

Formation SAP Analytics Cloud – Initiation

Module 1 – Introduction à SAP Analytics Cloud

- Présentation de l'analytique et de la Business Intelligence
- Positionnement de SAP Analytics Cloud dans l'écosystème SAP
- Vue d'ensemble des fonctions d'analyse, de planification et de prédiction
- Identification des principaux cas d'usage en entreprise

Module 2 – Découverte de l'interface

- Prise en main de l'environnement SAP Analytics Cloud
- Navigation dans les menus, dossiers et espaces de travail
- Compréhension de l'organisation des contenus
- Création d'un premier projet d'analyse

Module 3 – Importation et préparation des données

- Importation de données à partir d'un fichier Excel
- Compréhension des notions de dimensions et de mesures
- Vérification, nettoyage et structuration des données
- Création d'un modèle de données simple

Module 4 – Création de visualisations

- Présentation des principaux types de graphiques
- Choix d'une visualisation adaptée au besoin d'analyse
- Création de graphiques interactifs
- Utilisation des filtres, tris et explorations
- Introduction au drill-down et à l'analyse multidimensionnelle

Module 5 – Création d'un tableau de bord

- Création d'une Story dans SAP Analytics Cloud
- Organisation des visualisations dans une même page
- Conception d'un tableau de bord interactif
- Application des bonnes pratiques de mise en page et de lisibilité

Module 6 – Analyse et partage des résultats

- Exploration rapide des résultats obtenus
- Utilisation des fonctions d'insights automatiques
- Partage des tableaux de bord avec les utilisateurs
- Introduction à la gestion des accès et à la collaboration

Atelier pratique – Réaliser un mini tableau de bord complet

- Importation d'un jeu de données
- Création d'un modèle simple
- Conception de plusieurs visualisations
- Assemblage des éléments dans un tableau de bord
- Validation et interprétation des résultats

Google Analytics : une application qui permet de mesurer les performances de votre site web?

Si vous avez mis en ligne un site web, vous avez probablement déjà pensé à l'impact positif ou aux aspects plus négatifs que vos internautes vont remarquer. Par contre, vous avez décidé de le mettre en ligne et de voir quelles sont les performances actuelles de votre site après 1 semaine ou 1 mois. Cependant, vous devrez avoir un moyen de mesurer ces performances! Si votre CMS ne vous permet pas de bien mesurer la performance de votre site, avec assez d'exactitude, vous pouvez penser à Google Analytics pour voir combien de gens voient votre site web! De ce fait, Google Analytics permet de calculer un bon nombre de métriques pertinentes au développement positif de votre site web pour vos affaires ou votre projet. Si vous êtes prêt à utiliser Google Analytics pour propulser vos affaires, encore est-il bon de le faire en partant sur de bonnes bases.

Savoir combien de gens voient votre site web avec Google

Cet aspect est assez simple. En effet, si vous cliquez sur « Rapports », après être entrés dans l'interface général, vous pourrez voir combien de gens ont visité votre site web durant les 30 derniers jours. Par défaut, le paramétrage est fait pour que vous voyiez les 30 derniers jours. Vous avez à changer ce paramètre? Vous n'avez qu'à cliquer en-haut, à gauche sur la plage de dates et à choisir 60 derniers jours, 7 derniers jours, 90 derniers jours, cette année, ou une autre plage de dates qui vous permet de mesurer vos performances sur une période précise. Si vous vous demandez à quel point votre site est performant, voyez au-dessus du graphique statistique le nombre d'utilisateurs qui ont visité votre site web. Un utilisateur, c'est un appareil donné qui s'est connecté à votre site web. Il y a en effet le risque qu'une même personne ait utilisé son téléphone et son ordinateur, les deux

dans la même période, ce qui double certains résultats. En revanche, vous voyez très bien chaque fois qu'un appareil se connecte à votre site. Alors, pourquoi sélectionner telle ou telle plage de dates? Pourquoi choisir d'analyser un trimestre plutôt qu'un mois seulement? Tout dépend de la période que vous voulez contrôler. Il y a un moment dans l'année où vous avez apporté des changements dans le design de votre site web? Donc, sélectionner la date de ces changements jusqu'à aujourd'hui. Vous verrez si votre site web attire plus, ou au contraire moins les internautes!

