

## SAYNA-MARKETING-EVALUATION1-062022

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

On va voir dans cette partie des analyses qui nous permettra de voir de près l'environnement de l'entreprise ALAINAFFELOU.

#### 1- PESTEL

| POLITIQUE  | ECONOMIQUE   | SOCIOLOGIQUE   | TECHNOLOGIQUE  | ENVIRONNEMENTAL   | LEGAL   |
|--|--|--|--|---|---|
| <p>En 2018, Emmanuel Macron promet le zéro reste à charge pour les lunettes de vue. Un fait qui inquiet un peu les opticiens (Source : France info)</p> <p>Pour cette année 2022, les opticiens exigent au nouveau gouvernement un plan de santé visuelle qui mobilisent l'ensemble des acteurs au cours des cinq années à venir (source : LEFIGARO)</p> | <p>-La plupart des français ne dépensent pas plus de 200 Euro pour les lunettes</p> <p>- Le chiffre d'affaire pour le marché des lunettes et de l'optique s'élève à 6,6 milliards d'Euro en 2020.</p> <p>-Une augmentation de 13,5% sur le marché est constaté en 2021 soit 6,75 milliards d'euro</p> <p>- les dépenses de l'optique de 2020 des français ont baissé de 7,9%</p> <p>- 13 millions de lunettes de vue vendus par ans</p> <p>-5 millions de lunettes de soleil et au total 18, 5 millions de lunettes se vendent en France par ans . (source :</p> | <p>-Plus de 7 français sur 10 portent des lunettes de vue (76%). Dans le détail, 69% portent des lunettes correctrices et 7% portent des lunettes de repos. (source : yougov.fr)</p> <p>-Les français de 45 ans et plus portent plus les lunettes pour des raisons de problèmes de vue</p> <p>- La moitié des français utilisent des lunettes pour leurs activités</p> <p>47% pour la lecture et 46% pour les écrans</p> | <p>-Présence sur les réseaux sociaux (Facebook et twitter)</p> <p>Bâtir une communauté pour faciliter les partages d'informations mais aussi pour générer plus de prospects.</p> <p>-Recourir à la vente en ligne un fait devenu plus intéressant depuis la pandémie de Covid - 19</p> <p>-Profiter des avancées technologiques en proposant des essayages virtuels en visio consultation</p> <p>- Proposer des lunettes 3D</p> <p>-Cosmo Vision : des lunettes connectées (capteur de geste, affichage de donnée en temps réel, verre photochromiques intelligents.)</p> <p>-Utilisation d'une application mobile dédiées au service (Cosmo Vision) que l'on peut télécharger</p> | <p>-Protection de l'environnement : H2O une initiative qui consiste à utiliser des bouteilles plastiques des océans pour faire les lunettes.</p> <p>-Recourir à des matières recyclées pour les étuis</p> <p>-Utilisation des verres biodégradables.</p> <p>-Mettre en exergue la valeur de l'écoresponsable sur les plateformes numériques (site web, réseaux sociaux)</p> | <p>- Met à la disposition des internautes les lois régissant le monde de l'opticien lunetier</p> <p>- Respecter les données personnelles des utilisateurs.</p> <p>-Suivre les Recommandations de l'Etat</p> <p>-les lois concernant l'opticiens lunetiers sont énoncés dans l'article (L4362-1 à L4362-12) du code de la sante publique.</p> <p>- Le décret n 2015- 1223 permet de vendre en ligne les verres correcteurs et les lentilles de contact</p> <p>-Le décret n 2016 1383 énonce les conditions de délivrances de verres correcteurs et des lentilles et les règles</p> |

|  |                          |  |  |  |  |
|--|--------------------------|--|--|--|--|
|  | opticien par conviction) |  |  |  | d'exercice de profession d'opticien lunetier |
|--|--------------------------|--|--|--|--|

