RIASEC : Ec

M1706
CHEF / CHEFFE DE PROMOTION DES VENTES

Emploi cadre

Autres emplois décrits

- Ingénieur / Ingénieure de promotion des ventes
- Promoteur / Promotrice des ventes
- Responsable de la promotion des ventes

Définition

Le chef de promotion des ventes conçoit, planifie et met en œuvre les actions promotionnelles destinées à stimuler les ventes d'un produit ou d'une gamme.

- Élabore la stratégie promotionnelle en fonction des objectifs commerciaux (chiffre d'affaires, parts de marché, lancement de produit)
- Conçoit des opérations promotionnelles (réductions, offres spéciales, packagings, jeux concours, animations en magasin)
- Coordonne la mise en œuvre avec les équipes internes (marketing, trade marketing, force de vente) et externes (agences, distributeurs)
- Suit et analyse les performances des promotions (retour sur investissement, volume de ventes, impact sur la marge)
- Optimise les campagnes en fonction des résultats et des retours terrain

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac+3 à Bac+5 dans le domaine du commerce, de la communication ou du marketing.
La pratique d'une langue étrangère, en particulier l'anglais, peut être requise.

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Négocier des conditions commerciales
- Négocier des promotions
- Négocier l'emplacement d'un produit
- Adapter une campagne promotionnelle à une cible ou un produit
- Concevoir la campagne promotionnelle d'un produit
- Mettre en place des solutions d'amélioration de la performance
- Evaluer l'efficacité des campagnes

Management, Social, Soin

- Animer, coordonner une équipe

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Déterminer les caractéristiques des supports publicitaires
- Analyser des informations sur un produit ou sur une gamme

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Elaborer, suivre et piloter un budget

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Apporter un appui technique lors du lancement d'une campagne promotionnelle

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Superviser la mise en œuvre de campagnes promotionnelles

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Mettre en oeuvre des actions commerciales et promotionnelles
- Concevoir et gérer un projet
- Diriger et gérer un ensemble, une structure, une organisation

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Management, Social, Soin

- Gérer les ressources humaines

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer la gestion administrative et financière d'une activité

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Etre force de proposition
- Faire preuve de rigueur et de précision

Savoirs

Domaines d'expertise

- Gestion budgétaire
- Merchandising / Marchandisage
- Sociologie
- Analyse des besoins des clients
- Analyse de données expérimentales
- Marketing (mercatique)

Normes et procédés

- Droit commercial
- Législation sociale

Techniques professionnelles

- Techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques Transition numérique

Produits, outils et matières

- Utilisation d'outils de planification Transition numérique

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

- Travail en journée
- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Entreprises et milieux professionnels
- Entreprise industrielle

Secteurs d'activité

- Communication et marketing

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail