

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL
--

U6 – Management de l'équipe commerciale

SESSION 2024

—————
Durée : 2 heures 30
Coefficient : 3
—————

Matériel autorisé :

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collègue », est autorisé.

Tout autre matériel et document de référence sont interdits.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 16 pages, numérotées de 1/16 à 16/16.

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 1/16

CONTEXTE D'ENTREPRISE



BUT appartient à WM Holding (Société associée au groupe XXXLUTZ) et au fonds d'investissement américain CD&R via la société Mobilux. Le groupe a réalisé en 2022 un chiffre d'affaires (CA) de 12 milliards d'euros (15 enseignes dans 15 pays).

BUT, c'est 50 ans de créativité au service de l'équipement de la maison.

L'identité de l'enseigne repose sur l'invention, dans les années 1970, par un commerçant, du prêt-à-meubler pour démocratiser l'accès à l'ameublement, à l'équipement et à la décoration intérieure.

Toujours dévouée au « bien-habiter », BUT est devenue le 1^{er} réseau d'équipement de la maison, omnicanal et multi-spécialiste, avec un CA de 2,7 Mds d'euros en 2021, plus de 330 magasins en France (réseau mixte comprenant plus de 120 franchises et 212 intégrés) et un taux de notoriété de 90 % !

BUT, c'est un point de vente à moins de 20 minutes de 80 % des Français, 5 marques exclusives et 6 marques propres ! L'enseigne possède aujourd'hui le réseau le plus dense de magasins en France (160 millions de visites par an) proposant tout l'équipement pour la maison. Cette proximité est un atout rassurant pour les clients avec qui l'enseigne a créé un lien unique. Mobilier, décoration, literie, cuisine, électroménager, images et son, quelle que soit l'offre, la priorité reste d'allier qualité, accessibilité et disponibilité pour donner la possibilité à chacun de laisser libre cours à ses envies d'intérieur quel que soit son budget et sans attendre.

« L'ambition de l'enseigne est de devenir n°1 tout en préservant ses valeurs » (Alexandre Falck, PDG). Pour cela, BUT veut, dans les 5 prochaines années, déployer un nouveau concept dans tous ses magasins et s'engager avec force en matière d'éco-conception des produits, de recyclage et de limitation de son empreinte carbone (plan « Habitons mieux »).



Le nouveau concept de magasin offre une expérience client plus immersive grâce à la digitalisation. Depuis 2021, la mise en place d'une plateforme omnicanale innovante a permis la croissance des ventes en magasin et en ligne.

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 2/16

Présentation du magasin BUT Bergerac

BUT est implanté à Bergerac depuis 1984. D'abord sous le statut de franchisé, il devient une succursale du groupe en 2008. Depuis 1994, le magasin se situe en périphérie de la ville dans la zone commerciale principale de Bergerac dont les magasins Leclerc et Intersport sont les locomotives.



Le magasin BUT est situé juste en face du magasin Conforama, concurrent direct, qui appartient au même groupe.

Sur la zone de chalandise, la concurrence est intense puisque l'on recense 10 magasins d'électroménager, 24 magasins d'ameublement et 26 cuisinistes.


Le magasin BUT de Bergerac, dirigé par Gérald Gerbou depuis juillet 2022, propose plus de 2 000 références pour une surface de vente de 2 586 m² et 2 500 m² de réserve. Le directeur estime que, du fait de son emplacement, le magasin de Bergerac profite du trafic de la zone commerciale. Il souhaite bénéficier au maximum de cette opportunité en déployant des stratégies pour créer l'envie de venir et de revenir en magasin. Gérald Gerbou a donc repensé totalement l'agencement de la surface de vente afin de générer des synergies entre les univers et de créer une expérience client forte.

Il fonde sa stratégie sur la capacité du magasin à offrir du changement et à provoquer la surprise à chaque visite client. Le bouche à oreille est pour lui le vecteur principal d'engagement : il est donc primordial de sublimer l'expérience client. Cela passe par un merchandising attractif et par une équipe commerciale performante, capable de répondre aux attentes des clients.

En 2022, le magasin BUT de Bergerac réalise un CA de 6 700 300 €, dont environ un quart en juillet-août du fait de l'activité touristique et de la rentrée scolaire. L'activité du magasin est rythmée par des événements réguliers, notamment l'anniversaire BUT au mois de septembre.

