

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° 20

Thème : Faire participer le client

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.
- Expliquez en quoi, dans le secteur de l'hôtellerie restauration, le développement de la participation du client contribue à répondre à ses attentes. Indiquez les limites de cette pratique.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - servuction,
 - mercatique mobile (marketing mobile),
 - e-commerce.

SESSION 2014	EXAMEN		Durée	30 min
	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 20	1/2

ANNEXE SUJET n° 20

Thème : Faire participer le client

Source : www.lhotellerie-restauration.fr – 22/10/2012 – Évelyne de Bast

Le Concorde Lafayette teste le e-check-in et le e-check-out

L'hôtel est le premier 4 étoiles à proposer à ses clients d'effectuer un e-check-in/out depuis leur mobile. Un nouveau modèle qui devrait permettre d'augmenter le trafic sur le site de réservation du groupe et de fidéliser.

Ce n'est pas la première fois qu'un tel système est proposé dans l'hôtellerie. En réalité, cela fait douze ans déjà que le modèle d'e-check-in et d'e-check-out est mis en place dans l'hôtellerie économique. Plus récemment, il est apparu à l'étranger dans la catégorie 'midscale' (milieu de gamme) Novotel ou au Citizen M de Londres. C'est donc au tour de l'hôtellerie de luxe d'investir et de proposer ce nouveau service, et pas dans n'importe quel hôtel, puisqu'il s'agit d'un des plus gros porteurs de la capitale, le Concorde Lafayette, avec ses 1 000 chambres. Les consommateurs d'e-commerce ont l'impression d'être privilégiés, à l'image des détenteurs de cartes privilèges. C'est en effet ce qui ressort d'une étude marketing faite par le cabinet Kurt Simon intitulé *Les consommateurs pratiquant l'e-commerce ont l'impression de faire partie d'un club très privé d'utilisateurs*, selon **Graham Dungey**, senior vice-président du secteur e-commerce pour le groupe Concorde Hotels.

"En lançant ce e-check-in, nous avons voulu privilégier l'aspect 'expérience' en permettant à nos clients de se différencier des autres, en s'appropriant une expérience unique", ajoute le vice-président. C'est en 2011 que le groupe Concorde prend la décision de proposer ce service à ses clients et dès octobre 2012, le site de réservation Concorde-Hotels.com propose cette alternative. *"Le 'speedy check-in' est en effet uniquement réservé aux clients réservant sur Concorde-hotels.com"*, déclare Graham Dungey. Pour sa mise en place, Concorde Hotels a choisi la société Ariane Systems, créatrice des bornes 'Smart Way' installées à la réception des hôtels. En six ans, l'entreprise a ainsi développé et adapté ce système à différents secteurs que sont les compagnies aériennes, le commerce de détail ou le secteur bancaire.

Plus besoin de faire la queue

L'utilisation est simple. Après avoir effectué sa réservation sur internet, le client va dans l'espace e-check-in sur le site web et remplit les informations demandées (identité et numéro de carte de crédit). Le matin de l'arrivée, il reçoit un SMS avec un code d'accès et un QR code qu'il lui suffit de scanner sur l'une des deux bornes « Smart Way » mises à disposition dans le lobby. Celle-ci lui donne alors son numéro de chambre et une clé (ou deux s'il le désire). Le matin du départ, un sms propose au client de faire son check-out. Il sera débité selon le mode de facturation choisi, en incluant toutes les prestations. Simple et facile - plus besoin de faire la queue - le système conjugue rapidité, indépendance, confort et sécurité, à l'exception du sourire de l'hôtesse qui n'est pas programmé.

Lancé fin septembre sans aucune communication, l'e-check-in n'a pour le moment attiré que 73 utilisateurs, mais d'ici la fin de l'année, le nombre pourrait être décuplé. *"Dès que nous aurons atteint notre rythme de croisière, nous déploierons le processus dans les autres hôtels du groupe, mais au cas par cas"*, déclare le directeur d'e-commerce et de la distribution chez Concorde Hotels. L'investissement pour le groupe hôtelier, pionnier dans cette technologie appliquée à l'hôtellerie de luxe, représente 250 000 €, mais c'est un projet qui dans sa globalité revient pour Ariane Systems à 2,5 M€ investis sur plusieurs années, y compris pour le recrutement d'une équipe d'une douzaine de personnes. Et pour ceux qui pourraient penser que la technologie réduit le service, Graham répond que *"cela va nous permettre d'utiliser notre personnel pour d'autres tâches et de proposer d'autres services plus sophistiqués"*. Et enfin pour les réfractaires à la technologie, il y a toujours une autre solution : faire comme avant.

SESSION 2014	EXAMEN		Durée	30 min
	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL		SUJET 20	2/2