

V - PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

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

1 – PESTEL : les Facteurs au niveau macro- environnemental

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
Il y a de l'impact aussi quand on vient à parler du politique concernant l'état de santé du citoyen française ; Le ministère de la santé se préoccupe du bien-être de son peuple ; Delors ils ont pris l'initiative de renforcer les dispositions permettant de lutter contre les difficultés d'accès à un médecin ophtalmologiste et de réduire le délai moyen d'attente. Le plan Priorité prévention présenté par le Gouvernement le 26 mars 2018 prévoit de redéployer les examens obligatoires actuellement concentrés sur les enfants de moins de 6 ans. Dans ce cadre, les nouvelles consultations destinées aux jeunes de 8-9 ans, 11-13 ans et 15-16 ans, prises en charge à 100 % par la Sécurité sociale dès mars 2019, incluront un bilan visuel.	A cause de la crise sanitaire du covid-19, le marché de l'optique a fléchi à 5,9 milliards d'euros en 2020 avec une perte de chiffre d'affaires de 720 millions d'euros selon GFK. En 2021 les 12.833 magasins d'opticiens du marché français ont réalisé un chiffre d'affaires global de 6,75 milliards d'euros ; Une année marquée par la baisse de l'activité due à la crise de covid-19 et à la période de fermeture.	La majorité des Français est concernée soit par 1 de 4 principaux troubles de la vue (presbytie, myopie, astigmatisme, hypermétropie) dont 25 millions de Français présentaient du trouble de vision et 92% d'entre eux portaient de lunette et de lentille de contact depuis 2020.	Il est possible en France d'acheter des lunettes sur Internet depuis 2008. En France, il existe différents sites Internet qui proposent d'acheter ses lunettes de vue de chez soi, les ventes en ligne restent donc relativement très prometteuses depuis le covid-19, Il faut noter que 77 % des clients déclaraient utiliser Internet préalablement à leur visite en magasin en août 2020. Et maintenant c'est possible de tester sa vue soi-même grâce aux tests de vue en ligne et sur écran, comme celui développé par les Opticiens Par Conviction, facilite la préparation de la visite en magasin d'optique.	En août 2020 selon le baromètre ESV, les Français accordaient moins d'importance aux critères éthiques ou écologiques pour leurs achats optiques que pour leur consommation en général : -73 % se déclaraient sensibles ou très sensibles aux critères éthiques ou éco responsables pour leur consommation en général et uniquement 57 % déclaraient accorder de l'importance à ces critères pour leurs achats de lunettes. -28 % se déclaraient insensibles aux critères éthiques pour leur consommation contre 44 % pour leurs achats optiques.	Depuis le 1er janvier 2020, la réforme "100% santé" s'applique au marché de l'optique. Chaque opticien doit présenter dans son point de vente au moins 17 modèles de montures en 2 coloris différents pour adultes et 10 montures différentes pour enfants en 2 coloris également d'un prix inférieur ou égal à 30 € (prix limite de vente), dans le cadre du panier 100% Santé ainsi que les prestations et équipements inclus dans le panier de soins 100%. Par ailleurs, il est obligatoire, depuis le 1er janvier 2020, de réaliser un devis normé proposant une offre 100% Santé. Dans le cadre de la loi de modernisation de notre système de santé (loi 2016-41 du 21 janvier 2016), de nouvelles prérogatives sont accordées aux opticiens (décret 2016-1381 du 12 octobre 2016).

