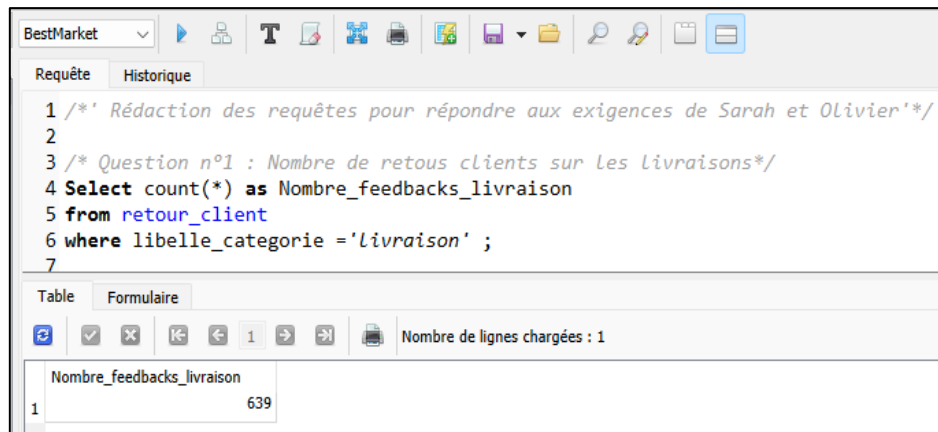


LISTE DES REQUETES POUR LA SATISFACTION CLIENTS DE BESTMARKET

I- Réponses aux questions d'Olivier (Responsable clientèle)

Requête n°1 : le nombre de retours clients sur la livraison

```
Selectcount(*) as Nombre_livraison  
From retour_client  
Where libelle_categorie ='livraison';
```



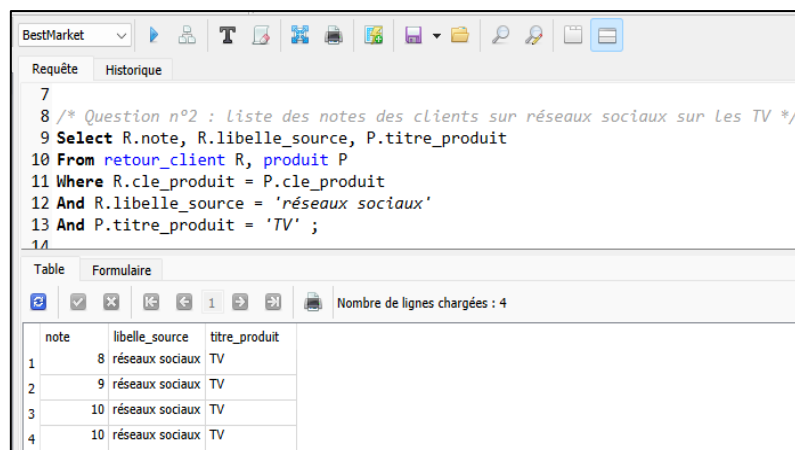
The screenshot shows a SQL query execution interface. The query is:
1 /* Rédaction des requêtes pour répondre aux exigences de Sarah et Olivier */
2
3 /* Question n°1 : Nombre de retours clients sur les livraisons */
4 Select count(*) as Nombre_feedbacks_livraison
5 from retour_client
6 where libelle_categorie ='livraison' ;
7
The result is displayed in a table with one row:
Nombre_feedbacks_livraison
1 639

Commentaire : A partir de la requête ci-dessus, nous avons retrouvé six cents trente-neuf (639) retours clients (feedbacks) sur des livraisons.

Graphique : Pas de graphique, car l'opération consistait à compter le nombre de retours clients pour le service livraison.

Requête n°2 : la liste des notes des clients sur les réseaux sociaux sur les TV

```
Select R.note, R.libelle_source, P.titre_produit  
From retour_client R, produit P  
Where R.cle_produit = P.cle_produit  
And R.libelle_source = 'réseaux sociaux'  
And P.titre_produit = 'TV' ;
```



The screenshot shows a SQL query execution interface. The query is:
7
8 /* Question n°2 : Liste des notes des clients réseaux sociaux sur les TV */
9 Select R.note, R.libelle_source, P.titre_produit
10 From retour_client R, produit P
11 Where R.cle_produit = P.cle_produit
12 And R.libelle_source = 'réseaux sociaux'
13 And P.titre_produit = 'TV' ;
14
The result is displayed in a table with four rows:
note libelle_source titre_produit
1 8 réseaux sociaux TV
2 9 réseaux sociaux TV
3 10 réseaux sociaux TV
4 10 réseaux sociaux TV

Commentaire : Nous avons seulement quatre (04) retours clients (feedbacks) provenant des réseaux sociaux sur les produits TV. Selon l'ensemble de ses internautes, les produits de la gamme High-Tech méritent une note moyenne de 9,25 /10.

Graphique : Pas de graphique pour la même raison que la requête précédente (établissement d'une liste de répons).

Requête n°3 : La note moyenne de chaque catégorie de produit (ordre décroissant)

```
Select P.typologie_produit, round(avg(R.note), 2) as moyenne
From retour_client R
Left join Produit P on R.cle_produit = P. cle_produit
group by P.typologie_produit
Order by moyenne desc ;
```



BestMarket

Requête Historique

```
20
21 Select P.typologie_produit, round(avg(R.note), 2) as moyenne
22 From retour_client R
23 Left join Produit P on R.cle_produit = P. cle_produit
24 group by P.typologie_produit
25 Order by moyenne desc ;
26
```

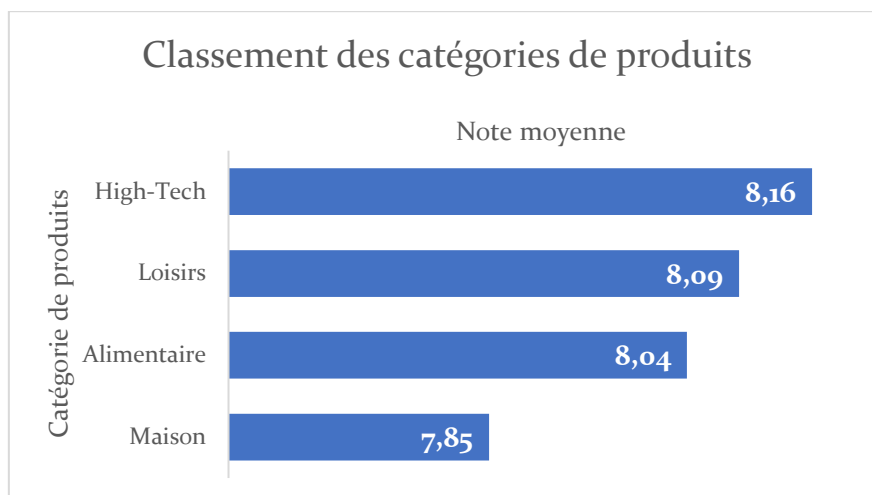
Table Formulaire

Nombre de lignes chargées : 4

	typologie_produit	moyenne
1	High-Tech	8.16
2	Loisirs	8.09
3	Alimentaire	8.04
4	Maison	7.85

Commentaire : Des quatre (04) typologies de produits proposés par BestMarket, la catégorie ayant reçu la meilleure appréciation est celle des produits High-Tech et celle ayant eu la moins bonne appréciation est celle des produits de Maison.

