



BTS MCO

**(Management Commercial
Opérationnel)**

Les mutations du commerce

Mutation 1

Une **digitalisation** de l'UC, de son activité et de la relation client dans un contexte **omnicanal**

Mutation 2

Le développement **du commerce en ligne** mais aussi le renouveau **du commerce de proximité**

Mutation 3

La multiplication **des formats, des concepts** de commerce et la cohabitation **des méthodes de vente**

LE BTS MCO, POUR QUI ?

DES QUALITES REQUISES

- Aimer l'action et être dynamique
- Savoir communiquer (convaincre, motiver une équipe)
- Avoir le sens de la négociation
- Être bon gestionnaire
- Être tenace
- Avoir l'esprit d'initiative
- Avoir le goût pour les contacts
- Adopter un comportement professionnel
- Être en capacité de s'adapter, de s'intégrer dans un groupe
- Savoir s'organiser dans son travail
- Avoir le sens de l'engagement et de la décision
- Être autonome

DES CURSUS VARIES

- BAC STMG
- BAC professionnel
- BAC général (L-S-ES)
- Université ou autres études ...

BTS MCO : DES OBJECTIFS

Dans un contexte d'activités commerciales de plus en plus digitalisé, le BTS MCO vous apprendra à être polyvalent.

Vous serez capable :

- 1. de permettre à un client d'accéder à une offre de produits ou de services**
- 2. de prendre en charge la relation client dans sa globalité ainsi que l'animation et la dynamisation de l'offre**
- 3. de gérer votre « unité commerciale »**
- 4. de manager une équipe**

BTS MCO : DES POURSUITES D'ETUDES

Bac + 2 (120 ects)

INSERTION
dans la vie
active

POURSUITE D'ETUDES EN
FRANCE ET EN EUROPE
(Licence professionnelle,
écoles de commerce ...)

