La promotion des ventes est une modification de l'offre sous la forme d'un avantage supplémentaire temporaire.

Les objectifs sont nombreux et conditionnent le choix des techniques :
- augmentation des ventes,
- augmentation du nombre de consommateurs,
- provoquer un essai,
- fidéliser la clientèle,
- faire changer de marque,
- ……

Les techniques promotionnelles

Les promotions par le prix

Exemples :
Vente groupée (jumelée ou par lot), offre de remboursement, bon de réduction…

Les promotions par l'objet

Exemples :
Promotion girafe, échantillon gratuit, vente avec prime

Les jeux et concours

Les autres actions promotionnelles

Exemples :
Salons, journées portes ouvertes, mises en avant du produit (dégustation, tête de gondole)

Critère de choix : Objectifs de l'entreprise

Choix d'une ou de plusieurs techniques promotionnelles

Contrainte/Condition de réussite : Respecter de la réglementation

Exemples :
- **interdiction de la vente avec prime sauf si faible valeur ou identique au produit vendu**
- **jeux et loteries sans obligation d'achat uniquement**
- **vente à perte interdite**
- **…**

Évaluation de l'efficacité à l'aide d'indicateurs :

Exemples : progression du CA, PDM, taux de remonté des coupons, clients gagnés…

Autre Condition de réussite : communiquer l'action promotionnelle