**Problématique :**

Dans un environnement commercial de plus en plus compétitif, la fidélisation de la clientèle est devenue un pilier fondamental pour la pérennité et la croissance d'une entreprise. Dans cette dynamique, les systèmes de fidélisation de la clientèle jouent un rôle crucial en permettant aux entreprises de comprendre les besoins et les préférences de leurs clients fidèles de manière approfondie. La fromagerie, consciente de l'importance stratégique de la fidélisation de sa clientèle, a mis en place un système sophistiqué de fidélisation basé sur un datawarehouse. Dans le cadre de ce système, elle s'efforce d'extraire des informations pertinentes et exploitables à partir des données de fidélisation afin de perfectionner ses programmes de fidélisation et d'enrichir sa relation avec sa clientèle.

Le LOT 1 du projet vise à une analyse minutieuse des données de fidélisation des clients de la fromagerie pour la période allant de 2006 à 2010, avec une attention particulière portée aux départements 53, 61 et 28. Cette analyse approfondie permettra à l'entreprise de comprendre en profondeur les comportements d'achat de ses clients fidèles dans ces régions spécifiques. Les statistiques extraites pourront inclure la fréquence d'achat, les produits préférés des clients fidèles, ou encore les récompenses les plus sollicitées par ces derniers. Grâce à ces informations précieuses, la fromagerie sera en mesure d'ajuster ses programmes de fidélisation pour mieux répondre aux attentes de ses clients fidèles, renforçant ainsi leur engagement envers la marque et favorisant une relation durable et mutuellement bénéfique.

Pour le LOT 2, l'analyse est étendue à la période de 2011 à 2016 et aux départements 22, 49 et 53. La fromagerie cherche à identifier les tendances de fidélisation spécifiques à ces régions en filtrant les données selon ces critères. Ensuite, elle sélectionnera de manière aléatoire 5% des 100 meilleures commandes par ville, en excluant celles sans "timbrecli" (le “timbrecli” non renseigné ou à 0), et en calculant la moyenne des quantités de chaque commande. Le résultat sera exporté dans un fichier Excel, accompagné d'un graphe (PIE) par ville pour visualiser la répartition des commandes sélectionnées.

En conclusion, l'utilisation stratégique des données de fidélisation à travers des jobs de traitement de données offre à la fromagerie une opportunité unique d'optimiser ses programmes de fidélisation et de consolider sa relation avec ses clients fidèles. En comprenant plus profondément les besoins et les comportements d'achat de sa clientèle fidèle dans divers contextes régionaux, l'entreprise peut adapter ses stratégies pour offrir des expériences personnalisées et pertinentes à ses clients. Cette approche proactive se traduira par une fidélité accrue, une augmentation des ventes et une croissance durable pour la fromagerie.

**Recommandations**

Dans le cadre de notre collaboration avec la fromagerie pour la réalisation du projet, nous formulons plusieurs recommandations clés pour assurer un déroulement fluide et réussi. Tout d'abord, nous préconisons une communication proactive et transparente entre notre équipe et la fromagerie. Il est essentiel d'établir un canal de communication régulier, favorisant ainsi l'échange d'informations pertinentes, la clarification des exigences et la résolution rapide des problèmes éventuels. Des réunions régulières seront organisées pour discuter des avancées du projet, des éventuels défis rencontrés et des décisions prises, permettant ainsi de maintenir un alignement constant sur les objectifs du projet.

En ce qui concerne la gestion des ressources, nous recommandons une planification minutieuse et une allocation judicieuse des compétences et des capacités nécessaires à chaque phase du projet. Une analyse approfondie des besoins en ressources devrait être effectuée, prenant en compte les compétences spécifiques requises et les délais à respecter. Cela permettra d'optimiser l'utilisation des ressources disponibles et d'assurer une progression efficace du projet dans les délais convenus.

Par ailleurs, nous insistons sur l'importance du contrôle qualité tout au long du processus de développement. Des processus et des procédures de contrôle qualité rigoureux devraient être mis en place pour garantir l'exactitude et la fiabilité des données produites par les jobs de traitement. Des tests systématiques et des validations croisées seront effectués pour détecter et corriger rapidement toute anomalie ou incohérence dans les résultats produits.

Il est également primordial de respecter les délais convenus avec la fromagerie. Des mécanismes de suivi et de contrôle seront mis en place pour surveiller en permanence l'avancement du projet et identifier tout risque de retard. En cas de retard potentiel, des mesures correctives seront prises immédiatement pour minimiser les impacts sur le calendrier du projet.

Enfin, nous recommandons un suivi post-implémentation attentif pour garantir la satisfaction continue de la fromagerie avec les solutions mises en œuvre. Nous resterons disponibles pour fournir un support continu, répondre à toutes les questions ou préoccupations et identifier les opportunités d'amélioration continue. En adoptant ces recommandations, nous sommes convaincus de notre capacité à garantir le succès du projet pour la fromagerie et à renforcer notre partenariat à long terme.

**Données qualifiées**

**codcli** : Le code client, une référence unique attribuée à chaque client dans un système ou une base de données.

**genrecli** : Le genre du client, indiquant s'il est de sexe masculin, féminin ou autre.

**nomcli** : Le nom du client.

**prenomcli** : Le prénom du client.

**cpcli** : Le code postal du client, une série de chiffres utilisée pour identifier une zone géographique spécifique dans un pays.

**ville** : Le nom de la ville où réside le client.

**codecde** : Le code de la commande, une référence unique attribuée à chaque commande passée par un client.

**date\_str** : La date de la commande sous forme de chaîne de caractères, indiquant quand la commande a été passée.

**timbrecli** : Le timbre du client, une indication de l'heure à laquelle la commande a été passée par le client.

**timbrecde** : Le timbre de la commande, une indication de l'heure à laquelle la commande a été enregistrée dans le système.

**Nbcolis** : Le nombre de colis inclus dans la commande.

**cheqcli** : La référence du chèque utilisé pour le paiement, le cas échéant.

**barchive** : Un indicateur booléen indiquant si la commande a été archivée.

**bstock** : Un indicateur booléen indiquant si l'article associé à la commande est en stock.

**codobj** : Le code de l'objet commandé.

**qte** : La quantité commandée de l'objet.

**Colis** : Le numéro de colis associé à l'objet dans la commande.

**libobj** : La description de l'objet.

**Tailleobj** : La taille de l'objet.

**Poidsobj** : Le poids de l'objet.

**points** : Le nombre de points attribués pour l'achat de cet objet, le cas échéant.

**indispobj** : Un indicateur booléen indiquant si l'objet est indisponible.

**libcondit** : Le libellé du conditionnement de l'objet, c'est-à-dire la description détaillée du mode de conditionnement de l'objet.

**prixcond** : Le prix du conditionnement de l'objet. Cette donnée indique le coût associé au conditionnement spécifique de l'objet décrit dans le champ "libcondit".

**puobj** : Le prix unitaire de l'objet.