Après un BTS MCO : DES DEBOUCHÉS VARIÉS

Dès l'obtention du BTS

**Manager adjoint,
Vendeur –conseil,
Chargé de clientèle,
Marchandiseur**

Avec de l'expérience

**Chef des ventes
Chef de rayon
Responsable de drive
Manager d'une unité commerciale**

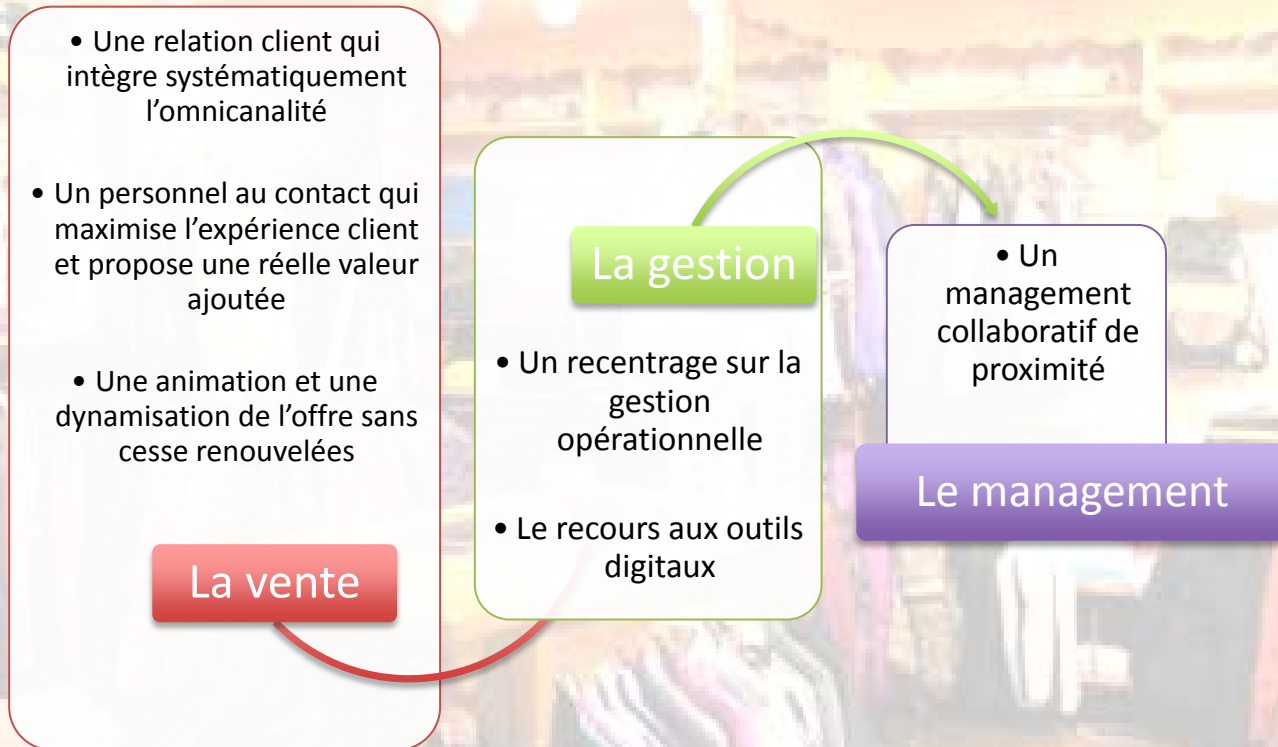
DES MATIERES GENERALES

	<u>1ère année</u>	<u>2ème année</u>
Culture <u>Générale</u> et Expression	2 (1+1)	2 (1+1)
LV1 <u>Anglais</u>	3 (1+2)	3 (1+2)
Culture <u>Economique, Juridique et Managériale</u>	4	4
LV2 <u>Espagnol (facultatif)</u>	2	2

DES MATIERES PROFESSIONNELLES

	<u>1ère année</u>	<u>2ème année</u>
Développement de la relation client et vente conseil (CCF)	6 (2+4)	5 (2+3)
Animation et dynamisation de l'offre commerciale (CCF)	5 (3+2)	6 (3+3)
Gestion opérationnelle	4 (2+2)	6 (3+3)
Management de l'équipe commerciale (CCF)	4 (2+2)	4 (2+2)
Entrepreneuriat	2	2

Les attentes de la profession concernant les titulaires d'un BTS MCO



Le BTS MCO : une réponse aux évolutions des métiers du commerce

- **Bloc 1 DRCVC:**
Développer la relation client et assurer la vente conseil

- **Bloc 2 ADOC :**
Animer et dynamiser l'offre commerciale

La vente

- **Bloc 3 :** Assurer la gestion opérationnelle

La gestion

- **Bloc 4 :**
Manager l'équipe commerciale

Le management

Les compétences liées à la vente

**Bloc 1 : Développer la relation clientèle
et assurer la vente conseil (DRCVC)**

Cœur de métier

Vendre dans un contexte
omnicanal
Entretenir la relation
client

Compétences supports

Assurer la veille informationnelle
Réaliser et exploiter des études
commerciales

**Bloc 2 : Animer et dynamiser l'offre
commerciale (ADOC)**

Coeur de métier

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

Utiliser des situations concrètes pour exploiter l'environnement local et les activités menées lors des périodes de stage...

pour amener l'étudiant à développer ses compétences «support» et construire ses compétences «cœur de métier ».

La mise en situation professionnelle Alinéa

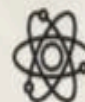
Les missions à réaliser :

Mission 1 :
la présentation du
marché du meuble et de
l'entreprise Alinéa

Mission 2 :
la mesure de la
satisfaction client
Alinéa

Mission 3 :
le traitement des
insatisfactions Alinéa

Mission 4 :
l'analyse des outils
digitaux utilisés par Alinéa



BC1 et BC2 : Les modalités de certification

E4 = E41 (DRCVC) + E42 (ADOC)



• CCF sur les 2 ans - Coef. 3

Dossier numérique personnel constitué à partir des activités professionnelles vécues ou observées durant la formation y compris en milieu professionnel

Les compétences liées à la gestion

Bloc 3 : Assurer la gestion opérationnelle

Cœur de métier

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

A partir de cas, de documents d'entreprise, de simulations sur tableur... amener l'étudiant à construire ses compétences opérationnelles.