Graphique 1 : Classement des catégories de produits



Requête n° 4 : La liste des 5 magasins avec les meilleures notes moyennes

```
Select R.ref_magasin, M.libelle_de_commune, round(avg(R.note),2) as moyenne
From retour_client R, magasin M
Where R.ref_magasin = M.ref_magasin
Group by R.ref_magasin
Order by moyenne desc
Limit 5 ;
```



BestMarket

Requête Historique

```
20
21 /*Question n°4 : Le top 5 des magasins avec les moyenne*/
22 Select R.ref_magasin, M.libelle_de_commune, round(avg(R.note),2) as moyenne
23 From retour_client R, magasin M
24 Where R.ref_magasin = M.ref_magasin
25 group by R.ref_magasin
26 Order by moyenne desc
27 Limit 5 ;
28
```

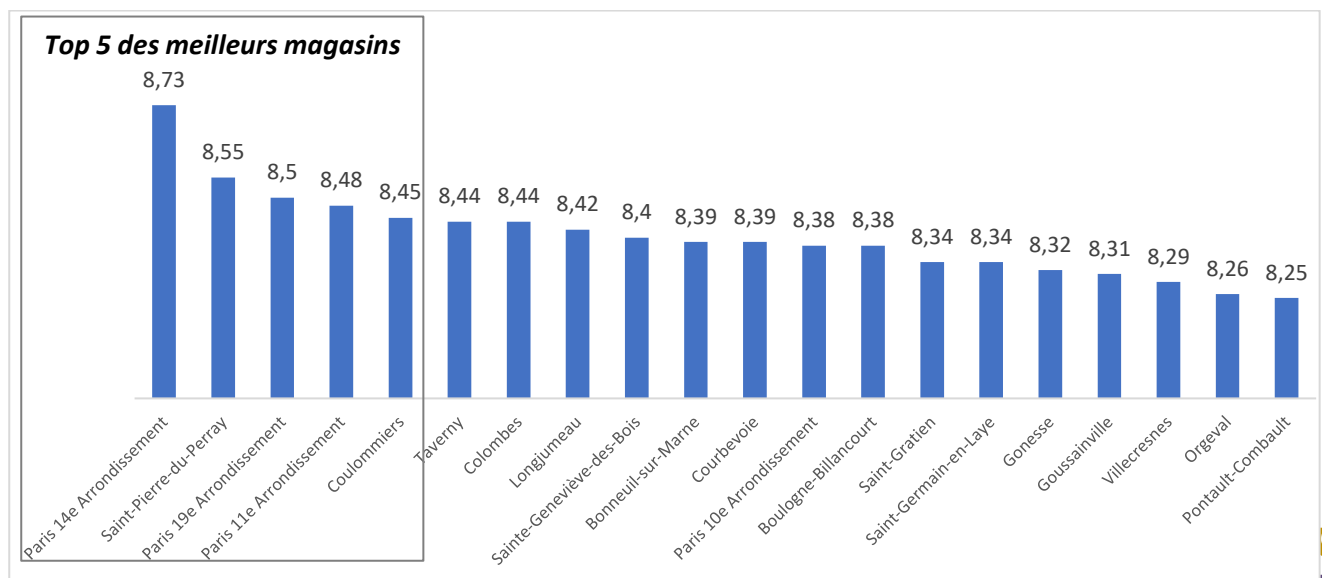
Table Formulaire

Nombre de lignes chargées : 5

	ref_magasin	libelle_de_commune	moyenne
1	75	Paris 14e Arrondissement	8.73
2	78	Saint-Pierre-du-Perray	8.55
3	62	Paris 19e Arrondissement	8.5
4	23	Paris 11e Arrondissement	8.48
5	19	Coulommiers	8.45

Commentaire : D'après les clients de BestMarkets, la chaîne de leurs magasins a des notes moyennes allant de 8,73 à 7,38 sur 10. Cette notation signifie une appréciation plutôt bonne de leurs services et prestation. Les magasins qui se trouvent dans le haut du panier sont les suivant selon les retours des clients : Paris 14e Arrondissement (8,73/10), Saint-Pierre-du-Perray (8,55/10), Paris 19e Arrondissement (8,5/10), Paris 11e Arrondissement (8,48/10) et enfin Coulommiers (8,45/10).

Graphique 2 : Classement du Top 20 des magasins selon les retours clients



Requête n°5 : Les magasins avec plus de 12 feedbacks sur le drive

```
Select R.ref_magasin, M.libelle_de_commune, R.libelle_categorie, count(*) as feedback
From retour_client R, magasin M
Where libelle_categorie = 'drive'
And R.ref_magasin = M.ref_magasin
Group by R.ref_magasin
Having feedback > 12
```



The screenshot shows a database interface with a toolbar at the top. Below the toolbar, there are tabs for 'Requête' and 'Historique'. The 'Requête' tab is active, displaying the following SQL query:

```
35 /*Question n°5: Les magasins avec plus de 12 retours clients sur Le drive*/
36 Select R.ref_magasin, M.libelle_de_commune, R.libelle_categorie, count(*) as feedback
37 From retour_client R, magasin M
38 Where libelle_categorie = 'drive'
39 And R.ref_magasin = M.ref_magasin
40 Group by R.ref_magasin
41 Having feedback > 12
42 Order by feedback ;
```

Below the query, there are tabs for 'Table' and 'Formulaire'. The 'Table' tab is active, showing a table with 4 columns: 'ref_magasin', 'libelle_de_commune', 'libelle_categorie', and 'feedback'. The table contains 3 rows of data. To the right of the table, it says 'Nombre de lignes chargées : 3'.

	ref_magasin	libelle_de_commune	libelle_categorie	feedback
1	45	Paris 12e Arrondissement	drive	13
2	63	Ivry-sur-Seine	drive	13
3	67	Éragny	drive	14

Commentaire : D'après le contexte et les avis des clients, nous remarquons un faible engouement pour le service du drive. Ce type de service fait ses preuves dans seulement trois (03) magasins. Il peine à se développer pour se reprendre dans les autres magasins. (Faire une campagne de promotion des services proposés).

