

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

Alain AFFLELOU : Une entreprise d'opticien très connue en France et dans quelques pays.

PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

1.1 - Étude de l'environnement de l'entreprise

1. La matrice PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	LÉGAL
Depuis octobre 2016, l'opticien est reconnu comme professionnel de santé à part entière.	Trois quart de la population française sont affectés par des troubles de vision ou d'une maladie de visuelle.	Environ 7 personnes sur 10 portent des lunettes en France. Les Français renouvellent leur paire de lunettes en moyenne tous les 2,5ans. La France est considérée comme étant en pénurie dans le domaine ophtalmologistes. 45 % des ophtalmologistes ont plus de 60 ans et sont difficiles d'accès pour les clients, avec des délais de prise en charge très longs. 85 % des ophtalmologues exerçaient en mode libéral ou mixte.	Avancé sur la technologie. Impression des montures en 3D.	L'opticien est désormais autorisé à intervenir sur les modifications et adaptations de corrections visuelles des patients selon le décret en vigueur.

2. Déterminez les 5 Forces de Porter.

Menace des nouveaux entrants	Le marché est ouvert.
-------------------------------------	-----------------------

Par RAJAOFETRA Faraniaina Elia / Marketing Digital /D-Clic Fianarantsoa /Sayna

	Il n'y a pas du tout une marque domine sur le marché.
Degré de rivalité avec les concurrents	Il y a 49 500 opticiens et 12 000 magasins d'optique en France.
Menace des produits de substitution	Les menaces sont faibles.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Le pouvoir de négociation est fort car il y a 12000 distributeurs en France.
Pouvoir de négociation des clients	Le pouvoir de négociation est moyen car les nombres d'opticien est moyen nombreux.

3. La matrice SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Elle est très connue en France. - Un bon emplacement sur le site web. - Une variété de cible (homme, femme, enfant) et une variété de produits (lunettes de vues, lunettes de soleil, lentilles...) - Une variété de marque de monture (Afflelou, Burberry, Dior, Gucci, Guess, Hugo boss,...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Les personnes âgées ne vont pas cherchés sur internet s'ils ont de cataracte, elles doivent attendre quelqu'un pour les aider. - La présence de bugs sur la boutique e-commerce. - Des frais de port trop élevés.
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Plusieurs boutiques en ligne ont connu que le marché est atomisé. - Afflelou a son propre marque. - Afflelou est une entreprise d'opticien très connue. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les ruptures de stock trop fréquentes menaces l'entreprise. - L'arrivée d'un nouveau concurrent qui vend le même produit mains moins chère.

1.2 - Étude de la concurrence

Concurrents directs	
Opticien Krys : https://www.krys.com	Optical center : https://www.optical-center.fr
Une entreprise spécialisée dans la	Une entreprise française spécialisée dans

distribution de lunettes de vue, de lunettes de soleil, lentilles de contact, appareils auditifs, services (tests de vue, tests d'audition...). Ses verres ont du label Origine France Garantie.

Ses gammes de lunettes :

- Lunette de vues

Lunette de vues SIGNATURE KRYS
129€



- Lunettes de soleil

Lunette de soleil GUCCI 219€



- Lentilles

Lentilles correctives Acuvue Oasys
33,90€

Boite de 12 lentilles



- Audition

Piles auditives Krys Audition 22,90€

13 Lot



l'optique et l'audition. Elle propose la distribution de lunettes de vue, lunettes de soleil, lentilles de contact et audioprothèses. Il devient le n°1 de l'optique et de l'audition en 2020.

Ses gammes de lunettes :

- Lunette de vues

Lunette de vue RAY-BAN Arrondie
103€



- Lunette de soleil

Lunette de soleil RAY-BAN Arrondie
98€



- Lentilles de contact

Lentilles de contact ALCON 41€

Boite de 90 lentilles



- Appareils auditifs

Appareils auditifs BELTON 1600€

Analyse de la communication :

- Réseaux sociaux

Twitter : 535 abonnements et 18.3k abonnés, il parle de sport

Facebook : 104364 personnes aiment ça, 103117 personnes sont abonnées, 364 personnes ont visité ce lieu, il, parle de ses produits et du sport

Youtube : 3,39k abonnés, il parle sur le confort visuel avec les lunettes Signature Krys.

