

LES TROIS SPHÈRES DE LA STRATÉGIE WEB, PAR JEREMIAH OWYANG, VERSION FRANÇAISE

LE 23 SEPTEMBRE 2009 JULIEN DORRA

Pour être un bon stratège web, équilibrez les sphères de la communauté, de l'entreprise et des technologies. Jeremiah Owyang est le plus populaire des spécialistes en stratégie web. Il vient de mettre à jour son article de 2006, «The Three Spheres of Web Strategy», dans une version 2009. Communauté, Entreprise et Technologie, Jeremiah Owyang regroupe en 3 sphères [...]



Pour être un bon stratège web, équilibrez les sphères de la communauté, de l'entreprise et des technologies.



Jeremiah Owyang est le plus populaire des spécialistes en stratégie web.

Il vient de mettre à jour son article de 2006, «The Three Spheres of Web Strategy», dans une version 2009.

Communauté, Entreprise et Technologie, Jeremiah Owyang regroupe en 3 sphères les objectifs et les défis que rencontre le Stratège Web — c'est à dire celui qui met en place une stratégie web.

La recette du bon Stratège Web ? Si vous voulez réussir votre projet, équilibrez les 3 sphères !

Les trois sphères de la stratégie web, par Jeremiah Owyang

J'espère que ceci est une de ces ressources que l'on imprime, accroche dans son bureau, et partage autour de soi. Il s'agit du thème central de ce blog, l'équilibre nécessaire pour des projets web réussis au sein des organisations.

J'ai originellement posté ce schéma en 2006, **puis je l'ai mis à jour en 2007**, et il est temps de revoir la structure de base des objectifs et des défis d'un Stratège Web, spécialement au moment où je me repositionne en changeant de rôle.

Qui sont les Stratèges Web? Dans une entreprise, ils sont souvent responsables de la vision à long terme des actifs web de l'entreprise. Dans une société où le produit est sur le web, ils sont souvent le chef de produit ou le directeur technique. Indépendamment du rôle, les responsabilités sont les mêmes, ils ont besoin d'équilibrer ces trois sphères, et de s'assurer que leurs efforts se porte au milieu de l'ensemble des trois.

1) Sphère de la Communauté

Pour réussir, le Stratège Web doit comprendre (en utilisant une variété de techniques et de tactiques) ce que veulent les clients et les prospects. En prenant pour source les recherches ethnographiques, les analyses, le suivi de marque et la recherche primaire et secondaire, le résultat final devrait être un profil d'expérience web et un modèle mental.

Compétences spécifiques requises: Aptitude à comprendre et mettre en œuvre la recherche, bonne compréhension de l'expérience utilisateur qui devrait inclure l'ergonomie [usability], l'architecture d'information. Capacité à synthétiser du contenu depuis des sources en temps réel variés telles que les outils de mesure web, le retour client via le support, les enquêtes et les communautés, et une capacité à faire preuve d'empathie pour les clients. Par dessus tout, ce stratège devrait être capable de prédire où les clients seront dans les prochaines années — pas seulement comprendre les situations antérieures ou actuelles.

Recommandations clés pour 2009-2010: Concentrez-vous sur le suivi de la marque auprès des clients dans l'espace du web social. Nous avons vu une augmentation de l'adoption des technologies sociales par les consommateurs, ce qui a provoqué un changement dans les lieux où les clients prennent des décisions (pas seulement sur votre site web d'entreprise). C'est une occasion d'identifier rapidement qui ils sont, ce qu'ils veulent (et ne veulent pas) et de comprendre le langage qu'ils utilisent afin de se rapprocher d'eux.

2) Sphère de l'entreprise

Mais comprendre uniquement les clients n'est pas suffisant, le Stratège Web doit être en mesure d'atteindre des objectifs commerciaux mesurables.

Ce dirigeant doit d'abord être en mesure d'identifier les principaux intervenants au sein d'une organisation, de comprendre leurs besoins, de dresser des priorités, et d'équilibrer cela dans un plan qui réponde à la fois à leurs besoins et à ceux de la communauté. Cette danse délicate exige que le stratège équilibre les besoins d'équipes internes variés, contrebalance les fausses urgences quotidiennes, tout en répondant aux besoins de l'entreprise.

C'est ici que beaucoup de Stratèges Web ne sont pas à la hauteur, ils atteignent les buts et les objectifs des décideurs internes mais ne parviennent pas à les équilibrer avec les besoins de la communauté. Le résultat final ? Un site web que les utilisateurs visitent rarement, des utilisateurs qui vont ailleurs pour prendre des décisions en confiance.

Compétences spécifiques requises: Aptitude à communiquer au sein d'une société, à comprendre et à hiérarchiser les besoins de multiples intervenants dans l'entreprises et à établir des priorités. Ce responsable devra aussi être un médiateur et doit réduire les

tensions avec les membres de l'entreprise campés sur leurs positions avec rationalité et un sens aigu des affaires, ainsi que veiller à ce que l'équipe web opère dans un cadre efficace.