Comment savoir si votre site web est intéressant?

Vous voyez aussi le temps moyen de connexion à votre site à droite complètement du nombre des utilisateurs. Si vous voyez par exemple « 0,09s » dans ce paramètre, c'est qu'en moyenne, les gens visitent votre site web durant 9 secondes. Si tel est le cas, le temps de visite est très court, ce qui pourrait laisser penser qu'il y a un manque d'intérêt de la part de vos internautes. Vous pouvez donc penser, dans cet exemple de 9 secondes, à améliorer votre SEO, votre design, ou à demander l'avis d'un ami ou d'un expert. Si Google Analytics vous indique une moyenne de 25 secondes de visites de votre site web, cela indique alors un certain intérêt, puisque les gens ne quittent pas un site web après 25 secondes si jamais ils ne le trouvent aucunement intéressant, mais bien souvent après quelques secondes (4 ou 5).

Dans l'exemple où vous avez fait des modifications au design de votre site web, vous pouvez constater, après la date de ces modifications, que le nombre de visiteurs baisse. Ceci est souvent bien négatif. Mais, il arrive que ce soit tout de même positif. En effet, vos visiteurs peuvent être moins nombreux, mais rester plus longtemps sur votre site web, visiter plus de pages, lire plus longtemps. Si moins de visiteurs visitent votre site web, mais plus de 3 minutes, ils ont un intérêt quasi certain pour ce que votre site web leur présente. Vous avez peut-être trouvé de nouveaux clients dans ce cas précis.

La nuance dans cette donnée est qu'il s'agit d'une moyenne. Statistiquement parlant, une moyenne de 9 secondes, si vous avez 50 internautes, ne montre pas si un internaute a visité votre site web durant 2 minutes, alors qu'un autre l'a quitté après une seconde. La moyenne ne vous donne pas un aperçu de la visite de chacun de vos internautes un à un.

Est-ce que de nouveaux internautes visitent votre site web?

Si, à droite du nombre total des utilisateurs, vous voyez un nombre presque équivalent de nouveaux utilisateurs, par exemple, à droite de 20 utilisateurs, vous voyez 19 nouveaux utilisateurs, cela indique que la grande majorité des internautes qui ont visité votre site web l'ont probablement fait pour la première fois. Tandis que si vous voyez que sur 20 utilisateurs,

il n'y a aucun nouvel utilisateur, c'est que ce sont toujours les mêmes personnes qui visitent votre site web et que votre auditoire ne s'agrandit pas!

Puis, vous devez combiner le temps de visite de vos utilisateurs avec le nombre de vos nouveaux utilisateurs pour avoir une meilleure idée si votre site web intéresse vos internautes. Google Analytics peut vous indiquer un temps moyen de visite très faible, comparativement à un nombre de nouveaux utilisateurs très élevé. Dans ce cas, cela signifie que les gens qui découvrent votre site web le quittent après très peu de temps.

Si vos utilisateurs sont presque toujours les mêmes, puis que votre temps de visite est très élevé, alors cela veut probablement dire que les gens qui visitent souvent votre site web le trouvent très intéressant, puisqu'ils y retournent et le visitent plusieurs fois pour de longues périodes. Il y a alors un potentiel pour que ces gens vous appellent ou vous écrivent si vos coordonnées sont bien reliées aux liens de votre page de contact.

Pourquoi les gens cliquent-ils sur des boutons de votre site web?

Google Analytics vous permet de voir le nombre de clics enregistrés sur votre site web. Plus ce nombre de clics est élevé, plus il y a de chances que Google Analytics puisse être en train d'indiquer une bonne curiosité de la part de vos internautes. Effectivement, si vos internautes n'étaient pas curieux de ce que vous faites, ils ne cliqueraient probablement que très peu sur vos liens et les boutons de votre site web, comme le bouton d'envoi de votre formulaire de contact.

