

3.15 Fiche Métier – COMPETENCES Promoteur des ventes

1.	Intitulé de l'emploi appellations	<ul style="list-style-type: none"> • Chef de promotion des ventes • Promoteur / Promotrice des ventes • Responsable de la promotion des ventes
2.	Code	REC/UMA/10505
3.	Famille Professionnelle	Support à l'entreprise/ Stratégie commerciale, marketing et activité commerciale
4.	Catégorie	Cadre
5.	Définition	
	Définit et met en œuvre les actions promotionnelles des produits afin de dynamiser les ventes, selon la stratégie commerciale de l'entreprise. Peut diriger un service et coordonner une équipe.	
6.	Environnement et conditions de travail	
	L'activité de ce métier s'exerce au sein d'entreprises commerciales ou industrielles, d'agences conseil en communication et promotion des ventes, en relation avec différents services (commercial, marketing, publicité, ...) et interlocuteurs (clients, fournisseurs, ...). Elle peut impliquer des déplacements. Elle peut varier selon la gamme de produits ou la structure (entreprise, agence conseil, ...).	
7.	Conditions d'accès	
	Ce métier est accessible à partir d'un diplôme de Licence en communication, commerce, marketing... La pratique d'une ou plusieurs langues étrangères, en particulier le français et l'anglais, peut être requise.	
	Activités principales	
	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser les informations sur un produit ou une gamme et définir le type de campagne promotionnelle • Concevoir la campagne promotionnelle du produit ou de la gamme et déterminer les caractéristiques des supports publicitaires • Elaborer le budget de la campagne promotionnelle du produit ou de la gamme et le gérer • Organiser la mise en œuvre de la campagne promotionnelle (logistique, négociation avec les enseignes, ...) et en suivre le déroulement • Former l'équipe de commerciaux sur les produits et apporter un appui technique lors du lancement de la campagne promotionnelle • Analyser les résultats de la campagne promotionnelle (atteinte des objectifs, ...) et proposer des axes d'évolution 	
09	Compétences requises	

Nomenclature des compétences					
Les savoir faire					
Réf compétence	Description des compétences	I	P	M	T
1	Analyser les informations sur un produit ou une gamme	I	P	M	T
2	Définir le type de campagne promotionnelle pour chaque produit ou une gamme de produits	I	P	M	T
3	Concevoir une campagne promotionnelle du produit ou de la gamme	I	P	M	T
4	Déterminer les caractéristiques des supports publicitaires du produit ou de la gamme	I	P	M	T
5	Elaborer un budget de la campagne promotionnelle du produit ou de la gamme	I	P	M	T
6	Gérer un budget de la campagne promotionnelle du produit ou de la gamme	I	P	M	T
7	Mettre en œuvre une campagne promotionnelle (logistique, négociation avec les enseignes, ...)	I	P	M	T
8	Suivre le déroulement d'une campagne promotionnelle	I	P	M	T
9	Analyser des résultats de campagne promotionnelle (atteinte des objectifs, ...)	I	P	M	T
10	proposer des axes d'évolution et d'amélioration	I	P	M	T
11	Utiliser l'outil bureautique (traitement de texte, tableur,...)	I	P	M	T
Les savoir					
Réf compétence	Description des compétences	I	P	M	T
1	Droit commercial	I	P	M	T

2	Gestion budgétaire	I	P	M	T
3	Conduite de projet	I	P	M	T
4	Techniques de marketing et typologie des clients/consommateurs	I	P	M	T
5	Techniques de merchandising	I	P	M	T
6	Sociologie	I	P	M	T
7	Gestion financière	I	P	M	T
8	Techniques commerciales	I	P	M	T
9	Analyse statistique et d'outils de planification	I	P	M	T
Les savoir êtres					
1	Etre disponible et orienté clients	I	P	M	T
2	Communiquer et gérer ses relations	I	P	M	T
3	Maintenir l'esprit d'équipe et de partage	I	P	M	T
4	Organiser et gérer le temps et les activités	I	P	M	T
5	Savoir se maîtriser et gérer ses comportements et ses émotions	I	P	M	T
6	Faire preuve de rigueur, de précision et de curiosité	I	P	M	T

* I : initiation / P : pratique / M : maîtrise / T : Tutorat /expertise