

Programme D-CLIC

Spécialité : Marketing

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

- PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

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.

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

Tout d'abord, une analyse environnementale doit être effectuée pour comprendre le secteur de l'entreprise et rassembler des informations.

Pour aider dans la réalisation des étapes ci-dessous, veuillez vous référer aux matrices et modèles présents en Annexe.

À faire :

1. À l'aide de la matrice **PESTEL** déterminez les facteurs au niveau macro-environnemental.

2. Déterminez les **Forces de Porter** .
3. À l'aide de la matrice **SWOT** , déterminez les facteurs au niveau micro-environnemental

VOIR FICHIER NUMERO 2 pour les réponses et tableau concernant l'analyse PESTEL, détermination du FORCES DE PORTES, ainsi que le SWOT de la société optique d'Alain AFFELOU

I.2 - Étude de la concurrence

L'étude de la concurrence est très importante pour savoir comment l'entreprise se place ou comment elle doit se placer face à son marché.

À faire :

1. Déterminez 2 **concurrents directs** et 1 **concurrent indirect** d'AFFLELOU.
Les 2 concurrents directs d'AFFELOU sont : Lissac l'opticien et Grand optical
1 concurrent indirect d'AFFELOU : Grande distribution
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.

Présentons d'abord, Lissac l'opticien, qui est une des grandes marques de longue date sur le marché de l'optique. Son fondateur est Georges Lissac, et avec ces deux frères ils ont créé un premier magasin d'optique à Paris, sur la rue Dauphine vers l'année 1919. A peu près de 100 ans d'existence l'entreprise Lissac tient toujours place dans le grand marché de l'optique. En ayant comme slogan « l'opticien qui change la vue », Lissac propose une multitude de gamme de lunette de toute couleur, n'importe quel forme et matières, en allant vers les lunettes de vue aux lunettes de soleil ainsi que les lentilles, pour hommes femmes et enfants. Chez Lissac les lunettes peuvent se faire également sur mesure.

Voici quelques marques de lunettes de chez Lissac :

*La marque Whao de chez Lissac offrent des jolies montures à petits prix pour les juniors de 6 à 10 ans, avec de fabrication qualitative, la collection est colorée et fantaisiste a de quoi pour plaire à nos enfants

*Les lunettes de soleil Twinset Premium qui sont actuellement très à la mode sont proposées à des prix très compétitifs chez Lissac. Le style de cette collection est très riche et varié, avec de multiple formes et couleurs pour satisfaire tous les goûts à tout âge

Les prix varient selon le type de monture et de verres, mais généralement les prix sont assez levé chez Lissac en raison des verres qui coutent cher.

Mise à part ces deux les marques Gucci , Ray ban et Calvin Klein sont présents chez Lissac entreprise.

D'une autre parlons du Grand optical qui est un réseau français spécialisé dans l'optique, crée en 1989 par Daniel Abittan et Michael Linkermann. C'est également une autre entreprise optique qui pour la beauté de vos regards et le confort de vos yeux proposent des produits pour la vue : lunettes de soleil, lunettes de vue, lentilles de contact, ou encore des protection anti-lumière bleue. Il a de nombreuses marques disponible tel : Stark, héritage, Chanel ; Paul and Joe, Dior

Stark va à un prix de 379 euro maximum 419 euro

Les lunettes de vue Héritage va de 132 euro

Finalement, discutons sur les paires de lunettes chez le Grand distributeur. Il propose plusieurs marques de lunettes que ce soit pour les vues ou pour les lunettes de soleil. Leur pair varie de 50 euro pour les plus simples, des soldes permanents sur les solaires

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)

Les réseaux sociaux est actuellement l'un des plus grandes armes de marketing pour qu'un entreprise puisse cibler ces consommateurs. De ce fait, nul entreprise ne peut ne pas être vue sur les différents réseaux sociaux, parlant de nos trois sociétés Optical cités ci-dessus pour faire une remarque de leurs produits sur les réseaux sociaux.

La marque Lissac est présente sur tous types de réseaux de communication pour être bien en interaction avec ces consommateurs, en allant d'instagram , facebook, LinkedIn, youtube, google, tiktok. Il présente environ 1.475 abonnés sur instagram. Le Sujet traité sur leur publication se centralise plus sur leur gamme de lunettes, des conseils sont à la disponibilité des consommateurs, ainsi que leurs offres de réduction de prix sur leurs lunettes.

