

ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR M. C. O.

OBJECTIFS

- Être expert de l'animation et de la dynamisation de l'offre (réelle ou virtuelle)
- Occuper des fonctions dans une unité commerciale (hypermarché, département commercial, e-commerce, banque, assurance, immobilier ...)

COMPÉTENCES VISÉES

- 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

QUALITÉS REQUISES

- Vous êtes curieux de l'actualité, dynamique et volontaire
- Vous appréciez l'action, le challenge, l'esprit d'équipe et le sens de la relation, la culture digitale et l'utilisation des réseaux sociaux



À RETENIR

- * 5 heures en 1^{ère} année et 6 heures en 2^{ème} année ;
- * évaluation en CCF (coef. 3) sous forme d'un dossier numérique personnel rédigé qui fait référence aux situations professionnelles vécues ou observées ;
- * chaque situation professionnelle fera l'objet d'une fiche descriptive de l'activité.

Pour réussir, il faut faire preuve de rigueur et travailler méthodiquement. Il est donc important d'être bien organisé et de respecter toute une ligne de conduite durant les années de préparation.

CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR M. C. O.

L'enseignement de CEJUM vise à permettre, au titulaire du B. T. S., de disposer d'une culture économique, juridique et managériale ; de s'approprier le cadre économique, juridique et managérial de son activité professionnelle ; de mobiliser les compétences économiques, juridiques et managériales nécessaires à la réalisation des objectifs et des activités de l'entreprise ; d'intégrer les dimensions économique, juridique et managériale des compétences professionnelles liées à la spécialité de B. T. S. ; d'être capable de communiquer avec différentes parties prenantes de l'entreprise.

Les thèmes proposés sont structurés par l'étude de questions clés. Cette présentation favorise la complémentarité des regards disciplinaires et la formulation de réponses aux questions auxquelles l'entreprise est confrontée en mobilisant les savoirs et méthodologies spécifiques à chaque discipline.

Cet enseignement prend appui sur des situations professionnelles contextualisées, rencontrées y compris dans de petites et moyennes entreprises, et sur des ressources documentaires de nature économique (tableaux statistiques, articles de nature économique ...), juridique (contrats, textes législatifs ou réglementaires, décisions de justice ...) et managériale (études de situations concrètes d'entreprises, articles relatifs à des entreprises ...).*

Le programme de culture économique, juridique et managériale est conçu de manière à favoriser de nombreuses transversalités avec les enseignements professionnels.

Les thèmes sont traités par l'intermédiaire de problématiques afin d'illustrer chaque discipline. Les trois premiers thèmes sont étudiés en première année et les suivants en deuxième année.

Les thèmes sont les suivants :

THÈME 1 : L'INTÉGRATION DE L'ENTREPRISE DANS SON ENVIRONNEMENT ;

THÈME 2 : LA RÉGULATION DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ;

THÈME 3 : L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE ;

THÈME 4 : L'IMPACT DU NUMÉRIQUE SUR LA VIE DE L'ENTREPRISE ;

THÈME 5 : LES MUTATIONS DU TRAVAIL ;

THÈME 6 : LES CHOIX STRATÉGIQUES DE L'ENTREPRISE.

Le programme est donc découpé en deux parties égales, car les étudiants bénéficient de 4 heures hebdomadaires en première année et deuxième.



À RETENIR

* 4 heures en première année
(2 heures de cours + 2 heures de T. D.) ;

* 4 heures en deuxième année
(2 heures de cours + 2 heures de T. D.) ;

* examen : épreuve écrite de 3 heures
au mois de mai avec un coefficient de 3.

DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT ET VENTE CONSEIL

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR M. C. O.

La discipline « développement de la relation client et vente conseil » vise à acquérir les compétences nécessaires au développement d'une relation commerciale pérenne. Cette discipline est au cœur des métiers ciblés par le B. T. S. MCO. Elle implique la mise en œuvre d'outils marketing et l'exploitation d'informations sur le marché, les clients, la concurrence, ainsi que les produits et services de l'unité commerciale. Ces différentes activités nécessitent le recours à des supports digitaux et des outils numériques variés (logiciels de CRM, agrégateurs de flux RSS, suite office etc.).

Cet enseignement a pour objectif de développer les compétences professionnelles suivantes :

- **vendre dans un contexte omnicanal** (*préparer la vente, accueillir le client, conseiller, argumenter, conclure la vente*) ;
- **assurer la veille informationnelle** ;
- **réaliser et exploiter des études commerciales** ;
- **entretenir la relation client** (suivre les évolutions des attentes du client, évaluer l'expérience client, marketing relationnel, fidéliser la clientèle et accroître la valeur client).

