RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ONISEP L'INFORMATION POUR L'ORIENTATION

Responsable de la promotion des ventes

Le ou la responsable de la promotion des ventes met au point des " opérations séduction " pour stimuler les ventes d'une marque ou d'un produit. Il ou elle travaille avec les professionnels ou les professionnelles du marketing (mercatique) et de la publicité, et avec les équipes commerciales 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**

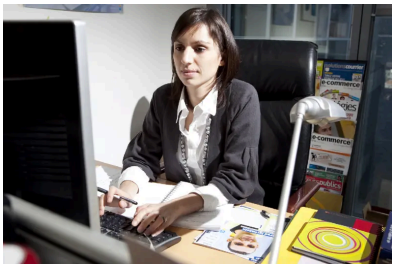
Salaire débutant : **2083 €**

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 des affaires, J'aime manier les chiffres, J'aime me déplacer, voyager, J'aime organiser, planifier



© Alain Potignon/Onisep

Le métier

Élaborer une stratégie

Pour séduire les consommateurs ou les consommatrices, le ou la responsable de la promotion des ventes utilise toutes sortes de moyens : envoi de coupons de réduction, offres " packaging " (conditionnement), 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 ou la 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 équipes commerciales 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. Gestionnaire, le responsable de la promotion des ventes veille en outre à respecter le budget qui a été alloué.

Dresser un bilan

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

Compétences requises

Imagination

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

Rigueur

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

Sens de l'écoute et persuasion

Il ou elle apprécie de travailler avec des personnes diverses. Il ou elle est capable d'animer et de motiver une équipe de vendeurs ou de vendeuses. Il ou elle prend le temps d'expliquer ses objectifs, de conseiller et de former les personnels. Habile dans la négociation commerciale, il ou elle sait aussi utiliser les médias. Maîtriser l'anglais peut être demandé à l'embauche.

Où l'exercer ?

Dans tous les secteurs

Industrie agroalimentaire, entreprises fabricant des 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 ou cette professionnelle travaille en étroite collaboration avec le chargé ou la chargée d'études marketing et le chef ou la cheffe de produit. Il ou elle noue une relation complice avec les commerciaux de terrain (chefs de rayon, vendeurs ou vendeuses...) qu'il ou elle motive et forme si besoin. Avant de lancer une campagne de communication dans les médias, il ou elle se met en rapport avec le service publicité.

Une grande disponibilité

L'emploi du temps du ou de la 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 ou elle place ses rendez-vous avec les équipes de vente tôt le matin ou tard le soir, puis il ou elle suit son action sur les points de vente. Il ou elle peut bénéficier d'une voiture de fonction, d'un ordinateur et d'un téléphone portable fournis par 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 ou un diplôme d'école de commerce et de gestion ; 5 ans pour un master en marketing, vente ou un diplôme d'école de commerce et de gestion

bac + 2

→ BTS management commercial opérationnel

bac + 3

→ Bachelor en management (EDC)

→ 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 de développeur commercial et marketing

→ 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 (PGE) de l'IDRAC

→ Diplôme du programme grande école de l'EBS

→ 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 ou recherchées.

Avoir fait ses preuves

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

Un excellent tremplin

De nombreuses et très intéressantes évolutions de carrière sont envisageables après quelques années d'expérience. Un ou une responsable de la promotion des ventes peut devenir directeur ou directrice marketing, directeur commercial ou directrice commerciale, ou encore se réorienter vers la formation professionnelle ou la publicité, par exemple, notamment grâce aux contacts noués au cours de sa carrière. Il ou elle 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 2083 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 €
PDF • 0,00 €

Centres d'intérêt

Autres métiers à découvrir

- Traffic manager (responsable de la promotion en ligne)
- Chargé d'études en marketing (mercatique)
- Vendeur de matériel médical, paramédical
- Responsable e-commerce
- Vendeur en micro-informatique et multimédia