

Table des matières

Avant-propos	6
Introduction	7
La mise à jour décentralisée	7
La scène et les acteurs	7
Le circuit éditorial	9
Etudes sur le terrain	10
Sélection des entreprises.....	11
Stages.....	12
Interviews	14
La dynamisation éditoriale	14
Les obstacles	14
Les rédacteurs, une ressource méconnue.....	16
Les missions du webmestre.....	16
1. La webisation de l'entreprise	18
1.1 Brève histoire de la vie de bureau par ses outils	18
1.1.1 Du trombone à l'ordinateur personnel.....	18
1.1.2 Les ordinateurs en réseau et la webisation de l'entreprise.....	19
1.2 L'information au cœur de l'entreprise	21
1.2.1 De nouvelles exigences	22
1.2.2 De nouvelles formes de travail.....	24
1.2.3 L'échange et ses outils.....	26
1.3 La communication en pratique.....	30
1.3.1 Le web 2.0 : " <i>And the winner is... you !</i> ".....	30
1.3.2 Les outils de l'entreprise 2.0.....	33
1.3.3 Les freins et les mirages	39
1.3.4 Priorité à la maîtrise d'usage.....	44
2. La mise à jour décentralisée des sites web	51
2.1 Nouveaux outils, nouveaux acteurs.....	51
2.1.1 Les nouveaux outils	51
2.1.2 Le rôle du rédacteur.....	54
2.1.3 Le rôle du webmestre	55
2.1.4 « Evangéliser » les managers.....	58
2.2 Une gestion de projet indispensable	62
2.2.1 « Vous êtes sûre que vous avez besoin de moi ? »	62
2.2.2 L'équipe du projet.....	64
2.2.3 Faire appel à un prestataire	67
2.3 Quelques idées fausses... ..	68
2.3.1 Du côté des chefs de services.....	69

2.3.2	Chez les rédacteurs	71
2.3.3	Chez un peu tout le monde.....	72
3.	Les rédacteurs web	74
3.1	La dimension éditoriale d'un projet web	74
3.2	La mission des rédacteurs.....	75
3.2.1	Le réflexe web	75
3.2.2	Compétences, référentiel	79
3.3	Sélection	81
3.4	Formation.....	83
3.4.1	Former par la participation	84
3.4.2	Comprendre et maîtriser la technique	85
3.4.3	Intelligence éditoriale	87
3.4.4	Comprendre la communication par le web.....	88
3.4.5	Connaître Internet	90
3.5	Reconnaissance et valorisation.....	91
3.5.1	Valorisation par la hiérarchie.....	92
3.5.2	Valorisation par le reste du service.....	94
3.5.3	Valorisation par le webmestre.....	94
3.5.4	Valorisation par la direction du système d'information (DSI).....	95
4.	Le réseau des rédacteurs web	98
4.1	La solitude du rédacteur de fond.....	98
4.2	Le cadre des communautés de pratique	99
4.2.1	Qu'est-ce qu'une communauté de pratique ?.....	99
4.2.2	Les bénéfices de la constitution d'un réseau des rédacteurs web	102
4.3	Constitution et dynamisation du réseau web	104
4.3.1	La mise en place	104
4.3.2	Des outils au service de la coopération	107
4.3.3	Etude de cas à la BnF : sélection, valorisation et animation des rédacteurs de l'intranet « Biblionautes ».....	114
4.3.4	Le rôle du webmestre : animer et valoriser le réseau.....	120
5.	Le guide de bonnes pratiques.....	127
5.1	Bonnes pratiques de la dynamisation éditoriale	128
5.1.1	L'implication de la direction générale, des directions.....	128
5.1.2	La maîtrise d'usage.....	129
5.1.3	La conception des sites web.....	131
5.1.4	La mission et les activités du rédacteur.....	133
5.1.5	La sélection des rédacteurs.....	134
5.1.6	La formation des rédacteurs.....	135
5.1.7	Reconnaissance, écoute et valorisation des rédacteurs.....	137
5.1.8	Le réseau des rédacteurs	139

5.2 Les missions du webmestre	140
5.3 L'avenir de l'éditorial.....	141
Bibliographie.....	143
Articles et documents.....	143
☞ Les TIC dans l'entreprise.....	143
☞ Le Web 2.0 : tentatives de définition	144
☞ L'entreprise 2.0 : définition, outils, écueils et mirages	144
☞ L'intelligence collective, la gestion des savoirs, les outils du <i>social working</i>	145
☞ La gestion de projets web, intranet.....	145
☞ Les compétences et la formation du rédacteur.....	146
☞ Les communautés de pratique (CoP) : définition, animation.....	146
☞ Rapports de stages	146
Sites complémentaires	147
☞ La pratique des webmestres dans l'entreprise	147
☞ L'intelligence collective, le travail collaboratif	147