

Power BI : Le meilleur outil de Business Intelligence pour votre entreprise

Aujourd'hui, les entreprises collectent et stockent des quantités considérables de données qu'elles peuvent utiliser pour améliorer leur performance. Toutefois, collecter ces données ne suffit pas, il est également essentiel de les interpréter et de les analyser pour en tirer des informations précieuses pour l'entreprise.

C'est là que Power BI entre en jeu. Power BI est un outil de business intelligence puissant et efficace développé par Microsoft. Il permet à vos employés de collecter, d'analyser et de visualiser les données de votre entreprise en temps réel. En utilisant Power BI, vous pouvez prendre des décisions éclairées et stratégiques pour améliorer les performances de votre entreprise.

Qu'est-ce que Power BI ?

Power BI est un ensemble d'outils de business intelligence développé par Microsoft qui permet de visualiser, analyser et partager un grand volume des données de manière intuitive et interactive. Grâce à ses fonctionnalités de connexion à diverses sources de données, de création de rapports personnalisés et de partage en temps réel, Power BI est un

atout majeur pour les entreprises souhaitant exploiter leurs données pour une meilleure prise de décisions.

Les avantages de Power BI pour votre entreprise

- **Accessibilité** : Power BI est accessible à tous les utilisateurs grâce à sa convivialité et à son interface intuitive. Les représentations visuelles de données complexes sont facilement compréhensibles, ce qui permet aux représentants de services d'analyser les données rapidement.
- **Rapidité** : l'analyse de grandes quantités de données est la principale fonctionnalité de Power BI. Il peut facilement prendre en charge toutes les données stockées dans la base de données de votre entreprise. Vous pouvez donc développer des rapports d'analyse en temps réel.
- **Personnalisation** : Power BI peut être personnalisé pour répondre aux besoins spécifiques de votre entreprise. Vous pouvez créer des graphiques et des tableaux de bord personnalisés pour les différentes

équipes et les indicateurs de performance clés.

- **Sécurité** : [Power BI](#) offre des options de sécurité solides pour protéger les données de votre entreprise. Les normes de sécurité utilisées par Power BI sont fiables.
- **Collaboration** : Power BI permet la collaboration en temps réel entre les différentes équipes de votre entreprise. Power BI offre des fonctionnalités de partage et d'édition, permettant ainsi à tous les membres de votre entreprise de travailler sur les mêmes données.

Comment utiliser Power BI ?

Power BI est facile à utiliser, même si vous êtes novice en matière de business intelligence. Tout d'abord, il faut s'inscrire à Power BI.

Une fois inscrit et connecté, Microsoft publie régulièrement des didacticiels, des informations, et une communauté en ligne pour aider les utilisateurs à apprendre à utiliser [Power BI](#).

En clair, pour les entreprises qui cherchent à accroître leur performance, Power BI est un outil de Business Intelligence efficace pour aider à prendre des décisions éclairées. Power BI peut rapidement devenir un élément essentiel de la stratégie d'entreprise à long terme.

Comment Power BI simplifie la visualisation des données ?

Power BI se distingue par sa capacité à transformer de vastes ensembles de données en tableaux de bord interactifs et personnalisables. Cette flexibilité permet aux utilisateurs de divers horizons, qu'ils soient novices ou experts en analyse de données, de créer des rapports visuels adaptés à leurs besoins.

Ainsi, Power BI facilite la compréhension et l'interprétation des données en mettant en évidence les tendances, les modèles et les corrélations qui peuvent passer inaperçus dans des feuilles de calcul traditionnelles.

Voici quelques exemples de questions que Power BI peut vous aider à résoudre :

Quels sont les produits ou services les plus rentables, et quels sont ceux qui nécessitent une optimisation ?

Comment les ventes de l'entreprise évoluent-elles au fil du temps, et quelles sont les tendances saisonnières ?

Quels sont les clients les plus fidèles et les plus rentables pour l'entreprise ?

Comment optimiser la gestion des stocks et la chaîne d'approvisionnement pour réduire les coûts et améliorer la rentabilité ?

Les avantages de l'utilisation de Power BI pour la prise de décisions

En utilisant Power BI pour visualiser et analyser les données de votre entreprise, vous bénéficiez des avantages suivants :

Accès rapide et efficace aux informations, ce qui permet une prise de décision plus rapide et éclairée.

Amélioration de la collaboration et de la communication entre équipes, grâce à la possibilité de partager facilement des rapports et des tableaux de bord interactifs.

Capacité à analyser les données de différentes sources, ce qui permet d'avoir une vision globale de l'entreprise.

Gain de temps et d'efforts en évitant les erreurs et les problèmes liés aux formats de données et aux feuilles de calcul complexes.

En clair, Power BI est une solution puissante et polyvalente qui permet aux entreprises d'identifier les domaines d'amélioration en visualisant et en analysant leurs données. En mettant en évidence les tendances, les modèles et les corrélations cachées, Power BI simplifie la prise de décision et aide les entreprises à se développer et à prospérer dans un marché concurrentiel. Si vous souhaitez exploiter pleinement le potentiel de vos données et prendre des décisions plus éclairées, il est temps d'intégrer [Power BI](#) à votre stratégie de business intelligence.

Formation : La gestion des plaintes des clients internes et externes

Introduction sur la formation: la gestion des plaintes des

clients internes et externes

Qu'est-ce qu'une plainte ?

- a. Définition
- b. Les sources potentielles de plaintes

La gestion des plaintes

- a. Les étapes de la gestion des plaintes
 - i. La réception, l'analyse et le traitement de la plainte
 - ii. La gestion de la plainte
 - iii. Le règlement et le suivi
 - iv. La production de rapports sur les plaintes
- b. La prise en charge « à chaud » des clients insatisfaits

La prévention des plaintes à travers la qualité de service

- a. Le concept de qualité de service
 - i. Les différents niveaux de la qualité
 - ii. Les dimensions de la qualité
- b. La qualité de service et la satisfaction du client (le concept de satisfaction)
- c. La gestion de la qualité de service (les standards de qualité de service, etc.)

La gestion et la prévention des insatisfactions des clients internes (collègues)

- a. Compétences comportementales en milieu de travail
 - i. La communication
 - ii. L'empathie
 - iii. La bienveillance
- b. Le rôle de l'organisation dans la gestion des insatisfactions des employés
 - i. Priorisation de l'expérience employé
 - ii. Évaluation du niveau de mobilisation des employés et prise de mesures correctives

Ateliers de mises en situation sur la gestion des plaintes

Conclusion sur la formation: la gestion des plaintes des clients internes et externes

ChatGPT (Optimizing Language Models for Dialogue) la nouvelle intelligence artificielle :

• Chat GPT c'est quoi?

