

Livre blanc

Améliorer la rentabilité de votre restaurant



 COVERMANAGER

Sommaire

Partie 1 : les leviers clés de la rentabilité

Optimiser la gestion des réservations 03

*Maximiser le taux de remplissage des tables
Analyser la fréquentation*

Maîtriser les coûts 05

*Réduction des coûts et Yield Management
Optimiser les stocks et le menu*

Partie 2 : développer l'attractivité

Attirer et fidéliser 09

*Se démarquer par l'expérience client
Exploiter les leviers marketing et digitaux*

Optimisez votre rentabilité et gagnez du temps au quotidien avec la réservation 11



Les restaurateurs doivent aujourd'hui se battre sur plusieurs fronts : des coûts de matières premières en hausse, des dépenses énergétiques croissantes, et un marché du travail difficile. Face à ces défis, la survie et le **succès d'un restaurant** reposent sur leur capacité à s'adapter et à innover pour répondre aux demandes changeantes des clients.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : selon l'Observatoire Fiducial de la Restauration 2023, la **restauration rapide** a conquis 23% des parts de marché et continue de grignoter des parts. C'est un signal fort que l'industrie de la restauration évolue rapidement, et ceux qui ne suivent pas risquent d'être laissés pour compte.

Dans ce contexte, la **rentabilité** devient la clé de la survie et du développement des restaurants. En effet, même avec un chiffre d'affaires élevé, un restaurant peut rencontrer des difficultés financières s'il n'arrive pas à maîtriser ses coûts et à générer des bénéfices. La rentabilité ne se résume pas seulement à l'augmentation des revenus, mais aussi à une gestion efficace des dépenses et à l'optimisation des ressources disponibles.

L'objectif de ce livre blanc : proposer des solutions concrètes et applicables

C'est dans cette optique que ce livre blanc a été conçu : offrir aux restaurateurs des solutions concrètes et applicables pour **améliorer leur rentabilité**. Nous sommes conscients que les défis auxquels vous, restaurateurs, êtes confrontés, sont nombreux et variés. C'est pourquoi nous nous sommes efforcés de proposer des recommandations pratiques et adaptées à votre réalité quotidienne.

Que vous dirigiez un seul restaurant ou soyez à la tête d'un groupe dans l'hôtellerie et la restauration, vous trouverez dans ce livre blanc des stratégies et des techniques qui peuvent être mises en œuvre dès aujourd'hui pour maximiser la rentabilité de votre établissement.

Les leviers clés de la rentabilité

Optimiser la gestion des réservations



Conseil n°1

Maximiser le taux de remplissage

Le taux de remplissage de vos tables, ou taux d'occupation, est un indicateur vital de la rentabilité d'un restaurant.



Taux de remplissage =
(nombre de tables réservées
ou occupées) / (nombre
total de tables) * 100

Taux de remplissage
moyen en 2022

63% pour un restaurant
traditionnel

112% pour la restauration
rapide

Source : L'observatoire fiduciaire de la restauration, 2023

Comment l'optimiser et ainsi rentabiliser au maximum l'espace de votre restaurant ?

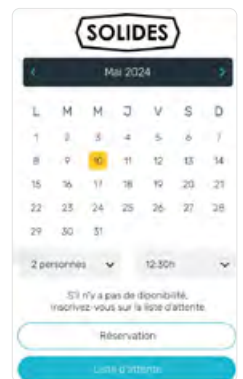
Exploiter la réservation intelligente

Pour atteindre un taux de remplissage optimal, il est crucial d'adopter des techniques de réservation intelligentes comme le plan de salle interactif et le moteur de réservation par la table. Cela inclut la gestion efficace des créneaux horaires et la durée des réservations.

En segmentant automatiquement les horaires de service, en ajustant vos plans de tables en temps réel et en ajustant les durées de réservation en fonction de la taille des groupes, vous pouvez maximiser l'utilisation de votre espace tout en offrant un service de qualité. Un logiciel de réservation en ligne peut vous aider à centraliser ces tâches.

Mettre en place une file d'attente virtuelle

Une file d'attente virtuelle est une solution moderne et efficace pour gérer les clients en attente de table. En permettant aux clients de s'inscrire à la file d'attente sur votre site internet, vous attribuez automatiquement vos tables en cas d'annulation. Vous faites ainsi des heureux tout en gagnant en rentabilité.