Graphique : Pas de nécessité de faire un graphique pour illustrer cette faible utilisation des services de drive.

Requête n°6 : Le classement des départements par note

```
Select M.departement as code_departement, round(avg(R.note),2) as note_moyenne
From retour_client R
left outer join magasin M on R.ref_magasin = M.ref_magasin
Group by M.departement
Order by note_moyenne desc ;
```



BestMarket

Requête Historique

38 /* Question n°6 : Le classement des notes par département*/
39 Select M.departement as code_departement, round(avg(R.note),2) as note_moyenne
40 From retour_client R
41 left outer join magasin M on R.ref_magasin = M.ref_magasin
42 Group by M.departement
43 Order by note_moyenne desc ;
44
45
46

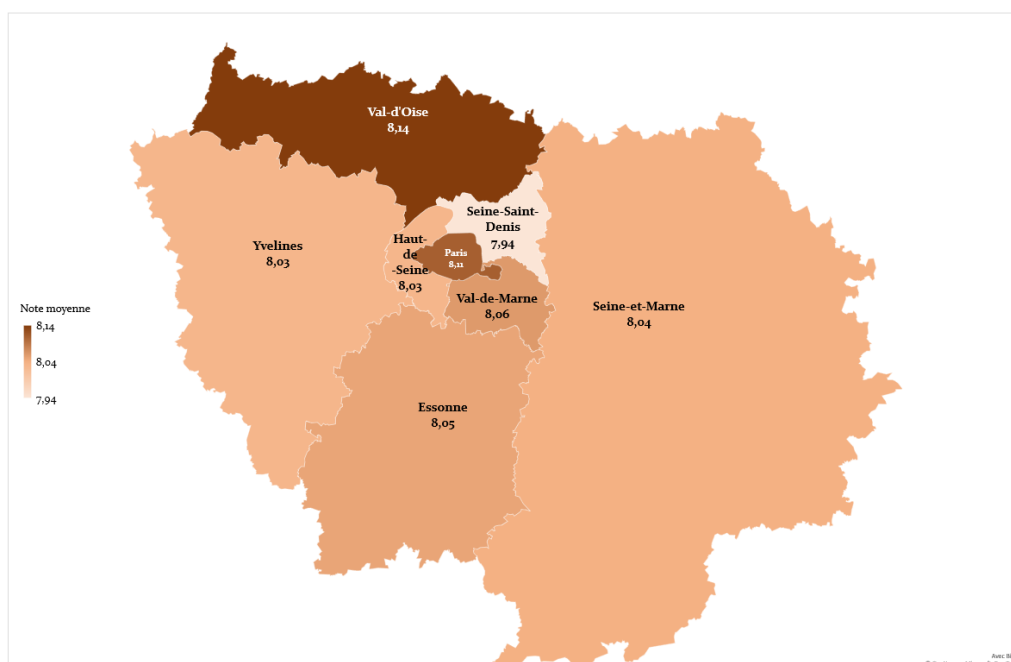
Table Formulaire

Nombre de lignes chargées : 8

	code_departement	note_moyenne
1	95	8.14
2	75	8.11
3	94	8.06
4	91	8.05
5	77	8.04
6	92	8.03
7	78	8.02
8	93	7.94

Commentaire : Les magasins ayant reçu plus d'appréciation sont celles regroupées dans le département du Val-d'Oise devant ceux se trouvant dans le centre de la région parisienne (Paris). Cet écart ne se joue qu'à une différence de 0,03 points ou 1 % (soit 8,14 contre 8,11). A la suite de ces départements se trouve regroupé dans le centre celui du Val-de-Marne (8,06), de l'Essonne (8,05) et de la Seine-et-Marne (8,04). Les magasins les moins appréciés se retrouvent dans le département de la Seine-Saint-Denis (7,94) devant les deux départements ex aequo à savoir celui des Yvelines et de les Hauts-de-Seine (8,03).

Graphique 3: Cartographie du classement des départements selon les retours clients



Requête n°7 : La typologie de produit avec le meilleur service après-vente (SAV)

```
Select P.typologie_produit, round(avg(R.note),2) as note_moyenne
From retour_client R
left outer join produit P on R.cle_produit = P.cle_produit
Where R.libelle_categorie ='service après-vente'
Group by P.typologie_produit
Order by note_moyenne desc
Limit 1 ;
```



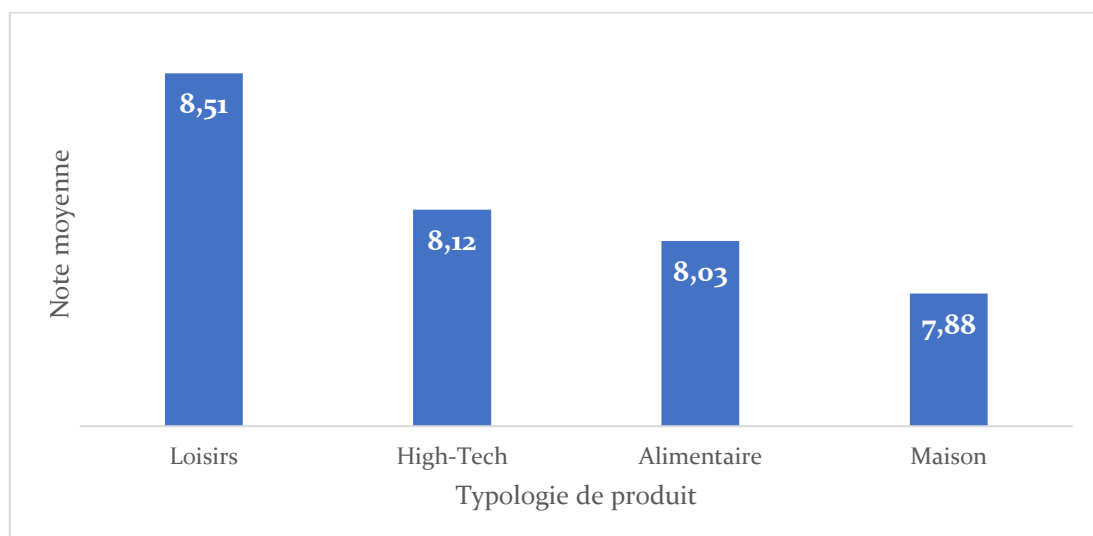
The screenshot shows the BestMarket database interface. The 'Requête' tab is active, displaying the SQL query. Below the query, the 'Table' tab shows the results of the query. The results table has two columns: 'typologie_produit' and 'note_moyenne'. The first row shows 'Loisirs' with a 'note_moyenne' of 8.51.

typologie_produit	note_moyenne
1 Loisirs	8.51

Commentaire : D'après les appréciations des clients de la chaîne de magasins de BestMarket, le service après-vente est de meilleure qualité pour les produits compris dans la catégorie de produits Loisirs

Graphique : Pas de graphique nécessaire en raison de la ressemblance de cette question avec la requête 3 même si cette dernière ne se consacre qu'à l'évaluation du service après-vente.

