Gestion des commandes d’un restaurant

Pour mener à bien la gestion des commandes du restaurant nous voulons notamment développer 2 axes qui sont l’analyse des clients et l’analyse des performances de vente de chaque produit.

Analyse des clients

L’analyse des clients a pour but de profiler les clients et d’identifier les « meilleurs » d’entre eux. Pour cela nous avons introduit une carte fidélité qui permettra à nos plus loyaux clients d'obtenir des réductions sur leurs prochains repas. La carte de fidélité tiendra compte du nombre de repas qu'un client aura commandé dans notre restaurant. Chaque fois qu'un client commandera un produit, un compteur incrémentera automatiquement de 1 son score sur la carte de fidélité. Plus son score est élevé plus il pourra bénéficier davantage et même obtenir un repas gratuit. Il est important pour nous de récompenser nos clients afin de ne pas les perdre et donc continuer à ce qu'ils viennent chez nous.

Analyse des performances de vente de chaque produit

Il s’agit d’établir et de comparer les ventes pour chaque produit afin d’en identifier les best-sellers. Pour parvenir à notre objectif, nous avons instauré un historique tenant compte du repas choisit ainsi que du nom du client. Cet historique aura donc pour but de répondre davantage aux goûts des clients et réduira nos pertes en ciblant les produits phares de nos menus.