## 2- 5 forces de PORTER

|   |  |
|---|--|
| Menaces des nouveaux entrants           | Les nouveaux entrants sont un peu bloqués plusieurs marques travaillent déjà dans le secteur. Notre institution détient une place favorable. Au niveau de l'e-commerce des entreprises ont mis fin à leurs activités cela signifie que le marché est rude mais d'un autre point de vue c'est un tremplin pour d'autre. (source : jesuisentrepreneur.fr)  |
| Degré de rivalité avec les concurrents  | ALAINAFFLEFLOU se regroupe dans un réseau de franchise et assure avec une autre institution près des 30% du marché de l'optique. Le degré de rivalité est moyen il y en d'autre marque qui impose aussi sa place dans le secteur. (source : jesuisentrepreneur.fr)   |
| Menaces des produits de substitution    | Les gouttes ophtalmiques ou plus exactement les collyres peuvent venir sur le marché des opticiens. (source : maxiscience)   |
| Pouvoir de négociation des fournisseurs | Le pouvoir de négociation des fournisseurs est faible pour les lunettes de marque ALAINAFFLEFLOU puisque les matières premières sont des produits recyclés. D'un autre angle, plusieurs marques collaborent avec la marque pour leurs produits lentilles et lunettes. De ce fait, leur pouvoir de négociation est faible mais il important de considérer aussi un point essentiel la plupart des marques vendant des produits de luxe. |
| Pouvoir de négociation des clients      | Le pouvoir de négociation des clients est faible puisque les opticiens arrivent à satisfaire les besoins en matière de lunettes pour les français. L'offre est inférieur à la demande. Les prix sont stables (source : opticien par conviction)  |

## 3- SWOT

| FORCES  | FAIBLESSES                             |
|---|--|
| Forte communication : beaucoup de personnes les suivent sur les réseaux sociaux | Problème au niveau du réseau instagram |

|   |   |
|---|---|
| Partenariat dans le domaine sportif qui génère une meilleure notoriété<br>Miser sur le marketing de contenu à travers leur blog<br>Disposant plusieurs unités 750   |   |
| OPPORTUNITES  | MENACES   |
| Meilleure réputation<br>La crise sanitaire entraine le changement au niveau de la prise de rendez-vous. Cela facilite les choses et simplifie les procédures, un point positif pour la vente des lunettes | Risque de pertes pour le partenariat si le club soutenu ne soit pas parmi les meilleurs<br>Perte de notoriété pour les rumeurs et fausses informations pour les réseaux sociaux |

## 2 -Etude de la concurrence

Ici on se focalisera sur les concurrents de la marque. Cette étude va nous permettre de voir les stratégies des autres et leurs performances pour trouver au final la meilleure stratégie et les points à améliorer.

### 1. Déterminez 2 concurrents directs et 1 concurrent indirect d'AFFLELOU ?

L'objectif ici est de trouver des concurrents de la marque et surtout ceux qui sont puissants et possèdent plus le marché des lunettes et des lentilles de contact.

Concurrents directs :

- Generale d'Optique
- Optic 2000

Concurrent indirect:

- EXCELVISION

### 2. Pour chacun des concurrents, faites un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de lunettes. Préciser pour chaque gamme une paire de lunettes et le prix associé ?

**Generale d'Optique** : c'est une entreprise œuvrant dans la vente des lunettes pour hommes, femmes, enfants et des lentilles. Elle s'engage à défendre le droit de chacun d'une vue plus accessible. Cette dernière a 25 ans d'expertise dans le domaine. L'enseigne nous propose

nombreuses modèles de lunettes en collaborant avec d'autres grandes marques. Leurs devises consistent à offrir aux français des meilleures lunettes mais des prix abordables. On peut réserver les rendez-vous avec leurs opticiens en ligne ou venir dans un de leurs 650 magasins. De plus les examens de vues seront offerts dans les boutiques. L'institution se lance également dans la conviction qu'aucune mauvaise vue ne soit jamais un frein à l'éveil des enfants et que l'usage des écrans ne soit pas une menace pour notre vue. De plus, elle s'engage que les problèmes de vues ne représente pas un danger pour la route et s'assurent à la sante visuelle des plus fragile pour mettre fin a leurs isolement.

### **Gamme lunette de vues :**



Ceci est un modèle de lunettes de vue pour hommes que l'on peut voir dans les boutiques Generale d'Optique. La matière utilisée pour l'article se base du plastique avec du matériau spécifique Acetate. La forme de la lunette demeure panthos et de taille 47 et de couleur écaille. La largeur au niveau du nez mesure 21mm et la longueur de la branche s'évalue à 44 mm, on peut l'acheter en ligne ou dans les magasins au prix de 219 Euro mais en ce moment c'est en solde on peut l'avoir à 134 Euro.

