



BestMarket

Customer Data Feedback

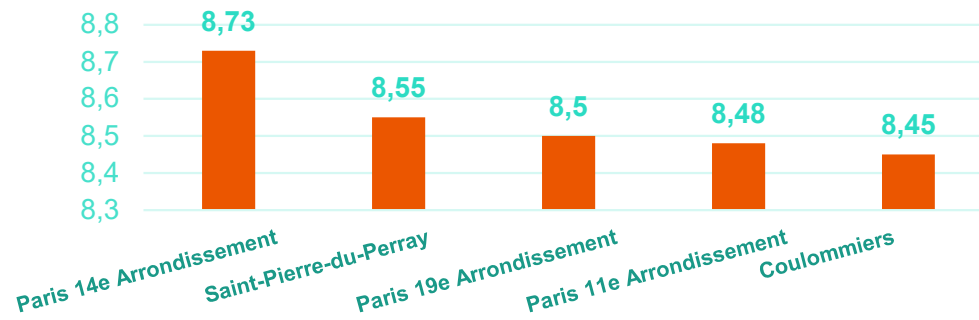
Frédéric

NALLET

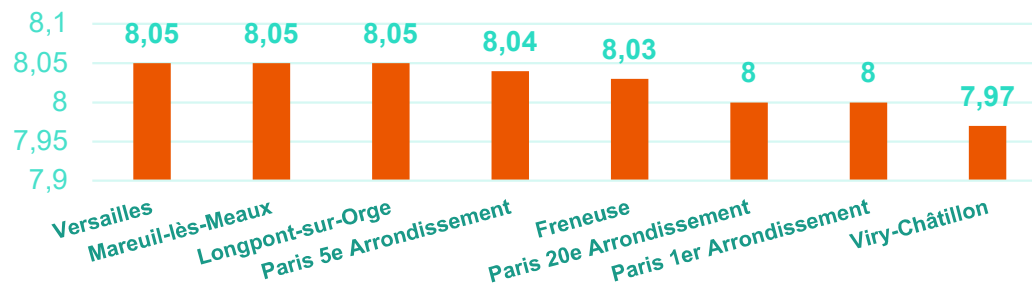
01/12/2023

I. Analyse de la satisfaction client

Classement des 5 magasins les mieux notés



Magasins avec une note inférieure à la moyenne



Magasins de +12 feedbacks sur le Drive

Magasin de :	Feedbacks :
Villecresnes	45
Coulommiers	42
Etrechy	41
Rueil-Malmaison	39
Provins	39
Paris 16e Arrondissement	38
Magny-en-Vexin	37
Mantes-la-Jolie	36
Colombes	36
Sainte-Geneviève-des-Bois	35
Rosny-sous-Bois	34
Paris 19e Arrondissement	34
Les Ulis	33
Pontault-Combault	32
Orgeval	31
Le Chesnay	31

I. Analyse de la satisfaction client

Liste des notes des clients sur les réseaux sociaux sur les TV :

- 08 (x1)
- 09 (x1)
- 10 (x2)

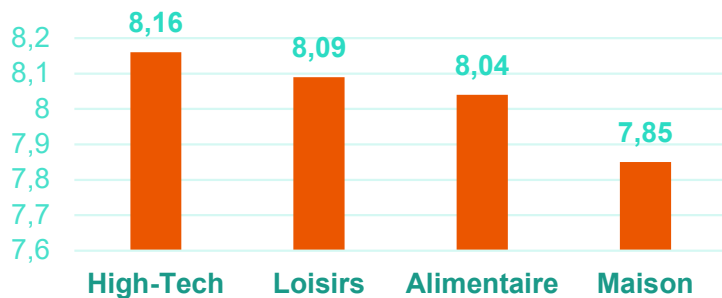
Produit qui apporte le meilleur service après-vente :

Loisirs : 8,51

Note moyenne sur l'ensemble des boissons :

8,32

Note Moyenne par catégorie de produit



Meilleures performances des produits entre le 1er et le 2eme trimestre 2021 :

Typologie produit : Amélioration :