Graphique 4: Classement de la typologie de produit en fonction du service après-vente



Requête n°8 : La note moyenne sur l'ensemble des boissons

```
Select round(avg(R.note),2) as note_moyenne_boissons  
From retour_client R, Produit P  
Where R.cle_produit = P.cle_produit  
And Lower(P.titre_produit) like '%boissons%';
```



The screenshot shows the BestMarket software interface. The 'Requête' tab is active, displaying the SQL query. Below the query, the 'Table' tab is active, showing a single row of results. The interface includes a toolbar with various icons and a status bar indicating 'Nombre de lignes chargées : 1'.

note_moyenne_boissons
8.21

Commentaire : D'après les appréciations des clients dans la typologie des produits alimentaires les boissons ont une assez bonne note (à savoir 8,21).

Graphique : Pas de graphique à réaliser en raison de la spécificité du calcul demandé.

Requête n°9 : Le classement des jours de la semaine où l'expérience client est la meilleure expérience en magasin

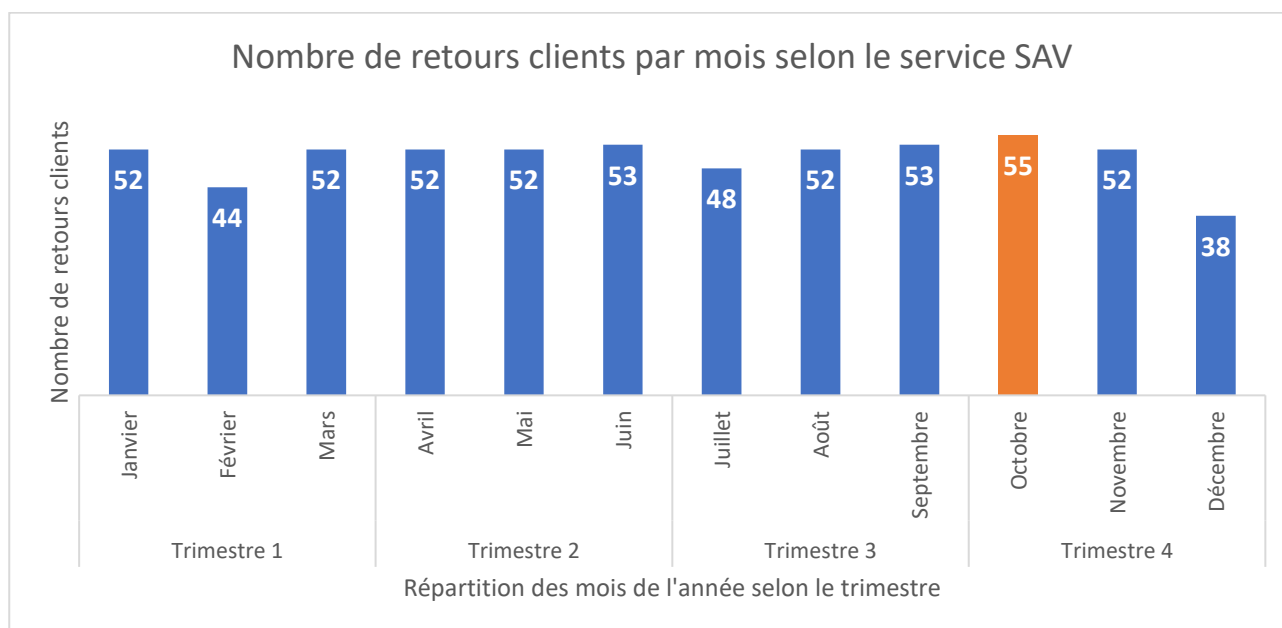
```
Select strftime('%w',date_achat) as jours_semaine, count(*) as Nombre_de_feedback  
From retour_client  
Where libelle_categorie = 'expérience en magasin'  
Group by jours_semaine ;
```



BestMarket																			
Requête	Historique																		
100 Select strftime('%m', date_achat) as Mois, count(*) as Nombre_feedback 101 From retour_client 102 Where libelle_categorie = 'service après-vente' 103 Group by Mois 104 Order by Nombre_feedback desc 105 Limit 1; 106																			
Table	Formulaire																		
<div> <div> <div>1</div> <div>2</div> <div>3</div> <div>4</div> <div>5</div> <div>6</div> <div>7</div> <div>8</div> <div>9</div> <div>10</div> <div>11</div> <div>12</div> <div>13</div> <div>14</div> <div>15</div> <div>16</div> <div>17</div> <div>18</div> <div>19</div> <div>20</div> </div> <div>Nombre de lignes chargées : 1</div> </div>																			
Mois	Nombre_feedback																		
1	10	55																	

Commentaire: En décomptant le nombre de retours clients par mois du service après-vente, nous remarquons qu'elle atteint des pics au 2^{ème} et au 4^{ème} trimestre de l'année. Toutefois, c'est au cours du mois d'octobre (mois numéro 10) que le SAV a le plus de répondu pour juger de la qualité de ces services.

Graphique 6: Répartition du nombre des retours clients concernant le service après-vente



Requête n°11 : Le pourcentage des recommandations client

```

Select Round((Select count(R.cle_retour_client)*100.0 as recommande
              From retour_client R
              Where R.recommandation = 1)
/
              (Select count(R.cle_retour_client)
              From retour_client R
              Where recommandation not like ")
              ,2)
as Part_recommandation;

