

# Analyse de satisfaction des clients d'Olist

Étude comparative sur la période 2016-2018

Yohan Kasmi – Avril 2025



# Sommaire


- Contexte
- Problématique
- Outils utilisés
- Conclusion de l'analyse
- Recommandations



# Contexte

- Olist est implanté et n'opère qu'au Brésil.
- C'est une entreprise 100% numérique. En effet, les opérations commerciales sont entièrement gérées en ligne).
- Service e-commerce pour les vendeurs.
- Connecte les (petits) commerçants aux places de marché les plus importantes du Brésil (Amazon, Bahia, Walmart, ...).
- Offre des services de logistique et de gestion des stocks aux vendeurs.
- Ne vend rien directement aux consommateurs.

# Problématique

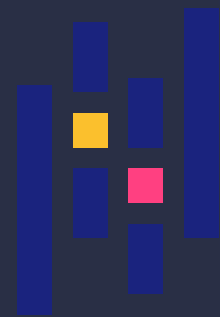


Objectif : Aider les chefs d'entreprise dans leur processus de prise de décision.  
Le PDG d'Olist, vous a chargé de donner un sens à l'ensemble des données afin de formuler des recommandations sur la question suivante :

**Comment accroître la satisfaction des clients d'Olist ?**



# Outils utilisés



Pandas



Power BI



Canva


Maintenant, place à la présentation du dashboard.



# Conclusion de l'analyse



L'analyse des données de satisfaction client d'Olist révèle une note moyenne de satisfaction de 4,09 sur 5 pour près de 100 000 commandes, ce qui témoigne d'un niveau globalement positif mais perfectible. La satisfaction varie selon plusieurs facteurs : le type de paiement, le statut de la commande, la catégorie de produit et la région. Les paiements par carte de débit génèrent la meilleure satisfaction (4,17), tandis que les commandes livrées obtiennent la note la plus élevée (4,16). Les catégories les plus vendues ne sont pas toujours celles qui obtiennent les meilleures notes de satisfaction, et certaines catégories peu vendues affichent pourtant des scores élevés. Enfin, pour le délai moyen de livraison, nous observons qu'il y a en moyenne un retard estimé à 9 jours, sur les 7827 commandes en retard (à noter que l'année 2017 est la seule année complète dans notre analyse).





# Recommandations



## 1. Optimiser la logistique et réduire les retards de livraison

- Poursuivre les efforts pour diminuer le retard moyen de livraison, en particulier pour les modes de paiement générant plus de délais (ex : voucher).
- Mettre en place un suivi proactif des commandes et informer les clients en cas de retard pour limiter l'insatisfaction liée à l'attente (si l'entreprise ne le fait pas déjà).

## 2. Adapter l'expérience client selon le type de paiement

- Favoriser et encourager l'utilisation des moyens de paiement associés à une meilleure satisfaction (carte de débit et crédit).
- Analyser les causes de moindre satisfaction pour les autres moyens de paiement et ajuster les processus en conséquence.

## 3. Améliorer la gestion des statuts de commande

- Travailler à la réduction des commandes annulées, non disponibles ou en attente de traitement, qui affichent les plus faibles notes de satisfaction.
- Renforcer la communication et la transparence sur le statut des commandes auprès des clients.



# Recommandations



## 4. Valoriser les catégories à forte satisfaction

- Mettre en avant les catégories de produits qui obtiennent les meilleures notes de satisfaction, même si elles sont moins vendues, pour attirer de nouveaux clients et fidéliser les existants.
- Identifier et corriger les points faibles des catégories les plus vendues mais moins bien notées.

## 5. Approche régionale

- Adapter les actions d'amélioration en fonction des régions où la satisfaction est la plus faible, en tenant compte des spécificités locales identifiées sur la carte de satisfaction.

## 6. Collecte et analyse continue des retours clients

- Mettre en place des enquêtes régulières et des analyses qualitatives pour mieux comprendre les attentes et les sources d'insatisfaction.

En appliquant ces recommandations, Olist pourra non seulement accroître la satisfaction de ses clients, mais aussi renforcer sa compétitivité et sa fidélisation sur le marché.





Merci pour votre attention.

Des questions ?