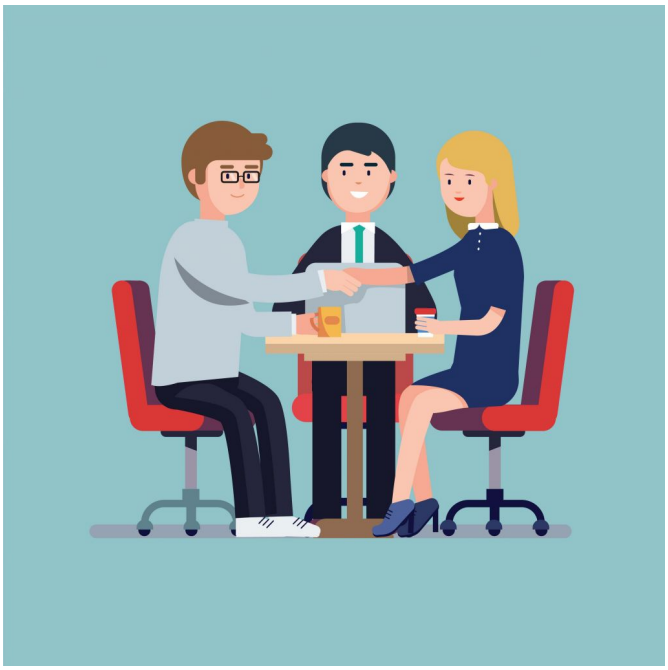
BTS Management Commercial Opérationnel

Lycée Jean Lurçat de Perpignan
25 avenue Albert Camus - 66070 Perpignan
Tél 04 68 50 28 91 / Fax 04 68 50 38 37

« Être tuteur de stage »



P1 ➔ Mon stagiaire de BTS MCO
P2 ➔ Présentation du BTS réformé
P3 ➔ Développement de la relation client et vente conseil
P4 ➔Animation et dynamisation de l'offre commerciale
P5➔Les compétences à développer

académie Montpellier

MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION NATIONALE,
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE

Lycée Jean Lurçat de Perpignan
25 avenue Albert Camus - 66070 Perpignan
Tél 04 68 50 28 91 / Fax 04 68 50 38 37

Mon stagiaire de BTS MCO

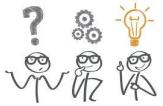
Mes contacts

- Le professeur responsable
  - C. Guil
  - 06 27 58 16 79
  - btsguil@gmail.com
- LE DDFPT
  - ddftp.j.lurcat-perpignan@ac-montpellier.fr
- Le bureau des stages Lycée Jean Lurçat Perpignan
  - bureaudestages@gmail.com

Les dates de stage

- 6 au 18 décembre 2021
- 9 mai au 18 juin 2022

Conduites à tenir



- En cas d'absence du stagiaire
  - Prévenir
    - ddftp.j.lurcat-perpignan@ac-montpellier.fr
    - Le professeur responsable
- En cas de question pédagogique
  - Contacter
    - Le professeur responsable
- En cas de modification substantielle des horaires de présence
  - Le professeur responsable
  - bureaudestages@gmail.com

Les activités à confier au stagiaire

Voir la fiche de chaque matière

- E4.1 Développement de la relation client et vente conseil
  - Assurer la veille informationnelle
  - Réaliser des études commerciales
  - Vendre
  - Entretenir la relation client
- E4.2 Animation et dynamisation de l'offre commerciale
  - Élaborer 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
  - Évaluer l'action commerciale

Les visites de stage

- Visites bilan
  - Sur RDV et sur le lieu de stage
  - Sur RDV téléphonique ou visio
- Visites ponctuelles
  - Sur le lieu de stage

BTS M.C.O.

