Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

Management commercial opérationnel

Session 2026 • Code sujet : **26-BTS-MCO-E6** • Durée : **30 minutes** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Présentation du contexte et analyse de l’offre commerciale** (2 questions) — **Page 3**
2. **Organisation de l’espace commercial et développement de la performance** (2 questions) — **Page 5**
3. **Communication commerciale et animation de l’offre** (2 questions) — **Page 7**
4. **Évaluation de l’action et propositions d’amélioration** (2 questions) — **Page 9**
5. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 11**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsmco.fr/assets/annales/bts-mco/E4.2 - Animation et dynamisation de l'offre commerciale/2026/BTS MCO - E4.2 - Animation et dynamisation de l'offre commerciale - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Présentation du contexte et analyse de l’offre commerciale

Le candidat s’appuie sur une situation professionnelle vécue et présentée dans son dossier numérique personnel, sans unité commerciale ni cas imposé au niveau national. Il présente le contexte, la clientèle et l’offre, puis explique le diagnostic qui a conduit à adapter l’offre.

Présentation de l’unité commerciale

Question 1.1. Présentez brièvement l’unité commerciale, la situation retenue et les caractéristiques de la clientèle concernée. Justifiez le choix de cette situation au regard des objectifs commerciaux.

Présentez une situation professionnelle réellement vécue et précisez votre contribution personnelle, distincte de celle de l’équipe. Le dossier recommande de situer l’action dans le temps et d’en exposer les objectifs, la méthode, les moyens et les résultats.

Élément	Informations à renseigner
Unité commerciale	[enseigne, activité, localisation]
Situation et rôle	[action, période, contribution personnelle]
Clientèle concernée	[profil, besoins et habitudes observés]
Objectif commercial	[résultat visé et indicateur de suivi]

Justifiez le choix par un enjeu commercial constaté et distinguez les faits observés de votre interprétation.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Je présente [unité et situation], auprès de [clientèle], pour répondre à [besoin] et atteindre [objectif commercial], en précisant mon rôle personnel.

Analyse de l’offre et de la demande

Question 1.2. Analysez l’offre et la demande dans la situation présentée. Identifiez les éléments de votre diagnostic qui ont conduit à adapter l’offre, en tenant compte de la clientèle locale et de la politique de l’enseigne.

Confrontez les caractéristiques de l’offre aux besoins de la clientèle locale, en vous appuyant sur les informations réellement recueillies : retours clients, achats observés, disponibilité ou données commerciales. Distinguez les constats de leur interprétation.

- **Demande :** attentes ou habitudes qui justifient une adaptation.
- **Offre :** gamme, prix, disponibilité et visibilité concernés.
- **Contexte local :** clientèle, saisonnalité ou concurrence, si ces éléments ont été observés.
- **Enseigne :** positionnement et consignes à respecter.

Concluez en reliant chaque adaptation effectuée à un constat et à un objectif commercial, sans confondre les préférences locales avec les standards de l’enseigne.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Les constats sur [demande et offre] ont conduit à [adaptation], cohérente avec la clientèle locale, les consignes de l’enseigne et l’objectif commercial.

2. Organisation de l’espace commercial et développement de la performance

Le candidat présente les choix d’agencement et de mise en valeur réalisés ou observés dans son unité commerciale. Il les relie aux besoins de la clientèle, aux contraintes de l’espace et aux indicateurs permettant d’apprécier la performance.

Organisation et mise en valeur de l’espace

Question 2.1. Expliquez les choix d’organisation de l’espace commercial et de mise en valeur de l’offre. Montrez comment ils répondent aux besoins de la clientèle et aux consignes de l’enseigne, en prenant en compte l’accessibilité, la sécurité et la disponibilité des produits.

À partir du plan réel et des observations de la situation, identifier la zone, l’emplacement de l’offre et les circulations. Justifier les choix par les besoins des clients et les consignes de l’enseigne. Le gabarit fourni sert uniquement au repérage : il ne permet pas de déduire des dimensions réelles.

Point à préciser	Éléments à relier à la situation
Zone et emplacement	Zone concernée, visibilité et proximité utile
Accessibilité	Accès aux produits et cheminements dégagés
Sécurité	Circulation, dégagements et accès aux équipements préservés
Disponibilité	Stock contrôlé et réassort organisé
Mise en valeur	Présentation et signalétique conformes aux consignes

Vérifier aussi la lisibilité et l’exactitude des prix et avantages annoncés, ainsi que l’accessibilité de l’espace.