### **Gamme lunette de soleil**



Ce modèle s'utilise pour les vacances à la plage. La couleur des verres est gris et de base c'est du noir. Ce genre de lunette s'adapte à la vue puisque du taille 48. La longueur de la branche mesure 130mm et la largeur du nez 16mm cette dimension procure du confort et de l'authenticité à ce qui le porte. Cette article demeure efficace et solide à la fois, les matières utilisées pour le confectionner sont de bonne qualité. Concocter avec du plastique et de la cellulose de propionate avec du polycarbonate pour les verres. Pour avoir cette lunette au prix de 71 Euro, on peut le faire en ligne ou venir dans les magasins.

### **Gamme lentille**

Pour être plus à l'aise et confortable, l'enseigne propose divers types de lentilles à ses clients. Les cibles peuvent les porter selon les prescriptions de leurs opticiens soit par jour, bimensuel ou mensuelle. Tout dépend alors du cas de chaque personne, Generale d'Optique dispose de trois sortes de lentilles du multifocale, du torique ou également du sphérique. Plusieurs marques et laboratoires travaillent en étroite collaboration avec l'entreprise afin d'offrir des produits et répondre aux besoins de ses cibles.



ACUVUE est une boîte de 90 lentilles que l'on porte par jour au prix de 69 euro. Ce modèle provienne du laboratoire Johnson&Johnson Vision Care et conçu avec du filtre UV. Afin de mieux les porters, il faut bien les entretenir. L'article offre un champ de vision optimal et une meilleure évaluation des distances. Ce lentille détient un intérêt esthétique exceptionnel du à leur souplesse et leur aspects physiques. Ce dernier est concocté avec de la silicone hydrogel de plus, c'est du couleur blanc avec une résistance à l'eau et d'hydrophilie de 38%.

**Optic 2000** : une entreprise qui travaille dans le monde de l'ophtalmologie. Son histoire débute en 1969. Leurs opticiens offrent divers conseils et les meilleurs diagnostics aux afin de leurs donner les lunettes ou lentilles qui leurs sont adaptés. Pour être plus proche de ces cibles, l'enseigne met en valeur la relation de proximité. L'achat de leurs produits peut se faire soit en

ligne ou dans un de leurs 1200 boutiques que ce soit pour les enfants pour hommes ou femmes. Leur objectif se penche autour d'un point une vision ultra nette et de très grande qualité. Le réseau d'Optic 2000 partage à ses collaborateurs et clients des valeurs comme l'exigence, l'anticipation et l'engagement. L'entreprise s'investit dans la recherche à l'accès des soins et à l'environnement.

### **Gamme lunette de vues :**



Pour la gamme lunette de vue, on peut trouver ce modèle pour femme de la marque Versace au prix de 169 euro. On peut l'essayer en ligne pour voir comment on est avec la lunette. Du côté caractéristique, la forme demeure en papillon et conçue avec du métal. Ce genre de marque rime avec luxe et glamour, avec un style flamboyant et un design audacieux. L'article procure du confort et de l'élégance à ce qui le porte. D'ailleurs la dimension offre une légèreté et flexibilité. La longueur des branches mesure 140mm et la largeur du nez de 18mm.

### **Gamme lunette de soleil**



Ici on peut voir une lunette de soleil pour homme de couleur rouge. Ce modèle original wayfarer colorblock de la marque Ray ban offre du peps à nos looks d'été ou de festival. La taille de la monture est adulte S, la longueur de la branche est de 150 mm et la largeur du nez c'est de 22 mm. Concernant les verres, la monture s'adapte à la vue et l'indice de protection de catégorie 2.

Pour plus d'originalité la teinte de verre est en bleu, un accessoire de mode idéal pour les adeptes de la mode. Pour avoir ce fameux modèle de forme wayfarer vintage, on peut l'acheter au prix de 119 Euro.

