



LM Hôtel Bachelor 2 – Ile De Ré



Anne Queffelec

Mathieu Paquerot

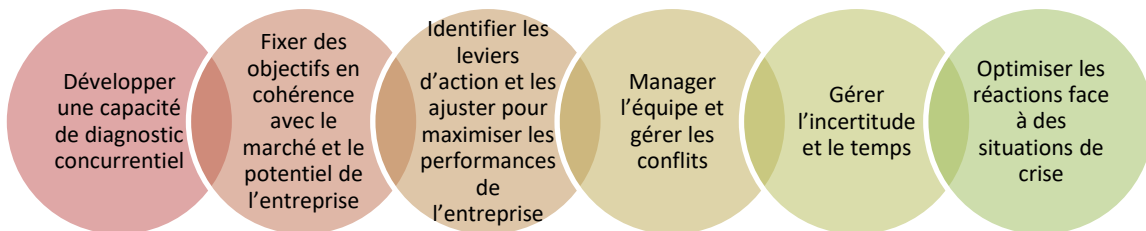
Université de La Rochelle

LM HOTEL BTS

Vous allez devoir :

1. Travailler en équipe
2. Apprendre à gérer le stress (le vôtre et celui de vos partenaires)
3. Élaborer et mettre en œuvre une stratégie
4. Élaborer des tableaux de bord et des outils de prise de décision
5. Communiquer et de négocier auprès de différents partenaires
6. Savoir présenter votre stratégie et vos résultats à des auditeurs sceptiques.

Les compétences visées :



Petite vidéo illustrée du travail d'équipe :



https://www.youtube.com/watch?v=3kd1_VsPz0U

I. Fonctionnement de groupe

1. Les domaines de compétences

Ils sont nombreux et concernent tous les domaines classiques de la gestion à savoir :

- L'organisation
- La stratégie
- La finance
- Le marketing
- Le contrôle de gestion
- La négociation
- ...

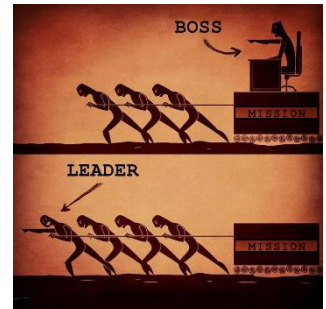
**Une bonne décision nécessite la mise en œuvre de
l'ensemble de ces compétences.**

**Ignorer un seul de ces domaines risque de vous exposer
à de graves déboires.**

1. Quelques règles de fonctionnement

Identifier les compétences de chacun

- Trouver une organisation qui permette la circulation de l'information et évite les conflits internes
- Assurer le contrôle des décisions et la coordination des décisions entre elles.



2. Fonctionnement du groupe dans la simulation

Des décisions à rendre à une heure précise

Le manager vient rendre la décision

- il en contrôle la saisie
- il prend des décisions rapides si nécessaire (parfois en situation d'absence d'information ou d'incohérence de certains chiffres)

Des pénalités financières seront supportées par l'entreprise en cas de retard dans la remise des décisions.

Des challenges à rendre en même temps que certaines décisions.

- Ils doivent être présentés dans une forme correcte (orthographe, style, mise en forme)
- Le numéro de l'équipe et le nom du leader doivent figurer au début du document

Le fichier doit comporter le n° de l'équipe (exemple E1-stratégie)

3. Les outils open source

Vous aurez besoin de logiciels que vous pourrez télécharger gratuitement sur des sites comme <http://www.01net.com/telecharger/>

Nous vous recommandons tout particulièrement les outils permettant de réaliser des cartes conceptuelles (www.xmind.net). Ils permettent de formaliser les idées et rendent le brainstorming particulièrement efficace.



Ils permettent également de formaliser simplement les objectifs et les moyens mis en œuvre, tout en hiérarchisant les priorités.

II. Environnement- Ile de Ré – Charente Maritime

Votre hôtel est situé sur l'Ile de Ré, une île de 85 km² très touristique située dans l'océan Atlantique, au large de la Rochelle. Depuis 1988, elle est reliée au continent par un pont payant de 3 km. L'île s'étire sur 26 km et ses 100 km de côte sont pour moitié ourlés de belles plages de sable.



1. Votre hôtel

Votre hôtel est un *** comprenant 40 chambres, situé dans l'une des 10 communes de l'île. Vous proposez un bar, mais pas de restaurant. Votre hôtel est ouvert toute l'année, mais fonctionne principalement d'avril à octobre.