Lutter contre les no-show

Les réservations non honorées sont un cauchemar pour les restaurateurs, mais il existe des moyens de les minimiser. L'empreinte bancaire par exemple est un moyen efficace de dissuader les no shows, tout comme le prépaiement ou encore le rappel automatique de réservation. Choisissez la ou les solutions qui correspondent le mieux à votre clientèle et votre réalité de terrain.

"Les no-show, mis bout à bout, représentent un manque à gagner de près de 50.000€ par an chez nous. C'est énorme ! Depuis la mise en place de l'empreinte bancaire, nos clients sont plus responsables et nous n'avons plus de problème de no-show."

Glenn Viel, L'Oustau de Baumanière

Conseil n°2

Analyser la fréquentation

L'analyse de fréquentation de votre établissement permet d'identifier les moments sur lesquels vous concentrer pour dynamiser le trafic dans votre restaurant et tirer le meilleur parti de chaque visite de vos clients.

Trois axes sont à prioriser

1. Analyse du ticket moyen

● Calculez régulièrement le ticket moyen de votre restaurant pour comprendre les habitudes de consommation de vos clients. Si celui-ci est trop bas, formez vos équipes à l'up-selling ou au cross-selling, c'est-à-dire la vente de produits supérieurs ou complémentaires.



La formule du ticket moyen
= le chiffre d'affaires total
/ le nombre de clients servis
sur une période donnée

2. Exploitation des données personnalisées

● Utilisez les données de réservation pour comprendre les préférences de vos clients. Les systèmes de réservation en ligne peuvent fournir des informations détaillées sur les habitudes de réservation, les préférences alimentaires et les comportements d'achat.

3. Augmentation des réservations

- Intégrez un module de réservation sur votre site web et diversifiez vos canaux de réservation en les proposant également sur votre fiche Google Maps, Facebook et Instagram.
- Assurez-vous que le processus de réservation est fluide et intuitif sur chaque plateforme.
- Utilisez des boutons de réservation visibles et des appels à l'action engageants.
- Sur Google Maps et les réseaux sociaux, mettez en avant les liens de réservation pour faciliter le processus.



Maîtriser les coûts

Conseil n°3

Optimisation des coûts et Yield Management

Dans un restaurant, la maîtrise des coûts est essentielle pour assurer la rentabilité. Cela implique la gestion efficace des dépenses tout en maintenant la qualité des produits et des services.

Pour savoir où vous en êtes, au-delà du calcul classique (mais essentiel) de votre marge brute et commerciale, le calcul de vos ratios de gestion permet de tenir à l'œil certains indicateurs quantitatifs clés de la performance de votre restaurant. En les mesurant, vous serez à même de redresser la situation lorsque ceux-ci ne sont pas optimaux.



Ratio Masse salariale

= salaires brut + charges sociales /
chiffre d'affaires hors taxes

Ratio Productivité

= chiffre d'affaires
/ nombre d'heures travaillées

Ratio Charges d'exploitation

= charges structurelles
/ chiffre d'affaires

Ratio Masse salariale

Ce ratio permet d'évaluer la pertinence du nombre d'employés dans votre restaurant. Un "bon" ratio se situe entre 30 et 40%, voire 50% pour les restaurants gastronomiques.

Ratio Productivité

Cet indicateur permet d'identifier toute baisse de productivité de vos équipes. Sa fluctuation vous permet de mettre en lumière des problèmes de planification ou d'autres difficultés quotidiennes.

Ratio Charges d'exploitation

Ce ratio fait le rapport entre les charges indispensables au fonctionnement de votre restaurant et votre C.A. Idéalement, il ne dépassera pas 25%.

58% des restaurateurs

ont dû revoir leurs tarifs à la hausse pour faire face à l'augmentation des charges énergétiques et des produits

source : L'observatoire fiduciaire de la restauration, 2023



Une fois vos calculs faits, suivre ces conseils vous aidera à garder le cap de la rentabilité :

1. Négocier les prix et diversifier les fournisseurs

- Engagez des négociations avec les fournisseurs pour obtenir des prix compétitifs sur les produits alimentaires et les fournitures.
- Diversifiez les sources d'approvisionnement pour avoir accès à une plus grande variété de produits et pour bénéficier de prix plus avantageux.
- Examinez régulièrement les contrats avec les fournisseurs pour vous assurer que les prix et les conditions sont toujours compétitifs.

2. Diminuer les charges directes et indirectes

- Rationalisez votre menu en supprimant les plats moins rentables ou ceux nécessitant des ingrédients coûteux et peu utilisés.
- Optimisez la gestion des stocks pour éviter les pertes et réduire les coûts liés au gaspillage alimentaire.

- Réduisez les dépenses indirectes telles que les frais de maintenance, les services publics, les frais administratifs en comparant les offres de différents fournisseurs. Supprimez aussi les frais de commission sur les réservations en ligne en sélectionnant des plateformes proposant des alternatives.

3. Maîtriser les coûts salariaux

- Former le personnel pour accroître son efficacité et sa polyvalence, réduisant ainsi le besoin d'embaucher du personnel supplémentaire.
- Utiliser des outils de gestion du personnel pour suivre les heures travaillées, les congés et les absences. Et minimiser les coûts liés à une main-d'œuvre non utilisée.
- Étudier les possibilités de rémunération variable ou de primes basées sur la performance pour motiver le personnel à améliorer l'efficacité et les résultats.

4. S'essayer au Yield Management en instaurant un système de tarification différencié en fonction de la demande des consommateurs.



Le Yield Management

Le Yield Management consiste à instaurer un système de tarification différencié en fonction de la demande des consommateurs (ou de son stock). Pour un restaurateur, le but de l'opération est de réussir à remplir les tables vides pendant des périodes habituellement creuses en proposant des prix plus attractifs. Il peut également être utilisé pour augmenter le ticket moyen en proposant de payer un surplus pour avoir accès, par exemple, aux tables les plus convoitées.

On peut notamment penser à quelques exemples :

- 20% sur l'addition pour une réservation avant 19h30
- + 20€ pour réserver une table un samedi soir à moins de 24h de l'événement
- 10€ pour une réservation avec empreinte bancaire effectuée plus d'une semaine à l'avance. Cette dernière option propose une solution gagnant-gagnant tout en limitant les risques de no-show.

D'autres applications s'ajoutent également à la tarification différenciée :

Remises heures creuses

Proposez des remises pendant les heures creuses pour remplir plus de tables et maximiser l'utilisation de votre espace.



Happy hours avec carte allégée

Organisez des happy hours avec une carte de plats allégée pour rentabiliser vos cuisines pendant les périodes de faible activité.

Amplitude horaire élargie et services additionnels

Étendez vos horaires d'ouverture et proposez des services additionnels pour accueillir plus de clients chaque jour.

Optimisation des tables en fonction de la clientèle

Optimisez l'agencement des tables en fonction des types de clients (couples, familles, etc.) pour maximiser le nombre de places assises.

Conseil n°4

Optimiser les stocks et le menu

Sur - ou sous-stockage : un impact financier non négligeable

Pour optimiser sa rentabilité, une bonne gestion des stocks est un préalable indispensable pour faire face à une inflation des coûts de matière première : d'après une étude menée par Lightspeed parue dans Forbes, les coûts des denrées alimentaires ont augmenté de plus de 10 % entre 2022 et 2021, soit une hausse supérieure à l'inflation avec pour conséquence des marges en berne.

De plus, des stocks non utilisés (denrées alimentaires ou restes de repas) finissent bien souvent au rebut : en France, ce sont plus de 1.5 millions de tonnes d'aliments consommables qui finissent dans les poubelles des restaurants, soit un coût global de 756 millions d'euros annuel pour le secteur de la restauration.

En plus d'un impact financier important (des prix matières premières en hausse impliquent une gestion en flux tendu pour éviter des coûts d'immobilisation liés au sur-stockage), une gestion peu optimale de

ses stocks entraîne des coûts indirects qui viennent impacter votre rentabilité en mobilisant votre personnel pour gérer les commandes fournisseurs, la qualité des approvisionnements - toutes ces tâches venant ponctionner du temps non alloué au service client, à la formation, à la gestion menu, etc.

