

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 : Mettre en œuvre une démarche d'innovation

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.
- Indiquez comment trouver de nouvelles idées pour innover.
Précisez les différentes étapes du processus d'élaboration et de lancement d'une nouvelle offre.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - marché test,
 - remue-méninges (brainstorming),
 - benchmarking (étalonnage).

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2014	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F5	1/2

ANNEXE SUJET n° F5

Thème : Mettre en œuvre une démarche d'innovation

Hyatt : le groupe hôtelier dans une démarche de nouvelles technologies et d'innovations

Source : <http://www.expedition-marketing.fr/quand-hyatt-tente-de-rimer-avec-it/#more-913>

Le groupe hôtelier **Hyatt** continue son ascension et entend s'imposer comme un acteur résolument moderne du secteur. Ainsi, Hyatt a mis en place 8 « **lab hôtels** » qui comme leur nom l'indique correspondent à de véritables laboratoires technologiques avec pour objectif de tester les innovations de demain.

Des laboratoires Tests

Ces établissements tests se situent aux Etats-Unis, à Hong Kong, Delhi et Londres. De nombreux projets sont donc en cours de tests dans ces différents hôtels et chacun de ces projets ont environ 90 jours pour faire leur preuve et apporter une véritable valeur ajoutée aux services hôteliers proposés. Comme l'indique John Prusnick, le directeur de l'innovation du groupe, ces différentes expériences, même si elles ne sont pas toutes des succès, permettent un **retour d'expérience** non négligeable.

Des innovations technologiques

Diverses expériences sont donc menées comme par exemple une nouvelle façon d'accueillir la clientèle et de réaliser les check-in. Les réceptionnistes peuvent se déplacer tout en réalisant l'enregistrement des clients via une application mobile. Un dispositif qui permet d'humaniser davantage l'arrivée des voyageurs avec la possibilité de travailler directement dans le lobby ou même en se dirigeant vers les ascenseurs et plus uniquement derrière le front desk de la réception. Une approche plus naturelle qui personnalise le service et permettrait à des établissements hôteliers de luxe une approche différente de sa clientèle. Finie la file d'attente à la réception ?

Des applications mobiles pratiques

D'ores et déjà, Hyatt a développé plusieurs applications mobiles sur différents terminaux. L'appli généraliste Hyatt permet aux mobinautes de trouver un hôtel, de consulter les offres en temps réel, de réserver une chambre mais aussi de suivre ses réservations de séjours tout ça à partir de son téléphone portable. Une appli relativement classique mais qui intègre son programme de fidélité et qui génère du business.

D'autres applications d'un autre genre ont vu le jour et facilitent le quotidien des clients lors de leur séjour dans certains établissements. Le **Hyatt 48 Lex de New York** ou encore le **Hyatt Regency Danang** au Viêt-Nam propose une application spécifique de type « concierge application ». Elle permet d'accéder directement avec son téléphone à de nombreux services de l'établissement comme par exemple :

- L'onglet « **My Hotel** » permettant un accès au room service avec la commande en ligne de repas, le housekeeping et la possibilité de demander le nettoyage de sa chambre et bien d'autres services, l'accès au service Conciergerie avec la demande de rappel ou encore des informations diverses sur les infrastructures de l'établissement tels que l'espace de remise en forme, le spa, les tarifs du service de nettoyage.
- L'onglet « **My City** » offrant des informations diverses sur la destination de l'établissement : activités, sorties, shopping, modes de transport, idées de restaurants et de clubs
- L'onglet « **My Stay** » permettant la consultation de sa facture, la demande de réveil, la possibilité de réserver son prochain séjour et également un champ commentaire pour donner ses remarques à l'hôtel.

Une stratégie orientée web 2.0

Les réseaux sociaux n'ont pas pour autant été oubliés par la marque qui intègre les différents acteurs dans l'ensemble de ses stratégies marketing et applications avec le partage en ligne et même la connexion aux applis via ses identifiants Facebook ou LinkedIn.

De plus, en 2012, la chaîne hôtelière a développé une nouvelle application pour accompagner sa stratégie digitale. En effet, à l'occasion d'un événement autour du vin et du lancement de sa propre marque Canvas Wine, les hôtels Hyatt ont proposé aux clients une application pour créer des cartes postales virtuelles qu'ils peuvent partager par SMS, par mail, aux travers des réseaux sociaux ou encore commander en ligne la version papier pour une livraison à domicile.

Site web : Expédition marketing du 18 février 2013

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2014	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