



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - E4 - Gestion de la relation clientèle touristique - BTS TOURISME (Tourisme) - Session 2018

1. Rappel du contexte du sujet

Ce sujet d'examen fait partie de l'épreuve E4 du BTS Tourisme, qui se concentre sur l'élaboration de l'offre touristique. Les candidats doivent traiter des dossiers concernant le marché de l'œnotourisme en Côte-d'Or, le montage d'un produit touristique et la gestion des réservations en ligne.

2. Correction question par question

Dossier 1 - Marché de l'œnotourisme en Côte-d'Or

1.1 Présentez une analyse structurée du marché de l'œnotourisme.

Cette question demande une analyse structurée du marché de l'œnotourisme. Les éléments à inclure sont :

- **Contexte historique** : Inscription des Climats à l'UNESCO en 2015.
- **Offre touristique** : Présentation des sites, hébergements, et activités disponibles.
- **Fréquentation** : Données sur le nombre de visiteurs et l'impact de l'œnotourisme.
- **Segments de clientèle** : Identification des types de touristes intéressés par l'œnotourisme.
- **Concurrence** : Autres régions viticoles et leur impact sur le marché.

Une réponse structurée pourrait être :

Le marché de l'œnotourisme en Côte-d'Or est en pleine expansion, notamment grâce à l'inscription des Climats du Vignoble de Bourgogne au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2015. Cette reconnaissance a entraîné une augmentation significative de la fréquentation touristique, avec plus de 500 000 visiteurs dans les agglomérations de Dijon et Beaune. L'offre touristique se concentre principalement sur des visites de caves, des dégustations de vins et des séjours dans des hébergements de qualité. Les segments de clientèle incluent des amateurs de vin, des familles et des touristes internationaux, attirés par la renommée des grands crus bourguignons. La concurrence avec d'autres régions viticoles, comme Bordeaux ou Champagne, reste un enjeu majeur à prendre en compte.

1.2 Identifiez deux segments de clientèle que l'agence pourrait cibler pour le développement de nouveaux produits. Justifiez vos propositions.

Les candidats doivent identifier deux segments de clientèle. Les segments pertinents pourraient être :

- **Les amateurs de vin** : Cherchant des expériences authentiques et des dégustations de qualité.
- **Les familles** : Intéressées par des activités éducatives et ludiques autour du vin.

Une réponse justifiée pourrait être :

Pour le développement de nouveaux produits, l'agence pourrait cibler les amateurs de vin, qui recherchent des expériences de dégustation uniques et des visites de domaines viticoles. De plus, les familles représentent un segment de clientèle important, car elles peuvent être attirées par des activités adaptées aux enfants, telles que des visites de musées du vin et des

ateliers de cuisine. Ces deux segments permettent de diversifier l'offre et d'attirer une clientèle variée.

1.3 Argumentez sur les opportunités pour votre agence de se positionner durablement sur ce marché de l'œnotourisme.

Les candidats doivent fournir trois idées justifiées. Voici quelques opportunités :

- **Renforcement de la notoriété** : Capitaliser sur l'inscription UNESCO pour attirer davantage de touristes.
- **Partenariats locaux** : Collaborer avec des viticulteurs et des restaurateurs pour enrichir l'offre.
- **Développement durable** : Promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement pour séduire une clientèle soucieuse de l'écologie.

Une réponse argumentée pourrait être :

Se positionner durablement sur le marché de l'œnotourisme offre plusieurs opportunités. Premièrement, l'inscription des Climats à l'UNESCO renforce la notoriété de la région et attire un public international. Deuxièmement, établir des partenariats avec des producteurs locaux permet de diversifier l'offre et d'enrichir l'expérience client. Enfin, en intégrant des pratiques durables, l'agence peut séduire une clientèle de plus en plus consciente des enjeux environnementaux, garantissant ainsi une attractivité à long terme.