2. Vos clients

Vous avez deux canaux de distribution :

- Des OTA (Booking, Expédia, Agoda) à qui vous reversez une commission :
- Canal direct : des clients individuels qui réservent via votre site internet, par téléphone ou se présentent au lobby.

3. Le personnel

Vous gérez trois catégories de personnel :

- Middle management (exemple gouvernante)
- Front office (accueil)
- Entretien (femmes de chambres, jardiniers)

Vous allez déterminer :

- Les salaires
- Les effectifs

III. Les éléments d'analyse

Vous aurez la possibilité d'acheter des études qui vont vous donner des éléments d'appréciation sur :

- La qualité perçue de votre hôtel et des concurrents
- Le rapport qualité/prix des hôtels de la zone
- Les prix
- Les budgets de communication
- Le marché en volume (nombre de nuitées) et en valeur (€)
- Etude financière sur les concurrents

4. Mise en œuvre de la stratégie

- ✓ Définir vos objectifs stratégiques

- ✓ Définir vos critères de mesure
- ✓ Définir votre chemin critique pour la mettre en œuvre
- ✓ Définir le rôle de chacun des membres dans la mise en œuvre
- ✓ Réaliser les ajustements nécessaires

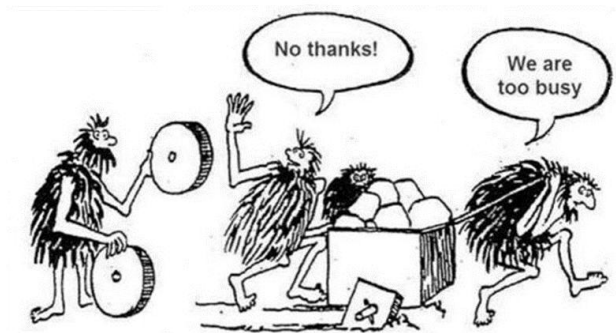


5. Contrôle & reporting

Vous devez être en mesure de contrôler vos comptes et vous assurer qu'il n'y a pas d'erreurs.

Il faut donc mettre en place des outils d'aide à la décision vous permettant :

- De sélectionner l'information pertinente pour prendre rapidement les décisions
- De quantifier les effets de vos décisions
- De mesurer votre performance relative



Vous avez la possibilité de commander des études qui vous fourniront des informations indispensables à la compréhension de votre environnement.

L'analyse de ces études sera fondamentale pour comprendre votre environnement et ajuster vos décisions.

Les variables doivent être répertoriées...



- Informations sur la concurrence
- Informations sur l'environnement
- Informations sur la satisfaction des partenaires (clients ou salariés)
- Élasticités aux différents éléments du mix

... et organisées dans des tableaux de bord afin de décrypter les tendances et les stratégies de vos concurrents.

Ces tableaux de bord doivent être réalisés sous Excel par chaque membre du board (RH, marketing, finance, etc...). Ils doivent permettre de sélectionner les informations nécessaires à

la prise de décision et de recenser les effets des décisions dans le temps afin d'ajuster les stratégies au cours du temps.

Vous devez être capables de réaliser des prévisions pour :

- ✓ Prévoir les actions vous permettant de vous maintenir dans un environnement concurrentiel
- ✓ Prévoir vos allocations de ressources (personnels, budgets, ...)

Vous devez analyser les écarts entre vos prévisions et la situation réelle :

- ✓ Afin d'améliorer la qualité de vos prévisions,
- ✓ D'identifier les raisons des écarts et d'entreprendre les actions correctrices nécessaires
- ✓ De comprendre vos résultats pour les améliorer.



IV. Mesure de la rentabilité

Il existe plusieurs mesures de la rentabilité pour les actionnaires. Les principales sont :

- La rentabilité des capitaux propres
- La rentabilité des capitaux investis

La rentabilité des capitaux propres

Elle se mesure en rapportant le résultat net de l'entreprise aux capitaux propres et capitaux assimilés.

$$R_{Net} / (Capital + réserves + Report à nouveau + Comptes courants d'associés)$$

→ Elle traduit le retour sur investissement des actionnaires.

