



Le B.T.S. M.C.O. AU LYCEE J.M. CARRIAT

1. LE BTS MCO



Le titulaire du BTS Management commercial opérationnel (MCO) a pour perspective de : **prendre la responsabilité opérationnelle de tout ou partie d'une unité commerciale** (rayon, magasin, site web marchand...)

Le titulaire du BTS MCO prend en charge :

- **la relation client dans sa globalité** (vente, fidélisation, SAV...)
- **la dynamisation de l'offre** (promotions, animations, merchandising...)
- **la gestion opérationnelle (comptabilité, suivi des performances...)**
- **le management** de son équipe commerciale (réunions, planning, motivation...)

→ Il doit donc posséder de **nombreuses compétences**, être **polyvalent**. Il doit également maîtriser les **outils digitaux**, car l'activité des Unités Commerciales est de plus en plus digitalisée. Enfin, son activité s'exerce souvent au sein de **réseaux** d'unités commerciales : il doit donc savoir appliquer et adapter la politique commerciale du réseau.

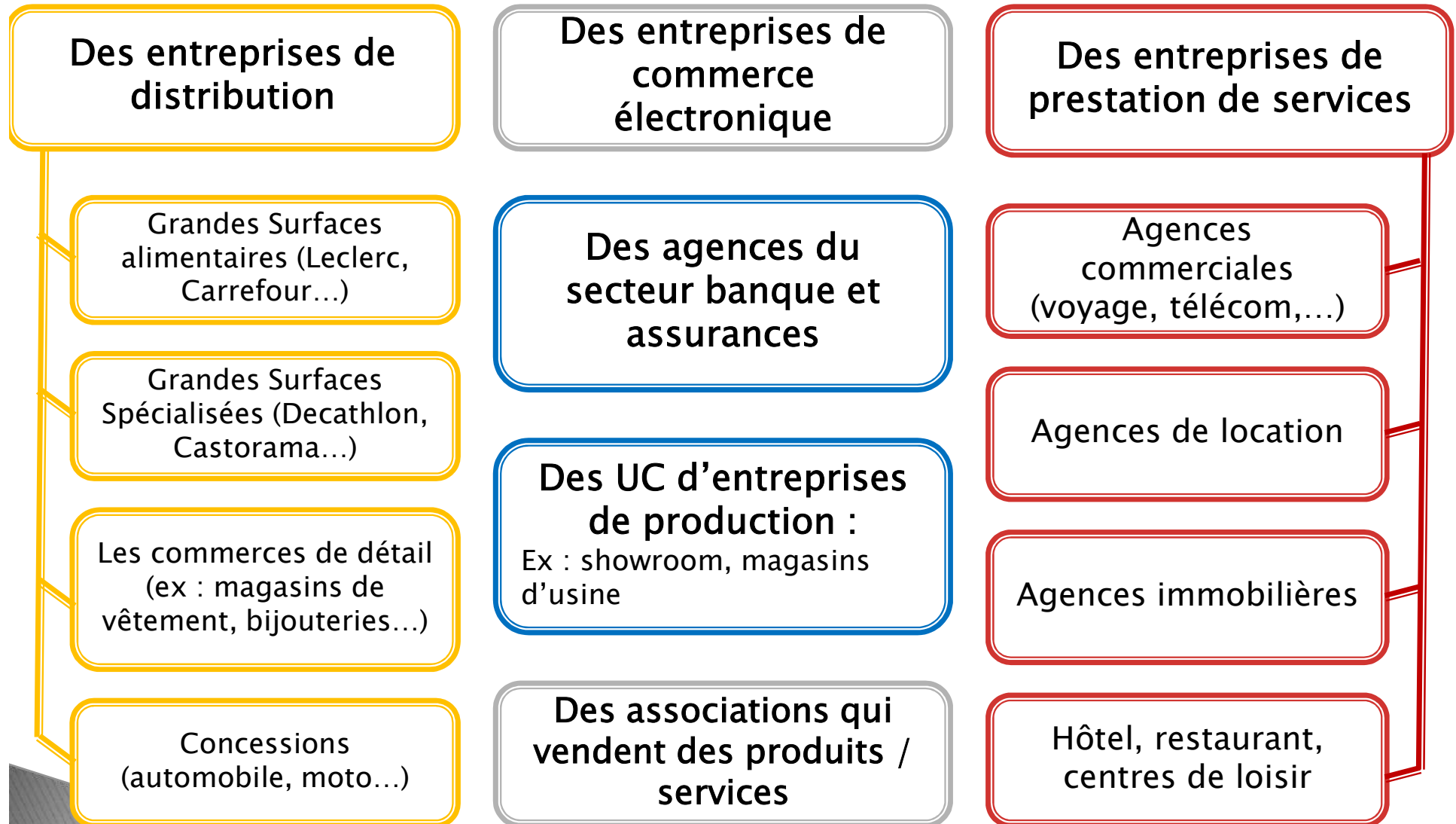
Les emplois concernés

Le titulaire du BTS MCO accède à plusieurs niveaux de responsabilité, en fonction de son **expérience**, de la **taille** de l'organisation qui l'emploie et des **opportunités** professionnelles. Il peut être aussi créer ou reprendre une unité commerciale en qualité **d'entrepreneur**.

Dès l'obtention du BTS :	Avec expérience :
<ul style="list-style-type: none"> - conseiller de vente et de services ; - vendeur/conseil ; - vendeur/conseiller e-commerce ; - chargé de clientèle ; - chargé du service client ; - marchandiseur ; - manager adjoint ; - second de rayon ; - manager d'une unité commerciale de proximité. 	<ul style="list-style-type: none"> - chef des ventes ; - chef de rayon ; - responsable e-commerce ; - responsable de drive ; - responsable adjoint ; - manager de caisses ; - manager de rayon(s) ; - manager de la relation client ; - responsable de secteur, de département ; - manager d'une unité commerciale.



Les types d'organisations concernées



Ces organisations s'adressent aussi bien à une clientèle de particuliers que de professionnels.