### **Gamme lentille**



Ce modèle fait partie de la gamme lentille d'Optic 2000. Comme on peut le voir sur la photo de la boîte c'est de la marque DIA. Cette dernière se porte mensuellement au prix de 19 euro. Elles sont destinées pour remédier à la myopie et l'hypermétropie. Conçus avec de l'hydro gel et doté d'une technologie PC elle hydrate tout au long du port.

### **3. Faites une analyse de la communication de chacun des concurrents sur les points suivants : a. Réseaux sociaux (nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet traité en publication ?**

On va faire une analyse de la communication des concurrents pour ses aspects marketing digitaux. Pour mieux organiser, on va voir un par un les concurrents. Avant tout il est important de noter que ces entreprises misent tous dans le monde du digital, un phénomène propulser à cause du Covid 19.

#### **Générale d'Optique :**

Facebook : 78 534 sont abonnés et 79 185 aiment leur page

Instagram : 23 412 abonnés

Les types de contenus publiés sont des photos, des textes des vidéos et avec de la typographies.

Les sujets traités en publication sont les actualités en France comme par exemple c'est l'élection législative donc l'enseigne publie des contenus concernant ce sujet tout en la rimant

avec les activités de l'entreprise. On peut également citer les engagements de Générale d'Optique, ces soldes et des concours pour gagner des lots. Tous cela s'accompagne avec des photos des lunettes et lentilles avec de la typographie pour être plus attractive.

Le taux d'engagement est faible puisque les personnes qui réagissent à leur publication sont moins nombreuses.

### **Optic 2000**

Facebook : 155,148 sont abonnés et 154,177 aiment leur page

Instagram :

Twitter : 3457 abonnés

Linkedin : 8431 abonnés

Les types de contenus publiés sont des photos, des textes des vidéos et avec de la typographies.

Les sujets traités en publication sont les différents produits de l'enseigne notamment leur pack et gamme de produits. Il met en exergue aussi leur nouvelle collection en postant une photo d'une personne portant la lunette et la photo de la lunette. L'entreprise publie également des événements comme un festival et surtout les événements sportifs avec un peu d'explication. Notant que l'enseigne est supporteur officiel des jeux olympiques et paralympique de Paris 2024 et soutient une équipe contenant 8 athlètes et para- athlètes.

Le taux d'engagement est moyen

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

#### **Générale d'Optique :**

Leur site propose 9 menus bien distincts pour faire part aux cibles les informations de base. Au début à la page d'accueil, on peut voir les promotions ou soldes en cours. Puis on poursuit avec la gamme lunette de vue, dans cette partie on peut voir les types et forme de lunettes et les marques qui fabriquent les lunettes. De plus, on peut recourir à l'onglet A la une pour voir les collections et informations. Puis on peut poursuivre avec la gamme lunette de soleil et puis les lentilles le principe est la même présenter les produits et le conditionnement (genre et marque et forme). Pour être plus explicite, le site propose des accessoires avec un petit détail de chaque article et des lunettes de sport. À part les activités autour de la vue, l'entreprise travaille aussi dans l'audition et offre des produits concernant les domaines et finalement le dernier menu se concentre sur les magasins.



L'ergonomie du site de Generale d'Optique se focalise sur trois règles l'utilité, l'utilisabilité et le design graphique.

- Utilité : les contenu du site sont intéressants, il donne beaucoup d'informations, on a la réponse des questions que l'on peut se poser. Cela rend les prospects un plus confiant et susceptible de prendre un rendez-vous chez eux.
- Utilisabilité : on peut accéder facilement au site juste taper sur Google le nom du site et le premier résultat qui apparait mène vers le site. Les divers menus redirigent vers des contenus bien distincts, le petit souci c'est comme on a l'impression que le site contient beaucoup trop d'information. Beaucoup de photos avec beaucoup de textes.
- Design graphique : le logo de l'entreprise est compose du nom de l'entreprise en question avec leur slogan et un symbole. Il utilise trois couleurs deux types de vert et de l'orange. Pour le site on utilise également ces deux couleurs avec le blanc. Du cote design, on peut dire que il faut revoir un peu l'organisation du site être simple épurée et efficace à la fois.

