



Extract of OSI

<http://www.osi-ngo.org/centre-de-ressources/services/guichets/service-informatique/points-de-securite-a-respecter-en-tant-que-membre-osi/article/le-meilleur-des-mondes-en-ligne>

Le meilleur des mondes en ligne

- Centre de Ressources - Services - Guichets - Service Informatique - Points de Sécurité à Respecter en tant que Membre OSI -

Publication date: lundi 6 juin 2011

Description:

Que vous souhaitiez régler des paiements, effectuer des achats, envoyer des e-mails ou simplement surfer sur le réseau mondial, Internet vous offre encore bien davantage. Mais soyez vigilants !

Copyright © OSI - Tous droits réservés

Shopping en ligne : piger, cliquer, acheter

Acheter sur Internet est de plus en plus en vogue. Les craintes relatives à la sécurité dans la toile s'évaporent progressivement. Les avantages qu'offre le shopping en ligne prennent le dessus.

La tendance croissante d'une utilisation de plus en plus forte des portails de shopping maintient son cap. Selon une étude de l'Université de St-Gall, les Suisses préfèrent le shopping en ligne pour les livres, les produits alimentaires, les réservations de vol, les CD, les tickets et les enchères. Il existe des différences entre les sexes : alors que les hommes préfèrent surtout la comparaison directe des produits, les femmes mettent plutôt en avant le fait qu'elles ne doivent pas porter leurs achats à la maison. Les hommes achètent plus souvent sur Internet que les femmes. Celles-ci déplorent surtout l'absence d'une approche sensuelle des produits.

L'utilité supplémentaire convainc

Certains sites tiennent une liste de critiques pour chaque produit. Les clients y peuvent donner leur avis sur le produit ou indiquer leur degré de satisfaction grâce à des points. Ici, il faut considérer que ces informations de clients pour d'autres clients peuvent être manipulées par le prestataire. Lire l'une ou l'autre critique peut toutefois être utile. Ainsi, vous saurez si seules les critiques positives sont publiées.

Plus de boissons à porter

Les deux distributeurs de produits alimentaires Migros et Coop affichent également un taux de croissance annuel à deux chiffres dans la vente en ligne. Les clients y dépensent plus de 200 francs par achat, soit sept fois plus que lors de l'achat en magasin. Le principal motif de l'achat en ligne de produits alimentaires est le fait qu'il ne faut plus rien porter à la maison. Les deux prestataires persuadent aussi les clients avec la livraison rapide le lendemain et la fraîcheur des produits.

Des expériences plutôt positives avec la carte de crédit

Les consommateurs qui n'achètent pas en ligne mettent souvent en cause leur manque de connaissances informatiques ou le manque de sécurité dans le cadre du paiement. La majorité des acheteurs en ligne est néanmoins satisfaite : plus de 90% de ceux qui ont payé avec la carte de crédit n'ont encore jamais fait de mauvaise expérience ni eu de mauvais pressentiment. Souvent, vous pouvez choisir le type de paiement, mais la plupart des clients préfère le virement. Si vous souhaitez acheter sur un site de vente aux enchères, vous devriez choisir des modes de paiement payants, car ils intègrent une sécurité supplémentaire.

Christa Gall (Swisscontent Corp.)

Comment utiliser les contenus en ligne : copy right et copy wrong

Télécharger des chansons et des films, copier des textes et des photos, tout semble possible sur Internet. Mais, attention : tout n'est pas permis !

Dans l'Antiquité et au Moyen Âge, la propriété intellectuelle n'existait pas. Ainsi, un livre ne pouvait, par exemple, pas être volé, mais il pouvait être copié. Il était normal que bon nombre d'artistes et d'auteurs retravaillent un contenu existant, tout comme il était normal que des musiciens reprennent ou modifient des chansons ou des morceaux de musique. Si un auteur ne voulait pas voir son oeuvre retouchée, il jetait un sort sur le livre et souhaitait la lèpre à toute personne qui falsifierait son oeuvre.

Le droit d'auteur équivaut au copyright

De nos jours, on ne jette plus des sorts car il existe désormais des lois. Le droit d'auteur équivaut au copyright de la législation anglo-saxonne. Il protège les oeuvres intellectuelles de la littérature et de l'art qui possèdent un caractère individuel, soit une certaine originalité, telles que les oeuvres littéraires, les photographies, les enregistrements sur bande magnétique ou musicaux, ou encore des chorégraphies ou des pantomimes. Les programmes informatiques font également partie des oeuvres protégées par les droits d'auteur.

Accord de jouissance

En règle générale, pour les oeuvres protégées, il faut se procurer l'accord de jouissance auprès de l'auteur. Il existe toutefois des exceptions : les oeuvres publiées dans le domaine privé ou dans un cercle de personnes étroitement liées tel la famille ou les amis, peuvent être utilisés sans accord. Cette exception ne s'applique toutefois pas aux programmes informatiques.

Internet n'est pas une zone de non-droit

Internet non plus n'est pas une zone de non-droit. L'utilisation d'oeuvres protégées par le copyright provenant de la toile est uniquement possible en privé. Pour publier des oeuvres protégées sur Internet, il faut l'accord de l'auteur, à moins que l'accès à l'oeuvre soit réservé au cercle de personnes proches au moyen d'un mot de passe.

