



Programme de formation **BTS Management Commercial Opérationnel** **(en contrat de professionnalisation)**

Nombre d'heures total : 1100 heures

Objectifs généraux : Obtenir un diplôme de l'éducation nationale de niveau 5 (anciennement III)

NB. Modalités d'aménagement : ce programme de 1100 heures est découpé en blocs de compétences. Les redoublants de moins de 5 ans à un BTS tertiaire ou les titulaires d'un BTS tertiaire de moins de 5 ans pourront bénéficier, sur demande et après analyse des pièces justificatives, d'un aménagement concernant les matières générales dont ils gardent le bénéfice lorsque la note à l'examen est supérieure ou égale à 10.

Bloc de Compétences 1 : Développer la relation client et assurer la vente conseil

Durée : 210 heures

Objectifs

- Assurer la veille informationnelle
- Réaliser des études commerciales
- Vendre
- Entretenir la relation client

Contenu

Collecte, analyse et exploitation de l'information commerciale

Vente conseil

Suivi de la relation client

Suivi de la qualité de service

Fidélisation de la clientèle

Développement de clientèle

Assurer la veille informationnelle Rechercher et mettre à jour l'information. Mobiliser les ressources numériques. Sélectionner l'information. Hiérarchiser l'information Analyser l'information Exploiter l'information pour la prise de décision. Réaliser et exploiter des études commerciales. Construire une méthodologie Recueillir les données Exploiter les résultats. Vendre dans un contexte omnicanal. Préparer la vente. Accueillir le client. Conseiller. Argumenter et conclure la vente.

Entretenir la relation client. Suivre les évolutions des attentes du client. Évaluer l'expérience client. Accompagner le client. Fidéliser la clientèle. Accroître la « valeur client ».

Bloc de Compétences 2 : Animer et dynamiser l'offre commerciale

Durée : 210 heures

Objectifs

- Elaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services
- Organiser l'espace commercial
- Développer les performances de l'espace commercial
- Concevoir et mettre en place la communication commerciale
- Evaluer l'action commerciale

Contenu

Elaboration et adaptation continue de l'offre de produits et de services

Agencement de l'espace commercial

Maintien d'un espace commercial attractif et fonctionnel

Mise en valeur de l'offre de produits et de services

Organisation de promotions et d'animations commerciales

Conception et mise en place de la communication sur l'unité commerciale

Conception et mise en œuvre de la communication externe de l'unité commerciale

Analyse et suivi de l'action commerciale

Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services. Analyser la demande. Analyser l'offre existante. Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale.

Organiser l'espace commercial. Agencer l'espace commercial. Garantir la disponibilité de l'offre. Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif. Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité.

Développer les performances de l'espace commercial. Mettre en valeur les produits. Optimiser l'implantation de l'offre. Proposer et organiser des animations commerciales. Proposer et organiser des opérations promotionnelles.

Concevoir et mettre en place la communication commerciale. Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente. Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe. Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale.

Évaluer l'action commerciale. Analyser l'impact des actions mises en œuvre. Proposer des axes d'amélioration ou de développement.

Bloc de Compétences 3 : Gestion opérationnelle

Durée : 160 heures

Objectifs

- Gérer les opérations courantes
- Prévoir et budgétiser l'activité
- Analyser les performances

Contenu

Fixation des objectifs commerciaux

Gestion des approvisionnements et suivi des achats

Gestion des stocks

Suivi des règlements

Elaboration des budgets
Gestion des risques liés à l'activité commerciale
Participation aux décisions d'investissement
Analyse des performances
Mise en œuvre du reporting

Gérer les opérations courantes Garantir les approvisionnements Gérer les stocks Suivre les règlements et la trésorerie Fixer les prix Gérer les risques
Prévoir et budgétiser l'activité Fixer des objectifs commerciaux Élaborer des budgets
Participer aux décisions d'investissement
Analyser les performances Concevoir et analyser un tableau de bord Analyser la rentabilité de l'activité Exploiter et enrichir le système d'information commercial Proposer des mesures correctrices Rendre compte

Bloc de Compétences 4 : *Management de l'équipe commerciale*

Durée : 160 heures

Objectifs

- Organiser le travail de l'équipe commerciale
- Recruter des collaborateurs
- Animer l'équipe commerciale
- Evaluer les performances de l'équipe commerciale

Contenu

Evaluation des besoins en personnel
Répartition des tâches
Réalisation de plannings
Organisation du travail
Recrutement et intégration
Animation et valorisation de l'équipe
Evaluation des performances individuelles et collectives de l'équipe
Individualisation de la formation des membres de l'équipe

Organiser le travail de l'équipe commerciale Recenser les ressources disponibles et les besoins Répartir les tâches Réaliser les plannings Respecter la législation.

