L'ÉCOLE FRANÇAISE

FORMATION EN LIGNE

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL (MCO)

Diplôme d'État

RNCP 38362

DIPLÔMANTE

ÉLIGIBLE AU CPF

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL (MCO)

Préparez le diplôme d'État de niveau 5 "BTS - Management commercial opérationnel" (RCNP38362)

RNCP 38362 | FORMATION DIPLÔMANTE | 24 MOIS

DURÉE

Durée estimée de l'action de formation : **1 350 heures en e-learning à distance**

PRÉREQUIS

Titre RNCP de **niveau 4** validé (niveau Bac)

CERTIFICATION

Diplôme d'État de niveau 5 "BTS - Management commercial opérationnel" (RCNP38362)

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

14 à 16 semaines effectives en milieu professionnel

ÉVALUATION

Tests en contrôle continu sur la plateforme en ligne durant la formation

EXAMENS

Épreuves écrites, pratiques et orales indépendantes les unes des autres.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser l'environnement économique, juridique et managériale
- Maîtriser la relation client
- Management opérationnel d'une unité
- Gérer opérationnellement un point de vente
- Assurer une vente-conseil
- Animer et dynamiser un point de vente

PROGRAMME DE FORMATION

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION — 100 HEURES

COMMUNIQUER ORALEMENT

- Préparer un oral en interaction sur la base de documents
- Les questions - réponses sur la base de textes
- Argumenter ses réponses en démontrant ses connaissances culturelles
- Adapter son discours à son interlocuteur
- Préparer un oral en continu sur la base de documents
- L'analyse des documents et son développement
- Argumenter un développement en démontrant ses connaissances culturelles
- Adapter son discours à l'interlocuteur les différences avec l'interaction

S'INFORMER, SE DOCUMENTER SUR UNE THÉMATIQUE PROPOSÉE

- Qu'est-ce qu'une bibliographie ?
- Savoir choisir une bibliographie en rapport avec le thème proposé
- L'utilisation des citations et des extraits
- Chercher de la documentation
- Eveiller sa curiosité
- Faire des liens avec le contexte, l'époque pour aller plus loin
- Organiser un outil d'acquisition de connaissances
- Le carnet de lecture
- La fiche de lecture

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE

- Les accords
- La ponctuation
- L'importance de l'orthographe
- La structure et le plan
- Lier ses idées pour faire une progression
- Ce qui n'est pas clair pour vous ne le sera pas pour le lecteur
- La pertinence des arguments
- La variété des arguments, de la culture générale à l'exemple personnel

RÉALISER UNE PRODUCTION SUR LA BASE D'UNE REFLÉXION DOCUMENTÉE

- Les différents corpus qui sont proposés
- La notion de lien, le tableau de confrontation
- L'étude des documents en vue de trouver le sujet commun
- La compréhension et l'analyse d'un texte
- La compréhension et l'analyse d'une image
- Le choix des idées à retenir
- L'organisation des idées et la structure de la réponse
- La confrontation des documents
- Les arguments favorables ou contradictoires
- La structure
- Savoir donner son avis personnel
- Argumenter pour démontrer

ANGLAIS — 120 HEURES

L'ENVIRONNEMENT PERSONNEL & PROFESSIONNEL

- Les tâches et activités quotidiennes de la maison
- Décrire sa famille
- Le génitif
- Les démonstratifs
- Les relations et les émotions
- Parler de ses collègues et sa hiérarchie
- Les adjectifs et pronoms possessifs
- Créer la cohésion
- Parler de sa ville, son quartier
- Décrire son lieu de travail

VIE PROFESSIONNELLE ET LA VIE AU BUREAU

- Les déterminants
- Traiter un retour client et gérer un mécontentement
- Écrire à un client
- Les comparatifs de supériorité et le superlatif
- Planifier son déplacement
- Compréhension orale : Faire des réservations
- Vocabulaire Accepter et refuser
- Donner des conseils avec must / should / could
- Vocabulaire - Décrire une expérience
- Prétérit

LES INDIVIDUS

- Se présenter professionnellement
- Cas pratique : Présenter un candidat
- Les pronoms personnels
- Les mots en wh
- Construire une question
- Exprimer ses préférences
- Les noms verbaux (ou gérondif)
- Cas pratique : Expliquer ce qu'on aime dans une offre d'emploi
- Les vêtements
- L'attitude et les émotions
- La vie privée et les réseaux sociaux
- L'accent tonique dans les mots
- Une semaine de travail type
- Heure et les différentes expressions du temps
- Donner le date
- Les adverbes de fréquence (1/2)
- Comment utiliser « CAN »
- Le present perfect pour parler de ses expériences
- Le rythme de la phrase

PRESENT YOUR COMPANY AND YOUR ROLE - DINING OUT

- Be + ing cours
- Asking questions
- Yourself
- Family, industry, job
- Sharing fun facts
- Company and structure
- Passive and active voice - cours
- Your industry
- Talking about your industry
- Talking about your role
- Invitations
- Accepting or declining with tact
- Restaurant reservations
- Hosting a meal
- Sharing opinions and preferences
- Role play
- Vocabulaire : réservations et commandes au restaurant
- Vocabulaire : payer l'addition et prendre congé

JOB HUNTING

- Expressing what you want or not
- Reviewing job announcements
- Job interview horror stories
- Job applications
- Salary negotiations – Role play
- Phonologie : Emphase Phonétique

LES MÉDIAS, LES RÉSEAUX ET LA DIGITALISATION

- Vocabulaire : Donner son avis
- Vocabulaire : Les réseaux sociaux
- Exprimer le futur
- Vocabulaire : Vente à distance et la digitalisation
- Dénombrables et indénombrables
- Vocabulaire : Emailing et ciblage
- Parler de soi
- Parler de sa routine quotidienne
- Raconter son week-end
- Raconter un évènement passé
- Décrire des gens
- Décrire un lieu
- Faire visiter sa maison
- Conseils et situations hypothétiques

BUSINESS MEETINGS AND PURCHASING

- Managing a meeting
- Managing interruptions
- Vocabulary
- Reported speech video
- Introducing phrasal verbs
- Business phrasal verbs
- Role play
- Types of shopper
- Shopping stores
- Shopping online
- Vocabulaire : online retail
- Purchasing tech equipment
- Past perfect video + notion
- Past perfect - cours
- Méthodologie - la compréhnesions écrite
- Leaving a review
- Probabilities

IN THE OFFICE VS WORKING FROM HOME

- Types of meeting
- Expressions for meeting up
- Striking up conversation
- Storytelling
- Small talk
- Phonologie : la monotongue, la diphtongue et la triphtongue
- Telephone calls
- Starting and ending calls – Role play
- Phonologie : son "i" long et "court"
- Managing connection issues
- Managing disruptions
- Role play

CULTURE ECONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGERIALE — 180 HEURES

L'INTÉGRATION DE L'ENTREPRISE DANS SON ENVIRONNEMENT

- Définition des agents économiques
- Définition et rôle du marché
- La loi de l'offre et de la demande
- Le rôle de la concurrence et les relations de coopération
- Les dysfonctionnements du marché : asymétrie d'information et barrières à l'entrée
- Comprendre la notion d'externalité
- La définition du contrat, des conditions de validation et de négociation
- L'execution et l'inexécution du contrat
- Comprendre les finalité économiques, sociales et sociétales de l'entreprise
- Le rôle de la RSE
- Comprendre la notion de partie prenante et sa typologie
- Le processus de création d'entreprise, l'étude de marché et le business plan
- L'entrepreneur selon Schumpeter
- Définition et rôle du manager
- L'intrapreneuriat en entreprise
- Définition et typologie des performances de l'entreprise
- Efficacité, Efficience, Objectifs SMART
- Le tableau de bord en entreprise