2. Déterminez les 5 Forces de Porter.

Menace des nouveaux entrants	Depuis le confinement il y eu une baisse de vente énorme sur le marché d'optique alors c'est plutôt difficile pour les nouveaux de s'engager dans une toute nouvelle aventure mais pourtant faut pas les sous-estimer car ils peuvent frapper fort par la baisse de prix s'ils le veulent mais en même temps cela sera un avantage de plus pour quelqu'un qui as de l'expérience comme Alain Afflelou qui ne cesse d'évoluer pour faciliter la vue de son compatriote.
Degré de rivalité avec les concurrents	Entre pas la rivalité est au sommet en ce moment car Alain Afflelou reprend la troisième place en France pour les marques préférées des français. Mais faut jamais se reposer sur le rang car tous peuvent basculer, comme il disait « Être en retard m'angoisse, mais c'est aussi ce qui me fait avancer ». En ce moment, l'un de ce concurrent fait une promotion de baisse de prix de -40% sur toute ses lunettes depuis 22juin jusqu'au 19 juillet avec une livraison gratuite.
Menace des produits de substitution	La dernière gamme de l'optique center est faite sur mesure « Lyris free form AR maxi» de haute technologie selon eux. Dans ce domaine y as toujours des risques soit tu le prends soit tu laisses les autres avancées à ta place, comme Alain Afflelou le disait si bien « Pour bien vendre, il faut commencer par se vendre soit même » Et il a bien fait car il est fidèle à sa marque en mettant en valeur les produits que son compatriote utilise en pourtant avec eux chaque jour un bout de Alain Afflelou made in France.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Auprès des fournisseurs c'est un peu pareil que les clients directs qui achète les produits ; faut les valoriser et donner leur mot à dire dans un deal pour qu'ils reprennent confiance en eux, leur faire savoir qu'ils ne sont pas juste que des fournisseurs mais des collaborateurs qui est le pilier de l'entreprise. Une des atouts qu'Alain Afflelou a si bien fait pour décrocher les meilleurs services clients de l'année.
Pouvoir de négociation des clients	ALAIN AFFLELOU a été récompensé pour la 5ème année consécutive, « Élu Service Client de l'Année » dans la catégorie « Opticien » L'engagement de l'enseigne vis-à-vis du client est fondamental et renforce chaque jour l'expertise et le savoir-faire du service client. C'est l'un des piliers essentiels du Groupe AFFLELOU. L'accueil fait aux clients doit être irréprochable, car c'est la première impression qui restera en mémoire et cette impression est primordiale. Le service Client doit être en mesure d'identifier les besoins, la problématique rencontrée, mais aussi y apporter une réponse pertinente, une solution, être une vraie valeur ajoutée pour le Client.

3. SWOT, déterminez les facteurs au niveau micro-environnemental

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> -25s de temps moyen de prise en charge sur le chat AFFLELOU.COM -Navigation Internet 5 clics pour une réponse qui la value une note de 18,35/20 et pour la note catégorie opticiens 17,76/20. -E-mails 97% de taux de réponse noté 18,64/20 -99% des appels aboutis -Qualité de produits 	<ul style="list-style-type: none"> -2h 13 temps moyen de réponse sur Facebook alors que 8,5/10 utilise Facebook dans le monde entier, l'un des réseaux sociaux le plus présent. - Il as encore besoin d'être booster au niveau de SEA ou bien de SEO pour attirer plus de monde à son compte.

<ul style="list-style-type: none"> -Travail d'équipe -Made in France (Les Français le fait confiance car il utilise les produits venant de chez eux) -Essence relationnel que ce soit avec ses clients ou ses fournisseurs -Présent dans 19 pays qui compte 1418 magasins et professionnalisme d'opticiens et audioprothésistes expérimentés. - Il s'intéresse à d'autre activité c'est qui attire les gens chez lui comme les sports, les œuvres caritatives ... <p>Alors en résumé Il est très proche de ses clients l'une des clés inégalable qu'un entrepreneur puise rêver et pourtant c'était un travail acharné et non pas juste un rêve.</p>	
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> -Il est as son temps, il a su trouver le point qu'il fallait pour être plus proche de ses clients et c'est les réseaux sociaux qui accompagne le monde d'aujourd'hui dans son quotidien. - Ils travaux avec des gens expérimenté mais en même temps avec des jeunes dynamiques, qui ont des idées innovantes pour être toujours au top des nouvelles gammes de produits. 	<ul style="list-style-type: none"> -Les concurrents qui ne cesse d'évoluer est une des menaces le plus sérieuse car elle pourrait attirer nos clients en nous mettant dans une situation peut confortable. -la guerre de prix aussi peut être une grande menace pour dévaloriser certaine produits haute gamme. - Si le E-réputation et entaché par une mal entendu ou bien par quelqu'un qui veulent nuire aux entreprises et que ça fait un buzz alors le manque de confiance s'installera alors faut bien faire attention et être vigilante sur les moindre fait et geste. -La guerre entre Ukraine et Russie impact économiquement, politiquement mais social aussi les entrepreneur Français qui investit dans des pays concernés par ce guerre.

