

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 : innover pour améliorer l'expérience client

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.
- L'utilisation des technologies numériques améliore-t-elle toujours la satisfaction du client ? Comment s'en assurer ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - gamme,
 - servuction,
 - audit.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2018	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 : innover pour améliorer l'expérience client

Louvre Hotels Group, 1er groupe hôtelier à proposer à ses clients du 1er au 5 étoiles d'ouvrir leurs chambres via leurs smartphones.

Source : communiqué de presse LOUVRE HOTELS GROUP - 26 juin 2017

Louvre Hotels Group, 1er groupe hôtelier à proposer à ses clients du 1er au 5 étoiles d'ouvrir leurs chambres via leurs smartphones.

Le 5ème groupe hôtelier mondial annonce le lancement de son nouveau parcours client 100% digital permettant le check-in, l'ouverture de la chambre via une clé mobile, le check-out et le paiement du séjour. Il est le tout premier acteur du secteur à proposer ce service pour tous ses établissements et toutes ses marques, allant du budget au 5 étoiles.

Cette innovation exclusive répond aux nouvelles exigences des consommateurs pour un séjour plus fluide et une expérience de séjour inédite. Après avoir réservé en ligne, de n'importe où et à n'importe quelle heure, il peut désormais s'affranchir de l'étape du check-in pour gagner directement sa chambre, l'ouvrir avec son smartphone et profiter pleinement de son séjour, jusqu'au check-out. Par ce dispositif, Louvre Hotels Group poursuit son processus de digitalisation du parcours client.

« La digitalisation est un moyen de nous concentrer sur notre cœur de métier : l'hospitalité. En tant qu'hôtelier, nous devons repenser toute la chaîne de valeur du parcours client. Cette innovation nous permet de réduire les zones de perturbation que peuvent représenter les étapes d'entrée et de sortie. Pour nos collaborateurs, cela leur permet de consacrer davantage de temps à l'accueil des clients et de rendre encore plus agréable leur séjour dans nos établissements. »

Pierre-Frédéric Roulot, CEO Louvre Hotels Group.

Après une phase de test positive dans deux établissements des marques Première Classe et Golden Tulip, le dispositif sera élargi à une trentaine d'hôtels toutes marques confondues, puis a vocation à être étendu progressivement à tout le réseau du groupe.

« En offrant ce service haut de gamme y compris dans des établissements budget, Louvre Hotels Group participe au renouvellement des standards de l'hôtellerie et apporte une réponse concrète aux évolutions des modes de consommation, induits par une population digital native et par les codes mis en place par de nouveaux acteurs du tourisme. »

Françoise Houdebine, VP Marketing Louvre Hotels Group.

Session 2018	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 6	2/2	