



BestMarket

Titre du projet BestMarket

Prénom ANNA

Nom HARBA

Date 25/02/2024

- SOMMAIRE



CONTEXTE

MÉTHODOLOGIE

COHÉRENCE DES DONNÉES

ANALYSES & RÉSULTATS

NET PROMOTER

INDICATEURS

CONCLUSION

II Méthodologie suivie



1. *Compréhension des besoins*
2. *Chargement des données.*
3. *Vérification des données*
4. *Identification des données manquantes*
5. *Analyse des questions d'Olivier*
6. *Écriture des requêtes SQL*
7. *Validation des résultats*

III Cohérence des données

- Pour assurer la cohérence et la qualité des données avec lesquelles nous avons travaillé, nous avons mis en place les mesures suivantes :
- 1. Vérification de l'intégrité des données : Nous avons examiné les relations entre les différentes tables de la base de données pour nous assurer que les clés étrangères étaient correctement définies et que chaque référence avait une correspondance dans la table parente.
- 2. Contrôle des doublons
- 3. Gestion des valeurs NULL
- 4. Validation des résultats
- 5. Contrôle des bornes et des plages. (*Par exemple: est ce que le NPS est bien compris entre -100 et 100*)

I Analyse de la satisfaction client



Objectifs Globaux du Projet : Analyser les feedbacks pour identifier les magasins avec un nombre élevé de retours. Mettre en place un indicateur NPS pour suivre la satisfaction client sur toutes les sources/une stratégie qui permet aux clients d'obtenir la meilleure expérience possible afin qu'il a envie de revenir dans le magasin par téléphone après un contact

Pour l'analyse de la satisfaction client:

- 1. Pourcentage de recommandations client*
- 2. Classement des départements par note*
- 3. Magasins avec une note inférieure à la moyenne*



ANALYSE & RÉSULTATS – Retours clients

- La livraison est la catégorie qui comptabilise le plus de retours clients (639)
- Les notes moyennes concernant l'expérience en magasin sont meilleures le weekend (8.34 et 8.18)
- Le mois d'Octobre est le mois qui enregistre le plus de retours concernant le service après-vente (55)
- 70,5% des clients sont prêts à recommander l'entreprise



ANALYSE & RÉSULTATS - Produits

- Les notes des retours faits sur les réseaux sociaux concernant les TV sont excellentes (entre 8 et 10)
- La moyenne générale des notes, et plus précisément concernant le SAV' Service Après-Vente', est meilleure dans les catégories High-tech (8.12) et Loisirs (8.51)
- Les boissons ont une moyenne de notes supérieure à la moyenne de l'Alimentaire (8.32 >8.03)
- L'Alimentaire et les Loisirs ont augmenté leurs notes moyennes entre le T1 et le T2 de l'année 2021 Alimentaire (7.99 -> 8.06) Loisirs (8.00 -> 8.34)



ANALYSE & RÉSULTATS

- Magasins









Le magasin de Paris 14e est celui ayant la meilleure note moyenne (8.73)

3 magasins enregistrent plus de 12 retours sur la catégorie drive

Les départements ayant les meilleures moyennes sont le Val-d'Oise (8.14) et Paris (8.11)

37 magasins (soit 44%) ont une moyenne inférieure à la moyenne générale des magasins (8.05)



Table		Formulaire	
     <input type="text" value="1"/>   		Nombre de lignes chargées	
ref_magasin	moyenne_notes		
1	75	8.72727272727273	
2	78	8.54838709677419	
3	62	8.5	
4	23	8.48387096774194	
5	19	8.45238095238095	

