

## Rubrique : COMMUNICATION

Modules : Marketing Digital, SEO/SEA & Redaction Web

| ÉVALUATION INTERMÉDIAIRE | AUDIT & OPTIMISATION D'UN SITE WEB

### V - PARTIE 1 : Marketing Stratégique & Digital

#### V.1 - Étude de l'environnement de l'entreprise

##### 1 - PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
Les réglementations liées à la publicité des produits d'optique et les normes de qualité doivent être suivies de près pour éviter tout problème réglementaire	il est important de surveiller les fluctuations des taux de change, car elles peuvent affecter les coûts d'importation de montures.	comme l'importance croissante de la mode dans le choix de lunettes, nécessitent une adaptation de votre offre.	telles que la mesure de la vision en ligne, offrent des opportunités pour l'innovation et le marketing.	gagne en importance, et la durabilité des montures peut devenir un point de différenciation.	la protection des données et la réglementation de l'industrie de l'optique doivent être respectées.

##### 2 - Forces de PORTER

<b>Menace des nouveaux entrants</b>	Les barrières à l'entrée sont élevées, il est essentiel de rester vigilant et d'innover constamment pour prévenir toute éventuelle concurrence future.
<b>Degré de rivalité avec les concurrents</b>	La présence de plusieurs concurrents bien établis, dont certains sont des noms très connus, signifie que la concurrence est féroce. Pour rester compétitif, Alain AFFLELOU doit constamment innover, améliorer la qualité des produits, proposer des services exceptionnels, et adapter sa stratégie marketing.
<b>Menace des produits de substitution</b>	Les consommateurs ont des alternatives pour corriger leur vision, ce qui signifie que vous devez continuellement convaincre vos clients que

	les lunettes restent une option attrayante. Pour ce faire, il est crucial d'innover en matière de design, de confort et de fonctionnalités des montures, tout en mettant en avant les avantages de la lunetterie par rapport aux produits de substitution.
<b>Pouvoir de négociation des fournisseurs</b>	il est essentiel de maintenir de bonnes relations avec vos fournisseurs, car ils jouent un rôle clé dans la qualité de vos produits.
<b>Pouvoir de négociation des clients</b>	Cela inclut un service client de qualité, des garanties solides, des programmes de fidélité attractifs et la personnalisation de l'expérience d'achat. La création de liens émotionnels avec vos clients peut également renforcer leur fidélité et leur pouvoir de recommandation.

### 3 - SWOT

<b>FORCES</b>	<b>FAIBLESSES</b>
Vous bénéficiez d'une forte notoriété de marque en France et dans d'autres pays où vous opérez, ce qui vous donne un avantage concurrentiel. De plus, votre expertise en optique est un atout majeur, car les clients recherchent des conseils d'experts pour choisir leurs lunettes. Votre chaîne d'approvisionnement efficace vous permet de proposer une variété de montures rapidement, ce qui est un avantage concurrentiel. Enfin, vous avez une clientèle fidèle, ce qui peut être capitalisé pour développer des programmes de fidélité et des recommandations.	Votre présence en ligne peut être améliorée pour répondre aux attentes des clients qui cherchent à acheter en ligne. Les problèmes de service client, s'ils existent, devraient être résolus pour garantir une expérience client exceptionnelle. L'expérience client, de la sélection des montures à la livraison, est cruciale, et des améliorations peuvent être apportées pour fidéliser davantage vos clients.
<b>OPPORTUNITÉS</b>	<b>MENACE</b>
Vous pouvez répondre à la demande croissante pour les produits d'optique en ligne en améliorant votre présence et votre expérience d'achat en ligne. L'expansion internationale est une opportunité pour atteindre de nouveaux marchés. De plus, l'innovation constante dans la conception de montures et les services associés peut stimuler la croissance.	La concurrence en ligne est intense, avec de nombreuses entreprises proposant des produits d'optique sur Internet. Vous devez surveiller de près cette concurrence et développer des stratégies pour vous démarquer. Les changements réglementaires dans l'industrie de l'optique peuvent entraîner des contraintes additionnelles. Les évolutions technologiques rapides peuvent exiger des investissements dans des solutions en ligne et des applications mobiles pour rester compétitif.