Quelles pages de votre site web sont-elles les plus populaires selon Google Analytics?

Vous pouvez aller aux détails de vos rapports pour visionner combien de fois chaque page est visitée sur votre site web. Si votre page de contact est visitée par 900 internautes, comparativement à votre page d'accueil, il y a de bonnes chances que beaucoup d'internautes soient tentés de vous joindre par courriel ou par votre formulaire de contact. Si la page qui parle de vos services est celle qui est la plus visitée, les probabilités que votre page d'accueil donne envie de voir quels services vous offrez et que votre page de services soit bien référencée sur les moteurs de recherche comme Google ou Bing. Puis, comment pouvez-vous améliorer la position web de votre site sur les moteurs de recherche? L'ensemble de votre site est important : son design, la qualité de ses textes, de ses images, etc.

Il y a aussi beaucoup d'emphasis sur la description et le titre de vos pages web. En effet, un site web dont le titre de la page d'accueil est « Page d'accueil du site de ménages privés » attire moins les regards qu'un site web

dont le titre de la page d'accueil est « Ménages privés à domicile près de Québec ». En spécifiant ce que sont des ménages privés et en mentionnant le secteur où ces ménages sont offerts, vous captez l'attention des gens de Québec qui cherchent un service d'entretien ménager directement à leur domicile, sans avoir à se déplacer.

Quant à la description, ce doit être un court texte vendeur d'environ 120 caractères. « Vendeur » ne signifie pas vanter la qualité de votre service ou de votre produit comme étant la meilleure offre sur le marché, mais plutôt de décrire ce que vous offrez en ayant en tête qu'une personne intéressée par votre offre sera attirée par une description à la fois originale et qui décrit bien ce que les gens cherchent comme service d'une entreprise de votre secteur.

Pouvez-vous voir combien de gens reviennent sur votre site web?

Il est possible de savoir combien de gens visitent votre site web deux ou plusieurs fois. Pour ce faire, il y a une métrique dans les rapports détaillés qui se nomme le « taux de rebond » et qui vous dit exactement combien d'utilisateurs reviennent deux fois ou plus sur votre site web. Cette métrique est bien pertinente quand il s'agit de mesurer l'intérêt manifesté par les internautes pour votre site. Quand des gens reviennent sur votre site, soit ils n'ont pas tout lu ce qui les intéressait la première fois, soit ils sont réellement intéressés par votre site web, au point d'y revenir deux, trois, quatre fois; ou bien les deux raisons précédentes sont bonnes!

De plus, un taux de rebond significatif est une bonne première étape vers une « conversion » de vos internautes en acheteurs. La conversion est le fait que des visiteurs puissent devenir des clients potentiels, ou que des clients potentiels deviennent officiellement vos clients. Vous pouvez configurer une « conversion » sur votre profil Google Analytics de plusieurs façons. Si vous constatez que la plupart du temps, quand un utilisateur de votre site clique sur une page précise, ce même utilisateur clique sur le formulaire de contact, vous pouvez configurer le clic vers cette page comme une conversion. Le fait de bien connaître les comportements des visiteurs de votre site vous permet de bien cerner comment leur montrer que vous offrez un bon service ou un bon produit. C'est ce que permet de faire Google Analytics!

Est-ce que les données démographiques sont encore prises en charge par Google Analytics?

Pour le moment, vous pouvez encore voir de quel endroit dans le monde viennent les visiteurs de votre site web. Vous savez ensuite où se trouvent les grands centres où les gens visitent souvent ce que vous offrez sur le web. Par contre, Google tente de diminuer au maximum le ciblage précis des consommateurs, donc il est possible qu'au moment d'écrire ces lignes ou

après, la démographie de vos visiteurs ne soit plus prise en charge.

