



EXPRESSION DU BESOIN

TITRE DU PROJET		Interroger une BDD avec SQL pour suivre la satisfaction client	
Version	Auteur	Description	Date
V1	Amina Feredj	Identification du besoin du service client	29.08.2022

Introduction

La société BestMarket est spécialisée dans la grande distribution elle souhaite mettre en place un projet dans le but d'améliorer l'expérience client et les fidéliser pour leur donner envie de revenir dans ses magasins. Dans cette optique, elle a confié à un trio composé d'un Lead data analyst, responsable du service client et un Business intelligence analyst la mission de mener à bien ce projet notamment en cernant les enjeux et les attentes et en identifiant les informations et chiffres-clés susceptibles d'apporter une plus-value au projet.

Contexte et attentes :

Avant de commencer le projet il serait judicieux d'abord de rappeler certains préalables.

Actuellement il n'y pas de processus pour suivre la satisfaction client, dès le départ il est important de suivre un cheminement qui permettra d'harmoniser les pratiques, mais aussi de rappeler les bases essentielles aux différentes parties prenantes et expliquer le rôle de chacun notamment pour l'équipe relation client qui est en contact direct avec ce dernier.

La mise en place de ce processus permettrait de porter à la connaissance de chacun les étapes cruciales pour garantir la meilleure expérience client possible, notamment : l'approche client, la prise de contact, les termes à utiliser pour créer une relation de proximité (ex : Starbucks qui propose à ses clients de communiquer leurs prénoms) les termes à bannir, bien identifier le profil du client et ses besoins, apporter une réponse claire et précise pour l'orienter rapidement...etc.

Passé ces différentes étapes, le service client aura mis tous les atouts de son côté pour avoir un retour client le plus positif possible.

Une fois les bases posées, viendra l'étape d'évaluation des retours clients.



Expression de besoin

Les analyses répondent aux besoins suivants :

- Connaître les avis clients sur le service de livraison
- Connaître la moyenne de satisfaction des clients issus des réseaux sociaux sur le produit TV
- Connaître la moyenne de satisfaction des clients en fonction des produits
- Identifier les 5 magasins qui enregistrent les meilleures notes moyennes
- Identifier les magasins qui ont un nombre de retours importants sur le drive
- Classer les départements par note de satisfaction
- Identifier les produits qui ont le meilleur service après-vente
- Connaître la moyenne de satisfaction de toutes les boissons
- Identifier les jours où l'expérience client est la meilleure en magasin
- Identifier les mois qui enregistrent le plus de retours sur le service après-vente
- Connaître le pourcentage de clients qui recommanderaient BestMarket
- Identifier les magasins ayant une note inférieure à la moyenne
- Identifier les produits qui ont enregistré une amélioration de la moyenne de satisfaction entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre
- Calculer le pourcentage de clients susceptibles de recommander BestMarket
- Connaître les moyennes de satisfaction par canal

Afin d'atteindre l'objectif de notre projet nous ferons appel à des outils pour nous permettre d'accomplir des tâches telles que : calculer les chiffres clés, avoir une image de la situation à un instant T, mettre en place un suivi de la satisfaction client. Pour ce faire, on pourra par exemple s'appuyer sur ce qui les indicateurs supplémentaires suivants :

La satisfaction des clients par canal :

Pour identifier le canal dont l'expérience client est la meilleure ou la moins bonne il faudrait faire une segmentation et calculer la moyenne de satisfaction client pour chaque canal :

Satisfaction client par canal = moyenne des notes attribuées par les clients pour chaque canal
(total de toutes les notes divisé par le nombre de clients ayant attribué une note par canal)

Faire un suivi régulier et périodique du Net Promoter Score (NPS) :

Pour connaître le pourcentage de clients susceptibles de recommander BestMarket :

NPS = Le pourcentage des clients promoteurs (qui ont donné une note de 9 à 10) auquel on soustrait le pourcentage des clients détracteurs (qui ont donné une note de 0-6)



Exigences et contraintes :

Les principales à prendre en considération sont :

+ Sur le plan méthodologique :

- Absence de processus de gestion et suivi de la satisfaction client

+ Sur le plan technique

- Absence de Customer Relationship Management, logiciel dédié avec des tableaux de bords qui permettraient un meilleur suivi en temps réel

+ Sur le plan des ressources humaines :

- Recruter du personnel qualifié chargé de faire le reporting mensuel de la satisfaction client et suivre les évolutions qui pourraient intervenir en fonction des fluctuations du marché

Axes d'amélioration :

Il serait opportun de s'intéresser à des aspects autres dans l'amélioration de l'expérience client tels que :

- + Développement d'une relation personnalisée avec le client : Créer un lien spécial et personnalisé avec le client, comme une offre pour son anniversaire.

- + Instaurer un climat de confiance et de proximité : Fournir des réponses claires et rapides à ses doléances et réclamations.

- + Segmenter les clients : Le principe voudrait qu'on regroupe au sein du même segment les clients qui partagent certaines similitudes telles que les mêmes comportements d'achat.

Conclusion :

La satisfaction client est un indicateur que beaucoup d'entreprise suivent avec attention, pour ce faire, il faut avoir les moyens de sa politique et mettre en place les outils nécessaires en amont et en aval, pour instaurer dès le départ des bases solides et créer une relation de confiance, ensuite faire un suivi régulier de l'état de la satisfaction client afin de faire les ajustements nécessaires en cas de besoin et dans les meilleurs délais.