BUT spécialité gestion administrative et commerciale des organisations parcours management commercial et marketing omnicanal

BUT GACO - MCMO (2e et 3e année en apprentissage)

Certifiante | Contrat appr. | Contrat pro.

Réf. : 26212674F — Mise à jour : 26 octobre 2026

Organisme responsable : **UNIVERSITE BRETAGNE SUD - SFPA**

Présentation de la formation

Objectifs

Gérer un projet interne ou externe à l'organisation :

- Engagement dans une équipe projet en vue de fournir un livrable
- Réalisation d'un diagnostic
- Mise en oeuvre un projet conforme à la stratégie de l'organisation

Participer au pilotage interne de l'organisation :

- Collaboration au sein d'un service
- Collaboration entre les services
- Collaboration avec les partenaires externes de l'organisation

Concevoir la démarche marketing :

- Réalisation d'une étude du marché
- Réalisation d'un diagnostic interne et externe
- Définition d'une stratégie, sa mise en oeuvre
- Réponse à une problématique de développement à l'international

Déployer le marketing omnicanal et digital

- Analyser les pratiques des consommateurs attachées au numérique (approche consumer journey, recherche d'informations, interaction avec les marques, influenceurs)
- Appréhender tous les facteurs de réussite d'une stratégie omnicanale, en utilisant les outils du CRM et les techniques digitales
- Concevoir une démarche omnicanale dans la stratégie de l'entreprise
- Appliquer une stratégie omnicanale optimisant la rencontre client/entreprise
- Optimiser le mix digital conforme à la stratégie de l'organisation

Assurer le développement des affaires, de la prospection à la fidélisation

- Définir une politique de distribution conforme à la stratégie de l'organisation pour développer sa clientèle
- Faire des recommandations pour l'implantation d'un point de vente, en fonction des analyses du marché et de la zone de chalandise

- Déterminer les facteurs de pérennisation du point de vente
- Participer à la politique d'achats
- Négocier en processus achat
- Préparer la négociation en utilisant les informations utiles à la connaissance du client ou du prospect et en concevant des supports préparatoires
- Faire le suivi des ventes
- Gérer la force de vente, en procédant au recrutement de l'équipe, en veillant à un dimensionnement correct, et en utilisant les outils d'animation et de reporting, pour en maintenir la cohésion, la motivation et la performance
- Prospecter et qualifier un fichier client, dans un objectif de déploiement commercial, de démarche qualité ou de programme de fidélisation
- Analyser un fichier clients et faire des propositions d'actions
- Négocier en processus vente, en utilisant les techniques de vente et de communication orale, et en mettant en oeuvre des qualités personnelles propices pour convaincre
- Faire le suivi de la négociation, par le biais des outils du CRM, l'utilisation de la communication écrite et orale, pour veiller à la satisfaction du client et à sa fidélisation

Programme

Le parcours Management commercial et marketing omnicanal développe les compétences nécessaires au déploiement omnicanal et digital d'une démarche marketing et au développement d'affaires à une entreprise ou une organisation quelle qu'elle soit. Le diplômé pourra ainsi exercer les métiers d'assistant marketing, d'assistant logistique, d'assistant responsable des achats ou encore de chargé de communication.
Il comprend 2400 heures de formation :

- 1800 heures d'enseignement
- 600 heures de projet

La formation s'articule autour de travaux pratiques, travaux dirigés, cours magistraux, visites d'entreprises et d'installations industrielles, conférences métiers, rencontres avec les entreprises et les diplômés.

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée	Niveau de sortie
Sans niveau spécifique	**Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4**

Liste des certifications

BUT spécialité gestion administrative et commerciale des organisations parcours management commercial et marketing omnicanal
Code RNCP : 41598

Métiers associés

D1401 — Assistanat commercial
D1502 — Management/gestion de rayon produits alimentaires
D1503 — Management/gestion de rayon produits non alimentaires
M1705 — Marketing
M1707 — Stratégie commerciale

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2330528S	Présentiel	Pontivy	01/09/2027	31/08/2029

Source : GREF Bretagne #26212674F