Pour préserver ses marges, une gestion optimisée des stocks représente un allié incontournable des chefs et managers de restaurants. En adoptant ces quelques pratiques éprouvées, vous gagnerez un temps précieux tout en évitant de rogner sur votre rentabilité.

Pour savoir où vous en êtes, au-delà du calcul classique (mais essentiel) de votre marge brute et commerciale, le calcul de vos ratios de gestion permet de tenir à l'œil certains indicateurs quantitatifs clés de la performance de votre restaurant. En les mesurant, vous serez à même de redresser la situation lorsque ceux-ci ne sont pas optimaux.

Les conseils d'expert de




Ajustez votre stock en fonction de la demande prévisionnelle et de l'historique de vente

- En vous basant sur des logiciels de caisse avancés pour planifier vos achats en fonction de la demande, vous réduisez ainsi les déchets alimentaires. Un outil d'inventaire sophistiqué comme Lightspeed Inventory offre l'avantage de prévoir avec précision les quantités nécessaires en tenant compte du nombre de couverts par service et de la période en question.
- Grâce à un système de réapprovisionnement automatique, les restaurateurs sont déchargés de la gestion manuelle de leurs stocks : un bon d'achat est envoyé automatiquement aux fournisseurs
- Sans cette planification, les restaurateurs sont constamment confrontés au risque de ruptures ou d'excédents coûteux pour leur établissement. Un outil avancé de gestion des stocks repose sur les données de ventes passées pour établir un niveau optimal de stocks prévisionnels, réduisant considérablement le risque de gaspillage alimentaire. Ainsi, vous ne commandez que ce dont vous avez réellement besoin, minimisant vos pertes financières et préservant vos marges.

Suivez vos stocks en temps réel et automatisez votre inventaire

- Avec un outil de gestion avancé des stocks, suivez en temps réel vos niveaux de stocks, vous évitant un comptage manuel chronophage et sujet à erreurs.
- Visualisant vos achats alimentaires les plus rentables, vous pouvez affiner votre stratégie d'achat.
- Programmez des commandes récurrentes et automatisez vos achats auprès de vos fournisseurs à partir d'une seule plateforme : finies les heures passées à naviguer sur différentes plateformes pour le réapprovisionnement des commandes !

Affinez vos stocks avec l'intelligence artificielle

- Des outils comme Apicbase, Marketman ou Inpulse, en venant se greffer à votre logiciel de caisse, sont capables de déterminer vos ventes futures (donc votre niveau de stock idéal) en se fondant sur différents éléments internes (niveau actuel de consommation des stocks, pertes, consommations théoriques) et des variables externes (météo, événement particuliers ou sportifs, etc).
- Plus besoin de mobiliser plusieurs membres du personnel : déléguez cette tâche chronophage et complexe à une seule personne.
- L'intégration permet d'affiner les algorithmes d'IA pour générer les prévisions de CA par produit et donc les niveaux de stock adéquats.



"Lightspeed est un outil efficace pour gérer nos stocks de vin. On sait combien de bouteilles sont vendues chaque jour, donc pour les remontées de cave à la fin du mois, c'est très simple : cela nous a permis de gagner 1 journée complète"

**Eloi Spinnler, co-fondateur
et chef du restaurant Orgueil**



Ne laissez plus le hasard guider vos décisions : créez des menus rentables

L'ingénierie de menu (menu engineering) est une méthode qui consiste à analyser les prix du menu d'un restaurant en utilisant les données de vente et les coûts des ingrédients, afin de déterminer quels plats inclure au menu et à quel prix. Grâce à cette approche, les éléments du menu sont classés en fonction de leur popularité (volume de ventes) et de leur rentabilité.

Pour concevoir un menu de manière efficace, il est essentiel de connaître le coût de chaque plat, le coût des ingrédients par portion et la marge sur coût variable. Cela permet aux restaurateurs de classer les plats du menu et d'identifier ceux qui génèrent le plus de bénéfices et ceux qui en rapportent moins, nécessitant ainsi une révision ou une suppression du menu. Pour optimiser la rentabilité de votre menu, fiez-vous aux étapes ci-dessous :

Choisissez une période

- Sélectionnez une période à analyser en fonction de la saisonnalité ou des changements de menu.
- Révissez régulièrement les prix des menus pour refléter les fluctuations des coûts des produits alimentaires.

