

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° F1

Thème : développer un nouveau concept

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.
- Quelles sont les composantes du système de servuction ? Comment l'hôtelier/restaurateur doit-il ajuster ces différentes composantes à son concept ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - service de base et services associés,
 - participation du client,
 - avantage concurrentiel.

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 F1	1/2

ANNEXE SUJET n° F1

Thème : développer un nouveau concept

L'hôtel Okko à Nantes : urbain, contemporain, accueillant et all inclusive

Source : Industrie Hôtelière - mai 2014

L'Hôtel Okko, inauguré en janvier 2014 à Nantes, est le premier établissement d'un nouveau concept d'hôtel imaginé par Olivier Devys, en collaboration avec Patrick Norguet, designer de renommée internationale. Ce concept hôtelier 4 étoiles allie d'une façon inédite design, simplicité et service haut de gamme à des tarifs accessibles... Pour vivre son voyage autrement !

« Après avoir créé la chaîne Suite Hôtel du groupe Accor, explique Solenne Devys, directrice Produit et communication Okko Hôtels, Olivier Devys a eu envie de lancer son propre concept d'hôtel 4 étoiles. Un concept qui bousculerait les codes traditionnels de ce secteur afin de répondre au plus près aux nouveaux besoins et aux nouveaux critères de sélection et d'appréciation des voyageurs d'affaires ou loisirs. » Selon sa vision du marché les voyageurs qui se déplacent de plus en plus souvent en TGV recherchent des hôtels en centre-ville : sensibles au confort d'un hôtel, ils attachent également de plus en plus d'importance à son design, à l'authenticité de son accueil, à son offre de restauration et de services technologiques, à sa démarche environnementale et bien sûr à son offre de prix. C'est alors qu'Olivier Devys rencontre le designer Patrick Norguet, une rencontre qui lui permettra de donner corps à son projet. Ensemble en 2008, ils conçoivent la chambre et l'espace Club Okko. Le projet en main, Olivier Devys part à la recherche de financements et d'une ville volontaire pour accueillir ce nouveau concept hôtelier. [...] Dans le concept Okko, toutes les chambres sont identiques et leur superficie est de 18 m² environ, salle de bain incluse. Mais, rien ne manque pour le confort.

On y trouve même un téléphone avec fonction dock I-Phone, internet en wi-fi ou en filaire et une machine Nespresso avec deux dosettes offertes chaque jour. Quant à l'ambiance, elle est résolument design et élégante, et se décline en deux harmonies : l'une claire, Riva et l'autre plus foncée, Black out. « Le mobilier, « designé » par Patrick Norguet, souligne Solenne Devys, présente des formes douces et des angles arrondis. Ce mobilier, tout comme les tentures, a été réalisé dans des matériaux de grande qualité. » Par ailleurs, dans le concept Okko pas de desk d'accueil, de salle de petit-déjeuner, de lobby, de salle de réunion, de lounge... mais un seul espace à vivre : le Club. Un espace à la fois design et confortable qui réunit une salle à manger et sa table d'hôtes, un salon, un business corner avec I-Mac et imprimante en Libre-service et un espace forme avec une salle de sport et un sauna.

Chez Okko Hôtels, le tarif des chambres est bien sûr défini par Yield management mais ce tarif est identique pour toutes les chambres, qu'elles soient occupées par une ou deux personnes, et tout est all inclusive. À Nantes, ce prix est de 140 € en moyenne, un prix compétitif car le coût de construction de la chambre a été maîtrisé à 130 000 € ! Le wi-fi, la vidéo à la demande, le téléphone, l'accès à l'espace forme et les prestations petit-déjeuner et restauration sont compris dans le tarif. Même si les clients ne profitent pas de ces services, le tarif reste compétitif. Ici, le petit-déjeuner continental est gratuit tout comme l'offre snacking qui permet de grignoter à tout moment de la journée ou encore l'Apéritivo organisé chaque soir autour d'un buffet. « L'Apéritivo plaît énormément à nos clients, confie Solenne Devys. Cette formule conviviale est idéale pour créer des liens entre nos clients mais également entre nos clients et le personnel ». Il faut dire que les employés de l'Hôtel Okko reçoivent leurs clients comme s'ils étaient leurs amis et ce 24/24 h. Polyvalents, ils savent tout faire, une facture, préparer le petit-déjeuner ou animer l'Apéritivo. « Sélectionnés sur leur savoir-être plutôt que sur leur compétence, ils ont été formés par notre propre service de formation mais aussi par l'office du tourisme de Nantes, confie Solenne Devys. Aucun d'entre eux ne se retrouve assis derrière un comptoir et ceci grâce à notre property management system conçu, entre autres, pour réduire au maximum les procédures de check-in et de check-out ! »

En quelques clics, chaque client peut réserver, modifier, annuler, consulter sa réservation au travers de son compte Club sur le site www.okkohotels.com. Le jour de son arrivée, il reçoit par SMS le N° de sa chambre ainsi que le code de la clé. Okko Hôtels commercialise et fidélise ses clients en utilisant de façon optimale Internet et les réseaux sociaux. « Tout en travaillant avec les centrales de réservation en ligne, explique Solenne Devys, nous développons les réservations en direct : en exploitant le référencement naturel de notre site Internet pour maintenir sa visibilité mais également avec notre stratégie de fidélisation clients ». Quand un client réserve en direct à son nom ou à celui de son entreprise, ses nuitées sont comptabilisées sur un compte fidélité qui lui permet d'obtenir des réductions de 3 à 15 %. « Nous sommes très surpris de constater que nous attirons aussi bien les hommes d'affaires en semaine que les touristes en week-end, confie Solenne Devys. Pour la première année d'ouverture, dans ce premier hôtel Okko, nous misons sur un taux d'occupation d'au moins 50 %. »

Isabelle Deligny

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2015	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F1	2/2