



Interrogez une base de données avec SQL pour suivre la satisfaction client

Djibril Soumare

Mai 2023

Contexte

BestMarket, une entreprise de la grande distribution. L'entreprise souhaite utiliser les données des retours et avis de ses clients pour améliorer la qualité de son réseau de magasins.

L'entreprise reçoit fréquemment des réclamations, des suggestions ou des demandes d'informations, avec des exigences de plus en plus importantes. Cependant, les retours clients proviennent de différentes sources, et les équipes ont du mal à s'y retrouver.

C'est ainsi que cette mission de Business Intelligence Analyst est mise en place pour déployer une stratégie qui permet aux clients d'obtenir la meilleure expérience possible, afin qu'il ait envie de revenir dans les magasins.

Pour cela, le Business Intelligence Analyst devra synthétiser les besoins du service client, regrouper les données dans une base de données et les analyser pour répondre aux questions du responsable du service client.

I. Méthodologie suivie



Cette étape consiste à décrire l'ensemble des démarches effectuées pour réaliser ce projet

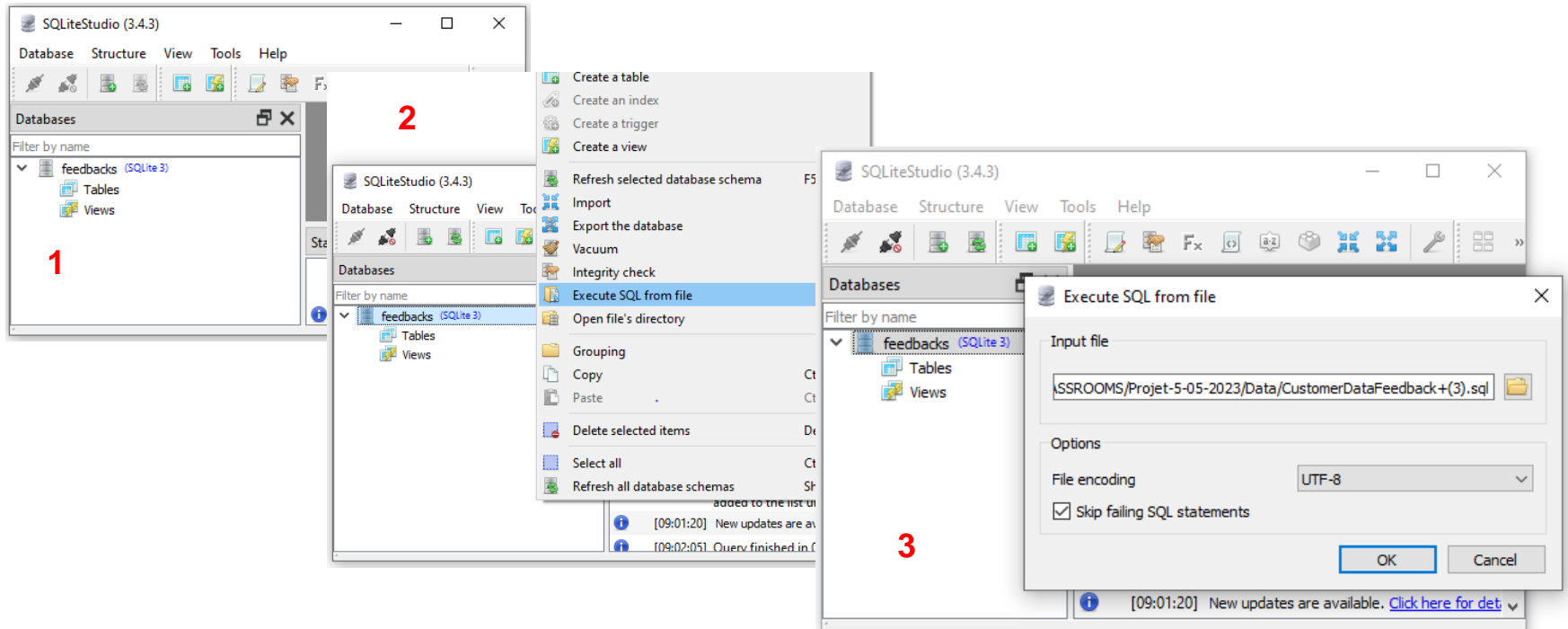
1. Expression des besoins

La liste des besoins est établie à partir des questionnements lors de réunion techniques entre la directrice technique, le responsable de service marketing et le business Analyst.