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 3/16

Fiche du magasin BUT Bergerac

 Route de Bordeaux
24100 - BERGERAC



08.26.25.25.25 Service 0,18€/min
+ prix appel

Suivi de commande et SAV : 09.78.97.97.97
Fax : 05.53.24.82.30



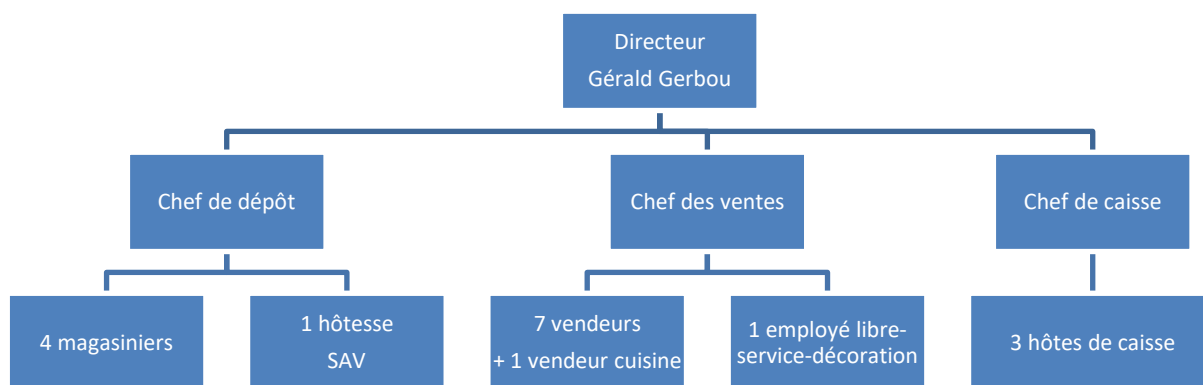
[Nous contacter](#)

HORAIRES D'OUVERTURE

Dimanche :	Fermé
Lundi :	10h00 - 12h00 14h00 - 19h00
Mardi :	10h00 - 12h00 14h00 - 19h00
Mercredi :	10h00 - 12h00 14h00 - 19h00
Jeudi :	10h00 - 12h00 14h00 - 19h00
Vendredi :	10h00 - 12h00 14h00 - 19h00
Samedi :	10h00 - 19h00

Source : But.fr

Organigramme BUT Bergerac



L'ensemble des collaborateurs bénéficient d'une rémunération variable, à l'exception de l'employé en libre-service chargé de réapprovisionner les rayons de l'univers décoration qui est uniquement rémunéré sur la base du SMIC.

À son arrivée, Gérald Gerbou a souhaité optimiser le potentiel de l'équipe. Pour ce faire, il a incité au décloisonnement et à la polyvalence, principalement de la part des vendeurs.

Par ailleurs, il considère comme essentiel que son équipe dispose d'une vision à long terme de la relation client et favorise ainsi l'adhésion au programme de fidélité, facteur de rentabilité pour le magasin.

Le directeur est enfin très attaché au fait que les collaborateurs contribuent tous, de façon interdépendante, à la réussite du magasin. Ils doivent donc être tous considérés de la même façon, du magasinier au directeur du magasin, car cela contribue à la cohésion de l'équipe et à sa performance.

Tous les collaborateurs disposent d'un contrat à durée indéterminée (CDI) et, pour les trois quarts, à temps plein (35 h).

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 4/16

Les différents postes et types de contrats BUT Bergerac

Postes	Collaborateurs	Temps de travail
1 chef de dépôt	Quentin	35 h
4 magasiniers	Ismail	
	Ilana	
	Véronique	
1 hôtesse SAV	Mélissa	21 h
1 cheffe de caisse	Chloé	35 h
3 hôtes de caisse	Antoine	35 h
	Daniel	21 h
	Sarah	
1 chef des ventes	Alexis	35 h
7 vendeurs	Malak	35 h
	Élodie	
	Yassir	
	Cassandra	
	Mathilde	
	Dorian	18 h
	Fatna	14 h
1 vendeur cuisiniste	Mohamed	35 h
1 employé libre-service décoration	Yanis	15 h

Les collaborateurs n'effectuent aucune heure supplémentaire. En revanche, lorsqu'une vente est commencée, les vendeurs la mènent à son terme, quelle que soit l'heure. Par ailleurs, quand un vendeur dépasse son horaire, il peut partir plus tôt un autre jour, afin de compenser le temps supplémentaire effectué. Gérald Gerbou applique le même principe à l'ensemble des collaborateurs.

LISTE DES ANNEXES DE LA SITUATION PROFESSIONNELLE PROBLEMATISÉE

ANNEXE 1	<i>Cette annexe correspond à l'annexe 2 du contexte national.</i>	Répartition des ventes 2022 – Magasin BUT de Bergerac	Page 9
ANNEXE 2	<i>Cette annexe correspond à l'annexe 3 du contexte national.</i>	Observations de Gérald Gerbou	Page 11
ANNEXE 3	<i>Cette annexe correspond à l'annexe 4 du contexte national.</i>	Classement des magasins BUT – Région Sud-Ouest - 2022	Page 12
ANNEXE 4	<i>Cette annexe correspond à l'annexe 13 du contexte national.</i>	Planning hebdomadaire – Exemple de la semaine 21	Page 13
ANNEXE 5	<i>Cette annexe correspond à l'annexe 14 du contexte national.</i>	Former les collaborateurs, une nécessité !	Page 14
ANNEXE 6	<i>Cette annexe correspond à l'annexe 15 du contexte national.</i>	Le suivi des formations – Magasin BUT de Bergerac	Page 16

Situation professionnelle problématisée

L'ambition de l'enseigne BUT est d'être la référence de l'équipement de la maison accessible à tous et respectueux de l'environnement. La volonté est d'imaginer, concevoir, fabriquer, produire et livrer mieux pour habiter mieux. La direction s'engage et responsabilise ses collaborateurs aux enjeux du développement durable.

Ainsi, le souhait de réduire l'impact de la production de produits manufacturés a légitimé la proposition d'une garantie longue durée (GLD).

Dans ce contexte, il est important que la GLD ne soit plus perçue comme une dépense supplémentaire mais comme une action volontaire et responsable de la part des clients. Gérald Gerbou vous demande de l'assister dans les missions suivantes.

MISSION 1 : Évaluer les performances et animer l'équipe commerciale

Gérald Gerbou veut, dans le cadre de la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE), démontrer à ses équipes que la proposition de la GLD aura non seulement un impact positif sur l'environnement mais également sur les performances du magasin.

1.1 Analysez les performances réalisées sur la GLD par chaque collaborateur.

Le responsable souhaite informer l'équipe sur la mise en place d'un plan d'action concernant la GLD.

1.2 Préparez la réunion visant à présenter à l'équipe le plan d'action.

MISSION 2 : Organiser le travail et animer l'équipe commerciale

Pour fidéliser son équipe et développer le sentiment d'appartenance à l'enseigne, Gérald Gerbou s'inscrit dans une dynamique de valorisation de chaque collaborateur. La formation est l'un des leviers qu'il pense exploiter.

2.1 Proposez des formations adaptées au profil de chaque vendeur. Justifiez.

Gérald Gerbou envisage des sessions d'*e-learning* pour les vendeurs et le cuisiniste pendant le temps de travail afin de permettre à chacun de développer ses compétences et connaissances. Il souhaite les organiser sur une seule semaine et uniquement le matin.

Aux contraintes journalières habituelles, il faut ajouter que Mohamed, cuisiniste, effectuera sa formation le lundi matin, jour où le trafic est moindre.

Les repos habituels doivent être respectés au maximum, sauf pour Malak qui n'a pas de préférence. Enfin, aucune formation ne peut avoir lieu le samedi.

On considère que toute l'équipe de vendeurs est présente lors cette semaine de formation (aucun congé annuel, aucun arrêt maladie).

2.2 Réalisez le planning hebdomadaire intégrant les sessions d'*e-learning*. Proposez des ajustements si nécessaire en les justifiant.

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 7/16

MISSION 3 : Prévenir et gérer les risques psycho-sociaux

Dans le cadre de la responsabilité sociétale de l'enseigne BUT, Gérald Gerbou veut développer le bien-être au travail pour tous ses collaborateurs.

Il souhaite ainsi renforcer les actions de prévention autour des risques professionnels. Pour atteindre cet objectif, il crée un outil de mesure de la qualité de vie au travail.

En analysant le retour des collaborateurs, le responsable est alerté par les réponses d'Ismaïl, l'un des magasiniers. En effet, celui-ci semble avoir de plus en plus de difficultés à supporter la charge physique induite par le travail de manutention.

