

Les services de Content Discovery (3ème partie)

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Nous sommes tous connectés à des réseaux sociaux comme Twitter ou Facebook, mais, parfois, leur utilisation à des fins de veille ou de community management est complexe, l'information étant souvent noyée dans la masse. C'est là qu'interviennent les outils de "content discovery" qui permettent, comme leur nom l'indique, de découvrir des contenus intéressants en traitant et filtrant les flux de données proposés par ces outils. Après l'exploration en profondeur de sept d'entre eux le mois dernier et le précédent, en voici deux nouveaux ce mois-ci, parmi les plus intéressants, pour clôturer cette série d'articles...

Depuis quelques années maintenant, l'animation de communautés sur le web ou « Community Management » (d'une page Facebook, d'un groupe LinkedIn, d'un compte Twitter) est devenue une profession à part entière. Si les interactions du community manager avec ses membres sous forme de réponses ou de discussions sont une des conditions de leur satisfaction, le fait d'apporter des contenus susceptibles de les intéresser sous forme d'articles, de vidéos ou de photos en est une autre. Encore faut-il identifier ce contenu. Les systèmes d'alertes par mots-clés de type Google Alertes jouent ce rôle depuis longtemps (pour d'autres solutions similaires voir ce tableau comparatif de 23 services : <http://socialcompare.com/fr/comparison/services-gratuits-d-alertes-par-mots-cles-1pp8mohd>) mais on voit arriver depuis quelques mois de nombreux autres services qui tentent d'« alimenter » le community manager (ou le veilleur bien sûr) en contenus pertinents en utilisant des techniques de repérage variées. Nous vous proposons d'en découvrir encore deux dans cette troisième partie de notre article sur les outils de "content discovery", après les sept déjà vus en mai et juin.

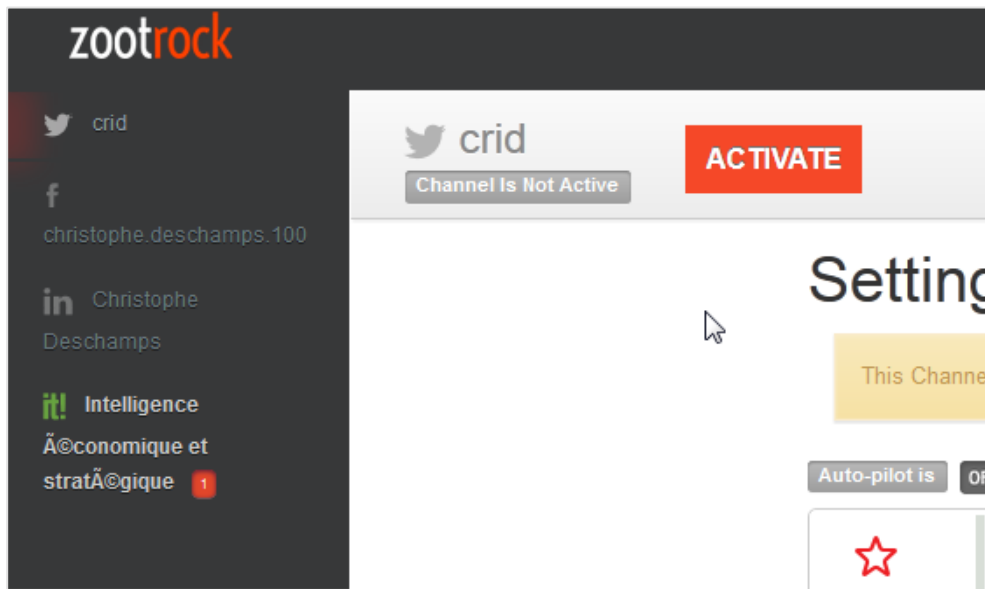
Après les services découverts durant ces deux derniers mois, il aurait pu sembler difficile d'en trouver d'autres pour un nouvel article sur le sujet. Ce n'est pourtant pas un problème tant il semble exister de l'effervescence autour de cette famille d'outils, le contenu étant plus que jamais le carburant du web social, et il n'est qu'à consulter la liste que met à jour Robin Good pour s'en convaincre (<http://content-discovery-tools.zeef.com/robin.good>).

