

21/05/2024

Compte Rendu Analyse satisfaction

Messan Daniel



01 Contexte et Enjeux

02 Vision DATA

03 Notre approche modeling

Analyser les retours/avis client de façon synthétique

LES CLÉS DU BRIEF

Contexte : Les avis et retours clients sont difficiles à traiter. Nous recevons beaucoup de messages, ce qui demande beaucoup de ressources pour les parcourir. Dans le domaine de la mode, c'est encore plus complexe avec des sujets variés comme les produits et le service client.

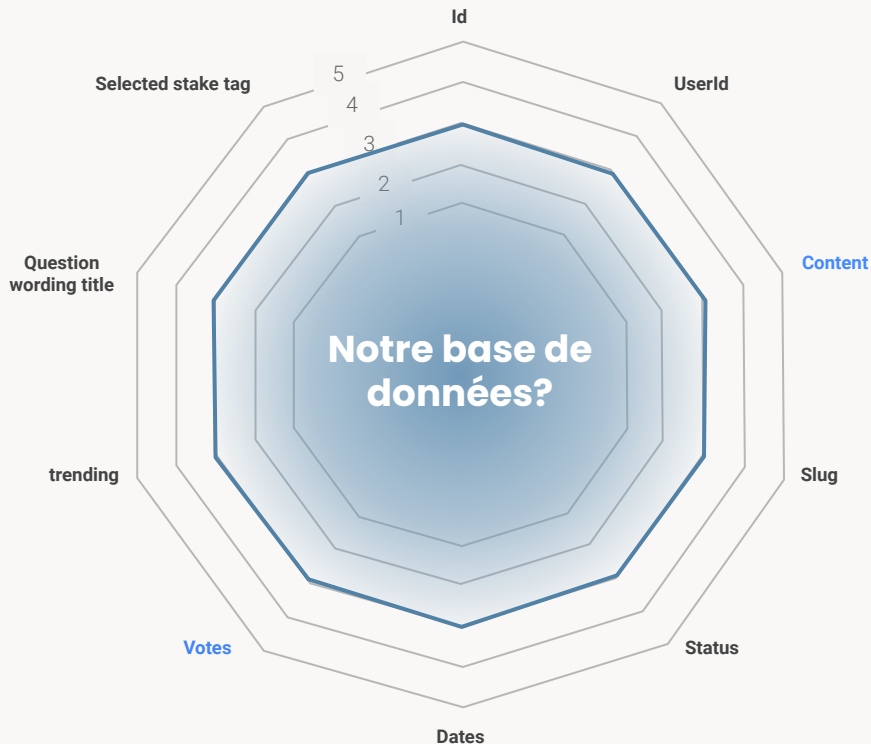
Objectifs : Mettre en place un modèle de topic modeling pour analyser les avis d'une entreprise de mode et optimiser l'évaluation de la satisfaction.

- ✓ **Auditer la base de données clients avec les avis** afin de la nettoyer et la structurer pour la mise en place de notre modèle
- ✓ **Analyser les termes des avis** et prendre de meilleures décisions dans le cadre de la mise en place de notre modèle
- ✓ **Construire une méthodologie claire de topic modeling** pour maximiser les analyses et l'extraction du maximum d'informations

Nous étudions notre base de donnée sur 2 axes clés: Content & Votes

Notre focus content & votes :

- Contenu de chaque avis
- Votes une segmentation en: agree disagree et neutral
- Facilité d'analyse des avis



Les grandes étapes de notre étude

01**Analyse word cloud**

- Étudier globalement notre base de donnée
- Analyse du word cloud
- Hiérarchisation des premiers thèmes

02**Audit & Définition des paramètres**

- Définition de la taille moyen des avis
- Transformation des avis

03**Réduction de dimensions**

- Passer à une vision à deux dimensions
- Analyser la proximité entre les différents avis
- Identification de la tendance aux regroupements

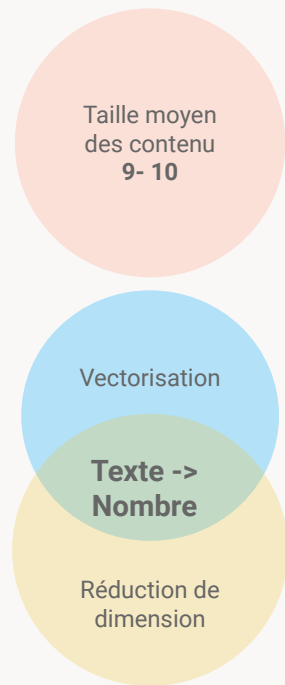
04**Clustering**

- Segmentation
- Extraction des informations
- Thème par cluster



Intérêt marqué pour la mode, avec des préoccupations centrées sur le recyclage et la durabilité. Les termes "écologique", "durable" et "matière" ressortent.

