

COMMUNICATION/PROMOTION

RESPONSABLE PROMOTION

appellations voisines : responsable publicité

métiers connexes : responsable communication,
chargé de promotion



MISSIONS

Coordonne et met en œuvre des opérations publicitaires et promotionnelles :

- > participe à la définition de la politique publicitaire et promotionnelle,
- > participe, avec la direction commerciale et les prestataires extérieurs, à la conception des messages publicitaires et des documents promotionnels (catalogues, bulletins) et coordonne leur réalisation,
- > établit et gère le budget publicité et promotion du service,
- > établit le planning des campagnes et opérations de promotion, suit leur déroulement et analyse leurs retombées,
- > coordonne la réalisation des opérations effectuées en interne.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail et le périmètre d'activité, le responsable promotion peut être amené à mettre en œuvre des actions promotionnelles à destination des prescripteurs de contenus pédagogiques.

Dans ce cas, il devra maîtriser l'environnement professionnel pédagogique et se tenir informé de l'actualité pédagogique en consultant les nouveaux programmes de l'Éducation Nationale, l'actualité des financements des collectivités locales, etc.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- appréhender les produits, les marchés, les circuits de commercialisation et ceux de la concurrence pour adapter la stratégie commerciale,
- appliquer les techniques de webmarketing et de e-commerce : prospection, référencement, etc.,
- recommander et conseiller sur les supports et les actions pertinentes à mener autour du produit et de ses cibles,
- utiliser les logiciels photos et vidéos nécessaires à la conception des messages publicitaires,
- réaliser une veille créative et technologique sur l'évolution des supports et des formats publicitaires.

Compétences de gestion :

- maîtriser les systèmes d'information commerciale et les outils de traitement de l'information commerciale ou marketing pour suivre et analyser l'activité,
- coordonner la conception de supports promotionnels (spots publicitaires, supports imprimés de promotion),
- sélectionner et piloter les prestataires pour la réalisation des campagnes et opérations promotionnelles,
- organiser des animations à des salons, expositions,
- élaborer et suivre les plannings et les budgets pour piloter son activité et assurer un reporting.

Compétences en management :

- encadrer et gérer l'équipe de son service.

Compétences relationnelles :

- créer et entretenir de bonnes relations avec les prestataires tout en négociant au mieux les intérêts de l'entreprise.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité de la direction générale. Selon l'organisation, le service peut être rattaché au service marketing et au service commercial. Dans ce cas, il travaille sous l'autorité du directeur marketing ou commercial. Il encadre les membres de son service (ex : chargé de promotion). En interne, il travaille en relation avec le service éditorial, le service marketing, et le service commercial. En externe, il travaille en relation avec les prestataires vidéo, photos, et les agences de graphisme.



FILIÈRES DE FORMATION

Des formations certifiantes de niveau I (ex : écoles de commerce avec une spécialisation en marketing/commerce) peuvent préparer à l'exercice du métier de responsable promotion.



CONDITIONS D'EXERCICE

Il n'y a pas de condition particulière d'exercice du métier.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le responsable promotion débute le plus souvent sa carrière comme chargé de promotion. Par la suite, le responsable de promotion peut intégrer un service presse ou marketing dans le secteur de l'édition. Des mobilités externes permettent au responsable promotion d'évoluer vers des postes en régie publicitaire ou en agence de communication.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR