

La proposition de valeur : une méthode efficace pour présenter votre offre?

Vous vous êtes lancés à votre compte depuis peu? Vous voyez un contrat intéressant, mais vous ne savez pas comment appliquer sur ce contrat. Allez-vous avoir besoin de vous présenter comme quand vous cherchiez un emploi? En fait, ce que vous allez proposer, c'est vos compétences, mais aussi un ou des services. Pour que votre futur client penche vers votre service plutôt qu'un autre, c'est la valeur que ledit service pourra lui apporter dans son quotidien. Ce qu'on appelle la « proposition de valeur » est ce qui différencie votre service d'un autre, ce qui vous différencie des autres. C'est, en d'autres mots, une valeur ajoutée pour votre futur client, quelque chose qui lui donnera plus que ce qu'il a sans votre service. Avec la [formation Maîtrisez et développez votre proposition de valeur](#), vous allez passer par toutes les étapes pour maîtriser les bases de ce qu'on appelle la « proposition de valeur ».

Les types de propositions

Vous commencez la rédaction de votre proposition, quand soudain vous vous apercevez que vous ne savez pas vraiment ce que veut recevoir votre client! Est-ce qu'il veut un CV? Une lettre de motivation? Une soumission détaillée? Ce sont trois documents entièrement différents qui ont chacun leur utilité. Ils ne se rédigent pas du tout de la même façon.

Il y a aussi d'autres formes de propositions. Ces formes, vous les survolerez pour comprendre comment les écrire et pour qui les écrire. En effet, votre client qui travaille en technologies de l'information ne s'attend peut-être pas nécessairement à recevoir les mêmes propositions qu'un Comptable Professionnel Agréé (CPA).

Selon son tempérament, votre client voudra recevoir des propositions différentes. Ce qui ajoute de la valeur à une personne rapide et droite au but n'ajoute pas nécessairement de la valeur à une personne perfectionniste. Vous ne capterez peut-être pas l'attention d'une personne perfectionniste en proposant un service rapide et efficace.

En affaires, ce n'est pas tout-à-fait la même démarche que sur le marché de l'emploi

Vous ne proposerez pas votre offre de la même façon en affaires que sur le marché de l'emploi, mais pourquoi? En effet, vous comprendrez que chercher un collaborateur pour la publication d'un ou de plusieurs articles de journaux

n'est pas la même chose que chercher un journaliste à temps plein à vos bureaux. Le directeur d'un journal, si il cherche un collaborateur pour des articles, s'attend à ce que sa collaboration repose sur certains termes qui lui garantissent que les articles seront conformes à sa politique éditoriale. Il ne formera pas un collaborateur à écrire des articles. Par contre, il formera un journaliste salarié à temps plein.

Le collaborateur journaliste ayant plus de libertés que le journaliste salarié, il rédigera évidemment selon ses propres termes, mais il sera limité par les résultats de sa négociation avec le directeur du journal.

L'aspect de la négociation est un facteur assez important de la proposition de valeurs en affaires. Vous négocierez probablement beaucoup plus si vous êtes un particulier en affaires que si vous êtes un salarié. Ceci va vous demander d'avoir de bonnes capacités de négociation, mais aussi, vous demandera une connaissance approfondie de votre propre offre de services pour la donner sous forme de valeur ajoutée pour votre client. Bref, soyez convaincant, selon le type de client que vous approchez.

L'orientation client : se mettre dans la peau du client pour savoir comment il prend ses décisions

L'orientation client est ce principe concret qui veut que vous écrivez pour votre client et non pour vous-même. Vous êtes conscient que votre client a des connaissances, une façon de voir les choses qui influencent sa façon de décider. Vous pouvez trouver votre soumission très convaincante, alors que votre client, de son côté, peut ne pas la trouver convaincante du tout, même si elle pleine d'arguments vrais.

Vous n'êtes pas sans savoir qu'une personne venant d'un milieu modeste n'a pas la même vision des choses qu'un négociant qui vient d'un milieu de hauts dirigeants très choyés. Vous savez, aussi, que la personne qui vient d'un milieu religieux et conservateur n'a pas la même manière de voir les choses que celle qui vient d'un milieu plutôt laïque.

Ce que vient vous montrer notre formation, c'est que vous écrivez votre proposition pour votre client. Plus vous en savez sur votre client (dans la mesure de ce qui peut se savoir), plus vous pourrez le convaincre aisément. Ainsi, même si vous êtes une personne qui est ferrée de politique, si vous proposez quelque chose à un média de gens qui ne font jamais référence à la politique dans leur entreprise, vous vous abstenrez de vous baser sur la politique dans votre offre. Si vous abordez une entreprise en TI et que vous savez que la personne à qui vous présenterez votre offre est quelqu'un de très conservateur (habit-cravate classique dans ses bureaux, basé sur les procédures et *by-the-book*), vous éviterez de lui écrire une proposition avec un emoji et des images flagrantes.