Management Commercial Opérationnel

Les enseignements

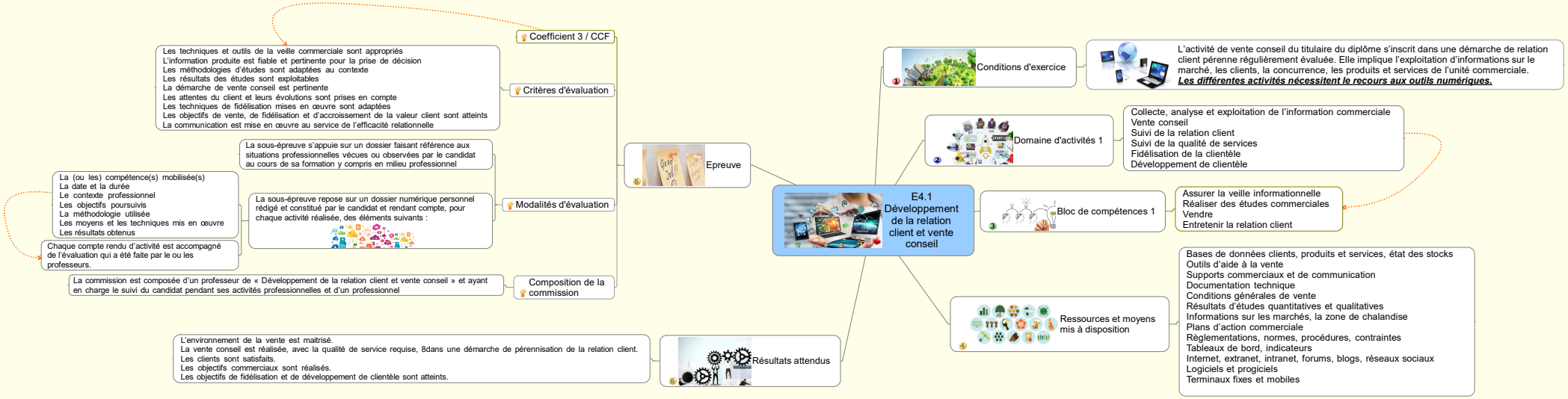
- E1 Culture générale et expression — 1+1==>1+1
- E2 Communication en langue vivante étrangère — 1+2==>1+2
- NEW!! E3 Culture économique, juridique et managériale — 4+0==>4+0
- NEW!! E4.1 Développement de la relation client et vente conseil — 2+4==>2+3
- NEW!! E4.2 Animation, dynamisation de l'offre commerciale — 3+2==>3+3
- NEW!! E5 Gestion opérationnelle — 2+2==>2+2
- NEW!! E6 Management de l'équipe commerciale — 2+2==>2+2
- EF :
  LVE 2
  Entrepreunariat
  Parcours de profesionnalisation à l'étranger — 2+0==>2+0

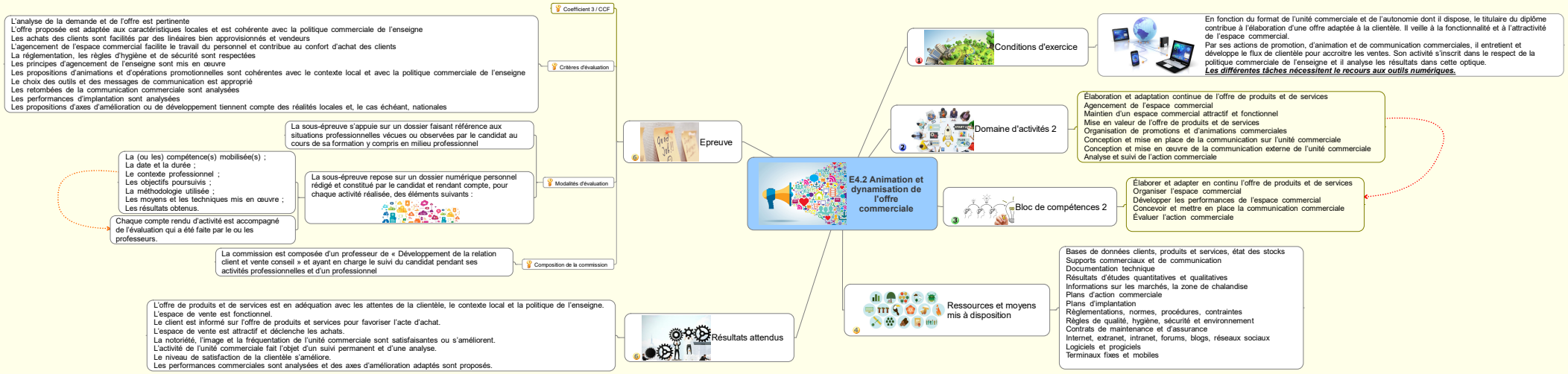
Les blocs de compétences

- E1 Culture générale et expression
  - Appréhender et réaliser un message écrit
  - Communiquer oralement
- E2 Communication en langue vivante étrangère
  - Niveau B2 du CECRL
- E3 Culture économique, juridique et managériale
  - 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 les méthodologies économiques, juridiques ou managériales
  - Établir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique
  - Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée
  - Pas de CEJM appliquée ?
- E4.1 Développement de la relation client et vente conseil
  - Assurer la veille informationnelle
  - Réaliser des études commerciales
  - Vendre
  - Entretenir la relation client
- E4.2 Animation, dynamisation de l'offre commerciale
  - Élaborer 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
  - Évaluer l'action commerciale
- E5 Gestion opérationnelle
  - Gérer les opérations courantes
  - Prévoir et budgétiser l'activité
  - Analyser les performances
- E6 Management de l'équipe commerciale
  - Organiser le travail de l'équipe commerciale
  - Recruter des collaborateurs
  - Animer l'équipe commerciale
  - Évaluer les performances de l'équipe commerciale