Il s'agit d'une technologie innovante qui est devenue de plus en plus populaire parmi les utilisateurs de l'IA.

[Chat GPT](#) est en fait un acronyme pour «génération automatique de phrase» et c'est une forme d'apprentissage automatique qui est utilisée pour générer des phrases à partir de données textuelles.

• Chat GPT à quoi ça sert ?

[Chat GPT](#) est une plateforme de conversation automatisée qui aide les entreprises à gérer et à automatiser leurs activités de service client et de support client. Il offre aux entreprises une solution pour créer et gérer le dialogue automatisé entre leurs clients et leurs agents de support client. Cette technologie est principalement utilisée pour répondre aux questions des utilisateurs, mais elle peut également être utilisée pour générer des récits, des articles et des descriptions.

• Comment ça marche ?

[Chat GPT](#) est développé à l'aide d'un algorithme spécifique connu sous le nom d'algorithme génératif profond. Cet algorithme est capable de combiner des informations provenant de différentes sources et de les convertir en phrases compréhensibles. Il peut également apprendre à partir des données fournies et développer ses aptitudes au fur et à mesure.

Step 1

Collect demonstration data and train a supervised policy.

A prompt is sampled from our prompt dataset.



A labeler demonstrates the desired output behavior.



This data is used to fine-tune GPT-3.5 with supervised learning.



Step 2

Collect comparison data and train a reward model.

A prompt and several model outputs are sampled.



A labeler ranks the outputs from best to worst.



This data is used to train our reward model.



Step 3

Optimize a policy against the reward model using the PPO reinforcement learning algorithm.

A new prompt is sampled from the dataset.



The PPO model is initialized from the supervised policy.



The policy generates an output.



The reward model calculates a reward for the output.



The reward is used to update the policy using PPO.



Source : <https://scoms.hypotheses.org/1059>

• Les avantages de ChatGPT :

Capacité à générer automatiquement du contenu

Il peut aider à générer du contenu pour les blogs, les articles de presse, les scripts de jeux vidéo et de films. Cette IA s'utilise aussi pour la création de contenu marketing, de la rédaction de courriels et de lettres de vente à la génération de contenu pour les réseaux sociaux.

Capable de comprendre le langage humain

Ce qui lui permet de générer des réponses qui sont plutôt cohérentes et pertinentes. Il peut être utilisé dans les chatbots pour fournir des réponses automatiques aux utilisateurs en réduisant le temps d'attente pour les utilisateurs. Ce système peut également servir pour la traduction automatique et pour la génération de résumés de documents.

Aider les entreprises et les utilisateurs à améliorer leur productivité et leur efficacité en automatisant certaines tâches.

Un outil permettant une utilisation dans de nombreux domaines d'activité, allant de la recherche, à la médecine, en passant par les finances et la technologie.

Compréhension des besoins des utilisateurs :

Technologie de pointe qui peut aider à comprendre et à répondre aux besoins des utilisateurs plus rapidement et avec plus de précision.

Cette technologie utilise un réseau neuronal profond (DNN) pour apprendre, comprendre et répondre aux requêtes des utilisateurs, en appliquant des techniques d'apprentissage automatique et des algorithmes avancés.

Par exemple, dans le cas d'un système d'assistance client, elle peut apprendre à traiter les requêtes des clients et à leur fournir des réponses appropriées, ce qui permet une interaction plus efficace avec ceux-ci.

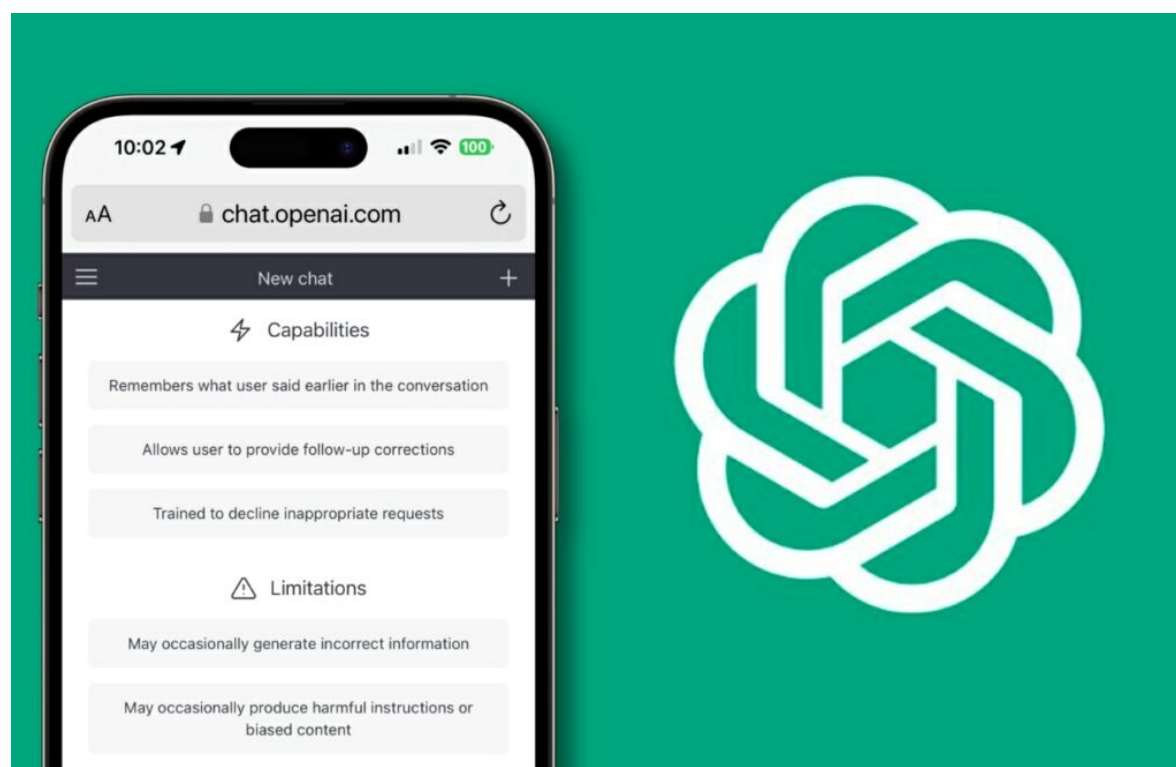
Facilité d'intégration à d'autres applications et plateformes

C'est possible grâce à sa capacité à s'adapter aux spécifications et exigences des développeurs.