Dossier 2 - Montage et rentabilité d'un nouveau produit

2.1 Présentez de manière détaillée dans un tableau récapitulatif le prix de vente TTC par personne en base double ainsi que le supplément chambre individuelle.

Les candidats doivent créer un tableau récapitulatif. Les éléments à inclure sont :

- **Coût des prestations** : Hébergement, repas, visites, etc.
- **Calcul du prix de vente** : Inclure la marge de 15% HT.

Un exemple de tableau pourrait être :

Prestations	Coût unitaire (€)	Quantité	Total (€)
Hébergement (base double)	275	1	275
Dîner	70	1	70
Petit-déjeuner	18	1	18
Total HT			363
Marge (15%)			54.45
Total TTC			417.45

2.2 Calculez, en nombre de véhicules, le seuil de rentabilité de ce séjour.

Pour calculer le seuil de rentabilité, il faut :

- **Coût total** : Additionner tous les coûts fixes et variables.
- **Prix de vente** : Calculer le prix de vente par personne.
- **Seuil de rentabilité** : Coût total / Prix de vente par personne.

Une réponse pourrait être :

Le coût total du séjour est de 4 174,50 € (pour 20 personnes). Le prix de vente TTC par personne est de 417,45 €. Pour trouver le seuil de rentabilité, on divise le coût total par le prix de vente :

Seuil de rentabilité = 4 174,50 € / 417,45 € = 10 personnes.

Il faut donc 10 personnes pour atteindre le seuil de rentabilité.

2.3 Rédigez le courrier qui accompagnera cette offre commerciale.

Le courrier doit être formel et inclure :

- **Objet** : Proposition de séjour œnotouristique.
- **Salutation** : À l'attention du président du Porsche Club.
- **Corps du texte** : Présentation du séjour, des activités et des tarifs.
- **Conclusion** : Invitation à contacter pour plus d'informations.

Un exemple de courrier pourrait être :

Objet : Proposition de séjour œnotouristique

À l'attention de Monsieur le Président,

Nous avons le plaisir de vous proposer un séjour œnotouristique exclusif en Bourgogne pour les membres du Porsche Club « Bourgogne-Franche-Comté ». Ce séjour de 2 jours/1 nuit inclut des visites de prestigieux domaines viticoles, des dégustations de grands crus, et des repas gastronomiques.

Le coût par personne est de 417,45 € TTC, incluant l'hébergement, les repas et toutes les activités prévues.

Nous restons à votre disposition pour toute information complémentaire et espérons vous accueillir prochainement en Bourgogne.

Cordialement,

[Votre Nom]

Bourgogne Gold Tour

2.4 Présentez les outils de communication que vous pourriez utiliser pour les atteindre.

Les candidats doivent identifier des outils de communication adaptés. Voici quelques suggestions :

- **Réseaux sociaux** : Utiliser Facebook et Instagram pour promouvoir les séjours.
- **Emailing** : Envoyer des newsletters ciblées aux clubs de voitures anciennes.
- **Partenariats** : Collaborer avec des magazines spécialisés dans l'automobile et le tourisme.
- **Site internet** : Mettre à jour le site avec des offres spéciales pour les clubs.

Une réponse pourrait être :

Pour atteindre les groupes d'amateurs de voitures anciennes, plusieurs outils de communication peuvent être utilisés. Les réseaux sociaux comme Facebook et Instagram sont essentiels pour partager des visuels attractifs des séjours. L'emailing permet d'envoyer des offres personnalisées aux clubs de voitures. De plus, établir des partenariats avec des magazines spécialisés dans le tourisme et l'automobile peut accroître la visibilité. Enfin, il est crucial de mettre à jour le site internet avec des offres spéciales pour ces groupes afin d'attirer leur attention.

Dossier 3 - Développement de l'activité et gestion des réservations sur internet

3.1 Identifiez au moins quatre compétences et quatre qualités attendues pour ce poste.

Les candidats doivent identifier des compétences et des qualités. Voici quelques exemples :

- **Compétences :**

- Connaissance du secteur touristique.
- Maîtrise des outils de réservation en ligne.
- Compétences en communication.
- Capacité à travailler en équipe.

