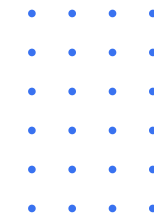


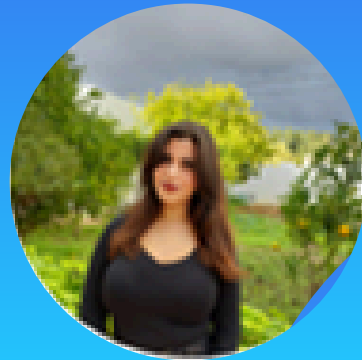


Restaurant Ratings



Team Members

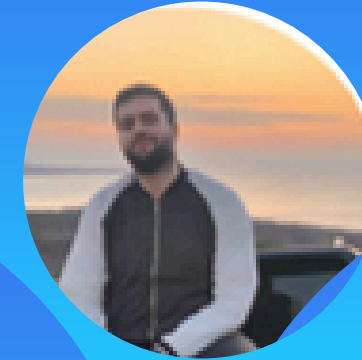
Ameni Hosni



Jessem Mokhtari



Hamouda Ben Slama



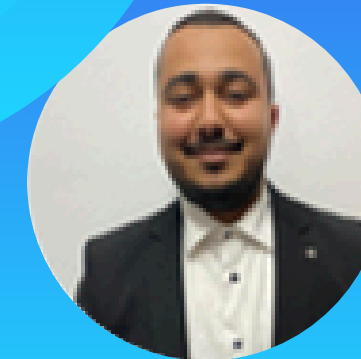
Zahra Zellazi



Shams Ben Said



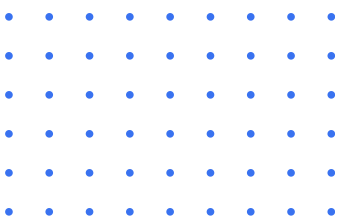
Hamda Gharsallah





Sommaire

- 1 Introduction
- 2 Etude de l'existant
- 3 Problématique
- 4 Solutions Proposées
- 5 Exploitation Des Données
- 6 Objectif BI / Objectif Metier
- 7 Prototype
- 8 Acteurs
- 9 Modèle DW
- 10 Liste des KPI
- 11 Conclusion

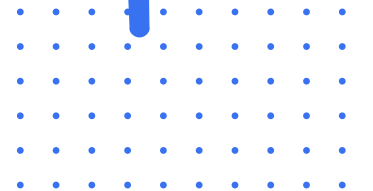


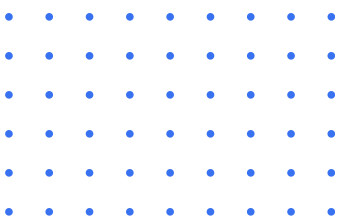
Introduction



Dans un secteur où la satisfaction des clients est essentielle au succès des restaurants, cette analyse vise à identifier les facteurs influençant les évaluations des consommateurs.

En étudiant les relations entre les caractéristiques des restaurants et les préférences des consommateurs, nous visons à proposer des recommandations stratégiques qui améliorent l'expérience client tout en optimisant la gestion des établissements.





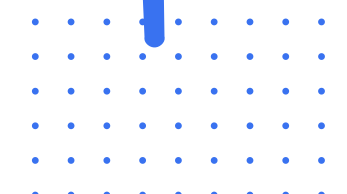
Etude de l'existant



Les restaurateurs cherchent constamment à améliorer l'expérience client afin de se démarquer.

Une compréhension approfondie des évaluations des consommateurs est essentielle pour identifier les points forts et les axes d'amélioration.

Cette étude examine les solutions existantes pour l'analyse des évaluations de restaurants, met en lumière les problèmes associés et présente une solution fondée sur l'analyse BI.





Analyse des Solutions Existantes



Systèmes de Gestion de la Relation Client (CRM) : Utilisés pour recueillir les évaluations et des commentaires des clients.



Souvent limités à la collecte d'informations sans analyse approfondie des tendances ou des corrélations.

Yelp, TripAdvisor ou Google Reviews : permettent aux clients de laisser des évaluations et des commentaires.