Calculez le coût de votre menu

- Deux indicateurs importants sont à prendre en compte : le pourcentage des coûts des aliments et la marge sur coût variable.
- Utilisez les systèmes de caisse ou calculez manuellement.
- Exemples de calculs :
 - > Coût des ingrédients par portion (ex: hamburger à 3,65 €).
 - > Marge sur coût variable = Prix de vente - Coût des aliments par portion.

Déterminez la popularité d'un article du menu

- Utilisez les rapports de vente de votre système de caisse.
- Consultez également vos serveurs et barmen pour des informations qualitatives.

Classez les articles du menu en fonction de leur rentabilité et de leur popularité

- Les classiques peu rentables : faible rentabilité, forte popularité - augmentez leur rentabilité en ajustant le prix ou les ingrédients.
- Les vedettes du menu : rentabilité élevée, forte popularité - ne modifiez pas ces articles et faites-en la promotion.
- Les plats-mystères : rentabilité élevée, faible popularité - améliorez leur visibilité et ajustez leur prix ou description.
- Les perdants : faible rentabilité, faible popularité - envisagez de retirer ces articles ou de modifier leur prix ou ingrédients.

Recomposez votre menu

- Utilisez la matrice de menu pour déterminer les plats à inclure dans le nouveau menu.
- Recueillez des données qualitatives des serveurs et des clients pour compléter les données quantitatives.

Choisissez la configuration de menu idéale

- Menu à page unique : rapide mais réduit les bénéfices par client.
- Menu à deux pages : optimal pour une expérience gastronomique et une lecture claire.
- Menu à trois pages : valable pour un grand nombre d'articles, mais moins efficace que deux pages.
- Menu à pages multiples : réduit le contrôle sur les décisions des clients.

Rédigez des descriptions de menu attrayantes

- Utilisez des qualificatifs descriptifs sur la fraîcheur, la texture et la préparation des ingrédients.
- Des descriptions bien rédigées peuvent augmenter les ventes jusqu'à 27 %.

Mettez en valeur vos vedettes du menu et vos plats-mystères

- Utilisez des éléments graphiques pour attirer l'attention sur les articles importants.
- Limitez les éléments graphiques pour éviter de noyer les articles en relief.

- Tenez compte des mouvements naturels des yeux : placez les plats importants aux endroits du menu où le regard se pose naturellement.

Évitez l'embarras du choix

- Trop de choix rend la décision difficile pour le client.
- Divisez le menu en sections pour différents services ou réduisez le nombre d'articles.

Formez votre personnel

- Formez vos employés à promouvoir certains articles du menu pour influencer les choix des clients.