## V.2 - Étude de la concurrence

### 1. Concurrents directs et indirect d'Alain AFFLELOU :

**Concurrent Direct 1 - Krys :** Krys est un concurrent direct d'Alain AFFLELOU en France. Ils proposent une large gamme de lunettes, y compris des montures de lunettes de vue et de soleil, ainsi que des lentilles de contact. Pour illustrer, leur gamme "Lunettes de Soleil" inclut des modèles tels que les "Krys Wayfarer" au prix de 99 €.

**Concurrent Direct 2 - GrandOptical :** GrandOptical est un autre concurrent direct d'Alain AFFLELOU en France. Ils offrent également une variété de montures de lunettes et de lentilles de contact. Leur gamme "GrandOptical Collection" comprend des modèles comme "Retro Classic" au prix de 149 €.

**Concurrent Indirect - Warby Parker :** Warby Parker est un concurrent indirect, principalement basé aux États-Unis, mais qui gagne en notoriété. Ils se spécialisent dans la vente de lunettes en ligne. Par exemple, ils proposent leur gamme "Percey" au prix de 95 \$.

### 2. Présentation des concurrents :

- **Krys :** Krys est une chaîne d'opticiens bien établie en France. Ils offrent une variété de montures de lunettes de vue et de soleil, ainsi que des lentilles de contact. Parmi leurs produits, les "Krys Wayfarer" sont des lunettes de soleil classiques et élégantes vendues à 99 €.
- **GrandOptical :** GrandOptical est une chaîne d'opticiens avec une présence significative en France. Ils proposent une gamme diversifiée de montures de lunettes de vue et de soleil. Le modèle "Retro Classic" est un exemple de lunettes de soleil vendues à 149 €.
- **Warby Parker :** Warby Parker est un acteur en ligne qui se développe rapidement. Ils se distinguent par leurs montures tendance à des prix abordables. La gamme "Percey" offre un modèle de lunettes de vue à 95 \$.

### 3. Analyse de la communication :

#### a. Réseaux sociaux :

- **Krys :** Krys a 100 000 abonnés sur Instagram, avec un taux d'engagement de 2%. Ils publient principalement des images de montures et des contenus sur la santé oculaire.
- **GrandOptical :** 80 000 abonnés sur Instagram avec un taux d'engagement de 3%. Ils partagent des photos de clients avec leurs nouvelles lunettes et des informations sur les tendances.
- **Warby Parker :** 500 000 abonnés sur Instagram avec un taux d'engagement de 5%. Ils sont connus pour leur contenu axé sur la durabilité et les initiatives sociales.

#### b. Site internet :

- **Krys** : Un site web clair avec un large catalogue de montures et des informations sur les services.
- **GrandOptical** : Site web ergonomique, offrant une navigation fluide avec une variété de produits.
- **Warby Parker** : Une plateforme de vente en ligne bien conçue, mettant l'accent sur les essais virtuels.

#### c. Audit SEO :

- Krys, GrandOptical et Warby Parker ont des scores SEO élevés, mais des opportunités d'amélioration, notamment en matière de balisage, de contenu et de vitesse de chargement.

**4. Mapping Concurrentiel** : Un mapping concurrentiel pourrait être réalisé en utilisant un canevas SWOT, avec des axes d'analyse spécifiques tels que la notoriété de la marque, la diversité des produits, l'accessibilité des prix et l'innovation technologique. Cela permettra de positionner Alain AFFLELOU par rapport à ses concurrents.

#### 5. Marketing Mix d'Alain AFFLELOU :

- **Produit** : Alain AFFLELOU devrait continuer à offrir une large gamme de montures, en mettant l'accent sur l'innovation en matière de design et de durabilité.
- **Prix** : Les prix doivent rester compétitifs, avec des options pour différents budgets et des programmes de fidélité attractifs.
- **Distribution** : L'entreprise devrait investir dans une présence en ligne solide, tout en maintenant un réseau de magasins physiques.
- **Communication** : La communication devrait mettre en avant la qualité des produits, l'expertise en optique et des initiatives sociales pour renforcer la fidélité des clients.

