

RAPPORT D'ANALYSE DE BESTMARKET

Présenté par : MILAINE GUIAGAING

Date: 07/09/2023

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT AU SEIN DES MAGASINS.



ENJEUX ET OBJECTIFS

- I. IMPORTER LES DONNÉES DANS LE SGBDR
- I. PRÉSENTER LE SCHÉMA DE LA BASE DE DONNÉES ET LE DICTIONNAIRE
- III. PRÉSENTER LA BASE DE DONNÉES AARGÉE
- IV. RÉSULTATS D'ANALYSE
- v. COHÉRENCE DES DONNÉES CONCLUSION

2

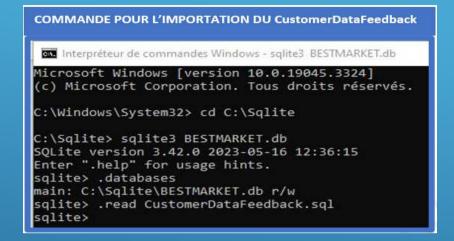
I. IMPORTATION DES DONNEES

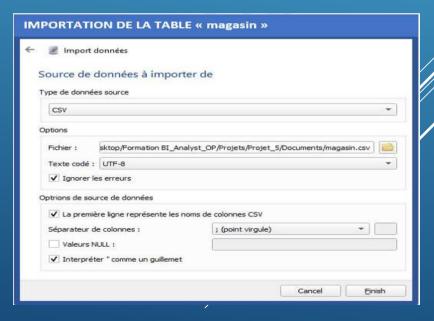
CustomerData Feedback

- Création de la base de données BESTMARKET dans SQLite Studio;
- Rédaction d'une requête dans l'interpréteur de commandes Windows pour importer le fichier.

Magasin

- Nettoyage des données dans Power Query;
- Transformation du fichier ref_magasin.xlsx au format CSV;
- Importation dans SQLite Studio.





II. SCHEMA DE LA BASE DE DONNEES ET DICTIONNAIRE

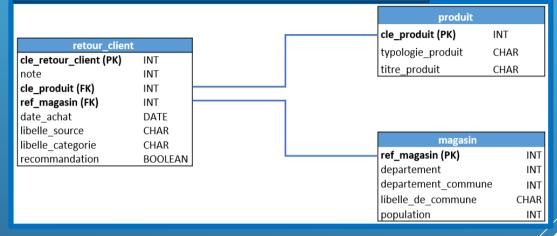
Spécifier la clé primaire de chaque table

