

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° F4

Thème : Communiquer autrement

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 fourni en annexe et présentez-le de façon structurée dans le cadre du thème proposé.
- Présentez les moyens de communication qu'offrent les techniques de l'information et de la communication (TIC) que peut utiliser un hôtelier-restaurateur. Comment mesurer l'impact de cette forme de communication ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - positionnement,
 - image de marque,
 - mercatique virale.

| | | | | |
|-----------------|--|---|-----------------|------------|
| SESSION 2013 | 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 F4 | 1/2 |

ANNEXE SUJET n° F4

Thème : Communiquer autrement

Novotel mise sur l'advergame¹

Source : Marketing Direct N°153 - 01/02/2012 - Emilie Kovac

L'advergaming est l'une des grandes tendances actuelles du marketing direct. Novotel a misé sur ce nouveau mode de communication qui permet d'associer l'utile à l'agréable. Visite dans les coulisses du « Bubble Game », le jeu organisé par la chaîne hôtelière du groupe Accor.

Le jeu «**Bubble Game**» met l'accent sur le confort des hôtels Novotel. Depuis 2006, le groupe Accor a rénové 80 % de ses 116 hôtels Novotel. Aussi, en octobre dernier, l'enseigne a souhaité communiquer sur l'amélioration du confort. Ses établissements ont en effet été entièrement repensés pour que le client se ressource davantage.

L'ambition de la chaîne ? Modifier son image de marque et mettre l'accent sur la relaxation. Elle a axé sa communication sur l'idée que les affaires sont meilleures après une bonne nuit relaxante.

Sa cible ? Les clients d'affaires CSP + âgés de 25 à 49 ans (qui représentent aujourd'hui 60 % des clients de Novotel). Les voyageurs business sont essentiellement des cadres supérieurs, des professions libérales et des chefs d'entreprise. Ils sont relativement jeunes, « digital addicted » et joueurs : 43 % s'amuse toujours avec des jeux vidéo, explique Stéphane Sabourin, directeur de la communication des enseignes du groupe Accor en France. En plus, ils ont la particularité d'être sceptiques et critiques à l'égard de la publicité. C'est la raison pour laquelle Novotel propose à sa cible de se forger sa propre opinion.

Pour répondre au « brief » de Novotel, l'agence Havas Media France a imaginé « Bubble Game », advergame vidéo en 3D, rattaché au site lemonde.fr et disponible sur iPad. Avec ce jeu, Novotel propose une expérience immersive virtuelle dans un de ses hôtels. L'internaute se met dans la peau d'un jeune homme en smoking (en 3D). Depuis les touches de son clavier, il le fait marcher et sauter. Objectif ? Récupérer un maximum de bulles d'énergie, « métaphore d'un séjour revitalisant », précise Eric Desprez, directeur commercial chez Havas Media France. Le jeu commence dans le hall de l'hôtel, se poursuit dans la chambre, la salle de bain, la salle de sport, le restaurant et la piscine extérieure, jusque dans la salle de réunion. Une musique guillerette accompagne constamment l'internaute. [...]

Et ce n'est pas tout. Pendant la durée du jeu, du 10 octobre au 10 décembre, « Bubble Game » proposait également un jeu-concours. Les participants devaient réaliser le meilleur score (récolter le plus de bulles d'énergie en un temps record) pour avoir une chance de gagner un lot. Etaient mis en jeu : deux iPad, cinq week-ends dans un hôtel Novotel en France et 50 clés USB. La viralité n'avait pas été oubliée : les résultats de chacun pouvaient être relayés sur Facebook et sur Twitter. Le tirage au sort final a eu lieu le 12 décembre dernier et a départagé les joueurs ayant obtenu les 50 meilleurs scores.

En parallèle, Novotel a diffusé deux clips publicitaires sur BFM TV et sur le Net. Baptisées « J'ai testé pour vous », les deux vidéos montraient Emmanuel de Brantes, personnalité extravagante de la jet-set parisienne, livrant avec humour ses impressions sur les hôtels Novotel. [...]

Selon Novotel, la campagne «Bubble Game» a généré, en un mois, un chiffre d'affaires direct cinq fois supérieur au budget investi. A mi-parcours, le jeu a été apprécié par près de 50 000 participants, qui l'ont trouvé original (à 89 %). Avant d'avoir essayé le jeu, les clients interrogés étaient 61 % à trouver les hôtels Novotel confortables. Après avoir joué au « Bubble Game », ils étaient 94 %. [...] Par ailleurs, les films publicitaires montrant Emmanuel de Brantes ont été vus plus de 250 000 fois sur le Web. Cette campagne a reçu plusieurs échos dans les médias et sur les réseaux sociaux.



¹ Jeu vidéo publicitaire

| SESSION 2013 | 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 F4 | 2/2 |