Par exemple, tu peux intégrer le [Chat GPT](#) à un site Web ou à une application mobile afin que les utilisateurs puissent interagir avec l'IA pour obtenir des réponses à leurs questions.

Le prix

C'est gratuit avec la possibilité d'un abonnement pro



• Les limites à cette intelligences artificielle :

Vérification de la qualité et la pertinence des réponses

Elles peuvent parfois être erronées ou inappropriées. Enfin, il est important de noter que, bien que [ChatGPT](#) soit capable de générer du contenu de qualité, il ne peut pas remplacer l'intelligence de l'homme. Il faut donc important de l'utiliser en combinant les compétences et l'expertise humaines avec les capacités de [ChatGPT](#) pour obtenir les meilleurs résultats.

Limites au niveau de la logique mathématique

Le système a montré de grosses limites pour la résolution d'équation simple. Les questions d'actualité et de droit sont également des domaines pour lesquels [ChatGPT](#) reste limité.

Limitée à la génération de phrases

Ne peut pas encore être utilisée pour générer des images ou des vidéos.

Entretien et mise à jour

Les systèmes ChatGPT peuvent être coûteux à entretenir et à mettre à jour

• L'avenir de Chat GPT ?

Bien qu'il soit encore en cours de perfectionnement, [Chat GPT](#) est un outil très prometteur qui devrait vraisemblablement s'améliorer à mesure que la technologie évolue.

Ce nouveau robot conversationnel pourrait révolutionner la recherche.

Pour apprendre à utiliser ChatGPT, nous vous recommandons [la formation ChatGPT pour le marketing](#), [OpenAI pour développeurs](#).

Les avantages de Wix et qui peut l'utiliser ?

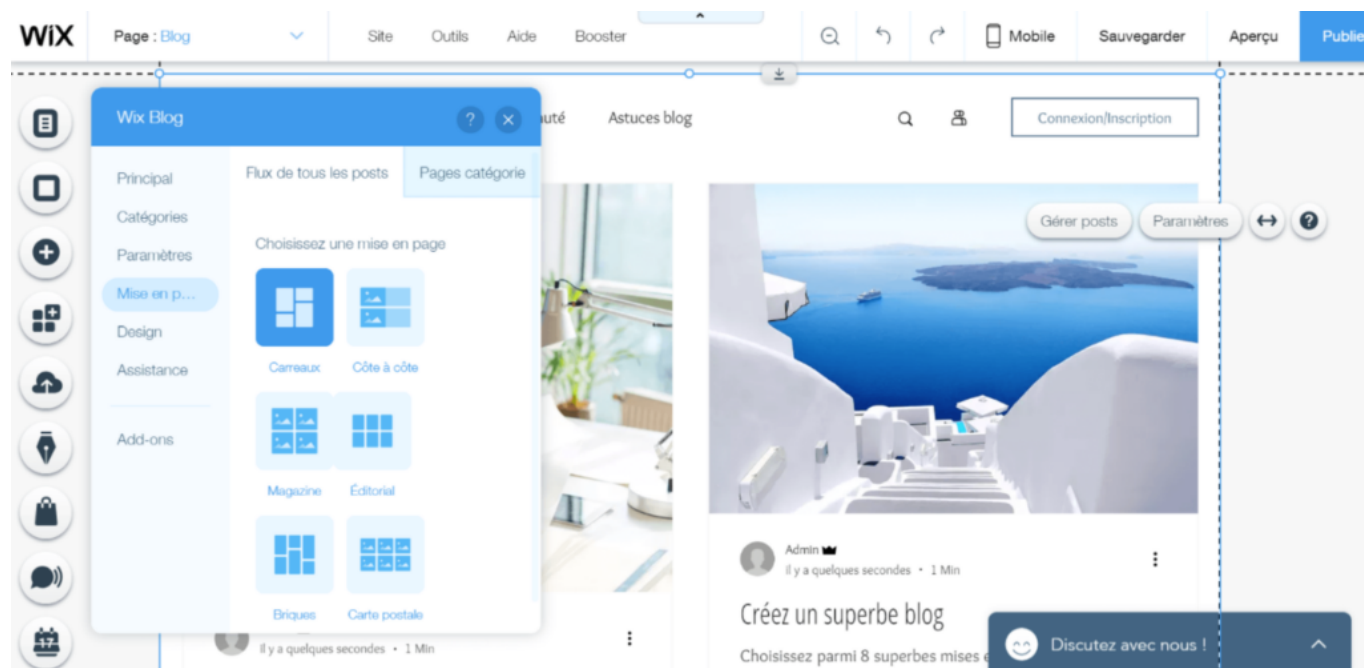
Wix c'est c'est une plateforme en ligne proposant de nombreuses applications pour créer des sites internet professionnels de façon simple et efficace.

Les avantages de WIX :

- **Wix est facile d'utilisation.**

Pour débiter la mise en place de son site internet, il suffit simplement de s'inscrire.

Il s'agit d'une plateforme très intuitive, en effet, en 1 semaine maximum vous aurez construit votre site internet.



Il suffit simplement de glisser-déposer des images, textes et sections sur votre site internet comme sur l'image ci-dessous pour voir votre site internet prendre vie.

- **Finis les soucis d'hébergement :**

Dans la plupart des cas, lors d'un projet web le problème principalement rencontré est le choix d'un hosting ou service d'hébergement web. Avec [Wix](#), ce n'est pas un problème puisqu'en vous inscrivant sur ce service, vous recevez immédiatement un espace pour héberger votre site créé sur la plateforme.

- **Plus besoin de faire de maintenances:**

[Wix](#) construit vos sites web de façon à empêcher l'utilisateur d'accéder à des fichiers sensibles.

Il sera donc naturellement sécurisé tout en évitant d'avoir à effectuer des mises à jour.

Attention, aucun site n'est 100% utilisé, il faut donc toujours se méfier.

