

**B.T.S. Management Commercial Opérationnel - Session METTRE L'ANNEE D'EXAMEN
ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE (E42)
COMPTE-RENDU D'ACTIVITE**

Compte Rendu d'Activité n°... **NUMEROTEZ DE 1 A 4 ICI PAR EXEMPLE 1**

Titre de l'activité : ... **ELABORER ET ADAPTER L'OFFRE EN CONTINU**

CANDIDAT(E)	UNITE COMMERCIALE
NOM :	RAISON SOCIALE : NOM ENTREPRISE
PRENOM(S) : NOM ET PRENOM COMME DANS LA CONVOCATION	ADRESSE : ADRESSE DE VOTRE LIEU DE TRAVAIL

COMPETENCES CLES MOBILISEES		COMPETENCES (A renseigner)
Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services	X	Analyser la demande
	X	Analyser l'offre existante
	X	Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale
Organiser l'espace commercial		Agencer l'espace commercial Garantir la disponibilité de l'offre Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité
Développer les performances de l'espace Commercial		Mettre en valeur les produits - Optimiser l'implantation de l'offre Proposer et organiser des animations commerciales Proposer et organiser des opérations promotionnelles
Mettre en place la communication commerciale		Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale
Évaluer l'action commerciale		Analyser l'impact des actions mises en œuvre Proposer des axes d'amélioration ou de développement

Dans ce tableau vous mettrez les rubriques suivantes

La date et la durée : Mettez des dates précises. Du xx au xx et précisez la durée

Le contexte professionnel Pourquoi vous faites cette activité ? Qu'est ce qui la justifie ?

Les objectifs poursuivis : Il faut qu'ils soient SMART.

La méthodologie utilisée : Une suggestion est que vous repreniez comme trame de travail les compétences et les sous-compétences comme étape de l'activité et de la rédaction. Il faudra rédiger, expliquer comment vous avez fait. Et mettre en avant ces compétences et montrer que c'est vous qui avez proposé cette méthodologie car vous avez eu la force de proposition et que vous avez fixé les objectifs ; Ces critères sont importants pour prouver que vous maîtrisez la compétence pas juste que vous l'avez.

I- Analyser la demande c'est-à-dire –

Etape 1 Identifier et analyser au niveau global les composantes de la demande à prendre en compte afin d'élaborer et d'adapter l'offre de produits et de services

Etape 2 - Appréhender les influences de l'environnement (culturel, social, sociétal, écologique...) sur la demande –

Etape 3 Apprécier la demande et son évolution

Etape 4 - Caractériser la clientèle actuelle et potentielle de l'unité commerciale

Etape 5 - Compléter les analyses de la demande globale et locale en recourant de façon pertinente à des indicateurs économiques et commerciaux (Taux d'équipement et de pénétration, budget moyens, IDC, IRV, taux de transformation, panier moyen, taux d'encartage...)

II- Analyser l'offre existante C'est-à-dire

Etape 1- Identifier et analyser au niveau global les composantes de l'offre à prendre en compte afin d'élaborer et d'adapter l'offre de produits et de services

Etape 2- Appréhender les influences de l'environnement (technologique, juridique, politique...) sur l'offre

Etape 3 Identifier les concurrents physiques de l'unité commerciale sur sa zone de chalandise et sa concurrence virtuelle et mesurer leur position concurrentielle

Etape 4 Analyser l'offre multicanale de l'unité commerciale et de ses concurrents au niveau de toutes ses composantes : positionnement, assortiment, services, fidélisation, prix (notamment les conditions générales de vente), qualité du service rendu, communication...

Etape 5 Identifier ses points forts et ses points faibles par rapport aux concurrents

Etape 6 Mettre en œuvre une démarche de benchmarking interne ou externe

III- Construire ou adapter l'offre de l'unité commerciale selon les études précédentes

Etape 1 - Agir sur l'étendue de l'assortiment physique et/ou virtuel et son niveau de gamme - Sélectionner l'offre de produits et services

Etape 2- Agir sur la répartition de l'assortiment entre l'offre physique et digital

• Les moyens et les techniques mis en œuvre :

Là encore pour montrer que vous maîtrisez la compétence vous devez souligner que vous avez fait cela avec l'aide d'un stagiaire, que vous avez suivi l'action pour corriger éventuellement et que vous avez anticipé les contraintes

• Les résultats obtenus. Ils doivent être dépassés

Pour la seconde fiche vous gardez la même en tête et vous indiquez

Compte Rendu d'Activité n°...**NUMEROTEZ DE 1 A 4 ICI PAR EXEMPLE 2**

Titre de l'activité : ...Organiser l' espace commercial

CANDIDAT(E)	UNITE COMMERCIALE
NOM :	RAISON SOCIALE : NOM ENTREPRISE
PRENOM(S) : NOM ET PRENOM COMME DANS LA CONVOCATION	ADRESSE : ADRESSE DE VOTRE LIEU DE TRAVAIL