Les données ne sont pas toujours structurées ou faciles à analyser, et il peut y avoir des biais dans les évaluations (ex. clients très satisfaits ou très insatisfaits).

.Tableaux de bord basiques : Utilisés pour visualiser les données d'évaluation.



Généralement statiques et ne fournissent pas d'analyse prédictive ni d'insights profonds.



Problématique



Comment les restaurateurs peuvent-ils obtenir une vision précise et complète des évaluations des clients pour améliorer l'expérience client et la performance de leurs établissements, malgré les limites des systèmes et des données actuelles ?



Solutions Proposées



Intégration des données



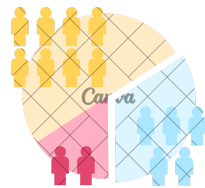
Centralisation des données provenant de différents systèmes (CRM, plateformes d'avis, enquêtes) dans un seul tableau de bord BI.

Analyse avancée



Utilisation de techniques de machine learning pour identifier des tendances cachées et des corrélations entre les variables (ex. qualité de la nourriture, service, satisfaction globale).

Segmentation des Clients :



Analyse des données démographiques et comportementales pour segmenter les consommateurs et adapter les stratégies marketing et opérationnelles

Visualisations Dynamiques :

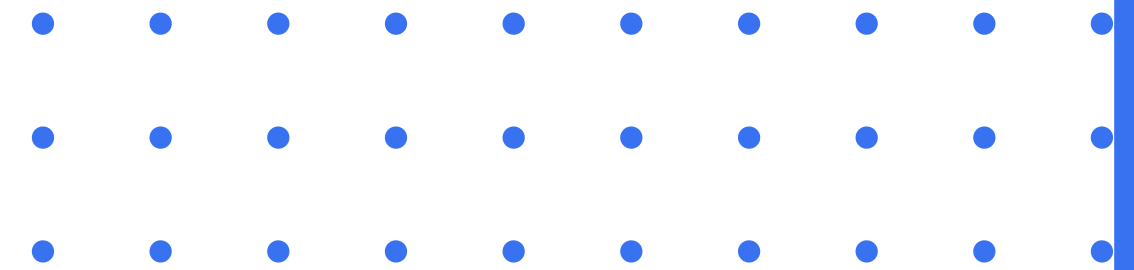


Création de tableaux de bord interactifs qui permettent aux restaurateurs d'explorer les données et de tirer des conclusions rapidement

Reporting Automatisé :



Génération automatique de rapports détaillés qui mettent en évidence les insights clés et les recommandations.



Exploration des Données

Ratings



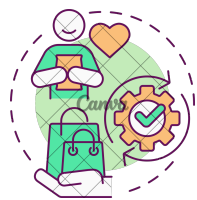
Contient les notes globales attribuées aux restaurants, ainsi que les notes spécifiques à la nourriture et au service.

Restaurants



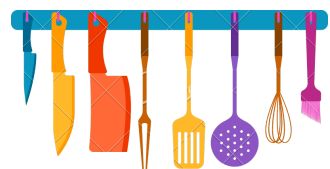
Informations sur les caractéristiques des restaurants, notamment les prix, les options pour les fumeurs, l'alcool, et leur localisation

Consumer Preferences



Préférences culinaires des consommateurs.

Restaurant Cuisines :



Types de cuisines proposées par chaque restaurant.

Consumer



Détails sur les consommateurs

+ Objectif BI :

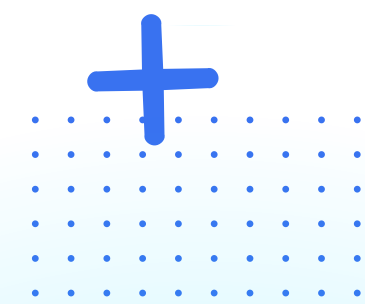


- **Analyser les facteurs de satisfaction client**

Identifier les caractéristiques des restaurants qui influencent le plus la satisfaction globale des consommateurs (prix, localisation, type de cuisine, politique fumeurs/alcool).

