

Lexique du Médias Sociaux

Terme	Définition
Interface API	Application Programming Interface (Interface de programmation), permet à une application logicielle d'interagir avec le système d'exploitation d'une autre application logicielle.
App	Abréviation du mot « application ». En termes sociaux, une app peut être une application mobile ou Web qui permet des fonctions sociales (p. ex. : app mobile Facebook pour iPhone).
Blogue	un carnet Web sur lequel des personnes ou des entreprises affichent un contenu, qui est publié en ordre chronologique inversé, et qui est habituellement ouvert aux commentaires des utilisateurs.
Blogueur	nom de la personne qui écrit un blogue.
Commentaire	un message laissé par un utilisateur sur le blogue d'un éditeur, une page Facebook ou une autre plateforme sociale.
Animateur de communauté	un poste où un employé interagit avec les utilisateurs d'une communauté Web, comme un forum, une page fan Facebook ou les commentaires sur un blogue. Habituellement, l'animateur de communauté répond aux questions, promeut la communauté et peut également agir à titre de modérateur.
CRM	Customer Relationship Management (Gestion des relations avec la clientèle); stratégie pour les interactions avec les clients, également appelée SCRM (Social CRM).
Engagement	une interaction souhaitée entre un utilisateur et une marque. L'engagement peut prendre la forme des « J'aime » sur une page fan Facebook, les partages d'un gazouillis envoyé par une marque, les commentaires sur un blogue ou le temps passé sur un jeu social.
Incorporation	affichage de photos ou de vidéos dans un média social qui est hébergé par un autre réseau, c.-à-d. : YouTube.
Amis	le réseau de gens auquel un utilisateur individuel est connecté sur Facebook.
Follow Friday (vive vendredi)	une tendance sur Twitter chaque vendredi, dénotée par le mot-clic #FF. Les gens l'utilisent sur Twitter pour recommander de suivre un utilisateur en particulier.
Forums	Fils de discussion par sujet où les utilisateurs peuvent laisser des commentaires et réagir aux commentaires des autres utilisateurs. Contrairement aux commentaires sur les blogues, le sujet d'un fil particulier d'un forum est souvent lancé par un autre utilisateur du forum, et non par un éditeur.
Gamification (Ludification)	néologisme qui signifie l'application des principes de jeu à des éléments qui ne sont pas un jeu. Par exemple, Nike encourage ses clients à faire un suivi de leurs courses et à partager les données sur Facebook. Cette action donne des points aux consommateurs, qui peuvent ensuite être échangés contre un produit Nike.
Mot-clic (Hashtag)	utilisation du signe # devant une balise ou un mot-clé. Souvent utilisé sur Twitter pour aider les gens à trouver une discussion sur un même sujet.
Messagerie instantanée (MI)	discussion électronique de personne à personne par l'entremise d'une plateforme sociale, comme MSN ou Skype. Ces clients permettent également la messagerie vidéo.
Influenceur	une personne ou un groupe de personnes qui, par sa présence, a une forte influence sur un média social et qui est souvent ciblé par les responsables du marketing comme le promoteur d'une marque dans le média social.
ICP	Indicateur clé de performance. Utilisé pour déterminer les barèmes de réussite ou d'échec d'une stratégie de média social.
Application composite (Mashup)	fusion de deux ou plusieurs éléments de contenu pour créer un nouveau contenu média.
Meme	un contenu média, souvent une photo et une copie réunies, qui inspire des imitations qui deviennent souvent virales.
Modération	l'acte de choisir si des fichiers médias seront publiés ou non, en fonction de règles et de lignes directrices établies par l'éditeur. Le contenu peut être prémodéré, ce qui signifie qu'il est examiné avant la publication, ou modéré après coup, ce qui signifie que le média est publié immédiatement après l'envoi par l'utilisateur, mais qu'un modérateur le supprime par la suite s'il contrevient aux règles. La modération peut être effectuée par des personnes ou un logiciel.
Recherche en temps réel (Real Time Search)	résultats d'un moteur de recherche qui comprennent les médias qui sont générés sur des réseaux sociaux au moment où la recherche est effectuée.
Partage de gazouillis (Retweet)	dans Twitter, un retweet ou « RT » ou gazouillis partagé, indique un partage textuel d'une mise à jour de média social.
Suivi de la réputation (Reputation Monitoring)	analyse des conversations sur des médias sociaux concernant un sujet ou une marque en particulier qui indique le sentiment général exprimé par les utilisateurs sur ce sujet ou cette marque.
Sentiment	une mesure utilisée pour déterminer la relation émotive des utilisateurs avec un affichage sur un média social ou une présence sur un média social. Il peut être positif, négatif ou neutre.
SoMoLo	acronyme pour « social, mobile, local ». Décrit la tendance voulant que les consommateurs utilisent de plus en plus les services locaux sur des dispositifs mobiles, qui ont des services activés socialement.
Action sociale	une action entreprise par un utilisateur sur un réseau social, comme aimer une page fan Facebook, partager un contenu sur un réseau social ou partager le gazouillis d'un autre utilisateur de Twitter.
Partage de signets	une façon pour les utilisateurs de médias sociaux de partager à grande échelle les URL Web et le contenu sous un nom d'utilisateur, habituellement par une balise (voir balise).
Jeu social	un jeu interactif qui est joué avec d'autres personnes sur un espace social ou qui encourage fortement le partage du contenu du jeu sur des espaces sociaux. P. ex. : Farmville
Média social	contenu, comme des photos, des vidéos ou des histoires, qui est partagé.
Plateforme de média social	technologie qui permet les réseaux sociaux, et qui relie les services dans ces réseaux sociaux. P. ex. : Facebook's Open Graph, Twitter's API.
Métrique sociale	utilisée pour mesurer l'engagement sur un média social.
Réseau social	un service créé pour faciliter la publication, le partage et la discussion d'un média social. P. ex. : Facebook, Twitter ou Pinterest
Statut	contenu bref qu'un utilisateur affiche sur un média social. Également appelé mise à jour de statut.
Balise (Tag)	un mot ou quelques mots pour décrire un contenu. P. ex. : une photo de l'affiche du film Moneyball peut porter une balise avec des mots comme « film », « baseball », « Brad Pitt ».
Trending (établir une tendance)	un contenu ou un sujet dont parle un grand nombre de gens, en temps réel, sur les médias sociaux, en ce moment. Les sujets « tendance » sont souvent vus sur Twitter, mais les gens utilisent également ce terme sur les autres réseaux sociaux – il existe même une émission en ligne appelée « What's Trending » qui analyse les tendances du jour.
Troll	un terme utilisé pour les utilisateurs qui affichent des messages hors sujet ou offensants sur une plateforme de média social, souvent en violation des lignes directrices/ententes des médias sociaux.
Gazouiller (Tweet)	verbe utilisé pour décrire un message qui contient un maximum de 140 caractères, affiché par un utilisateur par l'entremise de son compte Twitter.
Tweeps	amalgame des mots « Twitter » et « people » pour décrire les utilisateurs de Twitter.
Contenu généré par l'utilisateur (UGC)	média qui est généré par les utilisateurs d'un site, et non par les producteurs du site.
Messagerie vidéo	outil de communication qui facilite les discussions de personne à personne ou en groupe, et qui permet aux gens de s'entendre et parfois également de se voir. P. ex. : Google+ Hangouts, Skype
Viral	terme utilisé pour décrire un média qui devient populaire grâce au partage à grande échelle.
Wiki	logiciel qui permet aux utilisateurs de créer et de publier conjointement un contenu. P. ex. : Wikipédia permet aux utilisateurs de rédiger conjointement une encyclopédie.