Les compétences à développer

DES COMPETENCES COMMERCIALES

DEVELOPPER LA RELATION CLIENT ET VENTE CONSEIL

- Gérer l'information commerciale,
- vendre, conseiller,
- développer et suivre la relation client, la qualité de service,
- fidéliser la clientèle

ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE

- élaborer et adapter l'offre de produits et de services,
- agencer l'espace commercial attractif et fonctionnel,
- maintien d'un espace commercial attractif et fonctionnel, mettre en valeur l'offre
- organiser des promotions et animations commerciales ; mettre en place la communication;

DES COMPETENCES DE GESTION

- fixation des objectifs commerciaux,
- gestion des approvisionnements et suivi des achats,
- gestion des stocks,
- suivi des règlements,
- élaboration des budgets,
- gestion des risques liés à l'activité commerciale,
- participation aux décisions d'investissement,
- analyse des performances,
- mise en œuvre du reporting.

DES COMPETENCES MANAGERIALES

- évaluation des besoins en personnel ;
- répartition des tâches ;
- réalisation de plannings ;
- organisation du travail ;
- recrutement et intégration ;
- animation et valorisation de l'équipe ;
- évaluation des performances individuelles et collectives de l'équipe ;
- individualisation de la formation des membres de l'équipe.

Les compétences à développer

DES COMPETENCES ECONOMIQUES, JURIDIQUES ET MANAGERIALES (CEJM)



Compétences communes à
tous les BTS tertiaires (NDRC,
CG, SAM...)



DES COMPETENCES TRANSVERSALES (Culture Générale)

Appréhender et réaliser un message écrit
Savoir communiquer oralement
Savoir synthétiser, argumenter et organiser sa communication

DES COMPETENCES LINGUISTIQUES (Anglais)

- Compréhension de documents écrits
- Production écrite
- Compréhension de l'oral
- Production et interactions orales

Poursuite d'études possibles

Licence professionnelle (Bac + 3)

De très nombreuses spécialités existent :

Grande distribution, logistique, banque-assurance, gestion de la relation client, commercialisation des produits et services sportifs ou culturels, international...



