

Expression des besoins

Projet 5 : interrogez une base de données SQL pour suivre la satisfaction client

Contact business : Olivier, responsable Service clients

Auteur : Sofiane AYOUB, Business intelligence analyst

Date : 11/12/2023

CONTEXTE DU PROJET

L'objectif consiste à conseiller la direction sur la manière dont l'entreprise pourrait **améliorer l'expérience client**. Chaque jour, des consommateurs sollicitent le service client pour des réclamations ou des demandes d'information avec des exigences de plus en plus importantes. Par conséquent il est impératif de déployer une stratégie améliorant la satisfaction client afin que ce dernier revienne dans nos magasins.

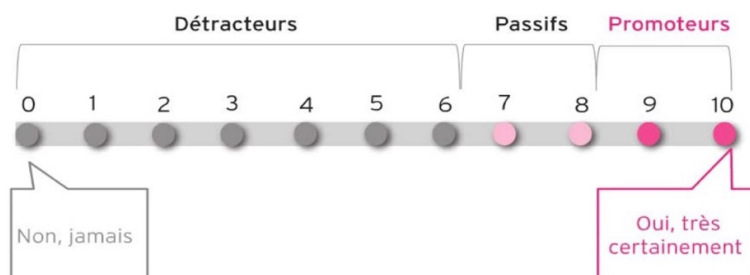
Les retours clients (**customer feedback**) proviennent de différentes sources : **réseaux sociaux, applications mobiles, contacts par téléphone, email**.

Or nous constatons que les équipes ont du mal à s'y retrouver. C'est la raison pour laquelle mon rôle d'analyste BI consiste à mettre en oeuvre une **stratégie de suivi de l'expérience client**, notamment grâce à la mise en place d'un indicateur de mesure, le **Net Promoter Score (NPS)** qui sert à évaluer la propension et la probabilité de recommandation d'une marque, d'un produit ou d'un service par ses clients.

Cet indicateur permet par un simple calcul de **mesurer la satisfaction et la fidélité d'un client à un moment T** et de suivre l'évolution du rapport client/marque. Cette évaluation se traduit par une note donnée par la clientèle en réponse à une unique question.

L'INDICATEUR D'ATTACHEMENT DES CLIENTS

« Sur une échelle de 1 à 10, dans quelle mesure recommanderiez-vous notre produit/service à une personne de votre entourage personnel/professionnel ? »



EXPRESSION DES BESOINS

Olivier, responsable Service clients, a exprimé ses besoins au travers d'une liste de demandes à laquelle je dois lui apporter des réponses. En effet nous souhaitons avoir davantage de précisions concernant les points suivants :

- Quel est le nombre de retours clients sur la livraison ?
- Quelle est la liste des notes sur les réseaux sociaux et les TV ?
- Quelle est la note moyenne pour chaque catégorie de produit ?
- Quels sont les 5 magasins avec les meilleurs notes moyennes ?
- Quels sont les magasins qui ont plus de 12 feedbacks sur le drive ?
- Quel est le classement des départements par note ?
- Quelle est la typologie de produit qui apporte le meilleur service après-vente ?
- Quelle est la note moyenne sur l'ensemble des boissons ?
- Quel est le classement des jours de la semaine où l'expérience client est la meilleure expérience en magasin ?
- Sur quel mois a-t-on le plus de retour sur le service après-vente ?
- Quel est le pourcentage de recommandations clients ?
- Quels sont les magasins qui ont une note inférieure à la moyenne ?
- Quelles sont les typologies produit qui ont amélioré leur moyenne entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre 2021 ?

EXIGENCES

L'indicateur NPS n'est pas suffisant pour analyser l'expérience client. C'est la raison pour laquelle il est important de proposer d'autres axes d'amélioration à partir de **KPI** (Key Performance Indicators) basés sur des **critères différents**. Le but étant de **combinaison** des **KPI transactionnels** (par ex. calculer le montant moyen d'une commande) et des **KPI relationnels** (par ex. mesurer le taux de satisfaction ou d'insatisfaction).

Les **paramètres mesurés** peuvent être :

- Le **chiffre d'affaires** (CA mensuel par ligne de produit, nombre de commandes, CA moyen par client) ;
- La **recommandation** (NPS) ;
- La **satisfaction** (taux de satisfaction global) ;
- Le **volume d'appels** (nombre d'appels entrants) ;
- L'**insatisfaction** (taux de réclamation, nombre de clients perdus) ;
- L'**efficacité du service** (temps d'attente au décroché, taux de demandes résolues en 1 appel, taux d'appels perdus).

Outre le NPS, nous pourrions par exemple mettre en place les KPI suivants :

- **CES (Customer Effort Service).** L'enjeu est la fidélisation des clients grâce à une relation fluide et simple, c'est-à-dire que les démarches, procédures et interactions sont facilitées. Comment l'utiliser ? Nous pouvons ajouter une question dans le questionnaire de satisfaction client.



- **Tableau de bord d'un service qualité sur la partie réclamation**

Suivi : quantité de réclamations Indicateur : taux de réclamations sur le total de prestations 	Suivi : gravité des réclamations Indicateurs : taux de réclamations critiques/nombre total de réclamations 	Suivi : réactivité de la première réponse Indicateur : taux de réclamations ayant fait l'objet d'une première réponse en 24 heures
Suivi : rapidité de traitement Indicateur : nombre moyen de jours de traitement 	Suivi : prestations ou produits les plus impactées Indicateurs : <ul style="list-style-type: none"> • Pareto des réclamations par produit et par cause de réclamations • Top 3 des produits/ services critiques 	Suivi : perception client Indicateurs : <ul style="list-style-type: none"> • Part de clients très satisfaits du traitement de leur réclamation • NPS® des personnes ayant formulé une réclamation
	Suivi : coûts des réclamations Indicateur : montant des indemnités et du traitement 	Suivi : étape du parcours les plus impactées Indicateur : Pareto, part de réclamations par étapes du parcours

LE PARETO DES RÉCLAMATIONS CLIENT

