Le projet data des Jardineries Eygalade

Les Jardineries Eygalade exploitent six jardineries dans le Vaucluse et la Drôme (Bollène, Orange, Valréas, Vaison-la-Romaine, Nyons et Pierrelatte) et un site marchand avec retrait en magasin ; 52 000 clients ont une carte de fidélité. La direction lance un projet de valorisation des données clients, confié à Clémence Vialaret, chargée de la relation client, avec un data scientist recruté en septembre 2026.

Pour chaque situation, choisissez la bonne réponse.

Chaque nuit, la base reçoit les tickets de caisse des six magasins, les commandes du site, les avis publiés sur Google, les photos envoyées au service client et les relevés météo publiés en données ouvertes. Lequel des « 5 V » cette diversité illustre-t-elle ?

☐ La variété
☐ La vélocité
☐ La valeur

Justification :

Lesquelles de ces données sont non structurées ? (plusieurs réponses)

☐ Les avis rédigés par les clients sur Google
☐ Les photos de plantes malades envoyées par les clients
☐ Le fichier des cartes de fidélité (nom, code postal, date d'adhésion)
☐ Les tickets de caisse (date, magasin, articles, montant)

Justification :

Lesquelles de ces sources sont externes à l'entreprise ? (plusieurs réponses)

☐ Les relevés météo publiés en données ouvertes
☐ Les tendances des recherches des internautes fournies par un moteur de recherche
☐ Les réclamations reçues par le service après-vente
☐ L'historique d'achat des porteurs de carte, tiré du logiciel de caisse

Justification :

Le data scientist veut prévoir les ventes de plants de tomates de chaque magasin pour la semaine suivante, à partir des ventes des années passées et des prévisions météo. Quel type de modèle utilise-t-il ?

☐ Un modèle exploratoire (non supervisé), qui forme des groupes de magasins sans résultat connu à l'avance
☐ Un modèle descriptif (tableau de bord), qui résume les ventes passées de chaque magasin sans les prolonger
☐ Un modèle prédictif (supervisé), qui apprend sur un historique dont les résultats sont connus

Justification :

L'analyse automatique de 400 000 tickets (datamining) révèle que les acheteurs de terreau pour agrumes achètent souvent, à leur visite suivante, un engrais pour agrumes. Quelle utilisation commerciale en tirer ?

☐ Envoyer aux acheteurs d'engrais pour agrumes, quelques semaines après leur achat, une offre sur le terreau pour agrumes, qu'ils achètent à leur visite suivante
☐ Envoyer aux acheteurs de terreau pour agrumes, quelques semaines après leur achat, un conseil d'entretien accompagné d'une offre sur l'engrais
☐ Augmenter le prix de l'engrais pour agrumes dans les six magasins, puisque les acheteurs de terreau pour agrumes le prendront de toute façon à leur visite suivante

Justification :

Une cliente achète au magasin de Nyons avec sa carte, commande en ligne avec retrait en magasin et écrit au service client : le conseiller trouve trois fiches différentes à son nom. Quel outil règle ce problème ?

☐ Un fichier séparé pour chaque magasin et un autre pour le site, plus faciles à tenir à jour par les équipes qui connaissent leurs clients
☐ Une demande faite à la cliente de n'utiliser qu'un canal, le magasin de Nyons, pour que ses achats soient regroupés dans la fiche de ce magasin
☐ Une plateforme de données clients (CDP), qui rassemble les données du site, des caisses, du CRM et des réseaux sociaux en un profil unique

Justification :

Le site va proposer un assistant conversationnel d'intelligence artificielle qui conseille les jardiniers. Que prévoit le règlement européen sur l'IA ?

☐ Le client doit savoir qu'il échange avec un chatbot et non avec un vendeur
☐ Le chatbot peut conseiller librement, du moment que ses conseils de jardinage sont exacts
☐ Le chatbot doit se présenter comme un vendeur du magasin pour rassurer le client

Justification :

Clémence veut faire résumer par une IA générative 3 000 avis clients, exportés avec les noms, les e-mails et les numéros de carte. Que doit-elle faire ?

☐ Transmettre l'export tel quel, noms, e-mails et numéros de carte compris, puisque les avis sont déjà publics, puis vérifier la synthèse produite
☐ Pseudonymiser l'export (remplacer noms, e-mails et numéros de carte par un code) avant l'analyse, puis vérifier la synthèse produite
☐ Renoncer à l'IA et résumer les 3 000 avis à la main, son usage étant interdit dès qu'un fichier contient des données de clients

Justification :