

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° 8

Thème : Choisir sa politique de distribution

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.
- Quels intermédiaires peuvent intervenir dans la commercialisation des prestations d'un hôtel ou d'un restaurant ? Précisez les avantages et les limites du choix d'une distribution associant plusieurs canaux.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - circuit de distribution,
 - géolocalisation,
 - Site « comparateur de prix ».

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2013	BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière		Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 8	1/2

ANNEXE SUJET n° 8

Thème : Choisir sa politique de distribution

Source : www.accor.com – communiqué de presse du 26/01/12

Source : www.louvrehotels.com – 15/05/12

Accor lance l'application A/Club Places sur Facebook.

Première application géo-localisée récompensant les membres du programme de fidélité d'un Groupe hôtelier.

Accor innove avec une application unique sur Facebook, A/Club Places, qui permet aux membres du programme de fidélité A/Club de gagner des points supplémentaires.

A chaque fois qu'un membre A/Club séjourne dans l'un des 2300 hôtels du groupe participant au programme et qu'il se géo-localise avec cette application, il pourra gagner des badges.

Ces badges récompensent la régularité des séjours, la diversité des destinations, la fidélité à un type d'hôtels... Chaque badge permet de gagner des points A/Club, qui sont convertibles en chèques A/Club rewards utilisables dans les hôtels Accor ou chez les partenaires, ou en Miles aériens.

A/Club Places est la première application géo-localisée offrant des points aux membres de son programme de fidélité lancée par un groupe hôtelier international.

Le lancement de cette application s'inscrit dans la stratégie de développement de la présence de Accor online, sur les mobiles et sur les réseaux sociaux. Les ventes via ces canaux directs de distribution représentent plus de 29 % des ventes globales du groupe.

Quant au programme de fidélité du groupe Accor qui a été lancé il y a un peu plus de 3 ans, il s'est développé rapidement. Il compte déjà plus de 8,3 millions de membres à travers le monde et représente plus de 18 % des ventes. Dans le cadre de la nouvelle stratégie de marques du groupe Accor, le programme de fidélité sera renommé Le Club Accorhotels en mars 2012.

Louvre Hotels Group, pionnier de la réservation en ligne via Smartphone propose désormais son application « HotelForYou » sur Android.

- Grâce à son extension sur Android, HotelForYou couvre désormais 90 % du marché des Smartphone
- Louvre Hotels Group s'adapte ainsi à l'évolution du comportement de ses clients pour répondre au mieux à leurs besoins.

Premier groupe hôtelier à avoir proposé à ses clients une application gratuite de réservation sur Smartphone, « HotelForYou », Louvre Hotels Group poursuit ses efforts pour répondre aux besoins de mobilité, de rapidité et de services de tous ses clients.

Cette application permet à ses utilisateurs de :

- trouver une chambre dans un des hôtels du groupe sous enseigne Première Classe, campanile ou Kyriad dans les 11 pays d'implantation (France, 9 pays européens et Chine),
- localiser l'hôtel le plus proche de l'endroit où ils se situent ou de n'importe quel autre lieu,
- découvrir toutes les caractéristiques et services de chaque hôtel (coordonnées, services proposés, photos, plan d'accès...),
- réserver au meilleur tarif et en temps réel, en bénéficiant le cas échéant des tarifs négociés pour les voyageurs d'affaires,
- recevoir directement la confirmation par e-mail.

En 2011, le chiffre d'affaires réalisé via l'application « HotelForYou » représentait une moyenne de 200 K€ par mois, en hausse de 40 % par rapport à 2010.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2013	BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	SUJET 8	2/2