Pour la diversité du catalogue, l'enseigne propose trois gammes de produits notamment des lunettes de vue et de soleil et de lentilles. La marque dispose de plusieurs types articles de plus, il travaille avec plusieurs marques et laboratoires. Au niveau catalogue, on peut dire qu'il présente une large gamme de produits à ses cibles. Pour compléter ses produits, l'entreprise offre une diverses choix d'accessoires à ces clients et même des produits pour l'audition afin de garantir une meilleur vue et audition à chaque personne.

## **Optic 2000**

Leur site se compose de 5 menus proposant leur gamme de produit et leurs soldes. A chaque types de produits on peut voir les photos des lunettes avec des options pour voir les marques et type. On peut voir les caractéristiques et dimensions et particularité de chaque produit. On peut voir aussi les valeurs soutenus par l'entreprise sur le site. Pour plus de clarté, l'enseigne propose beaucoup des conseils à ces cibles.

L'ergonomie du site d' Optic 2000 se focalise sur trois règles l'utilité, l'utilisabilité et le design graphique.

- Utilité : les contenus du site sont conformes et intéressants. On peut dire que l'on dispose de ce que l'on a besoin sur le site. Si par exemple on a des problèmes de vue, on peut se référer au site pour prendre rendez-vous et trouver le modèle qui nous convient.
- Utilisabilité : on peut accéder facilement sur le site, c'est pas si difficile à utiliser, le site est simple à utiliser il faut bien lire et bien suivre l'acheminement.
- Design graphique : les couleurs utilisés pour le site sont du noir, de l'orange et du violet. Les contenus sont beaucoup aérer, les informations demeurent bien organisés et facile a lire et attractive à la fois.

Pour la diversité de catalogue, l'enseigne procure à ces cibles un large choix de produit. On peut dire un catalogue simple mais utile on a ce que l'on a besoin pour les lunettes et lentilles. On peut également s'apercevoir que l'entreprise ne propose pas d'accessoire. L'idéal est de trouver tout au même endroit.

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

Du point de vue générale, les deux entreprises ont respecté les conditions de Google plus exactement les deux sites sont considérés comme site actif. Si on tape le nom de l'entreprise sur le moteur de recherche le site web s'affiche en premier. Cela sous-entend que les sites sont bien référencés. Mais si on tape juste par exemple les opticiens de France le site de ces deux concurrents d'ALAIN Afflelou ne s'affichent pas en haut de la page. Le site d'Alain Afflelou s'affiche avant ses concurrents cela sous-entend que l'entreprise détient une large d'avance vis à vis ces concurrents et c'est le mieux référencé. Il faut respecter les conditions des algorithmes de Google pour leurs sites web ses deux concurrents ont respecté au niveau du balise title et la Meta description.

**4. Après votre analyse et à l'aide d'un mapping concurrentiel, déterminez le positionnement d'AFFLELOU face à ses concurrents. Vous devrez définir par vous-même les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel. Vous pouvez utiliser l'outil de votre choix pour réaliser le mapping. Canvas est gratuit et vous permettra de réaliser cela facilement**



## 5. Construire le Marketing Mix d’Afflelou (Produit, Prix, Distribution, Communication)

| Produits  | Prix   | Communication  | Distribution   |
|---|--|--|--|
| <p>L`enseigne propose de lunette et lentille à ses cibles.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-lunettes de vues</li> <li>-Lunettes de soleil</li> <li>-Lentilles</li> <li>-Accessoires pour les appareils auditifs</li> </ul> <p>Les produits peut être considéré un accessoire de mode, mais utiliser aussi pour régler les problèmes de vues et protéger les yeux.</p> <p>La valeur ajoute de la marque c`est que ce sont des produits de haut de gamme résistant et fabriquer à partir des matières recyclés et biodégradables.</p> <p>Le produit répond aux besoins physiologiques de chacun bien voir et mieux entendre.</p> | <p>Après l`analyse du positionnement, on peut déterminer le prix des produits. Le prix varie à chaque type de produits.</p> <p>Lunettes de vue entre 99 euro à 255 euro.</p> <p>Lunettes de soleil compris entre 79 euro à 310 euro.</p> <p>Lentilles entre 17 euro à 75 euro.</p> <p>Accessoires pour appareils auditifs varient entre 3 euro a 109 euro.</p> | <p>Au niveau communication, la marque est présent sur le réseau Facebook avec beaucoup d`abonnés et aussi sur d`autre comme twitter et titok , pinterest et instagram.</p> <p>La présence sur ses réseaux améliore la communication.</p> <p>D`ailleurs on peut booster sa communication via ses réseaux grâce aux contenus comme des concours et des challenges et aussi présenter les produits pour donner un aperçu des produits aux cibles.</p> <p>Le site officiel de l`entreprise un atout pour leur communication en présentant tous sur le site. De plus, l`enseigne dispose d`un blog pour mieux conseiller et être plus proche</p> <p>Les publicités TV pour les collections restent encore incontournables pour une campagne de communication.</p> | <p>Les produits ont disponibles dans les 1445 magasins dispersés dans divers villes de 19 pays. On peut également les acheter en ligne.</p> <p>De plus, on peut aussi trouver les lunettes et lentilles dans les sites e-commerce comme Amazon.fr.</p> |