Bref, Google Analytics est un outil bien complet pour avoir un bon aperçu de ce que votre site web fait de bon pour le moment, ou les aspects à améliorer. Bien entendu, vous ne savez pas nécessairement tout et ne pouvez pas faire des déductions précises sur les métriques proposées. Par exemple, vous ne pouvez pas déduire l'adresse d'un utilisateur ou vous ne pouvez pas non plus savoir le nom des internautes, ce qui, dans les faits, serait peu souhaitable si nous voulons éviter la publicité intempestive et le harcèlement téléphonique de certains vendeurs. En revanche, vous pouvez améliorer de façon constante votre site web grâce à ces métriques diversifiées et complètes. C'est en ayant une belle offre que les gens viendront à vous, puis c'est aussi en leur présentant du beau contenu qu'ils souhaiteront vous connaître sur le web.

Formation Sentinel : Configurer les opérations de sécurité SIEM avec Microsoft

Introduction à Microsoft Sentinel

- Présentation de Microsoft Sentinel comme solution SIEM
- Architecture et intégration dans Azure

Création et gestion des espaces de travail Sentinel

- Création d'un espace de travail Log Analytics
- Activation de Microsoft Sentinel
- Gestion des autorisations et des ressources

Connexion des services Microsoft

- Connecteurs de données intégrés (Microsoft 365, Azure AD, etc.)
- Configuration des permissions et intégration fluide

Connexion des hôtes Windows

- Collecte des journaux d'événements de sécurité
- Installation et configuration des agents sur les hôtes

Détection des menaces avec Microsoft Sentinel

- Utilisation des règles d'analyse programmées
- Création de requêtes KQL personnalisées
- Gestion des incidents et alertes

Automatisation de la réponse aux incidents

- Création de playbooks avec Logic Apps
- Déclencheurs et actions automatisées
- Cas pratiques de réponses automatisées

Bonnes pratiques et supervision continue

- Surveillance proactive et tableaux de bord
- Optimisation de la détection et réduction des faux positifs
- Intégration avec d'autres outils de sécurité

Formation en Ligne : Créer des Tableaux de Bord dans Data Studio

Introduction à Data Studio et Fondamentaux de la Visualisation de Données

- Introduction à Data Studio : Présentation de l'interface et des fonctionnalités de base
- Comprendre les sources de données : Connexion à différentes sources de données (Google Sheets, Google Analytics, BigQuery, etc.)
- Création d'un premier tableau de bord : Importation des données, ajout de graphiques simples (graphiques à barres, graphiques circulaires, etc.)
- Personnalisation des graphiques : Modifier les couleurs, les axes, les légendes, etc.
- Gestion des données : Filtrer les données, créer des segments, utiliser les contrôles de date

Techniques Avancées de Visualisation et Optimisation des Tableaux de Bord

- Utilisation de graphiques avancés : Graphiques temporels, graphiques géographiques, cartes, etc.

Power BI : Démystification complète d'un outil d'analyse de données puissant pour la création de rapports

Introduction

Dans l'ère de la collecte massive de données, la capacité à transformer ces données brutes en informations exploitables est essentielle pour les analystes. C'est là que [Power BI](#) entre en jeu. Power BI, développé par Microsoft, est une plateforme d'analyse de données qui permet aux professionnels de visualiser, analyser et partager des informations de manière efficace.

Dans cet article, nous allons plonger dans l'univers de Power BI, en mettant l'accent sur ses fonctionnalités de création de rapports. Nous examinerons chaque aspect de Power BI, en explorant ses capacités d'importation de données, de transformation, de modélisation, de visualisation, de collaboration, d'analyse avancée et de sécurité des données.

I. Importation des données dans Power BI

La première étape cruciale de tout projet d'analyse de données est l'importation des données dans l'outil d'analyse.

Power BI propose

- Une large gamme de sources de données prises en charge.
- Des bases de données relationnelles aux services cloud tels que **Azure SQL Database**, **Google Analytics** et **Salesforce**.

Les analystes peuvent utiliser les connecteurs pré-construits de Power BI pour importer facilement les données, éliminant ainsi la nécessité d'écrire du code complexe ou de passer par des étapes fastidieuses. Power BI permet également d'établir des connexions en temps réel avec les sources de données, ce qui permet d'actualiser automatiquement les rapports lorsque les données sources sont mises à jour.

