

Stagiaire en BTS MCO

Management commercial opérationnel

I. - Cadre du stage

- Une entreprise commerciale ou une association à but lucratif.
- Statut scolaire (régime étudiant).
- Non salarié par l'entreprise.
- Soumis aux règlements intérieurs de l'école et de l'entreprise.
- Des périodes de 14 à 16 semaines sur 2 ans (8 semaines en 1^{ère} année, dont 4 consécutives et 7 semaines en 2^o année).
- La possibilité de faire toute ou partie du stage à l'étranger.
- L'acquisition et la mise en œuvre de compétences professionnelles.

La formation scolaire participe à la transmission de savoirs devant être mis en relation avec l'expérience terrain.

Les périodes en entreprise permettent d'acquérir et de mettre en œuvre les compétences professionnelles en lien avec le diplôme de technicien supérieur en management commercial opérationnel.

II. - Description des activités du stagiaire

Le titulaire du diplôme exerce son activité au sein d'une organisation qui distribue des produits et/ou services et propose une expérience d'achat omnicanale.

Les activités réalisées sont en lien avec les domaines de compétences :

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

(Cf annexe)

III - Evaluation du stagiaire

Une évaluation conjointe, au fil de la scolarité, est réalisée par le tuteur et les enseignants.

Le stagiaire réalise des dossiers de stage évalués par un jury composé d'un enseignant et d'un professionnel.

Domaine d'activités	Activités relevant du domaine :
<p style="text-align: center;">Domaine d'activités 1 :</p> <p style="text-align: center;">Développement de la relation client et vente conseil</p>	- collecte, analyse et exploitation de l'information commerciale ;
	- vente conseil ;
	- suivi de la relation client ;
	- suivi de la qualité de services ;
	- fidélisation de la clientèle ;
<p>Résultats attendus</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • L'environnement de la vente est maîtrisé. • La vente conseil est réalisée, avec la qualité de service requise, dans une démarche de pérennisation de la relation client. • Les clients sont satisfaits. • Les objectifs commerciaux sont réalisés. • Les objectifs de fidélisation et de développement de clientèle sont atteints. 	
<p style="text-align: center;">Domaine d'activités 2 :</p> <p style="text-align: center;">Animation et dynamisation de l'offre commerciale</p>	- élaboration et adaptation continue de l'offre de produits et de services ;
	- 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 ;
	- conception et mise en place de la communication au sein de l'unité commerciale ;
	- conception et mise en œuvre de la communication commerciale externe de l'unité commerciale ;
<p>Résultats attendus</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • L'offre de produits et de services est en adéquation avec les attentes de la clientèle, le contexte local et la politique de l'enseigne. • L'espace de vente est fonctionnel. • Le client est informé sur l'offre de produits et services pour favoriser l'acte d'achat. • L'espace de vente est attractif et déclenche les achats. • La notoriété, l'image et la fréquentation de l'unité commerciale sont satisfaisantes ou s'améliorent. • L'activité de l'unité commerciale fait l'objet d'un suivi permanent et d'une analyse. • Le niveau de satisfaction de la clientèle s'améliore. • Les performances commerciales sont analysées et des axes d'amélioration adaptés sont proposés. 	