ZootRock

Ce service (<http://www.zootrock.com/>) a été lancé en novembre 2013 avec pour objectif de permettre à chacun de récupérer des contenus provenant des réseaux sociaux auxquels il est connecté et de les rediffuser vers des pages de curation.

La première étape consiste à ouvrir ses profils sociaux à Zootrock afin de lui permettre d'y diffuser des contenus. Il est possible d'ajouter :

- Une page Facebook ;
- Un profil Facebook ;
- Un compte Twitter ;
- Un profil LinkedIn ;
- Une page LinkedIn ;
- Des pages Scoop.it ;
- Des flux RSS.



Une fois cela fait, le service vous propose d'affiner le profil des personnes qui vous suivent sur ces différents réseaux.

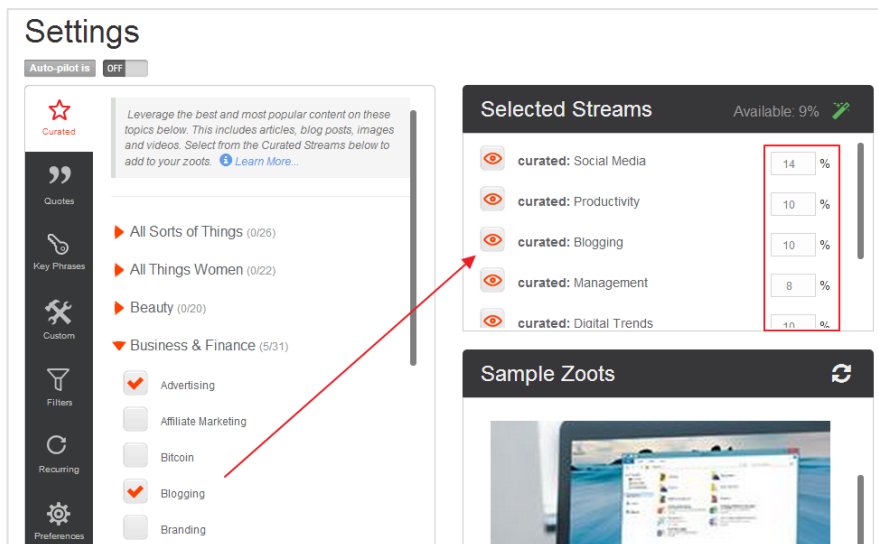
The image shows a form titled 'Who's Following You?' with a red icon of a person carrying a bag. Below the title, there is a message: 'To ensure we find you the best possible content, please tell us a little more about you audience. (Just pick one for now, you can always add more variety later)'. The form contains two columns of checkboxes with the following labels: Artsy, Beauty Buff, Business (checked), Entrepreneur, Explorer, Foodie, Funny, Health Conscious, Local Expert, Miscellaneous, Pop Culture Junkie, Sporty, Techie, The Intellectual, and Women.

A noter que la version gratuite ne permet de diffuser que vers un seul des médias ci-dessus. Une fois cela fait, Zootrock vous propose des contenus issus de la presse anglo-saxonne ou de blogs et vous permet de les diffuser aisément vers les chaînes activées. Par exemple sur une page Scoop.it :