3.1 Formulez, en les justifiant, des propositions susceptibles d'améliorer son bien-être au travail.

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 8/16

ANNEXE 1 : Répartition des ventes 2022 – Magasin BUT de Bergerac

Cette annexe correspond à l'annexe 2 du contexte national.

	Malak		Élodie		Yassir		Cassandra	
Nombre de contacts client	3 189		1 858		2 789		2 220	
TRC* (%)	21,78		29,44		31,69		28,46	
	CA produits (€)	CA GLD**(€)	CA produits (€)	CA GLD**(€)	CA produits (€)	CA GLD**(€)	CA produits (€)	CA GLD**(€)
BLANC	1 338,96	53,99	18 909,00	279,77	639,93	0,00	479 342,56	24 824,14
BRUN	0,00	0,00	4 260,11	359,99	607,48	0,00	213 938,18	13 266,47
MEUBLE	840 367,12	25 260,11	603 598,42	27 312,22	773 663,31	25 719,20	6 996,69	17,99
DÉCO	25 036,43	8,91	16 770,79	0,00	23 057,86	0,00	224,96	0,00
CUISINE	122 467,79	2 722,08	146 213,91	5 615,51	121 397,72	2 407,14	2 526,83	116,98
Total	989 210,30	28 045,09	789 752,23	33 567,49	919 366,30	28 126,34	703 029,22	38 225,58

	Mathilde		Dorian (temps partiel 18 h)		Fatna (temps partiel 14 h)		Mohamed (cuisiniste)	
Nombre de contacts client	2 110		2 360		755		617	
TRC* (%)	24,16		24,25		34,51		41,05	
	CA produits (€)	CA GLD** (€)	CA produits (€)	CA GLD** (€)	CA produits (€)	CA GLD** (€)	CA produits (€)	CA GLD** (€)
BLANC	623 591,12	44 644,77	383 269,53	22 423,72	206 010,39	13 970,18	68 164,56	2 242,29
BRUN	146 517,41	11 060,82	9 386,96	351,69	55 326,30	1 736,85	32 033,29	305,98
MEUBLE	62,99	0,00	13 364,07	125,95	1 595,58	0,00	13 172,82	2 915,74
DÉCO	142,11	0,00	4 019,59	8,01	311,35	0,00	2 229,24	8,01
CUISINE	411,60	0,00	23 069,54	161,94	1 023,25	0,00	294 138,48	20 715,47
Total	770 725,23	55 705,59	433 109,69	23 071,31	264 266,87	15 707,03	409 738,39	26 187,49

*TRC = Taux de Recours au Crédit (montant des achats clients réglés à crédit / CA) X 100. Objectif : 35 % du CA

**GLD = Garantie Longue Durée ; Taux de GLD : pourcentage des ventes qui ont généré des GLD ; Taux de GLD = (CA GLD / CA Produits) X 100 ; Objectif Taux de GLD : 6 %

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 9/16

ANNEXE 1 : Répartition des ventes 2022 – Magasin BUT de Bergerac (suite)

	Chloé		Alexis		Gérald Gerbou	
Nombre de contacts client	402		1 716		284	
TRC* (%)	37,90		13,09		26,16	
	CA produits (€)	CA GLD** (€)	CA produits (€)	CA GLD** (€)	CA produits (€)	CA GLD** (€)
BLANC	4 941,24	54,72	10 970,68	18,81	4 743,15	36,81
BRUN	137,22	0,00	3 209,62	0,00	1 795,70	0,00
MEUBLE	100 880,50	4 999,01	83 313,34	71,96	34 309,47	305,98
DÉCO	5 194,86	0,00	56 011,91	28,62	2 869,04	0,00
CUISINE	47 023,95	1 876,35	9 762,85	0,00	9 613,92	35,99
Total	158 177,77	6 930,08	163 268,40	119,39	53 331,28	378,78

	Ventes <i>WEB TO STORE</i>		Ventes <i>LIBRE EMPORTÉ</i>	
Nombre de contacts client	1 369		12 760	
TRC* (%)	12,25		8,81	
	CA produits (€)	CA GLD** (€)	CA produits (€)	CA GLD** (€)
BLANC	101 238,44	2 242,29	91 355,40	0,00
BRUN	7 516,39	305,98	30 902,44	0,00
MEUBLE	179 166,99	2 915,74	224 181,86	0,00
DÉCO	8 029,02	8,01	77 489,05	0,00
CUISINE	43 761,98	20 715,47	431,69	0,00
Total	339 712,82	26 187,49	424 360,44	0,00

Le taux de transformation se situe autour de 32 %.