Des sanctions sévères

Celui qui met à disposition des chansons ou des films protégés sur une bourse d'échange est passible d'une sanction et doit s'attendre à une amende allant jusqu'à 10'000 francs ou même un an de prison.

Liens d'un autre site

Et qu'en est-il des images et des textes qu'on copie d'un autre site ? Cela est uniquement possible si vous avez l'autorisation de la source. Les images et les textes ne peuvent donc en aucun cas être copiés (du site d'un quotidien, par exemple). Par contre, vous pouvez placer des liens d'autres sites sans autorisation.

Vidéos sur YouTube

Puis-je publier des vidéos sur la toile, par exemple sur YouTube ? Oui, si ce sont les vôtres (image et son). Celui qui utilise du matériel d'autrui sans permission (extraits d'émissions de télévision, scènes de films et musique) enfreint aussi loi.

Combattre la criminalité sur Internet

Depuis peu, la Confédération et les cantons ont créé le Service national de coordination de la lutte contre la criminalité sur Internet (SCOCl) qui reçoit les messages signalant des infractions du droit d'auteur sur Internet. Plus amples informations sur www.cybercrime.ch [http://www.cybercrime.ch].

Deborah Balmer (Swisscontent Corp.)

Economies virtuelles : Second Life & Co.

Tout le monde parle de l'univers virtuel Second Life (SL). L'infrastructure tridimensionnelle en ligne permet aux utilisateurs de créer des univers dans lesquels les internautes interagissent, jouent, font des affaires et communiquent.

Depuis 2003, on estime à environ neuf millions le nombre de personnes enregistrées dans le monde entier qui s'ébattent dans Second Life. Environ 100 000 Suisses participent également à cette économie virtuelle globale. Le nombre de joueurs actifs est toutefois moindre et baisse depuis le milieu de l'année 2007. Selon le moment de la journée, entre 15 000 et 50 000 personnes sont en ligne.

Apparition virtuelle des entreprises suisses

La vie dans l'univers virtuel entraîne une fascination particulière. Les joueurs ne peuvent pas seulement choisir à souhait leur apparence virtuelle, ils décident également le personnage qu'ils veulent être dans le jeu : qu'ils vivent des aventures dans la peau d'un super-héros ou qu'ils flirtent dans un bar virtuel, presque tout est possible. Les particuliers ne sont d'ailleurs pas les seuls à être présent dans le monde parallèle virtuel. Des entreprises comme IBM, Toyota, Mercedes, Adidas, Nike, mais aussi des entreprises suisses comme SBB, Swisscom ou Publigroup et autres créent leurs « avatars » (les personnes virtuelles dans Second Life) et tentent leur chance dans les affaires. Ces sociétés savent que derrière ces personnages se trouvent des gens de chair et de sang qui profitent également du commerce.

Pour construire, il faut payer

Chacun peut participer à Second Life. Il existe des comptes gratuits et plusieurs types d'abonnements payants qui varient entre 10 USD uniques et 10 USD mensuels. Uniquement les membres qui paient peuvent acheter leur propre terre sur le continent principal « Mainland », condition préalable pour la création d'une infrastructure virtuelle. Les prix varient selon l'offre et la demande. Actuellement, il faut payer 1650 USD, plus une taxe mensuelle de 295 USD,

pour toute une région (environ 65 000 mètres carrés).

Les affaires privées dans Second Life ...

Dans Second Life, il est possible de marchander librement des objets et des services. On paie avec des dollars Linden. Cette monnaie virtuelle peut être convertie en une monnaie réelle (USD) et est donc reliée au cycle économique réel. Pour gagner de l'argent dans Second Life, on peut créer des objets, par exemple des maisons ou des bars, et les vendre à d'autres utilisateurs. Cela vaut aussi pour des prestations ou des emplois virtuels rémunérés comme, par exemple, les emplois d'entretien. On peut également gagner des dollars Linden par le « camping », soit la mise en location de certains lieux.

... ne garantissent pas le grand profit

Selon l'encyclopédie en ligne Wikipédia, certaines personnes privées tentent de gagner leur vie en tant que développeur de Second Life, c'est-à-dire en tant que commerçant et prestataire de services. Selon les experts, les possibilités réelles de faire du profit sont toutefois restreintes. Parmi les plus de 400 000 utilisateurs qui étaient en ligne en décembre 2006, seuls environ 400 ont gagné plus de 250 000 dollars Linden (environ 1050 francs) par mois.

Un laboratoire pour les sociétés

Jusqu'à présent, aucune société n'a fait de réels profits. Seul la créatrice de Second Life Linden Lab gagne vraiment de l'argent grâce aux frais de participation et aux loyers des îles virtuelles. Selon certaines estimations, il s'agit d'environ un demi million de USD par mois. Les entreprises présentes dans SL veulent avant tout en savoir plus sur le comportement d'achat des consommateurs pour tester ensuite de nouvelles méthodes de vente.

