

Grille d'analyse simple « Promo rentable vs promo destructrice »

Un outil de lecture rapide pour identifier si une promotion crée réellement de la valeur... ou si elle fragilise votre marge sans que cela se voie dans le chiffre d'affaires.

1. Clarifier l'intention

Pourquoi cette promotion est-elle lancée ? Un seul objectif doit être clairement identifiable.

- Générer du trafic
- Augmenter le panier moyen
- Écouler un stock précis
- Recruter sur une gamme

Signal d'alerte : si plusieurs objectifs sont cochés, la promotion manque de pilotage.

2. Tester le produit

Ce produit se vend-il déjà sans promotion ?

- Top vente naturel
- Rotation saisonnière
- Produit à faible traction

Signal d'alerte : promouvoir un top vente revient souvent à déplacer des ventes, pas à en créer.

3. Lecture rapide de la marge

Sans calcul complexe, évaluez la capacité de la marge à absorber une mécanique promotionnelle.

- Marge faible ou contrainte
- Marge correcte mais sensible
- Marge confortable / structurellement élevée

Signal d'alerte : marge faible + remise directe = risque élevé de destruction de valeur.

4. Effet attendu vs effet accepté

Qu'êtes-vous prêt à sacrifier pour cette promotion ?

- Un peu de marge pour tester
- De la marge sur des ventes déjà acquises
- Je ne sais pas vraiment

Signal d'alerte : ce qui n'est pas mesuré est souvent financé sans le savoir.

Lecture rapide : si au moins deux signaux d'alerte apparaissent, la promotion mérite d'être repensée avant d'être répétée. Cette grille est volontairement simple : elle ouvre la réflexion, sans encore structurer

toute la méthode.