*TRC = Taux de Recours au Crédit (montant des achats clients réglés à crédit / CA) X 100. Objectif : 35 % du CA

**GLD = Garantie Longue Durée ; Taux de GLD : pourcentage des ventes qui ont généré des GLD ; Taux de GLD = (CA GLD / CA Produits) X 100 ; Objectif Taux de GLD : 6 %

Document auteur

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 10/16

ANNEXE 2 : Observations de Gérald Gerbou

Cette annexe correspond à l'annexe 3 du contexte national.

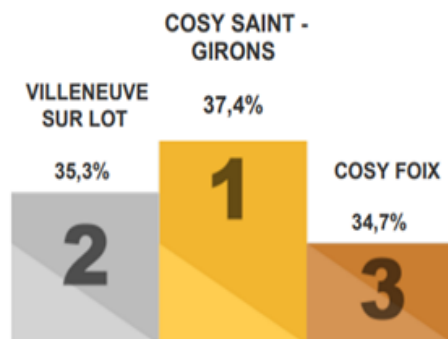
Malak & Yassir	<i>Vendeurs avec une ancienneté importante, centrés sur l'univers MEUBLE. Ils sont tous les deux capables de remplacer le cuisiniste en cas de besoin mais préfèrent se concentrer sur leur univers de prédilection.</i>
Élodie	<i>Vendeuse en univers MEUBLE arrivée récemment dans l'équipe. Elle est de plus en plus polyvalente. Empathique et volontaire, elle souhaite se former pour progresser sur les univers BRUN et BLANC.</i>
Mathilde	<i>Vendeuse en univers BLANC depuis 15 ans, elle sait trouver les arguments adaptés à chaque profil de client. Elle est efficace et pragmatique. Son souhait est de développer encore ses ventes en univers BLANC et de devenir également experte en univers BRUN.</i>
Mohamed	<i>Cuisiniste depuis 5 ans, il aimerait développer cet univers mais seul, c'est compliqué. Et même si Malak, Yassir et Élodie l'aident beaucoup, il estime qu'il faudrait un autre cuisiniste pour avoir une proposition forte en cuisine et surtout pouvoir répondre à la demande dans un délai raisonnable et maintenir un niveau de satisfaction convenable. Il maîtrise la relation client et aime travailler en équipe.</i>
Cassandra	<i>Vendeuse en univers BLANC et BRUN principalement, elle sait cependant vendre tous les produits proposés par BUT. Elle estime avoir fait le tour de son métier et n'est plus motivée. Elle est cependant très attentive à l'accompagnement des jeunes collaborateurs entrant dans le métier.</i>
Dorian	<i>Vendeur en univers BLANC à temps partiel, relativement polyvalent. Il souhaiterait devenir responsable de magasin.</i>
Fatna	<i>Vendeuse en univers BLANC à temps partiel, elle est polyvalente.</i>

Source : Document auteur

ANNEXE 3 : Classement des magasins BUT – Région Sud-Ouest - 2022

Cette annexe correspond à l'annexe 4 du contexte national.

