



BestMarket

Titre du projet: Best Market- la satisfaction Client

Prénom : Laghzouli

Nom: Amina

Date: 01/06/2023



But de projet: Déployer une stratégie qui permet aux clients d'obtenir la meilleure expérience possible, afin qu'il ait envie de revenir dans leurs magasins, à partir des différentes sources de retours clients.

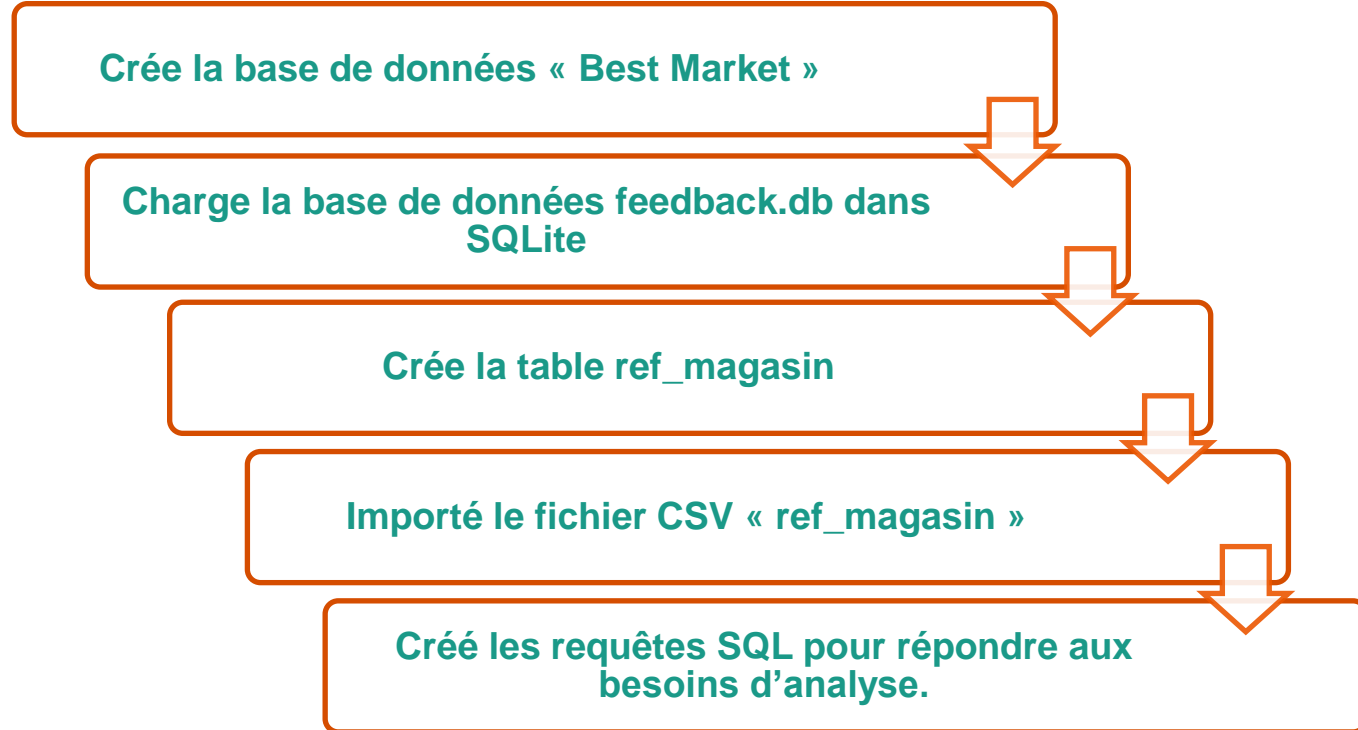
Données disponibles:

- **Table retour client:** 8 variables d'études
- **Table produit:** 3 variables d'études
- **Table Références:** 7 variables d'études

Les objectifs de la présentation:

- Explication de la méthodologie et les différentes étapes pour réaliser le projet.
- Les résultats des analyses des données

I. Méthodologie suivie



II. Analyse de la satisfaction client

le nombre de retour clients sur
la livraison



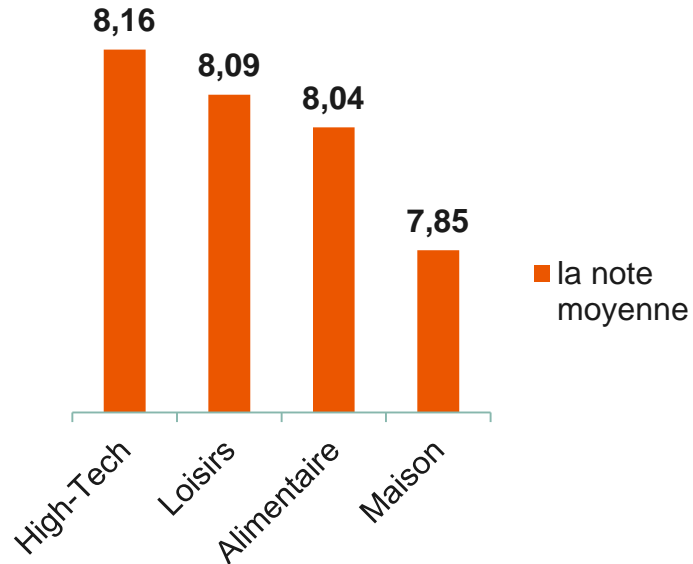
639

la liste des notes des clients sur les
réseaux sociaux sur les TV

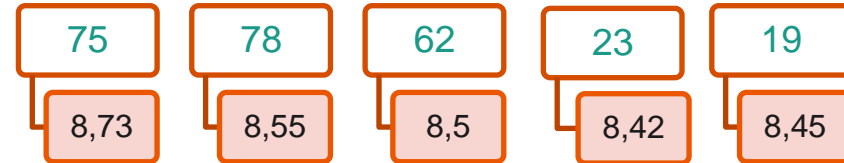
8
9
10
10

II. Analyse de la satisfaction client

la note moyenne pour chaque
catégorie de produit



Les 5 magasins avec les meilleures
notes moyennes

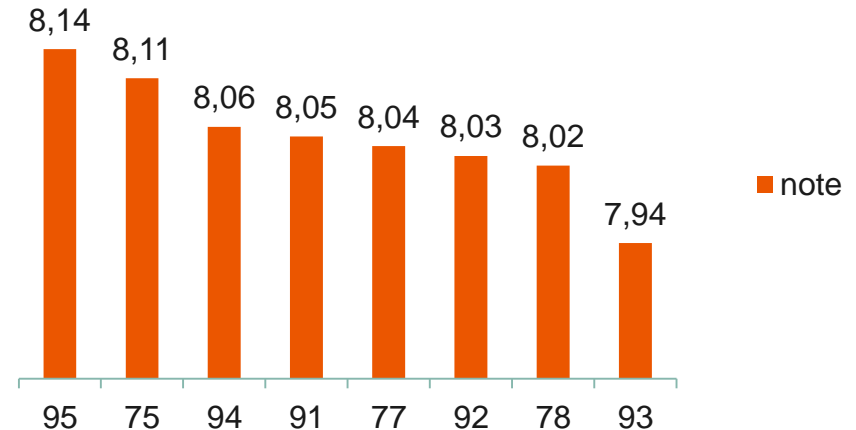


II. Analyse de la satisfaction client

Les magasins qui ont plus de 12 feedbacks sur le drive

45
57
63
67

Le classement des départements par note



II. Analyse de la satisfaction client

La typologie de produit qui
apporte le meilleur service après-
vente



Loisirs

la note moyenne sur l'ensemble
des boissons



8,21

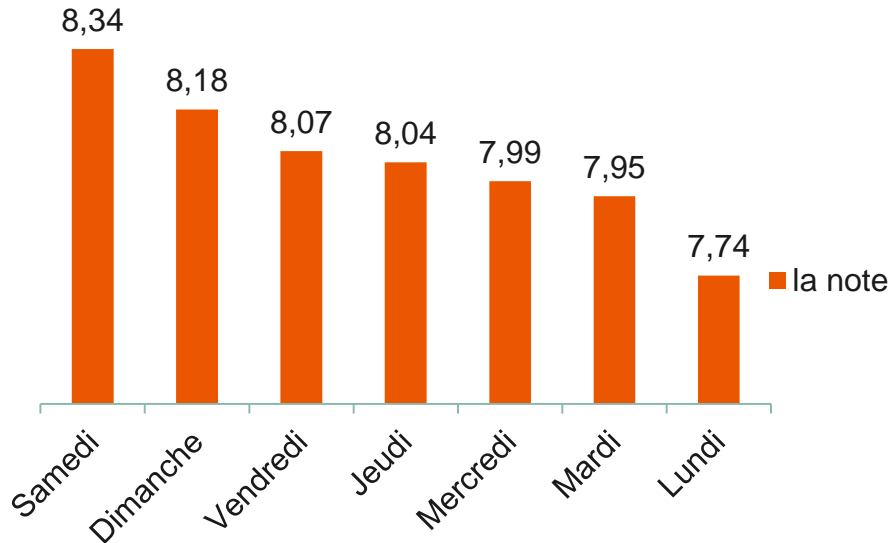
le pourcentage de
recommandations client



90

II. Analyse de la satisfaction client

le classement des jours de la semaine ou l'expérience client est la meilleure expérience en magasin



Le mois a-t-on le plus de retour sur le service après-vente

Mois	Note
10	55

II. Analyse de la satisfaction client

les magasins qui ont une note inférieure à la moyenne

Note moyenne	Note moyenne magasin	Magasin
8,05	8,04	3
8,05	7,9	6
8,05	8	7
8,05	7,66	8
8,05	7,92	13
8,05	7,9	14
8,05	7,83	18
8,05	7,87	20

les typologies produits qui ont amélioré leur moyenne entre le 1er et le 2ème trimestre 2022

Alimentaire

Loisirs

NPS

Définition du NPS:

Le NPS ou Net Promoter Score sert à mesurer la propension et la probabilité de recommandation d'une marque X, d'un produit Y ou d'un service Z par ses clients. Il permet par un simple calcul d'évaluer la satisfaction et la fidélité d'un client à un moment T et de suivre l'évolution du rapport client/marque.

NPS TOTAL



30

NPS DE TYPOLOGIE PRODUIT

Type	NPS
Alimentaire	30
High-Tech	4
Loisirs	2
Maison	0

NPS SOURCE

Source	NPS
Email	29
Réseaux sociaux	28
Téléphone	31

III. CONCLUSION



- ❑ La méthodologie et les étapes utilisées pour créer une base de données.
- ❑ Les résultats des analyses avec l'explication et les étapes suivies.
- ❑ le NPS est bien compris entre -100 et 100.