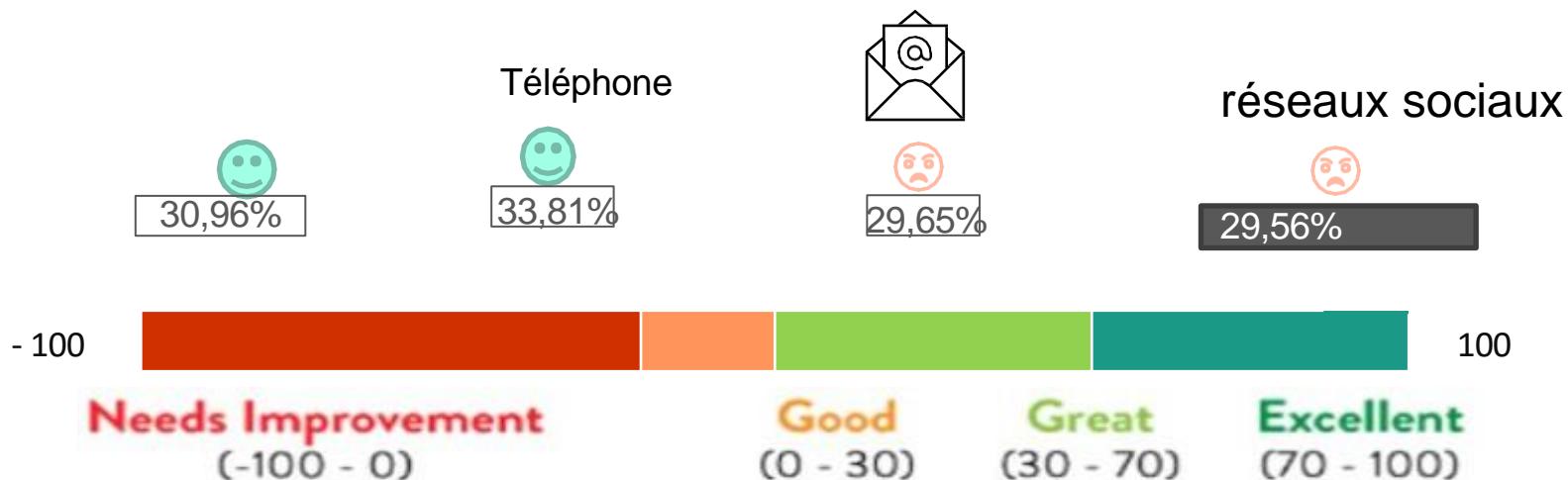
Déterminer la note moyenne pour chaque catégorie de produit et les classer de la meilleure à la moins bonne	SELECT produit.typologie_produit, AVG(retour_client.note) AS note_moyenne FROM retour_client JOIN produit ON retour_client.cle_produit = produit.cle_produit GROUP BY produit.typologie_produit ORDER BY note_moyenne DESC;	High-Tech 8.16 Loisirs 8.09 Alimentaire 8.04 Maison 7.85
Déterminer la typologie de produit qui apporte le meilleur service après-vente	select p.typologie_produit as Typologie, round(avg(rc.note),2) as Moyenne_note from retour_client rc join produit p on rc.cle_produit = p.cle_produit where rc.libelle_categorie = 'service après-vente' group by Typologie order by Moyenne_note desc	Typologie Moyenne_note Loisirs 8.51 High-Tech 8.12 Alimentaire 8.03 Maison 7.88
11. Quel est le pourcentage de recommandations clients? Déterminer le pourcentage de recommandations client	select (sum(recommandation)/count(*)) *100 as Pctg_reco from retour_client	70.05% Requête:

SELECT
round(sum(recommandation)*100/co
unt(recommandation),2) as
pourcentage_recommandation
from retour_client
where recommandation <> "

90

NPS

Compte le nombre de la client dans
le chaque catégorie
le NPS est calculé en soustrayant le
pourcentage de détracteurs du
pourcentage de promoteurs.



```

SELECT
((COUNT(CASE WHEN note >= 9 AND note
<= 10 THEN 1 END) * 100.0 / COUNT(*)) -
(COUNT(CASE WHEN note >= 0 AND note
<= 6 THEN 1 END) * 100.0 / COUNT(*))) AS
NPS
FROM
retour_client

```













Table		Formulaire	
		     1  	
		NPS	
1		30.96666666666667	

Table		Formulaire	
		     1	
	Sources	NPS	
1	téléphone	33.81	
2	email	29.65	
3	réseaux sociaux	29.56	

- calcul_nps AS (
- SELECT
- libelle_source AS Sources,
- COUNT(note) AS Nbr_notes,
- COUNT(CASE WHEN note BETWEEN 0 AND 6 THEN note END) AS Detracteur,
- COUNT(CASE WHEN note BETWEEN 9 AND 10 THEN note END) AS Promoteur
- FROM retour_client
- GROUP BY Sources
-)
- SELECT
- Sources,
- ROUND((((Promoteur-Detracteur)/(Nbr_notes*1.0))*100, 2) AS NPS
- FROM calcul_nps
- ORDER BY NPS DESC;

- Deux indicators
- /* Quelle est la répartition des notes moyennes des retours clients par source ?"

```

SELECT
  libelle_source AS Source,
  AVG(note) AS Moyenne_notes
FROM
  retour_client
GROUP BY
  libelle_source;
email          7.98062015503876
réseaux sociaux 8.03907815631263
téléphone      8.14329896907216
les cinq magasins avec les notes moyennes les plus basses

```

- Quels sont les cinq magasins avec les notes moyennes les plus basses données par les clients

```

SELECT ref_magasin, AVG(note) AS note_moyenne
FROM retour_client
GROUP BY ref_magasin
ORDER BY note_moyenne ASC
LIMIT 5;

```

```

60      7.38235294117647
81      7.4375
82      7.52631578947368
46      7.55555555555556
55      7.58823529411765

```



Conseils pour la qualité de la présentation



1. rendre le discours plus dynamique.
2. mettre en avant les points importants.
3. utilisé des gestes ou des mouvements de la main pour indiquer des éléments clés sur nos slides.
4. Sourire et contact visuel

En utilisant ces soft skills de communication, nous avons rendu notre présentation plus engageante, interactive et mémorable pour l'auditoire.