L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

- Comprendre les notions de capital et travail
- La loi des rendements marginaux décroissants en courte période
- La structure des coûts de l'entreprise
- La productivité et les gains de productivité
- Comprendre la chaine de valeur de Porter et la stratégie d'impartition
- Le choix de la structure juridique
- La responsabilité civile contractuelle et la responsabilité civile délictuelle
- Les styles de management
- Les styles de management selon Likert et selon Black et Mouton
- Les structures classiques de l'entreprise, les structures flexibles de l'entreprise, les mécanismes de coordination et les configurations structurelles de Mintzberg
- Comprendre la notion de ressource
- Les compétences et les compétences fondamentales de l'entreprise
- Les modes de financement classiques
- Les modes de financement alternatifs : le crowdfunding

LA RÉGULATION DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

- Les politique économiques
- La croissance économique
- L'inflation
- Le chômage
- Propriété industrielle, pratiques anticoncurrentiels et pratiques de concurrence déloyale
- Analyse des facteurs clé de l'entreprise et des avantages concurrentiels (le PESTEL)
- L'innovation et l'entreprise
- Les différentes formes d'innovation en entreprise

L'IMPACT DU NUMÉRIQUE SUR L'ENTREPRISE

- La logique du déversement sectoriel
- La place de marché
- Les externalités de réseau
- Les changements majeurs : dématérialisation, désintermédiation, l'automatisation
- L'économie collaborative
- L'ubérisation de l'économie
- Le droit patrimoniale
- Le droit moral
- Le rôle de la CNIL et de la CIL et La RGPD
- Le contrat electronique et le droit du commerce en ligne
- Comprendre la notion de système d'information, du PGI et du CRM
- Les nouveaux outils collaboratifs
- Le management collaboratif

LES MUTATIONS DU TRAVAIL

- Comprendre le fonctionnement du marché du travail
- Le chômage volontaire et involontaire
- Les solutions face au chômage selon les libéraux et les keynesiens
- Le contrat de travail (mise en forme et nullité)
- Les clauses du contrat
- Les types de contrat (CDI, CDD, Contrat interim)
- Obligations de l'employeur en matière de santé et sécurité au travail
- Le cas du harcèlement
- La modification du contrat de travail
- La rupture du contrat de travail
- La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences
- La motivation et son importance en entreprise
- Les théories de la motivation (Maslow, Herzberg, Adams)

DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT ET VENTE CONSEIL — 200 HEURES

RECHERCHER ET METTRE À JOUR L'INFORMATION

- Définir les thèmes de recherche et les types d'informations adaptés
- Identifier les sources d'informations
- Sélectionner les sources pertinentes
- Découverte de Google Alerts
- Découverte de Feedly
- Actualiser le système d'informations
- Le respect des normes RGPD

SÉLECTIONNER ET HIÉRARCHISER L'INFORMATION

- Analyser les informations pertinentes
- Sélectionner l'information pertinente et utile
- Contrôler la fiabilité et la disponibilté de l'information
- Définir les critères de classification de l'information
- Structurer l'information
- Découverte de Pearltrees

CONSTRUIRE UNE MÉTHODOLOGIE DÉTUDE

- Définir l'objet et les objectifs de l'étude
- Constituer une cible d'étude
- Choisir une méthode de recueil de l'information
- Élaborer des outils de collecte de l'information
- Créer une enquête avec Google Forms
- Organiser une enquête avec Google Forms
- Paramétrer le questionnaire Google Forms
- Analyser les résultats sur Google Forms
- Découverte de Safetyculture
- Tester les outils de collecte
- Traiter et analyser l'information
- Mettre en forme les résultats
- Établir des préconisations
- Communiquer les résultats et les préconisations
- Réaliser une veille de A à Z

SEGMENTATION ET CONNAISSANCE CLIENT

- Définition et méthode de découpage
- Les différents motivations des clients et la pyramide de maslow pour définir les besoins

UNE SITUATION DE COMMUNCATION ET SES OBJECTIFS

- La communication interpersonnelle, l'écoute active et l'efficacité relationnelle
- Mise en situation, saynette
- Les objectifs qualitatifs et quantitatifs
- Définition et calcul des indicateurs commerciaux

MOBILISER LES RESSOURCES NUMÉRIQUES

- Identifier les ressources numériques
- Découverte de Google Scholar
- Découverte de X (ex Twitter)
- Découverte de Mention
- Maîtriser les outils de recherche, d'exploitation et de diffusion des informations
- Découverte de Feeder

MOBILISER LES RESSOURCES NUMÉRIQUES

- Identifier les ressources numériques
- Découverte de Google Scholar
- Découverte de X (ex Twitter)
- Découverte de Mention
- Maîtriser les outils de recherche, d'exploitation et de diffusion des informations
- Découverte de Feeder

EXPLOITER L'INFORMATION POUR LA PRISE DE DÉCISION

- Enrichir le système d'information
- Exploiter le système d'information
- Établir les préconisations
- Mettre à disposition, diffuser et communiquer l'information

VENDRE DANS UN CONTEXTE OMNICANAL CONFORMÉMENT À LA RÉGLEMENTATION

- Préparer la vente
- La relation commerciale, son évolution, ses phases, ses modes de contacts, ses enjeux
- La réglementation et les méthodes de vente
- Les différentes méthodes de vente et leur réglementation

CONCEVOIR ET ACTUALISER LES OUTILS D'AIDE À LA VENTE (OAV)

- Les différents OAV et leur principe
- Créer un flyer avec Canva

ACCUEILLIR ET CONSEILLER LE CLIENT

- Les techniques, la posture commercial, le climat favorable
- Les différents types de questions, la méthode QQOQCP, la technique de l'entonnoir, le "oui de contrôle"
- La typologie du client, le SONCASE, les freins, les motivations

ARGUMENTER ET CONCLURE LA VENTE

- Le CAP SONCASE
- Les différents types d'objections et comment les traiter
- L'encaissement client, la fidélisation, le raccompagnement client

SUIVRE LES ÉVOLUTIONS DES ATTENTES DU CLIENT

- Mettre en place des techniques de collecte de l'information post-achat/ Maîtriser les outils digitaux de collecte et de traitement

ACCOMPAGNER LE CLIENT

- Les types de réclamations et comment les traiter
- Saynète mise en situation
- Les techniques de marketing relationnel
- Les enjeux du marketing relationnel

ACCROÎTRE LA VALEUR CLIENT

- La mesure de la valeur client et son calcul

LA MERCATIQUE APRÈS-VENTE

- Entretenir la relation client
- Définitions, les enjeux et les outils
- Les garanties après-ventes
- Les échanges et les retours

ÉVALUER L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Comment mesurer l'expérience client
- Repérer les insatisfactions et proposer des solutions

FIDÉLISER LA CLIENTÈLE

- Fidélité ou fidélisation. Les enjeux et la stratégie
- Déterminer les clients à fidéliser
- Créé son programme de fidélité
- Mesurer la performance de son programme de fidélité

ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE — 200 HEURES

IDENTIFIER ET ANALYSER AU NIVEAU GLOBAL LES COMPOSANTES DE LA DEMANDE

- Les composantes du marché
- Les divers éléments qui contribuent à la demande d'un produit
- Les différentes composantes de la demande globale

CARACTÉRISATION DE LA CLIENTÈLE ET ANALYSE DE LA DEMANDE

- La segmentation du marché : analyse démographique, comportementale, psychographique et géographique
- Le buyer persona
- Les indicateurs d'analyse de la demande

ANALYSE DE L'OFFRE MULTICANAL

- Les unités commerciales physiques
- La politique commerciale des enseignes
- L'e-commerce - Les acteurs du e-commerce : Pure Player, Click and mortar, Marketplaces ...)