- **Un prix accessible :**

		VIP Service d'assistance prioritaire	LE PLUS POPULAIRE Illimité Artisans et Indépendants	Basique Pour un usage personnel	Connexion Domaine Connectez votre domaine <small>Ⓢ Les pubs Wix sont affichées avec ce forfait</small>
		44 CAD /mois	20 CAD /mois	15 CAD /mois	7 50 CAD /mois
Domaine personnalisé	Ⓢ	✓	✓	✓	✓
Domaine gratuit/1 an	Ⓢ	✓	✓	✓	—
Suppression des publicités Wix	Ⓢ	✓	✓	✓	—
Certificat SSL gratuit	Ⓢ	✓	✓	✓	✓
Bande passante	Ⓢ	Illimité	Illimité	2 Go	1GB
Espace de stockage	Ⓢ	35 Go	10 Go	3 Go	500MB
Heures de vidéo	Ⓢ	5 heures	1 heure	30 minutes	—
Ad vouchers	Ⓢ	✓	✓	—	—
Annli Site Booster	Ⓢ	—	—	—	—

- **Ouvert à tout le monde:**

N'importe qui peut utiliser [Wix](#) pour créer un site internet, et obtenir des résultats satisfaisants en peu de temps. Il n'est pas nécessaire de savoir coder ni d'avoir des connaissances particulières en création web, car les options et les outils que propose [Wix](#) permettent de l'utiliser de façon simple et intuitive.

- **Vidéos en fond**

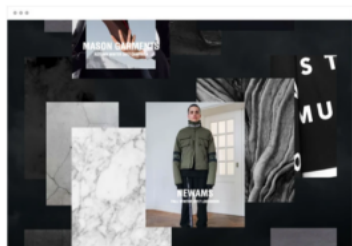
L'une des fonctions les plus intéressantes que propose [Wix](#) est d'inclure des fonds animés sur le site, en utilisant des vidéos.

Il est ainsi possible de créer des sites internet uniques et spectaculaires qui vont se distinguer de la concurrence.

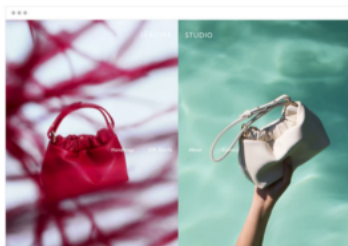
- **Plus de 500 modèles de sites tout prêt**

Vous gagnez encore plus de temps grâce au vaste choix proposé par la librairie de templates faits par des webdesigners professionnels.

Ces modèles disposent de styles responsive qui leur permettent de s'adapter parfaitement aux caractéristiques des appareils mobiles.



Calvin Pausania | Portfolio



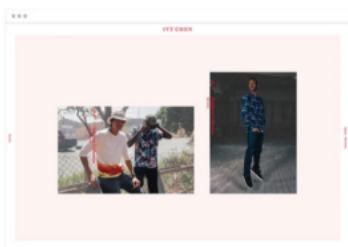
Jérôme Studio | Boutique en ligne



Tomoqi | Portfolio



no-no | Boutique en ligne



Ivy Chen | Créateur de mode



Pino Designs | Portfolio

Attention quand même à ne pas retrouver le même chez l'un de vos concurrents.

- **Différentes fonctionnalités**

[Wix](#) permet de créer une boutique en ligne, un site corporatif, un blog, un site d'informations et presque n'importe quel type de page web.

Un large panels d'outils intégrant de nombreuses options pour ajouter des fonctions différentes sur votre site Web. Tu peux ainsi grâce à [Wix](#) adapter ton projet Web à chaque situation.

- **Un SAV réactif :**

Si vous choisissez de souscrire l'abonnement VIP, il sera compris dans votre abonnement un SAV technique réactif par chat. Plutôt pratique en cas de problème !

À qui s'adresse WIX ?

Cette plateforme est recommandée si :

- Vous êtes un indépendant et n'avez pas besoin d'une grande visibilité
- Vous êtes une startup avec un budget réduit
- Vous souhaitez tester une idée d'entreprise
- Pour vous Internet n'est pas une source de prospects potentielle

Cette plateforme n'est pas recommandée si :

- L'image de votre entreprise a une importance aux yeux de vos clients
- Vous êtes une TPE, PME ou plus, en pleine croissance
- Vous souhaitez établir une stratégie sérieuse d'acquisition sur le web
- Vous avez un e-commerce avec plus de 50 produits
- Vous ne souhaitez pas être limité dans le design

Formation : création de site web de e-commerce WordPress, WooCommerce

Introduction à la création de sites e-commerce

- Présentation des options : CMS, plateformes e-commerce.
- Avantages et inconvénients de chaque solution.
- Pourquoi choisir [WordPress](#) et WooCommerce.
- Forces : flexibilité, simplicité, personnalisation.

Configuration de l'environnement WooCommerce

- Installation de WordPress (local ou en ligne).
- Installation du plugin WooCommerce.
- Paramétrage de base de la boutique.

Conception du site web

- Choix d'un thème adapté au e-commerce.
- Personnalisation via les options et CSS.
- Initiation à la création de thème personnalisé.
- Configuration de la page d'accueil (bannières, promos...).

Ajout de produits

- Création de catégories de produits.
- Ajout de produits avec images, descriptions, variantes.
- Options : taille, couleur, matériau, etc.

Configuration du paiement

- Choix d'une passerelle de paiement.
- Configuration des frais et zones de livraison.
- Paramétrage des taxes selon les zones fiscales.

Personnalisation de l'expérience client

- Ajout de widgets : filtres, recherche, avis clients.
- Création de menus de navigation clairs.
- Ajout de fonctions : promotions, fidélité, coupons.

Référencement & performance

- Paramétrage SEO dans WooCommerce.
- Optimisation des performances (cache, images, plugins).

Gestion de la boutique

- Suivi et traitement des commandes.
- Gestion des stocks en temps réel.
- Suivi des retours et commandes en attente.

Lancement de la boutique

- Vérification des paramètres avant lancement.
- Test du processus d'achat et notifications.

Conclusion et suivi client

- Récapitulatif de la formation complète.
- Bonnes pratiques de suivi après lancement.
- Ressources pour le support technique et évolutif.

Merci / Thank you

– La version anglaise suit ci-dessous / The English version follows below –

Merci pour votre commande

☑ **Paiement reçu avec succès.** Un e-mail de confirmation vous sera envoyé sous peu.

Notre équipe vous contactera **par e-mail** afin de finaliser votre inscription et de vous transmettre toutes les informations pratiques.

Délais de traitement

- Confirmation et suivi personnalisé : **1 à 2 jours ouvrables**
- Envoi de la facture : **1 à 2 jours ouvrables**

Pensez à vérifier votre **boîte de réception** et le dossier *indésirables/spam*.