- **Segmenter les consommateurs**

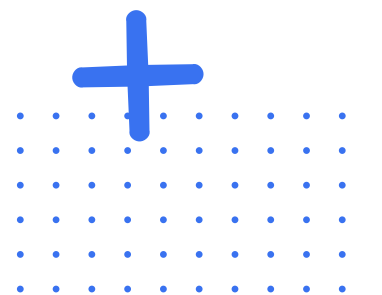
Classer les clients selon leurs habitudes de vie (tabagisme, consommation d'alcool, moyens de transport) afin de mieux adapter les services et les offres.

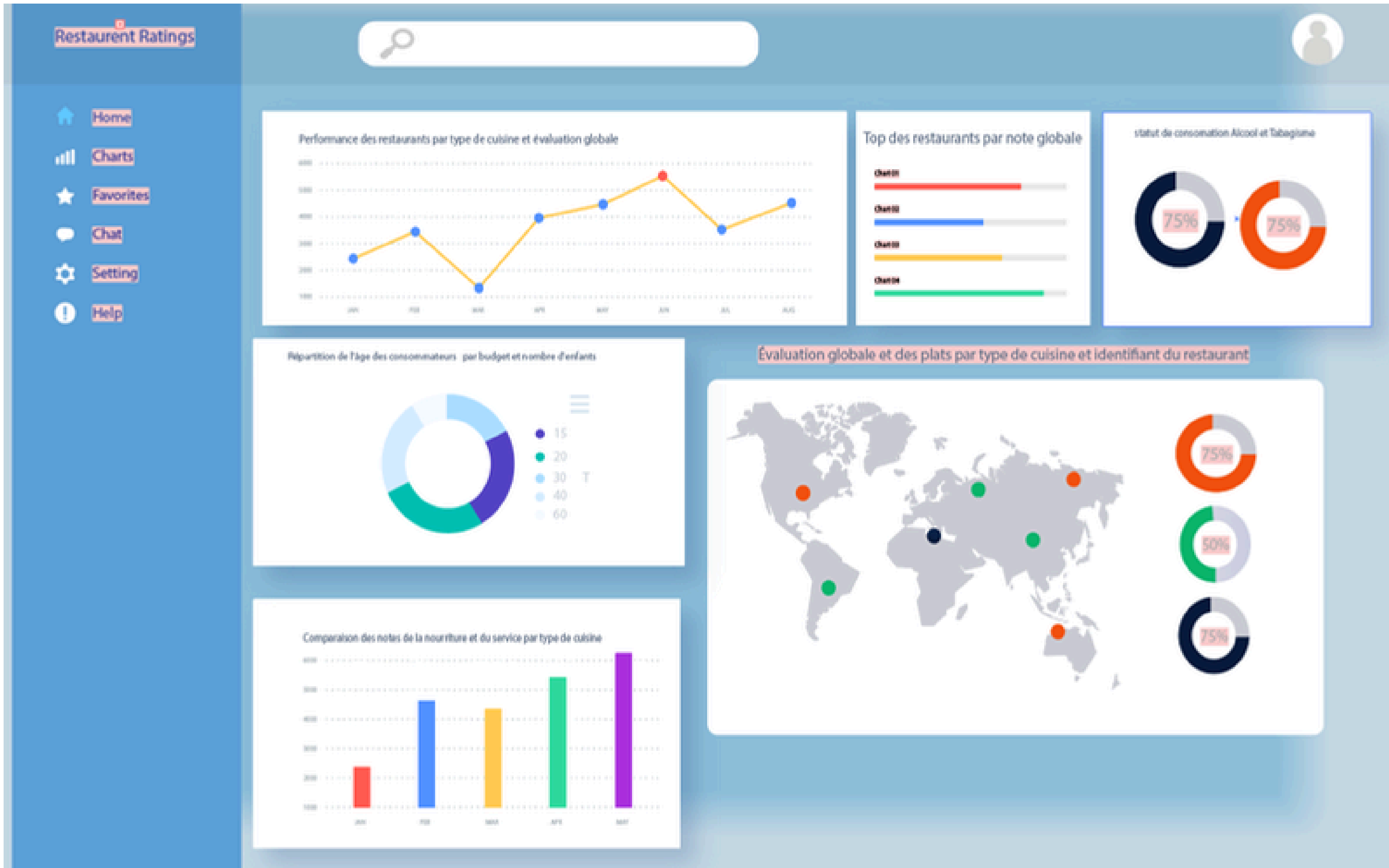


Objectif Métier :