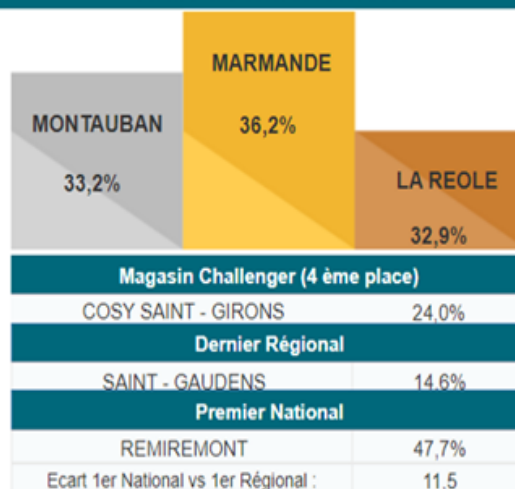
Taux de Transformation



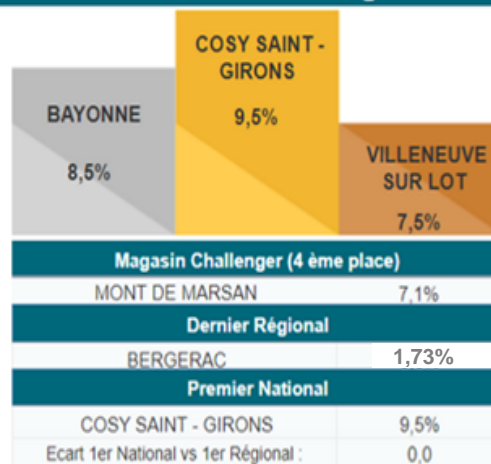
Magasin Challenger (4 ^{ème} place)	
LA REOLE	34,4%
Dernier Régional	
SAINT - GAUDENS	25,6%
Premier National	
COSY SARREBOURG	60,3%
Ecart 1er National vs 1er Régional :	22,9

Taux d'attachement = ventes complémentaires
GLD = Garantie Longue Durée
IDV4 = indice des ventes des produits dégagant le plus de marge

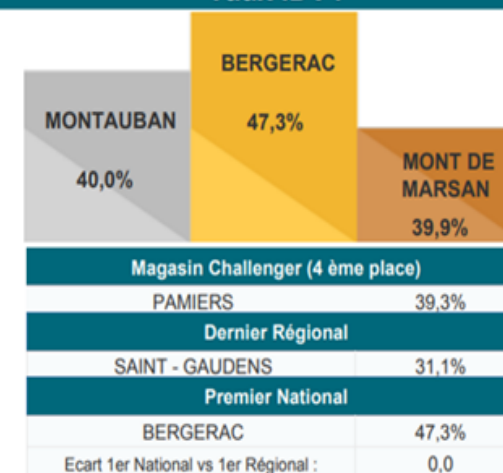
Taux d'Attachement



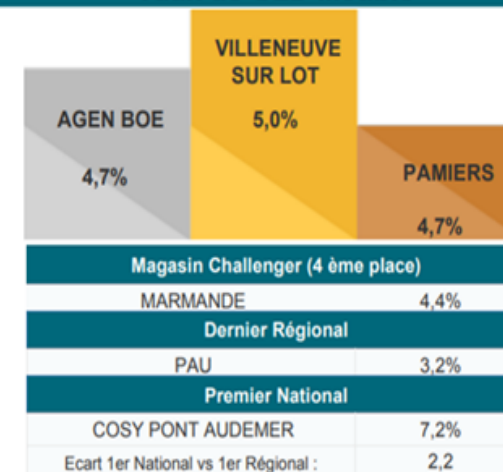
Taux de GLD Ménagier



Taux IDV4



Taux de GLD Meuble



Source : Document interne

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 12/16

ANNEXE 4 : Planning hebdomadaire – Exemple de la semaine 21

Cette annexe correspond à l'annexe 13 du contexte national.

POSTES	Prénom	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Contrat
HÔTES DE CAISSE	Antoine	P*	P	P	Repos	P	10h-12h // 14h-19h	35 h
	Daniel	P	P	Repos	P	P	12h-19h	35 h
	Sarah	Repos	Repos	P	P	Repos	12h-19h	21 h
ELS DECORATION	Yanis **	9h30 -12h30	9h30 -12h30	9h30 -12h30	9h30 -12h30	9h30 -12h30	Repos	15 h
VENDEURS MEUBLE	Malak	Maladie	Maladie	Maladie	Maladie	Maladie	Maladie	35 h
	Élodie	P	P	Repos	P	P	10h-12h // 14h-19h	35 h
	Yassir	P	P	P	P	Repos	10h-12h // 14h-19h	35 h
VENDEURS BLANC BRUN	Cassandra	Repos	P	P	P	P	12h-19h	35 h
	Mathilde	P	P	Repos	P	P	10h-12h // 14h-19h	35 h
	Dorian	Repos	16h-19h	16h-19h	16h-19h	16h-19h	16h-19h	18 h
	Fatna	P	P	Repos	Repos	Repos	Repos	14 h
MAGASINIERS DEPÔT SAV	Ismail	P	P	Repos	Repos	P	10h-12h // 14h-19h	35 h
	Ilana	Repos	P	P	P	P	10h-12h // 14h-19h	35 h
	Véronique	Repos	P	P	P	P	12h-19h	35 h
	Mylène	P	Repos	P	P	P	12h-19h	35 h
HÔTESSE SAV	Mélissa	P	Repos	P	Repos	P	Repos	21 h
CUISINISTE	Mohamed	P	Repos	P	P	P	10h-12h // 14h-19h	35 h

*P : Présent

**Yanis a pour mission de réapprovisionner les rayons de l'univers décoration : il peut donc travailler en dehors des horaires d'ouverture exclusivement le matin.

