

## Sujets - Oraux Marketing – Session 2017

N° Sujet	Thèmes	Questions	Mots clés à définir
1	<b>Se différencier par la marque</b>	Quelles sont les conditions à réunir pour implanter une nouvelle marque dans l'hôtellerie-restauration et comment réussir cette implantation, Quels sont les risques ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etude de marché</li> <li>• Positionnement</li> <li>• Zone de chalandise</li> </ul>
2	<b>Innover pour se développer</b>	Indiquez comment un hôtelier ou un restaurateur mesure sa notoriété et évalue son image de marque. Présentez des actions permettant d'améliorer cette image.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gamme</li> <li>• Notoriété assistée</li> <li>• E- réputation</li> </ul>
3	<b>Mesurer la satisfaction des clients</b>	Présentez les effets externes attendus par la mise en place d'une démarche qualité. Quelles les conditions internes nécessaires à cette mise en place.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• « Acteur pendant votre séjour »</li> <li>• Image</li> <li>• Qualité offerte</li> </ul>
4	<b>S'orienter vers une stratégie de communication digitale</b>	Présentez les objectifs d'une action de communication en hôtellerie restauration. Comment mesurer son efficacité ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilité sociétale de l'entreprise</li> <li>• Audience</li> <li>• Communication institutionnelle</li> </ul>
5	<b>Développer des actions de partenariat</b>	Expliquez pourquoi et comment une entreprise hôtellerie-restauration peut pratiquer un partenariat commercial. Comment s'assurer de son efficacité ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prescripteur</li> <li>• Zone de chalandise</li> <li>• Méthodes de vente</li> </ul>
6	<b>Mettre en œuvre une démarche mercatique</b>	Précisez les différentes étapes nécessaires pour mettre en œuvre une démarche mercatique en hôtellerie – restauration. Rappelez le rôle de l'innovation dans un établissement d'hôtellerie-restauration ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualité</li> <li>• Marché mature</li> <li>• Marketing de l'offre</li> </ul>
7	<b>Se repositionner sur son marché</b>	Expliquez les objectifs du positionnement pour un hôtel ou un restaurant. Exposez les moyens qui permettent de donner un positionnement haut de gamme à un hôtel – restaurant.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marque ombrelle</li> <li>• Client mystère</li> <li>• Servuction</li> </ul>

## Sujets - Oraux Marketing – Session 2017

<b>8</b>	<b>Adapter son circuit de distribution</b>	Pourquoi une entreprise de l'hôtellerie-restauration doit-elle adapter sa politique de distribution ? Comment peut-elle renforcer sa distribution directe ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centrale de réservation</li> <li>• M-marketing</li> <li>• la stratégie de distribution « multicanal »</li> </ul>
<b>9</b>	<b>Décider de sa stratégie de développement</b>	Présentez pourquoi et comment une entreprise de la restauration a intérêt à se différencier de ses concurrents.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Couple produit-marché</li> <li>• Veille concurrentielle</li> <li>• Stratégie de niche</li> </ul>
<b>10</b>	<b>Attirer une clientèle internationale</b>	Comment un établissement de luxe peut-il attirer et fidéliser une clientèle internationale ? Un établissement économique utilisera-t-il les mêmes moyens ? Justifiez.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palace</li> <li>• Segmentation</li> <li>• Co-griffage (Co-branding)</li> </ul>
<b>11</b>	<b>Intégrer les tendances du marché</b>	Pourquoi et comment un hôtelier-restaurateur doit-il s'informer des tendances de son marché ? Vous préciserez les avantages et les inconvénients des sondages administrés sur internet.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etude qualitative</li> <li>• Motivation</li> <li>• Stratégie de segmentation concentrée</li> </ul>
<b>12</b>	<b>Proposer des produits innovants</b>	Présentez les raisons qui incitent une entreprise de l'hôtellerie-restauration à innover. Quelles techniques utiliser pour faire surgir de nouvelles idées ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovation</li> <li>• Stratégie offensive</li> <li>• Séance de remue-méninges</li> </ul>
<b>13</b>	<b>Concilier expérience client et développement durable</b>	Expliquez quelles sont les méthodes de fixation de prix utilisées en hôtellerie – restauration. Présentez les différentes stratégies en hôtellerie de luxe.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de marchéage</li> <li>• Stratégie d'écrémage</li> <li>• Revenue Management</li> </ul>
<b>14</b>	<b>Mener des actions de mécénat</b>	Quelles sont les étapes d'une action de communication ? Quelles sont les raisons qui poussent les entreprises à des opérations de communication institutionnelle ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cible</li> <li>• Sponsoring</li> <li>• Notoriété</li> </ul>