La concurrence ne dort pas

Actuellement, Second Life est la principale plate-forme de ce genre dans le monde occidental. Les concurrents de Linden Lab sont Active Worlds, considéré par certains comme le véritable créateur du concept tridimensionnel en ligne, Entropia Universe, There et Newcomer, ainsi que le cyberparc Dotsoul. En Asie, on construit également des plates-formes comme la plate-forme chinoise hipihi.com. La variante chinoise n'a été créée qu'en 2005 et au début du mois d'octobre, l'univers HiPiHi comptait déjà 30 000 résidents, selon ses propres indications. Le lancement de l'univers virtuel « Home », développé par Sony, est prévu pour le début 2008.

Markus Kick (Swisscontent Corp.)

Le nouvel Internet : interaction directe et indirecte

L'Internet moderne s'appelle Web 2.0. C'est plus qu'une simple masse de données. Grâce à de nouvelles applications, la plate-forme Internet permet aux internautes d'échanger des données et donc d'interagir directement

ou indirectement.

Les nouvelles applications font fureur sur Internet. Les sommes gigantesques qu'investissent les grandes sociétés en ligne montrent combien cette tendance des nouvelles applications est importante. Ainsi, Yahoo s'est approprié le site de partage de photos Flickr, sans toutefois mentionner le prix d'achat. Google a acquis le site de partage de vidéo Youtube pour 1,8 milliards de dollars. Microsoft a acheté aQuantive, une société spécialisée en publicité en ligne, pour 6 milliards de dollars.

Aujourd'hui sur Internet

Qui surfe sur Internet trouve déjà ces applications. Certaines sont utilisées de manière intense sans que les utilisateurs soient conscients de cette technologie étendue. Ainsi, les internautes qui consultent la carte en ligne de Zurich sur www.mapsearch.ch [http://www.mapsearch.ch] peuvent non seulement zoomer, mais aussi voir, par exemple, les arrêts de tram. Et si le curseur est placé sur l'arrêt, l'utilisateur verra s'afficher les horaires de tram de cet arrêt. La carte livre également des informations sur les restaurants et les cinémas de la ville.

Intelligence collective

Plus la diffusion de ces nouvelles technologies sera importante, plus les effets seront flagrants, comme c'est le cas avec le fax : si seulement quelques personnes possèdent un fax, l'utilisation est encore restreinte ; toutefois, plus le fax est répandu, plus on peut atteindre de personnes et plus l'utilisation est importante. Les informations des innombrables utilisateurs sont réunies dans le Web 2.0, puis retravaillées et structurées par des interactions. Ainsi, les nouvelles applications disposent d'une sorte d'intelligence collective qui dépasse la connaissance et la capacité d'une seule application. L'Internet du futur sera donc nettement plus performant qu'aujourd'hui.

Web 2.0 : les mêmes effets que le portable ?

Le nouveau monde virtuel ne ressemblera pas à un film de science fiction. Malgré toutes les nouveautés, il n'est qu'une évolution de technologies déjà existantes. Néanmoins, il ne faudrait pas oublier que ce fut aussi le cas pour le téléphone portable. Celui-ci est devenu omniprésent dans notre vie, qu'on le veuille ou non. Nous pourrions assister au même phénomène avec le Web 2.0. Peut-être que dans quelques années, grâce aux nouvelles technologies, Internet sera aussi présent dans nos vies que l'est le téléphone portable.

Patrick Herger (Swisscontent Corp.)

[Banques de données open source : Wikipédia n'est pas la seule](#)

Les systèmes de gestion de contenu des banques de données en ligne tels que Wikipédia fonctionnent à merveille. Toutefois, afin de se protéger contre les manipulations et les entrées incorrectes, des contrôles de qualité sont

nécessaires.

Le temps où l'on consultait de gros dictionnaires encyclopédiques pour y trouver un terme est bel et bien révolu. Aujourd'hui, Internet offre d'innombrables bibliothèques virtuelles, assorties d'avantages décisifs par rapport aux livres : les contenus des textes peuvent être reliés, les fonctions multimédia peuvent étayer le texte par des éléments visuels ou acoustiques et la fonction recherche dans tout le texte permet à l'utilisateur de trouver aussi des informations dans le contexte du texte continu. Les articles peuvent en outre être mis à jour à tout moment.

Une rédaction virtuelle en pleine expansion

L'encyclopédie en ligne la plus informative et de loin la plus spectaculaire, Wikipédia, n'a pas été créée par une maison d'édition renommée, mais par les utilisateurs eux-mêmes. Le projet international est basé sur un logiciel open source, permettant à tous les utilisateurs d'ajouter des articles ou de remanier d'anciens ; c'est donc une rédaction virtuelle qui s'agrandit tous les jours. Toutefois, les entrées varient fortement en qualité et en longueur, reflétant plutôt les connaissances de l'auteur que la signification effective.

Wikipédia en toute sécurité

Wikipédia a d'autres points faibles : par le passé, il existait des entrées incorrectes et des manipulations récurrentes, mais cela devrait bientôt changer. En effet, à partir de novembre, le site standard montrera seulement les entrées identifiées comme libres de toute dénaturation. Toutefois, les articles non marqués sont accessibles en un clic et peuvent donc toujours être remaniés.