COMPETENCES CLES MOBILISEES		COMPETENCES (A renseigner)
Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services		Analyser la demande Analyser l'offre existante Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale
Organiser l'espace commercial	X X X	Agencer l'espace commercial Garantir la disponibilité de l'offre Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité
Développer les performances de l'espace Commercial		Mettre en valeur les produits - Optimiser l'implantation de l'offre Proposer et organiser des animations commerciales Proposer et organiser des opérations promotionnelles
Mettre en place la communication commerciale		Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale
Évaluer l'action commerciale		Analyser l'impact des actions mises en œuvre Proposer des axes d'amélioration ou de développement

Dans ce tableau vous mettrez les rubriques suivantes

La date et la durée : Mettez des dates précises. Du xx au xx et précisez la durée

Le contexte professionnel Pourquoi vous faites cette activité ? Qu'est ce qui la justifie ?

Les objectifs poursuivis : Il faut qu'ils soient SMART.

La méthodologie utilisée : Une suggestion est que vous repreniez comme trame de travail les compétences et

les sous compétences comme étape de l'activité et de la rédaction IL faudra rédiger, expliquer comment vous avez fait Et mettre en avant ces compétences et montrer que c'est vous qui avez proposé cette méthodologie car vous avez eu la force de proposition et que vous avez fixé les objectifs ; Ces critères sont importants pour prouver que vous maîtrisez la compétence pas juste que vous l'avez.

I- Agencer l'espace commercial c'est-à-dire –

Etape 1 Agencer l'espace commercial physique ou virtuel dans une optique « client »

Etape 2. Agencer la surface de vente afin de fluidifier le parcours client, d'améliorer le confort d'achat, de faciliter et de susciter les achats.

Etape 3. Assurer l'information et le repérage du client dans l'unité commerciale

Etape 4. Intégrer les équipements digitaux sur la surface de vente

Etape 5 Agencer les réserves et la surface de vente en prenant en compte les contraintes logistiques et techniques afin de - Faciliter le travail et de contribuer au confort du personnel

Etape 6 Faciliter les manutentions et le réassort

Etape 7 Limiter les dysfonctionnements, les incidents et les coûts

Etape 8 Lutter contre la démarque connue et inconnue

II- Garantir la disponibilité de l'offre C'est-à-dire

Etape 1 Assurer le réassortiment des linéaires

Etape 2 - Maintenir des linéaires bien approvisionnés et vendeurs afin de faciliter les achats

Etape 3- Vérifier la disponibilité des produits en magasin et en ligne

Etape 4- Préparer la commande du client notamment dans le cadre du drive, du click and collect, de la e-réservation, des points relais

III- Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif

Etape 1 Assurer en permanence l'information et le repérage du client dans l'unité commerciale physique ou virtuelle

Etape 2- Veiller à assurer l'attractivité permanente de l'espace commercial en le maintenant propre et bien rangé

Etape 3 Assurer la visibilité des produits dans les linéaires (facing, étiquetage...) et sur le site internet

IV- Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité

Etape 1 Veiller au respect des préconisations en termes d'organisation de l'espace commercial

Etape 2 Veiller au respect des règles de sécurité et d'hygiène

Etape 3 Veiller au respect de la réglementation en matière d'accessibilité aux personnes handicapées de l'unité commerciale

Etape 4 Assurer la maintenance, anticiper les risques et gérer les incidents

• Les moyens et les techniques mis en œuvre :

La encore pour montrer que vous maîtrisez la compétence vous devez souligner que vous avez fait cela avec l'aide d'un stagiaire, que vous avez suivi l'action pour corriger éventuellement et que vous avez anticipé les contraintes

• Les résultats obtenus.

Ils doivent être dépassés

Titre de l'activité : ...Développer les performances de l'espace commercial

CANDIDAT(E)	UNITE COMMERCIALE
NOM :	RAISON SOCIALE : NOM ENTREPRISE
PRENOM(S) : NOM ET PRENOM COMME DANS LA CONVOCATION	ADRESSE : ADRESSE DE VOTRE LIEU DE TRAVAIL

COMPETENCES CLES MOBILISEES		COMPETENCES (A renseigner)
Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services		Analyser la demande Analyser l'offre existante Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale
Organiser l'espace commercial		Agencer l'espace commercial Garantir la disponibilité de l'offre Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité
Développer les performances de l'espace Commercial	x x x x	Mettre en valeur les produits - Optimiser l'implantation de l'offre Proposer et organiser des animations commerciales Proposer et organiser des opérations promotionnelles
Mettre en place la communication commerciale		Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale
Évaluer l'action commerciale		Analyser l'impact des actions mises en œuvre Proposer des axes d'amélioration ou de développement

Dans ce tableau vous mettrez les rubriques suivantes

La date et la durée : Mettez des dates précises. Du xx au xx et précisez la durée

Le contexte professionnel Pourquoi vous faites cette activité ? Qu'est ce qui la justifie ?

