

GUIDE DU TUTEUR

Ce guide est complété par le tuteur durant la première année de BTS. Une copie doit être fournie au professeur et à l'étudiant

ACCUEIL D'UN ETUDIANT EN BTS MUC

Management des Unités
Commerciales

Stage de 1ère année

Analyse et conduite de la
Relation Commerciale

The Auchan logo is displayed in white on a red rectangular background. It features a stylized bird icon to the left of the word 'Auchan' in a bold, sans-serif font. The background of the entire page is a collage of images from an Auchan supermarket, showing staff members in red uniforms and customers in various sections of the store, including a checkout area and a display labeled 'espace accord'.

Auchan

STAGE DE PREMIERE ANNEE DE BTS DANS LA GRANDE DISTRIBUTION

Une formation adaptée à vos besoins	Le titulaire du BTS MUC a pour perspective de prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale dans laquelle il aura des missions de management, de gestion de la relation avec la clientèle, de gestion et animation de l'offre de produits et services, et de recherche et exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale.
Pour occuper quel emploi ?	En début de carrière, un titulaire du BTS devrait pouvoir occuper un poste de Second de rayon, ou d'Assistant de chef de rayon.
Stage de 1^{ère} année	Analyse et Conduite de la Relation Commerciale Des missions (les objectifs et les moyens sont définis) et activités professionnelles doivent être réalisées : * au cours de 20 demi-journées (ou 10 journées) maximum réparties dans l'année en accord avec l'équipe pédagogique (préparation et suivi du stage) * au cours des 6 à 7 semaines de stage (pouvant être fractionnées en deux périodes)
Rôle des intervenants	Rôle du tuteur en entreprise : <ul style="list-style-type: none">☞ confier des activités et missions en adéquation avec le métier et le niveau de formation☞ assurer une formation effective et un suivi efficace du stage évaluant les compétences et savoirs acquis par l'étudiant au cours du stage☞ évaluer l'étudiant conjointement avec le professeur☞ participer si possible aux commissions d'interrogation orale du BTS (le tuteur de BTS ne peut pas interroger l'étudiant qu'il a formé)
Le tuteur	
Le professeur	Rôle du responsable pédagogique : <ul style="list-style-type: none">☞ vérifier l'adéquation des activités et des missions confiées à l'étudiant, avec le référentiel du BTS MUC☞ amener l'étudiant à faire un lien entre les activités et missions réalisées en entreprise et les connaissances étudiées en cours
L'étudiant	Rôle de l'étudiant stagiaire : <ul style="list-style-type: none">☞ connaître avec précision les activités et missions à assurer pendant ce stage☞ comprendre le lien entre les activités/missions et les compétences/connaissances à acquérir compte tenu des exigences du diplôme

ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Objectifs du stage de 1^{ère} année de BTS

L'étudiant découvre en première année le fonctionnement courant de l'unité commerciale, et l'application de politiques commerciales décidées en amont.

- ↺ Mettre en œuvre des activités courantes liées à la gestion d'une unité commerciale : activités liées à la gestion d'un rayon
- ↺ Assurer les contacts commerciaux avec la clientèle
- ↺ Participer au processus d'approvisionnement
- ↺ Observer l'organisation de l'unité commerciale et de son équipe (dimension Management importante)

Activités à confier au stagiaire

1. Pendant la période d'intégration ou les journées de missions

	Missions et activités réalisées par l'étudiant	Oui	Non	Observations du tuteur
Analyse du rayon / du magasin et de son environnement	<ul style="list-style-type: none">➤ Activité, métiers, organisation, marché et zone de chalandise : concurrents, clients/prospects, performances commerciales et financières...			
Étude du fonctionnement de l'équipe commerciale	<ul style="list-style-type: none">➤ Recrutement, rémunération, animation, statuts, missions, style et outils du management➤ Fonctionnement, hiérarchie, tâches, organisation du travail, répartition des horaires			
Analyse du système d'information commerciale de l'enseigne et du rayon	<ul style="list-style-type: none">➤ Organisation des données, matériels, logiciels, procédures d'accès et de manipulation des données➤ Sources d'informations sur le marché, les clients (caractéristiques, satisfaction, fidélité...), les concurrents...			
Autres missions ou activités	Préciser leur nature :			

Documents que l'étudiant doit réaliser :

