

Brevet de Technicien Supérieur

**MANAGEMENT EN HÔTELLERIE RESTAURATION****Épreuve E4 – Mercatique des services en hôtellerie restauration****Sujet 9****Vendredi 26 mai 2023 – Matin****Hôtel-restaurant « le Parisien »****Consignes d'évaluation**

La circulaire d'organisation précise que la nature de l'épreuve impose, pour l'interrogation, la convocation de professeurs d'économie et gestion qui enseignent « le management en hôtellerie restauration et la mercatique des services » en BTS Management en Hôtellerie Restauration.

Il est rappelé aux interrogateurs que :

- les notes sur 20 seront arrondies au ½ point près ;
- la commission d'interrogation ne peut pas remettre en cause la grille nationale d'évaluation par compétences.

**Consignes d'interrogation****Rappel des conditions de déroulement de l'épreuve orale**

Durée de l'épreuve :

- Temps de préparation : 60 minutes
- Présentation du candidat : 10 minutes maximum
- Entretien avec le jury : 20 minutes maximum

Coefficient : 3

**La commission d'interrogation doit veiller à ce que les sujets et les brouillons des candidats soient impérativement récupérés par le centre d'examen pour destruction.**

Si le candidat, lors de sa présentation, risque de dépasser le temps imparti, la commission demandera au candidat de bien vouloir conclure rapidement. Quel que soit le temps de la présentation du candidat, le temps de l'entretien avec la commission sera de 20 minutes maximum.

La grille d'évaluation sera remplie conformément à la grille d'aide à l'évaluation fournie.

L'entretien avec le candidat doit permettre d'évaluer les critères de la grille (s'approprier un contexte, analyser une situation mercatique en hôtellerie restauration...) dans le contexte proposé par le sujet. L'interrogation sera bienveillante. Il ne s'agit pas de tester toutes les connaissances du candidat (définitions ou questions de cours) mais ses aptitudes à mobiliser ses connaissances dans le contexte proposé par le sujet.

Ne pas sanctionner l'absence d'introduction ou de conclusion.

Tous les éléments proposés ci-après ne sont pas attendus. Tout argument justifié et cohérent pourra être accepté.

<b>26 mai 2023 Matin</b>	EXAMEN : BTS MHR - Toutes options (A, B et C)	Durée	30 min
	<b>Corrigé sujet 9</b>	Coefficient	3
	E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	Page	1   6

## Éléments de correction du cas

Finalités et objectifs	Compétences professionnelles	Exposé + entretien	Réponse Q1	Réponse Q2	Réponse Q3
1. S'approprier un contexte professionnel	Extraire des annexes les informations pertinentes pour caractériser la situation professionnelle.				
2. Analyser une situation mercatique en hôtellerie-restauration	- Identifier la problématique rencontrée par l'établissement. - Dresser un diagnostic de la situation mercatique de l'établissement.				
3. Apporter une solution réaliste et concrète à cette problématique	- Formuler des solutions cohérentes avec la problématique. - Veiller à l'opérationnalité et à la faisabilité des solutions. - Mobiliser les outils adaptés. - S'appuyer sur une culture professionnelle riche.				
4. Communiquer oralement dans un contexte professionnel	- Adopter une expression orale claire. - Utiliser un vocabulaire mercatique précis. - Montrer de la conviction dans les propos tenus.				
5. Savoir argumenter dans un contexte professionnel	- Interagir efficacement. - Développer une argumentation pertinente.				

Les finalités et objectifs n°1, 4 et 5 de l'épreuve E4 sont à évaluer par rapport à l'exposé du candidat et tout au long des échanges avec la commission d'évaluation ce qui permet de remplir la grille d'évaluation en fonction de la grille d'aide jointe.

À partir des documents joints, en prenant appui sur vos connaissances et vos compétences en mercatique, sur votre culture professionnelle :

### 1. Identifier les atouts qui devraient permettre à l'hôtel restaurant Le Parisien de déployer son attractivité.

- Atouts relatifs à l'établissement
  - Site complet.
  - Accueil chaleureux.
  - Jardin agréable.
  - Jeux pour enfants.
  - Plats faits maison, du terroir (circuit direct) et de qualité.
  - Boutique de produits locaux.
  - Addition Payée à table.
  - Peu élevée.
  - Seul hôtel de la ville.
  - Seul restaurant ouvert le soir.
  - Petit déjeuner copieux.
  - Calme de l'établissement.
  
- Atouts relatifs à la ville
  - Campagne.
  - Air sain.
  - 80% de forêt.
  - Eglise du XIème siècle de style casadéen.

<b>26 mai 2023 Matin</b>	EXAMEN : BTS MHR - Toutes options (A, B et C)	Durée	30 min
	<b>Corrigé sujet 9</b>	Coefficient	3
	E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	Page	2   6

- Brocante réputée le 16 août avec 400 exposants.
- Tissu associatif actif dense...
- Atouts relatifs à la région
  - Sites culturels.
  - Villages remarquables.
  - Sentiers de randonnée.
  - Moulin Richard de Bas, fabrication de papier, Maison de l'améthyste, Maison de la fourme d'Ambert, Musée de la dentelle...

