



BTS Management Commercial Opérationnel (MCO)

Né de la refonte du BTS MUC, ce programme est destiné à former des étudiants à tous les aspects du développement de la relation client et vente conseil, de l'animation et dynamisation de l'offre commerciale, la gestion opérationnelle de l'UC et le management de l'équipe commerciale. Afin de prendre en compte les mutations opérées dans ces domaines, le nouveau BTS MCO intègre une nouvelle composante, le process de vente omnicanal.



Durée de formation

18 mois à 36 mois - 1100h

Vous pouvez débiter votre formation à tout moment de l'année !
Avec la **Garantie réussite**, votre formation est prolongeable pendant 4 ans en plus de la durée initialement prévue.

Un planning personnalisé permet d'adapter la durée et le rythme de votre formation selon votre profil.

EXEMPLES DE PLANNINGS CONSEILLÉS :

Standard	Accéléré	Confort
10h d'étude hebdo sur 24 mois	13h d'étude hebdo sur 18 mois	7h d'étude hebdo sur 36 mois



Conditions d'admission

- ✓ Être titulaire d'un diplôme ou d'un titre de niveau 4 (BAC ou équivalent)

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre profil pour vous proposer une formation qualifiante adaptée à votre besoin.



Débouchés

- Conseiller de vente et de services
- Vendeur/conseil
- Chargé de clientèle
- Chargé du service client
- Marchandiseur
- Manageur adjoint
- Second de rayon
- Chef des ventes
- Chef de rayon
- Responsable e-commerce
- Responsable de drive
- Responsable adjoint
- Manageur de caisse
- Manageur de la relation client
- Responsable de secteur



Examens et certification



Formation en ligne
Inscription toute l'année



Inscription à l'examen



Lieu de passage
Dans votre académie

À l'issue de votre formation, vous présenterez le BTS en **Management Commercial Opérationnel**.

Pour en savoir plus sur cette formation, contactez votre conseiller sur notre site internet.

Programme

DÉVELOPPER DE LA RELATION CLIENT ET ASSURER VENTE CONSEIL

Assurer la veille

- Le système d'information
- Le système d'information mercatique
- Le stockage et la sauvegarde de données
- La diffusion de l'information commerciale
- La diffusion de l'information : Interface graphique
- La diffusion de l'information : Images et animations
- La gestion du SIC et ses enjeux
- La RGPD

Réaliser des études commerciales

- Méthodologie des études commerciales
- La recherche documentaire
- L'étude qualitative
- L'étude quantitative
- Réaliser une enquête de A à Z
- La concurrence
- Les clients de l'UC

Vendre dans le contexte omnicanal

- La démarche mercatique
- Les étapes de la démarche mercatique
- L'Unité commerciale
- Adapter la relation commerciale à un contexte omnicanal
- L'étude du comportement du consommateur
- Les 10 étapes de la vente
- L'argumentation
- La conclusion de la vente
- Les réclamations
- L'entretien de vente décrypté par un pro
- Les outils numériques d'aide à la vente
- Les spécificités de la vente en BtoB

Entretiens de la relation client

- La fidélisation
- La satisfaction de la clientèle
- La mercatique après vente

ANIMER ET DYNAMISER L'OFFRE COMMERCIALE

Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services

- L'approche générale du marché
- Le marché et son analyse
- La construction de l'offre
- La promotion des ventes
- La relation producteurs-distributeurs
- La mercatique des achats et logistique

Organiser l'espace commercial

- L'organisation de l'espace de vente
- Le merchandising
- L'approvisionnement et les achats
- L'équipement et la maintenance

Développer les performances de l'espace commercial

- La mise en valeur de l'offre
- Maintenir l'attractivité de tout ou partie de l'espace de vente
- Mettre en place les actions de merchandising de séduction
- Préparer une action promotionnelle
- L'animation commerciale
- Assurer la mise en œuvre d'une animation
- Mettre en œuvre l'action promotionnelle

Concevoir et mettre en place la communication commerciale

- Informer la clientèle
- Installer la signalétique
- Les médias

- La communication des réseaux d'UC

ASSURER LA GESTION OPÉRATIONNELLE

Gérer les opérations courantes

- La gestion des flux
- La facturation et les opérations de règlement
- La relation avec les banques
- La gestion économique des stocks
- Suivre les règlements et la trésorerie
- L'analyse du bilan
- L'analyse du compte de résultat
- La fixation du prix
- La gestion du risque client

