



BestMarket

Interrogez une base de données avec SQL pour suivre la satisfaction client

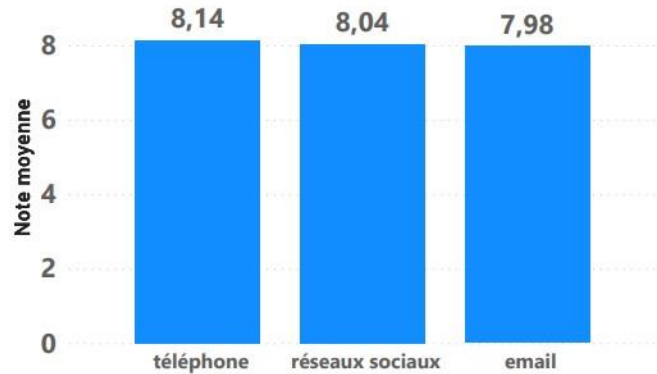
Customer data feedback ou données des retours clients de BestMarket

Hélène WOUOGOU

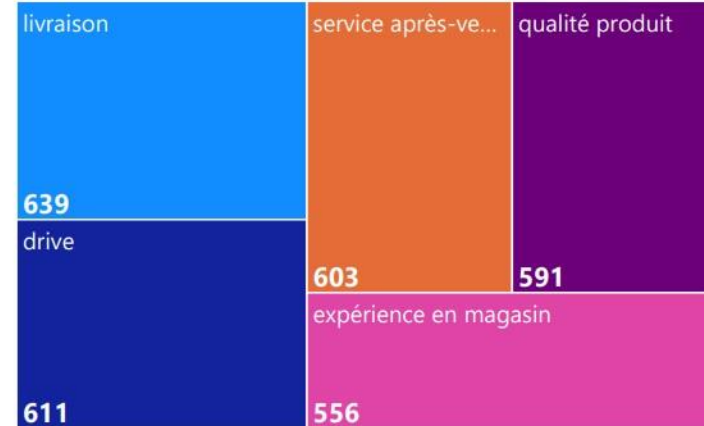
Juin 2023

I. Analyse de la satisfaction client (1)

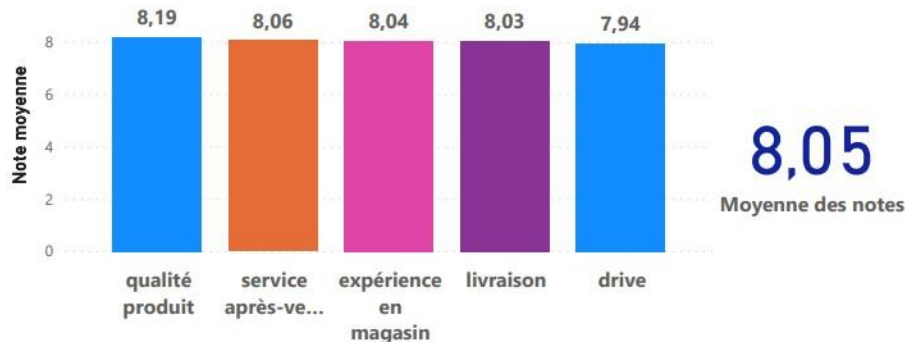
Graphique 1 Note moyenne par source



Graphique 2 Nombre de retour client par catégorie



Graphique 3 : Note moyenne par catégorie



Commentaires

G1: La différence des notes moyenne entre diverses sources ne dépassent pas de 1 point et tourne autour de 8

G2: Retour client plus élevé dans la cat livraison et plus faible en expérience en magasin (Q1)

G3: les notes pour chaque cat de produit tourne autour de la moyenne générale, la qualité produit semble légèrement supérieur aux autres (Q3)

I. Analyse de la satisfaction client (2)

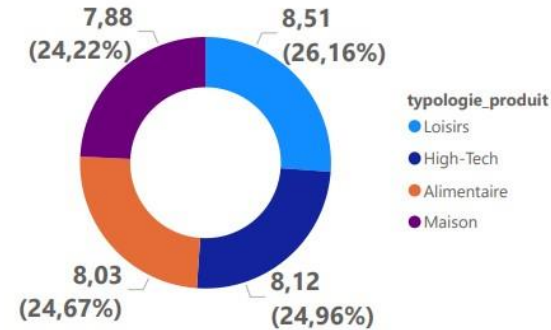
Table 1 : Cinq magasins avec les meilleurs notes moyennes

| ref_magasin | Moyenne de note |
|-------------|-----------------|
| 75 | 8,73 |
| 78 | 8,55 |
| 62 | 8,50 |
| 23 | 8,48 |
| 19 | 8,45 |

Table 2 : les magasins avec plus de 12 feedbacks sur le drive

| ref_magasin | drive |
|-------------|-------|
| 45 | 13 |
| 63 | 13 |
| 67 | 14 |