Repères à compléter selon la situation réelle

Repère	Donnée ou observation du candidat
Zone concernée par l’action	Zone réelle .....
Emplacement de l’offre ou de l’animation	Emplacement de l’offre .....
Circulation et accès à préserver	..... Circulation et accès .....
Élément d’agencement ou de signalétique	..... Agencement et signalétique
Indicateur retenu pour évaluer l’action	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Un espace lisible et accessible, une offre visible et disponible, une signalétique conforme et des circulations sécurisées.

Suivi de la performance

Question 2.2. Présentez les indicateurs retenus pour suivre les performances de l'espace ou de l'offre concernée. Interprétez les résultats disponibles dans votre dossier et précisez les limites éventuelles des données recueillies.

Présenter les valeurs réellement consignées dans le dossier et les comparer à l'objectif ou à une période comparable. Interpréter les écarts en tenant compte du trafic, des stocks, des promotions et de la période observée. Ne pas attribuer automatiquement une variation au seul agencement.

Indicateur	Mesure ou formule	Interprétation
Chiffre d'affaires	Ventes de l'offre, en €	Écart à l'objectif ou à la période de référence
Quantités vendues	Unités vendues	Évolution de la demande
Taux de transformation	Transactions ÷ visiteurs × 100, en %	Part des visiteurs ayant acheté
Ruptures	Nombre ou durée des ruptures	Disponibilité des produits

Préciser les limites de fiabilité, de durée ou de périmètre des données utilisées et relier toute conclusion aux résultats effectivement présentés.

Indicateur à renseigner selon le dossier

Repère	Donnée ou observation du candidat
Zone concernée par l'action	.....
Emplacement de l'offre ou de l'animation	.....
Circulation et accès à préserver	.....
Élément d'agencement ou de signalétique	.....
Indicateur retenu pour évaluer l'action	..... Indicateur réel retenu .....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Comparer les ventes, les quantités, la transformation et les ruptures aux objectifs, en tenant compte du trafic, des stocks et des limites des données.

3. Communication commerciale et animation de l’offre

Le candidat décrit une action de communication, une animation ou une opération promotionnelle réellement conduite ou observée dans son expérience professionnelle. Il présente les objectifs, les publics, les supports, les étapes de mise en œuvre et les contraintes de conformité et de sécurité.

Objectifs, cible et supports

Question 3.1. Présentez les objectifs de l’action, la clientèle visée, le message et les supports choisis. Justifiez leur cohérence avec l’offre, l’image de l’enseigne et les contraintes de mise en œuvre.

Présentez une action réellement menée ou observée et rattachez-la à un objectif précis, par exemple faire connaître une offre, augmenter les ventes ou fidéliser. Décrivez la clientèle visée à partir de ses caractéristiques réelles, puis formulez le message essentiel et les supports effectivement utilisés. Justifiez leur adéquation avec le produit, les besoins de la cible et l’image de l’enseigne. Citez les contraintes prises en compte, comme le budget, le calendrier, la disponibilité des produits et les règles de communication. Appuyez-vous sur votre dossier et distinguez les faits de votre analyse.

Repères pour présenter l’action de communication

Élément	À renseigner avec les faits de la situation
Objectif	Résultat commercial ou opérationnel visé
Clientèle	Profil réel et besoin concerné
Message	Promesse et conditions clairement annoncées
Supports	Supports effectivement utilisés
Cohérence	Lien avec l’offre, l’enseigne et les contraintes

À compléter à partir du dossier professionnel, sans attribuer de résultats non mesurés.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Objectif, cible, message et supports cohérents avec l’offre, l’enseigne et les contraintes réelles de la situation.

Préparation et mise en place

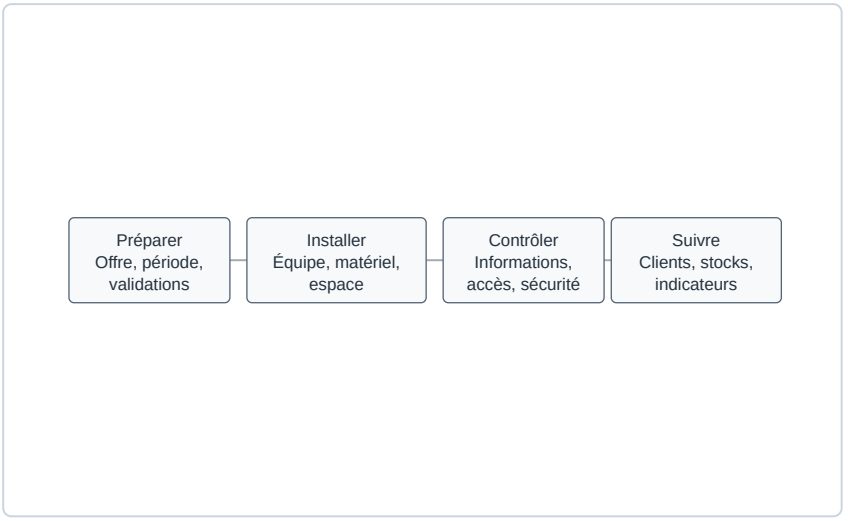
Question 3.2. Expliquez les étapes de préparation et de mise en place de l’action. Précisez les moyens humains et matériels mobilisés ainsi que les points de vigilance concernant l’information du consommateur et la sécurité dans l’espace commercial.

