

# ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE (E42)

## FICHE SITUATION PROFESSIONNELLE A REMPLIR

<b>NOM:</b> goder	<b>UNITE COMMERCIALE</b>
<b>PRENOM(S):</b> ludovic	<b>RAISON SOCIALE :</b> Espace maison <b>ADRESSE:</b> Espace Maison Ltée, Trianon Shopping Park MU Quatre Bornes MU, 12345

Situation professionnelle vécue	<input checked="" type="checkbox"/> Situation professionnelle observée	<input type="checkbox"/>
---------------------------------	--	--------------------------

COMPETENCES CLES MOBILISEES		COMPETENCES (À renseigner)
Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services		
Organiser l'espace commercial		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agencer l'espace commercial</li> <li>• Garantir la disponibilité de l'offre</li> <li>• Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif</li> <li>• Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité</li> </ul>
Développer les performances de l'espace commercial		
Mettre en place la communication commerciale		
Évaluer l'action commerciale		

<b>Titre de l'activité</b>		<b>Réalisation d'une matrix</b>	
<b>Date et durée de l'activité</b>		<b>3 semaines</b>	
<b>Le contexte professionnel de l'activité :</b>		<b>La raison</b>	
<b>Les objectifs poursuivis :</b>		<b>Agrandissement de Forbach</b>	
<b>Les cibles :</b>		<b>Les clients</b>	
<b>Recherches documentaires (en amont et en aval de l'activité)</b>	<b>Interne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de l'espace commerciale</li> </ul>	
		<b>Sources</b>	<b>Informations principales</b>
		<a href="http://">http://</a>	....

	Externe		
<b>Méthodologie (démarche suivie)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>- <i>Les calculs pour les MLD et LD</i></li> <li>- <i>Remettre sur l'Excel</i></li> <li>-</li> </ul>	
<b>Moyens techniques mis en œuvre (ressources et outils)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scanner</li> <li>- <i>Excel</i></li> </ul>	
<b>Les résultats obtenus (Constats) : quantitatifs et qualitatifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Photo avant et après</i></li> </ul>	
<b>Analyse de l'impact des actions mises en œuvre</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>L'analyse consiste à rechercher les causes du succès (ou de l'échec) de votre activité par rapport aux objectifs fixés</i></li> <li>- Le projet a été reporter pour une date ultérieure.</li> <li>- <i>L'analyse doit mettre en évidence les conséquences de votre actions (en termes de CA, de trafic, de PM, de fréquence, d'iv, de notoriété....)</i></li> <li>- L'analyse revient uniquement a l'entreprise de ce fait on a eu aucun retour</li> <li>- <i>Finalemment que doit-on améliorer ? Cette analyse doit être cohérente avec la partie suivante : « Propositions... »</i></li> <li>- <b><i>Avoir un plan digitaliser du magasin avec ses dimensions</i></b></li> </ul>	
<b>Propositions d'axes d'amélioration ou de développement</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>La première partie des propositions est relative aux actions à mettre en œuvre dans l'UC pour améliorer la situation actuelle et future (recherche sur internet → montrer vos sources). Cette partie peut être chiffrée</i></li> <li>- <i>Le second volet des propositions consiste critiquer les méthodes et à évaluer les outils mis en œuvre : peut-on améliorer la méthode de collecte et de traitement des données relatives à votre action. Existe-t-il des soluces digitales ? (Recherches</i></li> </ul>	

	<i>sur internet → montrer vos sources). Cette partie peut être chiffrée</i>
<b>Bilan personnel lié à l'activité</b>	- <i>Ça m'a permis de mettre en avant les compétences vu en classe. (d'appliquer le cours du chapitre 3 : implanter et mettre en valeur l'offre)</i>
<b>Bilan digital</b>	- <i>Excel</i>  -

Compétences		Compétences demandées par l'étudiant	Évaluation Professeur
<b>Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser la demande</li> <li>- Analyser l'offre existante</li> <li>- Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale</li> </ul>		
<b>Organiser l'espace commercial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencer l'espace commercial</li> <li>- Garantir la disponibilité de l'offre</li> <li>- Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif</li> <li>- Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité</li> </ul>		
<b>Développer les performances de l'espace commercial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en valeur les produits</li> <li>- Optimiser l'implantation de l'offre</li> <li>- Proposer et organiser des animations commerciales</li> <li>- Proposer et organiser des opérations promotionnelles</li> </ul>		
<b>Concevoir et mettre en place la communication commerciale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente</li> <li>- Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe</li> <li>- Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale</li> </ul>		
<b>Évaluer l'action commerciale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser l'impact des actions mises en œuvre</li> <li>- Proposer des axes d'amélioration ou de développement</li> </ul>		

Le titulaire du BTS MCO exerce son métier en analysant son environnement professionnel et en s'adaptant à ses évolutions. L'autonomie dont il dispose le conduit à mener et évaluer ses activités professionnelles afin d'optimiser ses performances. Il anime, supervise les activités de son équipe et en évalue l'efficacité dans un souci d'amélioration continue. Il veille à l'application des procédures en vigueur dans son unité commerciale. Il adapte son comportement professionnel et les techniques mises en œuvre aux différentes situations auxquelles il est confronté. Il agit dans le souci constant de préserver l'environnement, de contribuer au développement durable et de lutter contre toutes les formes de discrimination. Il respecte en toute circonstance les règles d'éthique et de déontologie. Le contexte omnicanal et digitalisé lui impose un recours permanent aux outils numériques et influe fortement sur les compétences ci-dessous