

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° 4

Thème : s'orienter vers une stratégie de communication digitale

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.
- Présentez les objectifs d'une action de communication en hôtellerie restauration. Comment mesurer son efficacité ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - responsabilité sociétale de l'entreprise,
 - audience,
 - communication institutionnelle.

Session 2017	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 4	1/2

ANNEXE SUJET n° 4

Thème : s'orienter vers une stratégie de communication digitale

AccorHotel réinvente son rapport d'activité

Source : communiqué de presse publié par AccorHotels le 25 juin 2016, extrait du site journaldespalaces.com

En ligne avec sa stratégie de digitalisation, pour refléter sa nouvelle identité de marque et toucher une audience toujours plus large, AccorHotels propose cette année un rapport d'activité digital innovant, complété par une version papier atypique.



Interactivité et site responsive (*) pour la version digitale

Sur www.accorhotels-group.com, les internautes peuvent dès à présent découvrir la stratégie globale du Groupe sous forme de courtes interviews vidéos des membres du Comité Exécutif qui donnent un éclairage sur leurs plans d'action et leurs métiers, agrémentées d'infographies et de chiffres clés.

Puis, les temps forts de l'actualité 2015 d'AccorHotels sont présentés de façon illustrée au travers d'articles, de photos, vidéos, datavisions et témoignages. A découvrir par exemple dans la rubrique Food&Beverage, l'interview d'Angela Brown, Chef du So Sofitel Hua Hin en Thaïlande qui partage sa passion pour son métier. Ou encore, dans la rubrique Feel Welcome, les marques hôtelières dévoilent leurs actions de communication sur les réseaux sociaux (Mercure, ibis), leurs nouvelles offres (Sofitel, ibis budget), leur stratégie de repositionnement (MGallery, Novotel), leurs nouvelles adresses... Concernant son engagement RSE, AccorHotels communique en toute transparence les résultats de ses études d'impacts socio-économiques et environnementaux et nous parle de ses partenariats COP21 et Energy Observer. Le fonds de dotation Solidarity AccorHotels nous rappelle également sa vocation d'aide aux personnes en grande précarité, en mettant notamment à l'honneur son implication auprès de l'association La Table de Cana Marseille, pour la réinsertion professionnelle des femmes, l'un des 30 projets soutenus en 2015.

Une version papier de 16 pages dépliant avec trois temps forts

Cette version papier permet de comprendre la stratégie du Groupe en un clin d'œil ! En introduction Sébastien Bazin, détaille la façon dont AccorHotels a bousculé les codes de l'hôtellerie tout en rappelant son engagement social et environnemental. Puis, en effectuant un premier dépliage (format tabloïd), le lecteur découvre comment l'entreprise repense son métier d'hôtelier à travers sa transformation digitale, en étant présent tout au long du parcours de ses hôtes, avant, pendant et après leur séjour, et comment cette stratégie s'accompagne d'une évolution culturelle profonde. Les chiffres clé, le portefeuille des marques, les actualités du programme de fidélité viennent compléter cette lecture.

Enfin, déplié dans sa totalité, le journal affiche un large diaporama de photos d'hôtels enrichi de témoignages de clients publiés via TripAdvisor. Une bonne vision de la perception du Groupe !

(*) Responsive : créer du multimédia qui s'adapte automatiquement à la résolution de l'écran du terminal qui est utilisé pour le visionner.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2017	BTS Hôtellerie - Restauration Option A : mercatique et gestion hôtelière		Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 4	2/2