Développer un environnement pour le **traitement du texte**



Analyse Préliminaire de la Taille des Textes

Nous allons commencer par déterminer la taille moyenne de chaque texte.

Cela implique de traiter les textes par lemmatisation et tokenisation, qui sont des techniques pour standardiser et décomposer les mots.



Création des Vecteurs Moyens

Vectorisation des Textes : **Vecteur moyen**

Nous vectoriserons chaque mot, ce qui signifie que nous convertirons les mots en une forme numérique que les algorithmes peuvent comprendre.



Visualisation en deux dimensions des Textes

Optimisation des Paramètres Basée sur la Taille des Textes

Réduction Dimensionnelle : **TSNE**

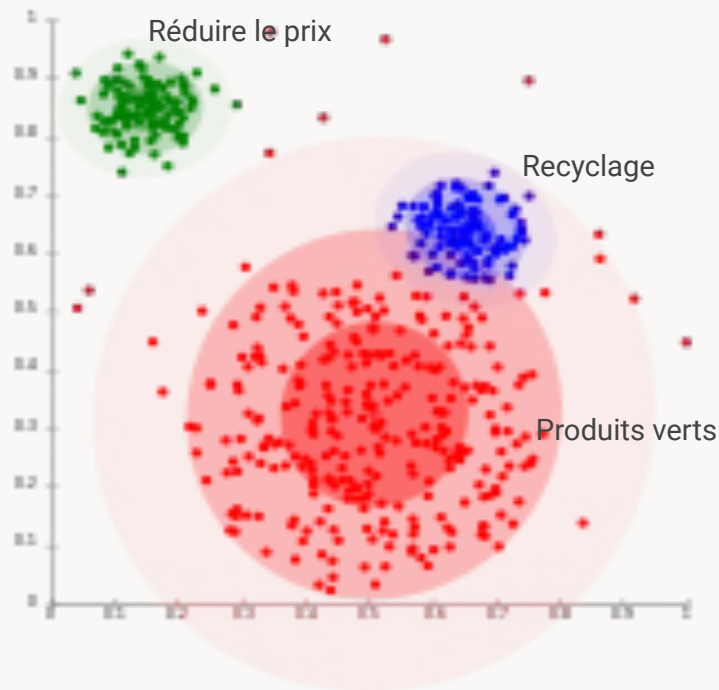
Cela nous permettra de visualiser les textes de manière plus claire et compréhensible, facilitant ainsi l'identification des relations et des différences entre eux.

RÉSULTATS : Similarité recyclage

Analyse de similarité avec le mot **recyclage**

Mot	collecte	propre	contre	reprise	faciliter	organiser	troc
Similarité (%)			94 %			93 %	92,50 %

Approche de clustering : Kmeans VS agglomeratif



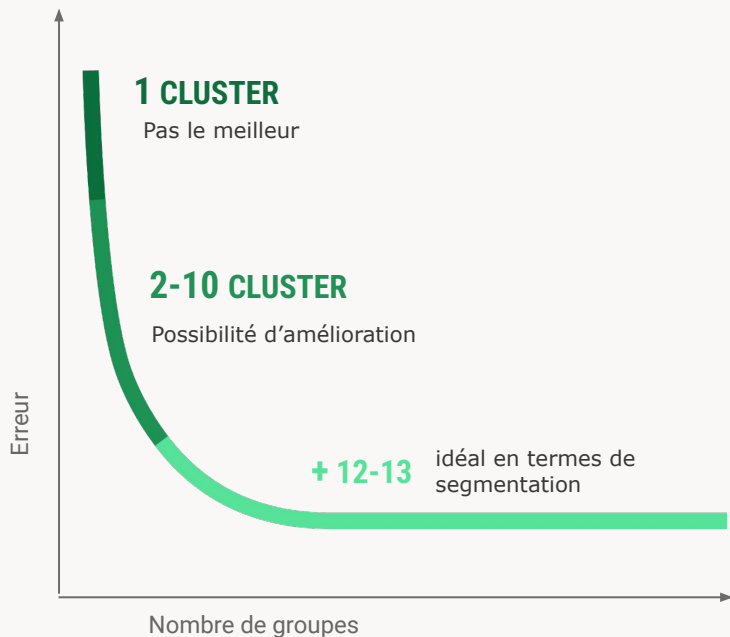
Le clustering K-means regroupe les données en un nombre défini de clusters en minimisant la variance au sein de chaque groupe



