

LE MÉTIER DE MANAGEUR D'UNITÉS COMMERCIALES

Contribuer au dynamisme commercial de l'entreprise par l'optimisation

- du management de l'unité commerciale
- de la relation avec la clientèle
- de l'offre de produits et services
- de l'exploitation de l'information commerciale

Assistant ou responsable commercial, il exerce ses activités au sein d'entreprise de distribution des secteurs alimentaires ou spécialisés, d'entreprises de prestation de services et de commerce électronique.

Son profil

Le manager d'unités commerciales doit posséder des compétences commerciales très variées et avoir le goût des relations humaines, aimer convaincre, dialoguer et négocier.

DES QUALITÉS PERSONNELLES, DU "SAVOIR ÊTRE"

Facilité de contact, dynamisme, vivacité d'esprit, curiosité, diplomatie, volonté de toujours réussir, esprit d'analyse et de synthèse sont les qualités personnelles à développer pour être opérationnel dans le milieu professionnel.

DES APTITUDES ET DES COMPÉTENCES GÉNÉRALES

Pour pouvoir exercer correctement ses fonctions, le manager d'unités commerciales doit posséder :

- de bonnes connaissances générales, économiques et juridiques
- des compétences en organisation et gestion d'unités commerciales
- des qualités d'écoute et de communication
- des compétences pour la mise en œuvre des technologies de l'information et de la communication
- un savoir-faire et un comportement commercial

La connaissance d'une langue étrangère se révèle indispensable si l'entreprise travaille à l'exportation.

Ses missions

MANAGEMENT DE L'UNITÉ COMMERCIALE

- Management de l'équipe commerciale
- Gestion de l'unité commerciale
- Conception et réalisation d'actions commerciales et d'organisation interne
- Conception et réalisation d'études de développement

GESTION DE LA RELATION AVEC LA CLIENTÈLE

- Préparation de la vente
- Développement de la relation avec la clientèle
- Conception et réalisation d'actions de fidélisation
- Conception et réalisation d'actions de création de trafic de clientèle vers l'unité commerciale

GESTION ET ANIMATION DE L'OFFRE DE PRODUITS ET DE SERVICES

- Élaboration de l'offre de produits et de services
- Gestion et contrôle de la qualité des produits et des services
- Création et mise en œuvre d'offre produits et services
- Mise en place et aménagement de l'unité commerciale

RECHERCHE ET EXPLOITATION DE L'INFORMATION NÉCESSAIRE À L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

- Mise en place du système d'information
- Utilisation et organisation de ressources technologiques
- Réalisation d'études (concurrence, clientèle,...)
- Participation à l'amélioration du système d'information

Son évolution de carrière

Les métiers visés sont très diversifiés et aux statuts hétérogènes. Ceux qui les exercent sont soit des salariés soit des indépendants. Ils accèdent, en fonction de leur expérience, de la taille de l'entreprise et des opportunités, à plusieurs niveaux de responsabilité :

- **Niveau assistant** : assistant chef de rayon, directeur-adjoint de magasin, animateur des ventes, chargé de clientèle, délégué commercial, marchandiseur, télévendeur, télé-conseiller, chargé de l'administration commerciale,...
- **Niveau responsable** : responsable de rayon, directeur de magasin, responsable d'agence, chef de secteur, responsable de clientèle, chef des ventes, administrateur des ventes, responsable logistique,...

LE DÉROULEMENT DES COURS

BTS Management des unités commerciales

Horaires des matières enseignées

	Horaires hebdomadaires	
	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année
Culture générale et expression	1,5	1,5
Langue vivante étrangère	1,5	1,5
Économie, Droit et Management d'entreprise	3,5	3,5
Management et gestion des unités commerciales	2,5	2,5
Développement et gestion de la relation commerciale	3,5	3,5
Communication et informatique commerciale	1	1
Total	13,5	13,5
Activités sur les relations avec la clientèle et le management d'équipes commerciales*		
Soutien**	1	1

* Un formateur se rend régulièrement dans l'entreprise pour assurer le suivi des missions confiées par votre tuteur
 ** Le soutien est assuré pour le renforcement de la langue vivante étrangère A ou B.

Une alternance Entreprise/Formation efficace

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
Matin	cours	ENTREPRISE	ENTREPRISE	ENTREPRISE	ENTREPRISE
Après-midi	ENTREPRISE	cours	ENTREPRISE	cours	ENTREPRISE

Grâce à ce rythme d'alternance, le jeune salarié est présent tous les jours dans l'entreprise.

PROGRAMME

ENSEIGNEMENT GÉNÉRAL

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

120 h

- Vocabulaire, développement composé
- Synthèse de documents
- Analyse de textes à partir d'un thème imposé

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

120 h

- Révision des bases et acquisition de vocabulaire spécifique
- Applications concrètes (compte-rendu, résumé)

ÉCONOMIE GÉNÉRALE

100 h

- la coordination des décisions économiques par l'échange
- La création de richesses et la croissance économique
- La répartition des richesses
- Le financement des activités économiques
- La politique économique dans le cadre européen
- La gouvernance de l'économie mondiale

MANAGEMENT DES ENTREPRISES

100 h

- Les différentes logiques entrepreneuriales et managériales dans les entreprises
- Le management stratégique et opérationnel
- Le processus décisionnel
- La démarche stratégique et sa mise en oeuvre
- L'optimisation des ressources financières, humaines et technologiques de l'entreprise

DROIT

100 h

- L'individu au travail
- Les structures et les organisations
- Le contrat, support de l'activité de l'entreprise
- L'immatériel dans les activités économiques
- L'entreprise face au risque

ENSEIGNEMENT TECHNOLOGIQUE

MANAGEMENT ET GESTION DES UNITÉS COMMERCIALES

235 h

- Les fonctions du management
- Les missions et les outils du manager
- Le management de l'équipe commerciale
- L'organisation de l'équipe commerciale
- Le management de projet
- La gestion courante de l'unité commerciale
- La gestion des investissements
- La gestion de l'offre
- La gestion prévisionnelle et l'évaluation des performances

DÉVELOPPEMENT ET GESTION DE LA RELATION COMMERCIALE

330 h

- La démarche mercatique
- Le marché des produits et services
- La relation commerciale et le marché
- La relation commerciale et la mercatique opérationnelle
- Le contexte organisationnel
- L'évaluation des performances
- Les réseaux d'unités commerciales
- La stratégie mercatique des réseaux

COMMUNICATION

50 h

- La communication dans les relations interpersonnelles managériales et commerciales

INFORMATIQUE COMMERCIALE

45 h

- L'information commerciale et son organisation
- L'informatique appliquée à la gestion de la relation commerciale