

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° 13**

### **Thème : s'engager dans l'innovation**

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.
- Pourquoi les hôteliers ou les restaurateurs doivent innover en permanence ? Précisez les différentes étapes pour la mise en place de cette démarche.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - cycle de vie,
  - veille concurrentielle,
  - servuction automatisée.

Session 2015	EXAMEN	Durée	30 min
	<b>BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	<b>SUJET 13</b>	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° 13**

**Thème : s'engager dans l'innovation**

**Novotel : l'innovation digitale, vecteur de succès**

Source : [www.accor.com](http://www.accor.com)

**PLAY Interactive Table, Webcorner On @ Mac, Novotel Virtual Concierge... Ces innovations vous disent forcément quelque chose. Ce sont celles de Novotel. Quand technologie rime avec convivialité, la marque crée la différence en proposant un parcours client moderne et accessible de tous.**

Chez Novotel, les nouvelles technologies ont la part belle et bouleversent la conception du séjour hôtelier. En parfait accord avec la stratégie « **digital hospitality** » du Groupe, ce positionnement différenciant conquiert les voyageurs du monde entier et contribue à asseoir durablement Novotel comme une marque innovante. Focus sur quatre outils malins et dans l'air du temps :

### **Zoom sur : PLAY Interactive Table**

La dernière innovation proposée par Novotel est PLAY Interactive Table. Créée en partenariat avec Microsoft, Humelab et After-Mouse, elle est en test dans 11 hôtels pilotes depuis juin 2014 (Londres, Paris, Casablanca, Dubai, Rio...).

Ce petit bijou tactile propose de nombreux jeux ludo-éducatifs pour petits et grands et sera déployé sur tout le réseau Novotel d'ici 2015.

### **Zoom sur : Webcorner On @ Mac**

Le début de l'été 2014 a sonné la métamorphose du Web Corner de Novotel. Plus fluide, coloré, et toujours plus connecté, cet espace permet de rester en contact avec ses proches, même à l'autre bout du monde !

### **Zoom sur : Novotel Virtual Concierge**

La conciergerie virtuelle souffle sa première bougie ! Déjà un an que les voyageurs peuvent accéder via ce service digital à des recommandations de restaurants et d'activités culturelles, à des informations liées à la météo, aux actualités des compagnies aériennes et à des renseignements sur la marque. Un succès unanime renforcé par les e-cards. En effet, plus de 300 000 cartes postales digitales sont envoyées par mois grâce au Concierge Virtuel !

Aujourd'hui, ce service est déployé dans plus de 250 hôtels Novotel dans le monde et les hôteliers ont la main sur le contenu qu'ils souhaitent mettre en avant. Une vraie valeur ajoutée digitale !

### **Zoom sur : l'accueil digital**

Novotel participe au programme d'accueil digital personnalisé Welcome lancé en avril 2014. Ce service inédit de check-in express simple et intuitif permet de s'enregistrer en ligne avant même son arrivée à l'hôtel. D'ici à la fin d'année, plus de 60 % du réseau, soit environ 250 hôtels Novotel, auront rejoint l'aventure.

Novotel témoigne ainsi d'une avance indéniable grâce à son écosystème technologique performant. Une stratégie gagnante, vecteur de fidélité à l'heure où les clients recherchent l'interaction permanente avec leur environnement.

Session 2015	EXAMEN	Durée	30 min
	<b>BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	<b>SUJET 13</b>	<b>2/2</b>