit indexée par Google.

Le principe de fonctionnement de ce service en ligne est très similaire à tout ce que nous avons vu précédemment. Voici néanmoins quelques astuces rapides à connaître...

Quand vous effectuez une recherche dans LinkedIn sur des personnes, un certain nombre d'icônes sont visibles... Voici leur signification dans leur ordre d'apparition :

- Le degré de séparation par rapport à vous ;
- Le nombre de recommandations obtenues ;
- Le nombre de relations de confiance que l'utilisateur possède.

Afin d'afficher les statistiques de votre profil, accédez à cette adresse :

http://www.linkedin.com/static?key=wvmp_results.

Afin de supprimer des contacts, cliquez sur les liens *Contacts* puis *Remove Connections*.

Vous pouvez (devez ?) être au courant des événements survenus dans votre réseau en accédant à cette adresse : <http://www.linkedin.com/rssAdmin?display=>. Cochez le bouton radio *Enable* placé sous la mention *Turn on the feed for Network updates*.

Afin de voir les mises à jour qui sont survenues, cliquez sur les liens *Inbox* et *Network Updates*.

Sélectionnez ensuite, par exemple, le lien *Two weeks ago*.

Afin de voir qui a rejoint votre réseau, faites ceci :

Cliquez sur le lien *Advanced Search*.

Dans la liste déroulante *Joined your network*, sélectionnez l'option *Since your last login*.

Afficher le contenu de votre blog dans *LinkedIn News*, cliquez sur les liens *Profile* et *Edit My Profile*.

En face de la mention *Websites*, cliquez sur le lien *Edit*.

Facebook

Un autre service (<http://fr.facebook.com/>) bien connu, sur lequel il est possible de se tailler une réputation de dimension internationale.

L'Institut Québécois d'Ethique Appliquée (<http://www.ethique.net/>) signalait que 60% des employeurs canadiens s'introduisaient dans Facebook pour voir ce que leurs salariés écrivaient ou publiaient sur Internet...

Il existe une distinction entre ces trois niveaux d'accès :

- *Only Friends* : seulement vos amis ;
- *Friends of Friends* : vos amis et les amis de vos amis ;
- *No one* : personne.

En termes clairs, sur Facebook tout le monde est ami. Seul le niveau d'accès va apporter des nuances qui sont souvent fragiles. Attention donc à cette impression trompeuse : le pseudo-anonymat que procure Internet.

Cliquez maintenant sur *Privacy - Search*.

Dans la liste déroulante *Search Visibility*, vous allez pouvoir définir votre niveau de visibilité à l'intérieur de Facebook.

A priori, vous pouvez laisser sélectionné l'option *Everyone* (à moins de vouloir mener une existence retirée). Si, par contre, vous ne souhaitez pas que votre profil soit accessible *via* un quelconque moteur de recherche, décochez la case *Create a public search listing for me and submit it for search engine indexing (see preview)*.

La rubrique *News Feed and Mini-Feed* a de quoi surprendre : elle permet à n'importe qui présent sur Facebook de savoir à quoi vous avez passé votre journée : *"Write a Wall Post"*, *"Add a Friend"*, *"Leave a Group"*, etc. En bref, c'est une sorte mouchard branché en permanence sur vous ... Inutile de montrer à tout le monde que, pendant vos heures de bureau, vous avez fait une myriade de choses sur Facebook. *A priori*, décochez toutes ces cases vite fait bien fait...

Cliquez maintenant sur *Privacy - Applications* puis l'onglet *Other Applications*.

La première des rubriques visibles listent les éléments que les autres internautes peuvent voir quand ils utilisent des outils ou applications basés sur l'API Facebook. Décochez les éléments que vous considérez comme "à risque".

En conclusion, on peut estimer qu'il est plus "safe" d'avoir dans Facebook deux comptes ou deux profils : un profil pour les autres et l'autre plus personnel, réservé à votre vie "en dehors des clous" et ouvert avec un pseudonyme... De la même façon que l'on se doit de posséder deux machines : l'une pour la compatibilité, les sauvegardes importantes, en bref, pour l'ensemble de votre vie professionnelle et l'autre pour les jeux des enfants, les expérimentations de logiciels exotiques, etc. On entend trop souvent ce type de réflexion : "Mon petit neveu a installé un jeu très sympa et depuis, j'ai perdu toute ma compatibilité". On pourrait extrapoler et imaginer ce type d'histoires : "J'ai un Superwall d'enfer sur Facebook mais depuis, mes collègues de travail me regardent bizarrement..."

Une conclusion provisoire

Il existe un site qui a fait de l'e-réputation un véritable business ! C'est eBay. Tout l'intérêt de ce portail est d'avoir développé un système de notes et de recommandations qui constituent un véritable fond de commerce et sa seule (réelle) valeur ajoutée. Par ailleurs, le développement des sites de notation en ligne (professeurs, médecins, commerces, etc.) et, en dépit des difficultés judiciaires rencontrées par nombre d'entre eux, va faire qu'une réputation sur le Web risque de rapidement devenir un des leviers majeurs d'une carrière professionnelle ou de la vie d'une entreprise. Aussi, n'hésitez pas à prendre les devants et de mettre au point (et en ligne) une véritable stratégie de "Personal Branding". Car la marque qui est la plus importante, c'est encore vous...

Ressources utiles

Sites web :

Internet & Opinions (<http://internetetopinion.wordpress.com>) : le blog d'i&e, une agence de conseil en communication.

IC-Agency (<http://blog.ic-agency.com/fr/erputation/index.html>) : un autre blog qui consacre une catégorie sur les questions de l'e-réputation. IC-Agency est une société suisse spécialisée dans le management de la réputation.

ReputationAdvisor (<http://www.reputationadvisor.com/>) : un site anglophone créé par Daniel Dessinger.

Voici également une liste d'**articles** sur le sujet :

<http://www.journaldunet.com/expert/15914/e-reputation-quand-la-toile-ne-se-contente-plus-d-ecouter.shtml> : un article de synthèse sur le sujet ;

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/marques-sites/conseil/070928-e-reputation/1.shtml> : un dossier sur l'attitude que doivent adopter les entreprises en cas de crise ;

<http://www.ecrans.fr/ReputationDefender-nettoyeur-d.html> : un billet sur les nettoyeurs de réputation ;

http://blogs.lexpress.fr/reussir/archives/2006/07/lynchage_virtue.html#trackbacks : un exemple de lynchage virtuel.

P.S. Nous ne résistons pas à l'envie de vous parler d'un ultime service qui vous permettra de soigner votre e-réputation mais, cette fois-ci, à un niveau planétaire : "Envoyer votre nom sur la Lune". C'est à cette adresse que ça se passe :

"<http://lro.jhuapl.edu/NameToMoon/index.php>" et ce site vous permettra de faire officiellement partie de la prochaine mission spatiale organisée par la NASA. Bonne chance ! ;-)

De plus, en continuant sur le côté anecdotique, vous pouvez tester votre "People Rank" en utilisant un de ces outils : Google Battle

(<http://www.googlebattle.com>) GoogleFight

(<http://www.googlefight.com>) ou Google Trends

Join NASA's Return to the Moon

Sign up to send your name to the moon. Names will be collected and placed onboard the LRO spacecraft for its historic mission bringing NASA back to the moon. You will also receive a certificate showcasing your support of the mission.

The deadline is June 27, 2008 for the submission of names.

LRO's objectives are to find safe landing sites, locate potential resources, characterize the radiation environment, and demonstrate new technology.

Send your name to the Moon!

Jean-Noël Anderruthy Add Name
First Name Last Name

Visit the LRO Web Site at <http://lunar.gsfc.nasa.gov/>

(<http://www.google.fr/trends>). Nous obtenons avec le premier près de 7 040 résultats... Et vous ? ;-)

Jean-Noël Anderruthy, *webmaster spécialisé dans les technologies Google.*

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :

<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2008/05/protger-etou-dveloper-son-e-rputation.html>