

BTS

MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL



MODALITES

Ce B.T.S. se prépare dans le cadre d'une embauche en contrat de travail (apprentissage, professionnalisation ou Pro-A) d'une durée de deux années selon un calendrier établi et remis lors de la conclusion du contrat à l'entreprise.

← ALTERNANCE →

NOUS CONTACTER



21 rue du Cloître St Etienne
10000 TROYES

Tél. 03 25 80 04 44

formation@lasalle-troyes.fr

UNE IDÉE ? DES MÉTIERS !

Vous êtes curieux, dynamique, entreprenant et vous aimez le contact ?
Le management commercial opérationnel est fait pour vous !

Au contact direct de la clientèle, vous mènerez des actions pour attirer, accueillir et fidéliser les clients, et bien sûr, vendre vos produits et services en répondant à leurs attentes.

Les métiers visés sont principalement conseiller client, chef de rayon, manager de magasin ou encore marchandiseur ou encore responsable de drive ou de e-commerce...

Les débouchés se situent auprès des enseignes de la grande distribution mais aussi des secteurs de l'alimentaire, des magasins franchisés, des boutiques indépendantes ou de toute les nouvelles formes de points de vente.

UNE FORMATION

L'objectif est de devenir un cadre commercial généraliste, un professionnel du commerce et du marketing indispensable à la dynamique d'un point de vente physique ou virtuel.

La formation développe les compétences suivantes :

- Développer la relation client et la vente conseil
- Animer et dynamiser l'offre commerciale
- Organiser et gérer les activités commerciales, suivre les ratios de rentabilité du point de vente
- Manager l'équipe commerciale.

Leur mise en œuvre peut varier selon la nature, la taille et les modalités de fonctionnement des organisations concernées, le type et la complexité des produits ou services commercialisés ainsi que des modes de distribution proposés.

ET APRÈS ?

Le cursus de *Responsable Commerce et Marketing Digital* (titre reconnu RNCP de niveau II proposé en partenariat par le EDUCSUP Paris) est accessible aux titulaires du BTS Management Commercial Opérationnel. en double diplôme avec le programme *Chargé de Communication Nouveau Media* du groupe Saint Joseph La Salle Troyes.

D'autres poursuites d'étude existent : école de commerce ou université, licences professionnelles ouvrant sur les spécialités grande distribution, hôtellerie-restauration, communication, marketing, gestion des ressources humaines...

De nombreux stagiaires décident de partir pour une première expérience à l'étranger. Leurs motivations : maîtriser une langue étrangère, rendre son CV plus attractif avec une expérience internationale, acquérir de la maturité...

BTS



ALTERNANCE



Rythme : 2 jours au centre
3 jours en entreprise

LES MISSIONS

- ⇒ Organiser le travail de l'équipe
- ⇒ Accueillir et fidéliser les clients
- ⇒ Mettre en valeur le point de vente
- ⇒ Mettre en place des ventes promotionnelles
- ⇒ Analyser et suivre des indicateurs de performance

MATIERES ET HORAIRES

1100h (professionnalisation) **ou 1350h** (apprentissage) **de cours réparties sur 2 années de formation**

- ◆ Matières générales communes à tous les B.T.S. tertiaires = 50%

Culture générale, langue vivante (anglais), culture économique, juridique et managériale.

- ◆ Matières professionnelles = 50%

Marketing, Communication et Relation client, Merchandising, Management du point de vente; Gestion opérationnelle.

QUEL PROGRAMME ?

La formation de BTS M.C.O prépare les candidats à la gestion et au développement d'un point de vente, d'une agence commerciale ou encore d'un centre de profit, dans des domaines très diversifiés.

L'objectif de cette formation est de donner aux stagiaires une vision marketing de leur marché qui tient compte des évolutions récentes : individualisation des attentes des clients, demande de service croissante, recours aux nouvelles technologies de l'information et de la communication et distribution multicanal.

SAVOIRS PROFESSIONNELS

Management d'équipe	Gestion opérationnelle
<ul style="list-style-type: none"> • Le cadre légal et réglementaire de l'activité • La planification du travail • L'ordonnancement des tâches • Le recrutement de l'équipe commerciale • La communication managériale • L'animation, la stimulation, la formation et la rémunération de l'équipe commerciale • La gestion des conflits • La gestion des risques psycho-sociaux • La gestion de crise • Les performances individuelles et collectives 	<ul style="list-style-type: none"> • Le cadre économique, légal et réglementaire des opérations de gestion • Le cycle d'exploitation • Les documents commerciaux • Les opérations de règlement • Les stocks et les approvisionnements • Le financement de l'exploitation et la trésorerie • Le compte de résultat / Le bilan • Les coûts et les marges • La fixation des prix • La gestion des risques • Les méthodes de prévision des ventes • Les budgets • Le choix et le financement de l'investissement • Les indicateurs de performance • La rentabilité de l'activité et le reporting
Relation client et vente conseil	Animation et dynamisation de l'offre
<ul style="list-style-type: none"> • Le cadre légal et réglementaire de la relation client et de la vente conseil • La relation commerciale • L'information commercial • Les études commerciales • La connaissance du client • La zone de chalandise • Les facteurs d'influence de l'achat • La vente et le conseil client dans un contexte omnicanal • Le marketing après vente et la fidélisation • Le capital client 	<ul style="list-style-type: none"> • Le cadre économique, légal et réglementaire de l'animation et la dynamisation de l'offre • Le marché • Les unités commerciales et l'omnicanalité • L'offre de produits et services • Les relations producteurs / distributeurs • Le merchandising • L'animation commerciale et les actions promotionnelles • La communication de l'unité commerciale