Les moteurs émotionnels qui servent à créer le désir

Nous avons tous des émotions. Ces émotions, vous en avez et votre client en a aussi. Comprendre comment se sent votre client, mais pas juste comment il pense, vous permet de cerner votre client dans toute sa personne. Ainsi, vous pourrez adapter votre discours à son sentiment quand vous serez devant lui pour lui parler de votre proposition d'affaires.

À l'inverse, si vous sentez qu'il y a une émotion extrêmement négative dans le visage de votre client, vous serez bien en mesure de comprendre qu'il ne sert à rien de pousser votre chance trop loin! En effet, il arrive que nous devions nous rétracter.

Même quand vous en êtes à rédiger le document de votre proposition, tentez de comprendre comment votre client pourra se sentir en la lisant. Si sa journée est mauvaise, pourra-t-il encore lire aussi facilement votre offre et la comprendre? Votre but est de pouvoir faire en sorte qu'il accroche avec ce que vous offrez comme service.

Notre [formation sur les propositions de valeur en « design thinking »](#) vous permet de cibler autant des individus que des groupes de personnes, comme un département des finances en entier. Vous connaissez maintenant toute la complexité d'une proposition de valeur. En effet, ce n'est pas aussi simple qu'il n'y paraît.

Les concepts de cet article sont très généraux, mais nos formateurs sauront vous donner des exemples plus concrets grâce aux exercices pratiques (qui sont inclus dans le cours de 3 heures). Après ce cours, nous espérons que vous serez en mesure de combler vos ambitions grâce à un concept qui fonctionne bien : la proposition de valeur. Comme mentionné, la valeur ajoutée à un produit ou un service le rend plus attrayant aux yeux de l'acheteur, qui dans ce cas-ci sera votre client ou vos clients.

À quoi ressemble le quotidien d'un commis comptable ?

Les emplois dans les domaines de la finance et de la gestion sont de plus en plus populaires. Vous vous dites peut-être : je vais me lancer. Ou, peut-être vous êtes déjà dans le métier et vous voulez avoir plus d'outils pour monter les échelons. En tant que commis comptable, vous devez [bien connaître les notions de débit et de crédit et savoir les appliquer](#). C'est la base! Ensuite, vous serez appelé à faire plusieurs tâches liées au quotidien d'une

entreprise et vous assurerez un rôle de premier choix dans les décisions financières de l'entreprise où vous travaillez.

Quelle est la notion du débit et du crédit?

Comprendre le débit et le crédit est un peu les fondations du quotidien d'un commis comptable. En effet, vous verrez des chiffres au débit et des chiffres au crédit dans tous les rapports que vous produirez (prévisions budgétaires et bilan financier) et sur les rapports qu'on vous présentera. La formation [Comprendre les notions de débit et de crédit](#), offerte par notre formatrice [Lyette Morin](#), vous assure de bien comprendre la base de la comptabilité (débit et crédit) pour passer à l'étape suivante : utiliser un logiciel comptable!

Utiliser adéquatement Quickbooks en ligne

Dans les tâches d'un commis comptable, il y a la saisie des factures à envoyer aux clients. Le logiciel cloud [Quickbooks en ligne vous permet de saisir les factures](#) à envoyer, mais pas seulement : il vous permet de saisir l'adresse courriel de votre client pour lui envoyer sa facture automatiquement.

Outre le module des clients, vous avez aussi plusieurs modules tout aussi pratiques dans Quickbooks en ligne : fournisseurs (pour les factures que vous devez payer), opérations bancaires (faire le suivi de ce qui entre et sort des comptes de chèque et de carte de crédit).

Quickbooks en ligne a une fonctionnalité que plusieurs trouvent très pratique. Il s'agit du tableau de bord! En un seul coup d'œil, vous pouvez voir la santé financière d'une entreprise, les sommes dues de vos clients, puis les soldes de vos comptes de liquidités.

Outre Quickbooks, il existe plusieurs autres logiciels comptables. Il vous reste à déterminer lequel vous servira le mieux!

Le logiciel comptable Sage 50 et ses avantages

Le logiciel de comptabilité Sage 50 est un exemple de ce que vous pouvez comparer à Quickbooks. Contrairement à Quickbooks, Sage 50 permet de passer d'une facture à une autre sans difficulté pour voir l'ensemble de chaque facture, une par une.

Puis, tout comme Quickbooks, Sage 50 permet de programmer des opérations récurrentes de ventes, de dépenses aussi. Dans le cours [Découvrez les trucs et astuces avec Sage 50](#), il vous sera facile d'acquérir des raccourcis, trucs et astuces du module clients, du module fournisseurs, du module opérations bancaires, entre autres.

Ensuite, il vous restera à pratiquer votre quotidien de commis comptable grâce à Sage 50. Le mieux est [d'ouvrir une compagnie fictive](#) pour vous

entraîner avec tout ce qui est pertinent et de l'appliquer dans la vraie vie.

Sage 100, autre format du logiciel Sage

Sage 100 a quelques différences subtiles avec Sage 50 que vous pourrez connaître avec la pratique et la théorie en ce qui concerne ce logiciel. [Apprenez comment installer Sage 100 correctement](#) et vous verrez que vous sentirez que vous êtes maître de votre comptabilité : la multitude de rapports et de fonctionnalités vous permettant de mesurer différents aspects de la comptabilité de votre entreprise présentes dans le logiciel sont plus poussées. Vous avez l'occasion de vous instruire à Sage avec notre formation [Sage 100](#).

