

Avis Clients dans le Secteur Hôtelier, comment les exploiter?

March 22, 2025

Contexte

Les hôtels reçoivent quotidiennement de nombreux avis clients via différentes plateformes en ligne. La compréhension et l'analyse de ces avis sont essentielles pour identifier les points forts et les axes d'amélioration du service. Une question clé se pose : comment classer ces avis pour en extraire des tendances exploitables par la direction ?

Problématique

Le marché hôtelier évolue et les attentes des clients changent rapidement. L'entreprise souhaite adapter son positionnement et ses services en fonction des tendances émergentes détectées dans les avis clients. Cette classification aidera à orienter les décisions stratégiques pour améliorer la satisfaction client.

Données Disponibles

Le fichier fourni contient des avis clients collectés sur plusieurs mois, avec les variables suivantes :

- Identifiant de l'avis (qualitatif)
- Note globale attribuée (quantitatif)
- Nombre de mots dans l'avis (quantitatif)
- Présence de mots-clés positifs (oui/non, qualitatif)
- Présence de mots-clés négatifs (oui/non, qualitatif)
- Type de séjour (affaires, tourisme, événement, etc., qualitatif)
- Durée du séjour (quantitatif)
- Réservation effectuée en ligne ou en agence (qualitatif)
- Nationalité du client (qualitatif)
- Fréquence des séjours dans l'hôtel (quantitatif)

Barème

- Présentation du fichier, nettoyage éventuel, analyse préalable : 4 points
- Choix des variables avec justifications : 4 points
- Mise en oeuvre des classifications : 4 points
- Comparatifs graphiques et numériques des classifications : 4 points
- Prise de décision : meilleure classification, comparatif des sous-populations, propositions de segmentation, data analyse personnelle, initiative: 4 points