Les compétences en gestion sont ici essentielles : gestion de projets, relations humaines, communication et capacité à définir des objectifs clairs et concis basés sur des dates pour les équipes contenu et technique. Enfin, le cœur du rôle inclut des compétences en direction marketing, publicité, média, gestion de produit et marketing.

Les principales recommandations pour 2009-2010: Dans de nombreux cas, la récession a supprimé les budgets aux opérations ayant des budgets en provenance des campagnes [de publicité] et aux départements qui doivent innover. Là où les budgets sont limités, apprenez à utiliser des technologies peu coûteuses en interne, telles que les logiciels communautaires, les blogs, ou les outils de mise à jour de son statut — mais pour autant ayez un plan à long terme sur la manière dont ils fonctionnent. Sur le front extérieur, donnez des règles générales [guidelines] et de ressources sur l'utilisation du social aux équipes internes avant que les usages se répandent dans de nombreux secteurs de l'entreprise sans un cadre commun — fragmentant l'expérience des clients et gaspillant les ressources de l'entreprise.

3) La Sphère des technologies

Enfin, les Stratèges Web doivent être des experts dans leur propre domaine des technologies internet. Ils auront besoin de connaître les capacités et les lacunes de leur arsenal d'outils actuel et aussi d'adopter les nouvelles technologies qui apparaissent en continu.

Les leaders dans ce domaine deviennent souvent auto-satisfaits, se contentent de configurer les systèmes en cours, et oublient de planifier dans leur feuille de route immédiate de nouvelles technologies qui élargissent la portée et la largeur de ce qui peut être fait. Si les Stratèges Web opèrent correctement dans la sphère de la Communauté, ils regardent déjà la façon dont l'adoption des technologies par les clients est en évolution.

Compétences spécifiques requises: Aptitude à comprendre le fonctionnement de l'architecture web dans le domaine d'internet. Même s'ils ne sont pas des experts techniques, ils devraient être en mesure de comprendre les impacts de ces technologies sur les entreprises et la société. Ils devraient également surveiller les technologies émergentes et consacrer un pourcentage des ressources à la recherche et au développement de nouvelles technologies — ne restant jamais à la traîne. Le stratège doit démontrer des compétences en innovation, et expérimenter et pratiquer avec les nouvelles technologies au moment où elles émergent — mais en gardant comme perspective les objectifs à long terme de l'entreprise.

Recommandations clés pour 2009-2010: Les stratèges Web ont besoin de se préparer à un nouvel ensemble d'appareils connectés qui émergent rapidement. Alors que le social a pris au dépourvu la plupart des entreprises, les technologies mobiles à l'intérieur et à l'extérieur de votre entreprise auront un impact sur la manière dont l'information est rapidement partagée. Commencez par analyser les applications connexes et les réseaux sociaux mobiles sur les terminaux mobiles évolués tels que Blackberry, iPhone, et Palm Pre.

Pour réussir, le Stratège Web doit mettre en balance ces trois sphères. Devenir un maître dans chacun de ces domaines exige un dévouement incroyable, et les dirigeants doivent donc s'appuyer sur leur équipe en matière de nouvelles informations, rechercher activement à se former, participer à des ateliers, et lire des livres sur les différents sujets. En outre, si cela aide à orienter votre carrière, ou que si vous êtes un recruteur pour ce rôle, j'espère que cela a aidé à définir le profil qu'il faut rechercher.

«**The Three Spheres of Web Strategy**» Jeremiah Owyang 2009 (Trad. Julien Dorra 2009)
Téléchargez le PDF «Les 3 sphères de la stratégie web»

Article traduit par Julien Dorra, et publié initialement sur ils.sont.la où l'on trouve des conseils pour réussir sa stratégie web

5 pings

Les tweets qui mentionnent Les trois sphères de la stratégie web, par Jeremiah Owyang, version française | Owni.fr -- Topsy.com le 23 septembre 2009 - 11:40

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Owni et od.. od. a dit: ça va mieux en le lisant RT @Own1 Les trois sphères de la stratégie web, par Jeremiah Owyang, version

française <http://bit.ly/gh6Ki> #Owni [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's server IP (208.74.66.43) doesn't match the comment's URL host IP (74.112.128.10) and so is spam.

Twitted by mathemagie le 23 septembre 2009 - 11:46

[...] This post was Twitted by mathemagie [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's server IP (94.23.51.159) doesn't match the comment's URL host IP (87.98.139.183) and so is spam.

Twitted by NicolasSacre le 23 septembre 2009 - 14:31

[...] This post was Twitted by NicolasSacre [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's server IP (94.23.51.159) doesn't match the comment's URL host IP (87.98.139.183) and so is spam.

Twitted by LucBernouin le 23 septembre 2009 - 14:33

[...] This post was Twitted by LucBernouin [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's server IP (94.23.51.159) doesn't match the comment's URL host IP (87.98.139.183) and so is spam.

Twitted by seb_godard le 23 septembre 2009 - 16:38

[...] This post was Twitted by seb_godard [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's server IP (94.23.51.159) doesn't match the comment's URL host IP (87.98.139.183) and so is spam.