INFLUENCES DE L'ENVIRONNEMENT ET APPRÉCIATION DE LA DEMANDE

- Les composantes de l'environnement et leur influence sur la demande
- Les nouvelles orientations des marchés

INFLUENCE DE L'ENVIRONNEMENT

- L'unité commerciale dans son environnement économique
- Les dispositions légales et réglementaires en matière de contrats de distribution
- L'urbanisme commercial

LA CONCURRENCE

- La typologie des concurrents de l'unité commerciale
- Réaliser un benchmark
- Les indicateurs clés de l'analyse de l'offre et la position concurrentielle

ANALYSE DE L'OFFRE MULTICANAL, STRATÉGIES ET RÉSEAUX

- Les stratégies de distribution
- Les formes de commerce
- Les réseaux d'unités commerciales

RECHERCHE DE FOURNISSEURS

- Les enjeux de la relation producteurs/distributeurs
- La recherche et la sélection des fournisseurs
- Les actions de la coopération commerciale

AGENCER L'ESPACE COMMERCIAL

- Les principes d'aménagement de l'espace
- Le marchandisage
- L'e-merchandising

ERGONOMIE, DYSFONCTIONNEMENTS ET LUTTE CONTRE LA DÉMARQUE

- Les outils pour réduire la fatigue et améliorer le confort des employés
- La qualité des produits ou services fournis par l'entreprise
- Les mesures de sécurité pour prévenir le vol, la fraude et d'autres formes de démarque
- Les technologies de suivi et de contrôle des stocks

MAINTENIR UN ESPACE COMMERCIAL OPÉRATIONNEL ET ATTRACTIF

- Faciliter l'orientation du client
- L'attractivité du point de vente
- Le category management

RESPECTER LES RÈGLES D'ACCESSIBILITÉ, DE MAINTENANCE ET DE GESTION DES INCIDENTS

- Les dispositions légales et réglementaires en matière d'accessibilité aux personnes handicapées
- La gestion des risques et des incidents

PROPOSER ET ORGANISER DES ANIMATIONS COMMERCIALES

- Les enjeux de l'animation commerciale et de la promotion des ventes pour les UC physiques et virtuelles
- Les actions d'animation commerciale des unités commerciales physiques et virtuelles

CARACTÉRISER L'OFFRE DE PRODUITS ET DE SERVICES

- Les produits et services
- L'emballage et la stylique
- La marque
- La propriété industrielle et le droit des marques
- Les services associés

CONSTRUIRE ET ADAPTER L'OFFRE : FIXER LE PRIX

- L'approche marketing du prix
- La réglementation en matière d'affichage du prix
- Les conditions générales de vente
- Le prix psychologique

INFO DE REPÉRAGE ET ÉQUIPEMENTS DIGITAUX

- Le repérage du client dans l'unité commerciale
- Le système d'information de l'unité commerciale
- La prise en compte de l'omnicanalité dans l'aménagement de l'espace

GARANTIR LA DISPONIBILITÉ DE L'OFFRE

- Le réassortiment des linéaires
- L'approvisionnement des linéaires
- Gérer les stocks de produits
- Le système de gestion des commandes

RESPECTER LES PRÉCONISATIONS DE L'ENSEIGNE ET LA RÉGLEMENTATION

- Les dispositions légales et réglementaires en matière d'agencement de l'UC
- Les dispositions légales et réglementaires en matière de règles d'hygiène et de sécurité

METTRE EN VALEUR LES PRODUITS

- Les techniques de marchandisage
- La mise en scène des produits
- Les solutions digitales pour valoriser l'offre

OPTIMISER L'IMPLANTATION DE L'OFFRE

- Le marchandisage de gestion
- Le plan d'implantation et les mesures du linéaire

PROPOSER ET ORGANISER DES OPÉRATIONS PROMOTIONNELLES

- Choix des techniques
- Les actions possibles
- Analyser les retombées

CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE LA COMMUNICATION SUR LE LIEU DE VENTE

- La communication sur le lieu de vente
- La création de supports de communication
- La performance des actions de communication
- Les nouveaux supports de communication sur le lieu de vente
- La réglementation en matière de communication sur le lieu de vente

EXPLOITER LES RÉSEAUX SOCIAUX, LES APPLICATIONS ET TOUT AUTRE OUTIL NUMÉRIQUE AU SERVICE DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE

- Les nouveaux supports de communication externe
- La communication digitale sur les réseaux sociaux
- La conception d'une publication sur les réseaux sociaux
- La sélection d'un influenceur

PROPOSER DES AXES D'AMÉLIORATION OU DE DÉVELOPPEMENT

CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE LA COMMUNICATION COMMERCIALE EXTERNE

- Les moyens et les supports traditionnels de la communication externe
- L'évaluation des performances des actions de communication externe
- Les nouvelles classifications de type POEM (Paid, Owned, Earned media)
- La création de supports de communication externe
- La réglementation en matière de communication externe

LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

- Les enjeux de l'analyse des performances
- Les indicateurs de performance pour évaluer l'action commerciale

ÉVALUATION ET OUTILS DE COLLECTE DE DONNÉES

- L'évaluation des performances des animations commerciales et des actions promotionnelles
- Comprendre et analyser un tableau de bord
- Les outils de collecte de données
- La conception d'une enquête de satisfaction

GESTION OPÉRATIONNELLE — 150 HEURES

COMPRENDRE LE CYCLE D'EXPLOITATION

- Le cycle d'exploitation de l'unité commerciale
- Caractériser les flux du cycle d'exploitation : physiques et financiers
- L'influence du cycle d'exploitation sur la trésorerie

L'APPROVISIONNEMENT

- Assurer la gestion de l'approvisionnement
- Le cadencier d'approvisionnement
- Participer aux inventaires

CALCULS DES COÛTS

- Calculer les coûts induits par la possession des stocks et la passation de commande
- Calculer la rotation des stocks et analyser son impact sur la rentabilité : coefficient et durée de rotation
- Formules de calculs

GARANTIR LES ACHATS ET LES APPROVISIONNEMENTS

- Connaître les étapes du processus d'achat
- Identifier les fournisseurs locaux
- Sélectionner les fournisseurs selon des critères pertinents
- Approvisionnements dans un réseau

IDENTIFICATION ET SUIVI DES STOCKS

- Identifier et suivre les indicateurs de gestion des stocks
- Suivre les stocks de façon sélective avec la Loi Pareto
- Suivre les stocks de façon sélective avec méthode ABC

VALORISATION

- Méthode du CUMP -Coût unitaire moyen pondéré
- La méthode CUMP
- Méthode du PEPS - Premier Entré Premier Sorti

LA FACTURE DE DOIT

- Gérer les ventes
- Maîtriser la réglementation concernant les documents commerciaux
- Créer une facture de doit selon la réglementation et le cadre commercial

GÉRER LA FACTURATION

- Gérer les modes de règlements courants clients et fournisseurs
- Gérer les outils de paiement clients et fournisseurs
- Suivre et financer la trésorerie de l'unité commerciale
- Négocier avec les banques
- Gérer les flux de trésorerie
- Financer le cycle d'exploitation par le recours à un organisme bancaire
- Financer le cycle d'exploitation par capitaux propres