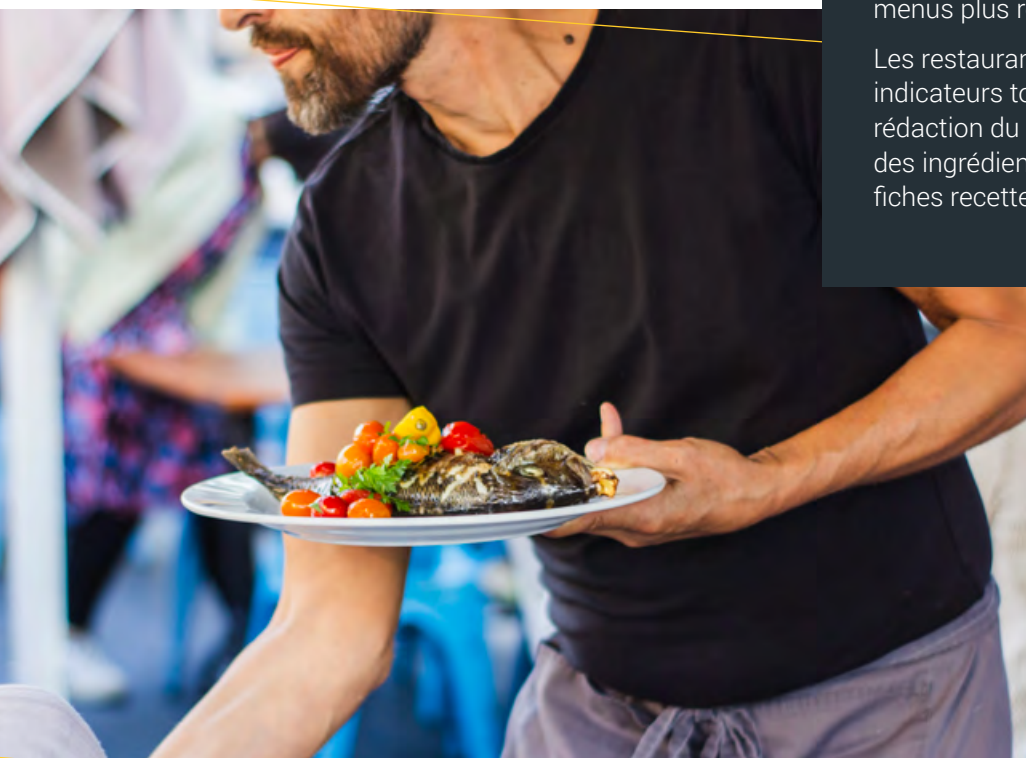
Mesurez l'impact de votre nouveau menu

- Analysez les données de ventes après un mois pour évaluer les impacts financiers des modifications.
- Continuez d'ajuster les plats et la présentation en fonction des résultats.

Lightspeed Inventory

Si vous n'avez pas le temps d'analyser en détail votre menu, un outil comme Lightspeed Inventory propose des suggestions de prix pour les menus et calcule le prix approprié de chaque élément du menu, en fonction du coût des ingrédients commandés, en s'appuyant sur le calculateur de coût des aliments de Lightspeed, ce qui permet de créer des menus plus rentables.

Les restaurants sont libres de suivre ces indicateurs tout au long du processus de rédaction du menu, de la fixation du prix des ingrédients individuels à la création des fiches recettes.



Développer l'attractivité

Attirer et fidéliser

Conseil n°5

Se démarquer par l'expérience client

Une relation client soignée est également un facteur de rentabilité, ceux-ci étant plus enclins à devenir des clients fidèles. Ne vous concentrez pas uniquement sur le temps de service mais plutôt **avant, pendant et après leur visite** :

Avant

- Réduisez le temps passé au téléphone en offrant la possibilité de réservation en ligne, ce qui vous permettra de gagner du temps en amont de la venue du client.
- Augmentez vos réservations en affichant vos disponibilités en temps réel, ce qui encouragera les clients à réserver plus facilement.

Pendant

Optimisez l'**expérience client** en utilisant des solutions digitales adaptées :


- Utilisez un plan de salle interactif pour un accueil personnalisé.
- Adoptez une caisse électronique pour une coordination instantanée avec la cuisine.
- Mettez en place un menu QR pour supprimer le temps d'attente.
- Proposez le paiement à table pour un service plus rapide et générateur de pourboires.
- Optimisez la répartition des tâches dans votre équipe pour gagner en efficacité.
- Assurez-vous que le menu soit parfaitement connu par vos équipes. En plus de répondre avec aisance aux questions des clients, ils pourront pratiquer l'up-et le cross-selling.



Après

Fidélisez vos clients en collectant et en exploitant leurs données :

- Constituez un fichier client détaillé en respectant les normes de protection des données personnelles (RGPD).
- Utilisez efficacement vos données pour mettre en place des actions personnalisées, telles que l'envoi d'offres spéciales ou de promotions exclusives.
- Communiquez régulièrement avec vos clients en leur transmettant des informations pertinentes sur votre établissement.



Marie Dupont
m.dupont@gmail.com
Allergique au gluten
(+33) 0563195533

VIP | amateur de vin

35 Visites

0 No Show

★ 4,5 Note avis

Témoignage client :

"Avec l'historique des réservations et les notes personnalisées, nous arrivons à surprendre bien des clients. Ils se sentent comme chez eux et cela rend le service en salle plus simple. En plus de revenir au restaurant, ils nous laissent de super avis sur internet."