Graphique 4 Note moyenne par typologie de produit



Commentaires

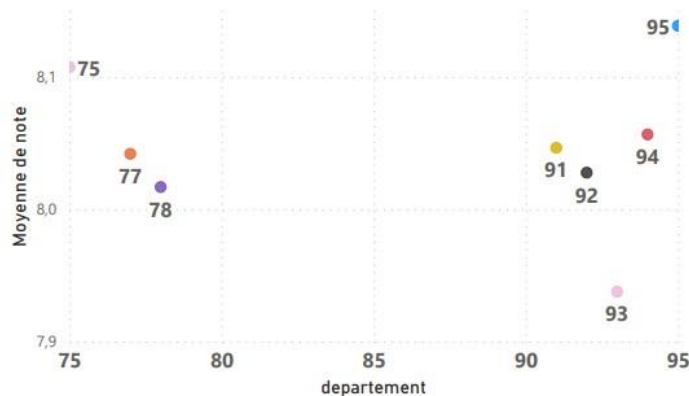
T1: Les magasins les mieux notés ont des notes entre 8,45 et 8,73 (Q4)

T2: Sur les 84 magasins il y a 3 qui ont plus de 12 feedback sur le drive (Q5)

G4: La satisfaction est légèrement supérieure sur les produits loisirs que les autres ; pour les autres types la satisfaction est presque similaire (Q7)

I. Analyse de la satisfaction client (3)

Graphique 5 : Note moyenne par département

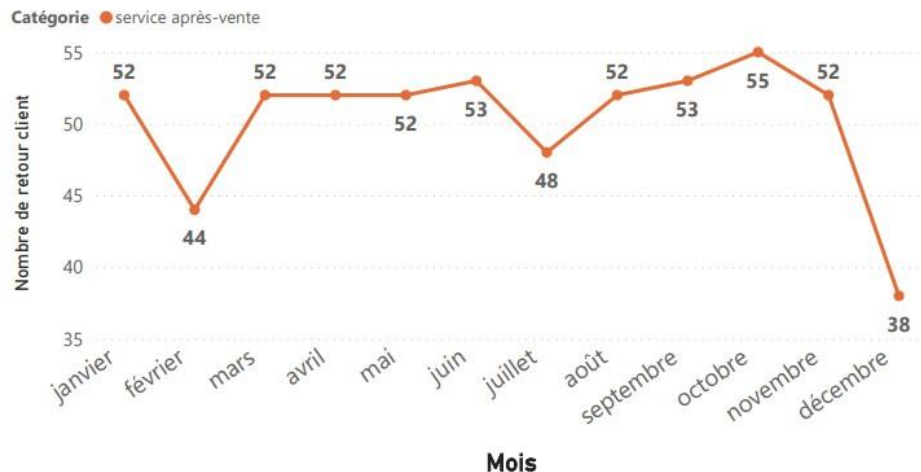


Commentaires

G5: Classement par département : En général les magasins du département de l'Oise (95) sont les mieux notés, que ceux de Saint Denis (93) qui sont les moins bien notés(Q6)

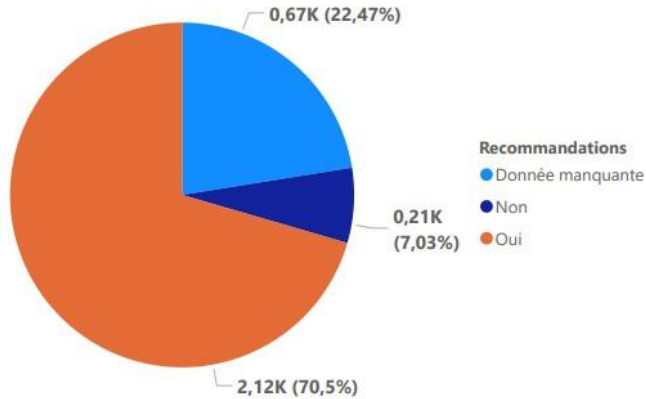
G6: Moins de feedback pour le service après vente pendant les vacances ,et plus en janvier après les achats des fêtes et davantage plus en octobre après la rentrée scolaire (Q10)

Graphique 6 : Nombre de retour client par mois sur le "service après vente"



I. Analyse de la satisfaction client (4)

Graphique 7 : Pourcentage de recommandations clients



Graphique 8 : Classement des jours de la semaine où l'expérience client est la meilleure



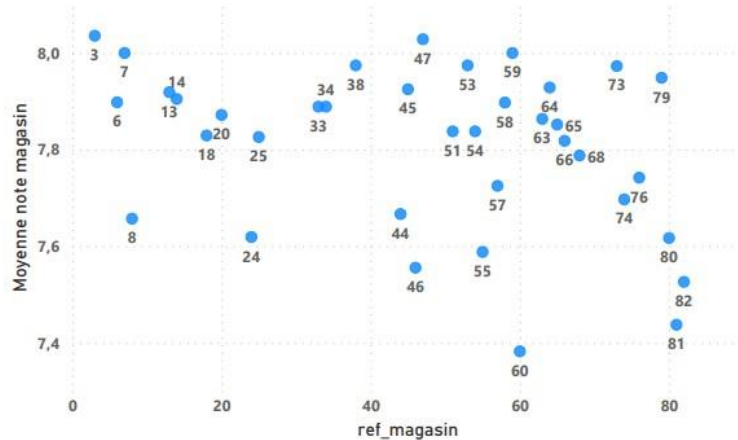
Commentaires :