Cette flexibilité permet aux analystes de travailler avec des données en temps réel, garantissant ainsi que les informations affichées sont toujours à jour.

II. Transformation des données avec Power Query

Une fois les données importées, la prochaine étape est de les transformer en un format utilisable.

Power Query, une fonctionnalité intégrée à Power BI, permet aux analystes

- Nettoyer
- Transformer
- Modeler les données selon leurs besoins

Power Query offre une interface intuitive qui facilite

- Le nettoyage des données
- La fusion de sources multiples
- L'application de transformations avancées
- La création de colonnes calculées.

Les analystes peuvent

- Appliquer des filtres
- Supprimer les valeurs aberrantes
- Combiner des données provenant de différentes sources
- Effectuer des regroupements
- Et bien plus encore.

Power Query propose également des options de langage de requête avancées pour ceux qui souhaitent affiner davantage leurs manipulations de données.

Grâce à Power Query, les analystes peuvent obtenir des données propres et prêtes à être utilisées pour la création de rapports.

III. Modélisation des données dans Power BI

Une fois les données transformées, il est temps de créer un modèle de données solide dans Power BI. Le modèle de données est la structure sous-jacente qui organise les informations dans les rapports.

Power BI propose une interface conviviale qui permet aux analystes

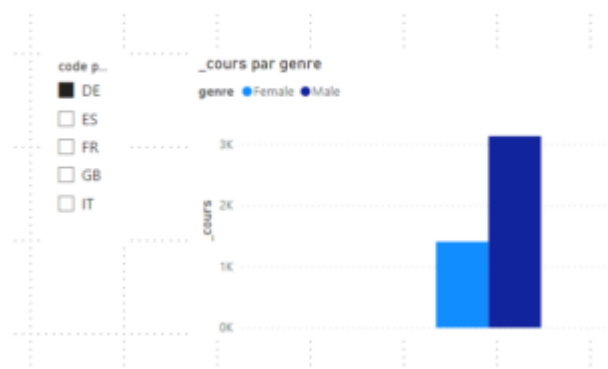
- De définir des relations entre les tables de données
- De créer des hiérarchies
- De définir des mesures calculées

Grâce à cette modélisation des données, les utilisateurs peuvent explorer les relations entre les différentes entités et obtenir des analyses approfondies. Les analystes peuvent créer des relations basées sur les clés primaires et étrangères des tables, ce qui permet de combiner facilement les données lors de la création de rapports. De plus, Power BI offre des fonctionnalités avancées de modélisation, telles que la possibilité de créer des tables calculées et des colonnes calculées à l'aide du langage de formule Data Analysis Expressions (DAX).

Ces fonctionnalités permettent d'enrichir le modèle de données avec des calculs personnalisés et des agrégations spécifiques aux besoins analytiques.

IV. Création de rapports interactifs avec Power BI

Rapport Activités 2023



L'un des points forts de Power BI est sa capacité à créer des rapports interactifs et visuellement attrayants grâce à Power BI Desktop.

Power BI Desktop est une application puissante qui permet aux analystes de concevoir des visualisations de données, des tableaux de bord et des rapports interactifs. Avec une interface glisser- déposer conviviale, **les utilisateurs peuvent choisir**

- Parmi une variété de graphiques
- De tableaux
- De cartes
- De diagrammes
- De graphiques pour représenter visuellement leurs données

Power BI Desktop propose également une gamme d'options de personnalisation, notamment la possibilité de définir des filtres interactifs, de formater les éléments visuels et de créer des mesures personnalisées à l'aide de [DAX](#). Les

analystes peuvent organiser les visuels sur la toile du rapport, créer des liens interactifs entre les visuels et ajouter des interactions dynamiques pour permettre aux utilisateurs d'explorer les données de manière intuitive.

Une fois les rapports créés, ils peuvent être enregistrés dans différents formats (par exemple, PDF, Excel) ou publiés sur Power BI Service pour être partagés avec d'autres utilisateurs.