**Pour une très bonne maîtrise des finalités et objectifs n°2**, il est attendu du candidat qu'il mette en avant au moins :

- ❖ 3 atouts relatifs à l'établissement
- ❖ 3 atouts relatifs à la ville
- ❖ 3 atouts relatifs à la région

## **2. Proposer des modifications du support physique qui amélioreraient l'expérience client. Justifier.**

### **Modifications du support physique :**

- Rénover les chambres : les mettre au niveau de la qualité attendue par la clientèle ciblée (literie, mobilier, insonorisation, toilettes etc.). L'objectif est de créer une ambiance en lien avec le positionnement. Utiliser des matériaux « naturels » : bois, métal et réfléchir aux couleurs et lumières dans l'établissement.
- S'orienter vers le marketing expérientiel.
- Rendre éventuellement le lieu instagrammable tout en conservant le caractère authentique.
- Prévoir un site internet marchand : réservation possible sur le site (abandon du formulaire)
- Concevoir une fiche établissement avec « Google My Business », régulièrement mise à jour etc... Communiquer sur la boutique, les services, menus etc...
- Proposer des services périphériques : SPA, Salle de sport... En conformité avec les nouvelles attentes de la clientèle.

**Pour une très bonne maîtrise des finalités et objectifs n°3**, il est attendu du candidat qu'il mette en avant au moins 4 actions relatives aux supports physiques.

## **3. Proposer des actions liées à la Gestion de la Relation Client (GRC) en lien avec la cible.**

Le cœur de cible correspond au profil du touriste de la région (français 96%, familial à 40% et couple à 32%).

### **Actions liées à la GRC**

- Acquérir un logiciel CRM.
- Constituer une base de données afin de personnaliser la relation client, d'améliorer l'expérience client puis de fidéliser.
- Collecter des informations sur les habitudes, les préférences, la constitution de la famille....
- Avant la venue du client : envoi de SMS/mails. Personnaliser la communication en fonction du segment (famille, nouveaux clients etc...) et des données collectées. Présenter le menu, les animations ponctuelles (expositions, concerts, etc...) dans l'établissement ou dans les environs. Il faut préparer la venue du client : ainsi, celui-ci a le sentiment d'être attendu, comme chez des amis (besoin d'estime). Prévoir une traduction en anglais (voire en néerlandais) du fait de la présence de ces nationalités dans le Livradois (10 % en 2017 : clients potentiels à faire revenir après le Covid).

<b>26 mai 2023 Matin</b>	EXAMEN : BTS MHR - Toutes options (A, B et C)	Durée	30 min
	<b>Corrigé sujet 9</b>	Coefficient	3
	E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	Page	3   6

- Pendant le séjour : proposer des activités répondant aux attentes, envisager des partenariats avec des musées, producteurs locaux, éleveurs (famille avec enfants) ... La demande des touristes est orientée vers la nature et la culture : contact avec l'office de tourisme qui pourrait proposer des circuits découverte (champignons, flore, minéraux ...), des circuits de randonnée, des visites guidées etc...
- Après le séjour : inviter le client à donner son avis (les commentaires sont en général plus positifs que si le client n'est pas incité à s'exprimer). Réaliser un questionnaire de satisfaction afin de s'engager dans une démarche qualité.
- Mise en place d'un programme de fidélité en mettant en avant ses avantages : cumul de points puis réduction sur une nuitée ou un repas, panier gourmand offert, activités à prix réduit avec un partenaire : Moulin Richard de Bas (fabrication de papier à la main), Maison de l'améthyste, Maison de la fourme d'Ambert, Musée de la dentelle, location vélo etc...
- Se faire référencer sur TripAdvisor et répondre aux avis, comptes sur Facebook et Instagram.
- Réfléchir à son référencement sur Google : SEO/SEA ? afin de gagner en visibilité.

Ces différentes actions devraient permettre à l'établissement d'améliorer l'expérience client et de s'ouvrir à de nouveaux segments de clientèle.

**Pour une très bonne maîtrise des finalités et objectifs n°3**, il est attendu du candidat qu'il décrive au moins deux solutions concrètes détaillées pour chaque étape du parcours client (avant-pendant- après) en lien avec la cible.

<b>26 mai 2023 Matin</b>	EXAMEN : BTS MHR - Toutes options (A, B et C)	Durée	30 min
	<b>Corrigé sujet 9</b>	Coefficient	3
	E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	Page	4   6

**Épreuve E4 – Mercatique des services en hôtellerie restauration**

**Évaluation ponctuelle - Grille d'évaluation**

Candidat	Nom et prénom : _____	Signature du candidat avant l'évaluation : _____
	Matricule : _____	

**Rappel des conditions de déroulement :** Le candidat dispose d'un sujet national daté et numéroté. Pendant une heure, il prend connaissance du dossier et prépare le travail qui lui est demandé. Dans un second temps d'une durée de 30 minutes, le candidat dispose de 10 minutes maximum pour présenter ses réponses. La commission d'évaluation conduit ensuite un entretien de 20 minutes maximum en lien avec le sujet traité.

Évaluateurs	- Nom du professeur en charge de l'enseignement de management de l'entreprise hôtelière et de mercatique des services (MEHMS) et signature :	
	- Nom du deuxième professeur d'économie et gestion et signature :	
	<b>Préciser le jour d'interrogation :</b>	<b>Numéro de sujet :</b>

<b>Appréciations</b>	Non maîtrisée	Maîtrise partielle	Maîtrise satisfaisante	Bonne maîtrise
Apprécier, dans les réponses du candidat à la problématique posée par le sujet*, la précision et la rigueur dans l'utilisation des concepts et des savoirs ainsi que la pertinence de leur mise en œuvre dans le contexte proposé, la capacité à communiquer oralement, à travers ses compétences à				
S'approprier un contexte professionnel				
Analyser une situation mercatique en hôtellerie restauration				
Apporter une solution réaliste et concrète à cette problématique*				
Communiquer oralement dans un contexte professionnel				
Argumenter et adopter une communication professionnelle				

\* Selon les sujets, il s'agira d'apprécier les propositions d'adaptation de la politique commerciale dans une unité de production de services, d'évaluer les résultats commerciaux d'une unité de production de services, de proposer une politique tarifaire adaptée au contexte de l'unité de production de services, de maîtriser la relation commerciale, d'utiliser les techniques et outils de vente adaptés au contexte, de mettre en œuvre une démarche de fidélisation clientèle...

<b>Proposition de note</b>	<b>/20</b>
----------------------------	------------

Appréciation sur la prestation du candidat :

<b>26 mai 2023 Matin</b>	EXAMEN : BTS MHR - Toutes options (A, B et C)	Durée	30 min
	<b>Corrigé sujet 9</b>	Coefficient	3
	E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	Page	5   6

**BTS MHR** **Épreuve E4 – Management de l'entreprise hôtelière**  
**Épreuve orale - Durée 0 h 30 - Coefficient 3** **Grille d'aide à l'évaluation**

Finalités et objectifs de l'épreuve	Critères d'évaluation	Maîtrise insuffisante	Maîtrise fragile	Maîtrise satisfaisante	Très bonne maîtrise
S'approprier un contexte professionnel	L'épreuve s'appuie sur l'analyse d'une situation concrète en hôtellerie restauration portant sur la définition de la politique commerciale de l'entreprise ou son déploiement dans l'unité de production de services, sur le développement de la relation client.  L'évaluation porte sur les critères suivants : - précision et rigueur dans l'utilisation des concepts et des savoirs ainsi que la pertinence de leur mise en œuvre dans le contexte ; - capacité à adapter la politique commerciale dans une unité de production de services ; - capacité à évaluer les résultats commerciaux d'une unité de production de services ; - capacité à proposer une politique tarifaire adaptée au contexte de l'unité de production de services ; - capacité à maîtriser la relation commerciale ; - capacité à utiliser les techniques et outils de vente adaptés au contexte ; - capacité à mettre en œuvre une démarche de fidélisation clientèle ; - capacité à communiquer oralement.	Mauvaise compréhension de la situation proposée. Peu ou pas d'intégration des informations.	Compréhension succincte de la situation. Intégration superficielle des informations.	Compréhension et intégration correctes des informations	Bonne compréhension du contexte et intégration pertinente des informations.
Analyser une situation mercatique en hôtellerie-restauration		Absence d'analyse. Problématique non identifiée.	Analyse partiellement correcte. Problématique peu ou pas adaptée.	Bonne analyse. Problématique identifiée même partiellement.	Analyse pertinente permettant la prise de décision. Problématique identifiée et correctement présentée.
Apporter une solution réaliste et concrète à cette problématique		Absence de recommandation ou recommandations inappropriées.	Formulation et rédaction de recommandations incomplètes, partielles, peu ou pas réalistes. Argumentation confuse ou erronée.	Recommandations réalistes et adaptées.	Recommandations réalistes et adaptées dont la justification éclaire la prise de décision.
Communiquer oralement dans un contexte professionnel		Communication difficile et vocabulaire professionnel non maîtrisé.	Communication hésitante et vocabulaire approximatif.	Communication et vocabulaire globalement satisfaisants.	Communication aisée et vocabulaire professionnel adapté.
Argumenter et adopter une communication professionnelle		Peu ou pas d'argumentation et des difficultés d'expression.	Quelques arguments et une communication professionnelle limitée.	Arguments et communication professionnelle satisfaisants.	Bonne argumentation. Communication professionnelle claire et adaptée.

<b>26 mai 2023 Matin</b>	EXAMEN : BTS MHR - Toutes options (A, B et C)	Durée	30 min
	<b>Corrigé sujet 9</b>	Coefficient	3
	E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	Page	6   6