

ATELIER DES LUEURS

Lancer une offre. Savoir quoi tester.

Question étudiée : comment tester la vente en ligne de bougies sans disperser son temps et son budget ?

LA RECOMMANDATION NOÏDE

Commencer avec une gamme courte,
puis décider à partir des premiers résultats.

LE POINT DE DÉPART

Le scénario : une petite marque envisage six parfums, deux formats (120 g à 16 € et 200 g à 24 €) et un budget de lancement de 600 €. Ces données servent de brief ; ce ne sont pas des ventes ou des coûts constatés.

01 Réduire le choix au départ

Tester trois parfums pour concentrer les photos, les descriptions et la préparation.

02 Vérifier les coûts avant les prix

Calculer ce qu'il reste après fabrication, emballage, paiement, livraison et temps passé.

03 Tester avant d'élargir

Choisir un stock adapté aux moyens réels, puis observer commandes, marge et charge de travail.

COMPARAISON DOCUMENTAIRE

Des prix visibles. Des écarts à comprendre.

Trois références de produits, sélectionnées pour illustrer une comparaison. Cet échantillon ne représente pas l'ensemble du marché.

Auralis · Les bougies minimalistes [1]

150 g nets · 14,90 €



9,93 € / 100 g

BougieSelect · Monoï pêche [2]

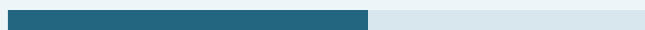
Env. 140 g nets · 22,00 €



15,71 € / 100 g

Atelier Fleuraison · Crème glacée cerise [3]

138 g indiqués* · 12,40 € en promo



8,99 €* / 100 g

* Le poids de 138 g n'est pas explicitement identifié comme poids net de cire. Le ratio est donc indicatif. Prix de référence barré : 20,50 € (14,86 €/100 g). La promotion ne doit pas être confondue avec le tarif habituel.

CE QUE NOÏDE EN DÉDUIT

Le prix seul ne suffit pas à positionner l'offre. Format, contenant, présentation et frais de livraison doivent aussi être comparés. Ces repères ne démontrent ni la demande ni la rentabilité.

PASSER DE LA RECHERCHE À L'ACTION

Un test limité. Une décision mieux informée.

Chaque étape produit une information utile avant de passer à la suivante. Aucun volume de vente n'est promis.

1

CHIFFRER

Remplir une fiche de coût pour chaque format : matières, contenant, emballage, frais et temps de préparation.

Décision : le prix couvre-t-il les coûts et le revenu visé ?

2

PRÉPARER

Présenter trois parfums, les formats, les prix et les conditions de livraison. Définir un stock et un budget de test compatibles avec les moyens disponibles.

Décision : l'offre est-elle claire et réalisable ?

3

OBSERVER

Noter les visites, demandes, commandes payées, coûts réellement engagés et temps passé. Distinguer l'intérêt exprimé des achats.

Décision : que faut-il améliorer avant de poursuivre ?

UN CHIFFRE UTILE, PAS UNE PROMESSE

Dans le brief, le format 200 g contient 66,7 % de produit en plus pour 50 % de prix en plus. Son prix au poids est 10 % inférieur : 12 €/100 g contre 13,33 €/100 g. Cela ne dit rien de sa marge tant que les coûts restent inconnus.

TRAÇABILITÉ

Ce qui est observé. Ce qui reste à confirmer.

Extrait préparé par Noïde à partir du rapport Atelier des Lueurs fourni le 10 octobre 2026.
Scénario de démonstration, sans commande client ni résultat commercial revendiqué.

[1] Auralis

Prix de 14,90 € et poids net de 150 g sur la fiche « Les bougies minimalistes ».

<https://auralis-bougies.com/products/bougie-nougat-blanc>

[2] BougieSelect

Prix de 22 € et poids net d'environ 140 g.

<https://www.bougieselect.be/produit/15/bougie-mono-peche-petite>

[3] Atelier Fleuraison

Promotion à 12,40 €, référence barrée de 20,50 € et poids indiqué de 138 g.

<https://www.atelierfleuraison.be/shop/bgnv-cgc-bougie-creme-glacee-cerise-37>

PORTÉE DE LA VÉRIFICATION

Pages consultées le 12 octobre 2026 via leurs versions accessibles à l'outil de recherche. Les copies indexées des trois fiches étaient antérieures de plusieurs mois : les prix et promotions sont des repères documentaires, à reconfirmer sur les boutiques avant toute décision.

Les calculs au poids ont été refaits. Deux références du rapport initial ont été écartées faute de confirmation suffisante. Les volumes de test et objectifs chiffrés non justifiés ont été retirés.

Cet extrait ne remplace ni une enquête auprès d'acheteurs, ni un prévisionnel fondé sur les coûts réels, ni une vérification des obligations de mise sur le marché. L'analyse et les recommandations restent distinctes des faits sourcés.