ENCADRANTS	Prénom	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Contrat
CHEFFE DE CAISSE	Chloé	P	P	Repos	P	P	10h-12h // 14h-19h	35 h
CHEF DE DEPÔT	Quentin	P	P	P	P	Repos	10h-12h // 14h-19h	35 h
CHEF DES VENTES	Alexis	P	P	P	Repos	P	10h-12h // 14h-19h	35 h
DIRECTION	Gérald	P	P	Repos	P	P	P	

Contraintes journalières à prendre en compte pour la réalisation des plannings hebdomadaires

- 2 personnes au minimum en caisse
- 3 personnes au minimum au dépôt
- 2 encadrants au minimum
- 4 vendeurs minimum, cuisiniste inclus
- SAV / Approvisionnement / décoration : pas d'obligation particulière

Source : Document auteur

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 13/16

ANNEXE 5 : Former les collaborateurs, une nécessité !

Cette annexe correspond à l'annexe 14 du contexte national.

BUT s'implique fortement dans la formation de ses collaborateurs, vecteur de performance mais aussi de cohésion.

▪ **LES CONVENTIONS ANNUELLES PRODUITS**

BUT organise des conventions réunissant ses vendeurs en fonction de leur spécialité. Trois grandes conventions produits sont proposées chaque année aux vendeurs : la convention meubles-déco, électroménager et cuisine. L'objectif de ces conventions est de présenter les nouveautés produits mais aussi de sensibiliser à une ou plusieurs valeurs-clés du groupe.

Quel que soit le sujet de la convention vendeur, celle-ci doit permettre de donner aux vendeurs tous les arguments nécessaires pour valoriser les produits en magasin, grâce à de riches échanges avec les fournisseurs. Chaque vendeur a un parcours imposé d'une vingtaine de stands, par petits groupes. Outre la formation, tous les vendeurs présents peuvent ainsi avoir des échanges très intéressants avec les chefs produits. Cet événement réunit les magasins du réseau ; la moitié des vendeurs, toutes les spécialités confondues, se déplacent.

BUT continue d'axer sa stratégie sur la professionnalisation de ses vendeurs. L'objectif est de renforcer l'expérience vendeur, afin de lui redonner du pouvoir face à un client de plus en plus connecté, informé et préparé lorsqu'il arrive en magasin.

Le rôle du vendeur est essentiel au bon fonctionnement d'un magasin, notamment sur la partie cuisine qui représente un acte d'achat engageant, anxiogène et pour lequel le conseil fera la différence.

▪ **LE CAMPUS DE FORMATION BUT : UNE ÉCOLE DE FORMATION INTERNE POUR RÉVÉLER LES TALENTS**



Cette école de formation est dédiée aux collaborateurs en quête de challenge et de développement professionnel.

Actuellement, quatre cursus leur permettent de progresser, de s'adapter aux nouvelles évolutions de marché et de prendre de nouvelles responsabilités dans le réseau de distribution.

Sources : Document interne, LinkedIn

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 14/16

ANNEXE 5 : Former les collaborateurs, une nécessité ! (Suite)

▪ L'E-LEARNING CHEZ BUT

Témoignage de Veronica LLORCA GIRAU, responsable pédagogique

Quelle forme prend l'e-learning chez BUT ?

En 2014, nous avons mis en place l'e-learning avec la plateforme « Simple © » de Fora. Notre offre de formation est actuellement composée de plus de 250 modules destinés à nos équipes en magasin, dépôt, siège et plateformes logistiques.

Quels étaient vos objectifs initiaux ?

Notre premier objectif était de permettre aux collaborateurs de se former à leur rythme et selon leur niveau, leur envie. Pour nos nouveaux collaborateurs, c'était aussi la possibilité d'acquérir les bases indispensables pour chaque métier.

Le deuxième objectif était de proposer des formations en préparation ou en complément des actions en présentiel, mais aussi de déployer rapidement des thèmes de formation spécifiques et très courts dont le format en présentiel n'aurait pas été adapté.