1. **Préparer :** fixer l’objectif et la période, vérifier l’offre, les stocks, les prix et les conditions de l’opération, puis obtenir les validations nécessaires.
2. **Installer :** répartir les rôles dans l’équipe, préparer les supports et le matériel, puis aménager l’espace selon les consignes de l’enseigne.
3. **Contrôler :** vérifier l’exactitude et la lisibilité des informations, la disponibilité annoncée, ainsi que le maintien des accès, des circulations et des dégagements.

4. **Suivre :** accueillir les clients, réapprovisionner si nécessaire et relever les résultats prévus.

Précisez votre contribution personnelle et les moyens réellement mobilisés. Si des données personnelles sont collectées, indiquez les garanties appliquées.

Étapes de mise en place de l'action



Séquence à illustrer avec les moyens et contrôles réellement utilisés.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Préparation, installation, contrôles de conformité et de sécurité, puis suivi avec les moyens réellement mobilisés.

4. Évaluation de l’action et propositions d’amélioration

Le candidat prend du recul sur l’action présentée et confronte ses résultats aux objectifs initiaux à partir des données disponibles. Il formule des améliorations réalistes, en précisant leurs bénéfices attendus, les moyens nécessaires et les indicateurs de suivi.

Évaluation des résultats

Question 4.1. Évaluez les résultats de l’action au regard des objectifs initialement fixés. Présentez les données utilisées, les écarts constatés et les facteurs susceptibles d’expliquer les résultats.

Pour chaque objectif, comparez la cible au résultat constaté sur la même période et indiquez la source des données. Calculez l’écart lorsque les valeurs sont disponibles ; sinon, décrivez-le qualitativement sans inventer de chiffres.

Donnée suivie	Comparaison	Interprétation
Ventes, chiffre d’affaires ou fréquentation	Objectif et résultat réel	Atteint, dépassé ou non atteint
Conversion, panier moyen ou marge, si disponibles	Avant/après ou objectif/réalisé	Effet à nuancer selon le contexte

Reliez les écarts à des facteurs observables, comme la fréquentation, les ruptures, la visibilité ou la période. Mentionnez les limites : données manquantes, comparaison courte ou influence d’autres actions.

Repère pour le bilan des résultats

Synthèse d’une situation professionnelle

Élément	Synthèse
Contexte, clientèle et offre	.....
Problématique et objectifs	.....
Actions réalisées personnellement	.....
Moyens et contraintes	.....
Résultats et indicateurs	.....
Analyse et améliorations proposées	.....

Le candidat peut s’appuyer sur cette trame pour organiser sa présentation.

Résultats et indicateurs

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

✓ RÉPONSE À RETENIR

Bilan : objectifs comparés aux résultats mesurés, écarts expliqués par des facteurs observables et limites des données précisées.

Améliorations proposées

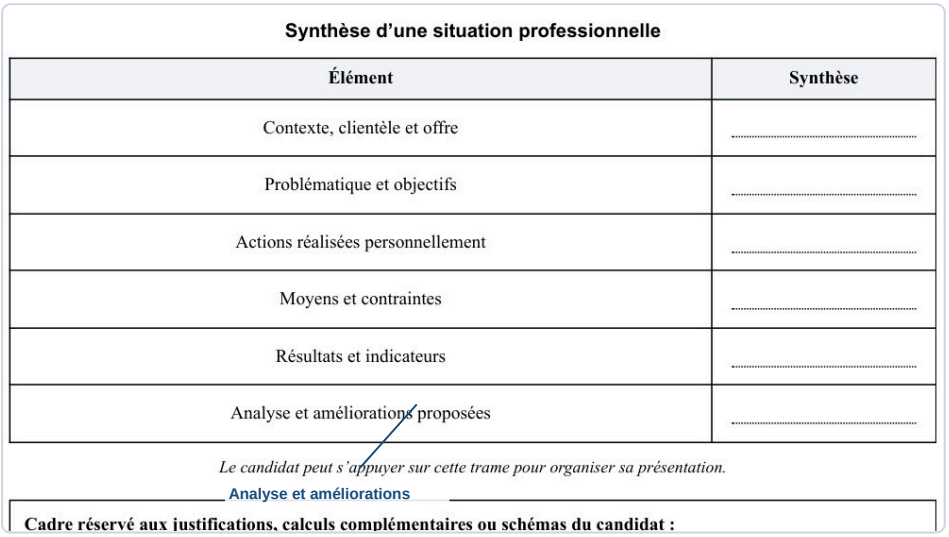
Question 4.2. Proposez au moins deux améliorations argumentées. Pour chacune, indiquez le bénéfice attendu, les moyens nécessaires et un indicateur permettant d'en suivre l'efficacité.

