



Expression des besoins

Titre du projet	Satisfaction clients
Contact Business	Olivier responsable du service client

Version	Auteur	Description	Date
V1	Loïc Stéphane BAMENOU	Identification des aspects et des contours du projet sur la satisfaction des clients	22.01.2024

Contexte du projet
<p>Ce projet consiste à produire un outil ou un rapport visant à conseiller la direction sur la manière dont ils peuvent améliorer l'expérience client. Ces travaux visent construire une stratégie permettant de trouver de nouvelles réponses aux besoins sans cesse croissantes de la clientèle à partir de KPI.</p> <p>Ce projet mobilise des données provenant de plusieurs sources retraçant l'ensemble des besoins des clients (réclamation, suggestions et compléments d'informations). Dans ce but, une liste d'indicateurs a été rédigé pour définir le canevas idéal pour son déroulement. La mise en place d'un spécifique appelé NPS (Net Promoter Score) pour évaluer la satisfaction des clients selon leur catégorie, ou l'article.</p> <p>A l'issu de ce projet, nous devons développer d'autres axes d'analyses pour compléter la vision globale de la satisfaction des clients. L'ensemble de ces travaux à pour principal enjeu de faire revenir les clients dans nos magasins.</p>



Expression des besoins

Dans le but de concrétiser notre projet, un ensemble de 13 indicateurs bases qui ont été défini pour analyser les retours des clients :

- Dénombrer le nombre de retours clients sur la livraison
- Lister les notes des clients sur les réseaux sociaux sur les TV
- Déterminer la note moyenne pour chaque catégorie de produit
- Déterminer le top 5 des magasins avec les meilleures notes
- Déterminer le nombre de magasins avec plus de 12 feedbacks (retours clients) sur le drive
- Etablir le classement des départements par note
- Déterminer la typologie de produit qui a le meilleur service après-vente
- Déterminer la moyenne sur l'ensemble des boissons
- Etablir le classement de jours de la semaine avec la meilleure expérience magasin
- Déterminer le mois avec le plus de retours clients sur le service après-vente
- Déterminer le pourcentage des recommandations clients
- Déterminer les magasins avec une note inférieure à la moyenne
- Déterminer les typologies produites qui ont amélioré leur moyenne entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre 2021.

En plus de tous ces indicateurs donnant une vision sur les produits phares pour lesquels les clients ont donné leur appréciation, nous porterons notre regard sur quelques autres axes d'analyse qui pourraient être :

- *Le taux de digitalisation de l'entreprise* : Cet indicateur vise à mesure la présence de l'entreprise via les canaux digitaux. Il consiste à analyser le nombre de contacts par canal, afin de mesurer la proportion de contacts traités par canaux digitaux.
- *Le top 20 des produits de qualités* : Cet indicateur vise dénombrer le type mais aussi la catégorie de produit jugé de bonne qualité par la clientèle, afin de faire de pousser l'enseigne à être une référence de ce produit ou de cette gamme de produit. Elle consiste à évaluer la note moyenne attribuée à un produit ou à sa gamme.
- *La segmentation du client via la Méthode RFM (Récence, Fréquence et Montant)* : Cet indicateur de scoring qui consiste à attribuer un système de points selon les achats répétés. Il permet de construire des ensembles selon la typologie de notre clientèle dans le but se segmenter la stratégie client selon leurs ensembles. Comme son nom l'indique, il prend en compte trois (03) paramètres (citer plus haut). Toutefois, on peut remplacer le paramètre montant par le nombre de clics sur la plateforme du commerçant ou de l'enseigne. Sa principale limite c'est qu'elle n'est pas figée dans le temps et quelle évolue constamment Ce



type de segmentation vous sera très utile lorsque vous aurez à faire des ciblages de fidélisation ou raisonner en probabilité d'achat.

Attention : Cette nouvelle vision sur la segmentation de la clientèle ne pourra pas être développé en raison du manque d'information sur le montant des achats ;

- Le taux de satisfaction client sur les services proposés (CSAT) : Calculé en utilisant les notes attribuées par les clients sur les services du magasin. Cela peut être une mesure globale de la satisfaction ou des scores spécifiques à chaque service.

Tous ces indicateurs ne peuvent pas être exploré sans calculer l'un des KPI clé de la satisfaction client à savoir le Net Promotor Score communément appelé le NPS. Cet indicateur consiste à mettre en confrontation un produit ou une catégorie de produit au travers des appréciations favorables de celles-ci contre ses appréciations négatives. De manière plus simple, il s'agira de faire la différence de la part des notes plus fortes (8 et plus) moins celles des notes plus faibles (0 à 6) par rapport à une base de 10. Dans notre projet, nous allons principalement nous intéresser au NPS général et à celui par rapport aux canaux digitaux utilisés par notre clientèle.

Exigences

Après une analyse des propos de Olivier (Responsable du service clientèle) et de l'ensemble des informations misent à ma disposition, j'ai relevé un certain nombre d'exigences ou de limites s'imposant à moi avec ma documentation actuelle. Voici une liste des exigences nécessaire pour le bon déroulement du projet :

- Contraintes techniques sur la base de données du projet :
 - Incohérence des données sur la variable « Recommandation » ;
 - Indisponibilité du volet localisation de la chaîne de magasin ;
 - Absence de délimitation géographique de la couverture du projet ;
 - Complément de données sur le montant des achats ou encore sur le nombre de clics dans le but de procéder la segmentation de notre clientèle ;
- Nécessité d'un référent du service clientèle pour une initiation au vocabulaire ;
- Temporalité du déroulement du projet et date limite ;
- Définition des objectifs spécifiques ;
- Définition de la méthodologie de travail et établissement du calendrier des étapes ;
- Définition des outils du projet tout en respectant la charte du service data (autrement dit outils autorisés) ;