Comment est structurée votre offre e-learning ?

Pour les équipes en magasins, il y a 5 grandes thématiques de formation : la vente (« produits », « marques » et « services »), la relation client, la sécurité, les tutoriels sur les outils informatiques et les formations à destination des managers.

La très grande majorité de ces modules sont conçus sur mesure.

Certaines formations sont obligatoires et communes pour l'ensemble des collaborateurs (« Les indispensables ») :

- Bienvenue chez BUT
- Code de conduite des affaires et de vigilance
- Le RGPD
- La cybersécurité
- La santé-sécurité
- Les risques humains
- L'incendie : les actions de prévention, les moyens d'extinction, le *process* d'évacuation

Il existe également certaines formations obligatoires additionnelles propres à certains métiers. C'est le cas pour les vendeurs avec la formation obligatoire : « l'accueil des personnes en situation de handicap ».

Par ailleurs, tous les collaborateurs BUT sont amenés à suivre un module *e-learning* sur la « Lutte contre le sexisme et le harcèlement sexuel » dans le cadre du parcours de formation obligatoire.

Après 9 années de déploiement du e-learning, quels enseignements en tirez-vous ?

Le principal enseignement est qu'il faut faire vivre la plateforme, l'animer, communiquer sur les nouveautés. Bref, de toujours innover en marketing de formation !

Au total, 6 015 collaborateurs ont été formés en 2022.

Toujours dans l'objectif d'assurer la santé de nos collaborateurs, un guide des bons usages des outils numériques professionnels est disponible dans l'objectif d'assurer le droit à la déconnexion.

Source : Document auteur

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 15/16

ANNEXE 6 : Le suivi des formations – Magasin BUT de Bergerac

Cette annexe correspond à l'annexe 15 du contexte national.

Tous les collaborateurs ont suivi les formations « Les indispensables ».

Certains ont cependant obtenu des scores d'évaluation insuffisants pour certains modules et doivent donc les suivre à nouveau.

Les Indispensables	Situation
Bienvenue chez BUT (la culture BUT)	Acquis par tous
Code de conduite des affaires et de vigilance	Acquis par tous
Le RGPD	Acquis par tous
La santé-sécurité	Acquis par tous
La cybersécurité	Non acquis par Chloé, Dorian, Quentin
Les risques humains	Acquis par tous
L'incendie	Non acquis par Elodie, Yanis
L'accueil des personnes en situation de handicap	Non acquis par Yassir, Véronique

Extrait des formations proposées par BUT :

Thème	Formation	<i>Pour qui ?</i>							
		<i>Vendeurs</i>	<i>Hôtes de caisse</i>	<i>Cuisiniste</i>	<i>Magasinier</i>	<i>Chef de dépôt</i>	<i>Chef de caisse</i>	<i>Chef des ventes</i>	<i>Directeur</i>
Sécurité	<i>Les gestes et postures</i>	X	X	X	X	X	X	X	X
	<i>La sécurité en magasin et au dépôt</i>	X	X	X	X	X	X	X	X
	<i>La cybersécurité</i>	X	X	X	X	X	X	X	X
	<i>Le risque client</i>	X	X	X			X	X	X
	<i>La conduite d'engins au dépôt</i>				X	X			X
La relation client et la connaissance produit	<i>La vente chez BUT</i>	X		X			X	X	X
	<i>Les services</i>	X	X	X			X	X	X
	<i>La cuisine</i>	X		X				X	X
	<i>Les formations produits fournisseurs</i>	X						X	X
Manager une équipe					X	X	X	X	
Bienvenue chez BUT (La culture BUT)		X	X	X	X	X	X	X	

À ce jour, les collaborateurs n'ont pas suivi de formation particulière (exceptées « Les indispensables »). Quelques fournisseurs ont proposé des formations sur le terrain sur leurs produits (literie : Mérinos ; TV : Samsung, ...). Les collaborateurs souhaitant effectuer des formations en *e-learning* peuvent utiliser les deux ordinateurs dédiés, situés dans le bureau de Gérald Gerbou. Ces formations peuvent être effectuées pendant le temps de travail avec l'accord de Gérald Gerbou ou sur le temps personnel du collaborateur.

Source : Document Auteur

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL	SESSION 2024
U6 – Management de l'équipe commerciale	Durée : 2 heures 30
Code sujet : 24MCOMEC-P	Page 16/16