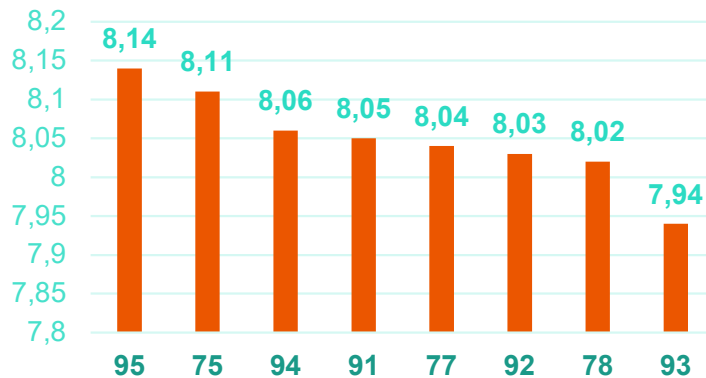
Loisirs	0,34
Alimentaire	0,06

I. Analyse de la satisfaction client

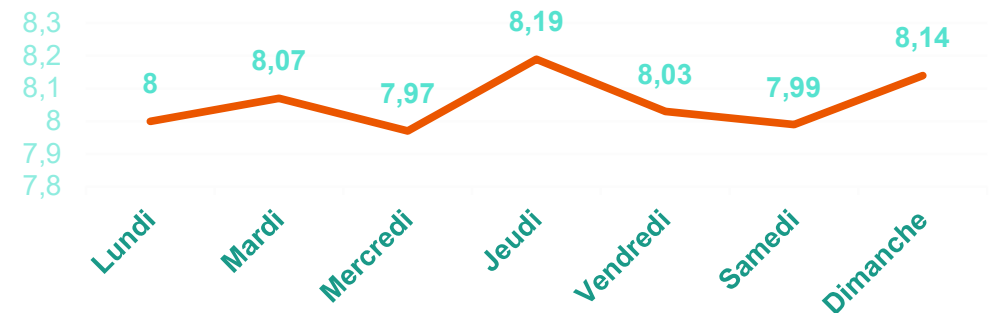
Nombre de retours clients sur la livraison :

639

Classement des départements



Expérience client en magasin par jour de la semaine



Le mois d'octobre est celui qui compte le plus de retours sur le SAV :

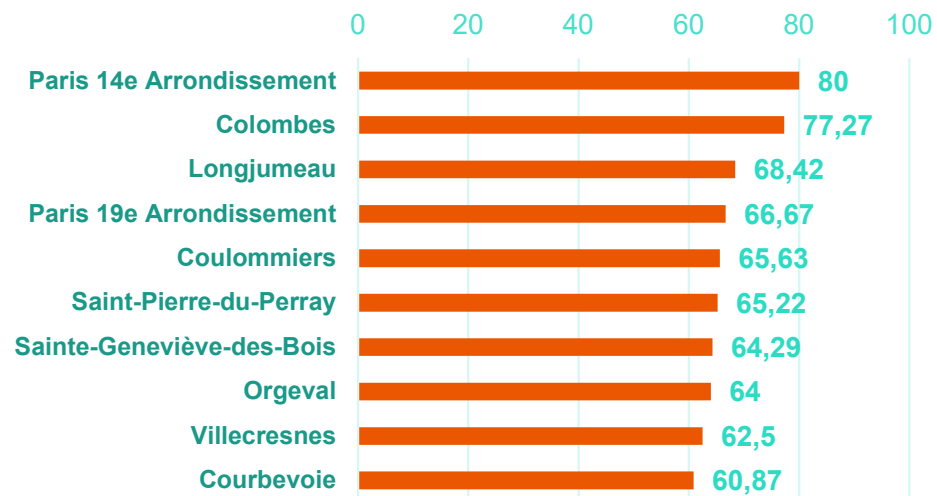
55

Le pourcentage de recommandations client :