Mise à jour du schéma relationnel de la BDD

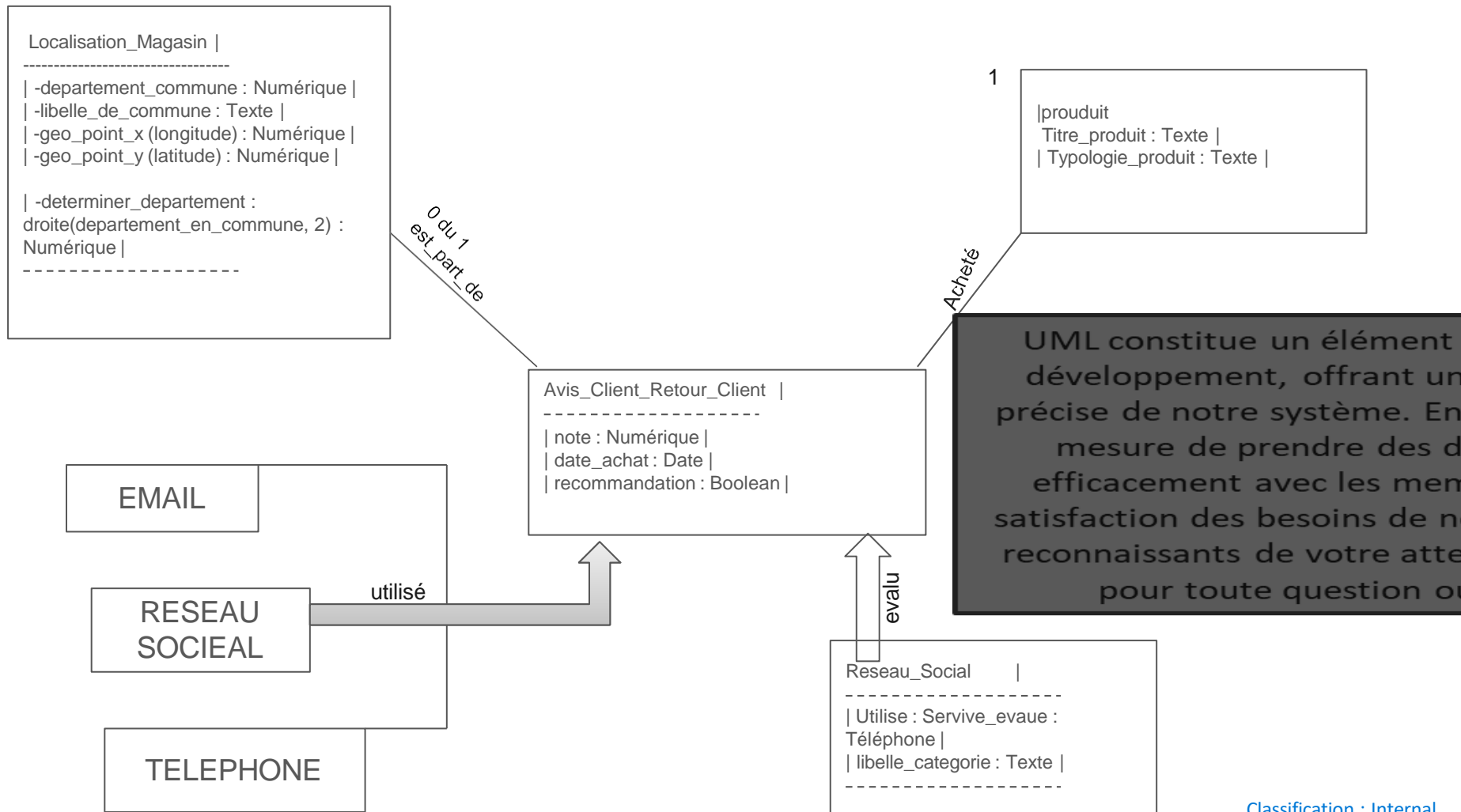
Localisation_Magasin
ref_magasin (PK) : INTEGER
departement_commune : INTEGER
libelle_de_commune : VARCHAR
geo_point_x (longitude) : FLOAT
geo_point_y (latitude) : FLOAT
Table :

Table : Produit
cle_produit (PK) : INTEGER
ref_magasin (PK, FK) : INTEGER
libelle_produit : VARCHAR
typologie_produit : VARCHAR

Relation=
UN
= Plusieurs

Table : Avis_Client_Retour_Client
cle_retour_client (PK) : INTEGER
cle_produit (PK, FK) : INTEGER
ref_magasin (FK) : INTEGER
note : INTEGER
date_achat : DATE
libelle_source : VARCHAR
libelle_categorie : VARCHAR

Clés d'identification
[PK] = Primaire
[FK] = Étrangère





CONCLUSION



CETTE ANALYSE NOUS OFFRE DES
INSIGHTS IMPORTANTS POUR ORIENTER
NOS EFFORTS VERS L'AMÉLIORATION
CONTINUE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT. LES
RECOMMANDATIONS FORMULÉES SONT
BASÉES SUR DES DONNÉES FACTUELLES ET
PEUVENT SERVIR DE GUIDE POUR DES
ACTIONS CIBLÉES.



MERCI DE VOTRE ATTENTION.