

Évaluation Intermédiaire - Audit et Optimisation Marketing, SEO/SEA et Rédaction web d'un site web

ALLAIN AFFLELOU

V - PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

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

1-détermination des facteurs au niveau macro-environnemental à l'aide de la matrice PESTEL :

?

?

?

?

V.2 - Étude de la concurrence

1. Détermination de 2 concurrents directs et 1 concurrent indirect d'AFFLELOU :

-Indirect : **Goalmap (yoga des yeux)**

Notre mission chez Goalmap : faire de l'entreprise un acteur positif de la santé de chacun. Découvrez qui nous sommes.

Adresse : 71 Rue de Saussure, 75017 Paris, France

Horaires :

Ouvert · Ferme à 18:00

Santé et sécurité: Rendez-vous obligatoire · Masque obligatoire · Les employés portent des masques · Obligation pour le personnel de désinfecter les surfaces entre chaque client ·

-Directe : **Optic 2000**

Optic 2000 est une coopérative créée en 1969, le Groupement d'achats des opticiens lunetiers, en abrégé GADOL. Le groupe Optic 2000 est le leader de la distribution d'optique en France avec ses enseignes Optic 2000 et Lissac, acquise en 2005, avec ses 1 860 points de vente. Wikipédia

Fondateur : Jean-Louis Frot

Création : 1962

Siège social : Clamart; France

Effectif : 640 (dans le réseau) 39 en 2018 dans la coop

Forme juridique : SA coopérative à conseil d'administration

Filiale : Optic 2000

.SES GAMMES :



-Lunettes de vue homme : **Persol** PO3092V – Ecaille

165,00 €



- Lunettes de vue femme : **Baila** OFM2205 – Doré

35,00 €



-Lunettes de soleil : **Ray-Ban** ORIGINAL WAYFARER - RB2140 – Rouge **119,00 €**



-Lentilles de contact : **Biofinity** CooperVision

20,50 €

Optical Center

Optical Center est une entreprise française spécialisée dans l'optique et l'audition. Elle propose notamment la distribution de lunettes de vue, lunettes de soleil, lentilles de contact et audioprothèses. Wikipédia

Siège social : Paris; France

Création : 1991

Slogan : Voir le beau et entendre le bien

Effectif : 5 000

Forme juridique : Société par actions simplifiée

.SES GAMMES :



LUNETTES DE VUE

RAY-BAN

RX 3447V 2500 Round Métal 50/21

103 €



GUCCI

LUNETTES DE SOLEIL

GG 0091S 001 52/20

173 €



BIOFINITY TORIC

LENTILLES DE CONTACT

Coopervision

32 €

V.3 – Analyse de la communication des concurrents

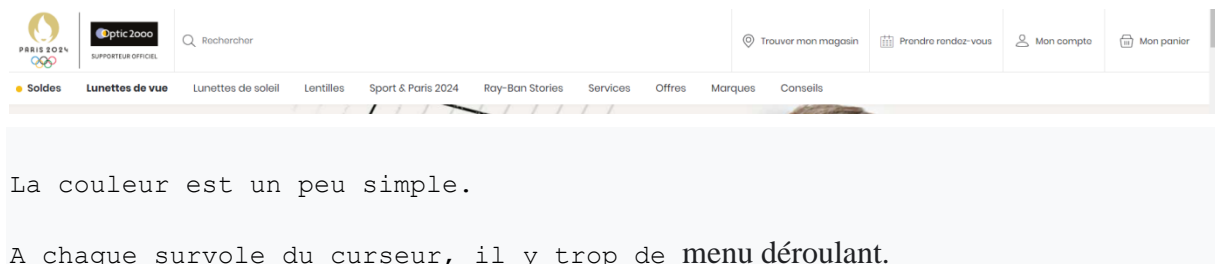
1- Optic 2000

a. Réseaux sociaux

- nombre d'abonnés : 8 429 abonnés sur LinkedIn , 154177 likes sur facebook .
- type de contenus publiés : Images, videos et articles
- sujet traité en publication : Gamme, marque, prix, model et couleur.

b. Site internet

-construction du menu :



- Les projets de refonte de site internet réalisé par leur experts pour Optic 2000 qui a permis d'améliorer l'ergonomie et l'expérience utilisateur.
- La diversité de leur catalogue de lunettes pour femme nous permettra de trouver celles qui nous correspond le mieux.

c. SEO

????