Le Â« Meyers Lexikon Â» s'ouvre aux internautes

Aujourd'hui, Wikipédia comprend 8,2 millions d'articles en 253 langues. Ce succès contraint les fournisseurs d'encyclopédies classiques à agir. Une éventualité est qu'ils permettent eux aussi aux utilisateurs d'apporter leurs contributions dans les dictionnaires encyclopédiques. Les éditions Meyers Lexikon ont opté pour cette stratégie. L'ouvrage de référence consiste en 24 volumes, 9000 pages, 150 000 mots-clés et quelque 4000 photos, plus un DVD, pour 237 francs suisses.

Toutes les contributions sont vérifiées

Sur le site Â« lexikon.meyers.de Â», tout le monde est libre de contribuer à la mise à jour des articles. En outre il faut s'enregistrer, et toutes les contributions sont vérifiées par une équipe rédactionnelle avant d'être publiées. Contrairement à Wikipédia, les articles remaniés par les utilisateurs sont enregistrés dans une partie spéciale du dictionnaire encyclopédique. Meyers Lexikon online se trouve depuis plus d'un an sur le net. Selon l'éditeur, il consiste en 150 000 mots-clés et compte environ 22 000 visiteurs par jour.

Bibliographies sur Internet

Les encyclopédies thématiques, gérées par les universités ou des utilisateurs privés et en grande partie basées sur des ouvrages scannés, foisonnent dans le World Wide Web. La collection de liens du projet Â« Bibliografien im Internet Â» couvre plus de 200 liens utiles, mais n'est pas toujours à jour.

Deborah Balmer (Swisscontent Corp.)

E-business : la concurrence s'intensifie

Faire ses emplettes en ligne est de plus en plus populaire. Néanmoins, aux Etats-Unis tout comme en Europe, le taux de croissance devrait être nettement plus faible cette année qu'en 2006. Une concurrence toujours plus intense et davantage d'exigences de la part des clients sont la cause de cette baisse.

Actuellement, bon nombre d'entreprises proposent à leurs clients l'achat de marchandises et de prestations en ligne. Les sociétés purement virtuelles sont toutefois rares. Généralement, outre leur plate-forme en ligne, elles disposent d'un magasin traditionnel. L'entreprise qui souhaite se concentrer uniquement sur Internet doit afficher les prix les plus avantageux, car les clients peuvent très facilement et rapidement comparer sur Internet les prix appliqués.

Avantage par la taille

Les sociétés telles que la librairie en ligne amazon.com ou le site Web de ventes aux enchères ebay sont avantagés en raison de leur taille. Ces entreprises peuvent commander de grands volumes et donc exiger des rabais auprès des fournisseurs, dont profitent ensuite les clients. Les concurrents moins importants n'ont pas cette chance. Ils doivent donc trouver d'autres arguments convaincants que le prix pour attirer de nouveaux clients. Pour ces entreprises-là, il est important que le client puisse s'informer sur l'entreprise et ses produits au travers du site Internet. Un appel au client qui ne se focalise pas sur le prix convient surtout pour les sociétés qui proposent des services de conseil et de support.

Les clients en réseau

La mise en réseau croissante des clients constitue une tendance importante dans le e-business. Désormais, bon nombre d'entreprises offrent à leurs clients la possibilité de publier un court portrait afin de communiquer avec d'autres clients via la page d'accueil de ces entreprises. Les appréciations des produits et les listes des articles favoris sont encore plus répandues. Cette forme de mise en réseau des clients s'accroîtra davantage durant les années à venir et gagnera en importance pour accompagner la clientèle durant les achats.

La présence en ligne, un plus pour les affaires

Des études ont montré que la présence en ligne favorise les affaires au magasin. D'ailleurs, le shop en ligne attire nettement plus de clientèle au magasin qu'inversement. Ce comportement indique que beaucoup de clients s'informent via Internet, mais préfèrent acheter au magasin. On suppose que les messages témoignant d'escroqueries sont la cause de ce phénomène. Important : un zeste de prudence est de rigueur.

Les signes distinctifs des sociétés en lignes sérieuses

Selon la Stiftung Warentest, lorsque vous achetez en ligne, veillez à ce que l'adresse complète ainsi qu'un numéro de contact figure sur la page d'accueil de l'entreprise. En outre, le fournisseur devrait disposer d'un label de qualité reconnu. Le transfert d'informations sensibles telles les données de carte de crédit doit absolument s'effectuer par une connexion codée. Une connexion sécurisée commence par « <https:// > ». De plus, le symbole d'un cadenas (qui devrait rester fermé) s'affiche dans la navigateur. Lorsque vous achetez en ligne par carte de crédit, il est vivement conseillé de conserver des preuves du paiement. Le meilleur moyen est d'imprimer la page des détails de paiement.

Réseau business digital : un réseau rapide et utile

Les réseaux professionnels en ligne tels que Xing ou LinkedIn sont en concurrence avec les clubs traditionnels tels que le Rotary Club ou Alumnis. Les clubs en ligne sont certes moins exclusifs, mais ils sont plus rapides, plus globaux et plus faciles à utiliser. Les chasseurs de tête utilisent également davantage les réseaux en ligne.