ANALYSE DE BILANS

- Calculer et comptabiliser des provisions
- Analyser un bilan fonctionnel
- Lire son compte de résultat et son bilan final
- Porter un jugement sur la santé financière de l'entreprise

MODULER UN PRIX DE VENTE

- Moduler un prix de vente
- Tenir compte des facteurs d'influence du prix
- Calculer l'élasticité de la demande

GÉRER LES RISQUES

- Identifier et respecter le cadre légal du traitement des incidents
- Élaborer une cartographie des risques
- Évaluer les coûts d'un sinistre
- Évaluer les montants indemnisés par l'assurance
- Prévenir les risques professionnels

LES DIFFÉRENTES MÉTHODES DE PRÉVISIONS

- La prevision des ventes par la méthode des points extremes
- La prévision des ventes par la méthode des points extrêmes
- La prévision par la méthode de Mayer
- La prise en compte des facteurs d'influence
- La prévision des ventes à caractère saisonnier

LA FACTURE D'AVOIR ET LES RÉDUCTIONS

- Créer une facture d'avoir selon la réglementation et le cadre commercial
- Savoir calculer les différents types de réductions commerciales d'une facture (remise, rabais, ristourne)
- Savoir calculer l'escompte pour paiement comptant

IDENTIFICATION POUR LE CALCUL DU COMPTE DE RÉSULTAT

- Connaître la structure du compte de résultat : produits et charges
- Le compte de résultat
- Identifier et calculer les soldes intermédiaires de gestion
- Identifier et calculer les ratios

LECTURE DE BILANS

- Lire et analyser le bilan comptable et le bilan fonctionnel
- Lire un bilan fonctionnel
- Déterminer les postes actifs et passifs
- Calculer les amortissements

FIXER UN PRIX PAR LES COÛTS

- Fixer un prix par les coûts
- Connaître les coûts fixes, les coûts variables, les coûts directs et les coûts indirects.
- Calculer un coût, une marge, un taux de marque
- Formules de calculs

CALCULER UN SEUIL DE RENTABILITÉ ET UN POINT MORT

- Calculer un seuil de rentabilité et un point mort
- Isoler les charges variables et les charges fixes
- Calculer un résultat prévisionnel
- Présenter un compte de résultat par variabilité

LES PRÉVISIONS DE VENTE

- L'élaboration des prévisions de vente
- Les séries statistiques et la droite d'ajustement

ÉLABORER DES BUDGETS

- Les principes de construction des budgets
- Le budget des ventes et le budget des achats
- Les budgets des autres charges, des investissements de financement et la TVA
- Les budgets des encaissements des décaissements et de trésorerie

PARTICIPER AUX DÉCISIONS D'INVESTISSEMENT

- L'investissement
- Évaluer le coût d'un investissement
- Calculer une suite de cash flows et actualiser une somme dans le temps
- Évaluer la rentabilité d'un investissement avec la VAN
- Évaluer la rentabilité d'un investissement par d'autres critères
- Identifier les ressources internes et externes de financement de l'investissement et leur intérêt économique
- La capacité d'autofinancement
- Calculer le cout d'un crédit et ses annuités
- Le tableau d'amortissement de l'emprunt

ANALYSER LA RENTABILITÉ DE L'ACTIVITÉ

- Calculer la rentabilité
- Exercices d'application

CONCEVOIR UN TABLEAU DE BORD

- Le tableau de bord
- La sélection des indicateurs commerciaux et financiers

PRÉSENTER ET ANALYSER UN TABLEAU DE BORD

- Présenter un tableau de bord
- Analyser un tableau de bord
- Proposer des actions de remédiation ou d'amélioration

ENRICHIR LE SYSTÈME D'INFORMATION COMMERCIAL

- Le reporting
- Le SIC
- Exercices d'application

MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE — 170 HEURES

RECENSER LES RESSOURCES DISPONIBLES ET LES BESOINS

- Quels besoins dans l'UC
- Missions liées au management
- Missions liées à la vente
- Recenser les missions de l'équipe commerciale

LES STRUCTURES ORGANISATIONNELLES DES FORCES DE VENTE

- Les structures organisationnelles des forces de vente
- Organisation géographique et organisation par produits
- Organisation par type de clientèle ou par marché

LA DÉLÉGATION

- Définition de la délégation
- Avantages de la délégation
- Inconvénients de la délégation
- Mise en œuvre de la délégation

CONTRAINTES LIÉES AU DROIT DU TRAVAIL

- Durée, repos et congés
- Dispositifs d'aménagement et de flexibilité

LA DIVERSITÉ ET L'ÉVOLUTION DES MÉTIERS COMMERCIAUX

- La diversité et l'évolution des métiers commerciaux
- La diversité des métiers de commerciaux
- Les fonctions de l'équipe commerciale
- Les évolutions de la fonction commerciale

CALCULER LA TAILLE DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE

- Calculer la taille de l'équipe commerciale
- Répondre aux besoins de service de la clientèle
- Utiliser des critères de productivité
- Quelles ressources disponibles
- Le Tableau des Compétences Acquises (TCA)

LE TABLEAU DE RÉPARTITION DES TÂCHES

- Le tableau de répartition des tâches
- La fiche d'auto-analyse
- La construction du TRT
- L'analyse de l'organisation au travers du TRT
- Exemple concret d'analyse d'un TRT

FOCUS SUR LE PLANNING HORAIRE

- Définition planning horaire
- Les contraintes à respecter

LES PLANNINGS

- Les différents types de plannings
- Outil de planification et de suivi
- Le Tableau de Répartition des Tâches (TRT)
- Le planning d'équipe

LES DIFFÉRENTS CONTRATS DE TRAVAIL

- Le CDI
- Le CDD
- Le CTT
- Le contrat d'apprentissage
- Le contrat de professionnalisation
- Le système de rémunération

ÉVALUER LES BESOINS EN COMPÉTENCES ET EN PERSONNEL

- Cartographie de l'UC
- Composition métiers et missions de l'équipe commerciale
- Evaluation des besoins en recrutement
- Les besoins en recrutement et les indicateurs globaux
- Les différents indicateurs d'équipe, individuels et RH
- Prendre en compte les perspectives d'évolution

EVALUER LES CANDIDATURES

- La présélection des candidatures
- Quelles stratégies pour une présélection de candidatures efficace ?
- La matrice multicritères

INTÉGRER LE NOUVEL ARRIVANT

- La phase d'accueil
- La phase d'intégration
- Nomination d'un parrain
- Suivi sur le terrain
- Planifier des reportings

TRANSMETTRE ET EXPLIQUER LES INFORMATIONS

- L'enjeux de la communication d'équipe
- Maîtriser la communication écrite, orale et visuelle
- Respecter les contraintes et procédures de l'unité commerciale et du réseau.
- Les modalités de diffusion de l'information
- Mettre en place des procédures de communication efficaces
- Fixer des objectifs SMART

LES AUTRES OUTILS DE RÉPARTITION DES TÂCHES

- Le réseau PERT
- Le diagramme de GANTT
- Le graphe MPM

LE SYSTÈME DE RÉMUNÉRATION

- Le cadre légal de la rémunération
- Le calcul du salaire
- Le système de rémunération
- La rémunération variable

LES CARACTÉRISTIQUES JURIDIQUES DES FORCES DE VENTE ITINÉRANTES

- Les caractéristiques juridiques des forces de vente itinérantes
- Le voyageur représentant et placier (VRP)
- Le représentant commercial salarié « ordinaire »
- L'agent commercial

LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT

- Rédiger la fiche de poste
- Le profil de poste
- Choisir le mode de recrutement (interne ou externe)
- Choix des canaux de diffusion
- FOCUS : quel réseau social pour quel candidat
- Créer une offre d'emploi, quel formalisme ?

