

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° 17**

### **Thème : agir sur sa notoriété, sur son image**

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 ou un restaurateur mesure la notoriété et l'image de son établissement.  
Présentez différentes actions qui lui permettront d'améliorer son image si cette dernière est ternie.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - notoriété spontanée,
  - communication de crise,
  - marketing relationnel.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2016	<b>BTS Hôtellerie - Restauration</b>	<b>Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	<b>SUJET 17</b>	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° 17**

**Thème : agir sur sa notoriété, sur son image**

**Document 1** : source : e mailing - 8 janvier 2015

**Document 2** : source : communiqué de presse Louvre hotels - juin 2015

### **Document 1 : e mailing**



**MERCURE ANNONCE L'OUVERTURE DE SON GRANDCASTING INTERNATIONAL POUR GAGNER UN TOUR DU MONDE ET VÉRIFIER LA « THÉORIE DES 6 AMIS »**

**Mercure** lance une opération digitale mondiale, « **The Six Friends Theory** », basée sur une expérience humaine inédite.

#### **Un casting mondial ouvert à tous**

Pour participer à cette expérience inédite, la **mécanique est simple**. À partir du 20 janvier, les internautes seront invités à **poster sur Facebook une vidéo d'1 minute maximum dévoilant leur personnalité, leurs passions, leurs motivations, leurs projets, leur talent...** Dans chaque vidéo, le candidat devra se mettre en scène. Le casting sera **ouvert du 20 janvier au 10 février 2015** et les résultats seront dévoilés entre le 17 février et le 24 février 2015. Place **aux idées audacieuses et à l'imagination** pour se démarquer et à son réseau pour émerger !

Une fois les vidéos postées sur la page Facebook de Mercure, les **50 candidats** ayant obtenu le plus de votes seront **présélectionnés pour la phase finale de recrutement**. Chaque internaute devra mobiliser son réseau et partager sa vidéo pour obtenir le plus grand nombre de votes !

#### **Un tour du monde tracé par des amis**

À la clé de ce jeu : une place pour **un tour du monde** à travers le réseau d'hôtels **Mercure**, basé sur des rencontres, des découvertes, des voyages et des expériences inédites !

#### **Un tour du monde tracé par des amis**

À la clé de ce jeu : une place pour **un tour du monde** à travers le réseau d'hôtels **Mercure**, basé sur des rencontres, des découvertes, des voyages et des expériences inédites !

L'aventure promet d'être créative, humaine et chaleureuse !

### **Document 2 : les Hôtels KYRIAD lancent leur nouvelle campagne publicitaire**



**KYRIAD** mise sur sa dernière campagne de publicité en presse magazine pour travailler l'image et la notoriété de la marque en s'appuyant sur sa promesse « *plus de confort, moins de conformisme* ».

La campagne se compose d'une série de 4 annonces presse diffusées à partir du 7 mai, et jusqu'en décembre 2015, dans 7 titres nationaux à grand tirage : Paris Match, Capital, Automobiles Magazine, l'Équipe Mag, L'Obs, L'Express et Le Parisien Magazine.

Le dispositif s'accompagne également d'un habillage du site de l'Equipe.fr. Les rubriques foot, tennis et rugby seront aux couleurs de Kyriad lors des temps forts sportifs.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2016	<b>BTS Hôtellerie - Restauration</b>	<b>Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	<b>SUJET 17</b>	<b>2/2</b>