- **Augmenter la satisfaction client** en identifiant les préférences des consommateurs pour adapter les services et offres des restaurants (ex. types de cuisine, prix, options alcool/fumeurs).
- **Optimiser la gestion des restaurants** en ajustant les décisions stratégiques concernant les franchises, la tarification, et les types de cuisines en fonction des tendances locales et des zones géographiques.
- **Cibler les campagnes marketing** selon les profils de consommateurs (âge, situation maritale, occupation, budget) pour proposer des offres personnalisées et attractives.





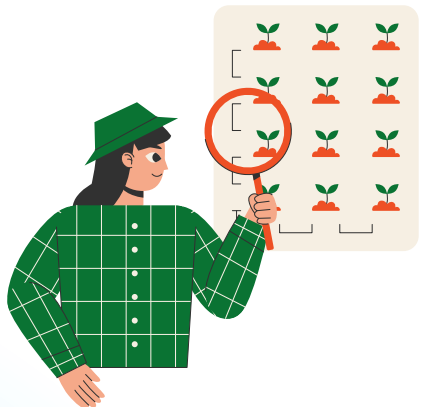
Acteurs

Directeurs de restaurant



- **Objectif :** Utiliser l'analyse pour comprendre les tendances de satisfaction client (par type de cuisine, qualité du service, etc.) et ajuster l'offre en conséquence. Ils peuvent également identifier des opportunités d'amélioration de la qualité ou de réduction des coûts.
- **Décisions influencées :** Types de cuisine à proposer, qualité du service, politique de prix, et gestion des franchises.

Responsables de la qualité :



- **Objectif :** Analyser les évaluations spécifiques concernant la qualité des plats et du service pour identifier les domaines nécessitant des améliorations.
- **Décisions influencées :** Amélioration de la qualité des repas et du service, gestion des plaintes, et révision des processus internes.



Responsables marketing :



- **Objectif** : Segmenter les consommateurs en fonction de leurs préférences (ex. cuisines, habitudes de consommation) pour cibler des campagnes publicitaires et des offres promotionnelles adaptées.
- **Décisions influencées** : Ciblage des campagnes, création d'offres personnalisées pour attirer plus de clients, et amélioration de la fidélisation.

Propriétaires de franchises :