Choisissez au moins deux améliorations en lien avec le bilan. Pour chacune, précisez les moyens réellement mobilisables et mesurez l'effet sur une période définie.

Amélioration	Bénéfice attendu	Moyens et indicateur
Adapter le message et les supports à la clientèle	Améliorer la visibilité et l'attractivité de l'offre	Modifier l'affichage ou les supports ; suivre les ventes ou la fréquentation
Renforcer le suivi des stocks et de l'espace	Réduire les ruptures et faciliter le parcours client	Contrôles réguliers par l'équipe ; suivre les ruptures ou les ventes

Comparez les indicateurs aux objectifs initiaux et tenez compte des contraintes de budget, de personnel et de mise en œuvre.

Repère pour les améliorations proposées



Synthèse d'une situation professionnelle

Élément	Synthèse
Contexte, clientèle et offre	.....
Problématique et objectifs	.....
Actions réalisées personnellement	.....
Moyens et contraintes	.....
Résultats et indicateurs	.....
Analyse et améliorations proposées	.....

Le candidat peut s'appuyer sur cette trame pour organiser sa présentation.

Analyse et améliorations

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

✓ RÉPONSE À RETENIR

Améliorations : adapter la communication et fiabiliser la disponibilité, avec des moyens définis et un indicateur de suivi pour chacune.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2026)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve orale E6 du BTS Management commercial opérationnel, session 2026, code 26-BTS-MCO-E6, dure 30 minutes et a un coefficient 3. À partir d'un dossier personnel consacré à une situation professionnelle vécue, le candidat analyse l'offre, organise l'espace commercial, décrit une action de communication ou d'animation, en évalue les résultats et propose des améliorations. La présentation ne dépasse pas 10 minutes.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Distinguer les faits observés de l'analyse et relier le diagnostic de l'offre et de la demande aux décisions prises.
- Justifier l'agencement et la mise en valeur en tenant compte des besoins clients, de l'accessibilité, de la sécurité et de la disponibilité des produits.
- Évaluer une action en comparant les résultats mesurables aux objectifs initiaux et en signalant les limites des données.
- Pour chaque amélioration, préciser le bénéfice attendu, les moyens nécessaires et un indicateur de suivi.

Points de vigilance & attentes du jury

- Présenter clairement son rôle personnel et distinguer ses contributions de celles de l'équipe.
- Relier les décisions aux objectifs commerciaux, à la clientèle locale et à la politique de l'enseigne.
- Vérifier l'exactitude et la lisibilité des prix, conditions et avantages annoncés, ainsi que la période et la disponibilité d'une promotion.
- Ne pas déduire de dimensions réelles du gabarit sans échelle : s'appuyer sur les mesures et le plan réel de l'unité commerciale.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser les 30 minutes de l'épreuve orale ?

La présentation du candidat ne dépasse pas 10 minutes. L'échange avec le jury occupe le temps restant, soit jusqu'à 20 minutes. Préparez une présentation structurée et gardez des éléments du dossier pour étayer vos réponses aux questions.

Q : Comment évaluer une action si les données sont incomplètes ?

Présentez les données effectivement disponibles, comparez-les aux objectifs et interprétez les écarts avec prudence. Indiquez les limites de collecte ou de fiabilité et les facteurs susceptibles d'influencer les résultats, sans inventer de chiffres.

Q : Quel barème s'applique aux quatre parties de l'épreuve ?

Le sujet attribue 5 points à chacune des quatre parties, soit 20 points au total. Les questions de la première partie valent 2 et 3 points ; celles des trois autres parties valent chacune 2,5 points.

Q : Quels critères de conformité faut-il évoquer pour une animation commerciale ?

Reliez les règles à votre situation et aux vérifications effectuées : information loyale et lisible, conditions promotionnelles compréhensibles, circulation et accès sécurisés. Si des données personnelles sont collectées, expliquez leur usage et la procédure appliquée.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsmco.fr/assets/annales/bts-mco/E4.2 - Animation et dynamisation de l'offre commerciale/2026/BTS MCO - E4.2 - Animation et dynamisation de l'offre commerciale - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Management Commercial Opérationnel : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.