

Cahier des charges – REMY Nora ROPELEWSKI Maxime – 2A1

Axe 1 : Analyse des clients pour profiler les clients et identifier les meilleurs d'entre eux

Pour identifier les clients il faut mémoriser des informations basiques telles que : le nom, l'âge, l'adresse (Code Postale, Rue, Numéro), l'email, le téléphone et le statut social.

Afin de profiler les meilleurs clients, il est nécessaire d'enregistrer leurs données liées aux visites du restaurant comme : le nombre de visite totale, la fréquence de visite par client, la date de la dernière visite et le nombre de réservation.

De plus, nous pouvons enregistrer le nombre de plats commandés par mois, la moyenne des prix des commandes et la somme totale du prix dépensé dans le restaurant par le client.

Finalement nous pouvons référencer si le client a donné ou non un pourboire et s'il possède une carte de fidélité (Nombre de point).

Axe 2 : Analyser les performances de ventes pour chaque produit en vue de sélectionner les best-sellers

Il est intéressant de connaître certains détails sur les commandes tels que :

- le prix,
- la date,
- l'heure,
- la fréquence,
- le nombre de personnes.

Pour sélectionner les best-sellers il faut connaître :

- la fréquence de vente du produit par mois,
- le nombre total de fois commandé (par produit)
- un Top 3 des plats les plus vendus
- le prix du produit
- la quantité

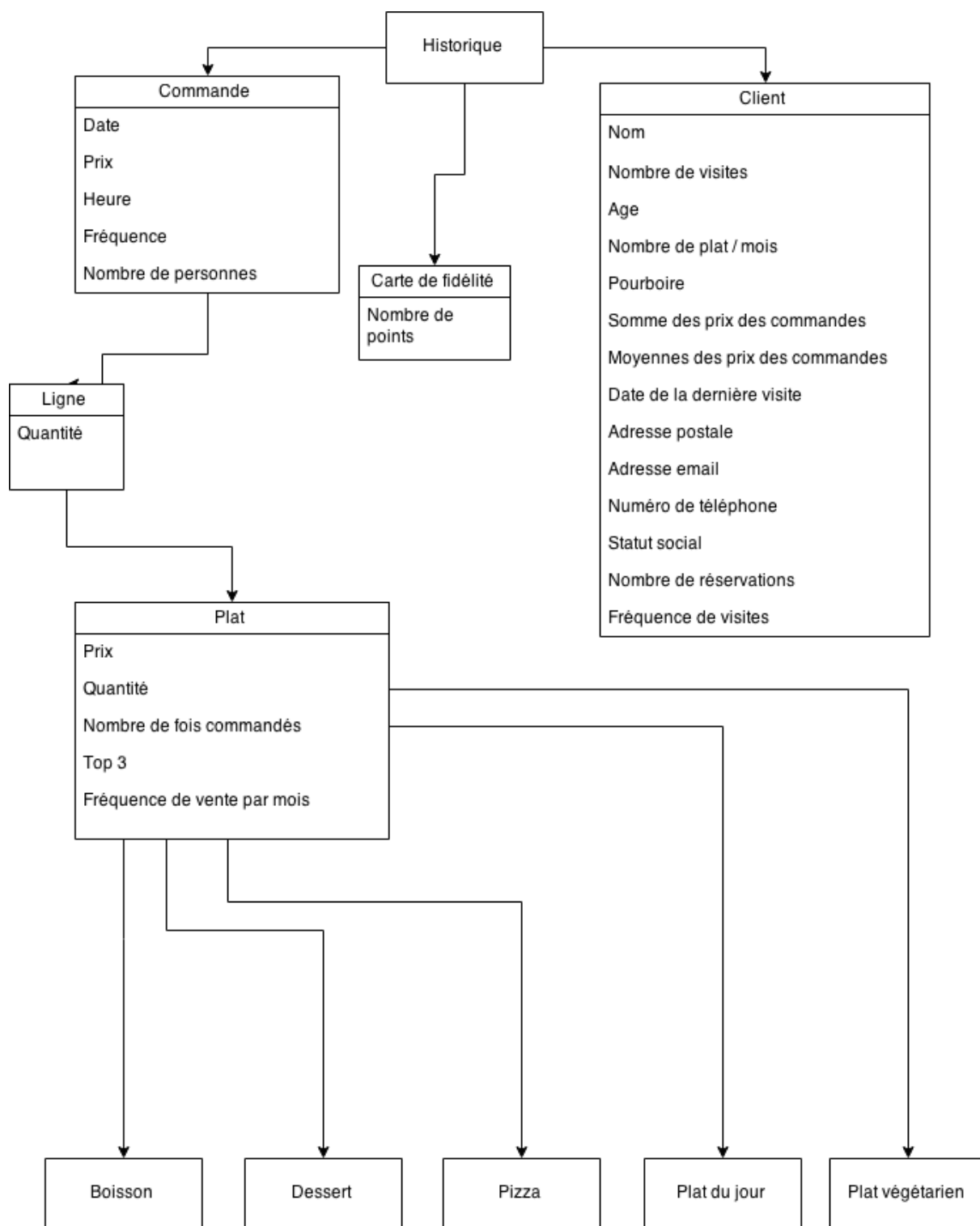


Figure 1- Diagramme de classes