Pierre Lambinon, Py-R, Toulouse

Conseil n°6

Exploiter les leviers marketing et digitaux

En adoptant une **stratégie marketing ciblée** et en tirant parti des outils digitaux, vous pouvez non seulement attirer de nouveaux clients, mais aussi fidéliser votre clientèle existante et augmenter vos revenus. Et ce, en activant trois principaux leviers : une communication ciblée et une présence en ligne efficace, une offre étendue, ainsi que l'utilisation des réseaux sociaux et des codes de la communication digitale.

Votre présence en ligne

- Développez vos connaissances et entourez-vous de spécialistes du marketing pour développer votre présence en ligne auprès de votre public cible. Cela demande au préalable une analyse du paysage médiatique et des habitudes de vos clients.
- Optimisez votre fiche Google Maps en mettant à jour toutes les informations pertinentes sur votre restaurant, y compris horaires d'ouverture, photos et les avis. Une fonctionnalité gratuite à haut potentiel de visibilité.
- Répondez aux avis des clients, positifs ou négatifs, pour montrer que vous vous souciez de leur opinion et améliorer leur expérience globale avec votre établissement.
- Investissez dans un site web responsive et intuitif, mettez en avant vos menus, vos événements et proposez la réservation en ligne pour faciliter l'accès à votre restaurant. Voyez votre site web comme la vitrine de votre restaurant, à soigner particulièrement.
- Assurez-vous que vos informations en ligne sont cohérentes sur toutes les plateformes, y compris les annuaires en ligne, pour améliorer votre référencement sur les moteurs de recherche.



Offre étendue

- Diversifiez-vous : proposez une offre de vente à emporter pour toucher une clientèle plus large et augmenter vos revenus.
- Collaborer avec des plateformes de livraison pour étendre votre portée et offrir plus d'options à vos clients.
- Assurez-vous que votre offre à emporter est bien visible sur votre site web et vos réseaux sociaux, agrémentée de photos attrayantes et d'informations claires sur les modalités de commande et de retrait.

Utilisation des réseaux sociaux

- Utilisez activement les réseaux sociaux pour interagir avec votre clientèle, partager des contenus engageants et promouvoir vos offres spéciales.
- Mettez en place des partenariats avec des influenceurs ou d'autres entreprises locales pour élargir votre audience et renforcer votre image de marque. Les partenariats peuvent fonctionner sur le principe du donnant-donnant, et sont donc particulièrement rentables par rapport à d'autres actions marketing.
- Montrez-vous et soyez sincères : la transparence, tant dans le choix de vos produits que dans votre mode de fonctionnement, n'a pas de prix et sera forcément valorisée par vos clients. Cela vaut aussi pour la gestion de votre équipe et de l'aspect humain de votre restaurant.

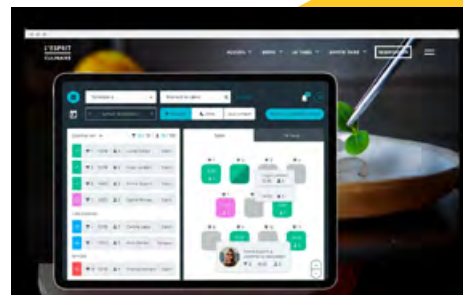
Optimisez votre rentabilité et gagnez du temps au quotidien avec la réservation



Votre allié pour optimiser la gestion des tables et des réservations

Avec un logiciel de réservation intelligent, vous :

- Ne ratez aucune réservation en étant reservable 24h/7j pour vos clients.
- Améliorez votre taux de remplissage avec le plan de salle interactif
- Attirez de nouveaux clients grâce à la vente croisée entre restaurants d'un même groupe
- Éliminez les no-shows grâce aux différentes solutions sur mesure : radar anti no-show de réservation multiple, empreinte de carte bancaire, service de reconfirmation ou prépaiement lors de la réservation.
- Ne laissez plus une table vide avec le système de liste d'attente.



"Le système optimise mon taux de remplissage en proposant la meilleure combinaison de tables possible. D'un seul coup d'oeil je connais ma capacité en temps réel. Résultat, nous avons augmenté de 15% le nombre de couverts servis sans ajouter de tables."