Recruter des collaborateurs Évaluer les besoins en compétences et en personnel Participer au recrutement Conduire un entretien de recrutement Intégrer les nouveaux arrivants

Animer l'équipe commerciale Transmettre et expliquer les informations Conduire une réunion Conduire un entretien Favoriser l'implication des collaborateurs Accompagner et motiver l'équipe Repérer les besoins en formation Participer à la formation des collaborateurs Gérer les conflits et les situations de crise Prévenir et gérer les risques psycho-sociaux

Évaluer les performances de l'équipe commerciale Concevoir et analyser un tableau de bord de suivi d'équipe Mesurer et analyser les performances individuelles et collectives Proposer des actions d'accompagnement

Culture économique, juridique et managériale

Durée : 160 heures

Objectifs

- Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée
- Exploiter une base documentaire économique, juridique ou managériale
- Proposer des solutions argumentées et mobilisant des notions et des méthodologies économiques, juridiques ou managériales
- Etablir un diagnostic (ou une partie) préparant une prise de décision stratégique
- Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée

Contenu

Economie générale

- Acquérir les fondements de l'économie générale.
- Etudier les fonctions économiques : production, répartition, consommation.
- Connaître les mécanismes de financement de l'économie et les mécanismes de régulation des marchés.
- S'initier aux relations internationales et à l'économie mondiale.

Economie d'entreprise

- Connaître et comprendre les fonctions, les activités, la démarche stratégique des entreprises.
- L'entreprise dans sa structure, son organisation, ses relations humaines, sa culture.
- Les types d'entreprises et leur insertion dans le système productif.
- L'entreprise comme centre de décision et le rôle de l'information.
- Les différentes activités (commerciale, productive, logistique, financière) et leur organisation.
- La démarche stratégique (diagnostic, choix, mise en œuvre et contrôle des stratégies).
- Le rôle de l'entreprise dans la société.

Droit

- Connaître le cadre juridique de l'activité économique et de l'entreprise (constitution des sociétés, contrats, organisation juridique) et les incidences sur la vente.
- Principes juridiques, cadre institutionnel (pouvoirs économiques publics et privés) ;
- Les mécanismes juridiques liés à l'activité économique (contrats, responsabilité), à l'activité commerciale (structures juridiques de l'entreprise commerciale).
- Les relations de travail individuelles et collectives dans l'entreprise, les relations avec les consommateurs et inter-entreprises (concurrence, propriété industrielle).

Management des entreprises

- Analyser le fonctionnement, les modes de management, les choix stratégiques et opérationnels, la structure de l'entreprise.
- Identifier, expliquer et caractériser les problèmes de management ;
- Analyser la situation à l'aide des outils pertinents.
- Etablir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision.
- Proposer des solutions pertinentes et envisager leur mise en œuvre dans le contexte présenté.
- Argumenter ses analyses et ses propositions.

Culture générale et expression

Durée : 80 heures

Objectifs

- Appréhender et réaliser un message écrit :
 - o Respecter les contraintes de la langue écrite
 - o Synthétiser les informations
 - o Répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture
- Communiquer oralement
 - o S'adapter à la situation
 - o Organiser un message oral

Contenu

- Préparer les épreuves de français de l'examen
- Comprendre, analyser et organiser des messages en s'adaptant à un contexte, aux situations professionnelles : exposés oraux, argumentation, commentaires, synthèse de documents.

Langue vivante étrangère :

Durée : 120 heures

Objectifs

- Compréhension de documents écrits
- Production écrite
- Compréhension de l'oral
- Production et interactions orales

Contenu

- Préparer les épreuves de l'examen
- Consolider et approfondir la grammaire et le lexique acquis, en fonction des besoins spécifiques de la profession. Se familiariser avec les éléments culturels.
- Comprendre et produire des documents dans les domaines techniques et commerciaux (lettres, notices, articles)
- Utiliser efficacement des ouvrages de référence
- Comprendre des informations ou instructions orales, en communication professionnelle.

Renseignement divers

Pré requis : Avoir un bac ou une formation de niveau équivalente (niveau 4)

Délais d'accès : de septembre à novembre de l'année en cours

Accessibilité : Établissement de 5^{ème} catégorie, accessible aux personnes en situations de handicap (parking, mobilité, accueil...)

Méthode pédagogique : test, quizz, devoirs surveillés, examens blancs tout au long des deux années afin de vérifier la progression de l'apprenant.

En fin de cycle, passage de l'examen de l'éducation nationale en vue de l'obtention du BTS.

Formation en présentiel et/ou à distance.

A l'issue de la formation, vous pourrez postuler à des postes tels que :

Assistant commercial, Assistant chef de rayon, Attaché commercial, Agent d'assurances, Chargé de clientèle, Chef de rayons, Manager d'une unité commerciale, Conseiller commercial, Vendeur...

Règlement d'examen

Epreuves	Forme de passage	Coef	Durée
E1. Culture générale et expression	Ecrite	3	4 h
E2. Communication en langue vivante étrangère		3	
<i>E21. Compréhension de l'écrit et expression écrite</i>	<i>Ecrite</i>	<i>1,5</i>	2 h
<i>E22. Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction</i>	<i>orale</i>	<i>1,5</i>	20 min (*20 min de préparation)
E3. Culture économique, juridique et managériale	Ecrite	3	4 h
E.4 Développement de la relation client et vente conseil et Animation, dynamisation de l'offre commerciale		6	
<i>E41. Développement de la relation client et vente conseil</i>	<i>Orale</i>	<i>3</i>	30 min
<i>E42. Animation, dynamisation de l'offre commerciale</i>	<i>Orale</i>	<i>3</i>	30 min
E5. Gestion opérationnelle	Ecrite	3	3 h
E6. Management de l'équipe commerciale	Ecrite	3	2 h 30