

Expression des besoins

Titre du projet	Le projet BestMarket
Contact Business	Olivier – Responsable du service client

Version	Auteur	Description	Date
VI	ANNA HARBA	<i>Business Intelligence Analyst</i>	20.02.2024

Contexte du projet

Le projet BestMarket dans la grande distribution vise à exploiter les retours et avis clients afin d'améliorer la qualité des magasins.

Les acteurs clés, Mélanie (Lead Data Analyst) et Olivier (Responsable du service client), travaillent ensemble pour comprendre les besoins des clients et déployer une stratégie visant à optimiser l'expérience client. Cette stratégie englobe les réclamations, les suggestions et les compléments d'informations provenant de diverses sources telles que les réseaux sociaux, les campagnes d'e-mailing et les appels téléphoniques.

Enjeux

- Comprendre les besoins du service client
- Conseiller sur comment améliorer l'expérience client
- Déploiement d'une stratégie permettant au client d'obtenir la meilleure expérience possible
- Donner au client l'envie de revenir en magasin

Expression des besoins

I – Effectuer les requêtes suivantes :

Concernant les retours clients :

Compter le nombre de retours clients sur la livraison - Déterminer les jours où l'expérience client est la meilleure expérience en magasin et les classer par ordre décroissant - Déterminer sur quel mois on obtient le plus de retour sur le service après-vente - Déterminer le pourcentage de recommandations client

Concernant les produits :

Affiche la liste des notes sur les réseaux sociaux et la catégorie TV

- Déterminer la note moyenne pour chaque catégorie de produit et les classer de la meilleure à la moins bonne – identifier la typologie de produit qui apporte le meilleur service après-vente - Déterminer la note moyenne sur l'ensemble des boissons - Lister les typologies de produit qui ont amélioré leur moyenne entre le 1er et le 2e trimestre 2021

Concernant les magasins : - Lister les 5 magasins ayant les meilleures notes moyennes - Lister les magasins ayant plus de 12 retours sur le drive - Classer les départements par note moyenne - Lister les magasins ayant une note inférieure à la moyenne

II – Calculs d'indicateurs - Calcul du Net Promoter Score (NPS) global = Pourcentage de promoteurs – pourcentage de détracteurs = $((\text{Nbr notes entre 9 et 10} - \text{Nbr notes entre 0 et 6}) / \text{Nbr notes total}) \times 100$

- Calcul du NPS pour chaque sources de retours clients

III – Analyses complémentaires

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

3 Exigences

I – techniques

- Vérifier l'intégrité des données par sources de retours dans la base de données (ventilation par sources) pour aider les équipes - Calcul du NPS pour suivi de la satisfaction client

Finalisation du Projet :

-Création de Documents Clés :

- Document sur l'Expression des Besoins.
- Document Technique avec Schéma Relationnel de la BDD et Dictionnaire de Variables

Mis à Jour.

- Liste de Requêtes et Résultats.
- Présentation Méthodologique, Résultats et Cohérence des Données.

- Approche Méthodique pour l'Amélioration Continue de l'Expérience Client :

- Assurer la clarté des besoins, l'organisation des données, l'adaptation du schéma relationnel, et la présentation convaincante des résultats.