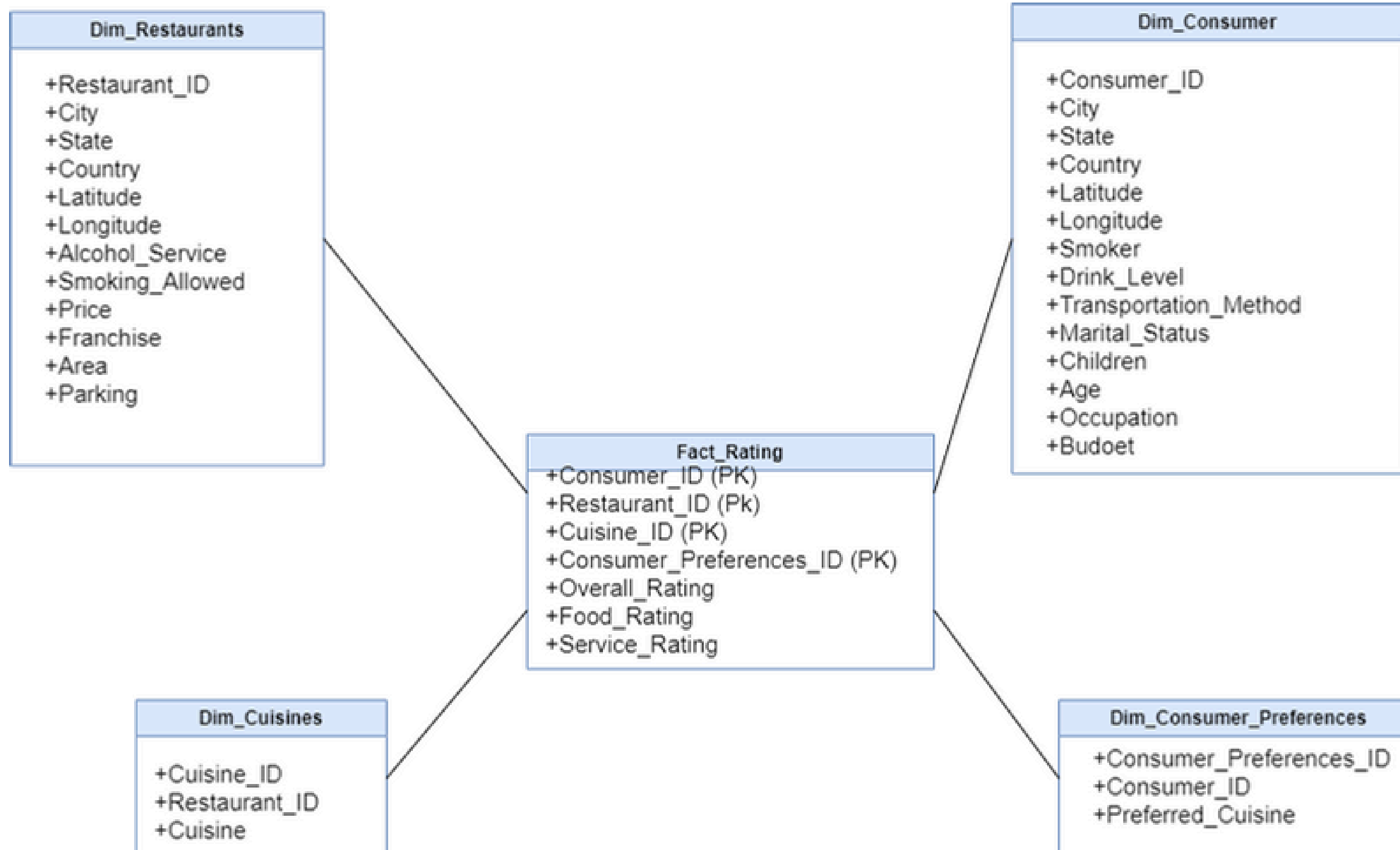


- **Objectif** : Évaluer la performance des différents restaurants (par emplacement, type de cuisine, etc.) pour prendre des décisions d'expansion ou d'amélioration.
- **Décisions influencées** : Expansion dans de nouvelles zones géographiques, ajustement des offres par ville, et amélioration de la satisfaction globale des clients.