V. Collaboration et partage avec Power BI Service

Power BI Service est la plateforme en ligne de Power BI qui permet de partager, collaborer et accéder aux rapports créés avec Power BI Desktop.

Les utilisateurs peuvent publier leurs rapports sur le cloud, où ils peuvent être consultés et explorés par d'autres personnes autorisées.

Power BI Service offre des fonctionnalités de partage avancées, notamment

- La possibilité de définir des autorisations d'accès au niveau des utilisateurs ou des groupes
- De collaborer en temps réel sur les rapports
- De planifier des actualisations automatiques des données

Les utilisateurs peuvent également ajouter des commentaires, des annotations et des discussions directement dans le rapport, favorisant ainsi la collaboration et la prise de décision en équipe. Power BI Service propose également des tableaux de bord interactifs qui permettent aux utilisateurs de naviguer facilement entre les rapports et de personnaliser leurs vues en fonction de leurs besoins.

VI. Analyse avancée avec DAX dans Power BI

Power BI propose une fonctionnalité puissante appelée **DAX**, un langage de formule qui permet d'effectuer des calculs avancés et des agrégations personnalisées. DAX offre une large gamme de fonctions pour effectuer des calculs mathématiques, statistiques, logiques et temporels sur les données.

Les analystes peuvent utiliser DAX pour créer

- Des mesures calculées
- Des colonnes calculées
- Des tables calculées

Ce qui permet d'effectuer des analyses avancées et de générer des indicateurs clés de performance (KPI) personnalisés.

Par exemple, les analystes peuvent calculer

- Des pourcentages
- Des moyennes pondérées
- Des tendances temporelles
- Des taux de croissance
- Des ratios
- Des classifications
- Et bien plus encore

[DAX](#) offre une flexibilité et une puissance significatives pour les analyses complexes, permettant aux analystes d'obtenir des insights approfondis à partir des données.

VII. Sécurité et gouvernance des données dans Power BI

La sécurité et la gouvernance des données sont des aspects critiques dans tout environnement d'analyse de données. Power BI offre des fonctionnalités avancées pour garantir la sécurité et la confidentialité des données. Les administrateurs de Power BI peuvent

- Définir des politiques de sécurité au niveau du groupe
- Attribuer des rôles et des autorisations spécifiques aux utilisateurs
- Et contrôler l'accès aux données sensibles

Power BI propose également des fonctionnalités de gouvernance des données, telles que la possibilité de définir des règles de confidentialité, de suivre les modifications apportées aux données et d'auditer l'utilisation des rapports et des tableaux de bord. Les analystes peuvent également appliquer des fonctionnalités de masquage des données pour garantir que seules les personnes autorisées peuvent accéder à certaines informations confidentielles.

Avec ces fonctionnalités, [Power BI](#) offre un environnement sécurisé et fiable pour l'analyse des données.

Conclusion

Power BI est une plateforme d'analyse de données puissante et polyvalente qui facilite la création de rapports interactifs et informatifs. Avec ses fonctionnalités

- De transformation des données

- De modélisation
- De visualisation
- De collaboration
- D'analyse avancée
- Et de sécurité des données

Power BI offre aux analystes un ensemble complet d'outils pour exploiter le plein potentiel de leurs données.

Que vous soyez un expert en analyse de données ou un débutant, Power BI vous permettra de créer des rapports professionnels et percutants qui aideront votre organisation à prendre des décisions éclairées.

N'hésitez pas à explorer [Power BI](#) et à découvrir comment il peut transformer votre approche de l'analyse des données et de la création de rapports

À propos

Fondée en 2016

97 % de satisfaction



Doussou Formation – Fournisseur canadien de formations TI accessibles sur le marché

Fondée en 2016, **Doussou Formation** s'est rapidement imposée comme un leader de la formation en technologies de l'information, bureautique, capital humain, gestion de projet et graphisme, au Québec et à travers le Canada.