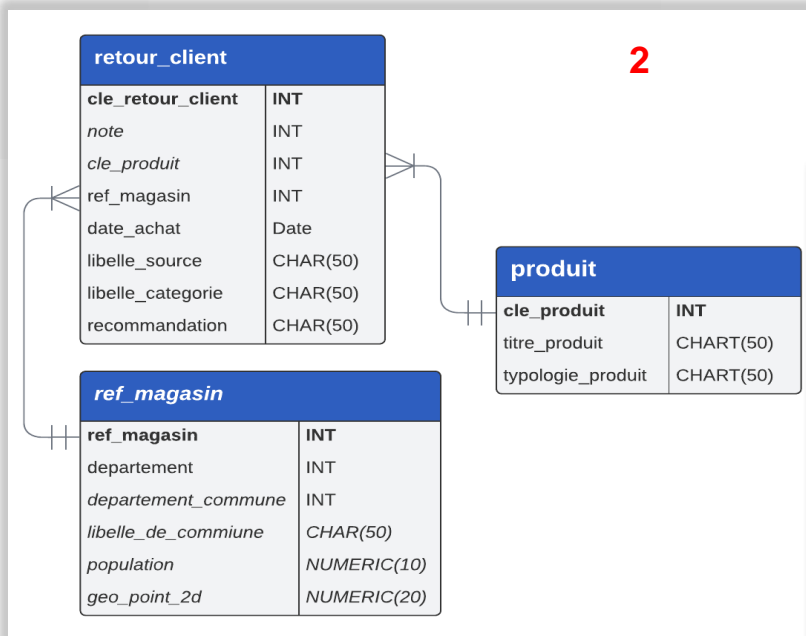
- *13 questions reformulées en besoins*
- *Des analyses supplémentaires*

2. Chargement de la base de données

- Les données sur le retour des clients ont été stockées dans le fichier `CustomerDataFeedback.sql`, sous forme d'une syntaxe.