### V.3 - Étude de la cible

Apprendre à connaître sa cible est également une étape essentielle. Une entreprise, même si elle a une identité et des objectifs propres, doit répondre aux attentes de sa cible, futurs utilisateurs de la solution proposée.

**1. Déterminez les cibles d’AFFLELOU. (Cœur de Cible, Cible primaire et Cible secondaire). Pour chaque cible, vous ferez un paragraphe expliquant qui sont-ils (sociodémographique, habitudes, freins)**

Cœur de cible : les personnes qui ont un problème de vues que soit des hommes ou femmes ou enfants mais pour les eux on cible leurs parents. Les gens atteintes de la myopie et presbyte. Les personnes ayant des problèmes auditifs, les athlètes surtout ceux qui pratiquent du vélo

Cible primaire : les amateurs de mode qui veulent apporter une touche à leur look et miser sur un accessoire comme une lunette. Les associations et ONG œuvrant dans le domaine de la vue et de l’audition. Les cabinets médicaux

Cible secondaire : les sportifs dans les autres domaines

| Cibles         | sociodémographique   | Habitudes  | Freins   |
|----------------|--|--|--|
| Cœur de cible  | Travailleurs ou retraites qui vivent en France principalement<br>Personnes plus de 45 ans<br>Pour les lunettes pour enfants ce sont les parents que l’on cible<br>Alors des parent des collégiens et lycéens<br>Des sportifs qui sont dans un club ou un passionne du sport qui vivent en France | Acheter un produit nouveau et de bonne qualité<br>Fait attention à ces yeux<br>Effectue des visites chez les opticiens pour voir l’état de santé de ses yeux<br>Aime les grandes aventure et explorer la montagne ou les forets pour faire du vélo | Peur<br>Faute de temps<br>Le non aisance a la vente en ligne au niveau des tests de vue                    |
| Cible primaire | Les grandes associations en France ou dans d’autres pays mais qui veulent appuyer au niveau de ce domaine.<br>Jeune étudiant ou travailleurs qui aime la mode  | Aimant la nouveauté et les tendances<br>Aime miser sur ses yeux<br>Fait attention à ses yeux pour le soleil et le vent   | Argent pour les jeunes<br>Temps pour les travailleurs<br>Non confiance des bailleurs pour les associations |

|                  |  |  |   |
|------------------|--|--|---|
|                  | Homme ou femme aimant le produit de luxe et qui des cadres d'entreprises ou propriétaire d'entreprise<br>Les cabinets médicaux qui se spécialise sur l'ophtalmologie et proposer à ces patients des lunettes de vues |  |   |
| Cible secondaire | Vivant en France<br>Des jeunes sportifs ou les travailleurs passionnés de sport  | Aimant le sport<br>Passionné des grandes marques pour leurs fournir les bons accessoires pour bien pratiquer leur activité | Partenariat avec d'autre marque<br>Soutenu déjà par d'autre marque<br>Leur club n'est pas encore très reconnu |

- 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.**

#### **V.4 - Marketing Digital**

Le marketing Digital correspond à l'ensemble des méthodes et des pratiques marketings utilisés sur Internet : communication en ligne (influence et réseaux sociaux), optimisation du commerce électronique, création de trafic au travers de tous supports numériques.