Leurs types de contenus sont diversifiés : photographies, textes, illustrations, images animées ou on, des séquences de vidéo sont utilisées par la marque pour faire fonctionner ces réseaux sociaux.

Discutons cette fois-ci sur les réseaux sociaux de la marque Grande optique. Comme le précédent, Grand optique est également actif sur Snapchat, facebook, instagram, linkedin, youtube, tiktok et toute sorte de réseaux sociaux.

Ces types de contenus sont à peu près pareil avec celui de Lissac : ou il y a des photographies d'hommes, femmes, enfants, vieillards jeunesse, portant leur marque afin que le message puisse passer au cibles. On a pu constater également des séquences de vidéo animé par des personnes populaires : mannequin, chanteurs, acteurs. Mise à part cela, il offre des contenus d'article également, des images animées, illustrations diverses.

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

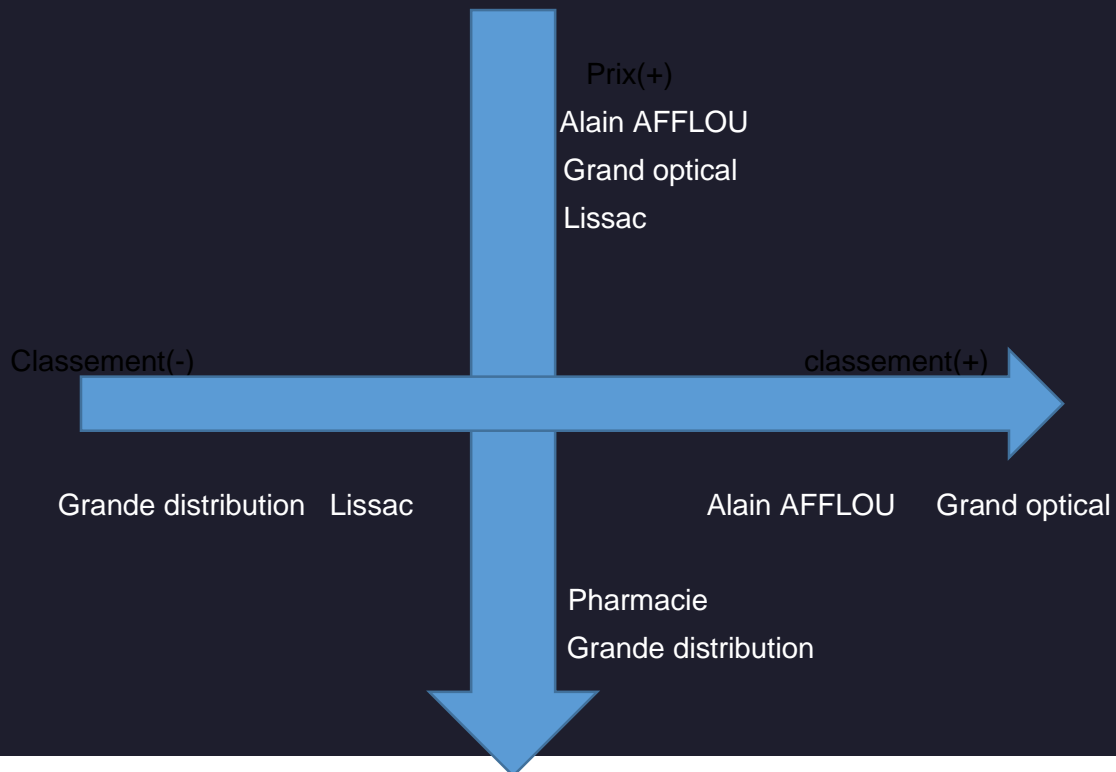
On faisant un petit constat du site internet de la marque Lissac opticien, nous faisons directement face à une page qui est plutôt accessible pour tous, simple et facile à manipuler. Ces barres de menues sont diversifiées , à l'en tête de la page on peut trouver 6 barres à la disponibilité du public, présentant les gammes de lunettes de vue, puis celles des lunettes de soleil ensuite les lentilles, puis la barre de conseils, ensuite la barre à offre et finalement un menu pour trouver les lieux et magasins diversifiés de Lissac.