La comptabilité et la programmation SQL

Certains commis comptables aiment explorer d'autres avenues pour monter des échelons. Une de ces avenues est de maîtriser les requêtes SQL. En effet, les bases de données permettent de développer des outils personnalisés pour faire la comptabilité d'une entreprise. Notez cependant que les requêtes SQL demandent une bonne conception des notions abstraites et une certaine habileté à apprendre de nouveaux langages dits « informatiques ».

Si vous croyez que vous pouvez apprendre facilement de nouveaux langages des technologies de l'information, vous ouvrez plus de portes à votre carrière de commis en comptabilité. Il est possible normalement que votre employeur sollicite un jour vos connaissances en bases de données pour développer ou améliorer les systèmes comptables dans son entreprise.

Bref, vous avez une corde de plus à votre arc si vous suivez [un cours qui permet de maîtriser les requêtes SQL](#).

Alors, quelles sont les tâches d'un commis comptable?

Le commis comptable fait, grâce à des logiciels comptables et des [outils de bureautique](#), rouler les quotidiens d'une entreprise. Il facture les clients, paie les fournisseurs, s'assure que les transactions dans le système comptable font du sens, vérifie que les transactions bancaires du système comptable reflètent la réalité.

Dans certains cas, notez que le commis comptable aura à faire la réception des bons de commandes, gérer un inventaire physique, calculer des marges de profit sur des produits vendus et toute autre tâche connexe!

L'époque où nous calculions tout avec une calculatrice, où nous remplissions les relevés de ventes à la main, est probablement loin derrière nous. Vous pouvez désormais compter sur une technologie de pointe pour garder en ordre et à jour vos livres comptables, compter vos commandes, additionner vos ventes et plus encore.

Les possibilités offertes par la technologie

De votre côté, quel serait le logiciel comptable qui vous aiderait le plus dans vos tâches? En tant que commis comptable ou futur commis comptable, connaître la technologie utilisée actuellement pour tenir à jour la comptabilité est un atout, pour ne pas dire une nécessité.

C'est pourquoi l'utilisation des logiciels comptables est souvent mixée avec d'autres outils technologiques ou bureautiques qui permettent de compléter certaines des rares fonctionnalités que les logiciels d'aujourd'hui ne possèdent pas.

Puis, vous pourrez peut-être vous surprendre à ne pas seulement apprécier la comptabilité, mais aussi à aimer monter des petites applications personnalisées de comptabilité. Serez-vous le futur commis comptable de votre entreprise?

Formation Internet des Objets (IoT): Normes, écosystème et applications

Jour 01 : Introduction à formation internet des objets

Matin 09h00-12h00 : Les concepts liés à l'internet des objets

- Motivations et concepts de base
- Motivations
- Introduction à l'IoT : définitions, historique, applications, etc.
- Écosystème IoT
- Challenges IoT
- Les réseaux IoT dans le monde
- Les objets connectés et leur mise en pratique
- Domaines d'application et technologies de l'IoT
- Normes et standards de l'IoT
- Architectures IoT
 - Les différents niveaux d'une infrastructure IoT
 - Architecture protocolaire IoT

Matin 09h00-12h00 : Opportunités et modèles d'affaires pour l'IoT

- Modèles d'affaires de l'internet des objets
- La chaîne de valeur de l'internet des objets
- Coûts des services de l'internet des objets.
- *Exercice : Proposer une solution IoT*

Jour 02 : Technologies et protocoles pour IoT

- Matin 09h00-12h00: Technologies standards au niveau des couches basses (1 et 2)
 - Aspects clés de la connectivité IoT
 - Technologies de communication radio courte portée
 - RFID
 - Bluetooth
 - Zigbee
 - WiFi
 - Technologies de communications radio mobiles longue portée
 - :
 - Les technologies non 3GPP (LPWAN)
 - LoRa WAN
 - Sigfox
 - Weightless
 - RPMA INGENU
 - Autres
 - Normes 3GPP
 - LTE-M
 - NB-IOT
 - EC-GSM
 - 5G et internet des objets
 - IoT satellitaire
- Protocoles IoT de la couche application
 - Les services web RESTful
 - Le protocole CoAP (Constrained Application Protocol)
 - Le protocole MQTT (Message Queue Telemetry Transport)

Après-midi 13h00-16h00 : Cloud pour Internet des objets

- Introduction au Cloud computing pour l'IoT
- Présentation des solutions cloud pour IoT
 - Google cloud
 - Artik de Samsung
 - IBM IoT
 - Azure
 - AWS
- *Exercice : Solution IBM pour IoT*

Jour 3: Sécurité dans l'IoT et cas d'utilisation

- Matin 09h00-12h30 : Aperçu sur la sécurité dans l'IoT
 - Exigences de sécurité IoT
 - Vulnérabilités de l'IoT et attaques potentielles
 - Contre-mesures de sécurité
- Après-midi 13h00-16h00 : Cas d'utilisation IoT : Mise en place d'une solution IoT de l'objet au Cloud
 - Choix des caractéristiques des équipements (gateways, enddevices)
 - Configuration
 - Choix du protocole de communication
 - Mise en place
- Travaux pratiques : Mise en place d'une solution LoRa
- Test d'évaluation

Quickbooks en ligne, un incontournable?