Merci de votre confiance et de votre patience.

Heures d'ouverture : lundi au vendredi, 9 h – 17 h (HNE)

Récapitulatif de la commande

Chargement du récapitulatif...

Contact

Courriel : info@doussou-formation.com

Téléphone Montréal : [+1 \(438\) 402-2459](tel:+14384022459)

Téléphone Québec : [+1 \(438\) 869-8543](tel:+14388698543)

Bureaux

Montréal

1155 Metcalfe Street, Suite 1500
Montréal (Québec) H3B 2V6

Québec

131-686 Grande Allée Est
Québec, G1R 2K5

[Retour à l'accueil](#)

[Contacter le support](#)

Thank you for your order

☐ **Payment received successfully.** A confirmation email will be sent to you shortly.

Our team will contact you **by email** to finalize your registration and provide all practical information.

Processing time

- Confirmation & personalized follow-up: **1 to 2 business days**
- Invoice delivery: **1 to 2 business days**

Please check your **inbox** and your *spam/junk folder*.

Thank you for your trust and patience.

Business hours: Monday to Friday, **9:00 a.m. – 5:00 p.m. (EST)**

Order summary

Loading summary...

Contact

Email: info@doussou-formation.com

Montréal: [+1 \(438\) 402-2459](tel:+14384022459)

Québec City: [+1 \(438\) 869-8543](tel:+14388698543)

Offices

Montréal

1155 Metcalfe Street, Suite 1500

Montréal (Québec) H3B 2V6

Québec City

131-686 Grande Allée Est
Québec, G1R 2K5

[Back to Home](#)

[Contact support](#)

Formation IPAD PRO: Google Workspace

Introduction à la formation [Google G Suite](#) pour [IPAD PRO](#)

Manipuler Google Drive sur IPAD PRO

Système de fichier IPAD PRO Ajouter un compte Drive sur IPAD PRO Manipuler les fichiers Partager les fichiers Options de partage

Manipuler Google Docs sur IPAD PRO

Créer un document Mise en forme du document Insertion d'objets Insérer des tableaux Configuration de la page Ajouter en-têtes et pieds de page Exporter un document

Google Sheets sur IPAD PRO: créer et partager vos feuilles de calcul.

S'initier au tableur de Google Importer et convertir un tableur Excel Gérer des tableaux Faire des calculs Créer des graphiques Ajouter des tableaux croisés dynamiques

Google Gmail sur IPAD PRO

Mettre en forme un courriel Envoyer un courriel confidentiel

Google Agenda sur IPAD PRO

Ajouter un événement Partager un événement Paramétrer un agenda Notion

d'agenda public Ajouter un tâche Ajouter un rappel

Créer des présentations avec Google Slides sur IPAD PRO

Créer une présentation Insérer une zone de texte et des médias Insérer des objets, formes et tableaux Lancer la projection

Les codes informatiques et les infolettres : combiner les deux pour optimiser son marketing?

Dans le cadre d'une infolettre, vous devez savoir accrocher votre lecteur, les internautes qui vous liront devront avoir envie de vous lire. C'est ce qui permet de vous démarquer des concurrents qui distribuent aussi des courriels d'infolettres. Mais pourtant, avoir un beau contenu n'est pas tout! Vous devez aussi disposer judicieusement des images, des styles de votre texte (polices de caractère), puis avoir un bon logiciel d'infolettres pour avoir des styles les plus présentables à vos interlocuteurs.

Il peut arriver un temps où vous aimerez aller plus loin dans la personnalisation de vos courriels. Mais comment faire? Vous aurez certainement des manipulations à faire dans les styles prédéfinis. Avant de pouvoir créer votre propre style, il vaut mieux commencer par calquer un modèle libre de droit pour le modifier et le faire correspondre avec votre propre image de marque. Ceci demande du travail surtout si vous débutez dans la création de modèles d'infolettres.

Quand un créateur d'infolettres désire avoir le plein contrôle sur ce qu'il publie, il lui est recommandé d'apprendre au moins des [bases des codes informatiques](#). Si une terminologie réunit bien plusieurs codes informatiques, il s'agit de la terminologie dite HTML. [Le HTML est un peu la base](#) à la base des codes informatiques plus poussés tels que [les codes PHP](#) (partie intégrante de WordPress) et Javascript. C'est aussi une bonne base pour personnaliser des infolettres si vous avez déjà quelques notions puis que vous aimeriez les mettre en pratique. Avant d'avoir ces notions, un peu complexes, vous devez évidemment les apprendre, via une quelconque formation ou de façon autodidacte, en tout ou en partie.

Le marketing par infolettres et le HTML : quel lien peut être fait?

Pour vous, relier HTML et infolettre revient à utiliser le HTML non pour créer un site web ou monter des lignes de code hyper complexes dans le but de gérer un réseau de technologies de l'information; plutôt, vous allez maîtriser un compte de messagerie dit « open source » pour manier habilement le style entier d'un courriel et de ses envois aux différents contacts intéressés. Concrètement, vous pourrez créer des courriels plus personnalisés qu'en utilisant seulement un logiciel de messagerie où les modèles sont très peu personnalisables pour les personnes à l'œil plus aiguisé. Il est ensuite important d'avoir une excellente maîtrise du rendu, et de pouvoir le tester AVANT d'envoyer vos courriels. En effet, toute personne qui emploie la terminologie HTML et qui est soucieuse des résultats que verront les autres gens va impérativement vérifier le résultat AVANT la diffusion. Recevoir un courriel avec des caractères spéciaux mal placés et pratiquement illisibles est frustrant, d'autant plus que ce genre de courriels se retrouve souvent à la corbeille. Il y a des façons de créer un courriel et d'en tester le visuel. Ces techniques de travail se trouvent [dans les cours de terminologie informatique de base](#). Apprendre ces notions peut paraître obscur si jamais vous ne connaissez rien à la terminologie. Par contre, c'est en mettant en pratique les notions à votre rythme que vous arriverez à maîtriser la terminologie.

HTML : ce que le HTML demande comme structure

Bien que la terminologie HTML soit bien simple pour un spécialiste des technologies de l'information, il y a bien des chances qu'une simple omission dans la structure d'un document HTML vienne le rendre inutilisable. [À quoi ressemble un document HTML?](#) Il s'agit d'une feuille où vous inscrivez les éléments terminologique requis et qui renvoie un résultat quand vous la rendez disponible à d'autres utilisateurs en ligne.