clustering agglomératif crée une hiérarchie de clusters en fusionnant progressivement les plus similaires jusqu'à former un seul grand cluster.

Choix du nombre de groupe optimal

Technique du coude



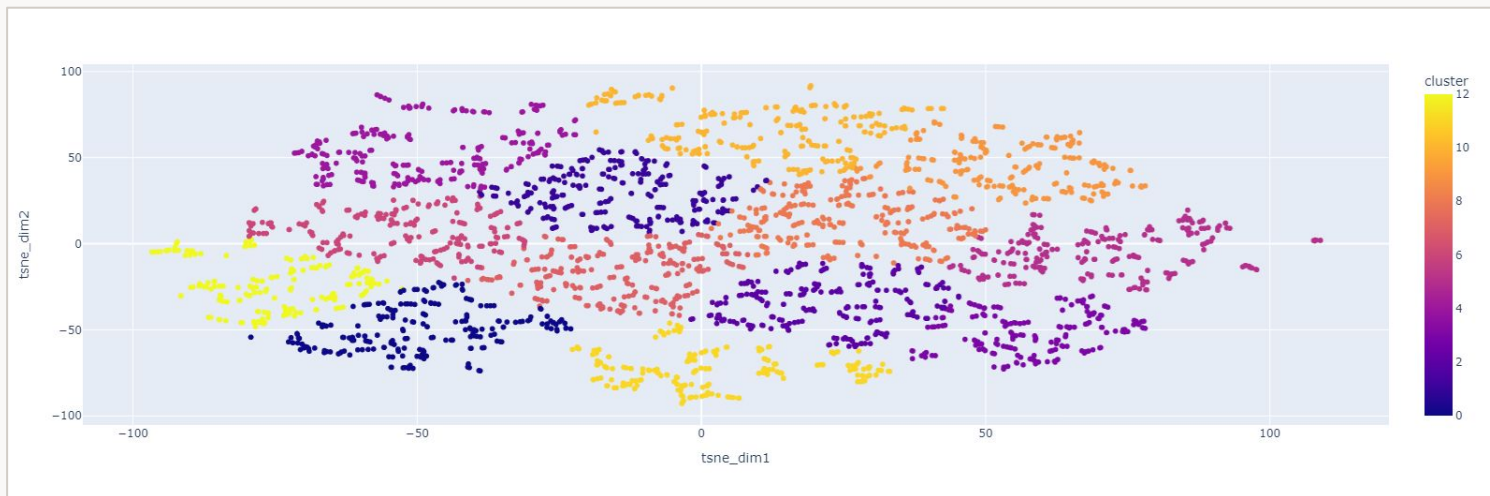
BÉNÉFICES

Déterminer le nombre optimal de groupes

Plus de précision et simplification de l'analyse

Eviter trop de groupes

Kmeans



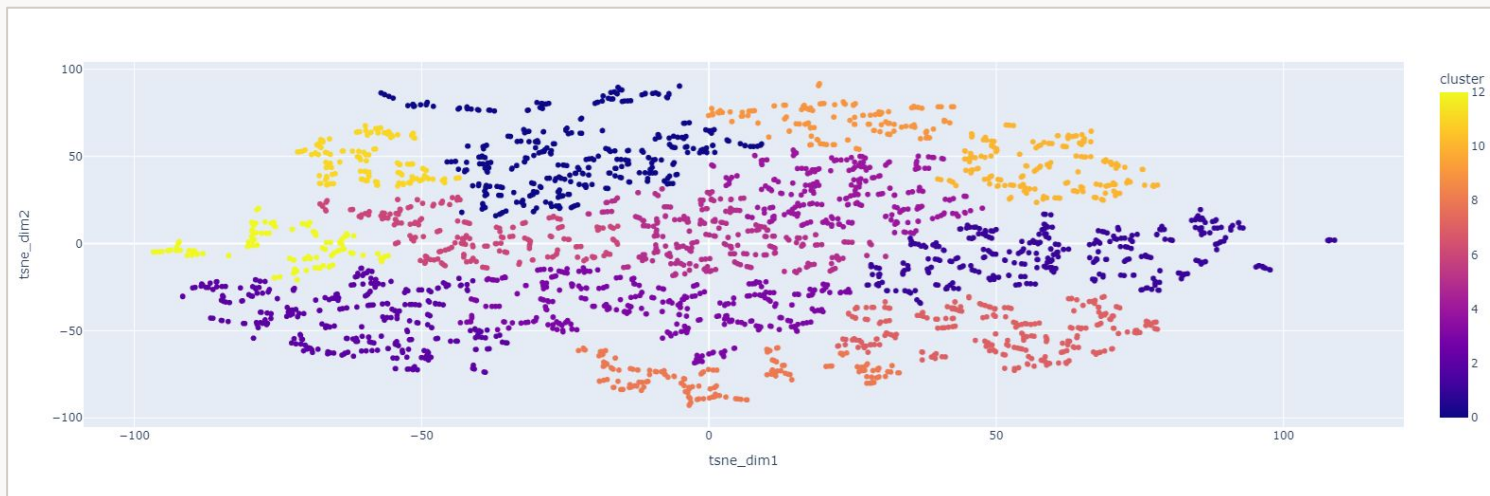
Analyse regroupements

Le clustering K-means nous permet de regrouper les avis clients qui sont très similaires, offrant ainsi une vision claire des segments distincts au sein de notre audience. En segmentant les avis, nous pouvons identifier des groupes de clients ayant des préoccupations ou des intérêts communs.

Identification des thèmes

En visualisant ces clusters, on observe des thématiques proches au sein de chaque groupe. Cela facilite l'identification des sujets récurrents et des tendances partagées, permettant d'adapter nos stratégies pour mieux répondre aux attentes et besoins spécifiques de chaque segment de clients.

Agglomérative



Le clustering agglomératif

Le clustering agglomératif permet de regrouper les avis clients en fusionnant progressivement les plus similaires, ce qui aboutit à une hiérarchie de groupes.

Visualisation plus pointue

En visualisant ces groupes, on observe des thématiques proches au sein de chaque cluster, ce qui facilite l'identification des sujets récurrents et des tendances partagées.

Cluster	Words	Thème
0	second, main, proposer, recycler, magasin	Il faut proposer des services de réparation en magasin, de manière systématique.