Vous avez une entreprise, ou vous êtes comptable, mais vous cherchez à avoir un logiciel facile d'utilisation, mais qui couvre tous les aspects de la comptabilité. Vous naviguez sur internet, puis vous voyez le logiciel Quickbooks en ligne. C'est bien, on peut l'utiliser de n'importe où, travailler à distance avec son équipe... mais en commençant à regarder les rubriques d'aide, nombreuses, vous vous dites que vous avez beaucoup à apprendre. Nous avons justement un cours pour débutants qui couvre une bonne partie de ce que vous pouvez faire avec Quickbooks en ligne.

Les rudiments de Quickbooks en ligne

Pour bien démarrer, vous aurez besoin de créer une nouvelle entreprise dans Quickbooks en ligne. Puis, vous allez entrer les données de votre entreprise. Vous apprendrez à utiliser les paramètres, à configurer comme il se doit votre entreprise dans Quickbooks grâce à une entreprise fictive dans le cadre de ce cours.

Vous pourrez savoir où aller pour chercher des paramètres un peu plus avancés. Ensuite, vous verrez où chercher la liste des transactions dans un seul clic. Puis, vous explorerez les différents types de transactions de Quickbooks : factures, virements, paiements...

Mais avant, vous aurez à comprendre la base, qui est de configurer votre entreprise et de bien inscrire les informations qui vous permettront d'aimer

votre interface de travail!

Entrer des factures, de nouveaux fournisseurs et de nouveaux clients

Vous verrez comment nous inscrivons les dépenses d'une entreprise avec Quickbooks, comment nous inscrivons les ventes, comment créer vos clients et vos fournisseurs dans Quickbooks en ligne.

Voici deux volets que vous explorerez :

1. Fournisseurs et dépenses
2. Clients et ventes

Vous verrez, entre autres, ce qu'est la subtilité entre un reçu de vente et une facture de vente dans Quickbooks en ligne. Du côté des fournisseurs, vous saurez inscrire une facture à payer et une dépense (car, dans Quickbooks en ligne, vous pouvez créer plusieurs types de transactions comptables qui n'ont pas toutes le même but).

Un coup que vous maîtriserez ces quelques notions, vous aimerez savoir comment créer un nouveau fournisseur, comment créer un nouveau client, et comment modifier un fournisseur ou un client existant. Vous verrez que quand vous savez où aller dans l'interface du logiciel, ce n'est pas très compliqué. Vous avez tous les paramètres très bien décrits : nom, adresse, téléphone, courriel, etc...

Ainsi, vous pouvez détailler les fournisseurs et clients que vous créez!

La section banque de Quickbooks : comment la démarrer pour bien automatiser

Vous avez la possibilité de connecter vos comptes bancaires et de cartes de crédit d'entreprise avec Quickbooks. Vous pouvez le faire en allant dans la section banque du menu de gauche. Vous verrez en quoi cela peut vous être utile lors du cours. Vous apprendrez quelle est l'utilité de connecter vos comptes à Quickbooks en ligne. En effet, quand vous savez utiliser cette fonction du logiciel, vous gagnez en temps, en productivité, en efficacité et en précision dans votre comptabilité!

Vous apprendrez qu'il y a plusieurs façons d'ajouter une transaction qui existe dans la section banque, et que chaque type d'opération a une façon de faire qui est appropriée. Par contre, un coup que vous aurez maîtrisé ces notions, qui ne demandent pas des jours entiers de travail d'apprentissage, vous comprendrez pourquoi plusieurs entreprises utilisent Quickbooks en ligne. Les comptes qu'on peut connecter, l'ajout des transactions dans la section banque, vous donnent une meilleure précision en tant que comptable

pour une entreprise.

Comprendre vos chiffres avec Quickbooks

Quickbooks en ligne vous permet de sortir une multitude de rapports. Les plus connus sont les suivants : bilan, état des résultats... Mais il y en a bien plus, par exemple le classement chronologique des comptes fournisseurs et le détail du solde des clients. Si ces termes vous parlent très peu en lisant ceci, sachez que quand vous saurez lire les rapports de Quickbooks, vous pourrez exactement comprendre où s'en va l'entreprise financièrement.

Si la comptabilité avec Quickbooks en ligne vous parle, si vous pensez que ce logiciel peut vous faciliter la vie, [notre Formation Quickbooks en ligne débutant](#) est définitivement un atout qui vous différencie des autres qui ne l'ont pas suivie. En environ un jour, vous explorerez tout l'interface de Quickbooks en ligne et vous serez fin prêt à mettre un peu de temps à votre mise en pratique concrète lors d'une journée de travail.