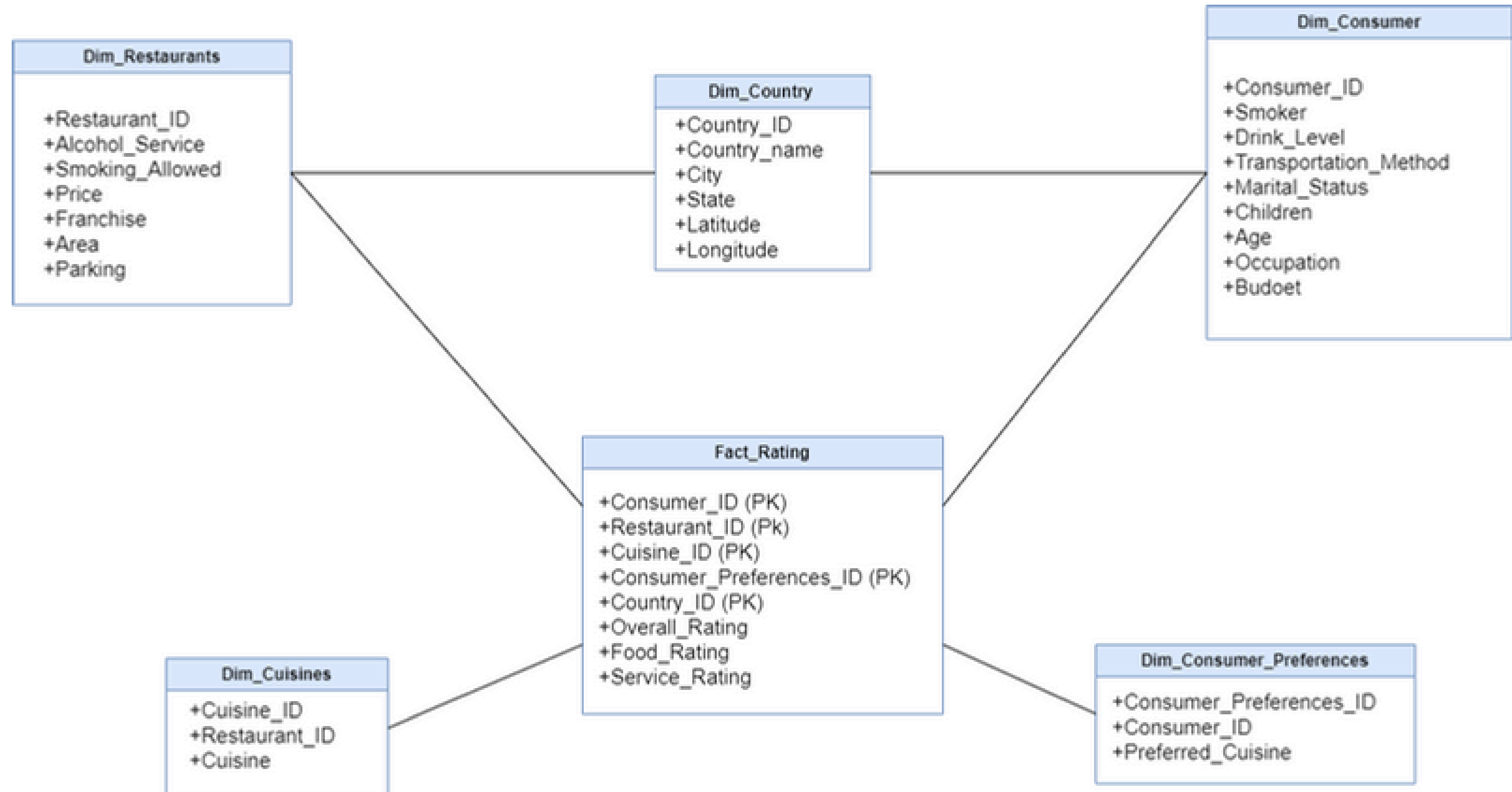


Modèle DW en étoile :





Modèle DW en flocon :

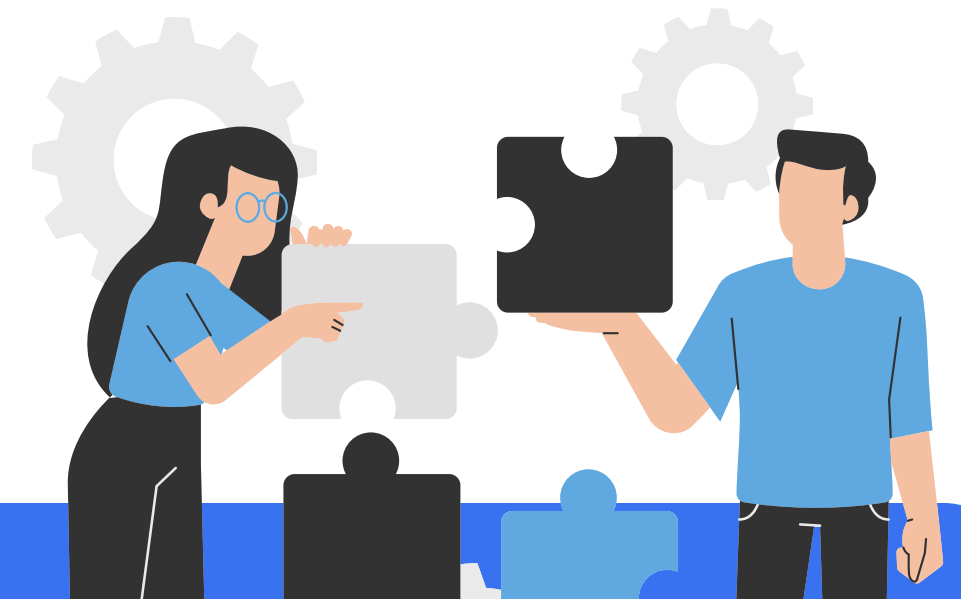


Indicateurs de Performance Clés :