Quand il s'agit du site internet de Grand Optical, on a pu remarquer un site simple, facilement accessible pour tous. Sur la barre de menu , le site nous offre 8 barre de menu : allant au premier menu concernant les soldes spéciale lunettes de soleil, second menu concernant uniquement lunette des vue, troisième barre sur les lunettes de vue, quatrième barre le menu spéciale lentille, cinquième barre spéciale lunette écran, sixième barre on y trouve le coin sport, l'avant dernière barre se vire sur les accessoires, et la dernière barre concerne les audition. A la différence des autres sites précédents celui du Grand Optical offre donc plus d'accessibilité de gamme pour ces consommateurs. On peut y trouver également une barre de menu spécial un peu plus bas « trouver mon opticien. Ceci facilite les visiteurs à interagir directement avec l'opticien qui lui correspond. Ensuite on y constate un peu plus bas entre un menu de couleur blanc spécialisé « pour prendre un RDV » et le vert pour consulter directement le magasin « grand Optical » le plus près de chez vous ou celui qui vous correspond.

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

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.



Prix(-)

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

Faisons une analyse de Marketing Mix d'AFFELOU selon les 4 P

Produits : En entrant chez AFFELOU vous trouverez plusieurs espaces pour placer ces produits selon les demandes de chaque cible : Il y a l'espace solaire : pour ceux qui aiment les tendances optiques, puis l'espace optique, ensuite l'espace enfant : un merchandising identifiable et didactique enfin l'espace contactologie : une offre à portée de main pour ceux qui ont besoin des lentilles

Prix : Ils varient selon le type de monture et de verres mais généralement, les lunettes sont perçues comme un produit à prix élevé, en raison des verres qui coûtent chers

Distribution : Premier réseau de franchises d'optiques en France et en Espagne L'entreprise optique AFFLOU est présente dans 20 pays à travers 1400 magasins et place l'innovation et la réponse aux besoins des consommateurs au cœur de son ADN.

Communication : Grâce à leur post publicitaire le films TCHIN-TCHIN ,l'image de AFFELOU à changer, surtout de l'idée que l'on peut avoir de l'optique. Leur gaieté et leur dynamisme contribuent à dédramatiser le port de lunettes, à le rendre moins contraignant, tout en soulignant la qualité des produits. Les dernières campagnes publicitaires soulignent la spécificité de cette offre, copiée mais jamais égalée, qui allie un large choix, une garantie sur l'équipement avec et un niveau de qualité optimal

I.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'AFFELOU. (Cœur de Cible, Cible primaire et Cible secondaire). Pour chaque cible, vous ferez un paragraphe expliquant qui sont-ils (sociodémographique, habitudes, freins)

Déterminons les cibles d'Alain AFFLOU :

Cœur du cible : en tant que marché optique, leur service touche en général tous les opticiens ainsi que les amoureux de lunettes

Cible primaire : AFFLOU à comme cible primaire tous les genres : hommes, femmes, enfants

Cible secondaire : en collaboration depuis 2015 avec l'actrice renommée internationale SHARON STONE. De ce fait, Alain Afflou tourne des spot publicitaires avec elle pour cibler tous les types de leader opinion qui ont le pouvoir d'influencer le comportement d'achat tel la jeune femme.

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.

I.4 - Marketing Digital

Le marketing Digital correspond à l'ensemble des méthodes et des pratiques marketing utilisées 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 ?

Voici les moyens de communication d'AFFLELOU pour cibler ces consommateurs

Via Owned : laquelle représente l'ensemble des canaux que AFFLELOU a acquis par nombre de j'aime, vue, et positions naturelles dans les recherches etc ... Pour cela celui-ci a une page facebook et instagram, tiktok, notamment snapchat qui acquiert pas mal de nombre de j'aime et d'abonné qui montre l'interaction du public avec les produits d'Alain AFFELO. On a pu remarquer également, sur google lorsqu'on effectue concernant les opticiens, Alain AFFELOU se pose souvent en premier ligne, avec une multitude d'article lui concernant.

Paid-media : représente tous les canaux d'acquisition payants. Pour cela Alain AFFELOU effectue souvent des campagnes publicitaires aux niveaux des presses, les post publicitaires, les documentaires afin de réaliser la communication de ces produits

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).

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.

II - 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.

III - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

Le marché des lunettes et de l'optique chez ALAIN AFFELOU

Vous avez besoin d'opter des lunettes pour votre vue ? Vous allez partir en vacance cet été pourtant vous-ne savez pas quelle paire de lunette vous va le mieux ? Vous voulez porter des lunettes pour le fun ?