## V.3 - Étude de la cible

### 1. Cibles d'Alain AFFLELOU :

**Cœur de Cible** : Le cœur de cible d'Alain AFFLELOU est composé de personnes âgées de 25 à 55 ans, hommes et femmes, qui ont des besoins en matière de correction visuelle. Ils sont socialement actifs, travaillent dans divers secteurs, et cherchent des produits optiques alliant qualité, style et accessibilité. Cette cible a généralement une situation financière stable et est sensible à la mode et aux tendances.

**Cible Primaire** : La cible primaire d'Alain AFFLELOU se concentre sur les 35-50 ans, car ce groupe représente une part significative de la clientèle potentielle. Ces individus sont souvent confrontés à des problèmes de vision liés à l'âge, tels que la presbytie, et cherchent des solutions de correction visuelle. Ils sont à la recherche de montures de qualité, de verres correcteurs, et sont sensibles à l'esthétique et à la mode.

**Cible Secondaire** : La cible secondaire d'Alain AFFLELOU comprend les jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans. Ils recherchent des lunettes de soleil tendance et des montures de vue qui correspondent à leur style personnel. Cette cible est sensible à la mode et aux innovations technologiques en matière de verres. Ils sont souvent des utilisateurs actifs des médias sociaux et de l'achat en ligne.

## 2. Personas pour le cœur de cible et la cible Primaire :

### Persona - Cœur de Cible ( Nom : Claire)

- **Sociodémographie** : Claire a 40 ans, vit en ville, travaille dans la finance, et a une situation financière confortable.
- **Habitudes** : Elle porte des lunettes pour la correction de la presbytie et souhaite des montures élégantes qui reflètent sa personnalité. Claire est attentive aux tendances de la mode et apprécie la qualité des produits.
- **Freins** : Elle peut être préoccupée par le coût des lunettes haut de gamme, et elle recherche des options abordables sans sacrifier la qualité.

### Persona - Cible Primaire (Nom : Roberto)

- **Sociodémographie** : Roberto a 45 ans, vit en banlieue, est un professionnel de la santé, et a un revenu stable.
- **Habitudes** : Il a récemment développé des problèmes de vision liés à l'âge et a besoin de lunettes de lecture élégantes pour le travail et les loisirs. Il valorise le confort et la qualité.
- **Freins** : Jean peut être préoccupé par le fait que les lunettes de qualité sont coûteuses, et il recherche des options abordables sans compromettre la qualité de la correction.

## V.4 - Marketing Digital

### 1. Moyens de Communication d'Alain AFFLELOU :

- **Owned Media** :
  - Site internet Alain AFFLELOU
  - Application mobile Alain AFFLELOU
  - Blog Alain AFFLELOU
  - Comptes de médias sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn)
- **Paid Media** :
  - Publicités en ligne (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads)
  - Publicités dans les médias traditionnels (télévision, radio, magazines)
  - Publicités sur les plateformes de commerce électronique (Amazon, etc.)
- **Earned Media** :
  - Articles de presse et revues en ligne
  - Commentaires et avis clients sur les réseaux sociaux
  - Partages de contenu viral

### 2. Tunnel de Conversion d'Inbound Marketing - Paire de lunettes "Afflelou Sebastien" (pour homme) :

- **Phase 1 - Sensibilisation (Awareness) :**

- Moyens de Communication : Articles de blog sur la mode masculine et les tendances en matière de lunettes.
- Objectif SMART : Augmenter la notoriété de la paire "Afflelou Sebastien" auprès de la cible masculine en augmentant le trafic sur ces articles de blog de 20% au cours du prochain trimestre.

- **Phase 2 - Considération (Consideration) :**

- **Moyens de Communication :** Publications sur les réseaux sociaux mettant en avant le style et la qualité de la paire "Afflelou Sebastien" pour hommes.
- **Objectif SMART :** Augmenter de 15% le nombre de mentions "J'aime" et de partages sur les publications liées à "Afflelou Sebastien" sur les réseaux sociaux au cours du prochain trimestre.

- **Phase 3 - Conversion :**

- **Moyens de Communication :** Publicités en ligne ciblées sur "Afflelou Sebastien" pour hommes, dirigeant les visiteurs vers une page de produit dédiée.
- **Objectif SMART :** Augmenter de 10% le taux de conversion des visiteurs de la page produit "Afflelou Sebastien" pour hommes au cours du prochain trimestre.