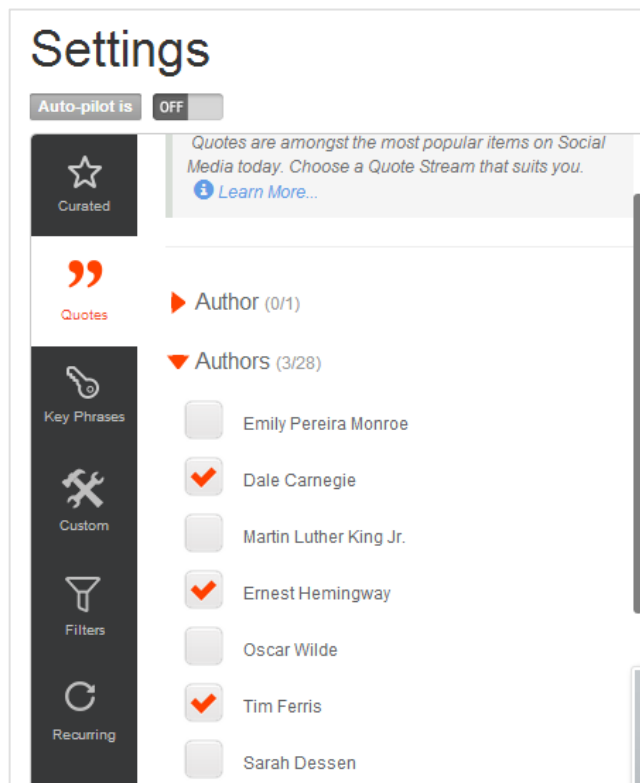


Il est possible d'améliorer les suggestions automatiques faites par l'outil chaîne par chaîne. Il faut pour cela en choisir une puis cliquer sur « Channel settings » en haut à droite de la page. On peut alors choisir d'être « alimenté » en :

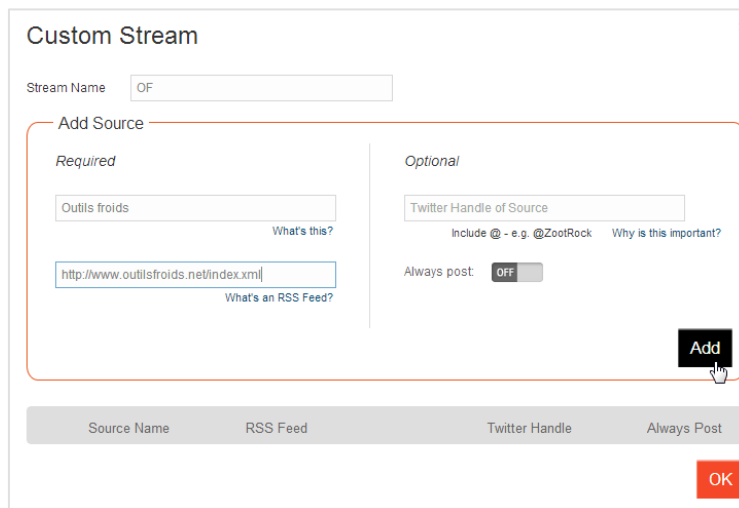
- actualités thématiques et attribuer un pourcentage de visibilité à chacune :



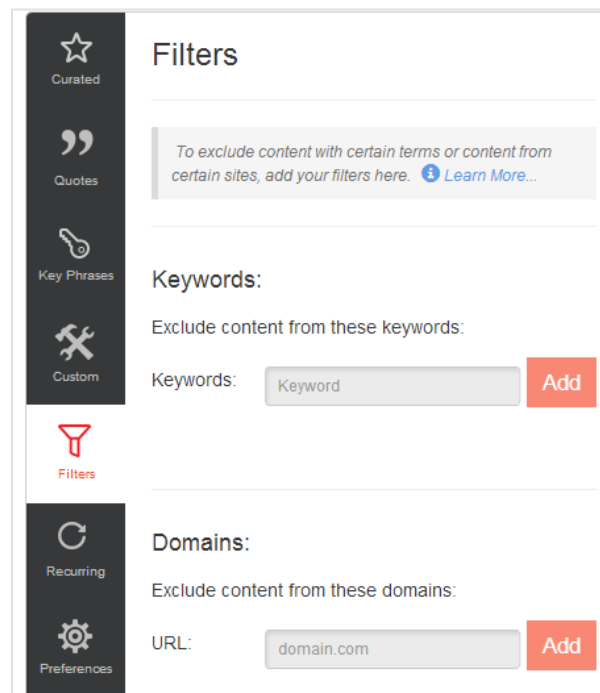
- en citations :