CONDUIRE UN ENTRETIEN DE RECRUTEMENT

- La préparation en amont de l'entretien
- Les techniques d'animation d'entretien
- Les différents types d'entretien
- Les phases d'accueil et la découverte
- La phase de conclusion d'un entretien de recrutement
- Les questions interdites par la loi
- Simulation d'entretien

CONDUIRE UNE RÉUNION

- Qu'est-ce qu'une réunion efficace ?
- Préparer une réunion (objectif, organisation et déroulement)
- Faire le choix d'une technique d'animation adaptée
- Animer une réunion en conformité avec les objectifs fixés (ordre du jour, durée), dans un climat propice à un travail efficace.
- Mise en situation : Animation d'une réunion commerciale

FAVORISER L'IMPLICATION DES COLLABORATEURS

- Les objectifs de l'animation
- Les styles de management
- Mettre en œuvre les différents leviers de stimulation d'une équipe
- Recenser et utiliser les indicateurs qui permettent de valoriser et de gratifier les collaborateurs
- Les facteurs de motivation des collaborateurs
- Les techniques de stimulation et les « incentives »

CONDUIRE UN ENTRETIEN

- Les enjeux de l'exercice d'entretien
- Suivre les performances de l'équipe avec des indicateurs pertinents
- Analyser les résultats pour mettre en évidence des écarts significatifs permettant d'initier des actions correctrices adaptées.
- Concevoir/utiliser un guide d'entretien adapté
- Préparer l'entretien (objectif, collecte d'informations, déroulement)
- Maîtriser les règles de la conduite d'entretien
- Dégager des conclusions réalistes, claires et pertinentes
- Assurer la traçabilité
- Mise en situation : Les caractéristiques d'un entretien réussi

PARTICIPER À LA FORMATION DES COLLABORATEURS

- Former, déléguer et responsabiliser
- Proposer des actions de formation adaptées aux besoins de formation de l'équipe
- Mettre en place un accompagnement collectif et/ou individuel (coaching)
- Organiser des temps de formation ponctuels
- Mise en situation d'une session de formation ponctuelle

LA GESTION DE CRISE

- Les différents types de situation de crise
- Le plan opérationnel de gestion de crise
- Le plan de communication de crise
- Mise en situation : Défaut dans les approvisionnements/dégâts des eaux

PRÉVENIR ET GÉRER LES RISQUES PSYCHOSOCIAUX

- Identifier, créer des indicateurs permettant de prévenir, de repérer et/ou de gérer les risques psychosociaux
- Identifier les facteurs de risque
- Proposer des actions visant à éviter les risques et/ou les traiter efficacement

ACCOMPAGNER ET MOTIVER L'ÉQUIPE

- Les enjeux de l'accompagnement et de la motivation de son équipe
- Créer une ambiance motivante tout en respectant les budgets
- Les outils d'animation de l'équipe
- Organiser des opérations de stimulations

REPÉRER LES BESOINS EN FORMATION

- Les enjeux de la formation continue des collaborateurs
- Analyser et exploiter les indicateurs de performance individuels et collectifs.
- Pratiquer l'observation, l'écoute active et identifier d'éventuels axes de formation.
- Mise en situation d'écoute active dans le cadre d'un entretien individuel
- Réaliser un diagnostic des compétences et des potentiels des collaborateurs
- Faire coïncider les besoins avec le plan de formation de l'unité commerciale et le budget associé
- Adapter le plan de formation à la stratégie de l'enseigne
- Respecter le cadre réglementaire relatif à la formation
- L'évaluation des actions de formation

LA GESTION DE CONFLITS

- Émergence et typologies des conflits en entreprise
- Mettre en place et analyser des indicateurs sociaux permettant d'éviter ou d'anticiper les conflits individuels ou collectifs
- Stratégies et techniques de gestion du conflit
- Maîtriser et adapter les techniques de résolution de conflits selon les différends
- Gérer les conflits en conformité avec le règlement intérieur et les dispositions réglementaires
- Mise en situation : Conflit entre deux employés sur l'émotion, la prise de congés d'été sous la conduite d'un manager très factuel

MESURER ET ANALYSER LES PERFORMANCES INDIVIDUELLES ET COLLECTIVES

- Élaborer, identifier des indicateurs de suivi individuel et collectif pertinents.
- Organiser ces indicateurs dans un tableau de bord permettant une analyse des performances efficace dans le temps.
- Analyser les résultats de l'équipe et de chaque membre de l'équipe, faire un diagnostic.
- Identifier les causes possibles des contre-performances.
- Mise en scène : savoir donner du feedback à ses collaborateurs dans l'optique de gérer les contre-performances

APPLICATIONS PROFESSIONNELLES — 250 HEURES

COMMUNIQUER À L'ORAL

- Structuration des idées et storytelling
- Formats de discours et techniques d'impact
- Gestion du stress et improvisation
- Préparation orale et mise en scène
- Langage, regard et gestuelle
- Voix, posture et présence
- Convaincre, débattre, animer une réunion

INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE

- Bases du matériel informatique et des systèmes Windows/Mac
- Gestion des dossiers, fichiers et raccourcis
- Navigation internet et utilisation de la messagerie
- Découverte des logiciels et outils de communication
- Traitement de texte sur Word et Google Docs
- Initiation à Excel et Google Sheets (calculs, tri, graphique)
- Création de présentations avec PowerPoint et Google Slides

NÉGOCIATION AVANCÉE

- Identifier les types et styles de négociation
- Préparer et structurer chaque étape d'une négociation
- Conduire une négociation commerciale ou de partenariat
- Maîtriser la négociation gagnant-gagnant (Harvard, Nash…)
- Utiliser les techniques avancées : BATNA, biais, Cialdini
- Intégrer l'éthique et la RSE dans ses pratiques
- Étudier des cas concrets pour mettre en pratique

EXCEL

- Premiers pas sur Excel Online
- Différences Online / Offline
- Fonctions de base : calculs, format, feuilles
- Formules simples et budget
- Tri, filtres, raccourcis, analyse de données
- Références, dates, pourcentages
- Fonctions avancées, TCD, graphiques, mise en forme

TRANSFORMATION DIGITALE

- Bases du numérique et environnement digital
- Outils, métiers du numérique et identité en ligne
- Marketing digital, réseaux sociaux et e-commerce
- Cybersécurité, protection des données et bonnes pratiques
- Résolution de bugs et choix des outils numériques
- Cloud, data, IA et objets connectés
- KPI, data science, machine learning et cas concrets

RSE

- Fondamentaux de la RSE, son histoire et ses concepts clés
- Normes, labels et référentiels RSE
- Enjeux éthiques, stratégiques et humains de la RSE
- Étude de matérialité, parties prenantes et communication responsable
- Lutte contre le greenwashing et bonnes pratiques de communication
- Mise en œuvre d'un projet RSE, plan d'action et indicateurs
- Audit RSE : préparation, déroulé, impacts et amélioration continue

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Pendant la formation, une période de 14 à 16 semaines en entreprise est requise pour valider le diplôme. Voici toutes les informations dont vous aurez besoin pour réaliser cette expérience dans les meilleures conditions.

