

PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

V-1 :Etude de l'environnement de l'entreprise

1 : Les facteurs au niveau macro-environnemental

POLITIQUE	ECONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LEGAL
Afflelou se concentre à produire des produits de qualité afin de maintenir et satisfaire ses clients. Afflelou permet aussi à ses fidèles de s'engager au sein des Groupe leader	le taux de croissance de l'entreprise est en variance dès sa création en 1978 en France, et que actuellement, Afflelou est présent dans 19 pays avec 1445 magasins	Afflelou siège en France et s'étant dans 19 autres Pays dans le monde, environ 300 salariés permanents dans leurs bureaux dans la majorité sont en France (au nombre de 200)	utilisations des matériaux de qualité, confortable et qui satisfait au besoin de ses fidèles clients	La réduction des empreinte écologique, préservé la planète sont leur préoccupation d'où l'utilisation des matériaux respectueux de l'environnement	Leur clause sont légale Leur information et tout description ne sont pas contractuel cequidonne que Afflelou peut modifier sans préavis les modèle ainsi que les caractéristique et les accessoires des matériels qu'elle diffuse

2 : Force de porter

Menace des nouveaux entrants	Il est possible que d'autre marque entre car Afflelou se classe parmi les marchés ouverts
Degré de rivalité avec les concurrents	Malgré les autres marques existant, Afflelou est un concurrent dont la rivalité est moyenne
Menace des produits de substitution	Des substituts sont envisageables
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Alain Afflelou contrôle toutes activités entre les fournisseurs
Pouvoir de négociation des clients	Les clients n'ont pas de levier pour influencer les prix exercés par Alain Afflelou

3 : Les facteurs au niveau micro-environnemental

FORCES	FAIBLESSES
-Bonne réputation -L'une des fournisseurs le plus recommandé -Visible dans les réseaux sociaux et existence des plusieurs points de vente -feed-back positif venant des clients	-répétitions des prix Promotion -Baisse rapide de prix
OPPORTUNITES	MENACE
-Se développe et se disperse dans les grandes Pays -Expérience et ancienneté	- les règlements et les contrats sont fixés par Mr Alain Afflelou

V-2 Etude de la concurrence

1 : Concurrents directs : -ORIGINE France GARANTIE

-ANNE & VALENTIN

Concurrents indirect : RAY-BAN

2 : -ORIGINE France GARANTIE : d'origine Française, dont 50% sont de produit français

-ANNE & VALENTIN : une marque presque présent dans les grand Pays, qui ont des produits à choix multiple

- RAY-BAN : une marque vue presque dans le monde et présenté sous différents formes

3 : Analyse de la communication

a- Réseaux sociaux

-ORIGINE France Garantie :

Linkedin : 11115abonnés ; texte, photo

Facebook : plus de 10000abonnés ; texte, video, photo

-ANNE & VALENTIN

Facebook : 17372 abonnés ; texte, video, photo

Linkedin : 2366 abonnés ; texte, photo

Pintereste : 5.7k abonnés

Instagram : 61.7k abonnés ; video, photo

-RAY-BAN

Facebook : 14831434 abonnés

Twitter : 428.7k abonnés ; texte, video, photo

Pintereste : 55.4k abonnés

Instagram : 5.4M abonnés, photo, videos

Youtube : 66.7k abonnés

b- site internet

-ORIGINE France Garantie : <https://originefrancegarantie.fr>

-ANNE & VALENTIN : <https://anneetvalentin.com>

-RAY-BAN : <https://www.farfetch.com/sale/season>

V-3 Etude de la cible

1 : Cœur du cible : les amoureux de produit de marque, ceux qui ont un problème oculaire, fanatique de lunette de haute qualité

Cible primaire : ceux qui ont des problèmes oculaires nécessitant une lunette

Cible secondaire : les amoureux de lunette

2 : Persona

V-4 Marketing Digital

1- Afflelou utilise OWNED MEDIA et PAID MEDIA

VII- PARTIE REDACTION WEB Le marché des lunettes et l'optique dans le monde

Plus de 4,5 Milliards de personnes dans le monde souffre des problèmes de vue et ont besoin de porter des lunettes. Il y aurait environ 130 millions de personnes portant des lentilles. L'exposition à des écrans est la cause principale de l'augmentation du nombre de personnes portant des lunettes.

Les jeunes et les écrans

On remarque que les jeunes ou les adultes d'aujourd'hui passent leurs temps devant les écrans que ce soit télévision, ordinateur, téléphone portable etc....les écrans ne sont pas mauvais mais leurs usages peuvent l'être. D'un côté lorsqu'ils sont bien utilisés, ils constituent une formidable opportunité pour les jeunes. Ils influencent nos loisirs, notre savoir, notre culture. Ils facilitent la communication. Par exemple nous pouvons se communiquer avec plusieurs personnes en même temps. Ils peuvent être un divertissement, un passe-temps. Ils sont aussi source d'information permettant de développer nos capacités comme l'autodidactie. Ils peuvent être éducatifs pour les enfants et instructifs pour les parents. Mais une utilisation trop fréquente des écrans peut toutefois avoir des lourdes conséquences sur la santé, le bien-être et voire même l'avenir des personnes. Prenons comme exemple si on est trop exposé aux écrans cela peut entraîner un renfermement sur soi-même, nous risquons de ne pas avoir des conversations en face