Inventaire de sa présence en ligne[1]

1. **Étape 1 : Définition de sa stratégie**
   - objectifs et moyens
   - contours
   - évaluation de la stratégie

2. **Étape 2 : Auto-diagnostic**
   - état des lieux de la visibilité
   - état des lieux des outils utilisés

3. **Étape 3 : Présence en ligne globale**
   - éléments factuels (identité numérique)
   - visibilité (référencement)

Définition de sa stratégie[2]	
Objectifs et moyens	
Item	**Notes**
Buts - quels sont mes buts de présence en ligne, auprès de quels publics et selon quelle priorité	
Moyens - quels sont les moyens et les ressources dont je dispose (ex. : temps, argent) - faut-il des compétences particulières (techniques, communicationnelles)	

[1] Traduit et adapté de Virginia Pannabecker. *Online Identity Inventory*. 2017 NLI Summer Workshop. Virginia Tech. 2015-2017. CC-BY. NLI Summer Session "*Get Noticed: Managing your scholarly career in an age of metrics, social media, and open research*" June 12 & 13, 2017 Walz/Pannabecker/Potter/Young/McMillan. https://vtechworks.lib.vt.edu/items/e898cce2-bd58-4864-9677-7537f044c792.

[2] A partir de UNIL. *Stratégie de communication (et réseaux sociaux)*. s.d. https://docs.google.com/document/d/1MMlESGH0CyUflvD_J2i5tVaDX4ZtLRW2in3ZkRnQcSo/edit?tab=t.0.

CC BY

Contours	
Item	**Notes**
Contenus - quels sont les contenus que je souhaite développer, selon quelle forme (texte, multimédia) - quels sont les messages que je souhaite faire passer	
Publics - quels sont les publics que je veux toucher et selon quelles modalités - quels sont les points de contact existants possibles (où se trouvent mes collègues, le grand public envisagés)	
Profils, sites et espaces en ligne - quels sont les espaces susceptibles de répondre à mes objectifs - permettent-ils une visibilité académique à moyen / long terme - sont-ils alignés avec mes attentes professionnelles et éthiques, à court et moyen terme	
Évaluation de la stratégie	
Item	**Notes**
Bilan - comment mesurer les résultats de cette présence en ligne - quelles informations et services pouvez-vous tirer des différentes sites	
Hygiène numérique - quelle fréquence de mise à jour faut-il prévoir ? - quelles stratégies mettre en place pour faire de la veille sur mon nom (ex. : alertes…) ?	

URFIST de Paris, Identité numérique, 2026 CC BY

Auto-diagnostic[3]

État des lieux de la visibilité

Qu'est-ce que l'on trouve quand on vous cherche sur internet ?	**Notes**
1. Cherchez votre nom sur Google ou un autre moteur de recherche. 2. Regardez les 10-20 premiers résultats. 3. Qu'avez-vous trouvé ? Y -a-t-il des résultats obsolètes et que vous pourriez modifier (vieux site internet, blog ou page de profil) ? 4. Est-il facile de vous trouver et de vous identifier correctement ? En cas de nom courant, peut-on facilement vous trouver en ajoutant votre institution, ou des mots-clés de votre domaine ou de votre sujet de thèse ? Pensez à la manière dont des collègues vous chercheraient s'ils vous ont rencontré à une conférence ou ont lu /entendu une de vos productions. 5. Que manque-t-il que vous voudriez voir apparaître ?	

État des lieux des outils utilisés

Qu'avez-vous déjà en place / que voudriez-ajouter (ou arrêter) ?	**Profils et identifiants académiques et grand public**
• Quels profils avez-vous dans la liste ci-contre ? • Que faut-il mettre à jour sur vos profils actuels ? • Y a-t-il des profils actuels que vous souhaiteriez arrêter ?	**Profil institutionnel** **Profils de réseaux sociaux** - professionnel : LinkedIn - académique : Academia, ResearchGate **Profils académiques et identifiants** - Google scholar profile

[3] Voir aussi Utrecht University Library. *Visibility check.* s.d. https://visibilitycheck.library.uu.nl/ (en anglais).

CC BY

• Quels nouveaux profils / identifiants songez-vous à avoir ? Lesquels utilisent vos collègues ? • De quoi avez-vous besoin pour rendre ces profils complets et à jour ? Le cas échéant, avez-vous automatisé certains processus (ex. : mise à jour ORCID) ?	- archives ouvertes :IdHAL - transplateforme : ORCID - éditeurs : Scopus Author ID, Web of science Researcher ID **Profils de réseautage grand public** **Site ou blog personnel**

Présence en ligne globale	
Éléments factuels (identité numérique)	
Item	**Notes**
Photo de profil - photo actuelle (moins de 2 ans), si possible similiaire sur les différents sites (ou maximum 2 photos)	
Nom - si possible unique et similaire sur les différents sites, et permettant de se distinguer d'autres homonymes - nom de compte / pseudonyme / *handle*	
Présentation courte (bio) - présentation à jour, mentionnant l'affiliation, le statut, les thématiques de recherche - possibilité de l'adapter en fonction des publics des différents profils	
Contact - mail ou via le site	
Éléments de confiance (crédibilité académique) - lien vers Theses.fr et site institutionnel - exemples de réalisation et production académique (ex. : communications), avec liens de consultation - CV	

CC BY

Visibilité extérieure - signature mail - autres lieux (ex. : carte de visite) S?	
Visibilité (référencement)	
Page prioritaire (*landing page*) - page personnelle ou institutionnelle permettant de faire des renvois depuis les réseaux sociaux ou plateformes spécialisées - page aussi complète que possible	
Référencement web - pour les moteurs de recherche [SEO] : mots-clés (en différentes langues), liens URL entre les sites, nom de domaine personnalisé - pour les moteurs de recherche IA [AEO] : textes rédigés courts informatifs, pages informationnelles (ex. : puces)	
Engagement - sur les réseaux grand public, suivre des comptes, liker et commenter, produire du contenu	

URFIST de Paris, Identité numérique, 2026 CC BY