- un descriptif de l'unité commerciale présentant son contexte géographique (zone de chalandise), commercial (offre, clientèle, concurrence) et organisationnel (organisation interne, fonctions marketing et commerciales avec leurs domaines de responsabilité, siège et réseau auxquels l'unité est éventuellement rattachée) : 3 pages maximum
- un descriptif du système d'information commerciale de l'unité commerciale : 2 pages (organisation du recueil de l'information sur la clientèle, la concurrence et l'environnement, gestion des approvisionnements, moyens informatiques utilisés, etc)

2. Pendant la période du stage en continu (4 à 6 semaines)

Activités ou missions à confier à l'étudiant :

<i>Compétences du référentiel du BTS</i>	<i>Missions et activités réalisées par l'étudiant</i>	<i>Oui</i>	<i>Non</i>	<i>Observations du tuteur</i>
<p>* Assurer le fonctionnement de l'UC</p> <p>* Suivre le cycle d'exploitation</p> <p>* Organiser la maintenance, l'entretien et le renouvellement des équipements</p> <p>* Traiter les incidents</p> <p>* Assurer la communication des résultats</p>	<p>Gestion courante du rayon</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Présentation des produits (rangement, étiquetage, balisage...) ➤ Contrôle du respect de la réglementation (hygiène, propreté, prix) ➤ Vérification et fixation des prix ➤ Prise en compte des remarques des clients et transmission des informations aux responsables 			
	<p>Réalisation d'un diagnostic du fonctionnement du rayon en termes de points forts et faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Attractivité du rayon (clarté, facteurs d'ambiance...) ➤ Application de la réglementation (étiquetage, hygiène et sécurité) ➤ État des équipements ➤ Performances (chiffre d'affaires, marge, rentabilité, démarque) ➤ Respect des objectifs du magasin ➤ Proposition d'améliorations 			
	<p>Mise en place des produits et des services et analyse de leur visibilité et attractivité</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Implantation du linéaire en respectant les règles spécifiques à l'unité commerciale ➤ Mise en valeur des insatisfactions des clients ou des dysfonctionnements d'organisation ➤ Propositions d'améliorations 			
<p>* Agencer la surface de vente</p> <p>* Mettre en valeur les produits et assurer la visibilité des services</p> <p>* Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel</p>	<p>Optimiser l'implantation d'une ou plusieurs familles de produits</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyse d'une famille ➤ Proposition justifiée de modifications d'implantation respectant la politique merchandising... 			
	<p>Analyse des conséquences d'une réimplantation du linéaire</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mise en valeur des changements effectués ➤ Mesure des performances ➤ Propositions d'améliorations 			
	<p>Analyser l'agencement de la surface de vente</p>			
<p>* Vendre, préparer l'entretien de vente</p> <p>* Établir le contact avec le client</p> <p>* Argumenter</p> <p>* Conclure la vente</p>	<p>Préparation des contacts clients</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaissance de la clientèle : caractéristiques, besoins, motivations, attentes, critères de choix... ➤ Connaissance de l'offre (produits et services) : caractéristiques techniques et commerciales... ➤ Connaissance du contexte de marché. ➤ Analyse, élaboration de supports : argumentaire, plaquette de présentation de produits, plan de découverte, scripts, charte d'accueil, bible de traitement des réclamations... ➤ Définition du contexte : objectifs, marges de manœuvre (concessions possibles...) 			

