

BTS MCO

Objectifs

Former des jeunes techniciens à prendre la responsabilité opérationnelle de tout ou partie d'une Unité Commerciale. Prendre en charge la Relation Client ainsi que l'animation et la dynamisation de l'offre.

Profil

Dynamisme, autonomie, esprit de synthèse et d'analyse, sens de l'initiative, persévérance et aisance relationnelle.

Finalités professionnelles

Le jeune Technicien Supérieur MCO (Management Commercial Opérationnel) peut accéder à des postes très divers en fonction de ses goûts, de ses aptitudes et du type de structure commerciale.

Domaine
du marketing

- Assistant chef de produit
- Chargé d'études
- Assistant du responsable des promotions

Domaine
de la
distribution

- Assistant chef de rayon
- Assistant responsable de point de vente

Domaine
de la
vente

- Attaché commercial
- Chargé de clientèle
- Responsable de secteur

Développement
de carrière

- Responsable Adjoint
- Manager
- Responsable Secteur de département

Les actions réalisables en entreprise

La liste des actions ci-dessous vous donne une première idée des travaux que vous pouvez et devez être amenés à réaliser au sein des différents services d'une entreprise. Elles s'articulent autour des 4 fonctions caractérisant l'activité du jeune technicien MCO.

<p>Développement de la relation client et vente conseil</p> <ul style="list-style-type: none">- Collecte, analyses et exploitation de l'information commerciale- Vente conseil- Suivi de Relation Client- Suivi de la qualité de services- Fidélisation de la clientèle- Développement de la clientèle	<p>Animation et dynamisation de l'offre commerciale</p> <ul style="list-style-type: none">- Elaboration et adaptation continue de l'offre de produits / service- Agencement de l'espace commercial- Maintien d'un espace commercial attractif et fonctionnel- Mise en valeur de l'offre de produits et de services- Organisation de promotions et d'animations commerciales
<p>Gestion opérationnelle</p> <ul style="list-style-type: none">- Fixation des objectifs- Gestion des approvisionnements et suivi des achats- Gestion des stocks / reporting- Suivi des règlements- Elaboration des budgets- Gestion des risques liés à l'activité commerciale- Participation aux décisions d'investissements- Analyse des performances	<p>Management de l'équipe commerciale</p> <ul style="list-style-type: none">- Evaluation des besoins en personnel- Organisation du travail / plannings- Recrutement et intégration- Animation et valorisation de l'équipe- Evaluation des performances individuelles et collectives- Individualisation de la formation des membres de l'équipe

Ces actions nécessitent l'utilisation et la création d'outils spécifiques tels que le phoning, le mailing, Internet, des compétences en matière de relation et de suivi de la clientèle, ainsi qu'une capacité d'organisation tant dans le domaine de la communication événementielle que celui de la promotion ou encore l'animation des salons. Par ailleurs, le technicien sera amené à réaliser des études de marché, des enquêtes quantitatives, qualitatives ou encore de satisfaction, mais aussi des documents de communication.

Les cours

Enseignement professionnel

- Développement de la Relation Client et Vente conseil en animation, dynamisation de l'offre commerciale
- Gestion opérationnelle
- Management de l'équipe commerciale

Enseignement général

- Culture générale et expression
- Langue vivante Anglais (compréhension écrite et orale)
- Culture économique, juridique et managériale