

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° 6

Thème : La commercialisation en ligne

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.
- Après avoir recensé les nouveaux supports accessibles aux clients pour déposer leur avis, vous en préciserez les incidences pour l'hôtelier ou le restaurateur.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - plateforme de réservation,
 - site de notation,
 - mercatique mobile (M marketing).

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2010	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière		ORAL	SUJET 6
				1/2

ANNEXE SUJET n° 6

Thème : La commercialisation en ligne Développer votre chiffre d'affaires grâce à la réservation en ligne

Source : CHD Génération-L'industrie hôtelière Janvier-Février 2009

De plus en plus de clients surfent sur internet pour choisir leur restaurant. Pour capter cette clientèle, vous devez disposer d'un système de réservation en ligne.

Sur le marché français de l'hôtellerie-restauration, les hôtels ont été les premiers, voici une dizaine d'années à proposer la réservation en ligne. Aujourd'hui ces réservations génèrent 30 à 40% de leur chiffre d'affaires. Disposant depuis 2006 de plusieurs systèmes de réservation spécifiques, les restaurateurs français commencent à s'y mettre.

« En effet, explique Rémi Ohayon, directeur général des Ateliers Apicius, en trois ans, le comportement des internautes a évolué. Avant, ils surfaient sur Internet pour chercher un restaurant et réservaient par téléphone, fax, mail. Aujourd'hui, habitués à réserver une chambre d'hôtel en ligne, ils veulent également pouvoir réserver une table en ligne, et recevoir immédiatement la confirmation par mail ou SMS. Demain, ils voudront recevoir en plus, le plan d'accès du restaurant. » ... On comprend alors tout l'intérêt d'être visible sur Internet et de proposer la réservation en ligne pour capter de nouveaux clients et les fidéliser.

...On distingue deux types de systèmes de réservation en ligne : ceux qui permettent de garantir à l'internaute une confirmation immédiate (le cahier de réservation électronique et les plateformes de réservation avec allotements) et ceux qui transmettent la confirmation en différé (plateforme de réservation sans allotements).

...Le système « cahier de réservation électronique » est proposé en France par les portails de réservation de tables OpenTable.fr, lafourchette.com, restopolitan.com. Avec ce système, lorsqu'un internaute fait sa demande de réservation à partir du portail (ou à partir du site officiel du restaurant grâce à un lien), le système recherche aussitôt dans votre cahier de réservation électronique vos tables disponibles avant de lui transmettre immédiatement par mail ou SMS une réponse positive ou négative. Une fois la réservation prise, elle est automatiquement inscrite dans votre cahier de réservation et elle apparaît dans une couleur précise ...

...Les plateformes de réservation avec allotements garantissent également aux internautes une réponse immédiate. C'est possible dans la mesure où vous confiez à la plateforme un allotement (quota), c'est-à-dire un certain nombre de tables en fonction des horaires et jours de réservation sans oublier de préciser une date butoir. Tant que l'allotement n'est pas épuisé, un mail de confirmation positive est transmis immédiatement à l'internaute. Quand l'allotement est épuisé, un mail prévient immédiatement l'internaute que le restaurant est complet et l'invite néanmoins à prendre contact avec le restaurant. Dans les deux cas le restaurant est prévenu par SMS, fax, mail...(lafourchette.com, Reservoresto.fr, Cityvox, Livebookings Network)

...Le service rendu par les plateformes de réservation en ligne sans allotement s'adresse aux restaurateurs qui veulent continuer de travailler avec leur cahier de réservation papier et à ceux qui ont choisi le cahier de réservation électronique...Quand un internaute fait une demande de réservation en ligne à partir d'un portail spécialisé (Toptable.com, Exclusive-restaurants.com, lafourchette pour les réservations de groupe) la demande est transmise à un télé-opérateur qui prévient le restaurateur par mail, SMS, fax. La confirmation est ensuite transmise par mail à l'internaute. Elle est donc envoyée dans un délai plus ou moins long, selon votre disponibilité et votre réactivité...

Isabelle Deligny

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2010	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière		ORAL	SUJET 6
				2/2