**Vincent Le Roux,
Paul Bocuse, Collonges**

**Contactez CoverManager
pour une démonstration
personnalisée**

Je fais ma demande





Avec le logiciel de caisse Lightspeed

Lightspeed Restaurant est un logiciel de caisse tout-en-un nouvelle génération conçu pour s'adapter à de nombreux contextes. Il est un allié idéal, notamment pour les gestionnaires d'enseignes de restauration et d'hôtellerie face aux enjeux de la digitalisation et de la complexification de leur activité. une table vide avec le système de liste d'attente.

De la prise de commande mobile aux rapports personnalisés en passant par les paiements, mais aussi par la gestion des stocks et du personnel, Lightspeed propose aux restaurateurs toute une gamme d'intégrations et une solution de développement sur mesure leur permettant de gérer et de disposer d'une vision 360 degrés de leur activité depuis une seule plateforme.

- Plate-forme rapide et intuitive : des outils, intégrations (réservation, comptabilité, stock, planification du personnel, etc) et des flux de travail configurés pour vos besoins - le tout dans un système facile à utiliser.
- Des rapports en temps réel et une visibilité sur l'ensemble de vos opérations.
- Paiements intégrés : un TPE intégré au logiciel de caisse qui vous permet d'encaisser vos clients rapidement et d'accélérer la clôture de caisse en fin de service
- Un support personnalisé 24h24, 7 jours sur 7 avec une équipe de spécialistes dédiés

"Comparé à d'autres solutions obsolètes et vieillissantes, le logiciel de caisse Lightspeed est une solution ergonomique et intuitive. En termes de tech et d'ergonomie, Lightspeed a clairement bousculé le marché."

**Benjamin Breton, chef et propriétaire,
l'Auberge de Lucinges
(1 étoile Michelin)**

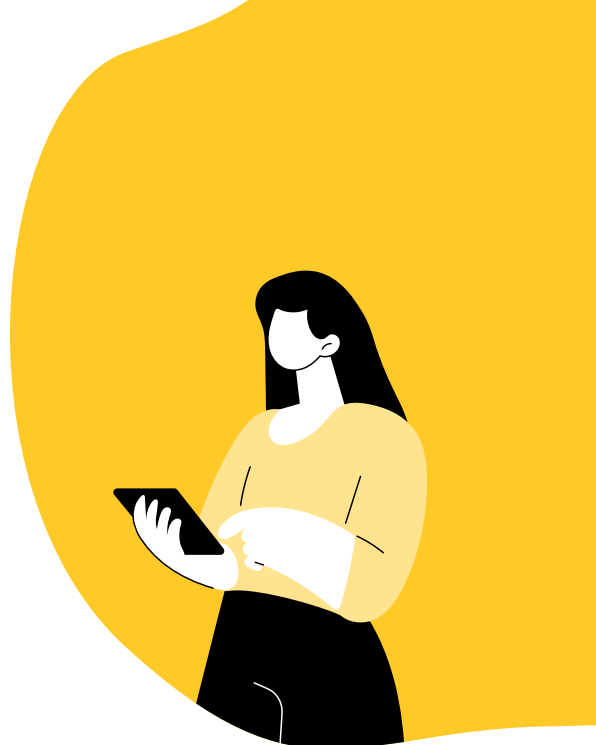
**Contactez Lightspeed
pour une démonstration
personnalisée**

Je fais ma demande



Annexes

**Téléchargez la
check list pour un
restaurant
rentable**



Sources et liens utiles

Covermanager | 7 pistes pour améliorer la communication de votre restaurant

CoverManager | Améliorer la rentabilité de votre restaurant

Artisans-gourmands.fr | La restauration en 2023

CoverManager | Gagner du temps dans votre restaurant

CoverManager | Combattre le no-show dans votre restaurant

CoverManager | Yield Management

À propos de

CoverManager est le spécialiste de la réservation en ligne. Afin de proposer la solution la plus complète possible pour la gestion de votre restaurant tout en se concentrant sur le métier de la réservation, CoverManager a tissé un véritable écosystème fait de connexions techniques et humaines entre les meilleurs experts dans leur domaine et leur logiciel de réservation.

Essayez par vous-même :

[Je demande une démonstration](#)

