

Marketing Digital

Étude de l'environnement de l'entreprise

Matrice et Templates

1 - PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
Produits à adopter chaque période pour simplifier la vie et pour offrir le meilleur équipement au meilleur prix; les tendances sont toujours animés par l'envie d'innover. la seul objectif est la satisfaction avec des Offres prix, garanties, nouveautés produits.	La sensibilisation au grand public à l'importance de la vision dans le jeu vidéo, à la fois en termes de performance pour les joueurs professionnels et de santé publique pour les joueurs occasionnels. Une étude a été également menée avec un partenaire verrier du Groupe afin de développer des verres anti-fatigue adaptés à la pratique de l'e-sport pour les joueurs professionnels mais aussi pour tous leurs fans ou les personnes exposées aux écrans pendant de longues durées. Ici 2022, le partenariat	La société n'a émis aucune autre valeur mobilière ni consenti aucune option de souscription ou d'achat d'actions ni attribué aucune action gratuite dans les conditions prévues par l'article L 225-197-1 du Code de commerce. La société absorbante détient, à ce jour, la totalité des parts sociales représentant la totalité du capital de la société absorbée ,participantes étant une société par actions simplifiée , une société à responsabilité limitée et la société absorbante s'engageant à détenir la totalité des parts de la société absorbée en permanence jusqu'à la réalisation de la fusion.	Leurs clients vivre une expérience unique en essayant virtuellement les lunettes. Cet écran va être dynamisé en 2021 avec un module de envisager toujours les conseils personnalisés et sur-mesure.miroir hybride de mesure et d'essayage virtuel développé en partenariat exclusif avec Essilor instruments.Un parcours client encore plus digitalisé avec l'installation	Les impacts environnementaux de la fabrication,du transport et de la fin de vie des produits sont les plus importants liés aux activités du Groupe AFFLELOU avec les opérations du réseau de magasins la consommation d'électricité dans les succursales,voyage professionnels,lutte contre le changement climatique, gestion de l'eau, gestion des déchets et la politique de matérialisation.	Toutes les informations légales sont déclarées sur proposition la lois de commerce à respecter la lois de ANS (Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé).et la publication la propriété intellectuelle surtout la devis gratuits conformément à l'arrêté du 23 juillet 19

	touchera un public amateur de près de 18 millions de personnes et un public de joueurs professionnels de 6 millions de personnes en Espagne.Ils sont l'objectif des bonne santé et bien-être,travail et croissance économique, sensibilisation et éducation,initiatives liées au soutien et l'implication envers d'autres communautés et la sponsoring sportif.		d'écrans en vitrine .Essayage virtuel de produits avec la création de lances sur les réseaux sociaux.Chacune de innovations est pensée pour apporter une réponse à des besoins et à des problématiques de vue. L'entreprise concentre toujours ses recherches pour obtenir la combinaison optimale entre nouvelles technologies, qualité des matériaux, confort, design et prix accessibles.		
--	---	--	---	--	--

2 - 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	Dans le marché mondial d'Essilor Luxottica 13 % de l'optique évalué alors à 100 milliards d'euros. Un marché global dont les verres correcteurs ne représentaient que 37 milliards. Le rapprochement qui offrait deux avantages notables.celui d'apporter une expertise dans la distribution aux consommateurs avec ses quelque 7.000 magasins de Luxottica.Ca ce la menace de la produit AFFLELOU.
------------------------------	---

Degré de rivalité avec les concurrents	Chaque année un sondage auprès de 8000 Français permet de déterminer en 2021, la marque d'optique préférée des Français est Optic 2000 et sur le classement le AFFLELOU est au 3ème rang.
Menace des produits de substitution	En cas de casse, de perte ou de vol dans l'année suivant l'acquisition. Le Groupe s'engage à changer les lentilles des enfants de moins de 12 ans aussi souvent que nécessaire, gratuitement, pour les changements de prescription au cours des 12 mois suivant l'achat. En ce qui concerne le segment des produits auditifs, l'offre ALAIN AFFLELOU comprend un essai gratuit de 30 jours à domicile avant l'achat de l'équipement.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	La groupe AFFLELOU vise que les aides auditives peuvent être la solution pour profiter la politique de prix et de financement et permettre d'atteindre la confort auditif optimal.
Pouvoir de négociation des clients	La priorité de la groupe Afflelou est de garantir la sécurité et qualité des produits et essentielles pour garantir la santé. Les clients peuvent faciliter l'accès aux produits, services et en particulier en offrant.

3 - SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<p>Les dix principes de Pacte mondial des Nations Unies à leurs stratégies, politiques et procédures, ainsi qu'en établissant une culture d'intégrité, les entreprises signataires assument leurs responsabilités envers les populations et la planète avec une vision à long terme et s'efforcent de construire des partenariats pour soutenir les objectifs de l'ONU.</p> <p>Un prix abordable et des formules de paiement faciles</p> <p>Un programme de multipropriété avec des offres commerciales spécifiques</p>	<p>Les Opticiens Par Conviction partagent les mêmes valeurs professionnelles autour de la notion de la défense du métier d'opticiens et sont avant tout soucieux de la santé visuelle des consommateurs mais ils défendent les mêmes engagements pratiques qui permettent aux consommateurs pour les identifier comme les meilleurs opticiens indépendants.</p> <p>La diversification d'Afflelou sur le marché de audioprothésiste a été conçue pour suivre le cycle de vie des clients autour de 66 ans. Par exemple, le nouveau magasin Afflelou sur les Champs-Élysées est en deux parties : une partie optique, une partie audition qui représente aujourd'hui 5 % de son</p>