Instagram : 1,309 publications, 27,3k abonnés, 152 abonnements, il parle de ses produits.



Analyse de la communication :

- Réseaux sociaux

Tiktok: 6 abonnements et 29.7k abonnés, 140.1k J'aime, il parle de ses produits humoristes.

Facebook : 419483 personnes aiment ça, 402963 personnes sont abonnées, 183 personnes ont visité ce lieu, il, parle de ses produits et de ses offres.

Youtube : 4,5k abonnés, il parle de ses offres.

Instagram: 689 publications, 213k abonnés, 130 abonnements

Pinterest : 513 abonnés, 10 abonnements, il parle des lifestyle avec les lunettes.

Concurrent indirect

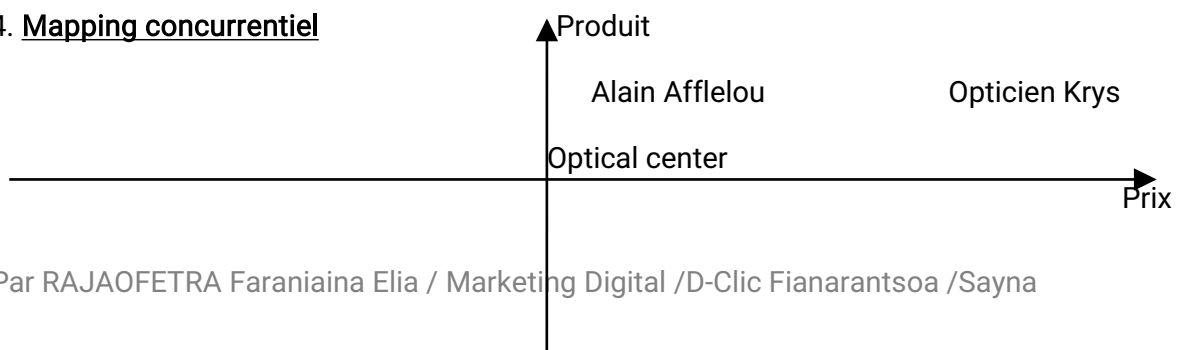
Les ophtalmologues comme :

Ophtalmo : <https://www.rdvophtalmo.com>

b. Site internet (construction du menu, ergonomie, diversité du catalogue

c. SEO (réaliser un audit SEO grâce à la grille prévu à cet effet)

4. Mapping concurrentiel



Par RAJAOFETRA Faraniaina Elia / Marketing Digital /D-Clic Fianarantsoa /Sayna

5. Le Marketing Mix d'Afflelou)

Produit	Prix	Distribution(Place)	Communication(Promotion)
Lunettes de soleil	Entre 25€ à 490€	En ligne	Les clients peuvent choisir selon son besoin et peuvent personnaliser ses lunnettes.
Lunettes de vue	Entre 30€ à 325€	Dans son magasin, mentionné dans le site	
Lentilles	Entre 10€ à 109€		
Magic	Entre 119€ à 199€		
Acousticien	Entre 3,9€ à 219€		

1.3 - Étude de la cible

Cœur de Cible	Les personnes qui ont problèmes de vues (Homme, Femme, Enfant) Ils ont l'habitude de changer ses lunettes tous les deux ou trois ans.
Cible primaire	Les personnes qui travaillent devant des ordinateurs (pour les étudiants, les adolescents, les adultes, qui n'ont pas de défaut visuel). Les personnes qui font des marches, voyages, pour se protéger du soleil, les poussières...
Cible secondaire	Les enfants qui n'ont pas de défaut visuel mais qui regardent les écrans.

