

# 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.