```

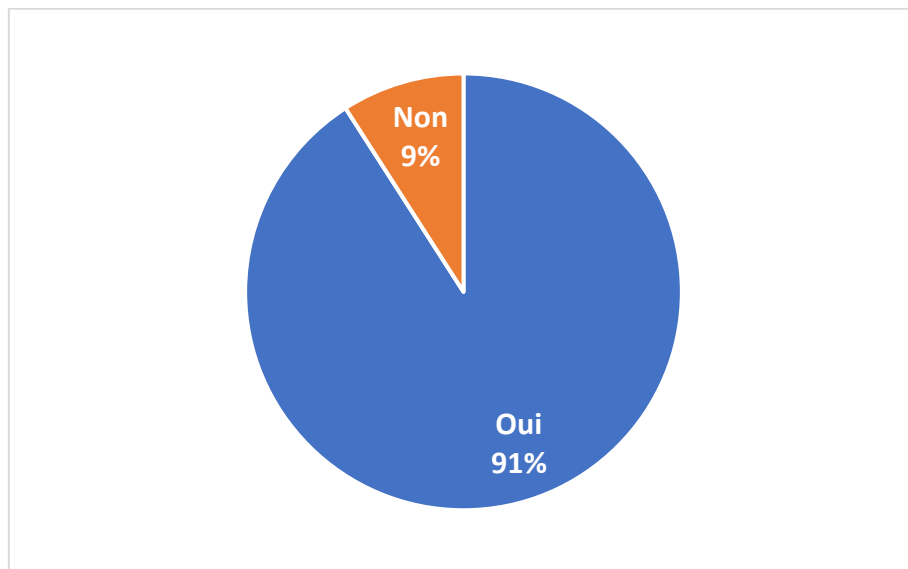
```

98 /* Question n°11 : Quel est le pourcentage des recommandations ?*/
99 SELECT Round(
100     (SELECT COUNT(R.cle_retour_client)*100.0 AS recommande
101     FROM retour_client R
102     WHERE R.recommandation = 1)
103     /
104     (SELECT COUNT(R.cle_retour_client)
105     FROM retour_client R
106     WHERE recommandation NOT LIKE '')
107     ,2)
108 AS Part_recommandation ;
109
! Part_recommandation
90.93

```

Commentaire : D'après les appréciations des clients (en prenant en compte toute sorte de produits), la chaîne de magasins BestMarket est plus que recommandable (soit 91 %). Il n'existe qu'une infime minorité de clients trouvant que l'enseigne doit encore fournir des efforts pour répondre à leurs demandes.

Graphique 7 : La part des retours clients qui recommande la chaîne de magasin BestMarket



Requête n°12 : La liste des magasins avec des notes inférieure à la moyenne

```

Select R.ref_magasin, M.libelle_de_commune as Commune_magasin, round(avg(R.note),2) as moyenne
From retour_client R, magasin M
Where R.ref_magasin = M.ref_magasin
Group by R.ref_magasin
Having Moyenne < (Select round(avg(R.note),2) as moyenne_generale From retour_client R) ;

```



BestMarket		
Requête Historique		
<pre> 132 133 /*Question n°12 : Les magasins avec une note inférieure à la moyenne */ 134 Select R.ref_magasin, M.libelle_de_commune as Commune_magasin, round(avg(R.note),2) as moyenne 135 From retour_client R, magasin M 136 Where R.ref_magasin = M.ref_magasin 137 Group by R.ref_magasin 138 Having Moyenne < (Select round(avg(R.note),2) as moyenne_generale 139 From retour_client R); 140 </pre>		
Table Formulaire		
Nombre de lignes chargées : 37		
ref_magasin	Commune_magasin	moyenne
1	3 Paris 5e Arrondissement	8.04
2	6 Osny	7.9
3	7 Paris 20e Arrondissement	8
4	8 Aubervilliers	7.66
5	13 Ballainvilliers	7.92
6	14 Paris 17e Arrondissement	7.9
7	18 Saint-Germain-lès-Arpajon	7.83
8	20 Provins	7.87
9	24 Levallois-Perret	7.62
10	25 Conflans-Sainte-Honorine	7.83
11	33 Paris 18e Arrondissement	7.89
12	34 Asnières-sur-Seine	7.89
13	38 Rueil-Malmaison	7.97
14	44 Fontenay-sous-Bois	7.67
15	45 Paris 12e Arrondissement	7.93
16	46 Paris 15e Arrondissement	7.56
17	47 Freneuse	8.03
18	51 Saint-Denis	7.84
19	53 Puteaux	7.97
20	54 Paris 2e Arrondissement	7.84

Commentaire : Sur les 83 magasins de la chaîne BestMarket, nous avons 37 d'entre eux qui ont une appréciation en dessous de la moyenne qui est de 8,05/10. Le gros des magasins les moins appréciés sont celles des communes de Paris (1^e, 2^e, 5^e, 12^e, 15^e, 17^e, 18^e et 20^e) arrondissement et celles se trouvant dans le département de la Seine-Saint-Denis.

Graphique : Pas encore décidé (en cours de réflexion).

Requête n°13 : Les typologies produits qui ont amélioré leur moyenne entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre 2021

```

Select Typologie_produit1, Moyenne_Trim1, Moyenne_Trim2
From (Select P. Typologie_produit as Typologie_produit1, Round(avg(R.note),2) as Moyenne_Trim1
      From retour_client R
      Left outer join Produit P on R.cle_produit = P.cle_produit
      Where strptime('%m', R.date_achat) between '01' and '03'
      Group by Typologie_produit1)
Inner join (Select P. Typologie_produit as Typologie_produit2, Round(avg(R.note),2) as Moyenne_Trim2
            From retour_client R
            Left outer join Produit P on R.cle_produit = P.cle_produit
            Where strptime('%m', R.date_achat) between '04' and '06'
            Group by Typologie_produit2) on Typologie_produit1 = Typologie_produit2
Where Moyenne_Trim2 > Moyenne_Trim1

```



```

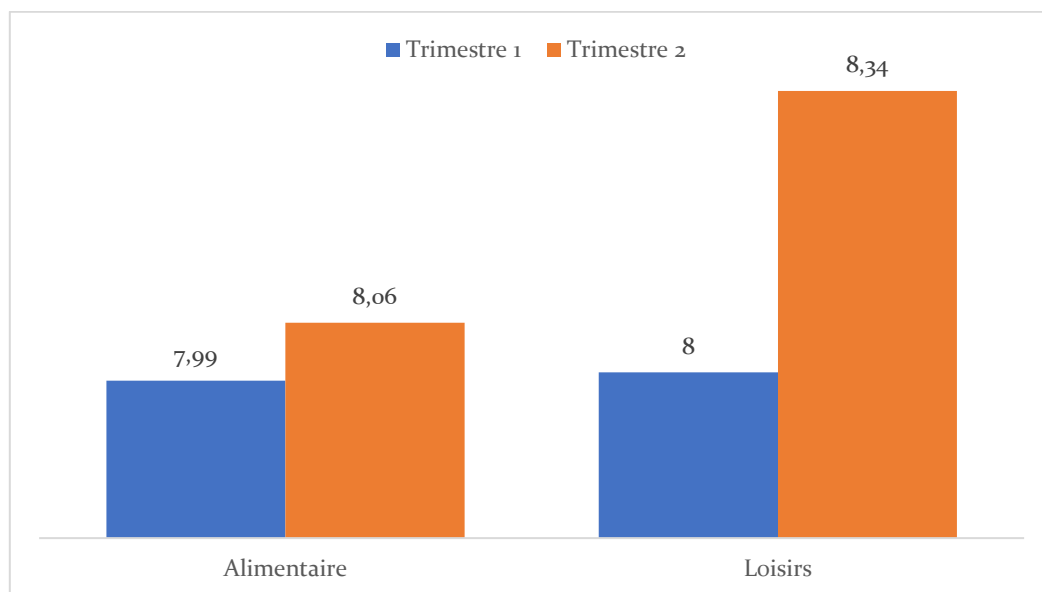
126 SELECT Typologie_produit1, Moyenne_Trim1, Moyenne_Trim2
127 FROM (SELECT P. Typologie_produit AS Typologie_produit1, Round(avg(R.note),2) AS Moyenne_Trim1
128        FROM retour_client R
129        LEFT OUTER JOIN Produit P ON R.cle_produit = P.cle_produit
130        WHERE strftime('%m', R.date_achat) BETWEEN '01' AND '03'
131        GROUP BY Typologie_produit1)
132 INNER JOIN (SELECT P. Typologie_produit AS Typologie_produit2, Round(avg(R.note),2) AS Moyenne_Trim2
133        FROM retour_client R
134        LEFT OUTER JOIN Produit P ON R.cle_produit = P.cle_produit
135        WHERE strftime('%m', R.date_achat) BETWEEN '04' AND '06'
136        GROUP BY Typologie_produit2) ON Typologie_produit1 = Typologie_produit2
137 WHERE Moyenne_Trim2 > Moyenne_Trim1 ;|

