

L'épreuve vise à évaluer les capacités du candidat à :

- maîtriser les connaissances relatives à :
 - . la politique et/ou la stratégie de l'entreprise hôtelière ;
 - . l'analyse du marché hôtelier ;
 - . la connaissance du consommateur et son comportement ;
 - . l'ensemble des variables mercatiques, prises isolément ou intégrées au plan de marchéage ;
- mobiliser ses connaissances pour exploiter le ou les documents qui lui sont fournis ;
- illustrer ses connaissances par des exemples récents tirés de l'environnement professionnel hôtelier et touristique ;
- communiquer avec la commission d'interrogation.

Le déroulement de l'épreuve ponctuelle comporte les phases suivantes :

- remise au candidat d'un ou plusieurs documents d'actualité et/ou professionnels correspondant au thème d'étude proposé, accompagné de questions d'élargissement et/ou d'approfondissement ;
- exposé sur le thème d'étude (15 minutes maximum) ;
- interrogation.

SUJET n° 11

Thème : La servuction

À l'aide de vos connaissances théoriques et pratiques, de votre culture mercatique, de vos acquis professionnels et de la documentation jointe, il vous est demandé de présenter un exposé structuré répondant aux travaux à faire ci-dessous. Vous les traiterez dans l'ordre qui vous convient. Les explications de vocabulaire seront, dans la mesure du possible, intégrées à votre exposé.

- Exploitez le document fourni en annexe et présentez-le de façon structurée dans le cadre du thème proposé.
- Précisez comment un hôtelier-restaurateur peut mesurer la qualité du service réalisé par le personnel en contact.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - qualité,
 - fidélisation,
 - satisfaction.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2008	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 11	1/2

ANNEXE SUJET n° 11

Thème : La servuction

Source : L'Hôtellerie – Restauration du 7 juin 2007

Pour lancer une table avec convivialité et efficacité, suivez la technique **d'André Picca**, Comment s'apprécie l'efficacité d'un service ? *"Par le sourire"* pour les uns, *"par le respect du temps passé à table"* pour les autres, *"par la qualité des ventes et la rapidité de l'envoi"*, dira le responsable de salle. Mais aussi, *"par la compétence du serveur-vendeur à créer du lien, du liant, de la convivialité avec les clients"*. Voici quelques astuces qui aideront le serveur à créer cette ambiance.

Mettez-y de la bonne humeur

- 1.** Restez branchés en permanence sur RCC, Radio Convivialité Client : la bonne humeur régulière est plus efficace qu'un sourire furtif ou occasionnel.
- 2.** Souriez, utilisez le *Sullivan Nod**, c'est-à-dire formulez vos offres en hochant doucement la tête, de bas en haut, à l'affirmative, et non avec la rigidité d'une statue ou un mouvement transversal qui veut dire *"non"*.
- 3.** Aux habitués, dites-leur : *"Avez-vous déjà essayé... (un plat en suggestion) ?"*. Puis décrivez-le : le fait de relancer régulièrement la curiosité des clients les fait sortir de la routine, de leurs habitudes.
- 4.** Pour les suggestions encore, dites aussi : *"Me permettez-vous de vous donner un conseil ?"* - (réponse) - puis valorisez les suggestions : une bonne méthode pour attirer l'attention du client.

Adoptez un langage vendeur

- 5.** Susciter les questions du client permet de le faire parler et d'identifier les points sur lesquels il va se baser pour évaluer votre prestation : un bon vendeur parle 1/3 du temps et le client les 2/3 restants.
- 6.** Parlez avec des mots justes, relevant du langage sensoriel et évocateur, le langage parlant aux 5 sens : goût, odorat, vue, ouïe, toucher. Vous ne récitez plus le texte écrit sur la carte ou la fiche technique du cuisinier, tout comme un vendeur informatique abreuve ses prospects d'un langage pas toujours compréhensible.
- 7.** Articulez, prenez le temps de parler plus lentement pour que *"... le... client... comprenne... ce que... vous dites"*. Donc, supprimez les Spam ('Superbes paroles audibles que de moi', c'est-à-dire par le serveur lui-même).
- 8.** Au briefing, écoutez, posez des questions, demandez des précisions sur les produits, les suggestions : il n'y a pas de bon service sans briefing de l'équipe avant l'ouverture des portes ; les serveurs-vendeurs ne peuvent pas vendre sans connaître leurs produits et les mots pour les valoriser.

Adoptez le bon tempo

- 9.** Dès l'installation du client à table, apportez rapidement le tableau des suggestions et présentez-les : le client sera rassuré par une écoute et une prise en charge immédiate.
- 10.** Prenez la commande d'apéritifs** dans les 2 minutes de présence des clients à table : plus tôt la proposition est faite, mieux vous vendrez.
- 11.** Les apportez dans les 3 minutes permet de satisfaire un besoin 'premier' : consommer.
- 12.** Le client entendra vos suggestions dans les 2 minutes pour les habitués, dans les 5 premières minutes de présence à table pour les autres parce que le véritable serveur-vendeur communique mieux les produits à vendre que la carte ou le tableau.
- 13.** Revenez prendre la commande dans les 5 minutes, c'est un moyen de dire au client que l'on s'occupe de lui en cuisine.
- 14.** Pour la commande des boissons, notamment des vins, si vous ne vous sentez pas à la hauteur de la tâche parce que vos clients sont des connaisseurs, vous serez performant en passant le relais à un collègue plus initié que vous.
- 15.** Recherchez le temps dont il dispose pour manger, vous adapterez vos propositions commerciales (apéritifs, menus, suggestions, ventes additionnelles en fin de repas). (...)

Et n'oubliez pas que le suivi des clients et l'ambiance en fin de repas sont aussi importants que les premiers moments passés à table.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2008	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière		ORAL	SUJET 11
				2/2