V.2 - Étude de la concurrence

1.

Les concurrents directs d'AFFLELOU	Le concurrent indirect d'AFFLELOU
<ul style="list-style-type: none"> -Optical center -Groupe Krys 	-Le réseau mutuel ou bien le réseau santé

2. Les entreprise concurrente :

	A savoir	Différentes gamme	Marque	Prix
Optical center	Laurent LEVY a créé Optical Center, enseigne spécialisée dans l'optique et l'audition, en 1991. Trente ans plus tard, l'entrepreneur est en train de devenir leader du secteur après avoir dépassé son concurrent Krys en décembre. Il raconte son parcours, ses décisions phares, sa vision de l'entrepreneuriat. https://www.youtube.com/watch?v=PtfL5XW412E	<ul style="list-style-type: none"> -Lunettes de vue (homme, femme, enfant,) -Lunette de soleil (homme, femme, 	<ul style="list-style-type: none"> -Oakley -Persol -Boss -Chanel -Dolce & Gabbana. -Faconnable -Filium 	<ul style="list-style-type: none"> -Lentilles à partir de 17 euros -Lunette de vue à partir de 39 euros -Lunette de soleil à partir de 73 euros

		<p>enfant, bébé)</p> <p>-Lentilles (de contact, correctrice, de couleur, cosmétique)</p> <p>-Appareilles auditifs (Quiezen, starkey, phonak)</p>	<p>-Glasses level</p> <p>-Ray-ban</p> <p>-Gucci</p> <p>-Prada</p> <p>-Dior</p>	<p>-Sur l'appareil auditifs c'est à partir de 490 euros</p>
Groupe Krys	<p>Créé en 1966, Krys Group est un groupement coopératif d'optique français gérant trois enseignes : Krys, Vision Plus et Lynx Optique ; ainsi qu'une enseigne d'audition, Krys Audition, dans 1 420 points de vente. Il compte environ 4 millions de clients dans le monde et aurait réalisé un CA de plus d'1,1 milliard d'euros en 2019. Jusqu'en 2020 et avant d'être dépassé par Optical Center, Krys était présenté comme le leader de la vente de produits optiques en France, avec 900 magasins.</p>	<p>-Lunettes de vue (homme, femme, enfant, lunette anti -lumière bleu)</p> <p>-Lunette de soleil (femme, homme, enfant, bébé)</p> <p>-Lentilles (de contact, correctrice, de couleur, journaliers, bi mensuelles, mensuelles)</p>	<p>-Guesse</p> <p>-boss</p> <p>-Le specs</p> <p>-Mauboussin</p> <p>-Longcamp</p> <p>-Tommy Hilfiger</p> <p>-swarovski</p> <p>-Ray ban</p> <p>-Oakley</p> <p>-Burberry</p> <p>-Gucci</p>	<p>-Lunette de vue à partir de 99,00 Euros</p> <p>-Lunette de soleil à partir de 139,00 Euros</p> <p>-Lentilles à partir de 17,00 Euros</p>
Le réseau mutuel ou bien le réseau santé	<p>Créées dans les années 1990, les réseaux de soins (ou de santé) permettent aux adhérents de certaines mutuelles santé de bénéficier de nombreux avantages. Parmi eux, nous retrouvons par exemple : des tarifs négociés, un réseau de tiers payant etc. Ils se sont réellement développés au début des années 2000. Il s'agit de regroupements de professionnels de santé qui sont agréés par certains assureurs. C'est qui est le plus intéressant dans tout ça c'est que l'un de premier et célèbre Optical center se sous perfusion des mutuelles et offre même un soutien technique a ses franchises pour faciliter leur dossier.</p> <p>En 2011 Alain Afflelou a critiqué les réseaux de soin des complémentaires santé lors du premier débat parlement sur le sujet qui n'avait aucune modification législative car le texte avait été sanctionner.</p>	<p>-Lunettes de vue (homme, femme, enfant, lunette anti -lumière bleu)</p>		<p>- 20 % pour des verres adultes,</p> <p>- 10 % pour des montures,</p> <p>Jusqu'à - 37 % pour certaines références de verres,</p> <p>- 10 % pour les aides auditives</p> <p>- 5 % pour les prothèses dentaires céramo-métallique...</p>

