

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° 18

Thème : La satisfaction de la clientèle

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.
- La satisfaction de la clientèle passe de plus en plus par l'objectif de personnalisation du service : présentez les outils et les processus qui permettent d'atteindre cet objectif.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - indicateurs de satisfaction,
 - client-mystère,
 - gestion de la relation client.

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 18	1/2

ANNEXE SUJET n° 18

Thème : La satisfaction de la clientèle

Hospitality Award - 7^e édition – « Best Customer Satisfaction Programme »

Source : HTR n° 141 de décembre 2006

Hospes hotels& Moments – Great Guest Programme :

La chaîne espagnole a mis en place depuis début 2005 quatre programmes de mesure de satisfaction très complémentaires. Le "Great Guest Programme" a pour vecteur Internet : un questionnaire en ligne, concis et facile à remplir, est envoyé à chaque client le lendemain de son check-out. Il combine à la fois des questions ouvertes et fermées. Les réponses sont immédiatement transférées à toute la direction d'Hospes au siège. Pour encourager les réponses, une nuitée pour deux personnes (à l'Hospes Amerigo) est offerte aux clients qui prennent le temps de remplir tous les champs.

Par ailleurs, chaque établissement fait l'objet d'une visite mystère tous les deux mois, afin de contrôler son alignement sur les valeurs clés de l'enseigne. L'évaluation prend aussi en compte le fameux facteur "Wow" partant du principe qu'un client doit être agréablement surpris et impressionné par son séjour. Troisième dispositif : le département qualité reçoit tous les e-mails, lettres et appels de clients, qu'il s'agisse de compliments ou de plaintes. Là encore, les messages sont transférés au directeur de l'hôtel et au comité exécutif. Des actions sont mises en œuvre immédiatement si besoin. Enfin, le "Quality Follow Up" est là pour cimenter le tout. Il s'agit d'une solution informatique qui centralise tous les résultats des trois précédents systèmes. Une synthèse des données est présentée chaque semaine lors d'une réunion du comité exécutif, en présence des chefs de départements qui exposent alors leur stratégie pour améliorer les points qui semblent poser problème.

Ritz Carlton Mystique :

Comment provoquer l'effet « Wow » escompté ? (...) L'enseigne de luxe souhaite aller plus loin dans le dépassement des attentes de ses clients, dans l'accomplissement des souhaits non exprimés. (...) Une base de données commune aux 61 hôtels de l'enseigne recense le profil de chaque client pour pouvoir anticiper les besoins des clients. Afin de recueillir un maximum d'informations et affiner la connaissance de leurs préférences, chaque employé pourra entrer dans cette base de données pour ajouter des informations utiles. Des informations ascendantes et descendantes puisque le personnel en contact du client pourra également la consulter. Pour compléter ce programme, la satisfaction client est évaluée régulièrement, notamment à partir d'un sondage sophistiqué et mensuel. De quoi doper à l'avenir le nombre de « Wow stories ».

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 18	2/2