La porte d'Alain AFFELOU est ouverte pour vous, il offre une large gamme de lunettes pour les plus grands aux plus petits de tous les couleurs, formes, et marques.

Qu'attendez-vous donc pour le-rejoindre ? Présents dans presque toutes les villes de France ainsi que dans toutes les villes du monde, n'hésitez pas à vous satisfaire chez Alain

AFFELOU. Toutefois si vous n'avez pas le temps de rejoindre les points de vente, ils sont également présents sur le site internet et les multitudes réseaux sociaux afin de répondre à votre besoin à tous temps et à tous moments.

Pourquoi choisir ALAIN AFFELOU ?

Alain AFFELOU est tout d'abord l'un des premières entreprises d'opticien Français, le plus fiable sanitaire et surtout très délirante avec ces multitudes lunettes, adopté aux hommes, femmes et enfants. Leurs formes sont diversifiées : ovale, carrée, rond... On peut également y trouver une multitude de marque chez AFFELOU en allant du GUCCI, Ray ban, Dior , tout cela pour que vous sentez bien dans votre peau, tout en restant dans la tendance.

Quel est la différence d'AFFELOU aux autres opticiens dans ces stratégies PESTEL ?

Politiquement, le savoir-faire d'Alain Affelou réside avant tout dans le montage et la distribution de lunettes non seulement en France mais dans 5 continents du globe (Europe, Asie, Afrique, Amérique et Océanie) et près de 1445 implantations dans le monde réparties dans 19 pays. Ceci est un politique de marché qui fait vivre cette entreprise à travers le monde. De plus, il s'associe avec des grands noms de la mode pour signer des collections de montures optiques ou solaires vendues en exclusivité.

Economiquement, la stratégie mise en œuvre par l'opticien en matière de prix est dite : «stratégie de pénétration»; en effet, depuis ses débuts, il a toujours proposé ses produits à des prix plus bas que sur le marché soit 50 % de réduction sur les montures, la 2ème paire pour 1 franc de plus. Le marché de l'optique connaît par ailleurs une croissance en Espagne de et le prix moyen de l'équipement est d'environ 30% inférieur à celui de la France. Néanmoins, la guerre en Europe actuellement provoque une grande crise économique et fermeture de certaine filiale, celui d'Alain Affelou en fait partie puisque l'économie s'estompe dans la plupart des régions Européens. D'une autre les concurrences ne cessent de s'accroître et cela doit être remis en question par l'entreprise d'Alain Affelou

Sociologiquement , le nombre d'utilisateurs sur le marché de l'optique se dynamise. Les lunettes sont devenues un accessoire de mode, suivant les dernières tendances continues de croître ce qui est une opportunité pour l'entreprise Alain AFFLOU qui, si elle conserve les mêmes parts de marché, va mathématiquement augmenter son volume de vente.

Technologiquement, Alain Affelou, qui espère révolutionner les codes de l'e-optique a fait appel à la technologie Ditto pour réaliser un essayage virtuel, et cela nécessite l'utilisation d'une carte magnétique de type carte bancaire. Ce système permet de calculer avec précision les proportions de votre visage, afin d'ajouter correctement et à la bonne échelle la monture à essayer. la séance se fait grâce à une courte vidéo prise depuis votre webcam ou smartphone, et à partir de cela celle-ci détecte plus de 1 200 points sur votre visage. . , pour prendre toutes les mesures nécessaires pour votre lunettes,

Toutefois, Alain AFFELOU ne se laisse pas submerger face à la protection de l'environnement. De ce fait, pour contribuer à préserver la planète il a innové des collections de lunettes écoresponsables, pour hommes, femmes et enfants. Avec la collaboration des responsables environnementaux et de recyclage, AFFELOU a pu inventer des lunettes à partir de 5 bouteilles en plastique recyclées. On peut vous pouvez consultez cela à travers leur collection H2O.

Dans le point final, en tant que marché mi médical, la société crée ces produits en suivant les mesures préventives prescrit par la loi médicale.

Pour en terminer, n'hésitez pas à visiter l'entreprise AFFELOU pour satisfaire vos visions.

ANNEXES

Matrice et Templates

1 - PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL

2 - 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	
Degré de rivalité avec les concurrents	
Menace des produits de substitution	
Pouvoir de négociation des fournisseurs	
Pouvoir de négociation des clients	

3 - SWOT

FORCES	FAIBLESSES
OPPORTUNITÉS	MENACES

[illegible]