Formation iPad Pro

Introduction à la formation [iPad Pro](#)

Introduction à l'appareil

Les boutons, les ports et la caméra de l'appareil

Configuration Initiale de l'appareil

Configuration Face ID

Transférer fichiers et données d'un autre iPad ou appareil Apple

Prendre des captures d'écran

Éteindre ou redémarrer l'appareil

Différents modes d'interaction avec l'appareil

Changer l'application active et fermer les applications

Trouver les applications sur notre appareil

Personnaliser son iPad

Changer l'arrière-plan

Ajouter des Widgets

Configurations supplémentaires pour son iPad

Sécuriser son iPad

Paramètres d'accessibilité

Introduction à Apple Pay

Introduction aux applications de base

Introduction au navigateur web

Introduction à l'application de musique

Introduction à l'application de photos

Introduction à l'application de cartes

Introduction à l'application d'horloge

Introduction à Siri

Poser des questions à Siri

Utiliser Siri avec nos applications

Configuration de l'application de courriel

Configurer un compte Outlook ou Gmail

Introduction à iMessage sur iPad

Activer iMessage

Configuration des courriels utilisés pour envoyer et recevoir des messages

Modifier la confirmation de messages lus

Envoyer et recevoir les messages SMS sur l'iPad

Introduction à FaceTime sur iPad

Explication sur FaceTime (appel audio vs vidéo)

Comment faire un appel avec FaceTime

Comment éteindre sa caméra ou microphone

Comment changer la caméra active ou ajouter des effets

Comment enregistrer un appel FaceTime

Introduction à l'application caméra

Initier l'application de caméra

Prendre des photos avec les différents modes

Partager les photos

Enregistrer des vidéos

Modifier les photos prises

Télécharger des applications sur le App Store

Comment chercher des applications

Télécharger des applications

Lancer les mises à jours pour nos applications manuellement

Configurer les mises à jour automatiques pour nos applications

Application de notes pour iPad

Comment prendre des notes

Synchroniser les notes avec iCloud

Partager les notes

Application Notability pour iPad

Introduction à l'application et installation

Classer les notes et créer des classeurs supplémentaires

Créer et personnaliser ses notes

Les différents outils pour créer des notes et ajouter des dessins à nos notes

Modifier et annoter des documents pdf

Sauvegarder nos documents

Formation Apple Pages : Traitement de texte

Introduction à la formation Apple Pages

Création d'un document basé sur un modèle
Format, marge
Colonne du document
Règles, guides, repères
Pagination
L'affichage en mode structure

Le texte dans Apple Pages

Titre
Zone de texte
Boîte texte libres
Habillage du texte
Mise en forme de texte
Les polices, les familles, les styles
Les listes à puces, listes à numéros

Les objets

Création et attributs de figures
Objets: Taille, position, rotation
Remplissage, verrouillage
Opacité des figures

Les images

Inserion d'image et d'illustration
Canal alpha
Reflets
Types d'ombres

Les graphiques

Ajout d'un graphique : création : importation
Graphiques : saisie : mise en forme : couleurs

Tableaux

Tableaux : ajout : mise en forme
Cellules : sélection : fusion : division
Alignement et répartition des objets

Exportation

L'exportation : PDF : Word : TXT : RTF : ePub
Impression
Autres fonctions diverses

Formation Wix + Adobe Illustrator

Introduction à la formation Wix + Adobe Illustrator

Wix

Introduction à Wix

Découvrir Wix
Inscription sur Wix
Acquérir un hébergement web et un nom de domaine

Construire son site web avec Wix

Création de pages
Régler les dimensions des pages
Ajouter une couleur d'arrière plan
Ajouter un logo
Ajouter un titre et une description
Ajouter une en-tête et un pied de page
Ajouter des images et des éléments graphiques
Créer des liens entre vos pages
Ajouter des formulaires

Bien référencer son site

Comprendre ce qu'est le référencement
Ajouter son site à Google
Optimiser ses pages pour le référencement

Adobe Illustrator

Introduction à Adobe Illustrator

Découverte de l'interface
Personnalisation de l'espace de travail
Usages : logo, illustrations, mise en page...
Traitement vectoriel
Formats

Maîtriser le dessin vectoriel

Créer des objets prédéfinis
Positionnement précis des objets
Premier plan et arrière-plan
Règles, repère et grilles
Outils de sélection
Création de formes et de tracés
Apprendre l'outil plume : les points, les poignées et les courbes
Combinaisons de touches (raccourcis)
Modifier des tracés : ajouter et supprimer des points
Les outils Pinceau et Forme de taches
Modes d'affichage
Outil Graphes

Transformation d'objets

Outils de transformation
Fonctions de transformations
Répéter une transformation : fonction Ctrl/Cmd D
Outil de distorsion de l'enveloppe
Pathfinder
Outils de fusion

Masques

Création d'un masque d'écrêtage simple
Effets Illustrator
Panneau aspect
Alignement : distribution d'objets
Enrichissement des illustrations
Ajout de contours
Couleurs, Nuancier et couleurs globales
Création et application de dégradés
Transparence et modes de fusion

Travailler avec du texte

Enrichir le texte libre
Texte curviligne, captif et vertical
Chercher des polices de caractères