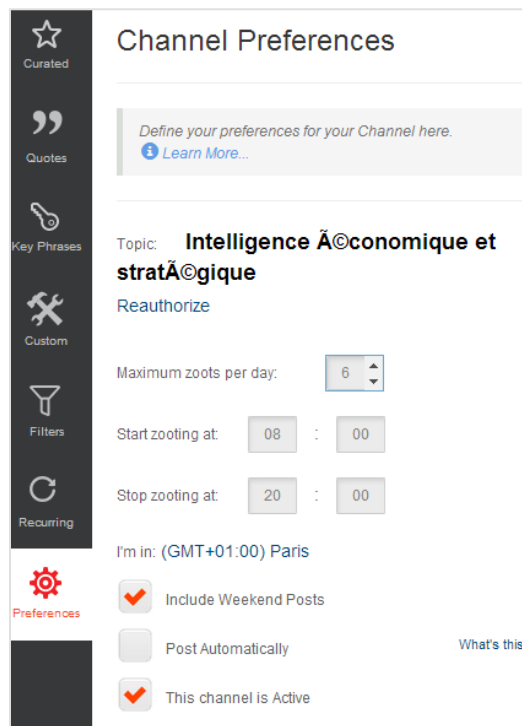
- en alertes par mots-clés dont les contenus seront apportés par Twitter ;
- en flux RSS que l'on configurera dans l'onglet « Custom ». Notez qu'il est possible de regrouper des flux par bouquets :



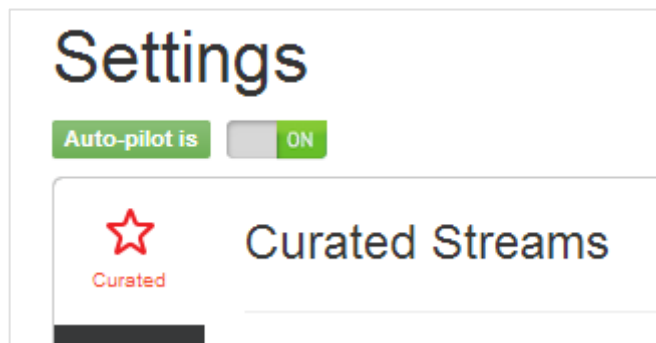
L'onglet « Filters » permet de supprimer les contenus contenant certains mots-clés ou issus de certains noms de domaine.



L'onglet « Recurring » permet d'ajouter des messages sur sa page profil et de les afficher de manière régulière. Enfin l'onglet « Preferences » permet de modifier plusieurs réglages quant au nombre de contenus publiés par jour sur une chaîne, les plages horaires ou encore le fuseau horaire.



A partir de là, Zootrock va vous proposer des contenus à partager. Si l'on fait suffisamment confiance aux réglages effectués et à ces propositions, il est même possible d'en automatiser complètement la diffusion.