La formation permet d'acquérir des savoirs et des savoir-faire grâce à un enseignement théorique, et pratique, reposant sur des mises en situation constantes, au travers des travaux dirigés et des stages en milieu professionnel (14 à 16 semaines).



À RETENIR

→ 6 h / semaine en 1^{ière} année
dont 4 h de travaux dirigés (TD) ;

→ 5 h / semaine en 2^{ième} année
dont 3 h de travaux dirigés (TD) ;

→ formation en milieu professionnel
(14 à 16 semaines de stage au total) ;

→ l'épreuve de DRCVC (coeff. 3) repose
sur un contrôle en cours de formation (CCF)
et vise à évaluer l'acquisition
des quatre compétences ciblées.

Cet enseignement permet d'acquérir de solides compétences en gestion commerciale et financière grâce à un programme orienté sur les opérations courantes, les prévisions et les budgétisations de l'activité, et l'analyse des performances.

En effet, à l'aide d'indicateurs de performances, les étudiants apprennent à assurer la gestion quotidienne d'un point de vente. La gestion opérationnelle permet, par exemple, de maîtriser les tableaux de bord, de fixer un prix de vente, de suivre l'évolution des stocks, de gérer les approvisionnements, de gérer la trésorerie, d'élaborer des budgets, d'analyser les performances financières et commerciales, ou encore de participer aux décisions d'investissement.

L'enseignement propose, en outre, d'aider les étudiants à s'approprier les outils et les usages numériques de manière critique et créative à travers les études de cas des différents chapitres.

Les capacités travaillées sont variées :

- **calculer, analyser, argumenter, solutionner ;**
- **travailler de manière autonome ;**
- **s'exprimer à l'oral ;**
- **maîtriser les outils numériques.**

Ainsi, cet enseignement vous permettra de devenir un véritable manager opérationnel, prêt à gérer, en toute autonomie, une unité commerciale. Il vous donnera également la possibilité de poursuivre vos études dans des formations commerciales mais aussi comptables et financières.



À RETENIR

* 4 heures en première année
(2 heures de cours + 2 heures de T. D.) ;

* 4 heures en deuxième année
(2 heures de cours + 2 heures de T. D.) ;

* examen : épreuve écrite de 3 heures
au mois de mai avec un coefficient de 3.

MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR M. C. O.

La finalité générale de cet enseignement est de fournir à l'étudiant les concepts de base ainsi que les outils, les méthodes et les techniques qui lui permettront de mener à bien ses missions d'organisation et de gestion d'une équipe commerciale.

La performance de l'unité commerciale réside en grande partie dans la motivation et l'implication de son équipe. Pour constituer une telle équipe, le manager doit évaluer la répartition des tâches, ainsi que les besoins quantitatifs et qualitatifs. Pour constituer une équipe efficace, le manager devra prendre le temps de bien étudier sa façon de recruter et donc avoir une bonne connaissance des métiers de ses collaborateurs. En outre, des outils tels que les tableaux de bord (seront étudiés dans la partie diagnostic de ce chapitre) et, en particulier, les indicateurs sociaux l'aident aux décisions en matière de recrutement.

Cette finalité se décline en compétences, définies par le référentiel ministériel, que l'étudiant de B. T. S. MCO doit acquérir et développer et qui sont évaluées lors des épreuves E6 en fin de 2^{ème} année.

Les compétences à valider sont les suivantes :

- organiser le travail de l'équipe commerciale ;
- recruter des collaborateurs ;
- animer l'équipe commerciale ;
- évaluer les performances de l'unité commerciale.

Au terme de sa formation, l'étudiant doit être capable d'acquérir de la polyvalence et de l'autonomie ainsi que développer les qualités recherchées dans le contexte professionnel actuel en perpétuelle mutation.



À RETENIR

- * la formation comprend un volume horaire par an de 120 heures d'enseignement (cours, travaux dirigés, travaux pratiques), soit 4 heures par semaine en 1^{ère} et 2^{ème} année ;
- * en fin de 2^{ème} année, contrôle en cours de formation : épreuve orale et pratique (coef. 3) sur un contexte d'entreprise identique à l'ensemble des candidats au niveau national ; un scénario sera alors proposé justifiant, précisément, la situation professionnelle problématisée, les compétences spécifiques visées, les critères d'évaluation, les attendus en matière de production et de proposition pour une organisation adaptée.