```

! Typologie_produit1	Moyenne_Trim1	Moyenne_Trim2
Alimentaire	7.99	8.06
Loisirs	8	8.34

Commentaire : D'après les avis de nos clients, nous avons réalisé une amélioration de notre gamme de produits alimentaires et de Loisirs entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre 2021. Cette amélioration peut être due à l'élargissement de notre éventail de services et de produits dans ces catégories.

Graphique 8 : Comparaison de la typologie de produit entre le 1er et le 2ème trimestre



II- Construction du Net Promotor Score (NPS)

1. NPS général ou probabilité de recommandation des magasins BestMarket

Requête de Calcul :

```

With Promoteurs as (Select count(*) as Nb_Promoteurs
                    From retour_client
                    Where note >=9),
Detracteurs as (Select count(*) as Nb_Detracteurs
                From retour_client
                Where note <= 6),

```

```

144 /* NPS GENERAL : Probabilité de recommandation de la chaine de magasin BestMarket*/
145 WITH Promoteurs AS (SELECT COUNT(*) AS Nb_Promoteurs
146                     FROM retour_client
147                     WHERE note >=9),
148     Detracteurs AS (SELECT COUNT(*) AS Nb_Detracteurs
149                     FROM retour_client
150                     WHERE note <= 6),
151     Feedback AS (SELECT COUNT(*) AS Nb_feedback
152                  FROM retour_client)
153 SELECT ROUND(((SELECT Nb_Promoteurs FROM Promoteurs) - (SELECT Nb_Detracteurs FROM Detracteurs))*100.0
154            /
155            (SELECT Nb_feedback FROM feedback),2) AS NPS_BestMarket ;
156
! NPS_BestMarket
30.97

```

Commentaire : La valeur du NPS révèle un indice de satisfaction correcte des clients de la chaine de magasin BestMarket (soit 31 %). Cette valeur étant en dessous de 50 % révèle également que la clientèle de BestMarket n'est pas très fidèle et pas réellement attachée à notre enseigne. Notre clientèle ne nous fait pas exactement une promotion non-officielle, car elle estime qu'on ne se départage toujours pas des autres chaines de magasins de la place. Cet indicateur est un NPS relationnel.

Graphique : Pas de représentation graphique à faire en raison de l'illustration d'une valeur relative.

2. NPS spécifique ou probabilité de recommandation de la typologie des produits

Requête de calcul :

```

SELECT P.typologie_produit,
       Round(
           (((COUNT(DISTINCT CASE WHEN R.note >= 9 THEN R.cle_retour_client END) -
              COUNT(DISTINCT CASE WHEN R.note <= 6 THEN R.cle_retour_client END) ) *
            100.0)
          /
          (COUNT(DISTINCT R.cle_retour_client)
           + CASE WHEN COUNT(DISTINCT R.cle_retour_client) = 0 THEN 1 ELSE 0 END),2
       ) AS NPS_specifique

```

FROM produit P

LEFT JOIN retour_client R ON R.cle_produit = P.cle_produit

```

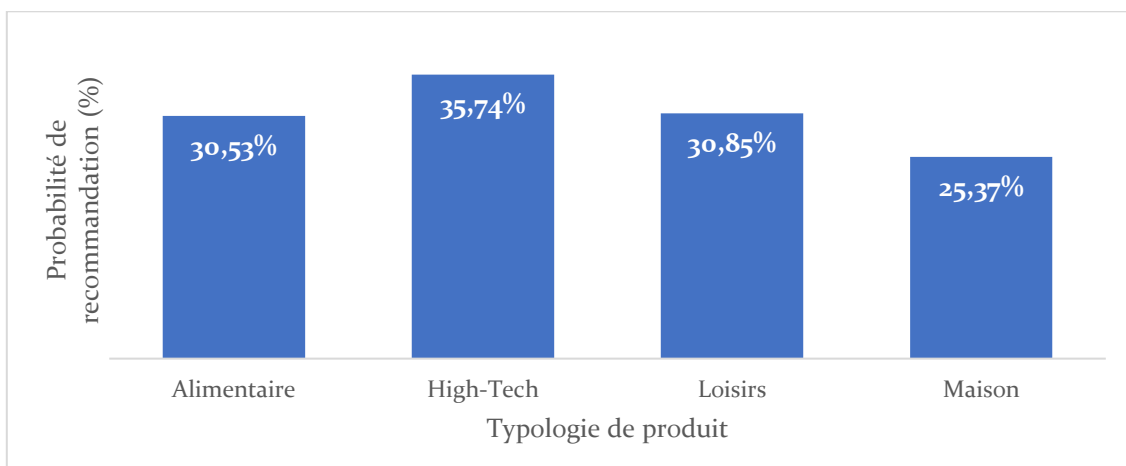
158 /*NPS spécifique: la probabilité de recommandation d'une typologie de produit*/
159 SELECT P.typologie_produit,
160        Round(
161            (((COUNT(DISTINCT CASE WHEN R.note >= 9 THEN R.cle_retour_client END) -
162              COUNT(DISTINCT CASE WHEN R.note <= 6 THEN R.cle_retour_client END) ) * 100.0) /
163             ( COUNT(DISTINCT R.cle_retour_client)
164               + CASE WHEN COUNT(DISTINCT R.cle_retour_client) = 0 THEN 1 ELSE 0 END
165             )
166            ),2) AS NPS_spécifique
167 FROM produit P
168 LEFT JOIN retour_client R ON R.cle_produit = P.cle_produit
169 GROUP BY P.typologie_produit;
170