Les épreuves

- Coefficient 3 / Ponctuelle écrite 4h — E1 Culture générale et expression
- Coefficient 3 / Ponctuelle écrite 1.5 2h + Oral CCF 1.5 20+20 — E2 Communication en langue vivante étrangère
- Coefficient 3 / Ponctuelle écrite 4h — E3 Culture économique, juridique et managériale
- Coefficient 3 / CCF — E4.1 Développement de la relation client et vente conseil
- Coefficient 3 / CCF — E4.2 Animation, dynamisation de l'offre commerciale
- Coefficient 3 / Ponctuelle écrite 3h — E5 Gestion opérationnelle
- Coefficient 3 / CCF — E6 Management de l'équipe commerciale


E4.1 Développement de la relation client et vente conseil
Conditions d'exercice
L'activité de vente conseil du titulaire du diplôme s'inscrit dans une démarche de relation client pérenne régulièrement évaluée. Elle implique l'exploitation d'informations sur le marché, les clients, la concurrence, les produits et services de l'unité commerciale.
Les différentes activités nécessitent le recours aux outils numériques.
Domaine d'activités 1
Collecte, analyse et exploitation de l'information commerciale
Vente conseil
Suivi de la relation client
Suivi de la qualité de services
Fidélisation de la clientèle
Développement de clientèle
Bloc de compétences 1
Assurer la veille informationnelle
Réaliser des études commerciales
Vendre
Entretenir la relation client
Ressources et moyens mis à disposition
Bases de données clients, produits et services, état des stocks
Outils d'aide à la vente
Supports commerciaux et de communication
Documentation technique
Conditions générales de vente
Résultats d'études quantitatives et qualitatives
Informations sur les marchés, la zone de chalandise
Plans d'action commerciale
Règlementations, normes, procédures, contraintes
Tableaux de bord, indicateurs
Internet, extranet, intranet, forums, blogs, réseaux sociaux
Logiciels et progiciels
Terminaux fixes et mobiles
Résultats attendus
L'environnement de la vente est maitrisé.
La vente conseil est réalisée, avec la qualité de service requise, 8dans une démarche de pérennisation de la relation client.
Les clients sont satisfaits.
Les objectifs commerciaux sont réalisés.
Les objectifs de fidélisation et de développement de clientèle sont atteints.
Epreuve
Coefficient 3 / CCF
Critères d'évaluation
Les techniques et outils de la veille commerciale sont appropriés
L'information produite est fiable et pertinente pour la prise de décision
Les méthodologies d'études sont adaptées au contexte
Les résultats des études sont exploitables
La démarche de vente conseil est pertinente
Les attentes du client et leurs évolutions sont prises en compte
Les techniques de fidélisation mises en œuvre sont adaptées
Les objectifs de vente, de fidélisation et d'accroissement de la valeur client sont atteints
La communication est mise en œuvre au service de l'efficacité relationnelle
Modalités d'évaluation
La sous-épreuve s'appuie sur un dossier faisant référence aux situations professionnelles vécues ou observées par le candidat au cours de sa formation y compris en milieu professionnel
La sous-épreuve repose sur un dossier numérique personnel rédigé et constitué par le candidat et rendant compte, pour chaque activité réalisée, des éléments suivants :
La (ou les) compétence(s) mobilisée(s)
La date et la durée
Le contexte professionnel
Les objectifs poursuivis
La méthodologie utilisée
Les moyens et les techniques mis en œuvre
Les résultats obtenus
Chaque compte rendu d'activité est accompagné de l'évaluation qui a été faite par le ou les professeurs.
Composition de la commission
La commission est composée d'un professeur de « Développement de la relation client et vente conseil » et ayant en charge le suivi du candidat pendant ses activités professionnelles et d'un professionnel