3. Une analyse de la communication des concurrents :

a. -Optical center réseaux sociaux :

- **Instagram** : -213K abonnés
 - 130 abonnements
 - 689 publications (Partage de photos de ses produits
 - Blog personnel « Du cote de la vie ! » lunettes et appareils auditif pour tous les âges, tous budgets

- **Pinterest** : - 512 abonnés
 - 10 abonnements
 - 15k vue mensuelles
 - « Inscriptions, tendances, bon plans, actualités, Optical center rend le luxe accessible à tous.

On va vous faire #VoireLeBonCôté
- **YouTube** : -4,49K abonnés
 - Les sites des vidéos qu'ils ont partager il y a 1 an
(<https://www.youtube.com/watch?v=3tjzdonn-c8>) 9 mois
(<https://www.youtube.com/watch?v=WXLE9hV1WUs>) et 5 mois
(<https://www.youtube.com/watch?v=HPCaurk8xuc>).
- **Twitter** : -Optical center a rejoint le twitter en février 2012
 - Il compte maintenant 5759 abonnés
 - 153 abonnements
 - Il partage ses contenu, des news, et ses produits sur twitter et ils répondent également à des messages.
- **Facebook** : -419506 aime Optical center sur Facebook
 - 402987 abonnés a sa page
 - 183 de visite
 - Il partage ses contenues que ce soit des annonces ou bien de ses produits disponibles chez lui(photos)

b. Site internet : www.optical-center.com

a. -Krys réseaux sociaux :

- **Facebook** : -104347 personnes aime la page Facebook de Krys
 - 103100 abonnés
 - 360 visite
 - Il poste des publications concernant leur produits mais aussi leurs activité et leurs œuvre caritative.
- **Instagram** : -1306 publications
 - 27,3K abonnés
 - 152 abonnements
 - Partage des photos
 - bio sur Instagram « Notre priorité absolue : Préserver a tous prix la santé visuelle et auditifs de tous »
- **Twitter** : -il as rejoint le twitter en mai 2014
 - 535 abonnements
 - 18,3K abonnés
 - Il partagent ses contenu et des photos sur twitter aussi.
- **YouTube** : -3.39K abonnés
 - Actif depuis le 16 novembre 2010
 - 19 530 210 vues
 - Il partages ses vidéos a partir de YouTube il y a 1 an(
<https://www.youtube.com/watch?v=PmW-QyqlCX0>) il y a 9 mois (
<https://www.youtube.com/watch?v=OpKlrwBfVKc>) il y a 4mois
(<https://www.youtube.com/watch?v=8vWEr03sBG8>)

b. Site internet : <https://www.krys.com/>

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

4.Mapping concurrentielle :

5 .Le marketing mix d’Afflelou :