Compétences du référentiel du BTS	Missions et activités réalisées par l'étudiant	Oui	Non	Observations du tuteur
<ul style="list-style-type: none"> * Assurer la qualité du service de la clientèle * Accueillir, informer, conseiller * Gérer les insatisfactions et les suggestions * Suivre la qualité des prestations 	<p>Réalisation des contacts commerciaux (vente, relation de service, négociation...)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mise en œuvre d'une méthode rigoureuse (identification des clients, découverte des besoins, argumentation..) ➤ Maîtrise des dimensions du contact client : établir la relation, faire naître et maintenir la confiance, défendre ses exigences et convaincre, conserver la maîtrise de l'entretien, faire aboutir la négociation et conclure <p>Participation aux actions de marketing après vente</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Suivi des commandes, analyse et traitement des réclamations, suivi et analyse de la satisfaction des clients, suivi de la qualité des prestations 			
<ul style="list-style-type: none"> * Gérer les achats et les approvisionnements * Assurer la qualité du processus d'approvisionnement * Sélectionner les fournisseurs * Négocier les achats 	<p>Prise en charge des approvisionnements</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestion des stocks ➤ Calcul des commandes ➤ Utilisation du système d'information sur l'évolution des ventes, des stocks, des approvisionnements ➤ Alimentation du système d'information : tableau de bord, etc. <p>Repérage et analyse des dysfonctionnements dans les domaines de la régularité des approvisionnements et de la gestion des stocks pour une catégorie de produits déterminée</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Caractéristiques générales de la famille : intensité et régularité de la demande, indicateurs (rotation, cadence des approvisionnements, couverture...) ➤ Évaluation de l'optimisation des approvisionnements (régularité, niveaux de stock, ruptures...) ➤ Impact de l'organisation sur la démarque... ➤ Adaptation du processus de commande (rapidité, déclenchement...) ➤ Proposition d'améliorations prenant en compte les spécificités liées à la nature du produit (ex. : DLC) ou au contexte de marché (ex. : actions des concurrents) ➤ Réalisation ou participation à l'achat d'un matériel 			
<ul style="list-style-type: none"> * Organiser le travail * Répartir les tâches * Animer l'équipe * Évaluer l'organisation du travail 	<p>Participation au management de l'équipe commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Réunions ➤ Animations d'équipes <p>Analyse de l'organisation de l'équipe commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Répartition des tâches entre les membres de l'équipe (ex. : construction / analyse d'un tableau de répartition des tâches) ➤ Évaluation de l'efficacité commerciale : proximité de l'équipe (en quantité et en compétence) avec la clientèle (flux, niveau de service, attentes) ➤ Évaluation de l'adaptation de l'équipe (taille, compétences) aux besoins de gestion du rayon ➤ Quantification des dysfonctionnements par des indicateurs et recherche de leurs causes ➤ Proposition d'améliorations prenant en considération les contraintes spécifiques de l'unité commerciale (consignes, procédures...) et la réglementation générale 			

Documents que l'étudiant doit réaliser

- un récapitulatif des missions et activités ponctuelles confiées dans le cadre :
 - des *relations avec la clientèle*
 - du *management opérationnel* de l'équipe commerciale
- pour chaque mission : une fiche bilan comportant une analyse, le descriptif des utilisations des moyens informatiques de l'unité commerciale, ainsi qu'une auto-évaluation

L'accès aux ressources par l'étudiant

Compte tenu des exigences de l'examen du BTS MUC, l'étudiant doit pouvoir accéder aux ressources suivantes pendant le stage de 1^{ère} année :

Informations	OUI	NON
Données sur les clients, les produits, les services (études, documents commerciaux, plaquettes, catalogues...)		
Données sur la concurrence (études, relevés de prix...)		
Supports d'aide à la vente et à la relation de service : argumentaires, traitement objections, scripts et guides d'entretiens, guides d'accueil client ou d'animation, fichiers...		
Tarifs, barèmes de prix, conditions générales de vente, conditions de garantie...		
Méthodes, procédures, bibles, chartes qualité... spécifiques à l'unité commerciale		
Plans d'action commerciale		
Données sur les fournisseurs : catalogues, accords, cahiers des charges, procédures ou consignes		
Données sur la gestion des approvisionnements et des stocks : procédures spécifiques de l'UC, cadenciers et états statistiques, bons de commande, cahiers de rupture, classeur de réception		
Données sur la politique du rayon, ses objectifs, normes et indicateurs commerciaux et financiers spécifiques		
Données sur le management de l'équipe commerciale : programmes de formation et de stimulation, informations et documentations sur le personnel, l'organisation du travail		

Outils informatiques et de communication	OUI	NON
Gestion de base de données		
Gestion commerciale		
Traitement d'enquêtes		
Gestion des approvisionnements		
Traitement de texte		
Accès aux réseaux internes et externes		
Autres, précisez		

Les **missions et activités** menées par l'étudiant au cours du stage **sont évaluées au cours d'une épreuve** de contrôle en cours de formation par un jury mixte (professionnel, professeur). Une grille d'évaluation est fournie ci-dessous à *titre d'information*.

Ce guide a pour objet de **définir avec précision la nature des missions et des activités à confier à l'étudiant** pour qu'il ait les meilleures chances de réussir son examen. Dans ce contexte, les missions et activités doivent couvrir la plus grande partie des compétences indiquées par le référentiel du BTS Management des Unités Commerciales.

Ces compétences sont indiquées dans ce document en liaison avec les activités et les missions qui peuvent être confiées au stagiaire.