Bloc 3 : Les modalités de certification

E5

Epreuve ponctuelle écrite
3 h- Coef. 3

Etude d'un cas de gestion d'une unité commerciale
+ questions à choix multiples

Les compétences liées au management

Bloc 4 : Manager l'équipe commerciale

Cœur de métier

Organiser le travail de l'équipe commerciale

Recruter des collaborateurs

Animer l'équipe commerciale

Evaluer les performances de l'équipe commerciale

A partir de situations réelles, de témoignages, de documents d'entreprise... amener l'étudiant à construire ses compétences opérationnelles.

Bloc 4 : Les modalités de certification

E6

CCF en 2^o année ou épreuve ponctuelle – Coef. 3

Un contexte d'entreprise figurant dans la circulaire nationale d'organisation de l'examen est complété par des questions et/ou des problèmes à résoudre.

Un BTS en lien avec l'entreprise

Les
illustrations en
cours

Les
périodes de
stage

Les TD
externalisés

Et la CEJM en lien avec tous les poles ?

Bloc de compétences 1	Bloc de compétences 2	Bloc de compétences 3	Bloc de compétences 4
<ul style="list-style-type: none"> - La réglementation des méthodes de vente directe, à distance - La réglementation liée à la recherche, au stockage, au traitement, à la diffusion de l'information commerciale (CNIL, RGPD...) - Les accès au système d'information : droits et obligations rattachés - Le contrat de vente : mentions obligatoires, clauses abusives - La réglementation du marketing après-vente : opt-in, droit au désabonnement, identification de l'expéditeur, horaires d'envoi des campagnes de mailing, des SMS 	<ul style="list-style-type: none"> - La réglementation en matière de contrats de distribution (contrat de franchise, de concessions..) - La réglementation en matière d'urbanisme commercial et loi ELAN - Le cadre juridique des négociations commerciales - La réglementation des animations commerciales et des actions promotionnelles et loi EGalim - Les dispositions en cours sur la taxation des achats en ligne - La réglementation en matière de communication géolocalisée, de communication externe, de publicité média - La réglementation en matière de e-commerce - La protection des données personnelles, RGPD, CNIL, délai de rétractation - La propriété intellectuelle et le droit des marques : création et protection de la marque - La réglementation des signes de qualité - La réglementation en matière d'affichage des prix - Les conditions particulières de vente - La réglementation en matière d'agencement de l'UC, les règles d'hygiène, de sécurité 	<ul style="list-style-type: none"> -La réglementation en matière de documents commerciaux et des documents de synthèse - Les mentions obligatoires de la facture - Les conséquences juridiques de l'émission d'une facture : droits et obligation des parties - Les conditions générales de vente - Les délais de paiement et leur cadre juridique - L'obligation d'inventaire - Les contraintes légales en matière de fixation du prix de vente - La réglementation en matière de seuil de revente à perte - Le traitement des incidents et son cadre légal - Le document unique d'évaluation des risques professionnels, le registre de sécurité - Le registre spécial des dangers graves et imminents 	<ul style="list-style-type: none"> - La durée légale du travail et les dispositions conventionnelles - La réglementation en matière de recrutement - La non discrimination à l'embauche, l'égalité homme /femme, le questionnement d'embauche, la tenue du registre unique du personnel (RGPD), l'obligation de visite médicale... - Les contrats de travail - La réglementation lié à la rémunération, salaire minimum, heures supplémentaires - Le bulletin de paie : mentions obligatoires, facultatives, interdites - Le cadre légal de la stimulation de personnel - La réglementation des jeux et concours, challenges - La réglementation liée à la formation : obligation de former, droit à la formation
	<ul style="list-style-type: none"> - L'unité commerciale et son environnement économique - Les composantes du marché - La structure concurrentielle du marché - Les nouvelles orientations des marchés 		
			Les contraintes managériales