LES STRUCTURES

ENTREPRISES DE COMMERCE

- Agences immobilières
- Concessionnaires automobiles
- Magasins spécialisés (sport, mode, électroménager, etc.)
- Boutiques physiques
- Franchises

PRESTATAIRES DE SERVICES

- Agences de communication ou marketing
- Banques, assurances, mutuelles
- Sociétés de téléphonie ou d'énergie
- Organismes de formation

STARTUPS / TPE / PME

LES MÉTIERS

- **CONSEILLER COMMERCIAL**
- **TECHNICO-COMMERCIAL**
- **CHARGÉ DE CLIENTÈLE**
- **TÉLÉVENDEUR / TÉLÉCONSEILLER**
- **ANIMATEUR DES VENTES**
- **CHARGÉ(E) DE RELATION CLIENT**
- **ASSISTANT(E) COMMERCIAL(E)**
- **ATTACHÉ(E) COMMERCIAL(E)**
- **CHARGÉ(E) DE PROSPECTION DIGITALE**
- **CONSEILLER DE VENTE**
- **VENDEUR SPÉCIALISÉ**
- **RESPONSABLE DE RAYON**
- **ASSISTANT(E) MANAGER**

TYPES DE CONTRAT

- Stage conventionné
- Contrat à durée déterminée

DURÉE

- 14 à 16 semaines
- Réalisable en plusieurs fois

LES MISSIONS À RÉALISER

- Accueillir et conseiller les clients
- Mettre en rayon et assurer le merchandising
- Participer à la gestion des stocks
- Suivre les ventes et analyser les résultats
- Mettre en place des opérations commerciales
- Gérer les réseaux sociaux ou la communication locale
- Réaliser des enquêtes de satisfaction
- Assister le manager dans l'organisation de l'équipe

VOTRE EXPÉRIENCE

Notre plateforme d'apprentissage en ligne a été conçue pour vous offrir une formation fluide et interactive. Avec des supports variés et un accès simplifié, vous progressez à votre rythme et dans les meilleures conditions.

LES SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

COURS VIDÉO DE HAUTE QUALITÉ

Plongez dans nos cours vidéo de haute qualité, disponibles 24h/24 pour un apprentissage efficace et une expérience d'apprentissage enrichissante.

EXERCICES ET CAS PRATIQUES

Mettez en pratique ce que vous avez appris avec nos exercices et cas pratiques conçus pour renforcer votre compréhension et affiner vos compétences.

SUPPORTS ÉCRITS TÉLÉCHARGEABLES

Accédez à un condensé des informations des vidéos grâce à nos supports écrits téléchargeables, permettant une révision efficace où que vous soyez.

QUIZ EN FIN DE MODULE

Mesurez votre compréhension avec nos quiz en fin de module, conçus pour vous auto-évaluer et valider efficacement vos acquis.

WEBINAIRES DE FORMATION

Enrichissez votre expérience d'apprentissage avec nos webinaires interactifs ! Profitez de discussions et de conseils enrichissants pour élargir vos connaissances.

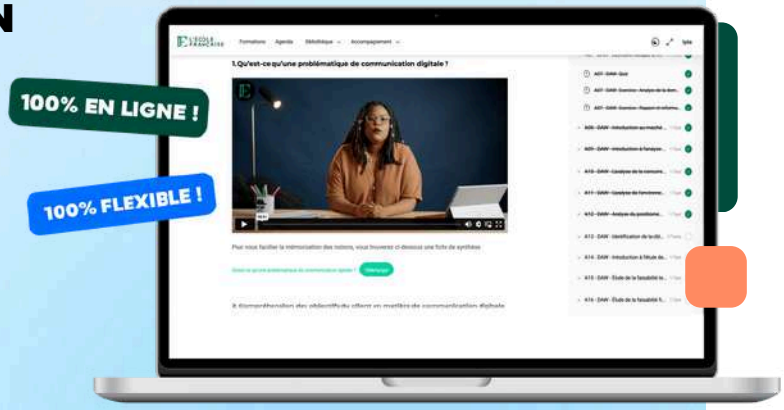
SAYNÈTES ET MISES EN SITUATION

Découvrez la réalité du métier à travers nos saynètes et mises en situation, et plongez dans des expériences concrètes pour affiner vos compétences.

LA PLATEFORME DE FORMATION

- Accessible 24h/24 et 7j/7
- Facile à prendre en main
- Suivi de la progression
- Possibilité de replay
- Prise de rendez-vous intégrée

VOTRE RÉUSSITE COMMENCE ICI !



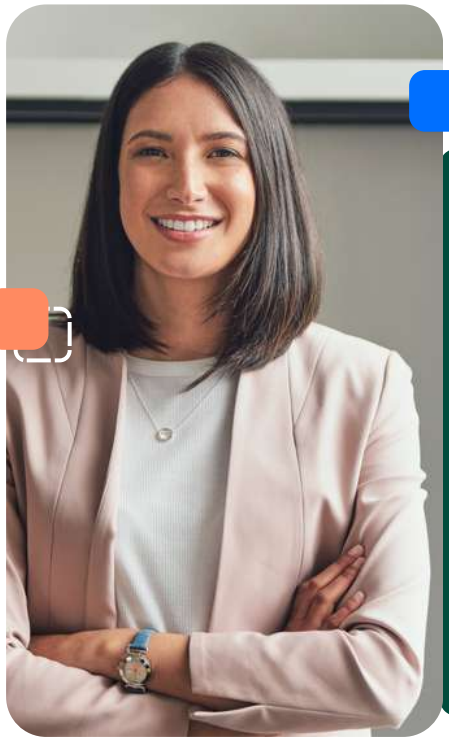
L'ACCOMPAGNEMENT

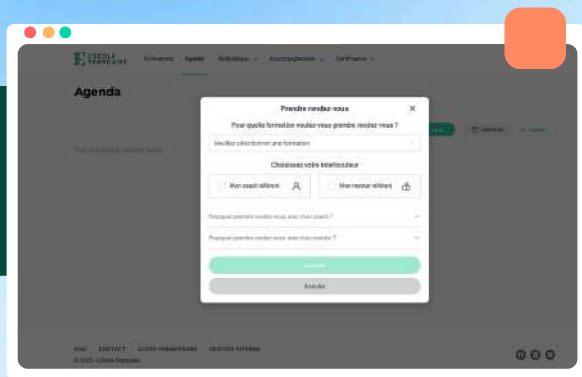
Découvrez l'accompagnement sur mesure de L'École Française conçu pour garantir votre réussite et faciliter votre parcours de formation.

VOTRE MENTOR DÉDIÉ : UN PROFESSIONNEL DU SECTEUR

- **Conseils pro :** Vous partage des conseils et astuces basés sur une riche expérience dans le domaine
- **Évolution des compétences :** Revient sur les notions clés et donne des explications détaillées
- **Boost de motivation :** Écoute et encourage pour surmonter les moments de doute et de challenge
- **Orientation carrière :** Informe et conseille pour aider à définir et à réaliser les objectifs professionnels
- **Retours continus :** Vous fait des retours réguliers et constructifs pour optimiser l'apprentissage

SES MISSIONS :
Vous projeter dans la réalité du secteur et partager des conseils clés pour réussir professionnellement





VOTRE RENDEZ-VOUS EN 1 CLIC

- Depuis l'onglet Agenda
- Sur le créneau qui vous convient
- Avec le mentor de votre choix
- Pour répondre à toutes vos questions
- Et bien plus encore !

VOTRE SÉANCE INDIVIDUELLE VOUS ATTEND

LES EXAMENS

À la fin de la formation, le candidat passe le BTS NDRC en candidat libre dans un centre désigné par le Rectorat. L'inscription, obligatoire via l'application Cyclades, se fait entre octobre et novembre de l'année précédente, avec dépôt des justificatifs avant la date fixée par chaque Académie.