3. Mise à jour du modèle de données et dictionnaire de données

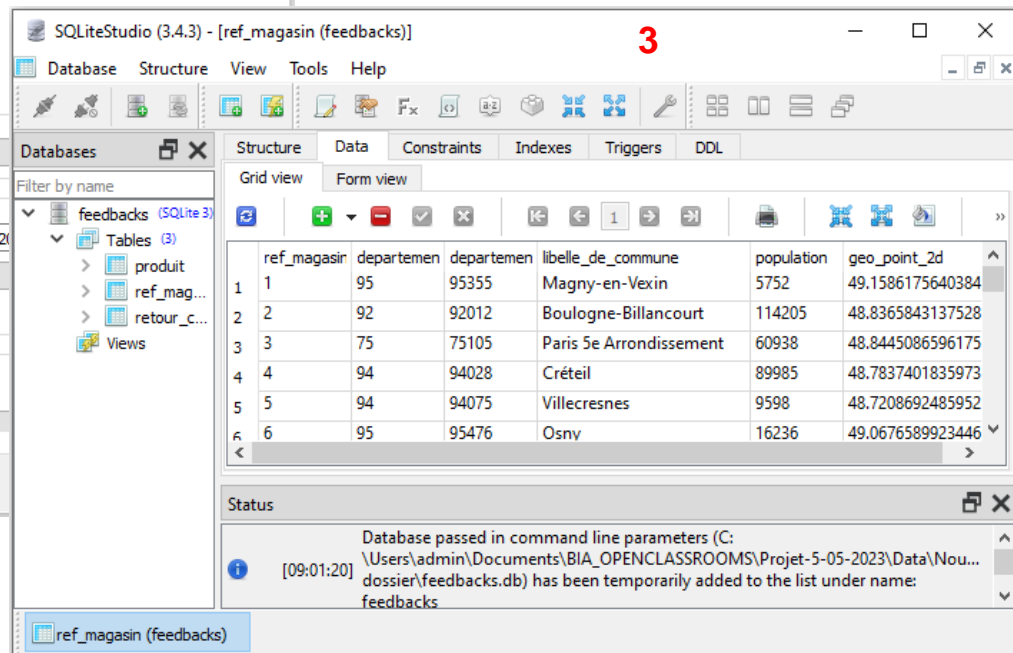
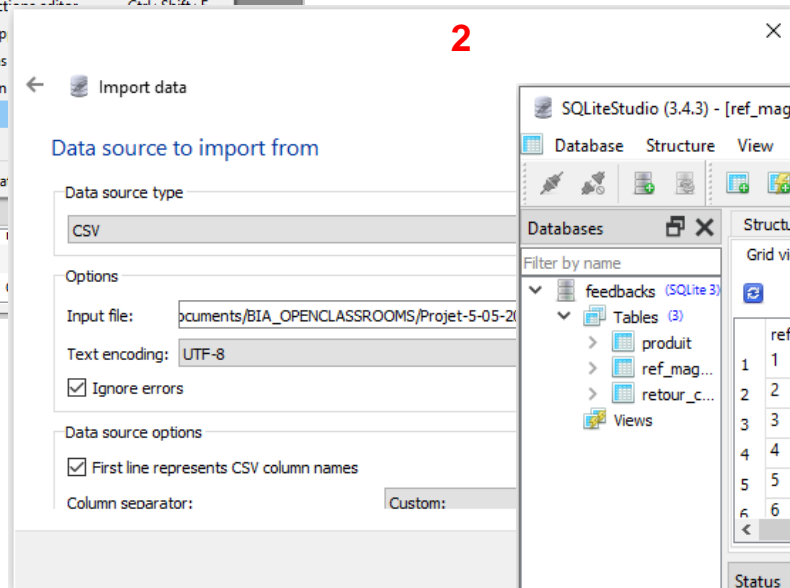
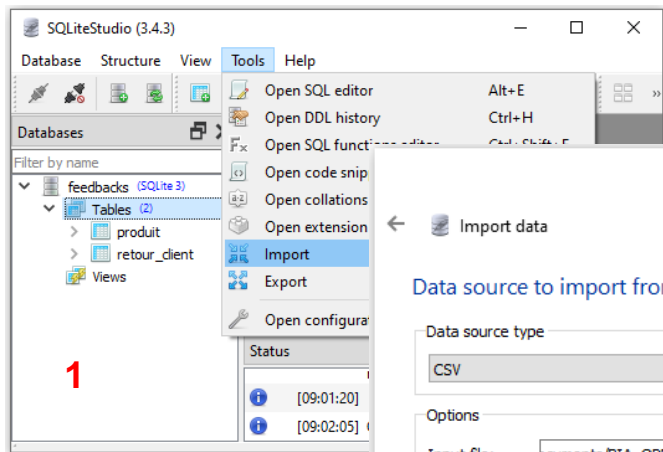


- Pour assurer la gestion efficace et la cohérence de données,
Il est nécessaire de mettre à jour le différents supports.
- La nouvelle table permet de répondre à certains besoins
Exprimés (ref_magasin)

3

Nom des champs	Type de données	Taille	Contrainte	Description	Table
cle_retour_client	INT		Clé primaire	Id unique pour les retours clients	retour_client
note	INT	2		Note donnée par le client, comprise entre 0 et 10, la note est la réponse à la question : "Sur une échelle de 0 à 10 quelle est la probabilité que vous recommandiez notre entreprise à votre entourage ?"	
date_achat	DATE			Date à laquelle l'achat du client a eu lieu	
libelle_source	CHAR	50		ref_magasin	
libelle_categorie	CHAR	50		après-vente, qualité produit, expérience en magasin, livraison)	
cle_produit	INT		Clé étrangère	Id unique pour les produits	
ref_magasin	INT		Clé étrangère	Id unique pour chaque magasin	
recommandation	BOOL			Recommandation laissée par le client à la question 'Recommandez vous l'entreprise?' True / False	produit
cle_produit	INT		Clé primaire	Id unique pour les produits	
titre_produit	CHAR	50		Libellé des produits	
typologie_produit	CHAR	50		Typologie des produits (Alimentaire, High-tech etc...)	
ref_magasin	INT		Clé primaire	Id unique pour chaque magasin	ref_magasin
departement	INT			Code département	
departement_commune	INT			Code département concaténé de code commune	
libelle_de_commune	CHAR	50		Libellé de la commune	
population	NUMERIC	10		Population	
geo_point_2d	NUMERIC	20		coordonnées géographiques des magasins	

