**Guide de Lecture des KPI**

Pour chaque KPI, voici comment interpréter les résultats et les utiliser dans un contexte décisionnel :

1. **Nombre Total d’Avis**
   * **Lecture** : Un chiffre élevé indique un engagement fort, tandis qu'un faible nombre peut signaler un manque de feedback.
   * **Action** : Si le nombre d'avis diminue, envisager des campagnes pour encourager les retours utilisateurs.
2. **Distribution des Notes**
   * **Lecture** : Une majorité de notes élevées (4-5) indique une satisfaction générale, tandis qu'une forte proportion de notes basses (1-2) signale des problèmes.
   * **Action** : Analyser les avis négatifs pour identifier les causes récurrentes et y remédier.
3. **Taux d’Avis Positifs vs Négatifs**
   * **Lecture** : Un équilibre favorable entre positifs et négatifs est idéal. Un taux élevé de négatifs nécessite une attention immédiate.
   * **Action** : Déployer des mesures correctives ou des améliorations basées sur les avis négatifs.
4. **Note Moyenne par Période**
   * **Lecture** : Une tendance à la hausse suggère des améliorations, tandis qu'une tendance à la baisse peut indiquer des problèmes croissants.
   * **Action** : Investiguer les périodes de baisse pour identifier les causes et intervenir rapidement.
5. **Avis par Version de l’Application**
   * **Lecture** : Des notes faibles ou un grand nombre d’avis négatifs pour une version spécifique peuvent indiquer des bugs ou des fonctionnalités problématiques.
   * **Action** : Prioriser les correctifs pour les versions les plus critiquées.
6. **Popularité des Avis via thumbsUpCount**
   * **Lecture** : Les avis avec un grand nombre de likes sont souvent considérés comme utiles ou représentatifs des expériences des utilisateurs.
   * **Action** : Mettre en avant ces avis pour une analyse plus approfondie ou pour les utiliser comme témoignages.
7. **Sentiment Moyenne Combiné**
   * **Lecture** : Un score combiné positif indique une satisfaction générale, tandis qu'un score négatif indique des préoccupations.
   * **Action** : Utiliser ce KPI pour une vue d’ensemble de la perception utilisateur et ajuster les stratégies en conséquence.
8. **Analyse Textuelle des Avis**
   * **Lecture** : Les mots fréquents dans les avis positifs peuvent révéler les points forts, tandis que ceux dans les avis négatifs signalent les domaines à améliorer.
   * **Action** : Focaliser les efforts d’amélioration sur les mots/clés récurrents négatifs identifiés.
9. **Moyenne des "Thumbs Up" par Catégorie de Sentiment**
   * **Lecture** : Une moyenne élevée de likes pour les avis positifs montre une forte approbation, tandis que des likes élevés sur des avis négatifs signalent des préoccupations importantes.
   * **Action** : Traiter en priorité les avis négatifs très likés pour résoudre les problèmes critiques.
10. **Fréquence des Avis par Heure de la Journée**
    * **Lecture** : Identifier les heures de pointe où les avis sont le plus nombreux.
    * **Action** : Planifier des mises à jour ou des interventions techniques durant les périodes de moindre activité pour minimiser l'impact.
11. **Top Utilisateurs par Nombre d’Avis**
    * **Lecture** : Identifier les utilisateurs très actifs peut aider à reconnaître les utilisateurs engagés ou à surveiller les comportements inhabituels.
    * **Action** : Engager les utilisateurs les plus actifs pour obtenir des insights détaillés ou offrir des récompenses.
12. **Corrélation Entre Note et "Thumbs Up Count"**
    * **Lecture** : Une corrélation positive indique que les avis bien notés sont également appréciés, tandis qu'une faible corrélation peut signaler des avis polarisants.
    * **Action** : Mettre en avant les avis qui sont à la fois bien notés et très likés pour leur valeur informative.
13. **Avis par Utilisateur**
    * **Lecture** : Comprendre combien d’avis chaque utilisateur laisse peut aider à identifier les utilisateurs engagés ou les anomalies.
    * **Action** : Engager les utilisateurs très actifs pour des feedbacks approfondis ou surveiller les comportements répétitifs négatifs.
14. **Note Moyenne par Utilisateur**
    * **Lecture** : Analyser la moyenne des scores attribués par chaque utilisateur permet de repérer les utilisateurs très satisfaits ou insatisfaits.
    * **Action** : Cibler les utilisateurs insatisfaits pour des actions correctives ou valoriser les utilisateurs satisfaits pour des témoignages.
15. **Tendances de Sentiment par Version de l’Application**
    * **Description** : Suivre l’évolution des sentiments pour chaque version de l’application.
    * **Lecture** : Une tendance négative pour une version particulière indique des problèmes spécifiques introduits par cette version.
    * **Action** : Déployer rapidement des correctifs ou ajustements pour les versions identifiées comme problématiques.