

Expression des besoins

Titre du projet	RetailInsight360
Contact Business	<i>Olivier X – Responsable du Service Client</i>

Version	Auteur	Description	Date
V1	J. PAOLI	<i>Business Intelligence Analyst</i>	03.2025

Contexte du projet
<p>L'objectif principal du projet est d'analyser les retours clients afin d'améliorer l'expérience client des magasins BestMarket.</p> <p>Pour cela l'équipe du Service Client veut pouvoir analyser les attentes et frustrations des clients, afin de déployer des actions ciblées pour renforcer la satisfaction et la fidélisation.</p> <p>Seul problème, actuellement, les équipes rencontrent des difficultés à exploiter efficacement ces données car elles sont nombreuses et ont des provenances diverses (réseaux sociaux, e-mails, application mobile, feedbacks téléphoniques)</p>

Expressions des besoins
1. Indicateurs de Retour et Volume de Feedback



- **Mesurer le nombre de retours clients sur la livraison** afin d'identifier les éventuels problèmes liés à ce service.
- **Analyser le volume de retours clients par source** (réseaux sociaux, e-mails, téléphone, application mobile) pour comprendre leur répartition.
- **Identifier les 5 magasins recevant le plus de feedbacks** pour analyser les raisons de cette concentration.
- **Repérer les magasins ayant plus de 12 feedbacks sur le drive** afin de détecter d'éventuelles problèmes ou bonnes pratiques spécifiques à ce service.
- **Trouver le pourcentage de recommandations clients** afin de savoir si les clients sont satisfaits et représentent une bonne proportion de promoteurs

2. Indicateurs de Satisfaction et Classements

- **Analyser les notes attribuées par les clients sur les réseaux sociaux concernant les TV** pour évaluer leur satisfaction.
- **Calculer la note moyenne pour chaque catégorie de produit et établir un classement** du meilleur au moins bien noté et ajuster nos stocks/commandes
- **Identifier les 5 magasins ayant les meilleures notes moyennes** pour comprendre les bonnes pratiques de ces magasins
- **Repérer les magasins ayant une note inférieure à la moyenne** afin de cibler les magasins nécessitant une intervention/ un réajustement
- **Établir un classement des départements en fonction de leur note moyenne** pour comparer les performances régionales.
- **Déterminer la typologie de produit offrant le meilleur service après-vente** en fonction des retours clients.
- **Calculer la note moyenne sur l'ensemble des boissons** afin d'évaluer les meilleurs produits/ catégories de produits
- **Identifier les typologies de produits ayant amélioré leur note moyenne entre le 1er et le 2^e trimestre 2021** pour mesurer l'impact des actions correctives.

3. Indicateurs de Temporalité et Expérience Client

- **Classer les jours de la semaine où l'expérience client est la meilleure en magasin** afin de comprendre pourquoi et prendre des mesures afin d'optimiser ces jours ou d'aligner tous les autres
- **Déterminer le mois comptabilisant le plus de retours sur le service après-vente** pour anticiper les périodes de tension.

4. Net Promoter Score (NPS)

- **NPS global** : Mesurer la satisfaction client en soustrayant le pourcentage de détracteurs au pourcentage de promoteurs.
- **NPS par source** (réseaux sociaux, e-mails, téléphone, application mobile, etc.) : Identifier la source où l'expérience client est meilleure ou la plus négative, afin de peut-être établir un profil (meilleure expérience des acheteurs en ligne qu'en magasin par exemple)

5. Proposition d'axe supplémentaires

- **Identifier les 10 produits avec les meilleures notes et les 10 plus mauvaises**



BestMarket

Afin de savoir sur quels produits concentrer les efforts ou au contraire supprimer ou changer

- **Classement des magasins dans les communes les plus peuplées** afin de savoir sur quels magasins concentré les actions et où elles auront le plus d'impact

Exigences

1. Exigences Techniques

- **Base de données SQL** centralisant les retours clients par source et **respectant le RGPD** : Anonymisation des commentaires et protection des données personnelles.
- **Capacité de stockage et de traitement** suffisante pour gérer un volume élevé de retours.
- **Automatisation des imports et analyses** pour optimiser l'exploitation des données.
- **Outil BI (Power BI, Tableau, Excel avancé)** pour visualiser et analyser les indicateurs clés

2. Exigences Humaines

- **Équipe Data** : Structuration des données, analyse et création des tableaux de bord.
- **Équipes dédiées par source** au niveau du Service client (réseaux sociaux, e-mails, téléphone, application mobile, en magasin) pour assurer la collecte, le tri et le suivi des feedbacks sans dispersion.

3. Exigences Temporelles

- **Suivi régulier des retours clients** pour adapter les analyses aux besoins du service client. Une mise à jour et une analyse doivent pouvoir être faite tous les mois à minima
- **Respect de la date de fin de projet** les analyses doivent être réalisées et présentées avant la fin du mois suivant cette réunion