Notre approche & engagement qualité

- **Certifications et reconnaissance** : plus de 97 % de satisfaction selon les évaluations clients.
- **Pédagogie axée sur la pratique** : formations 100 % pratiques, en petits groupes, avec support de cours, suivi individualisé et certification en fin de parcours.
- **Formateurs chevronnés** : des professionnels expérimentés, sélectionnés avec rigueur et assignés selon vos besoins.

Portée géographique & accessibilité

Nos formations sont offertes en présentiel à **Montréal, Québec et Gatineau/Ottawa**, ainsi qu'en **classes virtuelles** accessibles partout au Canada.

Nous servons les **entreprises, organismes publics, OBNL et particuliers** avec une offre standardisée « disponible sur le marché », conforme aux exigences des appels d'offres (sans développement sur mesure).

[Montréal](#)

[Québec](#)

[Gatineau / Ottawa](#)

[En ligne \(Canada\)](#)

Domaines & thématiques de formation

Plus de **100 formations** prêtes à démarrer – organisées par grandes **thématiques** pour répondre rapidement à vos besoins.

Productivité & Bureautique
Données & Analytics
Développement & DevOps
Collaboration & M365
Design, Graphisme & Multimédia
Leadership & Capital humain
Gestion de projet
Marketing numérique & SEO
Technologies émergentes & IA

Productivité & Bureautique

- **Tableurs & automatisation** – Excel (tableaux croisés, Power Pivot), Google Sheets
- **Documents & mise en page** – Word avancé, modèles, publipostage
- **Communication** – Outlook, bonnes pratiques d'emailing

Données & Analytics

- **BI & visualisation** – Power BI (Modélisation, DAX), Tableau
- **Base de données** – SQL (requêtes, optimisation)
- **Data science** – Python pour l'analyse

Collaboration & M365

- **Teams & productivité d'équipe** – réunions, canaux, bonnes pratiques
- **SharePoint & OneDrive** – structures, droits, gouvernance
- **Copilot & IA appliquée** – usages responsables et gains rapides

Design, Graphisme & Multimédia

- **Suite Adobe** – Photoshop, InDesign, Illustrator
- **UX/UI & prototypage** – Figma, maquettes et composants
- **Animation & contenus** – bases 2D/3D, narration visuelle

Leadership & Capital humain

- **Management** – leadership, rétroaction bidirectionnelle
- **Efficacité** – gestion du temps & priorités
- **Climat de travail** – gestion des employés difficiles

Gestion de projet

- Méthodes & outils – planification, suivi, risques
- Microsoft Project – calendriers, ressources, rapports
- Agile/Hybride – pratiques concrètes en équipe

Marketing numérique & SEO

- SEO – technique, contenu, maillage, suivi
- Acquisition – Google Ads, réseaux sociaux
- Contenu – lignes éditoriales, pages de conversion

Technologies émergentes & IA

- IA générative – ChatGPT, Copilot, bonnes pratiques
- Systèmes & dev – Linux, JavaScript, React, DevOps
- Automatisation – scripts, intégrations, workflows

*Listes indicatives : chaque thématique est disponible en niveaux **débutant**, **intermédiaire** et **avancé**, en présentiel ou en classe virtuelle.*

Nos clients & références

- Gouvernements : fédéral, provincial, municipal.
- Institutions publiques : CNESST, SAAQ, BAnQ...
- Éducation & OBNL : universités, cégeps, organismes communautaires.
- Secteurs privés : Hydro-Québec, Vidéotron, Bell, Desjardins...
- Présence internationale : France, RDC, Guadeloupe, Mali.

Pourquoi choisir Doussou Formation ?

Atout	Description
Portée pancanadienne	Présentiel au Québec + virtuel partout au Canada.
Offre standardisée	Catalogue clair, prêt à l'emploi.
Petits groupes & suivi	Meilleure assimilation grâce à l'accompagnement.
Accessibilité bilingue	Supports et formations en français et anglais.
Tarifcation transparente	Prix publics, rabais selon conditions (F01).
Crédibilité démontrée	Formateurs experts, clients reconnus.