1	impact, consommateur, environnemental, mode, social	il faut impliquer les "influenceurs" qui ont un impact important sur les jeunes générations
2	fabriquer, qualite, matiere, fabrication, production	Il faut produire français, sans que cela ait trop d'impact sur le prix d'un produit final à l'achat.
3	produire, qualité, faire, arrêter, acheter	Il faut donner une âme aux vêtements, recycler les invendus, produire local afin de réduire les coûts de transport et de stockage
4	France, production, français, in, local	Il faut remettre des quotas à l'importation pour inciter les marques françaises à fabriquer leur tissu et confectionner en France et Europe
5	collection, arrêter, qualité, nombre, produire	Il faut que les marques arrêtent de produire à grande échelle mais plutôt qu'elles répondent à un besoin pour produire moins et mieux
6	matière, naturel, utiliser, lin, coton	Il faut utiliser le plus possible de matières naturelles et éco responsables dans la fabrication des vêtements.
7	marque, mettre, proposer, place, invendu	Il faut pouvoir proposer de vendre les vêtements abîmés ou tachés à bas prix plutôt que de les jeter
8	condition, travail, production, fabrication, matiere	Il faut de la transparence sur les conditions de fabrication des produits (sanitaires, salaires, droit au syndicats, etc)

Anticiper les tendances des consommateurs



Utiliser les résultats de la segmentation pour identifier les différentes demandes. On peut ainsi identifier les différentes tendances actuelles



Tester de nouvelles approches pour pallier aux demandes des consommateurs, et reprendre le processus de collecte d'avis

Merci !



École nationale
de la statistique
et de l'analyse
de l'information