Les objectifs poursuivis : Il faut qu'ils soient SMART.

La méthodologie utilisée : Une suggestion est que vous repreniez comme trame de travail les compétences et les sous compétences comme étape de l'activité et de la rédaction IL faudra rédiger, expliquer comment vous avez fait Et mettre en avant ces compétences et montrer que c'est vous qui avez proposé cette méthodologie car vous avez eu la force de proposition et que vous avez fixé les objectifs ; Ces critères sont importants pour prouver que vous maîtrisez la compétence pas juste que vous l'avez.

I- *Mettre en valeur les produits c'est-à-dire –*

Etape 1 Mettre en œuvre des techniques de merchandising de séduction et développer des facteurs d'ambiance dans l'unité commerciale physique

2- Mettre en œuvre les techniques d'e-merchandising

3- Mettre en valeur les produits sur un site de e-commerce - Recourir à des solutions digitales de valorisation de l'offre

II- *Optimisation de l'implantation de l'offre C'est-à-dire*

Etape 1 Mettre en œuvre des techniques de merchandising de gestion pour une allocation optimale du linéaire

Etape 2 Mettre en œuvre un plan d'implantation et respecter les préconisations du siège.

Etape 3 Mettre en œuvre les techniques d'e-merchandising

Etape 4 Réaliser des préconisations de réimplantation

III- *Proposer et organiser des animations commerciales*

Etape 1 Proposer et organiser des animations commerciales cohérentes avec le contexte local et avec la politique commerciale de l'enseigne

Etape 2- Proposer des animations commerciales dans les unités commerciales virtuelles

Etape 3- Respecter la réglementation en matière d'animations commerciales

IV- *Proposer et organiser des opérations promotionnelles*

Etape 1 Proposer et organiser des opérations promotionnelles cohérentes avec le contexte local et avec la politique commerciale de l'enseigne

Etape 2 Proposer des opérations promotionnelles dans les unités commerciales virtuelles

Etape 3 Respecter la réglementation en matière d'opérations promotionnelles

• Les moyens et les techniques mis en œuvre ;

La encore pour montrer que vous maîtrisez la compétence vous devez souligner que vous avez fait cela avec l'aide d'un stagiaire, que vous avez suivi l'action pour corriger éventuellement et que vous avez anticipé les contraintes

• Les résultats obtenus.

Ils doivent être dépassés

Compte Rendu d'Activité n°...NUMEROTEZ DE 1 A 4 ICI PAR EXEMPLE 4

Titre de l'activité : ...Concevoir et mettre en place la communication commerciale

CANDIDAT(E)

UNITE COMMERCIALE

NOM : PRENOM(S) : NOM ET PRENOM COMME DANS LA CONVOCATION	RAISON SOCIALE : NOM ENTREPRISE ADRESSE : ADRESSE DE VOTRE LIEU DE TRAVAIL
--	---

COMPETENCES CLES MOBILISEES		COMPETENCES (A renseigner)
Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services		Analyser la demande Analyser l'offre existante Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale
Organiser l'espace commercial		Agencer l'espace commercial Garantir la disponibilité de l'offre Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité
Développer les performances de l'espace Commercial		Mettre en valeur les produits - Optimiser l'implantation de l'offre Proposer et organiser des animations commerciales Proposer et organiser des opérations promotionnelles
Mettre en place la communication commerciale	X X X	Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale
Évaluer l'action commerciale		Analyser l'impact des actions mises en œuvre Proposer des axes d'amélioration ou de développement

Dans ce tableau vous mettrez les rubriques suivantes

La date et la durée : Mettez des dates précises. Du xx au xx et précisez la durée

Le contexte professionnel Pourquoi vous faites cette activité ? Qu'est ce qui la justifie ?

Les objectifs poursuivis : Il faut qu'ils soient SMART.

La méthodologie utilisée : Une suggestion est que vous repreniez comme trame de travail les compétences et les sous compétences comme étape de l'activité et de la rédaction IL faudra rédiger, expliquer comment vous avez fait Et mettre en avant ces compétences et montrer que c'est vous qui avez proposé cette méthodologie car vous avez eu la force de proposition et que vous avez fixé les objectifs ; Ces critères sont importants pour prouver que vous maîtrisez la compétence pas juste que vous l'avez.

I- Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale sur le lieu de vente ; c'est-à-dire

Etape 1 Implanter sur le lieu de vente les supports de communication diffusés par l'enseigne
Etape 2 - Choisir et concevoir des supports de communication sur le lieu de vente adaptés aux cibles et pertinents au regard des objectifs à atteindre et du budget alloué
Etape 3 Évaluer le coût et la rentabilité d'une opération de communication sur le lieu de vente
Etape 4 Intégrer les équipements digitaux sur la surface de vente et en développer l'utilisation
Etape 5 Veiller à respecter la réglementation en matière de communication sur le lieu de vente

II- Concevoir et mettre en place la communication externe

Etape 1 Choisir des moyens et des supports de communication externe adaptés aux cibles et pertinents au regard des objectifs à atteindre et du budget alloué
Etape 2 Évaluer le coût et la rentabilité d'une opération de communication externe
Etape 3 Concevoir des supports de communication commerciale externe et un message adapté aux objectifs à atteindre et à la cible visée
Etape 4 Respecter la réglementation en matière de communication externe

III- Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale

Etape 1 Choisir les réseaux sociaux adaptés à la cible et aux objectifs à atteindre dans le cadre de la communication commerciale
Etape 2 Développer des actions de communication innovantes sur le lieu de vente et externe qui intègrent les outils et supports digitaux

- Les moyens et les techniques mis en œuvre :

Là encore pour montrer que vous maîtrisez la compétence vous devez souligner que vous avez fait cela avec l'aide d'un stagiaire, que vous avez suivi l'action pour corriger éventuellement et que vous avez anticipé les contraintes

- Les résultats obtenus.
Ils doivent être dépassés

Compte Rendu d'Activité n°...**NUMEROTEZ DE 1 A 4 ICI PAR EXEMPLE 5**
Titre de l'activité : ...Concevoir et mettre en place la communication commerciale

NOM : PRENOM(S) : NOM ET PRENOM COMME DANS LA CONVOCATION	RAISON SOCIALE : NOM ENTREPRISE ADRESSE : ADRESSE DE VOTRE LIEU DE TRAVAIL
--	---

COMPETENCES CLES MOBILISEES		COMPETENCES (A renseigner)
Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services		Analyser la demande Analyser l'offre existante Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale
Organiser l'espace commercial		Agencer l'espace commercial Garantir la disponibilité de l'offre Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité
Développer les performances de l'espace Commercial		Mettre en valeur les produits - Optimiser l'implantation de l'offre Proposer et organiser des animations commerciales Proposer et organiser des opérations promotionnelles
Mettre en place la communication commerciale		Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale
Évaluer l'action commerciale	X X	Analyser l'impact des actions mises en œuvre Proposer des axes d'amélioration ou de développement

Dans ce tableau vous mettrez les rubriques suivantes

La date et la durée : Mettez des dates précises. Du xx au xx et précisez la durée

Le contexte professionnel Pourquoi vous faites cette activité ? Qu'est ce qui la justifie ?

Les objectifs poursuivis : Il faut qu'ils soient SMART.

La méthodologie utilisée : Une suggestion est que vous repreniez comme trame de travail les compétences et les sous compétences comme étape de l'activité et de la rédaction IL faudra rédiger, expliquer comment vous avez fait Et mettre en avant ces compétences et montrer que c'est vous qui avez proposé cette méthodologie car vous avez eu la force de proposition et que vous avez fixé les objectifs ; Ces critères sont importants pour prouver que vous maîtrisez la compétence pas juste que vous l'avez.

I- Analyser l'impact des actions mises en œuvre c'est-à-dire

Etape 1 Mettre en place des indicateurs de performance

Etape 2 Concevoir les outils de collecte de données et mettre en œuvre les opérations de recueil des informations
Etape 3 Évaluer les performances quantitatives et qualitatives des opérations commerciales et notamment les retombées quantitatives et qualitatives sur les réseaux sociaux

II- Proposer des axes d'amélioration ou du développement

Proposer des axes d'amélioration en/ou de développement en tenant compte des performances obtenues et des réalités locales et nationale

- Les moyens et les techniques mis en œuvre :

La encore pour montrer que vous maîtrisez la compétence vous devez souligner que vous avez fait cela avec l'aide d'un stagiaire, que vous avez suivi l'action pour corriger éventuellement et que vous avez anticipé les contraintes

- Les résultats obtenus.

Ils doivent être dépassés