LES ÉPREUVES DE MATIÈRES GÉNÉRALES

UE1 Culture générale et expression - Épreuve écrite : 4h

- **Objectif :** Évaluer la capacité de l'apprenant à comprendre et analyser un texte ainsi qu'à produire un écrit structuré et argumenté.
- **Déroulement :**
  - Partie 1 : Compréhension et analyse de documents.
  - Partie 2 : Production écrite sous forme d'un essai argumenté en lien avec une thématique d'actualité.

UE2 Communication en langue vivante étrangère - Épreuve orale et écrite
Épreuve écrite de 2 heures - coefficient 1.5 :

- **Compréhension de l'écrit et expression écrite :** Sous forme d'une étude de texte comprenant une synthèse en français afin de vérifier la compréhension et d'un exercice de rédaction en anglais en lien avec le domaine d'activité cible.

Épreuve orale de 20 minutes - coefficient 1.5 :

- **Compréhension de l'oral et production orale :** Sous forme d'un échange structurée autour d'un document audio. Evaluation de la compréhension, de la capacité à développer une expression argumentée ainsi que de la capacité d'expression et d'intonation.

UE3 Culture économique, juridique et managériale - Épreuve écrite : 4 heures

- **Objectif :** Apprécier la capacité de l'apprenant à mobiliser les compétences acquises pour éclairer des problématiques de gestion d'entreprise à travers un questionnement croisant les champs disciplinaires économique, juridique et managérial.
- **Déroulement :** L'épreuve repose sur une étude de cas sous forme de dossier et une série de questions permettant une analyse approfondie des thématiques abordées.

LES ÉPREUVES DE SPÉCIALISATION

UE4 : Développement de la relation client et vente conseil - Épreuve orale : 30 minutes - Coefficient 3

- **Déroulement :** Oral s'appuyant sur un dossier faisant référence aux situations professionnelles vécues ou observées par le candidat. Le candidat présente pendant 10 minutes les situations professionnelles avec une présentation numérique à l'appui. Puis le jury l'interroge sur les compétences du bloc, pendant les 20 minutes restantes.

LES EXAMENS

À la fin de la formation, le candidat passe le BTS NDRC en candidat libre dans un centre désigné par le Rectorat. L'inscription, obligatoire via l'application Cyclades, se fait entre octobre et novembre de l'année précédente, avec dépôt des justificatifs avant la date fixée par chaque Académie.

UE5 Animation, dynamisation de l'offre commerciale - Épreuve orale : 30 minutes - Coefficient 3

- **Déroulement :** Oral s'appuyant sur un dossier faisant référence aux situations professionnelles vécues ou observées par le candidat. Le candidat présente pendant 10 minutes les situations professionnelles avec une présentation numérique à l'appui. Puis le jury l'interroge sur les compétences du bloc, pendant les 20 minutes restantes.

UE6 Gestion opérationnelle - Épreuve écrite : 3 heures - Coefficient 3

- **Déroulement :** Sous forme d'étude de cas documentée (le contexte commercial, les infos nécessaires à la résolutions des problèmes posés) sur laquelle le candidat doit répondre aux questions et problèmes de gestion posés.

UE7 Management de l'équipe commerciale - Épreuve écrite : 2 heures 30 minutes - Coefficient 3

- **Déroulement :** Sous la forme d'une série de questions et/ou des problèmes à résoudre relatifs aux compétences du bloc. Le contexte d'entreprise sur lequel repose les questions est fixé à l'avance par circulaire nationale.

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL

NOS OFFRES

	BASE	PREMIUM
Accès exclusif au groupe Facebook réservé aux apprenants	✓	✓
Conférences spécialisées pour développer votre employabilité	✓	✓
Masterclass interactives animées en direct	✓	✓
Fiches synthèse et supports de cours PDF téléchargeables	✓	✓
Annales, examens blancs et conseils de révision	✓	✓
Cours vidéos engageants avec des formateurs experts	✓	✓
Accès à nos modules de coaching carrière	✓	✓
Accès illimité aux contenus et leurs mises à jour à vie	✗ Limité à 3 ans	✓
Coaching personnalisé jusqu'à la certification	✓	✓
Séances privées illimitées* de mentorat avec un expert *à raison de 1séance/jour pendant 2 ans	Limité à 24 séances	✓
TARIFS	**145.75€** pendant 24 mois soit 3 499€ au total Éligible à la prise en charge	**166.63€** pendant 24 mois soit 3 999€ au total Éligible à la prise en charge

LES POINTS CLÉS

ACCOMPAGNEMENT

Coaching personnalisé
Profitez de l'accompagnement 100% sur mesure pour avancer sereinement dans votre formation.

Mentorat illimité
Profitez de séances privées avec un expert du secteur. Corrections d'exercices, révisions, projet professionnel, il vous guide vers la réussite.

Service client prioritaire
Un problème ? Une question ? Un besoin ? Obtenez une réponse dans les plus brefs délais par mail ou par téléphone.

COMPÉTENCES

Cours vidéo accessibles à vie
Accédez à vos contenus de formation en illimité et l'ensemble de leurs mises à jour à vie

Préparation aux examens
Annales, examens blancs, conseils, obtenez votre diplôme dans les meilleures conditions.

Approche pratique
Entraînez-vous grâce aux nombreux exercices, quiz et cas pratiques disponibles

ÉCHANGES

Communauté d'apprenants
Rejoignez notre groupe Facebook privé pour échanger avec les autres apprenants et profitez d'actualités sur votre formation.

Notre communauté d'apprenant sur Facebook

EXPERTISE

Conférence spécialisées
Profitez de l'accompagnement 100% sur mesure pour avancer sereinement dans votre formation.

Masterclass interractives
Vivez des moments d'échanges avec un professionnel du secteur autour de thématiques clés en lien avec votre formation.

LES FINANCEMENTS

Pour faciliter l'accès à nos formations, **plusieurs financements** sont à votre disposition. **Vous pouvez choisir de financer votre formation par :**

- Carte bancaire en mensualités
- Votre entreprise grâce à son Plan de Formation ou son
- Opérateur de compétences
- Les organismes publics comme France Travail
- Votre Compte Personnel de Formation (CPF)

LE SECTEUR

LES ENJEUX ACTUELS

Face à l'évolution constante **des marchés et des comportements d'achat**, les enjeux du commerce intègrent **la maîtrise des tendances actuelles** et la capacité à instaurer **une relation client de confiance.** Ces éléments sont déterminants pour construire une stratégie commerciale efficace et pérenne.

→ **Évolution des attentes clients**
L'ère moderne voit les consommateurs devenir de plus en plus exigeants en matière de personnalisation et de réactivité des marques. Ils recherchent des expériences d'achat sur-mesure et des interactions plus humaines, même en ligne.

OPPORTUNITÉ
Se différencier en offrant des expériences client exceptionnelles, renforçant ainsi la fidélité et augmentant la valeur à vie du client.

→ **Automatisation et nouvelles technologies**
La transformation digitale entraîne une intégration croissante des technologies d'automatisation dans le commerce. Ces outils promettent d'améliorer l'efficacité, de réduire les coûts et d'offrir des expériences client plus fluides.

OPPORTUNITÉ
Ces innovations technologiques permettent d'optimiser les processus, mais aussi de devancer la concurrence en offrant des services novateurs.

→ **Durabilité et responsabilité sociale**
De plus en plus, les consommateurs tiennent compte des impacts environnementaux et sociaux de leurs achats. La durabilité est devenue un critère de choix majeur et les entreprises sont tenues de faire preuve de responsabilité éthique.

OPPORTUNITÉ
Les marques qui intègrent des pratiques durables et responsables dans leurs stratégies commerciales ont l'occasion de capter un marché croissant de consommateurs conscients et engagés, renforçant ainsi leur image et leur positionnement.