G7 : Il y a près de 1/4 de données manquantes et plus de 2/3 des clients recommandent (Q11)

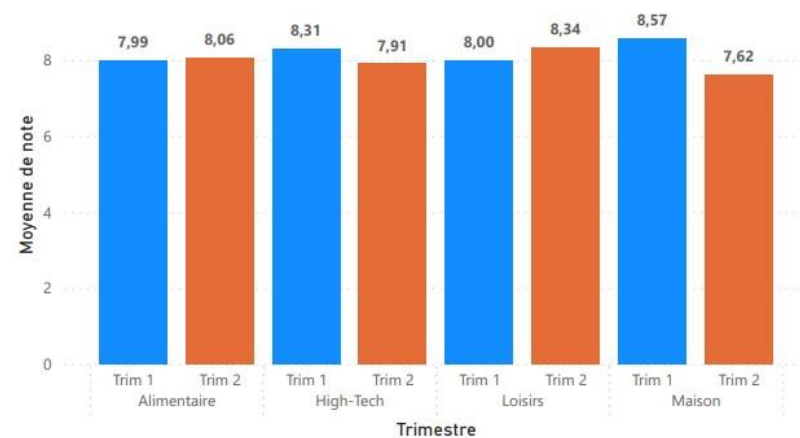
G8 : Selon les clients, le jeudi est le jour où l'expérience est la meilleure en magasin que les mercredis et samedis qui sont moins bien notés, cela serait dû à l'affluence en magasin pour ces derniers(Q9)

I. Analyse de la satisfaction client (5)

Graphique 9 : Magasins ayant une note inférieure à la moyenne générale



Graphique 10 : Note moyenne par typologie_produit entre 1er et 2e trimestre



8,05

Moyenne des notes

Commentaires :

G9 : 40/84 près de la moitié des magasins ont une note inférieure à la moyenne générale des notes(Q12)

G10 : Entre le 1er et 2e trimestre 2021,2 produits ont légèrement améliorer leur satisfaction auprès des clients : l'alimentaire et les loisirs (Q13)

II. Méthodologie suivie

Etape 1 : Expression des besoins

Lecture des consignes et demandes, écoute de l'audio du lead data analyst et responsable du service client pour comprendre les attentes, besoins, objectifs de la mission et exigences attendues

Etape2 : Chargement de la base de données

Charger la base de données customer_data_feedback dans le SGBDR SQLite studio

Etape 3 : Mise à jour du schéma de la base de données ainsi que du dictionnaire de donnée

- Importation de la table ref_magasin dans la base
- Vérification des différentes clés (primaires et étrangères des fichier CSV) et leur correspondance
- Vérification des doublons et des colonnes null
- Schéma de la base de données avec les différentes relations, mis à jour du dictionnaire de donnée en rajoutant les attributs de la table ref_magasin avec leurs formats et description
- Création de la nouvelle table « FEEDBACK1 » à partir des 3 tables existantes

Etape 4 : Requêtes SQL pour répondre aux demandes

- Consulter les ressources et créer les requêtes SQL pour répondre aux besoins d'analyses
- Regrouper les requêtes ainsi que leurs résultats dans un document
- Réflexion sur les axes d'analyses pertinentes à proposer à Olivier

Etape 5 : Préparation de la présentation pour communiquer les résultats

III. Cohérence des données

- Le fichier est globalement cohérent, nous n'avons pas détecté de doublons suite à l'exploration des données. Néanmoins pour la variable « recommandation », il y a près de ¼ de données qui sont manquantes. Par exemple les notes données par les clients ne sont parfois pas cohérentes avec le fait de recommander le magasin (2 clients ont mal noté le magasin mais le recommandent ; il y a plus de 73 clients qui ont bien noté (8-10) mais n'ont pas recommandé le magasin).
- Les doublons ont été vérifiés dans le fichier en utilisant les requêtes SQL et particulièrement la fonction « DISTINCT ».
- Les clés étrangères avaient bien une correspondance dans d'autres tables et ont été bien mises au bon format.
- Lors des requêtes SQL, vérifier que l'exécution n'entraîne pas des erreurs, vérifier que les résultats sont logiques en changeant de requêtes ou en élargissant la recherche parfois par catégorie ou en la sectionnant (cas du NPS) et également via notre analyse critique en analysant attentivement les variables.

IV. Autres axes d'analyses pertinentes



- Afin que les analyses sur les recommandations soient pertinentes, il faudrait rendre ce champ obligatoire lors de l'enquête de satisfaction
- Faudrait analyser les recommandations par catégorie, par source, par magasin, par produit
- Calculer les NPS(net promoter score) par catégorie et par période pour mieux suivre la satisfaction client et prendre des dispositions pour remédier aux manquements
- Mettre en place un SIM (système d'information marketing) dans l'entreprise