



Responsable de la promotion des ventes

Le responsable de la promotion des ventes met au point des " opérations séduction " pour stimuler les ventes d'une marque ou d'un produit. Il travaille avec les professionnels du marketing et de la publicité, et avec les commerciaux sur le terrain.

SOMMAIRE

Le métier

Compétences requises

Où l'exercer ?

Les études

Emploi et secteur

Salaire du débutant

Pour aller plus loin

Niveau minimum d'accès : **bac + 2**

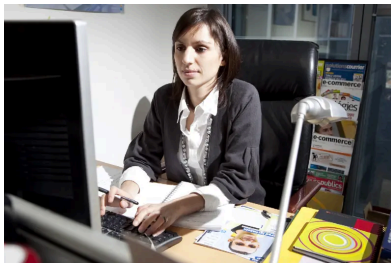
Salaire débutant : **1916 €**

Statut : **Statut salarié**

Synonymes : Responsable du marketing (mercatique) opérationnel, Responsable trade marketing (mercatique associée)

Secteur professionnel : Commerce et distribution

Centres d'intérêt : J'ai le sens du contact, J'aime bouger, J'aime organiser, gérer, Je veux travailler dans le commerce



© Alain Potignon/Onisep

Le métier

Élaborer une stratégie

Pour séduire le consommateur, le responsable de la promotion des ventes utilise toutes sortes de moyens : envoi de coupons de réduction, offres " packaging ", création d'événements sur les surfaces de vente, organisation de concours ou de conférences de presse... Destinées à augmenter les ventes, ces opérations ne doivent rien au hasard. Le responsable de la promotion des ventes s'appuie sur des études de marché, des informations sur les prix et la concurrence avant d'imaginer des actions définies en accord avec les services marketing et publicité.

Motiver les troupes

Sans l'adhésion des forces de vente, tous ces plans seraient voués à l'échec. Il faut donc motiver les commerciaux qui travaillent sur le terrain et, le cas échéant, leur dispenser une formation et des conseils sur les produits ou l'offre promotionnelle du moment. Bon gestionnaire, le responsable de la promotion des ventes veille en outre à respecter le budget qui a été alloué.

Dresser un bilan

Le responsable de la promotion des ventes examine à la loupe les résultats enregistrés, analyse les écarts avec les objectifs qui avaient été fixés au départ, et prend les mesures correctives qui s'imposent. Il traque le grain de sable qui a pu se glisser dans les rouages de la machine à doper les ventes.

Compétences requises

Imaginatif

Le responsable de la promotion des ventes doit faire appel à son imagination et à sa créativité pour proposer des actions innovantes et efficaces. Il cherche sans relâche le petit " plus " qui va différencier sa campagne de celle du concurrent. Pour faire naître chez le client le désir d'acheter, il faut d'abord susciter son étonnement, sa curiosité...

Rigoureux

Il tient compte des contraintes budgétaires et respecte la marge d'autonomie des directeurs de magasin. Il fait preuve d'une grande rigueur dans le traitement des chiffres et la gestion des informations. Il a des connaissances en droit commercial, en techniques de marketing, et sait analyser des statistiques. Il a acquis une solide connaissance des circuits de distribution et des habitudes de consommation. Il sait se remettre en cause pour ajuster ou modifier, le cas échéant, son action.

À l'écoute et persuasif

Il apprécie de travailler avec des interlocuteurs divers et variés. Il est capable d'animer et de motiver une équipe de vendeurs. Il prend le temps d'expliquer ses objectifs, de conseiller et de former les personnels. Doué pour la négociation commerciale, il sait aussi utiliser les médias. Maîtriser l'anglais peut être demandé à l'embauche.

Où l'exercer ?

Dans tous les secteurs

Industrie agroalimentaire, fabricants de cosmétiques, constructeurs automobiles, opérateurs de téléphonie mobile... la plupart des entreprises commercialisant des produits ou des services à destination du grand public ont créé, au sein de leur service marketing, un poste de responsable de la promotion des ventes. Dans le cas contraire, cette activité peut être sous-traitée à une agence de conseil en marketing.

