

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° F5**

### **Thème : La distribution / La communication**

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. Votre exposé les traitera dans l'ordre qui vous convient. Les explications de vocabulaire seront, dans la mesure du possible, intégrées à votre exposé

- Exploitez le document four ni en annexe et présentez-le de façon structurée, dans le cadre du thème proposé
- Expliquez pourquoi et comment un hôtelier ou un restaurateur peut utiliser les nouvelles technologies d'information et de communication dans ses actions mercatiques.  
Indiquez quelles sont les limites de ces outils.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - mercatique directe,
  - prescripteur,
  - mercatique mobile (*M-Marketing*).

SESSION EX	AMEN		Durée	30 min
2011	<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	Sujet F5	1/2

## ANNEXE SUJET n° F5

### Thème : La distribution/La communication

#### Accor lance ses réservations par iPhone

Source : L'hôtellerie Restauration-4 février 2010

# Accor lance ses réservations par iPhone

Depuis décembre, Accorhotels.com est désormais accessible sur iPhone, ouvrant des perspectives de développement loin d'être négligeables pour le groupe.

Évelyne de Bast

Le groupe Accor n'a jamais caché son intention d'accélérer le développement de ses réservations sur internet : "Dès le début de l'année 2009, nous avons deux projets importants, indique Frédéric Adda, directeur du site management Accorhotels.com. Il fallait d'une part relancer notre site web et, d'autre part, le doter d'une application sur mobile. Or, 60 % du trafic web mobile provient des possesseurs d'iPhone."

Accor s'est associé à la société française Haiku au printemps 2009 : "Le système doit être simple, clair et rapide", souligne Laurent Démoné, son président.

Réalisée en 5 langues (français, anglais, allemand, italien, et espagnol), l'application permet d'effectuer sa réservation dans l'un des 3 000 hôtels du groupe (Motel 6 exclus) grâce à un paiement sécurisé. D'autres options, comme la géo-localisation ou le calcul des itinéraires, sont également disponibles. Les

clients bénéficient des offres promotionnelles réalisées par les marques du groupe. Il est enfin possible d'ajouter dans les favoris ses hôtels préférés et de suivre ses réservations.

Les objectifs d'Accor ? "Alors que les réservations en ligne ne représentent que 15 % aujourd'hui, elles devraient atteindre 25 % en 2012, avec un chiffre d'affaires sur mobile qui devrait être multiplié par 30 cette année, pour un objectif de 5 millions d'euros de chiffre d'affaires."

Accor travaille désormais sur de nouveaux services, comme la possibilité d'utiliser les points obtenus avec le programme de fidélisation AClub, de faire son check-in (possible déjà aux États-Unis) ou encore d'ouvrir la porte de sa chambre sans clé ni carte. Le groupe n'oublie pas les détenteurs de Nokia ou de Blackberry, mais il leur faudra attendre un peu.

WWW.ACCORHOTELS.COM

SESSION 2011	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 F5 2	/2