

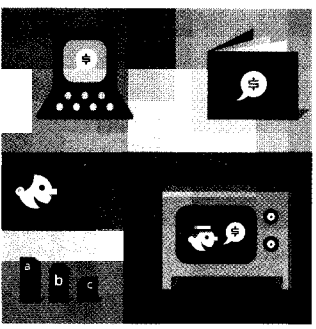
Virtualités par Jim Carroll

Votre guide de la comptabilité et des affaires sur le Web

Les blogues, tout un univers

Attention, les *blogues* ont envahi le Web, mais ils ne viennent pas de l'espace. Ils sont plutôt l'expression d'une tendance qui influera sur votre mode d'apprentissage, sur la commercialisation de vos biens et services, et même sur votre stratégie de service à la clientèle.

Un blogue (ou *weblog*) est en quelque sorte un journal de bord accessible sur Internet. On en trouve des dizaines de milliers qui contiennent des informations fréquemment mises à jour sur une personne ou un sujet en particulier. Sur Internet, on trouve de tout, et beaucoup de ces blogues sont futiles et douteux. Il suffit de passer un peu de temps à naviguer dans cet univers pour se rendre compte que les hurluberlus sont légion. Faut-il pour autant bouder le phénomène? Non, car ce serait passer à côté de ce qui pourrait devenir l'une des technologies les plus importantes pour les entreprises au cours des années à venir. Voici trois raisons pour lesquelles vous devriez vous intéresser aux blogues.



Premièrement, malgré un grand nombre de blogues insipides, quantité d'autres regorgent d'informations utiles sur des domaines d'intérêt comme la technologie, la gestion des connaissances, l'éthique, la gestion du changement, l'innovation. Deuxièmement, la fantastique évolution technologique de l'univers des blogues donne naissance à des services d'information très puissants. Une norme se démarque toutefois, soit la norme RSS (pour RDF Site Summary). Sans être technique à l'excès, RSS me permet de faire appel à un outil aussi extraordinaire que NewzCrawler pour consulter instantanément les grands titres de dizaines de blogues, mais aussi de sources officielles comme la BBC et le *Christian Science Monitor*. Je m'attends à ce que l'union de la technologie des blogues et de la norme RSS soit pour de nombreuses entreprises le point de départ de l'établissement des réseaux de connaissances de demain. Troisièmement, et c'est sans doute l'aspect le plus fascinant de la tendance des blogues, celle-ci annonce une plus grande démocratisation d'Internet, du moins pour ce qui est de la possibilité de publier de l'information en ligne. Si jusqu'à maintenant peu de gens ont consacré le temps nécessaire à la création et à la mise à jour d'un site Web, la technologie des blogues change tout : quiconque utilise un navigateur peut poster de l'information dans un blogue et, partant, sur le Web. Cette profonde transformation de la publication en ligne est appelée à révolutionner l'utilisation que les entreprises font d'Internet à des fins stratégiques.

Grâce à la technologie des blogues, un associé dans un cabinet comptable peut créer sa page Web personnelle et y ajouter régulièrement de l'information pour les clients. Une entreprise de fabrication peut intégrer plusieurs *weblogs* à son site et s'en servir pour fournir une assistance directe et publier des mises à jour techniques, des bulletins sur les produits et autres informations. Un cabinet de relations publiques peut quant à lui alimenter constamment un blogue en communiqués de presse, le tout sans les pépins techniques et les complications sans fin qui accompagnent souvent la création et la mise à jour d'un site Web.

Je vous suggère de créer votre propre blogue à l'aide de services tels que Blog*Spot ou Blogger : vous découvrirez que ces sites renferment un nombre incalculable de blogues. Et si vous voulez vraiment acquérir des connaissances techniques, téléchargez et installez un programme comme Movable Type, qui vous permettra de créer autant de blogues qu'il vous plaira.

Jim Carroll, FCA, auteur et conférencier réputé, a son propre weblog *(www.jimcarroll.info) qu'il met souvent à jour.*

L'UNIVERS DES WEBLOGS

Blogger : www.blogger.com

Blog*Spot : www.blogspot.com

Movable Type : www.movabletype.org

NewzCrawler : www.newzcrawler.com