Comprendre les calques

Organisation des calques
Mode isolation

Enregistrer et exporter

Enregistrer au format Adobe Illustrator
Modes d'enregistrement : EPS, PD, SVG, Flash...
Exportation en format pixel
Exporter aux formats courants : PSD, JPG, TIFF...
Format PDF en vue de l'impression

Formation Adobe PhotoShop + Adobe InDesign

Formation Adobe Photoshop – Prise en main professionnelle

Introduction à la formation Adobe Photoshop

Cette formation est conçue pour les professionnels souhaitant maîtriser les fonctionnalités essentielles d'Adobe Photoshop dans un contexte de communication visuelle, de design ou de marketing. Elle permet d'acquérir les compétences nécessaires pour produire des visuels de qualité professionnelle, adaptés aux standards de l'entreprise.

L'interface et l'environnement de travail

- Découverte de l'espace de travail, des outils et du panneau de contrôle
- Création et mémorisation d'espaces de travail personnalisés

Gestion des couleurs et modes colorimétriques

- Comprendre les modes colorimétriques (RVB, CMJN...)
- Utilisation des palettes, nuanciers et éditeur de dégradés

Les outils de dessin

- Travailler avec le crayon, le pinceau, l'aérographe et la gomme
- Utiliser le pot de peinture, le dégradé et l'éditeur de dégradé

Les outils de sélection

- Utiliser les outils de déplacement et de sélection (lasso, baguette magique, sélection rapide)
- Copier, déplacer, supprimer une sélection et gérer les zones sélectionnées

Texte et typographie

- Créer, formater et modifier du texte
- Gérer les blocs de texte, styles typographiques, texte captif ou en ligne
- Convertir du texte en image vectorielle

Calques, masques et effets

- Comprendre la logique des calques et organiser son projet
- Gérer les groupes de calques et les calques de remplissage
- Créer des masques vectoriels pour isoler des éléments

Formation Adobe InDesign – Mise en page & édition professionnelle

Introduction à la formation Adobe InDesign

Cette formation est destinée aux professionnels souhaitant maîtriser la mise en page et la publication avec Adobe InDesign. Elle couvre l'ensemble des fonctionnalités essentielles pour la création de documents imprimés ou numériques : brochures, rapports, magazines, fiches produits, etc.

L'interface et les documents

- Créer un nouveau document professionnel
- Explorer les panneaux d'outils et personnaliser l'espace de travail

Gestion des blocs de texte

- Manipulation et mise en forme des blocs de texte
- Chaînage entre blocs, colonnes et équilibre typographique

Repères et alignement

- Utilisation des grilles de mise en page et repères commentés
- Alignement, rotation et mise à l'échelle des éléments

Paragraphe et styles

- Gestion avancée des paragraphes et styles typographiques
- Texte sur tracé, gestion des césures et corrections typographiques

Créer et gérer des tableaux

- Insérer ou importer un tableau depuis Word ou Excel
- Mettre en forme les cellules, lignes et colonnes

Travail sur les images

- Importer, cadrer et détourer des images
- Utiliser le panneau Liens, Bridge et mini-Bridge
- Habillage du texte autour des images

Couleurs, nuancier et impressions

- Créer et gérer des couleurs, dégradés et bibliothèques de nuances
- Aperçu des séparations CMJN et préparation à l'impression

Contrôle et exportation

- Contrôle en amont, vérification des polices et images
- Création d'un dossier d'assemblage, export PDF print et numérique
- Gestion des paramètres d'impression et formats alternatifs

Formation 2 en 1: Adobe Illustrator + Adobe XD

Introduction à la formation Adobe Illustrator + Adobe XD

Adobe Illustrator

Introduction

Explorer l'interface
Personnaliser son espace de travail
Comprendre les usages d'Illustrator
Traitement vectoriel
Formats de document

Comprendre les calques

Organisation des calques
Mode isolation

Dessin vectoriel

Créer des objets prédéfinis
Positionner des objets de façon précise
Premier plan et arrière-plan
Règles, repères et grilles
Outils de sélection
Création de formes et de tracés
Apprendre l'outil Plume : points, poignées et courbes
Combinaisons de touches (raccourcis)
Modification des tracés : ajoute et suppression de points
L'outil Pinceau
L'outil Forme de taches
Modes d'affichage
Outil Graphes

Transformation d'objets

Outils de transformation
Fonctions de transformation
Fonction Ctrl/Cmd D : répéter une transformation
Outil de distorsion de l'enveloppe
Pathfinder
Outils de fusion

Masques

Créer un masque d'écrêtage simple
Effets Illustrator
Panneau aspect
Alignement et distribution d'objets
Enrichir ses illustrations
Ajouter des contours
Couleurs, nuancier et couleurs globales
Créer et appliquer de dégradés
Transparence et modes de fusion

Travailler avec du texte

Enrichir le texte libre
Types de textes : curviligne, captif et vertical
Chercher des polices de caractères

Enregistrement et exportation

Enregistrer au format Adobe Illustrator (.AI)
Modes d'enregistrement : EPS, SVG, PDF, Flash...
Exportation aux formats courants : PSD, JPG, TIFF...
Exportation en format pixel
Format PDF en vue de l'impression