C'est important, rendre un document de ce type avec une structure précise. Par exemple, si vous placez ce qui devrait être à la première ligne du document à la dixième ligne, votre document, automatiquement, deviendra inutilisable, sauf si vous le corrigez par la suite et le remettez en ligne. Ce qui est tout de même plutôt choquant, surtout pour un projet d'envergure. C'est pourquoi nous conseillons, pour tous projets, de se doter d'une application ou d'un logiciel qui permet de tester le résultat avant de l'envoyer en ligne ou le rendre disponible à un groupe.

Les balises sont ce qui contrôle votre terminologie

Si la terminologie d'un document informatique était aussi malléable que le texte d'un roman ou d'un article de journal, il y aurait trop de risques que n'importe qui puisse publier absolument n'importe quoi et que n'importe qui

puisse pirater un document. Le web serait une véritable cacophonie en quelque sorte! C'est pourquoi la structure du document, déjà mentionnée plus haut, est d'une assez haute importance.

Au début et à la fin de chaque ligne du document, vous devez placer des balises. Sans quoi, ce qui est contenu dans la ligne suivante et qui pour vous est quelque chose d'autre, pour le HTML, sera exactement la même ligne terminologique. Ou, pire, en omettant une balise, vous pourriez obtenir une partie de votre document qui sera illisible ou dont la présentation pourra être très étrange.

Chaque balise commence par « < » et se termine par « > ». C'est assez logique, puisque nous ouvrons le crochet pour mentionner quelque chose, et nous le quand notre propos est terminé. De la même façon, ce que nous appelons une « ligne codée » dans un document comprend une première balise en « <> » et se termine par une balise semblable, mais avec le caractère suivant « / ». Le caractère « /> signifie « terminé » en quelque sorte.

Les balises permettent aussi de définir un code qui s'insère dans le HTML. Par exemple, insérer un code Javascript (pour animer votre site web et le rendre présentable sur tous les appareils, autant les ordinateurs que les iPhones), vous insérerez une balise avant votre code Javascript, avec une autre balise suivant ce code. Autrement, sans la balise de fin, votre animation ne sera pas prise en compte. Si ces quelques notions vous sont très peu familières, apprendre d'une de vos connaissances qui travaille en informatique ou qui connaît la terminologie HTML vous permettra de vous initier à ce monde un peu différent de l'écriture normale ou des mathématiques.

Pour en revenir aux infolettres, quand vous créez votre premier modèle, grâce au HTML, vous irez chercher une touche de personnalisation que vous n'aviez pas auparavant. En effet, parce que la terminologie HTML permet à elle seule de créer de façon presque illimitée, vous pourrez vous amuser avec vos premiers designs d'infolettres, mais il est recommandé de le faire à l'aide d'un « éditeur de code ». Le plus connu étant probablement [Visual Studio Code](#). Rendez vos infolettres attrayantes et collez-les à votre propre marque grâce à la terminologie HTML.

Bien dessiner un modèle d'infolettre pour bien la schématiser par la suite

Avoir un croquis, dessiner un plan de ce que vous aimeriez faire voir aux lecteurs de vos courriels, représente une méthode de travail couramment utilisée. Pourquoi les créateurs vont-ils, environ 90% du temps, construire un croquis, ou le faire construire, avant d'en écrire le contenu HTML? Pour la même raison, en fait, qu'un écrivain utilisera un plan avant d'écrire son prochain roman. Vous avez déjà [visuellement devant vous les éléments à mettre en place](#) pour votre visuel avant de vous aventurer dans la structure de ceux-

ci à l'intérieur de votre éditeur de code. Puisque c'est une tâche difficile et assez abstraite à faire, monter un modèle d'infolettre à partir de HTML, mieux vaut avoir en tête déjà le résultat voulu pour votre premier chef-d'œuvre! En tant qu'artiste de l'infolettre, il est avantageux d'avoir sur papier un plan de votre infolettre, comme une entreprise de construction ne peut improviser la construction d'une maison. Construire une maison est toujours basé sur les plans d'un architecte, comme construire une infolettre est (presque) toujours basé sur le talent et l'habileté d'un graphiste.

De façon concrète, essayez de respecter le plus possible le plan qui vous est fourni. Autrement, vous risquez de dériver vers un contenu qui ne ressemble pas du tout à ce qui est recherché. De cette manière de travailler repose un risque : vous n'aurez pas produit ce que vous deviez produire, mais plutôt ce que vous aimeriez faire. Il y a une grande différence entre faire ce que l'on VEUT faire, et se limiter à ce que l'on PEUT faire, cela s'applique même dans les lettrines d'une infolettre. Ce que l'on veut produire comme résultat n'est pas nécessairement ce que le graphiste nous permet de faire, puisque chacun est le professionnel de son métier, comme le graphiste est le professionnel censé reconduire votre courriel vers une place de choix dans la boîte aux lettres virtuelle Outlook de vos clients!

La police de caractère fait vraiment une différence?

Il existe plus d'une centaine de polices de caractères toutes différentes que vous pouvez placer dans une infolettre. Autant vous aimerez avoir la bonne police de caractère, autant elle sera difficile à trouver, cette police de caractère parfaite. Pourtant, est-ce que cela fera une vraie différence sur le rendu final, avoir une police de caractère à tout casser? Pour mettre tout cela au clair, il est important de se poser la question suivante : « Si j'avais mis une autre police, est-ce que cela aurait changé la perception de mes clients? » Si la réponse est non, c'est que votre police est bonne. Rien ne sert de perdre plusieurs jours à trouver une police de caractère parfaite, mais encore faut-il considérer que plusieurs autres choses peuvent être mises en place pour créer le courriel le meilleur possible.

Disposer vos paragraphes comme dans un tableau, permet de créer des textes à deux ou trois colonnes. Les images que vous allez présenter, rendez-les attrayantes et à propos! Vous gagnerez ainsi beaucoup plus de clients potentiels que si vos images ne sont pas tout-à-fait bien calibrées. Si elles sont trop sombres ou trop éclairées, les images ne permettent pas de faire valoir tout ce qu'elles peuvent délivrer comme message. Pour le web, il est vrai de dire qu'une image vaut mille mots.