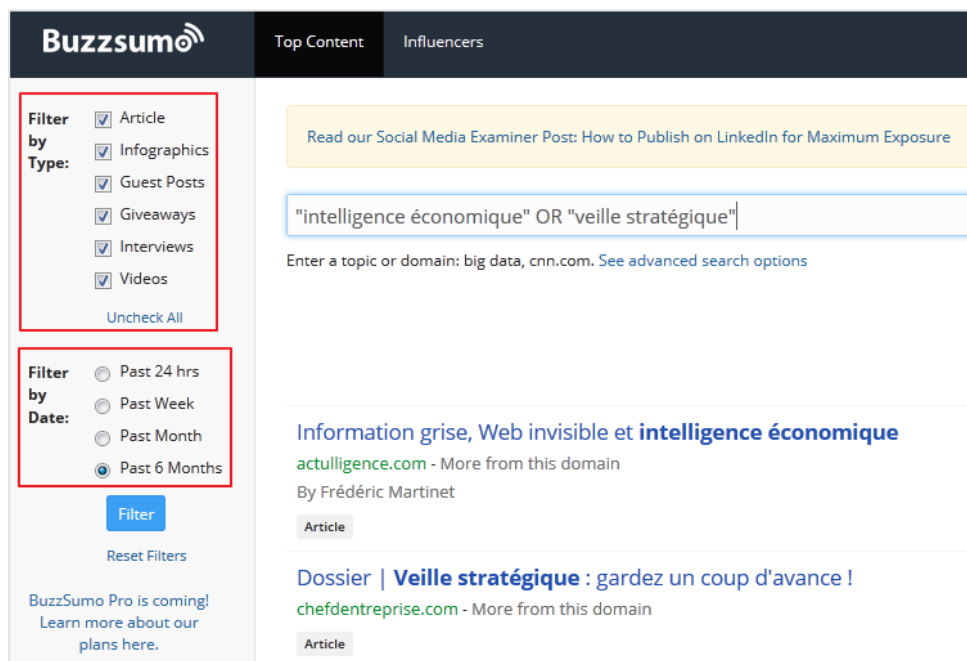


Au final, Zootrock est un service qui dispose donc de nombreuses fonctionnalités et qui se positionne comme un centre de réception/diffusion vers ses profils et pages sur les médias sociaux. On pourra toutefois regretter deux choses : d'une part un manque d'ergonomie qui entraîne pas mal de tâtonnements, d'autre part un système de pourcentage qui limite finalement la quantité de contenus à diffuser par thème, même s'il assure ainsi de limiter le temps passé dans le système. En gros, ne comptez pas sur Zootrock pour effectuer une veille exhaustive de vos thématiques.

Buzzsumo

Buzzsumo (<http://buzzsumo.com/>) est un service encore plus récent, puisqu'il a été lancé au début de l'année 2014. Il s'agit d'un autre service qui tire parti des réseaux sociaux pour faire remonter les contenus qui s'y partagent le plus. Étonnamment, on s'y connecte *via* un identifiant traditionnel et l'on peut ensuite ajouter un compte Twitter. Le service fonctionne ensuite comme un moteur de recherche que l'on interrogera à la façon d'un Google.

Première constatation, la langue française ne lui pose pas de problème :



La requête s'effectue sur plusieurs types de contenus et de périodes qu'il est possible de filtrer comme on le voit ci-dessus.

Pour chaque contenu remonté, il est possible de voir le nombre de partages sur les principaux réseaux sociaux ainsi qu'un total de ces partages. C'est bien sûr à partir de ce total qu'est calculé le classement.

En cliquant sur le bouton « View sharers » on fait apparaître la liste de ceux qui, sur les réseaux sociaux, ont partagé le lien vers le contenu. Cette liste peut être utile pour découvrir des personnes influentes ou *a minima* intéressées par vos thématiques.

	PAGE AUTHORITY	DOMAIN AUTHORITY	FOLLOWERS	RETWEET RATIO	REPLY RATIO	AVERAGE RETWEETS
 Michèle Battisti @mbattisti64 bit.ly/6F6dbH Veille sur le droit de l'information. Blog Paralipomènes	19	63	2,772	81%	2%	1.5
 Aref JDEY @demaïnlaveille demaïnlaveille.com Digital Trends & Transformation, Information Management, #SocialTech, Usability http://t.co/NQJPu6HEaG Blogger	28	14	9,222	29%	8%	1.4
 David FERRON @innouvelle about.me/dferron #Innovation en Nord-Pas de Calais... et bien au-delà ! #compétitivité #design #3pod #madeinfrance #startup #prospective #E #CCI #Lille #npdc	47	91	2,637	8%	2%	1.3

On constate par ailleurs qu'il est possible, en haut à gauche, de n'afficher que certains groupes d'acteurs : bloggeurs, journalistes, influenceurs, entreprises...