Produit	<p>-Lunette de vue : (genre : homme, femme, enfant) (style :rétro, sport, luxe, classique, intemporel, tendance) (marque :Afflelou, Carrera, Dior, Gucci, Guess, Marc Jacobs, Nike, Police, Prada, Ray-ban) (formes : carrée, Octogonal, ovale, ronde, papillon, pilote ; rectangle, pantos) (Concepts : magic lunette personnalisable, forty lunette de lecture, blueblock lunette anti-lumière bleu, reform lunette incassable, 100% santé lunette Raco)</p> <p>-Lunette de soleil : (genre : homme, femme, enfant)(style : rétro, sport, luxe, classique, intemporel, tendance) (marque :Afflelou, Burberry, Dior, Guess, Gucci, hugo boss, Marc jacobs, Nike, Persol, prada, Ray-ban, Tom ford) (formes : carrée, Octogonal, ovale, ronde, papillon, pilote, rectangle, pantos) (concepts : magic lunette personnalisable, H2O éco-responsable, cosmo vision lunette connectée)</p> <p>-Lentilles : (marques : l'éphémère d’Afflelou , Acuvue, Air optix, biomedixs, biofinity, biotruue, clariti, dailies , menicon, miru, misight, miday, precision, premio,proclear, purevision, soflens,ultra, total) (Vision : Myopes, hypermétropes, progressives, astigmatés)</p>																																																					
Prix	<p>-lunette de vue à partir de 30 euros à 325 euros</p> <p>-Lunette de soleil à partir de 29 euros à 490 euros</p> <p>-Lentilles à partir de 21,9 euros à 75 euros</p>																																																					
Distribution	<table><tr><td>-Paris 24 boutiques</td><td>-Madrid 25 boutiques</td><td>-Belgique</td></tr><tr><td>-Marseille 25 boutiques</td><td>-Sevilla 7 boutiques</td><td>- Suisse</td></tr><tr><td>-Bordeaux 8 boutiques</td><td>-Valencia 10 boutiques</td><td>-Maroc</td></tr><tr><td>-Nice 9 boutiques</td><td>- Lleida 1 boutique</td><td>- Portugal</td></tr><tr><td>-Strasbourg 9 boutiques</td><td>- Malaga 6 boutiques</td><td>-Colombie</td></tr><tr><td>-Lyon 20 boutiques</td><td>-Barcelona 13 boutiques</td><td>-Andorre</td></tr><tr><td>-Toulouse 10 boutiques</td><td>-Almeria 2 boutiques</td><td>-Cote d’Ivoire</td></tr><tr><td>-Lille 9 boutiques</td><td>-Huelva 1 boutique</td><td>-Algérie</td></tr><tr><td>-Nantes 8 boutiques</td><td>-Gijón 2 boutiques</td><td>-Sénégal</td></tr><tr><td>-Rennes 8 boutiques</td><td>-Cordoba 2 boutiques</td><td>-Burkina Faso</td></tr><tr><td>-Guadalupe 5 boutiques</td><td>-Liban</td><td></td></tr><tr><td>-Martinique 7 boutiques</td><td>-Vietnam</td><td></td></tr><tr><td>-Guyane 1 boutique</td><td>-Koweït</td><td></td></tr><tr><td>-La réunion 11 boutiques</td><td>-Géorgie</td><td></td></tr><tr><td>-Mayotte 1 boutique</td><td></td><td></td></tr><tr><td>-Nouvelle Calédonie 1 boutique</td><td></td><td></td></tr><tr><td>-Polynésie Française 1 boutique</td><td></td><td></td></tr></table>			-Paris 24 boutiques	-Madrid 25 boutiques	-Belgique	-Marseille 25 boutiques	-Sevilla 7 boutiques	- Suisse	-Bordeaux 8 boutiques	-Valencia 10 boutiques	-Maroc	-Nice 9 boutiques	- Lleida 1 boutique	- Portugal	-Strasbourg 9 boutiques	- Malaga 6 boutiques	-Colombie	-Lyon 20 boutiques	-Barcelona 13 boutiques	-Andorre	-Toulouse 10 boutiques	-Almeria 2 boutiques	-Cote d’Ivoire	-Lille 9 boutiques	-Huelva 1 boutique	-Algérie	-Nantes 8 boutiques	-Gijón 2 boutiques	-Sénégal	-Rennes 8 boutiques	-Cordoba 2 boutiques	-Burkina Faso	-Guadalupe 5 boutiques	-Liban		-Martinique 7 boutiques	-Vietnam		-Guyane 1 boutique	-Koweït		-La réunion 11 boutiques	-Géorgie		-Mayotte 1 boutique			-Nouvelle Calédonie 1 boutique			-Polynésie Française 1 boutique		
-Paris 24 boutiques	-Madrid 25 boutiques	-Belgique																																																				
-Marseille 25 boutiques	-Sevilla 7 boutiques	- Suisse																																																				
-Bordeaux 8 boutiques	-Valencia 10 boutiques	-Maroc																																																				
-Nice 9 boutiques	- Lleida 1 boutique	- Portugal																																																				
-Strasbourg 9 boutiques	- Malaga 6 boutiques	-Colombie																																																				
-Lyon 20 boutiques	-Barcelona 13 boutiques	-Andorre																																																				
-Toulouse 10 boutiques	-Almeria 2 boutiques	-Cote d’Ivoire																																																				
-Lille 9 boutiques	-Huelva 1 boutique	-Algérie																																																				
-Nantes 8 boutiques	-Gijón 2 boutiques	-Sénégal																																																				
-Rennes 8 boutiques	-Cordoba 2 boutiques	-Burkina Faso																																																				
-Guadalupe 5 boutiques	-Liban																																																					
-Martinique 7 boutiques	-Vietnam																																																					
-Guyane 1 boutique	-Koweït																																																					
-La réunion 11 boutiques	-Géorgie																																																					
-Mayotte 1 boutique																																																						
-Nouvelle Calédonie 1 boutique																																																						
-Polynésie Française 1 boutique																																																						
Communication	<p>Son système de communication est très populaire car il use de son talent pour paraître plus voyante aux yeux de ceux qui ne voient pas très bien !</p> <p>Il utilise des panneaux publicitaires, et se communique grâce a ses réseaux sociaux tous les offres disponibles chez lui. Il utilise, Facebook dont (312052 j’aime, 303285 suivent ses liens, 190 visite, il l’as crée depuis 5 mars 2010) Twitter dont (10,7K abonnés, 404 abonnements, Il a rejoint twitter en septembre 2010) Instagram dont (33,7K abonnés, 1236 publications, 553 abonnements) TikTok dont (216.6K abonnés, 2,5M mention j’aime, 41 abonnements) Pinterest dont (179 abonnés, 113 abonnements, 7,4 vues mensuelles)</p>																																																					