Adobe XD

Introduction

Qu'est-ce que Adobe XD?
Organisation
Atouts et enjeux du logiciel
Raccourcis clavier

Suivre des étapes

Étapes de conception avec Adobe XD
Design d'interface
Architecture de l'information
Établir son propre Workflow

Découverte de l'interface

L'écran d'accueil
Barre de menus et barre d'outils
Les panneaux de propriétés

Les plans de travail et les repères

Ajouter des plans de travail et les gérer
Manipuler les grilles et les repères
Bien utiliser les calques

Les formes

Création de formes simples
Création d'éléments vectoriels avec l'outil Plume
Création d'une icône

Les textes

Saisie de texte
Importation de fichiers de texte
Gestion des styles de texte
Travailler efficacement du texte

Les images

Insertion d'images et de vidéos
Insertion d'objets vectoriels
Création de masques

Les couleurs

Utiliser et gérer les couleurs
Créer des dégradés de couleurs
Générer des couleurs

La grille de répétition

Utiliser et gérer une grille de répétition
Réalisation d'un écran d'accueil
Conception d'une version
Réalisation de l'interface sous Adobe XD

Composantes

Réfléchir à la qualité des images et à leur poids
Discuter des formats d'images JPG et PNG (capacités, limites, compressions, qualités, etc.)
Travailler avec Illustrator et Adobe XD
Travailler avec Photoshop et Adobe XD

Variantes des composants

Propriétés partagées et communes
Redimensionnement réactif des composants
Sélectionner des kits UI et les utiliser
Création d'un écran d'application mobile

Les prototypes

Création d'interfaces responsives
Définir un parcours utilisateur
Création de liens d'interactions
Prévisualisation de l'interface
Création de différents types d'interactions

Partager

Partager ses maquettes avec des collègues possédant Adobe XD
Partager ses visuels avec des clients ne possédant pas Adobe XD
Partager une version fonctionnelle et testable pour un client

Réaliser des tests

Enregistrer une vidéo des interactions
Tester le prototype en direct

Exporter

Exporter les plans de travail
Choisir le format d'exportation (PNG, JPEG...)
Exportation vers des logiciels tiers

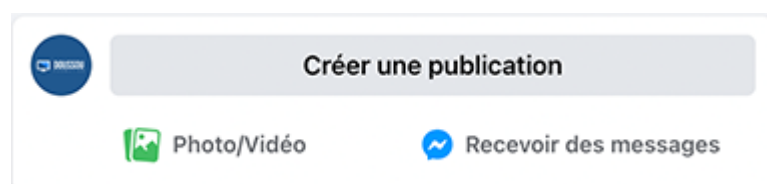
Mettre en pratique les apprentissages et réaliser une maquette interactive de site Web

Comment apprendre à utiliser Facebook pour entreprise?

Facebook, ce média social toujours aussi populaire malgré le temps qui passe. Bien qu'il nous permette de rester en contact avec nos proches, de partager les bonnes et mauvaises nouvelles, de nous divertir et de consulter l'actualité, Facebook reste un outil formidable pour propulser votre entreprise et vos services! Pour ce faire, il faut par contre apprendre à bien l'utiliser et savoir quoi faire afin de se démarquer.

Une publication, une publicité et un boost : quelle est la différence?

Afin de vous aider à mieux comprendre Facebook, nous allons démêler tout ça! Tout d'abord, une publication est ce que vous publiez sur votre page Facebook. Avec cette option, vous ne pourrez observer qu'une portée organique. C'est-à-dire, les personnes qui ont vu passer votre publication sur leur mur Facebook puisqu'elles aiment votre page ou qu'un ami a commenté ou réagi à ce que vous avez publié.



Ensuite, la publicité est un “post” pour lequel vous payez afin qu’il soit diffusé sur le mur Facebook des utilisateurs. Vous pouvez choisir à quelle audience votre publicité sera montrée, pour combien de jour ainsi que le montant d’argent que vous souhaitez investir. Facebook vous montrera ses estimations (combien de personnes vont voir votre publicité et combien de personnes vont y réagir).



Pour terminer, un boost est lorsque vous décidez de payer afin qu’une publication déjà sur votre page soit publicisée. De cette façon, vous n’avez pas à créer une publicité à partir du début et de plus, la publication apparaît toujours sur votre mur Facebook! Vous avez les mêmes possibilités qu’avec la publicité. C’est-à-dire, de choisir l’audience cible, la durée du boost, etc.