Spécifier les clés étrangères ainsi que les tables référentes

Modifier le dictionnaire de données en indiquant les types de données

Préciser le contraintes sur les champs

SCHEMA DE LA BASE DE DONNÉES

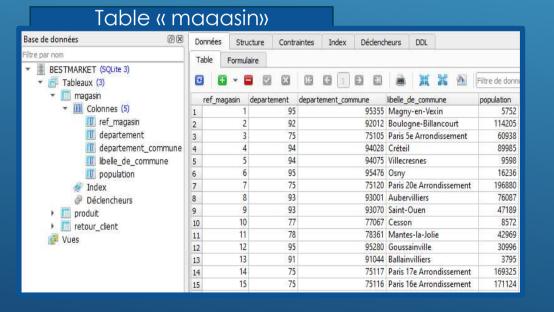


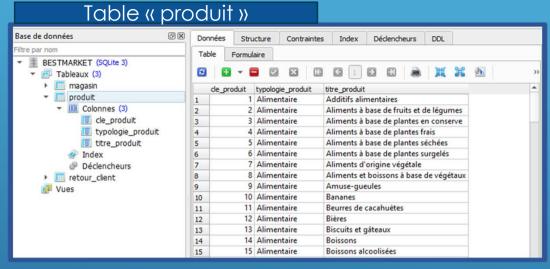
DICTIONNAIRE DE DONNÉES

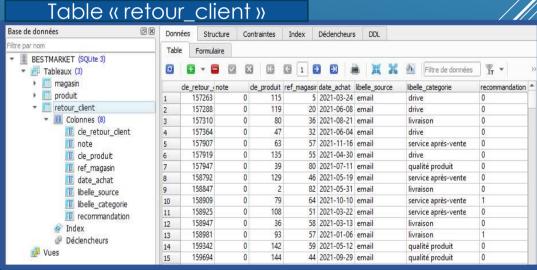
Nom du champs	Type de données	Taille	Contrainte	Description	Table
cle_retour_client	INT		Clé primaire (PK)	ld unique pour les retours clients	
				Note donnée par le client, comprise entre 0 et 10, à la question : "Sur une échelle de 0 à 10 quelle	
note	INT		NOT NULL	est la probabilité que vous recommandiez notre entreprise à votre entourage ?"	
cle_produit	INT		Clé étrangère (FK)	id unique pour les produits, référence la table produit	
ref_magasin	INT		Clé étrangère (FK)	Id unique pour chaque magasin, référence la table magasin	
date_achat	DATE		NOT NULL	Date à laquelle l'achat du client a eu lieu	retour_client
libelle_source	CHAR	50	NOT NULL	Libellé de la source d'où provient le retour client (Réseaux sociaux, téléphone, email)	
				Libellé de la catégorie du retour client (Drive, service après-vente, qualité produit, expérience en	
libelle_categorie	CHAR	50	NOT NULL	magasin, livraison)	_
recommandation	BOOLEAN			Recommandation laissée par le client à la question 'Recommandez vous l'entreprise?' True / False	
cle_produit	INT		Clé primaire (PK)	Id unique pour les produits	
titre_produit	CHAR	50	NOT NULL	Libellé des produits	produit
typologie_produit	CHAR	50	NOT NULL	Typologie des produits (Alimentaire, High-tech etc)	
ref_magasin	INT		Clé primaire (PK)	Id unique pour chaque magasin	
departement	INT		NOT NULL	Code du departement de l'adresse du magasin	
departement_commune	INT		NOT NULL	Code de la commune du magasin	magasin
libelle_commune	CHAR	50	NOT NULL	Libellé de la commune de l'adresse du magasin	
population	INT		NOT NULL	Population du département	

D6/09/2023

III. PRÉSENTATION DE LA BASE DE DONNÉES CHARGÉE







SESTMARKET - GTMS 06/09/2023

IV. RESULTATS (1/3)

Nombre de retours client sur les livraisons-

Categorie Nombre livraison 639

Liste des notes des clients sur les réseaux sociaux sur les TV

titre_produit	note	
TV		8
TV		9
TV		10
TV		10

Note moyenne pour chaque catégorie de produit

typologie_produit	Note_moyenne
High-Tech	8.16
Loisirs	8.09
Alimentaire	8.04
Maison	7.85

Les cinq magasins avec les meilleures notes moyennes

ref_magasin	Note_moyen
	ne
75	8.73
78	8.55
62	8.5
23	8.48
19	8.45

Note moyenne sur l'ensemble des boissons

titre_produit	Note_moyenne
Boissons	8.32

RESULTATS (2/3)

Magasin ayant plus de 12 feedbacks sur le Drive

ref_magasin Nombre_de_Feed back_Drive

67 14
63 13
45 13

Classement des départements par note

95 (8.14)

75 (8.11)

94 (8.06)

91 (8.05)

77 (8.04)

92 (8.03)

78 (8.02)

93 (7.94)

BESTMAR



Samedi (8.34)

Dimanche (8.18)

Vendredi (8.07)

Jeudi (8.04)

Mercredi (7.99)

Mardi (7.95)

Lundi (7.74)

RESULTATS (3/3)

Magasins ayant une note inférieure à la moyenne

ref_magasin	Note_moyenne_magasin
60	7.38
81	7.44
82	7.53
46	7.56
55	7.59
24	7.62
80	7.62
8	7.66
44	7.67
74	7.7
57	7.73
76	7.74
68	7.79
66	7.82
18	7.83
25	7.83
51	7.84
54	7.84
65	7.85
63	7.86
20	7.87
33	7.89
34	7.89
6	7.9
14	7.9
58	7.9
13	7.92
45	7.93
64	7.93
79	7.95
38	7.97
53	7.97
73	7.97
7	8
59	8
47	8.03
3	8.04

Le mois avec le plus de retour sur le service après-vente

Mois Retour_service_ap
rès_vente

Octobre 55

Typologie de produit ayant amélioré leur moyenne

typologie_pro
duitMoyenne_Trimes
tre_1Moyenne_Trimes
tre_2Alimentaire7.998.06Loisirs88.34

Taux de satisfaction client pour chaque canal

libelle_source Satisfaction_client
téléphone 41.55
réseaux 41.08
sociaux
email 37.5

Le Net Promoter Score (NPS)

NPS 30.97 8

V. COHÉRENCE DES DONNÉES

Respecter les règles du RGPD en lien avec le traitement des données.

Rechercher les doublons et les valeurs aberrantes.

Utiliser des contraintes d'intégrité.

S'assurer de l'exactitude de la typologie des données.

Vérifier que les résultats obtenus correspondent aux résultats attendus.

CONCLUSION

Les résultats de cette analyse de données de satisfaction client montrent un taux de 40%.

Parmi les points positifs mis en évidence par les données, figure la qualité des produits appréciée par les clients.

Parmi les préoccupations se trouve le Drive avec seulement 03 magasins ayant un feedback supérieur à 12.

L'entreprise devrait mettre en place un système de retour d'information des clients plus efficace, qui permettra de suivre et de résoudre rapidement les problèmes rencontrés. En recueillant régulièrement les commentaires des clients, elle pourra également identifier des tendances récurrentes et prendée des mesures préventives pour éviter les problèmes futurs.