## Sujets - Oraux Marketing – Session 2017

<b>15</b>	<b>Satisfaire sa clientèle</b>	Expliquez les conséquences de la non – qualité. Comment un hôtelier – restaurateur peut – il maintenir sa qualité ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Echantillon représentatif</li> <li>• Qualité perçue</li> <li>• Certification</li> </ul>
<b>16</b>	<b>Intégrer les technologies dans l'expérience client</b>	Quelles sont les différentes fonctions du packaging en hôtellerie-restauration ? Comment les technologies impactent-elles les différentes variables du plan de marchéage en hôtellerie-restauration?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché test</li> <li>• Base de données</li> <li>• Marketing digital</li> </ul>
<b>17</b>	<b>Personnaliser son offre</b>	Présentez les objectifs et les outils de la personnalisation d'une offre en hôtellerie – restauration. Précisez les limites de cette action marketing.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imprimé sans adresse (ISA)</li> <li>• Positionnement</li> <li>• Cycle de vie</li> </ul>
<b>18</b>	<b>Communiquer sur l'enseigne à travers son logo</b>	Précisez pourquoi une chaîne hôtelière est amenée à changer de logo. Quelles sont les actions à mener pour réussir un changement de logo ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stylique</li> <li>• Charte graphique</li> <li>• Slogan</li> </ul>
<b>19</b>	<b>Se développer en franchise</b>	Présentez les intérêts de la franchise pour le franchiseur et pour le franchisé. Expliquez les limites de ce développement pour les deux partenaires.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> <li>• Réseau</li> <li>• Innovation produit</li> </ul>
<b>20</b>	<b>S'engager dans une démarche sociétale</b>	Présentez les raisons pour un restaurateur de s'approvisionner auprès d'une marque « responsable ». Montrez les intérêts et les limites d'une telle action.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Norme</li> <li>• Traçabilité</li> <li>• Marketing sociétal</li> </ul>
<b>21</b>	<b>Susciter l'achat par des campagnes interactives</b>	Expliquez les étapes d'un processus d'achat concernant l'acquisition d'un séjour à l'hôtel. Pourquoi un hôtelier doit veiller à la cohérence de ses actions commerciales ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attitude</li> <li>• Achat réfléchi</li> <li>• Satisfaction</li> </ul>

## Sujets - Oraux Marketing – Session 2017

<b>22</b>	<b>Valoriser l'expérience client par le numérique</b>	Précisez l'apport des TIC (technologies de l'information et de la communication) tant au niveau de l'expérience client que de la performance de l'entreprise d'hôtellerie-restauration.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseaux sociaux</li> <li>• Gestion de la relation client (CRM)</li> <li>• Supports physiques</li> </ul>
<b>23</b>	<b>Surfer sur les nouvelles tendances alimentaires</b>	Expliquez les avantages et les inconvénients pour un restaurateur de prendre en compte les nouvelles tendances. Montrez l'importance du positionnement dans la démarche mercatique de l'établissement.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Locavore</li> <li>• Marketing sociétal</li> <li>• Marché de niche</li> </ul>
<b>24</b>	<b>Rajeunir son image</b>	Présentez les éléments qu'un établissement hôtelier doit prendre en compte avant de lancer une action de communication. Précisez les moyens dont il dispose pour en contrôler l'efficacité.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identité sonore</li> <li>• supports de communication</li> <li>• Score d'agrément</li> </ul>
<b>F1</b>	<b>Créer un nouveau concept de restauration</b>	Précisez pourquoi et comment un hôtelier – restaurateur doit connaître les attentes de sa clientèle. Quels sont les facteurs de succès d'un nouveau concept ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> <li>• Cycle de vie du produit</li> <li>• Avantage concurrentiel</li> </ul>
<b>F2</b>	<b>Innover pour maintenir sa position concurrentielle</b>	Pourquoi et comment une entreprise d'hôtellerie - restauration innove - t- elle ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseigne</li> <li>• Stratégie de différenciation</li> <li>• Guerre des prix</li> </ul>
<b>F3</b>	<b>Proposer une offre en partenariat</b>	Quelles sont les stratégies de marque qui s'offrent à un hôtelier – restaurateur ? Comment un partenariat peut- il améliorer la performance de son établissement ? Quelles en sont les limites ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Phase de lancement</li> <li>• Co - branding</li> <li>• Marque caution</li> </ul>

## Sujets - Oraux Marketing – Session 2017

<b>F4</b>	<b>Prendre en compte les préoccupations sociétales</b>	Citez les outils permettant d'identifier l'évolution des attentes des consommateurs. Précisez comment se positionner de façon sociétale pour une entreprise d'hôtellerie – restauration.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)</li><li>• Attitude</li><li>• Mécénat</li></ul>
<b>F5</b>	<b>Prendre en compte les nouvelles tendances</b>	Présentez les grandes tendances en matière de demande d'hébergement. Comment les hôteliers répondent-ils à cette demande ?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Label</li><li>• Marketing expérientiel</li><li>• Marketing « one to one »</li></ul>
<b>F6</b>	<b>Adapter son offre à l'évolution du marché</b>	Précisez les qualités d'un bon positionnement. Pourquoi et comment un établissement d'hôtellerie-restauration doit-il repositionner son offre ?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plan de marchéage</li><li>• Stratégie d'implantation</li><li>• Image</li></ul>