Un travail d'équipe

Ce professionnel travaille en étroite collaboration avec le chargé d'études marketing et le chef de produit. Il noue une relation complice avec les commerciaux de terrain (chefs de rayon, vendeurs...) qu'il motive et forme si besoin. Avant de lancer une campagne de communication dans les médias, il se met en rapport avec le service publicité.

Une grande disponibilité

L'emploi du temps du responsable de la promotion des ventes est rythmé par les nombreux déplacements dans les magasins et les grandes surfaces. Les opérations promotionnelles ne pouvant être mises en place quand la clientèle est présente, il place ses rendez-vous avec les équipes de vente tôt le matin ou tard le soir, puis il suit son action sur les points de vente. Il peut bénéficier d'une voiture de fonction, d'un ordinateur et d'un téléphone portable de sa société.

Les études

Après le bac

2 ans pour obtenir un BTS dans le secteur du commerce, éventuellement complété par une licence professionnelle (1 an) ; 3 ans pour un BUT techniques de commercialisation, 5 ans pour un diplôme d'école de commerce ou un master en marketing. La tendance est plutôt au recrutement de titulaires d'un bac+5.

bac + 2

→ [BTS management commercial opérationnel](#)

bac + 3

→ [Bachelor en sciences du management - diplôme de développement commercial et marketing](#)

→ [BUT techniques de commercialisation parcours business développement et management de la relation client](#)

→ [BUT techniques de commercialisation parcours business international : achat et vente](#)

→ [BUT techniques de commercialisation parcours marketing digital, e-business et entrepreneuriat](#)

→ [BUT techniques de commercialisation parcours marketing et management du point de vente](#)

→ [BUT techniques de commercialisation parcours stratégie de marque et événementiel](#)

→ [Diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion \(EGC Le Mans\)](#)

→ [Licence pro mention e-commerce et marketing numérique](#)

→ [Licence pro mention métiers du marketing opérationnel](#)

bac + 5

→ [Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international \(Programme Grande Ecole\) de l'IDRAC](#)

→ [Diplôme du programme grande école de l'EBS Paris](#)

→ [Diplôme du programme grande école de l'ISTEC](#)

→ [Diplôme en marketing](#)

→ [Master mention marketing, vente](#)

Emploi et secteur

En progression

La concurrence étant de plus en plus rude, il est important pour les marques de faire la différence, notamment en investissant dans les opérations promotionnelles. Les spécialistes capables de les concevoir et de les orchestrer sont recherchés.

Avoir fait ses preuves

Les profils les plus appréciés par les recruteurs sont de jeunes cadres diplômés d'une école de commerce ayant une première expérience dans la vente, de terrain notamment (comme vendeur ou chef de rayon, par exemple) et connaissant bien, par conséquent, les réalités et les contraintes du secteur. Ils commencent souvent en tant qu'assistants avant de grimper les échelons.

Un excellent tremplin

De nombreuses et très intéressantes évolutions de carrière sont envisageables après quelques années d'expérience. Un responsable de la promotion des ventes peut devenir directeur marketing, directeur commercial, ou se réorienter vers la formation professionnelle ou la publicité, par exemple, notamment grâce aux contacts qu'il noue au cours de sa carrière. Il peut aussi intégrer une agence de conseil en promotion des ventes ou créer sa propre structure.

Secteur

Ce métier peut être exercé dans tous les secteurs d'activité : agriculture ; BTP ; commerce et services ; énergie ; industrie.

Commerce et distribution

Salaire du débutant *

À partir de 1916 euros brut par mois.

* variable en fonction du lieu d'exercice, du statut.

Pour aller plus loin

Librairie



PARCOURS

Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité

Paru le 14/10/2021

Broché • 12,00 € [🔗](#)

PDF • 8,00 € [🔗](#)



ZOOM SUR LES MÉTIERS

Les métiers de la presse d'information générale

Paru le 27/01/2026

Broché • 4,90 € ↗

Centres d'intérêt

[J'ai le sens du contact →](#)

[J'aime bouger →](#)

[J'aime organiser, gérer →](#)

[Je veux travailler dans le commerce →](#)

Autres métiers à découvrir

**Chargé d'études en marketing
(mercatique)**

**Vendeur de matériel médical,
paramédical**

Responsable e-commerce

Ingénieur technico-commercial

Conseiller relation client à distance