```

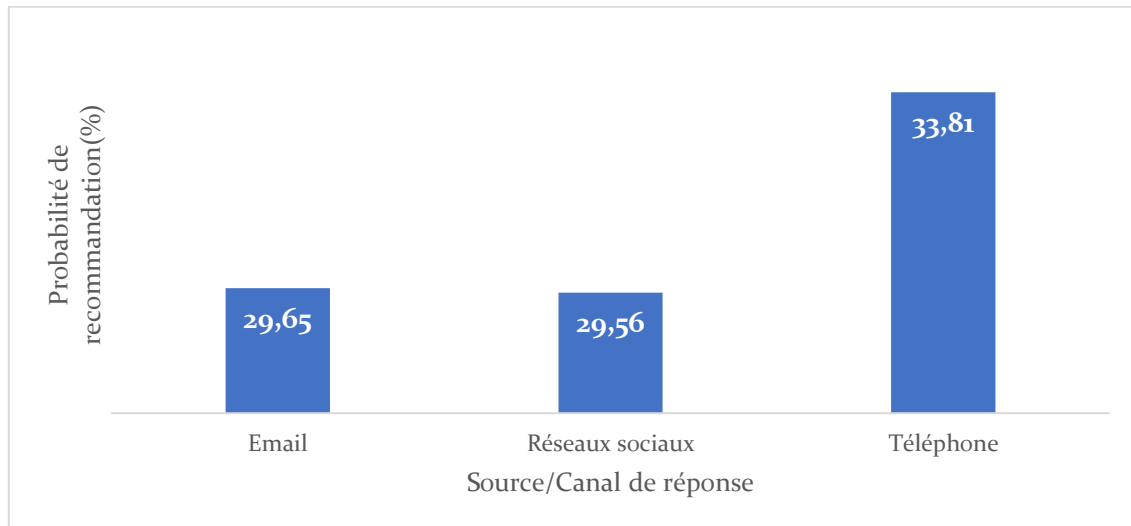
! typologie_produit	NPS_spécifique
Alimentaire	30.53
High-Tech	35.74
Loisirs	30.85
Maison	25.37

Commentaire : Après avoir étudié la probabilité de recommandation notre chaîne de magasin BestMarket, nous sommes intéressés à celle liée à notre gamme de produit (NPS transactionnel). A cet effet, on observe que l'indice de satisfaction de notre clientèle est bon peu importe notre typologie de produit. Toutefois, on note des préférences variant d'une catégorie de produit à une autre. De notre catalogue de produits, nos articles High-Tech ont plus de succès que les autres, donc les plus enclins à être recommandé (soit 35,74 %). Notre gamme de produit qui rencontre le moins de succès est celui du catalogue de maison (soit 25,37%) dernière ceux de loisirs et d'alimentation (soit respectivement 30,85 % et 30,53%). Cette situation nous oblige à revoir nos efforts pour rehausser notre image et nos catalogues de produits.

Graphique 9 : Comparaison des probabilités de recommandation de chaque catégorie de produit



Graphique 10 : Comparaison de la probabilité de recommandation de BestMarket par canal de réponse



L'écriture de la requête est la même que celle précédente en remplaçant juste par le « Libelle_source ». Les résultats sont similaires au premier commentaire, mais dans ce cas, ce sont les personnes ayant répondu par téléphone qui recommande le plus notre chaîne de magasin.

III- Nouveaux axes d'analyses

1. Top 20 des produits de meilleure qualité

Cet indicateur permet d'identifier les catégories de produits ou les produits sur lesquels on peut déjà fidéliser la clientèle dans le but d'avoir des ambassadeurs indirects. Nous avons porté notre attention sur lui, car aucune vision n'était donnée à la qualité des produits sur les questionnements d'Olivier dans ces indicateurs.

Requête de calcul :

```
Select P.titre_produit, round(avg(R.note),2) as moyenne
From retour_client R, produit P
Where R.cle_produit = P.cle_produit
and (Lower(R.libelle_categorie) like '%produit%')
group by P.titre_produit
Order by moyenne desc
Limit 20;
```



```

201 /* Top 20 des produits de qualités*/demo
202 SELECT P.titre_produit, round(avg(R.note),2) AS moyenne
203 FROM retour_client R, produit P
204 WHERE R.cle_produit = P.cle_produit
205        AND (Lower(R.libelle_categorie) LIKE '%produit%')
206 GROUP BY P.titre_produit
207 ORDER BY moyenne DESC
208 LIMIT 20;

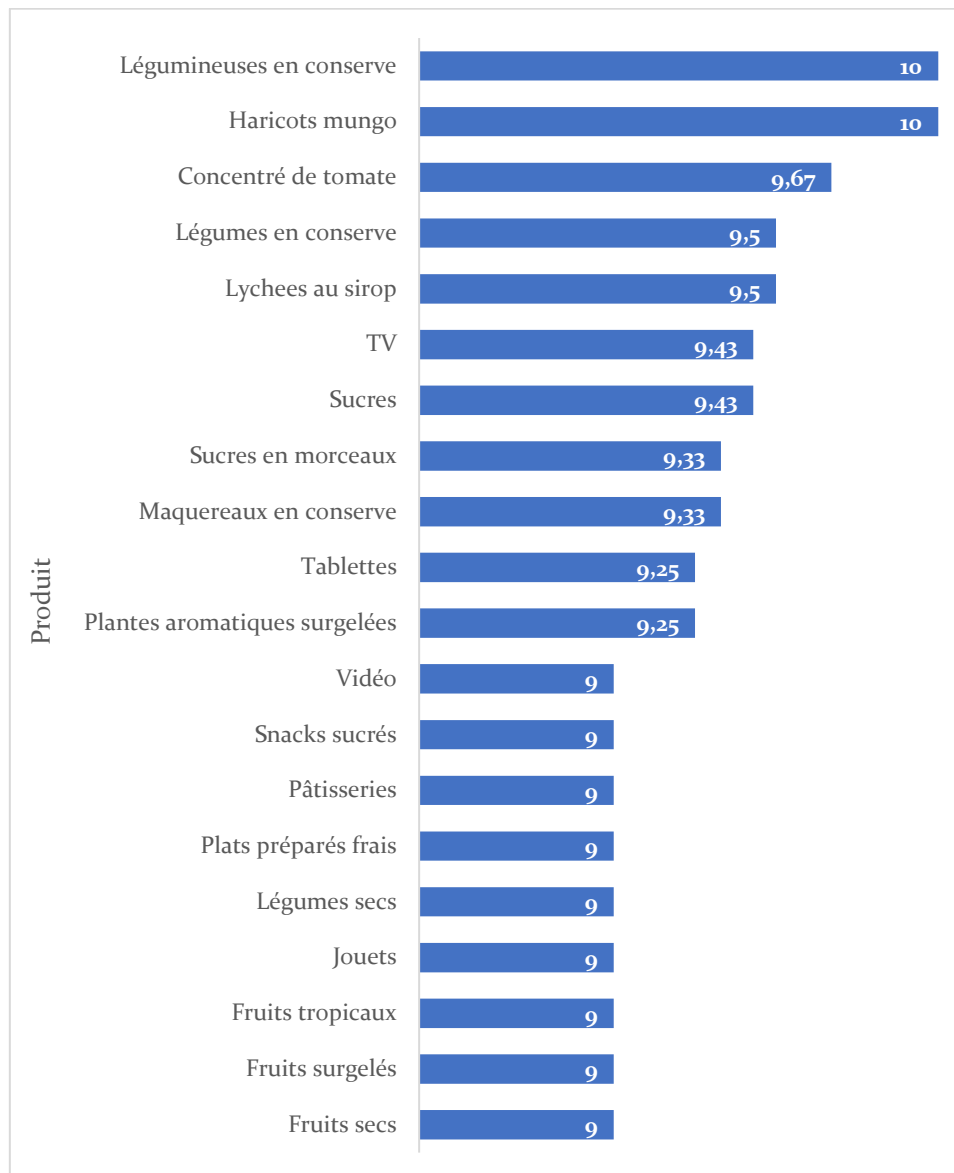
```