KPI de Préférences Clients :

- **Taux de satisfaction globale** : Moyenne des notes attribuées pour évaluer l'expérience générale des clients.
- **Taux de satisfaction alimentaire** : Mesure la qualité des plats en fonction des avis des consommateurs.
- **Taux de satisfaction du service** : Évalue la qualité du service fourni par le personnel.
- **Taux d'insatisfaction** : Pourcentage de clients insatisfaits par rapport à l'ensemble des évaluations.



Indicateurs de Performance Clés :



KPI de Profil Client :

- **Répartition des consommateurs par budget** : Segmentation des clients selon leur capacité budgétaire (low, medium, high).
- **Segmentation des consommateurs par comportement** : Classification des clients en fonction de leur tabagisme, consommation d'alcool, et moyen de transport.
- + • **Fidélité des consommateurs** : Nombre moyen de visites ou d'évaluations par consommateur et par restaurant.




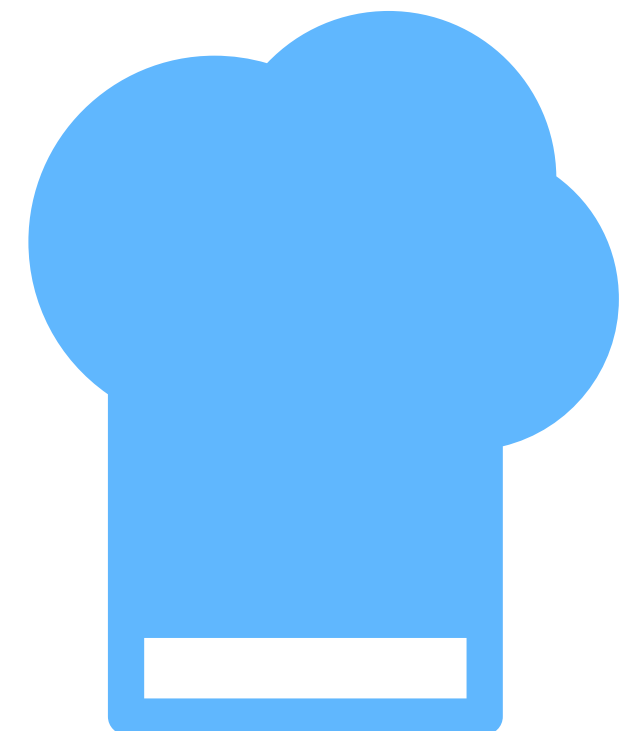


Indicateurs de Performance Clés :



KPI de Préférences Culinaires :

- **Taux d'adéquation entre l'offre culinaire et les préférences** : Pourcentage de restaurants proposant les types de cuisine les plus demandés.
 - **Préférence culinaire dominante** : Type de cuisine le plus populaire parmi les consommateurs.
 - **Taux de satisfaction par type de cuisine** : Note moyenne pour chaque type de cuisine offert par les restaurants.
- 