V.3 – Etude de la cible

1. Les cibles d’Afflelou

Cœur de cible	Cible primaire	Cible secondaire
-Pour son toute nouvelle collection Afflelou a penser a tout le monde que tu soit enfant, jeune ou bien âgés il veut que vous soyez tendance en regardant bien alors pour ceux qui suive déjà l’actualité sur son	-Pour les lunettes de soleil Afflelou cible plutôt les jeunes âgés de 17 ans a 35 ans qui est la plupart d’entre eux s’intéresse à la mode. -Pour les lunettes de vue, c’est pour ceux qui on des problèmes visuels que tu sois grand ou petit jeune ou vieux	-Elle est faite pour ceux qui ne s’inquiète pas trop de leur santé, ceux qui les font passer en second degré de priorité. -Le lunette anti-lumière bleu c’est pour nos internaute lovers qui porte avec eux au quotidien leur écran.

communauté que ce soit sur Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, ou encore Twitter. Et oui, « Afflelou c'est Magic »	Afflelou est à vos coté pour vous offrir les meilleures vues. -Les lentilles sont là aussi pour embellir vos yeux mais surtout pour ceux qui ont des problèmes avec leur couleur de yeux.	
--	--	--

V.4 – Marketing Digital

1. Les moyens de communication d’Afflelou via

- Owned media : Elle gagne en visibilité grâce a son compte sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ,Tiktok)
- Paid media : C’st plus visible et assuré que votre marque soit connue car elle est médiatisée à l’aide des annonces sur les publicités mais surtout sur l’internet
- Earned media : Le e-réputation joue un très grand rôle car ça part d’une bouche a oreille mais cela aussi peut être grâce a des commentaire positive que vos clients font mais aussi les mentions sur les réseaux sociaux.