Les lecteurs de votre infolettre liront en premier ce qu'ils voient, et non le texte en soi. Les gens peuvent lire un texte environ 15 secondes et s'y désintéresser si la présentation de celui-ci laisse à désirer, aussi attractif ce texte soit-il. Contrairement au roman, où le texte est l'essence même du succès, le texte sur le web repose sur l'image et le fait qu'on

puisse saisir le contenu en lisant les deux ou trois premières lignes du texte et en regardant vite fait la mise en forme d'un courriel (par exemple). C'est en personnalisant votre courriel que vous arrivez à joindre votre public cible. Un modèle de courriel devrait se modeler au public qu'il veut aller chercher, aux futurs clients à qui il souhaite donner envie d'en savoir davantage. Malheureusement, aujourd'hui, plusieurs ignorent encore l'impact d'un bon et beau courriel!

L'infolettre : un moyen de se faire connaître par de nouveaux clients?

Si vous avez déjà fait de la vente au porte-à-porte ou du démarchage par téléphone, vous n'êtes probablement pas sans savoir que la tendance va vers le numérique pour réaliser de nouvelles ventes. Il y a toujours des avantages et un marché au démarchage par poignées de main ou téléphonique, mais un autre joueur, qui est le marketing par le numérique, s'impose de plus en plus. Même que vous pourriez dire que le marketing numérique est incontournable! En effet, le nombre de premiers contacts que vous pouvez faire par internet est considérable. De plus en plus de premiers contacts, voire parfois de ventes, se font par internet avec les applications d'achats en ligne. Il existe, comme partie intégrante du marketing technologique, [le marketing par courriels](#).

Comment faire pour maîtriser le marketing par courriel? Comment bien se servir des courriels pour avoir un bon contact avec vos clients potentiels? Quand vous recevez une infolettre, comment réagissez-vous? En fait, une infolettre, si bien écrite, bien montée, et à une fréquence raisonnable, devient un puissant allié pour susciter des interactions positives avec vos clients et futurs clients. Donc, vous gagnez à savoir comment rédiger une bonne infolettre. Vous gagnez à savoir comment bien gérer une infolettre aussi.

Il y a des limites à utiliser une infolettre

Oui, même si l'infolettre est un bon outil de marketing, des cadres juridiques et des principes l'encadrent. Bien que se soucier de ces faits peut causer une inquiétude par rapport à votre marketing, vous pouvez en apprendre plus concernant les limites à ne pas dépasser avec l'infolettre et à [connaître ces cadres juridiques](#). Par exemple, il est indiqué de ne pas écrire à des gens que vous ne connaissez pas et de ne pas choisir des listes de courriels au hasard pour envoyer votre infolettre. Ceci est considéré

comme du harcèlement ou une intrusion dans la vie privée des gens. Deuxièmement, votre niveau d'insistance pourrait éventuellement vous nuire si vous réécrivez plus de trois fois à une personne qui n'ouvre pas votre infolettre ou une personne qui lit vos courriels sans vous retourner de réponse. Après un troisième courriel, vous pouvez considérer que cette personne n'a pas d'intérêt pour vos produits ou services, puis passer à la prochaine personne.

L'infolettre est facile à insérer sur un site web régulièrement consulté qui parle de produits et de services. Ainsi, vous avez un bouton « S'abonner à notre infolettre ». Si une personne clique sur ce bouton, c'est qu'elle a un intérêt à recevoir vos courriels promotionnels. Ceci est une porte ouverte sans être une acceptation de votre offre. C'est une acceptation de lire vos courriels promotionnels simplement. D'où l'importance de donner un contenu intéressant et pas seulement un amas de mots vendeurs tels que « meilleure offre à ce jour » ou « Il vous reste x jours pour en profiter. » Ces approches fonctionnent de moins en moins avec les gens, qui sont plus informés et plus critiques des tactiques de ventes.

Une approche vise à compiler les courriels de gens qui sont déjà d'accord à recevoir une infolettre

Si un site web est une bonne façon d'insérer un bouton d'action ramenant vers votre infolettre, une liste de clients potentiels déjà établie est aussi une approche gagnante. Les gens qui ont déjà bénéficié de vos services ou acheté vos produits peuvent être intéressés à recevoir votre contenu puisqu'ils ont déjà manifesté un intérêt pour ce que vous faites. Il vous suffit ensuite de leur demander s'ils voudraient recevoir une infolettre de vous ou de votre entreprise. Oui, il est toujours préférable et même recommandable d'envoyer votre infolettre à des gens qui ont déjà mentionné un intérêt à la recevoir.

Maintenant que les règles et la bonne gestion d'une base de contacts d'une infolettre sont définis, il reste à délimiter d'autres paramètres qui vont améliorer vos chances de réussites en marketing par courriel. Nous parlons premièrement de savoir ce qu'est une stratégie de marketing par courriel. Nous cherchons à définir cette stratégie.

Dans un deuxième temps, nous désirons aller plus en détails dans ce qu'est une [base de contacts pour des courriels](#). Nous allons tenter de définir quelques méthodes de collectes. Il y a l'insertion d'un lien sur votre site web et la collecte de courriels de prospects potentiellement intéressés, mais de façon manuelle. Il y a par contre plusieurs méthodes non nommées plus haut sur lesquelles il vaut la peine de se pencher.

Le marketing par concours

Même si le marketing par tirage au sort ou avec des concours est souvent critiqué, voire dénoncé pour des pratiques douteuses dans des médias comme

l'émission Enquête ou JE, sachez que les cas que vous voyez dans ces reportages sont des exemples à ne PAS suivre! Il y a des concours qui créent vraiment des opportunités à des clients et qui remplissent leurs promesses. C'est ce que vous chercherez à créer si vous y allez par cette méthode. Vous pouvez créer un concours où les gens consentent à recevoir votre infolettre en participant. Il est important dans ce cas de rendre claire cette modalité d'adhésion à votre infolettre. Le client doit savoir que son courriel sera utilisé à des fins promotionnelles. Ceci étant dit, c'est un moyen valable d'alimenter votre liste de courriels grâce à des concours. Assurez-vous par contre que vous pourrez donner le prix à un gagnant à l'issue de ce concours!

