

# Promotion Manager

## FORMAZIONE

Laurea in economia aziendale

Il promotion manager è colui che definisce e coordina la promozione dei prodotti sul mercato.

La sua attività mira a produrre un incremento delle vendite del prodotto/servizio offerto, attraverso l'utilizzo di strumenti come gadget, concorsi, raccolte punti, riduzioni del prezzo, facilitazioni di vario tipo ecc., che prospettano al cliente vantaggi di vario genere, non intrinseci al prodotto stesso.

Il promotion manager gestisce i rapporti con agenzie di comunicazione, pubblicità e promozione e monitorizza costantemente l'efficacia del successo delle promozioni in funzione degli obiettivi e delle strategie di comunicazione, curandone le opportune modificazioni. Rileva l'attività promozionale dei concorrenti per migliorare l'operatività dell'azienda e per acquisire vantaggio competitivo.

## CONOSCENZE E COMPETENZE

Il promotion manager ha alle spalle una lunga esperienza in azienda nell'area marketing o in quella della comunicazione. L'esperto di promozioni conosce le strategie di comunicazione marketing, di relazioni pubbliche e pubblicità e utilizza agevolmente i principali strumenti informatici.

Per quanto riguarda le caratteristiche personali, il promotion manager, come la maggior parte delle figure professionali dell'area marketing, è creativo e possiede spirito d'iniziativa, ottime doti relazionali, capacità di analisi e organizzative e uno spiccato orientamento al problem solving e al raggiungimento degli obiettivi.

## CARRIERA E PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI

La necessità imposta dalla competizione del mercato a definire politiche promozionali sempre nuove e differenti dalle imprese simili, spinge il sistema delle aziende a prevedere all'interno della propria struttura figure professionali in grado di gestire l'intero processo di promozione di un prodotto.

La presenza in azienda della figura del promoter manager, quindi, è prevista in forte aumento.