Le Rotary Club, traditionnel et réservé aux hommes et aux femmes d'affaires établis, a de plus en plus de concurrence digitale : le réseau professionnel coté en bourse Xing (, leader en Europe), ainsi que certains réseaux tels que LinkedIn (www.linkedin.com [http://www.linkedin.com], leader aux Etats-Unis, anglais uniquement) et des réseaux spécifiques de certaines branches comme AdGabber (www.adgabber.com [http://www.adgabber.com]) et INmobile (www.inmobile.org [http://www.inmobile.org]) menacent l'existence des réseaux professionnels réels. En raison de l'interconnexion digitale, vous trouvez, par exemple, chez Xing (www.xing.com [http://www.xing.com]) des collègues d'affaires ou des clients potentiels en quelques minutes, après l'enregistrement en ligne et l'établissement de votre profil.

Succès en affaires grâce à l'interconnexion

Un jeune entrepreneur qui fabrique des habits en or aurait fait la connaissance d'un homme d'affaires originaire des Emirats arabes unis par l'intermédiaire de la plate-forme Xing. Celui-ci lui aurait présenté des clients, accordant ainsi au jeune entrepreneur un nouveau canal de distribution. Xing est un exemple parfait pour les services du Web 2.0 : sur les sites du Web 2.0 comparables à Xing, tels que YouTube ou Flickr, les contenus ne sont plus produits uniquement par des sociétés de manière centralisée et ensuite diffusé à la masse, mais aussi par des personnes privées qui se mettent en réseau.

L'essence des affaires : les contacts

Les contacts constituent l'essence-même des affaires. Les trouver et les entretenir s'effectue le plus facilement par Internet. Dans le test automatique, Xing s'est avéré très efficace. Il suffit d'établir un profil gratuit en indiquant le parcours professionnel et l'adresse du bureau, etc. pour être accessible à d'autres membres. Et, en effet, après quelques jours, des membres de Xing que je connais déjà se manifestent et souhaitent être intégré dans mon réseau personnel. Le réseau personnel de contact croit rapidement et devient un noyau composé de connaissances « à profit garanti ». Un seul coup d'oeil suffit pour savoir avec qui on est relié. Le sociologue américain Stanley Milgram avait raison avec son phénomène du petit monde : deux personnes sont reliées en moyenne par une chaîne de six relations.

Trouver des contacts : tâche facile

Chez Xing, le caractère confidentiel des propres données est à quelques détails près préservé. L'accès peut être réduit à certaines données. La communication avec les membres de Xing a lieu via un système de mailing interne.

Les e-mails externes vous informent sur des messages ou des invitations. Xing ne s'arrête toutefois pas au niveau virtuel : le réseau offre également des rencontres d'affaires dans la vraie vie, chose sensée puisque la liaison entre le monde réel et le monde virtuel est synonyme de profit.

Le profil standard est gratuit, le reste se paie

Le réseau en ligne existe en 16 langues et compte déjà près de deux millions de membres dans le monde entier. En Suisse, environ 100 000 personnes sont enregistrées sous Xing. Il n'est donc pas étonnant que les chasseurs de tête cherchent des collaborateurs qualifiés via Xing. Les réseaux en ligne tels Xing et consorts proposent généralement une inscription standard gratuite. Celui qui souhaite étoffer son profil et consulter d'autres profils doit payer. Chez Xing, un abonnement d'un an coûte 120 francs par an.

Bernhard Bircher-Suits (Swisscontent Corp.)

La téléphonie en ligne : VoIP, la communication moderne

La téléphonie en ligne, appelée aussi Voice over Internet Protocol (VoIP), est un jeu d'enfant. Skype est utilisé par la plupart des personnes qui font usage de la téléphonie mobile. Ce service présente toutefois aussi des inconvénients.

La communication gratuite est devenue réalité. Ceux, en tout cas, qui ont accès à Internet ne doivent faire qu'un pas. Il existe plusieurs fournisseurs de logiciels sur le marché. Le leader global est Skype. Actuellement, ce logiciel est utilisé par environ 170 millions de personnes, c'est pourquoi on lui accorde la priorité. Cela est dû au fait que seuls les utilisateurs de Skype peuvent téléphoner gratuitement entre eux.

Téléphoner sur le fixe coûte de l'argent

Celui qui émet ou reçoit des appels via le téléphone fixe doit payer. Toutefois, les tarifs sont nettement inférieurs par rapport à ceux des opérateurs classiques. En outre, chez Skype, on ne fait pas la différence entre jour, nuit ou weekend. Il n'y a pas de frais à payer pour l'inscription, l'activation ou autre.

Pas toujours dépendant de l'ordinateur

Pour recevoir un appel via Skype, il ne faut pas toujours être connecté ; ça sonne même si l'utilisateur n'est pas en ligne. Toutefois, l'ordinateur doit être allumé. Si vous souhaitez également être joignable ailleurs qu'à votre domicile, vous pouvez connecter un téléphone normal ou un portable à l'ordinateur, pour autant que vous disposiez du logiciel nécessaire.

Une multitude de possibilités

Skype n'offre pas uniquement la téléphonie gratuite. Vous pouvez aussi chatter, envoyer des e-mails ou échanger des quantités importantes de données pour lesquelles un serveur classique n'a pas la capacité. Avec Skype, on peut aussi discuter via webcam et regarder son interlocuteur dans les yeux ; les conférences téléphoniques et les vidéoconférences sont également possibles.

Les grandes entreprises n'utilisent pas Skype

Les sociétés multinationales, qui pourraient profiter de Skype parce qu'elles communiquent souvent par téléphone ou par vidéoconférence sur de longues distances, n'utilisent pas Skype. Les données qu'elles échangent sont trop sensibles. Skype convient surtout pour la téléphonie privée.

Devenir membre de la Skype Family

Pour utiliser Skype, il ne faut pas être un spécialiste. Chacun peut aller sur le site www.skype.com [http://www.skype.com] et télécharger le programme qui convient à son système d'exploitation (Windows, Mac OS X, Linux ainsi que Pocket PC). Pour utiliser Skype, il faut au moins disposer d'une connexion RNIS.

Christa Gall (Swisscontent Corp.)

Gestion efficace du flot d'e-mails

Avec la transmission de messages par e-mail, le travail de bureau quotidien peut être géré de manière nettement plus efficace. Pourtant, les innombrables e-mails inutiles et imprécis deviennent vite une malédiction pour l'utilisateur. Solution : une bonne technique de travail.

Presque tous ceux qui travaillent au bureau connaissent ce phénomène : en raison de ses avantages, l'e-mail est très vite devenu un outil de travail au quotidien. Mais quelque part, on a aussi comme l'impression de perdre beaucoup de temps avec l'e-mail. Dans ce cadre, le spam constitue un problème ; l'autre problème est la gestion bâclée du support « e-mail ».

Une journée de travail pour les e-mails

La Fondation Suisse Productive (www.produktive-schweiz.ch [http://www.produktive-schweiz.ch]) voulait en savoir plus et a estimé les chiffres d'études correspondantes : les employés suisses perdraient donc près de 8,5 millions d'heures de travail par semaine pour la gestion inefficace de l'e-mail. A l'année, l'économie suisse perd ainsi 26,7 millions de francs. Selon les analyses, les employeurs passent en moyenne 1 heure et 20 minutes à consulter les e-mails. En ce temps, ils écrivent environ 21 e-mails et en reçoivent 28. Par semaine, les employés perdent près d'une journée de travail entière.

Ping-pong qui fait perdre du temps...

Il est donc très important de mieux gérer les e-mails, ce qui permet aussi de gagner du temps. Mais une gestion habile des programmes e-mail ne suffit pas. Pour favoriser une forte productivité, il est nécessaire d'éviter l'effet ping-pong. Cela arrive surtout lorsque des e-mails mal rédigés génèrent des demandes de précision, des faire suivre, des réactions de refus et bien d'autres.

...surtout en raison d'erreurs de contenu

L'effet ping-pong est surtout provoqué par les erreurs de contenu. L'expérience montre que les e-mails sans objet posent problème à presque la moitié des utilisateurs. D'autres problèmes sont les e-mails trop longs, les discussions pour lesquelles on aurait mieux fait de choisir un autre support que l'e-mail, les indications d'urgence inutiles, les contenus chaotiques et incomplets, les rendez-vous confus et le mauvais distributeur.

Contourner les barrières de communication

Il faut absolument éviter de renvoyer sans cesse des messages sans être certain que l'interlocuteur a bien le temps de les consulter soigneusement, sinon vous rencontrerez des barrières et des malentendus de communication inutiles. Un conseil : même s'ils sont toujours joignables, les récepteurs d'e-mails devraient s'imposer des périodes d'interdiction d'accès et arrêter de sans cesse loucher sur la boîte de réception.

Triage des messages

Chez bon nombre d'utilisateurs, les messages s'accumulent dans la boîte de réception, l'Inbox. On perd donc rapidement la vue d'ensemble. Un conseil : dans la boîte de réception, vous pouvez créer différents sous-répertoires. Vous devez ensuite y transférer les messages reçus de manière conséquente. Ce geste peut être automatisé grâce aux règles de filtrage.

Etablir et respecter les règles

La communication exige certaines règles. Plus ces règles sont respectées et mieux le flux d'informations coulera. A cet effet, n'envoyez que les e-mails nécessaires et ils doivent être courts, structurés et clairement formulés. Tenez-vous en à cette règle exigez la même chose des autres. Vous pouvez tout à fait répondre aux auteurs de romans : Â« plus court et plus concis ! Â».

Au fait : passe donc vite un coup de fil

En bref, l'e-mail sert dans bon nombre de travaux. Mais parallèlement à l'e-mail, il existe des applications alternatives très utiles pour la vie de bureau telles que la messagerie instantanée, les calendriers en commun, les outils de collaboration pour une coordination des projets plus efficace, l'archivage en commun, l'intranet pour le transfert d'informations générales. Finalement, il existe bien sûr toujours le bon vieux téléphone pour discuter des thèmes particulièrement complexes ou controversés sans malentendus.

Markus Kick (Swisscontent Corp.)

Messagerie instantanée : toujours en contact, même au bureau

L'échange de messages ainsi que de fichiers vocaux et vidéo en temps réel par Internet via des programmes de messagerie instantanée s'établit aussi de plus en plus dans les sociétés. Cette méthode de la communication directe et rapide par Internet présente de nombreux avantages, comparé à l'e-mail, qui est plus lent.

La messagerie instantanée (MI) est un programme informatique qui permet la transmission rapide et en temps réel d'un message ou d'un fichier. Par rapport aux chats, aux SMS et aux e-mails, la MI présente des avantages considérables : presque tous les programmes de MI sont gratuits et faciles à utiliser. La transmission des messages s'effectue en temps réel, contrairement à l'e-mail, et, en comparaison avec les SMS plutôt chers, les messages envoyés via MI sont gratuits. Beaucoup de programmes MI enregistrent les messages envoyés, même si le récepteur du message n'est pas en ligne. Les logiciels MI peuvent, en outre, faire suivre des messages reçus par SMS sur le portable.

Les messages courts s'établissent dans les entreprises

Les experts estiment qu'environ 500 millions de personnes dans le monde utilisent les services de chat, dans le cadre privé ou professionnel ; plus de 90% d'entre eux travaillent avec un logiciel MI. Entre temps, beaucoup d'entreprises ont également découvert les avantages des programmes de MI, malgré la menace de virus lors du transfert de données. Selon le cabinet d'étude de marchés américain Gartner, les entreprises ne pourront éviter l'implantation de systèmes de messagerie instantanée. Les programmes de MI deviendront bientôt le principal moyen de communication au monde, et pas uniquement pour les messages textuels, mais aussi pour le téléphone et les vidéoconférences. Selon Gartner, le taux d'utilisation de la MI passera de 25% actuellement à 100% d'ici 2011.

Grande diversité des programmes

Avec des programmes de MI tels que « Windows Live Messenger » de Microsoft (www.get.live.com/messenger [http://www.get.live.com/messenger]), « Yahoo Messenger » (<http://fr.messenger.yahoo.com/>) ou, par exemple, « Google Talk » (www.google.com/talk [http://www.google.com/talk]), les utilisateurs voient à tout moment quel ami ou quel collaborateur est en ligne. On peut s'adresser à ces personnes en ligne par un clic de souris et ensuite, la discussion peut être entamée. Entre temps, le choix de programmes de MI est énorme, il vaut la peine de se fier aux noms connus : ainsi, vous pouvez vous adresser au plus grand nombre d'interlocuteurs possible.

La multi-messagerie comme solution au problème

Malheureusement, bon nombre de messageries ne sont pas compatibles. Presque tous les prestataires utilisent leurs propres protocoles de données pour le transfert de données. Une multi-messagerie, par contre, reconnaît plusieurs protocoles. On peut donc utiliser une seule multi-messagerie et "simuler" diverses autres messageries. L'avantage est évident : celui qui a des comptes auprès de plusieurs prestataires peut les utiliser tous simultanément sur une seule surface de programme. Vous trouverez d'avantage d'informations sur la multi-messagerie sous <http://www.softonic.de/suche/multim...> [http://www.softonic.de/suche/multimessenger].

Le modèle commercial

Les prestataires gagnent de l'argent au travers de la publicité et de prestations supplémentaires telles que les

paquets smiley, les fonctions extras et le faire-suivre des SMS. Les services MI sont également offerts de plus en plus pour la téléphonie fixe et mobile. Sur la base de la technique MI, Microsoft conquerra bientôt la téléphonie fixe et offrira des appareils avec un logiciel MI intégré. Ainsi, les services MI nous suivront au quotidien sous les formes les plus variées.

Bernhard Bircher-Suits (Swisscontent Corp.)

Marketing en ligne : la créativité, la clé du succès

Le marketing en ligne est un élément intégré depuis longtemps dans le mix-marketing des entreprises. En effet, atteindre la clientèle en ligne avec des bannières publicitaires et des newsletters est extrêmement efficace et avantageux. Toutefois, inciter ses clients à répandre eux-mêmes le message publicitaire peut s'avérer encore plus efficace.

Les expéditeurs commerciaux ont accumulé de l'expérience à ce sujet et savent que pour avoir du succès dans le marketing électronique, les bannières publicitaires doivent être lisibles et conviviales et placées en général au-dessus du site Web ou sur le côté. Il faut toujours s'habituer aux pop up (fenêtres surgissantes), étant donné qu'elles recouvrent le texte instantanément. En raison des éléments multimédias tels que les séquences filmées et autres, elles valent cependant la peine d'être vu, mais peuvent, si elles dérangent, être éliminées en un simple clic.

Respecter la Netiquette

Aujourd'hui, même les expéditeurs de newsletters respectent généralement les souhaits des destinataires et s'en tiennent aux règles de la communauté Internet, la fameuse « Netiquette ». Seules les personnes ayant donné expressément leur accord reçoivent des informations. Le « spam », c'est-à-dire l'envoi de publicité non sollicité par les destinataires, est extrêmement détesté par la communauté et désormais punissable par la loi.

E-mail marketing : bon et pas cher

Si l'expéditeur respecte la Netiquette lorsqu'il envoie des e-mails ou des newsletters, le taux de réponses, soit le taux de réactions mesurables des utilisateurs, est significativement plus élevé. Le taux de réponse du marketing autorisé est de 10% à 20%, soit le double de celui du marketing direct classique. En outre, l'e-mail marketing constitue une source d'économie pour les entreprises. En effet, la publicité par e-mail coûte environ cinq fois moins que le mailing d'imprimés publicitaires. Toutefois, les bases fondamentales du succès restent toujours une bonne idée et un concept convaincant. Sans ces éléments essentiels, les messages publicitaires n'ont aucun impact positif sur le chiffre d'affaires, mais atterrissent dans la poubelle virtuelle sans être lus.