LES GRANDES LIGNES

Responsabilités diverses :
- Étude de marché
- Gestion de portefeuilles
- Négociation commerciale
- Suivi des ventes
- Mise en place de stratégies de vente

Cadre professionnel : Entreprises de toutes tailles, boutiques, plateformes e-commerce.

Compétences requises :
- Connaissance des marchés
- Techniques de vente
- Suivi clientèle et fidélisation
- Analyse de données
- Capacités relationnelles

Perspectives de carrière :
Postes de responsable commercial, manager de ventes ou directeur des opérations commerciales

LES MÉTIERS

COMMERCIAL TERRAIN

RÉMUNÉRATION : 1 700-2 700€ NET/MOIS

Développe le portefeuille clients d'une zone géographique en menant des actions de prospection, de négociation et de vente sur le terrain, en contact direct avec les clients.

CHARGÉ DE CLIENTÈLE

RÉMUNÉRATION : 1 900-3 000€ NET/MOIS

Assure le suivi et la fidélisation d'un portefeuille clients, en répondant à leurs besoins, en proposant des solutions adaptées et en garantissant leur satisfaction sur le long terme.

CONSEILLER COMMERCIAL

RÉMUNÉRATION : 1 500-2 800€ NET/MOIS

Accueille, conseille et vend des produits ou services, en identifiant les besoins du client et en apportant des réponses personnalisées pour conclure la vente.

ANIMATEUR DES VENTES

RÉMUNÉRATION : 1 700-3 500€ NET/MOIS

Dynamise les points de vente ou les réseaux de distribution en mettant en place des actions commerciales, en formant les équipes et en valorisant les produits pour stimuler les ventes.

LES CHIFFRES DU RECRUTEMENT

+70 000 PROJETS DE RECRUTEMENT

Le secteur du commerce est un secteur porteur avec +70 000 offres disponibles sur le site de France Travail couvrant l'ensemble de la France.

RÉMUNÉRATION

La rémunération dans le secteur du commerce est extrêmement variable puisqu'elle repose principalement sur les performances des commerciaux.

POURSUITE D'ÉTUDES

Le BTS NDRC est une excellente porte d'entrée vers le monde professionnel, mais il offre aussi de nombreuses opportunités de poursuite d'études pour approfondir ses compétences et accéder à des postes à plus haute responsabilité.

BACHELOR COMMERCE

- **Prérequis : Bac +2**
- **Durée : 12 mois**
- **Niveau obtenu : Bac +3**

Modalités

Modalités d'assistance du stagiaire lors de la séquence de formation réalisée à distance
1- Les compétences et les qualifications des personnes chargées d'assister le bénéficiaire de la formation :

Florence Tersiguel :
Master of Science in Management – Kedge Business School, spécialisation Marketing Management, Directrice de la formation de L'École Française, accompagnée de son équipe pédagogique.

Alexandre Tirman :
Directeur des consultants pédagogiques de L'École Française, assisté d'une équipe de conseillers experts métiers dédiés par parcours de formation.

2- Les modalités techniques selon lesquelles le stagiaire est accompagné ou assisté, les périodes et les lieux mis à sa disposition pour s'entretenir avec les personnes chargées de l'assister ou les moyens dont il dispose pour contacter ces personnes

Pendant toute la durée de la formation, le stagiaire est accompagné dans tous les cas via la messagerie intégrée à la plateforme e-learning de L'École Française.
Il peut également solliciter un accompagnement technique ou pédagogique par e-mail à l'adresse : support@lecolefrancaise.fr. Le stagiaire peut solliciter un ou plusieurs rendez-vous personnalisés avec un professionnel expert via la plateforme Calendly intégrée dans la plateforme e-learning.

Les professionnels experts disposent des qualités suivantes : fibre pédagogique, aisance orale, écrite et relationnelle, expertise métier.

3- Les délais dans lesquels les personnes en charge de son suivi sont tenues de l'assister en vue du bon déroulement de l'action, lorsque cette aide n'est pas apportée de manière immédiate.

Dans tous les cas, une assistance sera apportée au stagiaire dans un délai maximal de 7 jours après l'envoi d'un e-mail à l'adresse suivante : support@lecolefrancaise.fr

ÉVALUATION DES RÉSULTATS ET MODALITÉS DE SUIVI DE L'ACTION DE FORMATION

Chaque complétion d'un chapitre (ex. : cours vidéo) de la plateforme de formation à distance est enregistrée et conservée dans la base de données MySQL de la plateforme. Un rapport nominatif peut être édité à tout moment pour vérifier l'assiduité et la complétion des chapitres, et suivre l'exécution de l'action.

Au cours de la réalisation de la séquence de l'action de formation à distance, les acquis des stagiaires seront évalués grâce à différents tests en ligne (quiz type QCM, étude de cas, mise en situation, etc.).

Des e-mails de relance pourront également être adressés au Stagiaire, lorsque celui-ci n'aura pas exécuté la totalité de l'action de formation.

MODALITÉS DE SANCTION DE L'ACTION DE FORMATION

1- Certificateur et certification professionnelle

- **Certificateur : MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE**
- **Titre certifié : BTS - Management commercial opération (RNCP38362) Niveau 5.**

2- Modalités d'inscription aux épreuves du bloc de compétences de la certification professionnelle

A l'issue de votre formation, le candidat présente en candidat libre l'examen BTS Management Commercial Opérationnel (MCO) dans un centre sélectionné par le Rectorat de sa région.
Les inscriptions aux examens se font généralement entre octobre N-1 et Novembre N-1 pour des épreuves qui se dérouleront entre Mai et Juin de l'année N.
Les inscriptions se font exclusivement en ligne via l'application Cyclades. Pour que l'inscription soit définitive, il est nécessaire de téléverser toutes les pièces justificatives requises sur l'espace candidat Cyclades avant une échéance du mois de Novembre N-1 (fixé chaque année par chaque Académie).

3- Modalités d'évaluation lors des épreuves

La certification est composée de 7 blocs de compétences. Chaque bloc comporte une épreuve écrite et/ou orale indépendante les unes des autres.
Vous retrouverez le détail des épreuves par bloc de compétences ainsi que leur durée à la page 18.

4- Document délivré après le passage du bloc de la certification professionnelle

Le candidat obtient le Brevet de Technicien Supérieur (BTS) “Management Commercial Opérationnel”
Celui-ci est valable à vie

ACCESSIBILITÉ HANDICAP

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap physique à la condition qu’elles puissent utiliser un ordinateur, une tablette et/ou un smartphone.
Les personnes malentendantes et malvoyantes ne pourront toutefois pas bénéficier de manière autonome de l’ensemble des services proposés :

Les personnes malentendantes ne pourront pas exploiter l’audio de nos contenus vidéo et les formats podcast quand ils sont proposés, ni bénéficier des rendez-vous téléphoniques avec nos mentors.
Resteront accessibles : les visuels de nos contenus vidéos, nos supports de formation écrits (qui, selon le type de formation choisie, peuvent couvrir plus de 80 % des contenus vidéo) et la réalisation des quiz en ligne nécessaires à la réalisation de la formation.

Les personnes malvoyantes ne pourront pas exploiter les visuels de nos contenus vidéos et nos supports de formation écrits, ni réaliser les quiz en ligne sans être accompagnées.
Resteront accessibles : l’audio de nos contenus vidéo, les formats podcast quand ils sont proposés et les rendez-vous téléphoniques avec nos mentors.

L'ÉCOLE FRANÇAISE

lecolefrancaise.fr