BTS Management des Unités commerciales SESSION 2006

CANDIDAT : Nom : Prénom(s) : Matricule :	Date : <input type="checkbox"/> Matin <input type="checkbox"/> Après midi Commission n° :
A/ DEROULEMENT DE L'EPREUVE	
Partie 1 – PRESENTATION DU CADRE DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES	-- - + ++
Présentation de l'unité commerciale (sous l'angle commercial et organisationnel)	
Présentation du système d'information commerciale	
<i>Observations de la commission sur la présentation par le candidat et au cours de l'entretien :</i>	
Partie 2 – TRAITEMENT D'UN PROBLEME COMMERCIAL	-- - + ++
sujet :	
❖ Traitement du thème (question 1)	
❖ Résolution du problème (question 2)	
❖ Synthèse et élargissement en relation avec les missions (question 3)	
<i>Observations de la commission sur la présentation par le candidat et au cours de l'entretien :</i>	
Partie 3 – MISSIONS ET ACTIVITES	-- - + ++
Les missions et activités	
Les connaissances mobilisées à l'occasion de l'expérience en entreprise	
NUMEROS DES FICHES BILAN SUPPORTS DE L'ENTRETIEN :	
<i>Observations de la commission :</i>	

B/ ANALYSE DES MISSIONS ET ACTIVITES				
COMPETENCES MISES EN ŒUVRE			SAVOIRS ASSOCIES MOBILISES	
C12	Organiser le travail		S41	Les bases de la mercatique
C21	Assurer le fonctionnement de l'UC		S421	La relation commerciale et son contexte
C41	Vendre		S422	La relation commerciale et le marché
C42	Assurer la qualité de service à la clientèle		S423	La relation commerciale et la mercatique opérationnelle de l'unité commerciale
C51	Élaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle		S424	Le contexte organisationnel de l'unité commerciale
C52	Gérer les achats et les approvisionnements		S425	L'évaluation des performances
C53	Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel		S531	Le contexte réglementaire
C54	Dynamiser l'offre de produits et de services		S532	L'équipe commerciale
C63	Enrichir et exploiter le système d'informations commerciales		S54	L'organisation de l'équipe
C64	Intégrer les technologies de l'information dans son activité		S61	La gestion courante de l'UC
Observations sur le contenu des activités et missions à partir du dossier, des éléments apportés par le candidat et de l'entretien:			S63	La gestion de l'offre de l'UC
			S65	L'évaluation des performances de l'UC
			S7	La communication
			S82	L'organisation de l'information
			S84	L'informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle
			S853	La mise en place de l'offre dans l'UC
			S87	La présentation et la diffusion de l'information commerciale

C/ SYNTHESE ET NOTATION				
CRITERES D'EVALUATION DU CANDIDAT	--	-	+	++
Maîtrise des connaissances et des savoirs faire mobilisés				
Adaptation des méthodes et des outils aux situations professionnelles				
Qualité de l'analyse du système d'information et maîtrise des outils informatiques				
Qualité de l'analyse du contexte local de l'UC				
Qualité de l'analyse des situations professionnelles				
Diversité des missions exercées et degré de couverture du champ professionnel				
Responsabilité et autonomie dans les missions menées				
Qualité de la communication orale du candidat				
<i>COMMENTAIRE SUR L'ENSEMBLE DE LA PRESTATION (justification de la note)</i>				
				NOTE SUR 20 ⁽¹⁾
(1) note arrondie au demi point				
<u>Membres de la commission :</u>		<u>Signatures :</u>		

COORDONNÉES DES INTERLOCUTEURS ET PARTENAIRES

BTS Management des Unités Commerciales

L'établissement scolaire	L'entreprise
Nom : Adresse : Tél. Fax Mél :	Nom : Adresse : Tél. Fax Mél :
L'étudiant	Le tuteur
Nom et prénom : Adresse : Tél. Mél :	Nom et prénom : Fonction : Tél. Fax Mél :

Périodes de stage ou journées de missions

Journées ou demi-journées de missions	Journées d'absence de l'étudiant
Le Le Le Le Le Le Le Le Le Le Le	
Semaines de stage	Périodes d'absence de l'étudiant
du _____ au _____ du _____ au _____ du _____ au _____	

Déroulement du stage

Décrire succinctement le lieu (rayon), la durée du travail (jours et horaires), les conditions matérielles (tenue...)

Suivi pédagogique

Nom du ou des professeurs

Tél

Mél :

Guide du tuteur remis le _____

Tuteur

Visa des interlocuteurs :

Professeur

Étudiant