C'est une force de ce service que de « travailler » autant sur les contenus que sur ceux qui les partagent et on peut d'ailleurs démarrer une requête directement dans le volet « influenceurs ».

	PAGE AUTHORITY	DOMAIN AUTHORITY	FOLLOWERS	RETWEET RATIO	REPLY RATIO	AVERAGE RETWEETS
 Mugabowindekw Robert @mugrobert jamboasbl.com Jambo - Intelligence économique	31	21	81	0%	0%	0.0
 Mohamed TOUMI @moh_toumi Consultant en intelligence économique	0	0	2	0%	0%	0.0
 Farouk @Lfk vizify.com/farouk-1/twitter-video	0	0	82	15%	0%	0.0

Nous pouvons ici découvrir des personnes influentes sur n'importe quelle thématique ajoutée au moteur et les suivre sur Twitter si l'on a connecté son compte à Buzzsumo, ou encore l'ajouter à une liste twitter.

Profile	Follow	Links Shared
Alain KHEMILI @alain_khemili Responsable Département Industrie, Innovation et Intelligence économique, CCI France	62	73
Zamogo Tuo @zamogot Intelligence économique - Veille - Webmarketing - Journalisme web - Marketing & Événementiel Sportifs	0	0
F. JEANNE-BEYLOT @troover Gérant-fondateur Troover - #Veille & #Intelligence économique sur Internet Directeur associé @InMediatic - notoriété réputation #influence en ligne	17	753
Farid Tamsamani @faridtemsamani Consultant en intelligence économique spécialisé sur l'Afrique subsaharienne et stratégie politique. #Sevran #AgirPourSevran #UDI	0	168

Qu'il s'agisse de personnes ou de contenus il est possible d'enregistrer une requête que l'on pourra relancer au coup par coup.

Filter by Type: Article, Infographics, Guest Posts, Giveaways, Interviews, Videos. Uncheck All.

Filter by Date: Past 24 hrs, Past Week, Past Month, Past 6 Months. Filter, Reset Filters.

Saved Searches - Edit: Run a saved search... IE - Veille strat

Search query: "intelligence économique" OR "veille stratég

Results: Information grise, Web invisible et intel actulligence.com - More from this domain. By Frédéric Martinet. Dossier | Veille stratégique : gardez u chefentreprise.com - More from this domain. Intelligence économique: un cyberpré challenges.fr - More from this domain. By Par Challenges.fr

Le vrai "plus" serait bien sûr de pouvoir transformer cette requête en une alerte par email. Des fonctionnalités *premium* sont annoncées pour bientôt et il y a fort à parier que cette possibilité en fasse partie. C'est vraiment le seul manque d'un service simple et très efficace selon nous.

Conclusion

Ce tour d'horizon de ces services depuis trois numéros nous a amené à découvrir des services qui, s'ils ont tous pour point commun la découverte de contenus, fonctionnent souvent selon des modalités très différentes. Là où certains utilisent les médias et blogs connus comme sources, d'autres préfèrent s'intéresser à ce qui se partage sur les réseaux sociaux, d'autres encore se focalisent sur ce que partagent vos propres amis et contacts sur ces mêmes réseaux, au risque de limiter vos possibilités de découvertes originales mais en vous assurant ainsi des contenus qui rentreront dans le « scope » de vos intérêts. D'autres enfin sont un joyeux mix de tout cela.

Les nombreuses passerelles avec les services de partage et de curation assurent selon nous à ces services une durabilité évidente. Nous ne parlons pas forcément des 9 que nous avons testé (même si certains sont très bons) mais plutôt de cette famille d'outils qui permet en quelque sorte de boucler la boucle de production/diffusion/consommation d'informations par tous, pour tous. Une promesse tenue du web 2.0.

Christophe Deschamps

Consultant et formateur en gestion de l'information.

Responsable du blog Outils Froids (<http://www.outilsfroids.net/>)