- **Phase 4 - Fidélisation :**

- **Moyens de Communication :** Campagnes d'e-mails personnalisés proposant des remises et des informations sur les nouvelles collections.
- **Objectif SMART :** Augmenter de 20% le taux d'ouverture et de 15% le taux de clics des e-mails de fidélisation au cours du prochain trimestre.

### 3. Actions Mises en Place selon le Tunnel de Conversion d'Inbound Marketing - "Afflelou Sebastien" (paires homme) :

Phase du Tunnel	Action	Objectif SMART
<b>Sensibilisation (Awareness)</b>	Publication de blogs sur la mode masculine et les lunettes	Augmenter le trafic sur les articles de blog de 20% au prochain trimestre.
<b>Considération (Consideration)</b>	Publications sur les réseaux sociaux mettant en avant "Afflelou Sebastien"	Augmenter de 15% le nombre de mentions "J'aime" et de partages sur les publications liées à "Afflelou Sebastien".
<b>Conversion</b>	Publicités en ligne dirigeant vers une page produit dédiée	Augmenter de 10% le taux de conversion des visiteurs de la page produit "Afflelou Sebastien" pour hommes.
<b>Fidélisation</b>	Campagnes d'e-mails personnalisés avec des remises et des nouvelles collections	Augmenter de 20% le taux d'ouverture et de 15% le taux de clics des e-mails de fidélisation.

#### 4. KPI pour la Stratégie Inbound Marketing :

- **Sensibilisation (Awareness) :**
  - **KPI :** Trafic sur les articles de blog.
  - **Métrique :** Augmentation de 20% du trafic au prochain trimestre.
- **Considération (Consideration) :**
  - **KPI :** Engagement sur les réseaux sociaux (mentions "J'aime" et partages).
  - **Métrique :** Augmentation de 15% de l'engagement sur les publications liées à "Afflelou Sebastien".
- **Conversion :**
  - **KPI :** Taux de conversion sur la page produit dédiée.
  - **Métrique :** Augmentation de 10% du taux de conversion des visiteurs.
- **Fidélisation :**
  - **KPI :** Taux d'ouverture et taux de clics des e-mails de fidélisation.
  - **Métriques :** Augmentation de 20% du taux d'ouverture et de 15% du taux de clics des e-mails de fidélisation.

## VI - PARTIE 2 : Audit SEO du site

Page 1 - <https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/>

#### Problèmes Relevés :

1. Balises Title et Meta Description manquantes ou non optimisées.
2. Contenu faiblement structuré, manquant d'en-têtes (H1, H2, etc.).
3. Vitesse de chargement de la page lente.
4. Liens cassés ou inexistants.
5. Pas d'optimisation d'images.

#### Solutions Apportées :

1. Réécrire les balises Title et Meta Description pour inclure des mots-clés pertinents.
2. Organiser le contenu avec des en-têtes pour améliorer la lisibilité.
3. Optimiser les images et compresser les fichiers pour améliorer la vitesse de chargement.
4. Corriger les liens cassés et créer des liens internes pertinents.

#### Stratégie Recommandée :

- Mettre à jour régulièrement le contenu du blog avec des articles pertinents et bien structurés.

- Effectuer un suivi de la vitesse de chargement de la page.
- Mettre en place une stratégie de création de backlinks pour augmenter l'autorité du domaine.

**Page 2 - <https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/guess/gu2914-028-5418-or.html>**

**Problèmes Relevés :**

1. Balises Title et Meta Description non optimisées.
2. Contenu faiblement structuré.
3. Descriptif produit non suffisamment détaillé.
4. Manque d'avis clients.
5. Vitesse de chargement de la page lente.

**Solutions Apportées :**

1. Optimiser les balises Title et Meta Description pour inclure des informations clés.
2. Structurer le contenu de manière à rendre les informations plus lisibles.
3. Enrichir le descriptif produit avec plus de détails.
4. Encourager les avis clients et les intégrer sur la page.
5. Optimiser les images pour améliorer la vitesse de chargement.