2. Construire le persona pour le cœur de cible et la cible Primaire. Vous pouvez utiliser le site : <https://xtensio.com/user-persona-template/> pour réaliser votre persona.

1.4 - Marketing Digital

1. Les moyens de communication d'AFFLELOU

Owned media	Paid media	Earned media
Blog		La presse

Par RAJAOFETRA Faraniaina Elia / Marketing Digital /D-Clic Fianarantsoa /Sayna

Facebook		https://www.opticien-presse.fr/
Instagram		
Twitter		Wikipedia https://fr.m.wikipedia.org/

2. Le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing

en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication pour la paire de lunettes "Afflelou Sebastien (paire homme). Pour les questions 3 et 4, vous remplirez le tableau en annexe.

3. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing afin de promouvoir la paire de lunettes Afflelou Sebastien (paire homme). Pour chaque action, déterminez l'objectif SMART

4. Quelles sont les KPI que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion d'inbound Marketing.

PARTIE SEO :Audit du site

Vous analyserez le SEO d'un site web qui vous sera donné : AFFLELOU.

Il faudra mettre en avant :

1. Les problèmes relevés

2. Les solutions apportées pour régler ces problèmes

3. Une stratégie à mettre en place après l'audit Cette analyse doit être rendue comme si vous la rendiez à un véritable client. Il faut donc essayer d'être un maximum pédagogue, utiliser des termes compréhensibles, justifier chaque recommandation et présenter une stratégie claire et expliquée.

Vous réaliserez l'audit de ces 3 pages du site AFFLELOU :

- <https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/>
- <https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/guess/gu2914-028-5418-or.html>
- <https://www.afflelou.com/lentilles-de-contact/>

Vous devrez réaliser l'audit en suivant les étapes suivantes :

- 1^{re} partie : Résumé synthétique de l'écosystème global (concurrents et réseaux sociaux)
- 2^e partie : Analyse technique

- 3^e partie : Analyse sémantique
- 4^e partie : Backlinks
- 5^e partie : Réaliser un tableau de synthèse à la fin présentant les priorités et les actions que vous préconisez.

Conseils à prendre en compte :

- N'hésitez pas à faire des captures d'écran des problèmes que vous identifiez (dans le code HTML, sur le site...), des recommandations que vous pouvez faire, etc.
- Utilisez les outils listés dans le cours, certains sont gratuits et d'autres proposent une période d'essai gratuite comme SEMrush que je recommande vivement.
- Servez-vous également du tableau qui vous sera donné. Elle rassemble tous les éléments à regarder lors d'un audit de site. Tous les éléments ne seront pas nécessaires pour cet audit, mais c'est une bonne base pour être sûr de ne rien oublier.

PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

Quelques conseils pour améliorer la vision en naturel.

Avoir une belle vue comme les autres c'est un de nos rêves, la port de lunettes tout les jours nous gêne. Alors voici quelques conseils, ce n'est pas si difficile de prendre soin de nos yeux avec les astuces naturels.

Manger des aliments riches en vitamine pour améliorer votre vision. Les aliments riches en vitamine A améliore la santé de votre oeil. Le vitamine A est un micronutriments optimal. Il maintient la fonctionnement de l'oeil. Voici les listes des aliments riches en vitamine A:

- . L'huile de foie de morue
- . L'anguille
- . Oeufs de lompe
- . Hareng
- . Beurre
- . Crème fraîche
- . Fromage
- . Oeufs
- . Abricot
- . Mangue
- . Melon

.Tomate

. Carotte cuite

. Potiron cuit

Dormir à l'heure convenue par âge pour protéger votre vision.

Le sommeil nocturne est nécessaire surtout à l'âge moins de 2ans, car celui ci protégerait la vision. La manque de sommeil entraîne la trouble de la vision des l'âge de 5ans et ça entraînera la port de lunettes.

N'éteigne pas la lumière quand on regarde l'écran s'il fait nuit.