titre_produit	moyenne
Légumineuses en conserve	10
Haricots mungo	10
Concentré de tomate	9.67
Légumes en conserve	9.5
Lychees au sirop	9.5
TV	9.43
Sucres	9.43
Sucres en morceaux	9.33
Maquereaux en conserve	9.33
Tablettes	9.25
Plantes aromatiques surgelées	9.25
Vidéo	9
Snacks sucrés	9
Pâtisseries	9

Commentaire : Sans nulle autre surprise, l'alimentaire est surreprésenté dans la catégorie de produit de qualité. Dans cette catégorie, ce sont les produits manufacturés qui priment sur les autres catégories de produits. Toutefois, deux (02) phares de la gamme High-Tech ont pu se positionner dans le top 10 en raison de leur popularité.

¹ Veuillez m'excuser pour les caractères non reconnus par l'outil Online SQLite en raison de l'encodage

Graphique 11: Top 20 des produits jugés de meilleure qualité



2. Taux de satisfaction client par service proposé (CSAT)

Cet indicateur permet de jauger les différents services que propose l'enseigne, afin d'identifier ceux ou celui en peine. Dans ce cadre, il permet d'identifier une marche à suivre pour dynamiser ce dernier.

Requête de calcul :

```
Select libelle_categorie, Round (Avg(Note),2) as Moyenne_Service
From retour_client
Group by libelle_categorie
Order by Moyenne_Service desc ;
```



```

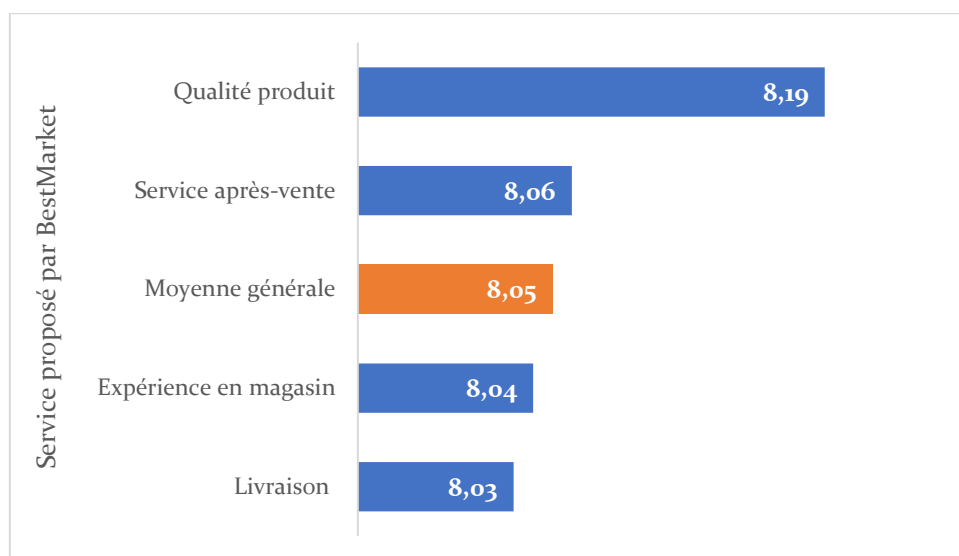
193 /* TAUX DE SATISFACTION CLIENT PAR SERVICE*/
194
195 SELECT libelle_categorie, Round(Avg(Note),2) AS Moyenne_Service
196 FROM retour_client
197 GROUP BY libelle_categorie
198 ORDER BY Moyenne_Service DESC ;

```

libelle_categorie	Moyenne_Service
qualité produit	8.19
service après-vente	8.06
expérience en magasin	8.04
livraison	8.03
drive	7.94

Commentaire : Une rapide comparaison des différents services de notre enseigne, notre clientèle est plus attirée par le fait que nous proposons des produits de meilleures qualités. Cependant, ils jugent nécessaire de fournir des efforts sur nos services d'expérience magasin, de Livraison et de Driven. Car ses derniers ont du mal à dépasser la moyenne générale qui est de 8,6 /10.

Graphique 12: Satisfaction des clients selon le service qui leur a été proposé



3. Taux de digitalisation de l'enseigne

Cet indicateur permet de voir la représentation de notre enseigne sur les plateformes de communication (courriel, téléphone, internet et réseaux sociaux).

Requête de calcul :

```

Select libelle_source, Count (*)
From retour_client
Group by libelle_source ;

```

```

213 /* Taux de digitalisation*/
214 SELECT libelle_source, COUNT(*)
215 FROM retour_client
216 GROUP BY libelle_source
217

```

libelle_source	COUNT(*)
email	1032
réseaux sociaux	998
téléphone	970

Commentaire : On observe un certain équilibre même s'il semble être fragile. Les réponses sur l'avis des clients proviennent principalement des courriels (Email), suivis de près par les réseaux sociaux et pour finir par les téléphones.

Graphique 13 : Répartition des réponses par canal de communication