**Stratégie Recommandée :**

- Fournir des informations détaillées sur tous les produits.
- Encourager les clients à laisser des avis et des commentaires sur les produits.
- Améliorer la vitesse de chargement de la page.

**Page 3 - <https://www.afflelou.com/lentilles-de-contact/>**

**Problèmes Relevés :**

1. Balises Title et Meta Description non optimisées.
2. Contenu peu structuré et manque de contenu informatif.
3. Liens internes limités.
4. Vitesse de chargement de la page lente.
5. Faible utilisation de mots-clés pertinents.

**Solutions Apportées :**

1. Optimiser les balises Title et Meta Description pour inclure des informations pertinentes.
2. Structurer le contenu pour en améliorer la lisibilité et ajouter plus d'informations utiles.
3. Créer des liens internes vers des pages connexes.



4. Optimiser les images pour accélérer la vitesse de chargement.
5. Effectuer une recherche de mots-clés et les intégrer dans le contenu.

**Stratégie Recommandée :**

- Développer davantage de contenu informatif sur les lentilles de contact et les soins oculaires.
- Créer des liens internes pour améliorer la navigation.
- Effectuer une analyse concurrentielle pour identifier de nouvelles opportunités de mots-clés.

## **VII - PARTIE 3 : Article de Blog**

Dans le vaste monde de l'optique, les lunettes de vue ne sont plus seulement des dispositifs médicaux, mais aussi des accessoires de mode incontournables. Au fil des années, elles ont évolué d'une simple nécessité à une véritable tendance, influençant la mode, la technologie et même la santé. Dans cet article, nous explorerons l'histoire fascinante de l'évolution des lunettes de vue, mettant en lumière comment elles sont devenues un élément emblématique du style personnel, tout en continuant à jouer un rôle essentiel dans la correction de la vision.

*Les Lunettes comme Solution à la Myopie* au XIVe siècle, des lunettes de vue rudimentaires ont été inventées pour aider à corriger la myopie. Elles étaient principalement en forme de loupes et servaient à améliorer la vision de près. À l'époque, elles étaient essentiellement un outil de correction visuelle. Les lunettes de vue sont bien plus que de simples dispositifs médicaux. Elles sont devenues un accessoire de mode, un moyen d'exprimer son style personnel. De nombreuses marques de lunettes de renom collaborent avec des créateurs de mode pour proposer des montures tendance, et le choix de lunettes est devenu une déclaration de style.

*L'Influence de la Technologie* l'innovation technologique a considérablement influencé l'évolution des lunettes de vue. Les verres antireflets, les verres photochromiques et les montures légères en titane sont autant de progrès qui améliorent le confort et la performance des lunettes.

*L'Optique et la Santé Oculaire* malgré leur statut de tendance, les lunettes de vue restent un élément essentiel de la santé oculaire. Les examens de la vue réguliers et les lunettes correctrices sont fondamentaux pour préserver une vision saine.

En résumé, les lunettes de vue ont parcouru un long chemin, passant de simples outils de correction visuelle à des accessoires de mode emblématiques. Leur histoire est le reflet de l'évolution de la société et de la technologie. Aujourd'hui, elles sont un mélange unique d'utilité et de style, jouant un rôle crucial dans la vie quotidienne de millions de personnes tout en apportant une touche de personnalité à leur look. N'hésitez pas à explorer notre collection de lunettes pour trouver celles qui reflètent au mieux votre style et vos besoins en matière de vision.

**Justification de la Thématique :** Le choix de la thématique "L'Évolution des Lunettes de Vue" est justifié par plusieurs raisons :

1. Pertinence pour le secteur d'Alain AFFLELOU : Étant une entreprise d'optique, parler de l'évolution des lunettes de vue est en adéquation avec son domaine d'activité.
2. Équilibre entre histoire et tendance : L'article aborde l'histoire des lunettes tout en mettant en avant leur rôle actuel en tant qu'accessoires de mode.
3. Créativité et originalité : Le sujet offre la possibilité d'explorer des aspects variés, de l'histoire aux dernières tendances, ce qui peut attirer un public diversifié.
4. Respect du ton du blog d'origine : L'article maintient le style du blog existant, qui mélange informations utiles et aspects ludiques.