Adresse : 1155, rue Metcalfe – Montréal

[Nous contacter](#)

[Consulter le catalogue PDF](#)

Ils nous font confiance

De nombreuses entreprises, institutions et organismes nous accordent leur confiance et continuent de fréquenter nos formations.

Voici quelques exemples :

Secteur	Organisations
Services financiers, immobiliers et assurances	Desjardins, Banque nationale du Canada, Intact, Olympus, Global Pay
Loisirs, culture et hébergement	Caraïbes Nordiques, Tangente Danse, PPS Danse, Théâtre de la Dame de Cœur, Le Carrousel, Productions Roméo et Fils, Tidan
Agences gouvernementales fédérales	Gouvernement du Canada, GRC, Ministère des Pêches et Océans, Défense nationale
Agences gouvernementales provinciales	Ministère de la Famille, Environnement, MSSS, CNESST, Fonds de recherche du Québec, SAAQ, Curateur public, BAnQ, Tourisme Québec, UPAC
Municipalités	Ville de Montréal, Municipalité de Sayabec
Services d'enseignement	Université Laval, Université de Montréal, Cégep de Trois-Rivières, Collège militaire royal de Saint-Jean, uOttawa, CPE de la Courtepointe
Technologies & communications	Capitel, Blue Solutions, Progi, PMG Technologies, Hydro-Québec, Vidéotron, Bell Canada, TC Transcontinental, GRICS, etc.
Organisations à but non lucratif	Résidence Le Monarque, Réseau-Femmes Ontario, Sphère Québec, Alzheimer Outaouais, Valoris, Culture Laval, Institut d'Innovation en Logistique du Québec...
Services sociaux & publics	Urgences Santé, IDDPNQL, CSS des Patriotes, SIS Immigration, RDÉE Canada, Société Économique de l'Ontario...
Associations & ordres professionnels	Ordre de la Physiothérapie du Québec, Professions Québec, CPA Québec, Alliance de la Fonction publique, Association des cadres des CPE, etc.
Construction & industrie manufacturière	ENERGI Fenestration, APL Construction, Canatal, MSP, Veolia, Acti Solutions, Photon etc., Les Bois de Plancher PG, KID Toy...
Transport & logistique	Groupe Morneau, Communauto, STO Outaouais
Agriculture & alimentation	F. Ménard
Commerce de détail & e-commerce	Jackfield, Safran

Secteur

Cosmétique & bien-être

À l'international

Organisations

Institut de Beauté Manon Simard

RATP (France), IMIE (France), Davidson Paris, Koala Web (Guadeloupe), Malitel (Mali), AAC/RDC (Congo)...



Formation Référencement SEO

Introduction à la formation référencement SEO

Qu'est-ce que référencer son site internet?

Référencement naturel, référencement payant

Linkbuilding et réseaux sociaux

Vocabulaire technique: SEO, SEM, SMO, SERP...

Les outils de recherche

Les moteurs

Les annuaires

Evolution des outils de recherche

Recherche sur google

Moteurs de recherche

SERP Google en détail

SERP Bing en détail

Position dans les SERP

Votre site web

La cible

Objectif du site web

Etude de la concurrence

Stratégie efficace de choix des mots-clés

Choix des mots clés

Trouver des mots clés

Tester vos mots clés

Critères OnPAGE

La balise title

Les balises META

Placer les mots clés dans le contenu visible de vos pages

Optimiser les images

Optimiser les vidéos

Optimiser la structure du site

Rendre votre site populaire

Notoriété et popularité

linkbuilding

Optimiser vos liens

Optimiser l'indexation, les pages

Technologies: script javascript, flash..

Robots.txt

Googlebot: sitemap

Le temps de chargement des pages

Utilisation des standards

Atelier pratique: *validation W3C des pages*

Atelier pratique: *Calculer le temps de chargement des pages*

Le Web analytics, Evaluer son référencement

Notions de base (mise en place)

Evaluer le référencement

[Suggestion de Formation : Google Analytics](#)

Introduction au référencement payant(SEA)

Intérêt

Principe

Focus sur Google Adwords