Petit budget, grand effet

Même lorsqu'il s'agit de marketing viral, la créativité de l'auteur est de loin plus importante que le budget marketing.

Le marketing viral se sert du bon vieux bouche-à-oreille pour attirer l'attention sur les marques, les produits ou les campagnes. Aussi contagieuses qu'un virus, les nouvelles se propagent via Internet. L'infection « planifiée » utilise le besoin irrésistible des internautes de communiquer, par exemple, dans les forums, les blogs et les magazines en ligne.

Exemple éclatant « Moorhuhn »

Un exemple bien connu de cette stratégie est le jeu informatique gratuit « Moorhuhn ». Lancé à l'origine par le producteur de whisky Johnnie Walker, il s'est très vite répandu via Internet (avec la marque de l'alcool) comme une traînée de poudre, enthousiasmant la communauté de fans. Un autre exemple renommé pour la réussite du marketing viral est le fournisseur de webmail Hotmail, ou encore la bourse d'échange de musique Napster, qui a rallié 70 millions d'utilisateurs en un temps record. Tous ces projets ont un point en commun : ils sont partis de rien, ne nécessitent aucun soutien de la publicité classique et fonctionnent avec un minimum de ressources financières. Toutefois, l'impact publicitaire et de diffusion est énorme.

Gertrud Rall (Swisscontent Corp.)

Sécurité dans le e-business : des aides techniques et du bon sens

Les virus ou les vers tels que « Blaster » et « Slammer » ont infecté des millions d'ordinateurs dans le monde. Les PC connectés à Internet sont particulièrement menacés. Avec un peu de bon sens, du savoir technique et une once de discipline, il est possible de travailler en toute sécurité sur Internet.

Les virus, les vers et les chevaux de Troie sont créés par des personnes ayant des intentions criminelles (vol de données ou destruction). Les programmes, c'est-à-dire les consignes, sont censés se répandre et ensuite sévir sur le plus grand nombre possible d'ordinateurs dans le monde entier. Mais les « spyware » (logiciels qui espionnent les données confidentielles telles que les mots de passe) et les « cookies » (petits fichiers de texte qui sont transférés sur le PC lors de la visite d'une page Web) peuvent également entraîner une perte de données ou même une détérioration considérable de la sphère privée.

« Phishing » et « dialer » : danger !

Les arnaqueurs essaient au travers du « phishing » d'accéder aux données confidentielles d'utilisateurs d'Internet qui ne se doutent de rien. Il peut s'agir, par exemple, des données du compte sur un site de ventes aux enchères (eBay, Ricardo) ou des données d'accès au e-banking. Les « dialer » sont de petits programmes qui installent une connexion à Internet via le numéro de téléphone. Ainsi, vous pouvez régler les services payants sur Internet par la facture de téléphone. En cas d'abus, il est souvent difficile d'en convaincre les banques ou les compagnies de téléphone.

« Hoaxes » agaçants et spams

Les « hoaxes » (e-mails qui informent sur des nouveaux virus apparemment très dangereux) ou les spams ne généralement agaçants et font perdre beaucoup de temps. Celui qui suit les consignes ou accepte les offres que contiennent ces e-mails risque danger et factures élevées. Les « hoaxes » peuvent entraîner une perte de données ou rendre le PC inutilisable. Mais ils sont tout d'abord synonymes de perte de temps et de surcharge de l'infrastructure d'Internet.

Les pare-feux et les antivirus actualisables

On peut contrer de manière effective les menaces électroniques provenant d'Internet. Il est particulièrement important d'activer un pare-feu. Il protège les systèmes de l'ordinateur en surveillant les connexions entrantes et sortantes et, le cas échéant, en les rejetant. Les actualisations de logiciels importantes pour la sécurité (les patches) comblent les lacunes de sécurité qui apparaissent presque au quotidien. Beaucoup d'applications de logiciel proposent pour cela une fonction automatique d'actualisation. Un logiciel antivirus actuel est essentiel pour celui qui télécharge des programmes ou des données ou les échange avec d'autres personnes.

La sauvegarde comme toile de sécurité

Malgré toutes les mesures de sécurité, les données peuvent tout de même être partiellement détruites ou entièrement perdues à cause d'une fausse manoeuvre, d'un défaut technique, d'un virus ou d'un ver. Pour minimiser ce genre de risque, les spécialistes conseillent de procéder régulièrement à une sauvegarde (backup).

Comportement décisif de l'utilisateur

Parallèlement aux mesures techniques, le comportement de l'utilisateur est également décisif. Il est particulièrement important de choisir un mot de passe sûr, de gérer ses mails avec précaution et, lorsque vous surfez sur Internet, d'utiliser les mesures de sécurité du navigateur ainsi que d'être prudent sur les réseaux ou les bourses d'échange. La Centrale d'enregistrement et d'analyse pour la sûreté de l'information MELANI livre des conseils de sécurité concrets et utiles (www.melani.admin.ch [<http://www.melani.admin.ch>]).

Markus Kick (Swisscontent Corp.)