E4.2 Animation et dynamisation de l'offre commerciale
Conditions d'exercice
En fonction du format de l'unité commerciale et de l'autonomie dont il dispose, le titulaire du diplôme contribue à l'élaboration d'une offre adaptée à la clientèle. Il veille à la fonctionnalité et à l'attractivité de l'espace commercial.
Par ses actions de promotion, d'animation et de communication commerciales, il entretient et développe le flux de clientèle pour accroitre les ventes. Son activité s'inscrit dans le respect de la politique commerciale de l'enseigne et il analyse les résultats dans cette optique.
Les différentes tâches nécessitent le recours aux outils numériques.
Domaine d'activités 2
Élaboration 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
Bloc de compétences 2
Élaborer 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
Évaluer l'action commerciale
Ressources et moyens mis à disposition
Bases de données clients, produits et services, état des stocks
Supports commerciaux et de communication
Documentation technique
Résultats d'études quantitatives et qualitatives
Informations sur les marchés, la zone de chalandise
Plans d'action commerciale
Plans d'implantation
Réglementations, normes, procédures, contraintes
Règles de qualité, hygiène, sécurité et environnement
Contrats de maintenance et d'assurance
Internet, extranet, intranet, forums, blogs, réseaux sociaux
Logiciels et progiciels
Terminaux fixes et mobiles
Résultats attendus
L'offre de produits et de services est en adéquation avec les attentes de la clientèle, le contexte local et la politique de l'enseigne.
L'espace de vente est fonctionnel.
Le client est informé sur l'offre de produits et services pour favoriser l'acte d'achat.
L'espace de vente est attractif et déclenche les achats.
La notoriété, l'image et la fréquentation de l'unité commerciale sont satisfaisantes ou s'améliorent.
L'activité de l'unité commerciale fait l'objet d'un suivi permanent et d'une analyse.
Le niveau de satisfaction de la clientèle s'améliore.
Les performances commerciales sont analysées et des axes d'amélioration adaptés sont proposés.
Epreuve
Coefficient 3 / CCF
Critères d'évaluation
L'analyse de la demande et de l'offre est pertinente
L'offre proposée est adaptée aux caractéristiques locales et est cohérente avec la politique commerciale de l'enseigne
Les achats des clients sont facilités par des linéaires bien approvisionnés et vendeurs
L'agencement de l'espace commercial facilite le travail du personnel et contribue au confort d'achat des clients
La réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité sont respectées
Les principes d'agencement de l'enseigne sont mis en œuvre
Les propositions d'animations et d'opérations promotionnelles sont cohérentes avec le contexte local et avec la politique commerciale de l'enseigne
Le choix des outils et des messages de communication est approprié
Les retombées de la communication commerciale sont analysées
Les performances d'implantation sont analysées
Les propositions d'axes d'amélioration ou de développement tiennent compte des réalités locales et, le cas échéant, nationales
Modalités d'évaluation
La sous-épreuve s'appuie sur un dossier faisant référence aux situations professionnelles vécues ou observées par le candidat au cours de sa formation y compris en milieu professionnel
La sous-épreuve repose sur un dossier numérique personnel rédigé et constitué par le candidat et rendant compte, pour chaque activité réalisée, des éléments suivants :
La (ou les) compétence(s) mobilisée(s) ;
La date et la durée ;
Le contexte professionnel ;
Les objectifs poursuivis ;
La méthodologie utilisée ;
Les moyens et les techniques mis en œuvre ;
Les résultats obtenus.
Chaque compte rendu d'activité est accompagné de l'évaluation qui a été faite par le ou les professeurs.
Composition de la commission
La commission est composée d'un professeur de « Développement de la relation client et vente conseil » et ayant en charge le suivi du candidat pendant ses activités professionnelles et d'un professionnel

Les compétences à développer lors des stages

E4.1 Développement de la relation client et vente conseil

- **Assurer la veille informationnelle**
  - *Étude de marché*
  - *Analyse de l'environnement*
  - *Analyse de la zone de chalandise*
- **Réaliser des études commerciales**
  - *Étude de concurrence*
  - *Relevé de prix*
  - *Enquête de satisfaction*
  - *Étude sortie sans achats*
- **Vendre**
  - *Préparer la vente et ses outils*
  - *Assurer la vente conseil*
  - *Évaluer ses résultats*
- **Entretenir la relation client**
  - *Mettre en place un outil de gestion des réclamations*
  - *Mise en place d'un baromètre de satisfaction*
  - *Opération de fidélisation*
  - *Collecte d'informations clients*

E4.2 Animation et dynamisation de l'offre commerciale

- **Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services**
  - *Diagnostic interne F/F*
  - *Étude sortie sans achats*
  - *Analyser l'offre de produits et services*
  - *Proposer des adaptations de l'offre*
- **Organiser l'espace commercial**
  - *Évaluation d'implantations*
  - *Évaluation des performances d'une vitrine*
  - *Collecte et analyse des ruptures*
  - *Analyse des flux clients*
  - *Analyse du TT*
- **Développer les performances de l'espace commercial**
  - *Participer et évaluer une animation*
  - *Préparer, réaliser et évaluer une opération de déstockage*
  - *Préparer et évaluer les opérations de soldes*
  - *Implantation offre + implantation TG + Analyse des résultats*
- **Concevoir et mettre en place la communication commerciale**
  - *Création de tout type de supports de communication*
  - *Création et mise en place de QRCODE*
  - *Mise en place de communication commerciale / RS*
- **Évaluer l'action commerciale**
  - *Évaluation et analyse des indicateurs de performance du rayon*
  - *Mise en place KPI*
  - *Analyse des TB du rayon*
  - *Proposer des axes d'amélioration*