- 1. Quels sont les moyens de communication d’AFFLELOU, en triant via Owned, Paid et Earned média ?**

| Paid media  | Earned media  | Owned media  |
|---|---|--|
| -Spot publicitaire TV disponible sur youtube aussi<br>-Publicité sur le site Acuité<br>Ebay , culturepub. Mcfactory, bible marque,<br>-Publicite sur le magazine l'Ouie Magazine<br>Biba, marie France, Elle, Madame Figaro, Femme actuelle, VF | -Profiter des influences des actrices et personnes connus par ex la miss France 2022 (Diane lyre)<br>-Mentions sur les réseaux sociaux<br>-mention dans un blog eyes road<br>- avis des jury de la déontologie publicitaire de la | -Blog dédié à la marque et que l'on peut voir sur le site<br>Newsletter, on peut s'inscrire via leur site web<br>-Réseaux sociaux : facebook, tiktok, twitter, pinterest, instagram jouir des avantages de leurs communautés sur ses réseaux à travers des publications des annonces |

|   |        |  |
|---|--------|--|
| -spot radio<br>-affiche dans les magasins et dans leurs réseaux sociaux | marque | (spot publicitaire, affiche)<br>Site web au nom de l'enseigne<br>Vidéo sur tiktok et youtube |
|---|--------|--|

## 2. Construire 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)?

En matière d'inbound marketing les actions faites sont :

- Faire venir le client sur le site (earned media : collaborer avec un influenceur, et mention sur les réseaux sociaux, paid media : spot TV
- Convertir les visiteurs en lead ( owned media : article dans le blog de la marque et dans un autre blog réputés, organiser un concours pour promouvoir le produit,
- Conclure (owned media : donner les informations de la lunette sur le site et rediriger le client à l'acte d'achat à travers l'acheminement des contenus sur le site
- Fidéliser (earned media: recourir à un influenceur pour fidéliser les cibles, organiser des challenges avec la lunette sur tiktok et les réseaux instagram et facebook. Mentions sur les réseaux sociaux.

## 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

| Tunnel de conversion               | Moyens de communications  | Actions réalisés   | Objectif SMART   | KPI   |
|------------------------------------|---|--|--|---|
| Faire venir les cibles sur le site | Paid media spot publicitaire TV<br>Owned media<br>Via les reseaux sociaux | -Faire connaitre le produit<br>-Publication de la photo de la lunette avec les | Le nombre des visiteurs sur le site web augmentera, 30 visiteurs par jour. | nombre de visite, temps passé sur le site web, taille de la communauté, |

|                                 |  |   |  |   |
|---------------------------------|--|---|--|---|
|                                 | Blog   | détails via le réseau Facebook et instagram<br>- attirer des prospects à travers un article   |  | taux d'engagement   |
| Convertir les visiteurs en lead | Owned media<br>newsletter<br>Réseaux sociaux | -Sur le site, on indique l'internaute à se inscrire à la newsletter et puis on va leur transmettre les informations avec plus de détails en personnalisant l'email et on lui proposant une réduction pour son achat.<br>Inciter les abonnés à agir en partageant le contenu et en<br>-organiser un concours sur les réseaux comme Facebook et instagram | Les abonnés à la newsletter seront de 200 par mois | temps passe sur le site web, nombres de pages visités, taux d'ouverture et taux de clic, taux de rebond, nombre de leads quantifiés |
| Conclure                        | Owned media                                  | Optimisez la  | Achat de lunette                                   | taux de   |

|           |  |   |  |  |
|-----------|--|---|--|--|
|           | <p>site web</p> <p>Earned media</p> <p>recourir à un influenceur</p> | <p>navigation sur le site web et rediriger les leads à l'action acheter.</p> <p>-Rassurer les prospects à travers l'avis de l'influenceur</p> | <p>de marque</p> <p>Afflelou</p> <p>Sébastien de 20 par jour</p> | <p>conversion</p>  |
| Fidéliser | <p>Owned media</p> <p>Réseaux sociaux</p> <p>Earned media</p>        | <p>Animer la communauté avec des contenus variés</p> <p>-Inciter les clients à refaire des achats et à recommander des autres personnes</p>   | <p>Les 40% des anciens clients achèteront encore le produit</p>  | <p>taux d'engagement</p> <p>nombre de leads quantifiés</p> |