2- Optical Center

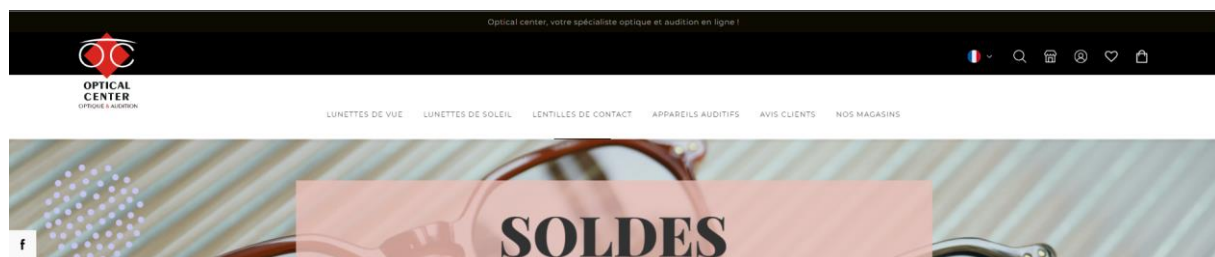
a. Réseaux sociaux

-nombre d'abonnés : 402 959 personnes sont abonnées sur facebook, 213k sur instagram, 513 abonnés sur Pinterest, 4,5 k abonnés, 5 759 abonnés sur twitter.

- type de contenus publiés :Images, vidéos...
- sujet traité en publication : Gamme, marque, prix, model et couleur,...

b. Site internet

-construction du menu :



Simple mais sympa comme menu , pas trop de dropdown qui pourra déranger les yeux des visiteurs.

-L'ergonomie adaptée de la paire de lunettes

L'un des premiers critères essentiels de choix pour sa paire de lunettes de vue est sa bonne ergonomie.

En effet, cette donnée permet d'assurer à l'homme un confort optimal lors du port de son équipement optique.

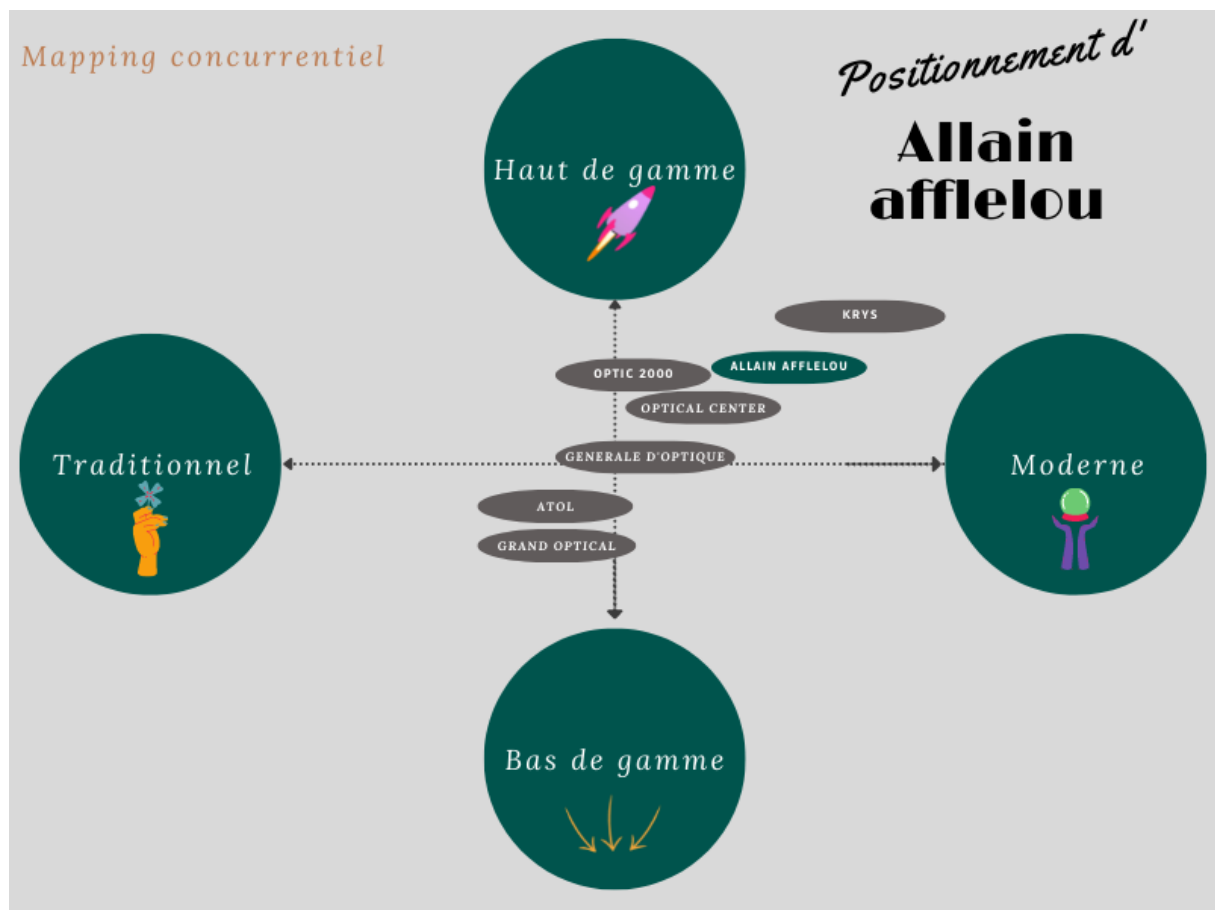
-Ces trois magasins d'optique du 19ème de Paris sont réputés pour la qualité de leurs opticiens ainsi que pour la diversité de l'offre de Lunettes Homme, Lunettes Femme, Lentilles de Contact, Lunettes de Soleil, Lunettes de vue: Nous livrons vos lunettes de vue, Lunettes Ray-Ban ou lentilles ...