2. Tunnel de conversion Inbound Marketing :

-Enfin d’attirer les clients qui pourrait déjà être intéresser par le lunette Afflelou Sébastien il faut mettre en avant les publicité et les petits annonce a dire c’est qui veut dire Faire porter le lunette par un belle homme mannequin et qui soit hot en portant des chemise bien classe avec des pantalons tendance qui attirera directement leur yeux(Enfaite il faut crée une belle image autour sans perdre de vue le lunette et le mettre en avant en même temps)

3 , 4. Marketing Digital

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION REALISE	OBJECTIF SMART	KPI
Facebook	Partager des photos et des contenue des produits	Atteindre en maximum de vues sur la publication pour attirer les clients à acheter en ligne ou bien en magasin.	-Communauté : 312064 likes -303297 suivent ce lieu -Les commentaires et les mentions des clients satisfaite par les services de vente en magasin ou bien grâce au site.
Instagram	Partage de photos dont 1236 publications	-Atteindre plus de like sur les photos -Attirer les clients d’autre entreprise a acheter chez nous.	-Communauté : 33,7k -Les sauvegarde des photos dans un galerie est déjà une source de vente en cours. CA : 145 393 400,00 Euros en 2021.
Twitter	Partage de contenue et des newsletters sur l’actualité de l’entreprise	-Être l’opticiens le plus suivi et attirer même les autre entreprise a vous suivre(B2B) - Attirer les gens a suivre de prêt les activité et tous les actualité de l’entreprise.	
Pinterest	Les plus belle des photos sont partager ici. Une occasion de plus pour démontrer aux internautes d’apprécier de plus en plus les œuvre d’Afflelou	Plus ils voient sur leur écran des actualités, des photos de publicité plus ils pourront les mémoriser et en être convaincu que le meilleur marque c’est Afflelou. -Convertir un like, mention, et partage en vente.	-Augmenter de plus belle le Chiffre d’affaire d’Afflelou cette année lorsqu’ils as connue des jours sombre durant le pandémie.

TikTok	Une révélation énorme cette année car Afflelou est plus proche des jeunes. Ils réalisent des challenges, partages de vidéos.	-Le principe est de faire connaître d'avantage Afflelou au monde entier et convertir ce monde en clients potentielle.	Tiktok est l'un de réseaux qui a attiré plus de vente durant cette pandémie, est cette année le but est de réaliser un chiffre d'affaires fois deux du précédent.
Publicité sur la chaîne de télé(Paid media)	C'est pour les personnes qui n'est pas sur les réseaux sociaux, Ils attirent leurs yeux en mettant de couleur sur les publicités	Les personnes âgées sont la cible car souvent il regarde la télévision pour suivre les actualités. Les lunettes de vue est prometteur avec eux car ils en ont besoin au quotidien.	Elle a toujours été prometteur même si c'est une méthode un peu plus ancienne que celle d'aujourd'hui mais c'est l'une des grandes étapes qu'Afflelou a traverser pour devenir c'est qu'il ait.
Earned media	Des mentions, mais surtout les commentaires positifs venant d'un client ou bien des ambassadeurs	-Recevoir des compliments venant de ses clients qui en parle à ses amis ou à ses voisins et son voisin à sa famille de famille à une communauté. -Le but c'est de les attirer vers notre magasin ou bien à visiter nos sites sur internet.	Cela se convertira en vente pour augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise.