4. Mise à jour de la base de données



II. Cohérence des données

S'agissant de la cohérence des données de la base de feedbacks, voici quelques étapes suivies:

- *Vérification de la structure des données : pour s'assurer que tous les champs nécessaires sont présents*
- *Validation des formats et des types de données : Voir que les données des feedbacks sont stockées dans les formats et types de données appropriés. Les dates doivent être stockées dans le bon format, les valeurs numériques doivent être correctes.*
- *Vérification de l'intégrité des données : Pour être sûr que les données sont complètes et qu'il n'y a pas de valeurs manquantes ou vides.*
- *Détection des doublons : Recherchez les doublons potentiels dans la base de données des feedbacks.*
- *Vérification des relations et des liens : afin de s'assurer que la base de feedbacks contient des relations entre différentes entités (retour_client, produit, ref_magasin), vérifiez si ces relations sont correctes et cohérentes.*

III. Analyse de la satisfaction client

Analyse concerne la présentation des résultats obtenus à partir des requêtes réalisées permettant de répondre aux besoins exprimés par la direction de Best Market.

- Nombre de retour client sur la livraison est de 639 sur les 3000 retours soit 21,3 %
- Notes des clients sur les réseaux sociaux sur les TV
- Produits dont note moyenne améliorée entre trimestre 1 et 2
- Type produit avec meilleure service après vente

note	libelle_source	titre_produit
8	réseaux sociaux	TV
9	réseaux sociaux	TV
10	réseaux sociaux	TV
10	réseaux sociaux	TV

typologie_produit	moyenne_trimestre1	moyenne_trimestre2
Alimentaire	7,99	8,07
Loisirs	7,99	8,35

- Note moyenne pour chaque catégorie de produit

typologie_produit	note_moyenne
High-Tech	8,16
Loisirs	8,09
Alimentaire	8,04
Maison	7,85

typologie_produit	moyenne_note
Loisirs	8,51

III. Analyse de la satisfaction client

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

mois_annee	moyenne_note_service_apres_vente
12	8,58

- Le classement de jours de la semaine ou l'expérience client est la meilleure expérience en magasin

jour_semaine	moyenne_note_experience_magasin
6	8,34
0	8,18
5	8,07
4	8,04
3	7,99
2	7,95
1	7,74

- Note moyenne par magasin

ref_magasin	note_moyenne
75	8,73
78	8,55
62	8,5
23	8,48
19	8,45

- Note moyenne par département

departement	note_moyenne
95	8,14
75	8,11
94	8,06
91	8,05
77	8,04
92	8,03
78	8,02
93	7,94

segment	nbre_retour_segment
détracteurs	9
passifs	50
promoteurs	40

Le niveau de satisfaction des clients, NPS (Net Promoter Score) est 30%.

Recommandation

Au regard de résultats obtenus, les notes de la satisfaction client tournent autour de 8 point en moyenne sur plusieurs aspects d'analyse.

On constate que la moitié des notes de retours clients sont dans les passifs , par conséquent, on doit chercher à analyser les commentaires, les plaints pour identifier et comprendre pourquoi ils n'ont eu meilleure expérience et corriger.

Pour mieux hisser le NPS, les magasins ayant eu de proportion importante de détracteurs et des passifs doivent être identifiés et les proposer des stratégies permettant d'améliorer leur service avec les clients.

Analyser les retours des clients concernant la qualité des produits vendus par le BestMarket. Examiner les plaintes liées à des défauts de fabrication, des produits endommagés ou des erreurs dans les commandes. Identifier les problèmes récurrents et mettre en place des mesures pour améliorer la qualité des produits.

Exemple en renforçant les contrôles de qualité ou en travaillant avec des fournisseurs plus fiables.

Examiner les retours des clients concernant l'expérience de livraison, notamment la ponctualité, l'état des colis à l'arrivée et l'interaction avec les livreurs. Identifier les problèmes tels que les retards fréquents, les colis endommagés ou les difficultés de suivi des commandes. Trouver des moyens d'améliorer l'expérience de livraison, par exemple en travaillant avec des transporteurs plus fiables ou en offrant des options de suivi en temps réel.