Prévoir et budgéter l'activité

- La prévision des ventes
- Les budgets
- Les investissements
- La rentabilité des investissements

Analyser les performances

- La mise en œuvre de tableaux de bord
- L'analyse des charges et seuil de rentabilité
- La gestion du SIC et ses enjeux

MANAGER L'ÉQUIPE COMMERCIALE

Organiser le travail de l'équipe commerciale

- Le contexte réglementaire du management de l'équipe commerciale
- Les outils de l'organisation du travail
- L'ordonnement des tâches

Recruter les collaborateurs

- Les enjeux du recrutement
- Les étapes du recrutement

Animer l'équipe commerciale

- La communication managériale appliquée
- La préparation et animation d'une réunion
- L'animation de l'équipe commerciale
- La rémunération de l'équipe commerciale
- La formation et développement du potentiel de l'équipe
- Gérer les conflits
- La gestion des risques psycho-sociaux

Évaluer les performances de l'équipe

- L'évaluation des performances de l'unité commerciale
- Le cas particulier du tableau de Bord

CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE

L'intégration de l'entreprise dans son environnement

- Les agents économiques
- Les mécanismes de marché
- Les partenaires financiers de l'entreprise sur le marché
- L'introduction aux principes généraux des droits des contrats
- La formation, contenu et exécution du contrat
- Les finalités de l'entreprise
- Les parties prenantes
- Les logiques d'entreprise
- Les indicateurs de performances

La régulation de l'activité économique

- La croissance économique
- L'État et le fonctionnement du marché
- Les politiques économiques
- Les limites de l'intervention de l'État
- La régulation supranationale
- La régulation des activités économiques par le droit
- L'environnement de l'entreprise
- Le rôle de l'innovation

L'organisation de l'activité de l'entreprise

- Les choix de production de l'entreprise
- La chaîne de valeur

- Les principes et les finalités de l'impartition
- Les structures adaptées à l'activité lucrative
- Le choix d'une structure juridique : entreprise individuelle ou société commerciale
- Les structures adaptées à l'activité non lucrative
- Identifier le risque pour protéger
- Anticiper le risque pour éviter sa réalisation
- Assumer le risque
- Les structures de l'entreprise
- Les ressources et compétences de l'entreprise
- Les styles de management et de direction
- Les responsabilités et les contre-pouvoirs
- Le financement de l'entreprise

L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise

- L'évolution des modèles économiques
- Les normes et standards
- La protection juridique des actifs
- Les techniques des relations immatérielles
- Les risques de l'utilisation de l'immatériel
- Les incidences du numérique sur le management

Les mutations du travail

- Le marché du travail
- L'introduction à la trinité de l'activité professionnelle
- L'accès au régime juridique d'activité professionnelle
- Le régime, droits et obligations des salariés
- Les droits et obligations des indépendants
- La modification de la relation de travail
- La rupture de la relation de travail
- Les interlocuteurs de l'entreprise
- La GPEC
- Mobiliser les Ressources Humaines

Les choix stratégiques de l'entreprise

- Définir une démarche stratégique
- Établir un diagnostic stratégique
- Effectuer des choix stratégiques

ANGLAIS

Connaissances et acquisition du vocabulaire sur le commerce, la distribution, la finance, la mercatique, le marketing, les nouvelles technologies de l'information et le management

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

S'informer et se documenter

Appréhender et réaliser un message

Apprécier un message ou une situation

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE ET STAGE

Une Période de Formation en Milieu Professionnel (PFMP) dans le secteur est requise :

- 12 à 14 semaines de stage (420 à 490h) dont 2 semaines consécutives au minimum et 7 semaines consécutives au maximum. Ces périodes de stage sont réalisées dans au moins 2 entreprises différentes.

Une convention de stage vous sera délivrée par COMNICA.

OU

- Une expérience professionnelle en lien avec les compétences et savoirs associés du BTS MCO en qualité de salarié à plein temps, pendant 6 mois au cours de l'année précédant l'examen, ou à temps partiel pendant 1 an au cours des 2 années précédant l'examen.

L'expérience professionnelle fait l'objet d'un rapport d'activité et se justifie auprès de votre Rectorat de résidence par la photocopie des contrats de travail.