Licence LMD : L3 en économie-gestion

Ecole supérieure de commerce ou de gestion ou en école spécialisée par le biais des admissions parallèles

Les qualités nécessaires en MCO

Aptitude pour la communication écrite et orale

Aptitude à s'engager dans le travail

Aptitude Test



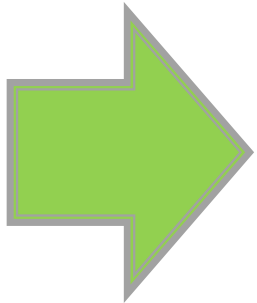
Are you ready?

Aptitude à être curieux

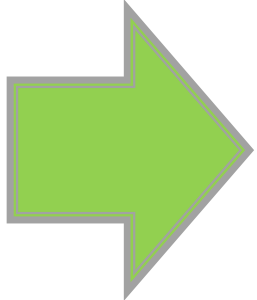
Aptitude à analyser des données qualitatives et quantitatives

Aptitude à être autonome, à s'organiser

3 objectifs majeurs



Obtention du B.T.S.



Professionnalisation



Poursuite d'étude



2. Le suivi professionnel

Organisation des stages



Le stage en milieu professionnel

Il a lieu dans une ou deux unités commerciales proposant des biens et/ou des services à une clientèle de **particuliers ou de professionnels** et d'une **taille suffisante** pour justifier le recours à un technicien supérieur.



- Une opportunité de réaliser son stage de 2ème année à l'étranger avec l'option "parcours de professionnalisation à l'étranger" !
- Possibilité de financement avec une Bourse Régionale de Mobilité Internationale et le Programme Erasmus+ en Europe.
- Le stage est alors le support de l'épreuve facultative « Parcours de professionnalisation à l'étranger ».

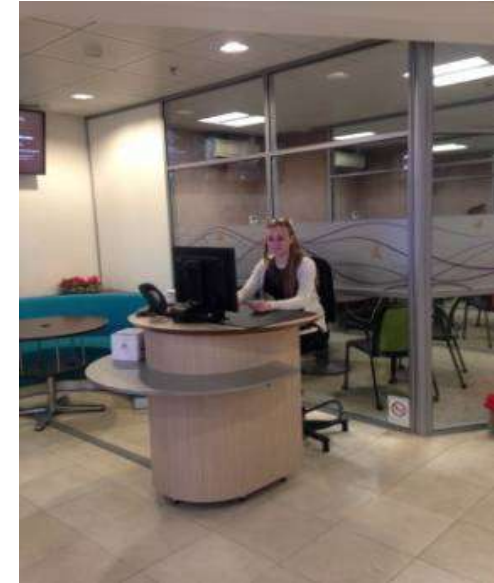
Objectifs des stages

- Permettre à l'étudiant d'**acquérir et/ou d'approfondir des compétences professionnelles en situation réelle** de travail et d'améliorer sa connaissance du milieu professionnel et de l'emploi.

- **Préparer deux épreuves importantes du BTS MCO :**

- Développement de la relation client et vente conseil
- Animation et dynamisation de l'offre commerciale

Il est donc le moment privilégié pour constituer les dossiers supports de ces deux épreuves en s'inscrivant dans une démarche professionnelle.



Organisation des stages

Le développement des compétences s'appuie sur un **aller-retour** entre les cours et des périodes de pratique professionnelles **importantes**. Les lieux de stages sont choisis librement par les étudiants, dans le cadre du référentiel, en fonction de leurs **goûts, aptitudes et projets**.

1^{ère} année : 1 semaine de stage en décembre, 2 semaines en février/mars, 5 semaines de stage de fin d'année.

2^{ème} année : 2 semaines de stage en novembre et 6 semaines en janvier / février.



Afin d'ancrer rapidement les enseignements dans la réalité professionnelle, de donner du sens aux cours, les stages démarreront assez rapidement.

Vos questions éventuelles

