

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° 2

Thème : choisir une stratégie 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 sont les canaux de distribution à disposition d'un hôtelier-restaurateur pour commercialiser ses prestations ? Après avoir présenté quelques technologies numériques précisez ce qu'elles apportent à la distribution des entreprises du secteur.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - circuit de distribution,
 - agence de réservation en ligne,
 - stratégie multicanal.

Session 2015	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 2	1/2

ANNEXE SUJET n° 2

Thème : choisir une stratégie de distribution

Source : www.fairbooking.com

Document 1 : page d'accueil du site internet de FairBooking



Document 2 : article issu du site internet de FairBooking à la rubrique « Qui sommes-nous »

Le club hôtelier de Nantes lance le mouvement « Fairbooking »

FairBooking est une initiative du club des hôteliers de Nantes pour sensibiliser les consommateurs aux enjeux économiques, aux avantages de la réservation de chambre en direct et aux privilèges qui peuvent être accordés. Les agences de réservation en ligne prennent une commission de 12 % à 30 % sur le tarif des chambres, quand celle d'une agence de voyage, qui crée un accompagnement sur mesure, varie de 8 % à 10 %. Le poids de ce pourcentage pris par cet intermédiaire accessible sur Internet impacte la marge des hôtels. À terme, c'est leur équilibre économique qui est fragilisé, ces derniers peuvent avoir des difficultés à maintenir les emplois et tout simplement à poursuivre leurs investissements dans un souci permanent d'amélioration du confort et des services. Le « FairBooking » est un programme partenarial entre des consommateurs et des hôteliers. Il vise à les rapprocher lors de la réservation des chambres directement auprès de l'hôtel, sans l'intermédiaire d'une centrale de réservation. De ce fait, l'hôtelier protège sa rentabilité et remercie le client en lui offrant au choix une réduction de 5 % à 10 % sur le prix de sa chambre, un petit-déjeuner, un surclassement ou tout autre privilège qui lui convient. Outre ces signes de reconnaissance, l'hôtelier l'informe des avantages à réserver sa chambre directement : plus de disponibilités, plus de choix de catégories de chambres, échanger avec lui sur ses attentes et exigences particulières, telle que le choix d'une chambre sur cours ou sur rue. En bref, l'échange entre deux personnes permet d'organiser un séjour sur mesure.

Session 2015	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 2	2/2