La rentabilité des capitaux investis

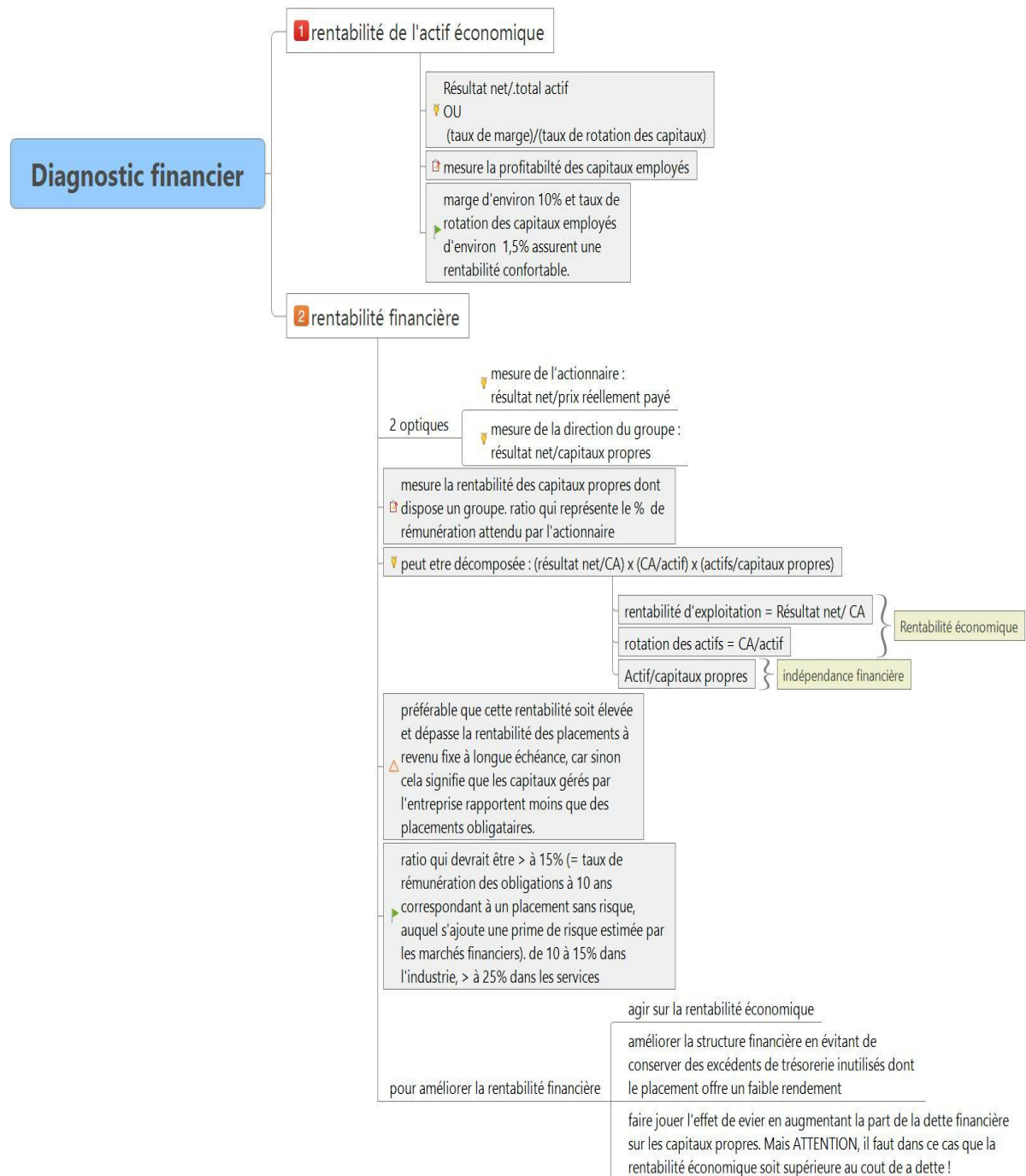
Elle se mesure en rapportant le résultat net aux capitaux investis.

On peut mesurer les capitaux investis par le total de l'actif.

$$R_{net} / Total\ de\ l'actif$$

Cette mesure permet d'inciter les dirigeants à optimiser les capitaux investis. Ainsi une trésorerie abondante mais inutilisée par l'entreprise ne permet pas d'optimiser ce ratio. Cela peut conduire les dirigeants à la rendre aux actionnaires sous forme de dividendes ou de remboursement de comptes courants d'associés par exemple.

De même le placement de cette trésorerie à un taux inférieur au rendement du capital peut être analysé comme n'étant pas optimal pour les actionnaires.





**HAVE
FUN
AND
KEEP
SMILING**