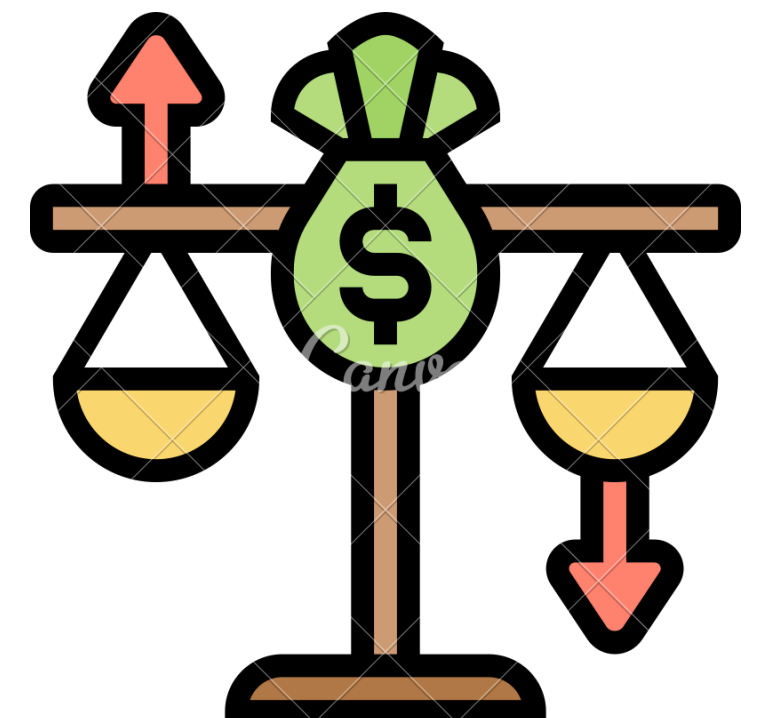


Indicateurs de Performance Clés :



KPI d'Offre et Demande :

- **Correspondance entre les prix des restaurants et les budgets** : Aligne les prix des restaurants avec les budgets des consommateurs.
- **Taux d'utilisation des options de stationnement** : Proportion de clients utilisant les services de parking par rapport aux autres modes de transport.

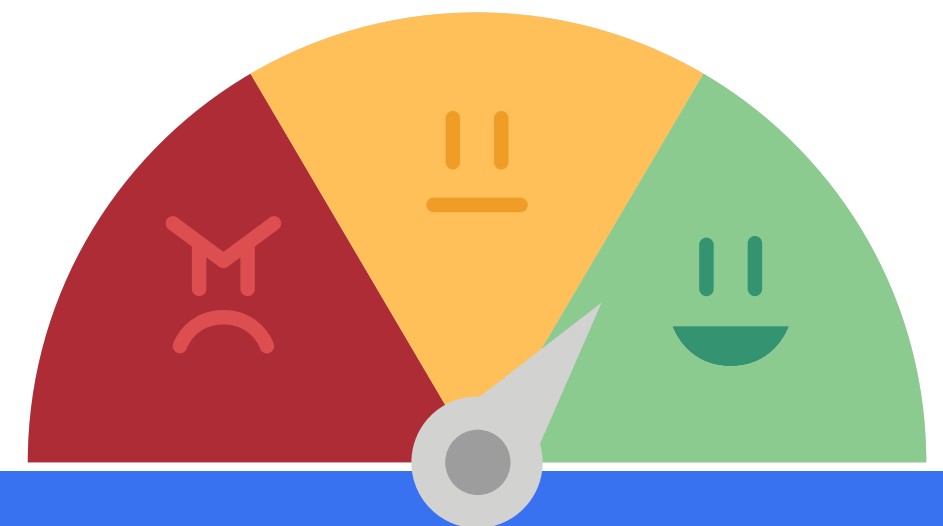


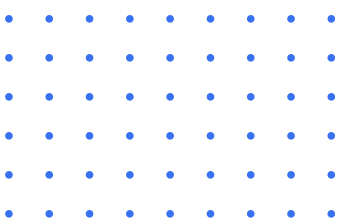
Indicateurs de Performance Clés :



KPI d'Impact des Variables sur la Satisfaction :

- **Impact du service sur la satisfaction globale** : Corrélation entre les notes du service et la satisfaction générale des clients.
- **Impact de la qualité de la nourriture sur la satisfaction globale** : Corrélation entre la qualité des plats et la note générale attribuée par les clients.
- **Impact de la consommation d'alcool sur la satisfaction** : Analyse des habitudes de consommation d'alcool et leur influence sur la satisfaction.





Conclusion



Cette analyse fournit des pistes claires pour améliorer la satisfaction des consommateurs dans les restaurants.

En se concentrant sur la qualité des plats, l'adaptation aux budgets des consommateurs, et les comportements spécifiques (consommation d'alcool, tabagisme), les restaurateurs peuvent non seulement fidéliser leur clientèle mais aussi mieux anticiper les besoins futurs.