C. SEO

??????

V.3 – le positionnement d’AFFLELOU face à ses concurrents.

MAPPING CONCURENTIEL



5. Le Marketing Mix d'Afflelou



V.3 - Étude de la cible

1. Détermination des cibles d'AFFLELOU.

Afflelou cible les jeunes avec une opération événementielle sur Snapchat

A partir du 6 octobre et pendant 90 jours, les utilisateurs du réseau social disposant du Snap code Afflelou pourront essayer virtuellement une paire de lunettes Smart Tonic avec trois filtres personnalisés.

Cible primaire :

-Les personnes qui ont de problème de vision, Douleurs dans la nuque ou au dos, Maux de tête, Sensibilité à la lumière, Fatigue oculaire, Difficultés à voir net de près ou de loin.

La plupart des personnes âgées ont besoin de lunettes de près et de loin, ils ont l'habitude de frotter les yeux, d'avoir de mauvais port de lentilles de contact, ne pas porter de lunettes de soleil, sauter les examens de la vue réguliers.

Plus de 2,2 milliards de personnes souffrent de troubles de la vision dans le monde

Pourtant, sur les quelque 2,2 milliards de cas de déficience visuelle ou de cécité recensés dans le monde, plus d'un milliard aurait pu être évité ou n'a pas encore été pris en charge. C'est le constat dressé par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) dans son premier rapport mondial sur la vision publié le 8 octobre.

Cible secondaire :

- Les personnes normales qui veulent juste porter des lunettes.
- Les personnes qui suivent les nouveautés...

PERSONA DU CIBLE

V.4 - Marketing Digital

1- Les moyens de communication d'AFFLELOU

- Articles de presse
- Réseaux sociaux : facebook, twitter, instagram, pinterest, tiktok
- Internet : site web

2- Tunnel de conversion d'Inbound Marketing

- Sélectionner la marque et couleur et style.
- Renseigner des corrections : sphère, cylindre et axe pour l'oreille gauche et droite
- Valider la correction
- Choisir le verre : le 100% santé, le confort, le blue / UV protect (choisir le pack)
- Récapitulatif puis ajouter au panier
- Sous total (frais de livraison estimés)
- Entrer le code promo
- Terminer la commande
- Continuer les achats si possible

ANNEXES

Matrice et Templates

1 - PESTEL