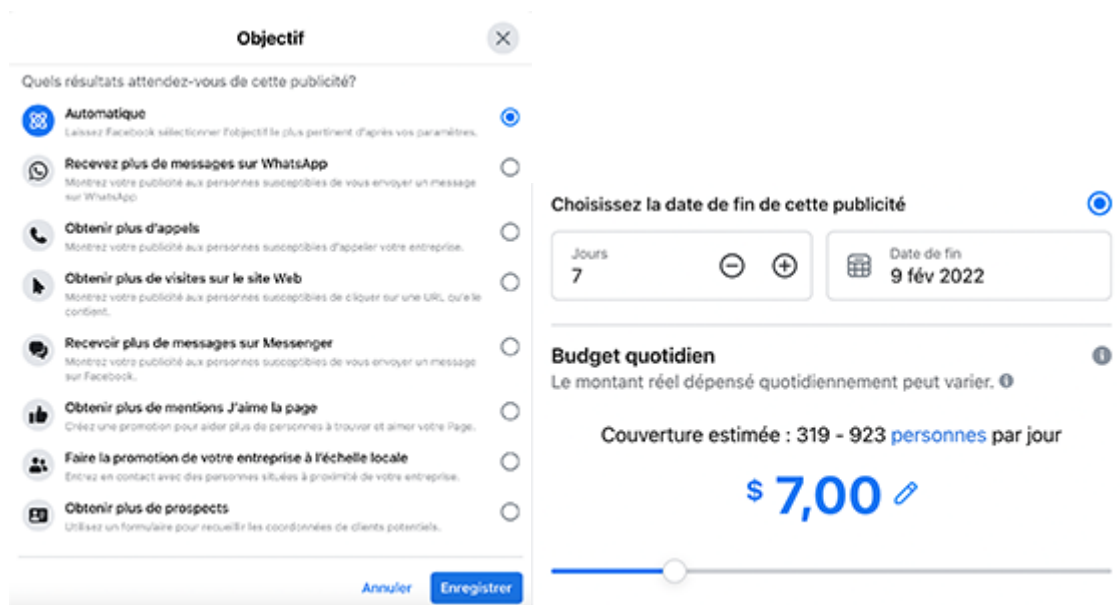
Mettre la publication en avant

La publicité

Si vous réussissez à ce que vos publications soient vues par un grand nombre de personnes, vous voilà chanceux! La plateforme aime bien nous faire utiliser ses outils de publicités qui sont, bien évidemment, payants. Si vous souhaitez cibler un public bien précis avec votre publication ou publicité, c’est par contre un outil bien utile et qui peut vous permettre d’atteindre les gens que vous souhaitez.

L’outil de publicité vous permet effectivement de cibler bien précisément le public que vous voulez. Voici quelques aspects que vous pouvez personnaliser : leur âge, leur genre, leur démographie et leurs intérêts. De cette façon, votre argent ne sera pas perdu. Si votre public est en grande partie constitué de jeunes adultes, ça ne sert à rien de payer afin que votre publicité soit montrée à un public de 18 à 65 ans et plus. Vous serez grandement gagnant si vous utilisez convenablement cet outil!

En plus, vous pouvez choisir si vous souhaitez avoir plus de visites sur votre site web, recevoir plus de messages de la part de clients potentiels, avoir des interactions avec votre publicité, etc. Par la suite vous devez déterminer quel montant vous souhaitez investir et pour combien de jour. Une estimation du nombre de vues et d'interactions vous est offerte par l'application.



Objectif

Quels résultats attendez-vous de cette publicité?

- ☒ **Automatique**
Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent d'après vos paramètres.
- ☐ **Recevez plus de messages sur WhatsApp**
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de vous envoyer un message sur WhatsApp.
- ☐ **Obtenir plus d'appels**
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles d'appeler votre entreprise.
- ☐ **Obtenir plus de visites sur le site Web**
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de cliquer sur une URL, ou le contenu.
- ☐ **Recevoir plus de messages sur Messenger**
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de vous envoyer un message sur Facebook.
- ☐ **Obtenir plus de mentions J'aime la page**
Créez une promotion pour aider plus de personnes à trouver et aimer votre Page.
- ☐ **Faire la promotion de votre entreprise à l'échelle locale**
Entrez en contact avec des personnes situées à proximité de votre entreprise.
- ☐ **Obtenir plus de prospects**
Utilisez un formulaire pour recueillir les coordonnées de clients potentiels.

Choisissez la date de fin de cette publicité

Jours: 7 Date de fin: 9 fév 2022

Budget quotidien
Le montant réel dépensé quotidiennement peut varier.

Couverture estimée : 319 - 923 personnes par jour

\$ 7,00

Annuler Enregistrer

Les statistiques

Les statistiques disponibles sur votre page sont également de très bonnes alliées. Elles peuvent vous donner plusieurs informations telles que l'âge de votre audience, leur genre, leur situation démographique, à quelle heure ils sont connectés et voient vos publications, etc. Vous pourrez les utiliser à votre avantage! Vous voyez qu'il y a beaucoup plus d'activités sur votre page à 16h? Vous pouvez pré-programmer votre publication à l'avance.

Nos formations

Vous souhaitez apprendre à utiliser Facebook pour votre entreprise? Le concept de portée organique et payée est flou pour vous? Vous souhaitez optimiser vos publicités? Notre [formation Facebook pour entreprise](#) est parfaite pour vous!

Si votre but est de mieux comprendre les statistiques de votre page ainsi que de mieux maîtriser l'outil Facebook Manager, notre [formation Facebook Manager et outils statistiques](#) s'adresse à vous!