Louer des adresses mail

Il y a possibilité de faire affaire avec une entreprise tierce qui vend ou loue des listes de courriels de gens consentants à recevoir des infolettres. Par contre, il est important que les gens y aient réellement consenti, donc il n'est jamais mauvais de vouloir en savoir davantage sur l'entreprise ou le site web qui offre ces listes de prospects potentiels. Cette pratique est par contre bénéfique lorsque bien rodée avec une tierce partie de confiance. Ce qui est à éviter : collecter des listes d'adresses courriel de personnes ou d'entreprises qui n'ont manifesté aucun intérêt à recevoir une infolettre de votre part, puis de leur envoyer votre infolettre. Cette pratique manque beaucoup de professionnalisme. Non seulement votre interlocuteur peut percevoir votre approche comme du harcèlement, mais les chances qu'il devienne un futur client sont très minces.

Roder une infolettre qui attire les regards et qui offre du contenu de qualité : comment vous y prendre?

Vous savez que le marketing par courriel doit être fait avec doigté et que certaines pratiques sont à proscrire, voire défendues. Cependant, un bon avantage à tirer du marketing par courriel est qu'il est direct. Si vous savez bien cerner les besoins globaux de votre interlocuteur, le contact par courriel est aussi viable que la vente en personne dans un magasin de grande surface. Vous n'emploieriez pas non plus le même type de courriel si vous vendez votre offre à des entreprises que si vous la vendez à des particuliers.

Par contre, peu importe à qui ou à quelle entité morale vous envoyez un courriel, le courriel devra au minimum avoir une ligne de signature personnalisée, ce qui fait beaucoup plus professionnel qu'une signature tapée simplement depuis votre clavier. La signature est l'équivalent de la poignée de mains! Elle doit être soignée.

De plus, une infolettre sans aucune image peut paraître longue de lecture pour un internaute qui a peu de temps dans sa journée. Rédiger 5 longs paragraphes, sans aucun contenu imagé ou interactif, revient à faire en sorte que votre courriel sera ouvert, oui, mais il ne sera pas lu jusqu'au bout, voire même supprimé faute de temps pour votre internaute. Dans le monde actuel, beaucoup d'obligations empêchent de lire de longues infolettres; des

obligations telles que les enfants, le couple, le travail, les affaires... De cette façon, une infolettre qui contient un peu moins de texte, mais des images significatives, permet de garder l'attention de votre lecteur d'infolettres le plus longtemps possible. Illustré, votre propos et votre message de vente passera beaucoup mieux que des longs paragraphes. En guise d'exemple, vous pouvez très bien écrire en plus de 1500 mots que le fichier de calcul de taxes que vous offrez est facile d'utilisation, mais avec autant d'explications techniques et autant de mots, rares, très rares seront les lecteurs qui liront votre propos jusqu'au bout. Entre deux et trois paragraphes de 5 à 8 lignes, avec une image qui illustre comment est fait votre fichier de calcul, pourra davantage parler à votre lecteur, qui verra peut-être de façon concrète de quelle façon votre fichier peut lui faciliter la vie. Le courriel, ce n'est pas un article de blogue : un courriel doit être concis!

Vous aurez aussi la possibilité d'inclure des diagrammes et des graphiques dans votre courriel pour rendre les chiffres vivants, si vous présentez des statistiques ou des données financières. En effet, pour une personne qui cherche à propulser son entreprise, un diagramme qui indique les résultats moyens suite à votre campagne de ventes peut montrer clairement que choisir votre programme plutôt que celui d'un de vos concurrents peut être avantageux. Pour que cette démarche soit fructueuse, vous devez par contre montrer une évolution significative suite à l'adhésion à votre programme. Par exemple, une croissance de 35% est un chiffre significatif suite à votre programme. Une croissance de 1% pourra paraître dérisoire à votre interlocuteur. Bref, exposer vos compétences, imager ce que vous désirez exprimer, le pourquoi votre produit ou service est bon permet de capter votre message en quelques secondes. Évidemment, les images que vous choisirez se doivent d'être cohérentes par rapport à votre message. Une photo de votre visage n'indique particulièrement pas de grands progrès financiers. Donc, pour vendre un programme de formation pour la croissance des entreprises, insérez plutôt des graphiques. Puis, dans votre texte, intégrez des chiffres. La définition de ce qui est adéquat comme image varie beaucoup en fonction de ce que vous aimeriez proposer à vos lecteurs.

La taille et le volume de votre courriel devraient être raisonnables

Qu'entend-on par raisonnable? En fait, la taille d'un courriel ne devrait pas être difficile à télécharger pour un internaute qui possède internet à haute vitesse. Les images libres de droit que vous pouvez acquérir en ligne peuvent être lourdes parfois et ralentir le téléchargement de votre courriel. Un retravail sur les images avec un logiciel reconnu peut alléger considérablement votre contenu.

Donc, il y a des pratiques à éviter, telles que les trop longs textes dans vos courriels de prospection, les images trop lourdes, l'absence d'images, les images et le contenu non significatifs, puis l'absence de graphiques quand c'est de chiffres ou de finances dont vous traitez dans le courriel. De plus, ce qui est à éviter aussi : le harcèlement, l'envoi d'infolettres non sollicitées et la cueillette de courriels de tiers non fiables. Un coup que

vous savez cela, que pourriez-vous absolument faire pour que votre infolettre ou votre courriel prospectif soit lu et répondu? En somme, rédigez un courriel intéressant, riche de contenus à connaître sur votre offre. Ensuite, grâce à des outils de mesure telles que le taux d'ouverture de vos courriels, le taux de clics, le taux de rebond et le temps de lecture, vous pourrez obtenir les meilleurs outils pour évaluer la force de votre campagne de marketing par courriels.

Formation Sketchup | En ligne | Montréal | Québec

Introduction à la formation [Sketchup](#)

Présentation de SketchUP
Gestion d'affichage
Gestion des modèles
Les barres d'outils
Gérer les unités
Configurer les préférences
Espace de travail SketchUP / Créer son espace de travail

Dessiner dans SketchUP

L'outil crayon
L'outil décaler
L'outil pousser
Créer des scènes
Dessiner une face(cercle, rectangle, polygone, etc.)
Visualiser un modèle

Déplacement et modification dans SketchUP

Manipuler une entité
Symétrie par rapport à un plan
Interaction entre entité

Prise en main avec un premier projet SketchUP

Savoir travailler avec SketchUP
Les composants
Les matériaux
Les calques

Textures
Couleurs
Ombrages
Importer des fichiers
Atelier : projet architecture et / ou design

Modéliser

Les murs
Les cloisons
Les linteaux
Les dalles
...
Créer un texte
Gérer l'habillage du modèle
Gérer le rendu du modèle

Importer et partager

Conclusion de la formation Sketchup

Autres Formations Alternative

[Formation 3ds Max](#)