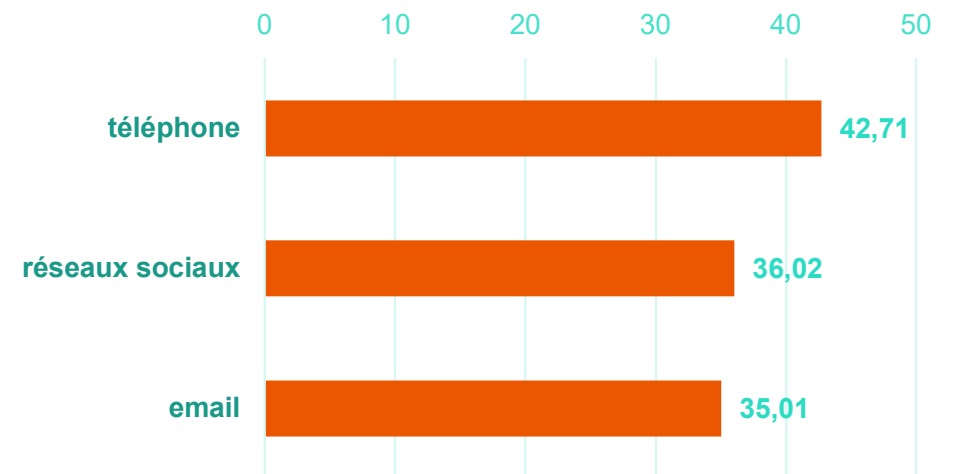
90%

I. Analyse de la satisfaction client

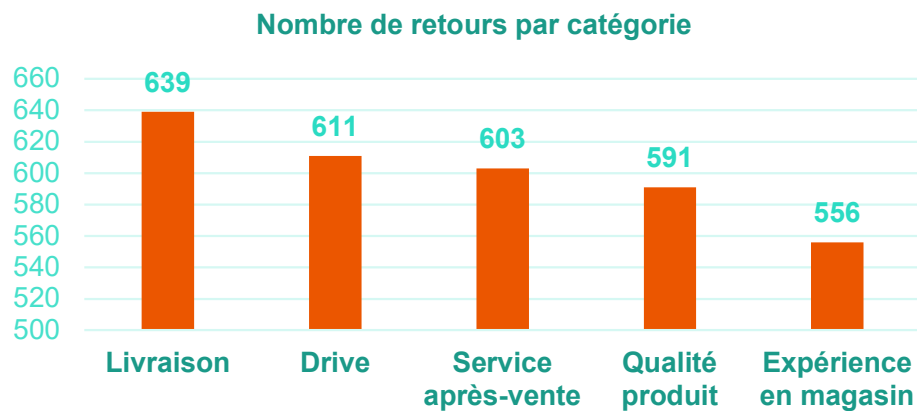
NPS : Les meilleurs magasins de France



NPS : Classement des meilleures sources



I. Analyse de la satisfaction client



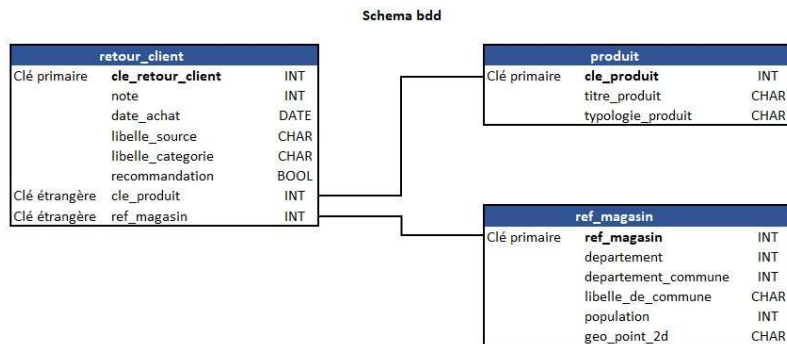
Les catégories d'avis client à recueillir :

réseaux sociaux - service après-vente :	141
réseaux sociaux - qualité produit :	134
réseaux sociaux - livraison :	133
réseaux sociaux - expérience magasin :	127
réseaux sociaux - drive :	139

II. Méthodologie suivie

Appréciation des données et mise à jour de la documentation

Le schéma UML complet :



Cette étape permet :

- La création de la structure de la base
- Définition de la typologie des données
- Définition des clefs primaires et étrangères

II. Méthodologie suivie

Chargement des données dans la base

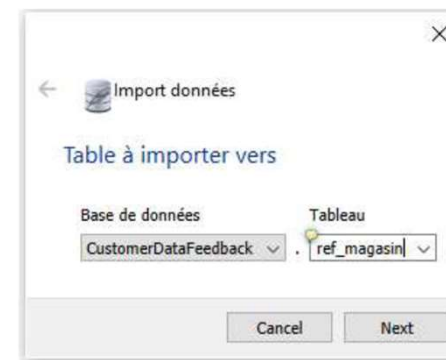
Importation de la requête de création des tables grâce au fichier CustomerDataFeedback.sql :

- Produit
- Retour-client



Importation de la table :

- Ref_magasin



III. Cohérence des données

Nettoyage des données :

Des requêtes spécifiques seront appliquées sur la base pour :

- Contrôle sur les doublons sur chacune des tables.
- Contrôle des champs vides sur chacune des tables.
- Vérification de la cohérence des clefs sur chacune des tables.

674

champs vides dans la table « retour_client »

A exclure pour certains calculs.

III. Cohérence des données

Cohérence des résultats sur les analyses :

La méthodologie appliquée sur la requête du VNP vérifie le résultat attendu, soit compris entre -100 et 100.

```
((CAST(nps.nb_note_Promoteur AS FLOAT) / nps.nb_note) - (CAST(nps.nb_note_detracteur AS FLOAT) / nps.nb_note)) * 100)
```

- *Promoteur :* $(\text{CAST}(\text{nps.nb_note_Promoteur AS FLOAT}) / \text{nps.nb_note})$ *Compris entre 0 et 100*
- *Détracteur :* $(\text{CAST}(\text{nps.nb_note_detracteur AS FLOAT}) / \text{nps.nb_note})$ *Compris entre 0 et 100*