VII – PARTIE REDACTION WEB : Article de blog

Être une bloggeuse de notre jour est très sollicité par les internautes qui demandent de plus en plus de contexte pour approfondir sa connaissance sur une recherche. Venant en aide, faites qu'aujourd'hui il est impossible de vivre sans technologie qui est devenue une source de connaissance à nos quotidiens ; le réseau social (Facebook, Instagram, Tiktok, ...) est devenu notre monde, vivre sans internet c'est comme vivre au milieu d'un désert mais nous en sommes conscients qu'il y a des revers pour notre santé. Les yeux sont ceux qui sont attaqués en premier lieu car elle est rivée par la lumière de l'écran. On se demande, que faire pour préserver la santé de nos yeux ? Est-ce que la santé et la technologie peuvent combiner ? La réponse est oui, vous en seriez étonnés pourquoi je suis de cet avis.

Tout d'abord, ce thème est peu abordé car on ne fait pas toujours les liens entre la santé et la technologie alors que c'est crucial de savoir que le monde que nous allons laisser à nos enfants est malade. Parfois on ne se rend pas compte à quel point la santé de nos enfants ou bien de nous-même est très importante car si un jour on arrive à ce stade de plus voir ou mal voir ; c'est peut-être à cause de la technologie qui nous quitte plus des yeux mais c'est grâce à elle aussi que les opticiens ont trouvé les solutions pour résoudre notre problème de vue qui se détériore de plus en plus chaque jour qui compte plus de 2,2 milliards de personnes qui souffrent de troubles de vision dans le monde que ce soit de la cataracte, myopie, astigmatisme etc... Vous vous demandez sûrement comment est-ce que vous aller faire pour savoir si vous avez un problème de vue ? Très simple, Demandez aux opticiens le plus proche de chez vous qui pourra vous conseiller des professionnels dans ce domaine qui travaillent avec eux. Quand on vient à parler de ça la franchise d'Alain Afflelou ouvre ses portes pour tous qui ont besoin d'aide enfin de mieux voir et bien avancer dans la vie alors n'hésitez surtout pas à consulter ce lien : <https://www.afflelou.com/opticien> ou bien de venir sur ses réseaux sociaux directes :

Instagram : @afflelou / Facebook : @ALAINAFFLELOU

Mais avant tout j'aimerais attirer votre attention sur l'Ophtalmologie, Qu'est-ce que c'est ? **L'ophtalmologie** traite l'anatomie, la physiologie et les affections de l'œil au-delà des corrections classiques de l'acuité visuelle par prescription de lunettes ou de lentilles, elle intervient aussi dans les pathologies oculaires les plus sérieuses comme la cataracte, la dégénérescence maculaire, la rétinopathie diabétique et le glaucome, spécialisé dans le médico-chirurgical et optique.

Pourquoi choisir Afflelou parmi tant d'autres ?

Il sait toujours démarquer des autres parce qu'il pense à vous, Comment ? En étant plus proche de chez vous, vous servir est l'une de ses priorités en vous offrant les meilleurs de style et qualité 100% santé qui est expressément fabriquée de chez vous pour donner du travail et de la valeur aux professionnels qui est en charge de votre bien-être. Afflelou arrache le 6ème titre de meilleur service clients cette année grâce à votre fidélité envers ses produits qui est conçu pour améliorer votre vue et d'ailleurs sa dernière collection « **lunettes de vue- Afflelou** » est tout à fait à votre honneur qui est à 99 euros le unis et bi colore.

Le monde d'aujourd'hui est à la base de la technologie alors j'incite plutôt Afflelou à créer son compte YouTube qui enchaîne les vidéos et arrache les oreilles non seulement les yeux de l'internaute pour être au top de sa communication avec sa communauté au bon moment et au bon endroit. Et de toujours suivre la cadence des jeunes qui est l'avenir du lendemain. Pourquoi cette thématique ? Tout simple car je veux regarder au-delà de ce que les autres ne regardent pas.