Sensibilisation et conseils professionnels. La sécurité et la qualité des produits	chiffre d'affaires.
OPPORTUNITÉS	MENACES
Expérience et satisfaction du client final, relation avec les partenaires et programmes dédiés, confidentialité et protection des données,numérisation des processus et des services,signatures du pacte mondiale des nations unies qui offrant les autres adhésion et partenariats.	Face à la fermeture des points de vente pendant la pandémie, Ils fait face à un contexte économique difficile, en particulier lorsque des fermetures obligatoires ont été décrétées. Le Groupe AFFLELOU a soutenu ses partenaires pour adapter les pratiques en magasin afin de garantir la sécurité des clients et la résilience du réseau

4- Marketing Digital

MOYEN DE COMMUNICATION	Action Réalisée	Objectif Smart	KPI
Facebook	Photos, presse, vidéo	Information sur produit	78532 abonné 79184 like
twiter	Vidéo,photos, texte	Traiter l'auditive au stratégie de conquête	342abone 547 like
instagram	Vidéo, photos,texte	Traiter l'auditive au stratégie de conquête	177000 Abonnement
Pinterest	Vidéo,photos,texte	Traiter l'auditive au stratégie de conquête	179 abonnement
Tik tok	Vidéo	Stratégie de conquête Engagé des jeunes génération sur tiktok	35 abonnement 123.4k abonnés 2M J'aime
Newsletter	Photos,texte	Échange d'information	2,5M J'aime 41 Abonné
Youtube	Vidéo	Rapide explication	6040000 Abonnement
Contact	Audio,lettre,	Identification et inscription	2mM Abonnement

Étude de la concurrence:

1-Les deux (02) concurrents directs sont Optic Center, Krys et 1 concurrent indirect d'AFFLELOU est la Sirius Optics

2-Pour chacun des concurrents,

Le groupe Krys: Créé en 1966, Krys Group est un groupement coopératif d'optique français gérant trois enseignes : Krys, Vision Plus et Lynx Optique ; ainsi qu'une enseigne d'audition, Krys Audition, dans 1 420 points de vente. Il compte environ 4 millions de clients dans le monde et aurait réalisé un CA de plus d'1,1 milliard d'euros en 2019. Jusqu'en 2020 et avant d'être dépassé par Optical Center, Krys était présenté comme le leader de la vente de produits optiques en France, avec 900 magasins.

Le groupe Center : L'enseigne Optical Center, créée en 1991 par Laurent Lévy, est devenue le leader de la distribution en France, devant Krys, en 2020. Présente sur le marché de l'optique, mais également, depuis 2007, sur celui de l'audition comme son concurrent Alain Afflelou, Optical Center a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 754 millions d'euros en France (vs 739 M. en 2019, soit + 3,5 % dans un marché en recul de 12 %) avec 591 magasins d'optique. Début 2021, Optical Center comptait 4 270 salariés (+ 720 embauches en 2020, + 1 000 en 2021).

Le groupe Sirius Optics: le spécialiste des télescopes, de l'astronomie et de l'optique sportive des revendeurs agréés dans le Queensland pour Meade Instruments, Sky-Watcher, saxon et Bushnell, et des revendeurs exclusifs pour les télescopes et jumelles Celestron et Orion. Être permet de proposer des expéditions également dans toute région. Depuis le 1er juin 2015, Sirius Optics est sous une nouvelle direction et est désormais exploité par Humble Astronomers Pty Ltd T/A Sirius Optics, ABN 82 605 460 106. 1704 personnes aiment sur la page facebook, 1840 personnes suivent de lien et 51 visiteurs.

REDACTUER WEB

La société "Precise Vision" a été fondée en 1966 à Dakar au Sénégal le fondateur est M.

Raphael Philipe, qui se spécialise dans le monde de la vue et de l'entretien tout autour du sujet des miroirs mais aussi l'un des plus réfléchis de la société est le métier de la fabrication et la vente de lunettes.

La "Precise Vision" a ses résultats distinctifs sur la scène internationale, en particulier dans la qualité et la conception, ce qui correspond à la supervision conjointe de la plupart des

médecin ainsi qu'à la standardisation conformément à la technologie actuelle. Et il ne fait pas exception au respect de l'environnement pour suivre toutes les directives pour respecter et cultiver l'environnement tant au sein de l'entreprise que dans la communauté, afin que chaque client puisse profiter et utiliser le produit en toute sécurité.

La "Precise Vision" a de nombreux services et ouvertures avec chaque client estimé que l'on retrouve dans tous les réseaux de distribution et de communication, n'oubliez pas et prenez et participez vous qu'il soit enfant ou jeune ou adulte, selon leur pouvoir d'achat chacun mais de bonne qualité et digne un pas inférieur aux autres.

Au cours de nos nombreuses années avec nos clients, nous avons eu de nombreuses bonnes expériences et de bons produits jusqu'à présent et il y en a beaucoup d'autres à offrir et avec lesquels continuer à travailler ; ces produits de saison sont constamment affinés en fonction de la période, et nous promettons que nous fournirons toujours la satisfaction et le plaisir dont nous avons besoin.

Il existe de nombreux types de produits disponibles sur chaque marché , nous pouvons faire des commentaires et des choix comme nous le souhaitons ; moyens de paiement sécurisés et utilisation de produits garantis pour une durée limitée.