- **Qualités :**

- Rigueur et organisation.
- Empathie et sens du service client.
- Adaptabilité.
- Créativité.

Une réponse pourrait être :

Pour le poste à pourvoir, les compétences attendues incluent une bonne connaissance du secteur touristique, la maîtrise des outils de réservation en ligne, des compétences en communication, et la capacité à travailler en équipe. En termes de qualités, la rigueur et l'organisation sont essentielles, tout comme l'empathie pour le service client, l'adaptabilité face aux imprévus, et la créativité pour proposer des solutions innovantes.

3.2 Rappelez les étapes pour qu'un e-contrat soit légalement formé.

Les étapes pour qu'un e-contrat soit légalement formé incluent :

- **Proposition :** Offre claire et précise de la part du prestataire.
- **Acceptation :** Accord du client sur les termes de l'offre.
- **Confirmation :** Envoi d'un email de confirmation au client.
- **Conditions générales :** Acceptation des conditions générales de vente.

Une réponse pourrait être :

Pour qu'un e-contrat soit légalement formé, plusieurs étapes doivent être respectées. Tout d'abord, il doit y avoir une proposition claire de la part du prestataire. Ensuite, le client doit accepter cette proposition. Une fois l'accord donné, une confirmation doit être envoyée au client, et celui-ci doit accepter les conditions générales de vente. Ces étapes garantissent la validité de l'e-contrat.

3.3 Expliquez à la cliente ce que prévoit la règlementation dans cette situation.

La réglementation concernant l'annulation d'une réservation inclut :

- **Délai d'annulation :** Conditions selon le moment de l'annulation.
- **Frais d'annulation :** Montant à rembourser ou à facturer selon le délai.
- **Remboursement :** Conditions de remboursement en fonction des politiques de l'entreprise.

Une réponse pourrait être :

En cas d'annulation, la réglementation prévoit que si la demande est faite plus de 15 jours avant la date de la prestation, aucun frais ne sera facturé. Si l'annulation intervient entre 14 et 3 jours avant, la moitié du prix sera due. Pour toute annulation moins de 3 jours avant, la totalité du prix sera exigée. Ces conditions sont clairement stipulées dans les conditions particulières de vente de Bourgogne Gold Tour.

3.4 Quelles autres solutions argumentées pouvez-vous lui conseiller ?

Les solutions à proposer à la cliente pourraient inclure :

- **Modification de la date** : Proposer de décaler la réservation.
- **Crédit pour une future réservation** : Offrir un bon d'achat pour une prochaine prestation.
- **Assurance annulation** : Suggérer de souscrire une assurance pour les futurs voyages.

Une réponse pourrait être :

Dans cette situation, je vous conseille de considérer la possibilité de modifier la date de votre réservation. Si cela ne vous convient pas, nous pouvons également vous proposer un crédit pour une future réservation, ce qui vous permettrait de profiter de nos services ultérieurement. Enfin, pour vos futurs voyages, il serait judicieux de souscrire une assurance annulation pour vous protéger en cas d'imprévu.

3. Synthèse finale

Les erreurs fréquentes lors de cette épreuve incluent un manque de structure dans les réponses, des justifications insuffisantes, et une présentation peu soignée. Il est essentiel de bien lire les questions et d'y répondre de manière précise et argumentée. Voici quelques points de vigilance et conseils :

- **Lire attentivement chaque question** : Assurez-vous de bien comprendre ce qui est demandé.
- **Structurer vos réponses** : Utilisez des paragraphes clairs et des listes pour organiser vos idées.
- **Justifier vos choix** : Apportez des arguments solides pour soutenir vos propositions.
- **Vérifier la présentation** : Soignez la mise en page et la rédaction pour une meilleure lisibilité.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.