

Programme D-CLIC Spécialité : Marketing

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

Énoncé

Vous êtes un marketeur freelance qui entame un contrat avec un client. Il s'agit d'un client d'envergure, car c'est une entreprise d'opticien très connue en France et dans quelques pays : Alain AFFLELOU. Votre objectif sera de réaliser un audit et des propositions d'optimisation de leur site internet [Alain AFFLELOU](#).

Vous convenez avec votre client le cadre de la mission ainsi que les objectifs de livrable.

Voici les éléments du cahier des charges que vous avez convenues pour la mission :

- Étudier l'environnement de l'entreprise (veille environnementale)
Étudier la concurrence de l'entreprise (analyse concurrentielle)
Étudier la cible de l'entreprise (analyse de la cible)
Étudier la présence digitale de l'entreprise (marketing digital)
Réaliser un audit SEO
Proposer un article web sur un sujet au choix autour de Alain AFFLELOU

Votre mission sera de satisfaire les souhaits du client, en réalisant un site internet le plus fidèle possible au cahier des charges.

PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

1 - Étude de l'environnement de l'entreprise

1- 1 – PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
-Loi MACRON : suppression des ordonnances obligatoires pour les verres correcteurs	Marché de l'optique en croissance	-Augmentation des problèmes de vues des jeunes moins de 18 ans -Moyenne d'âge de la population française est de 40ans : presbytie	- innovation constante sur le marché des lunettes branches clipsables -Développement des achats sur internet		L'optique est une activité réglementée par le code de la santé publique « Nul ne peut exercer la profession d'opticien s'il n'est pourvu des titres mentionnés »

1- 2 - 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	La menace des nouveaux entrants potentiels sur le marché de la lunetterie est pondérée.
Degré de rivalité avec les concurrents	
Menace des produits de substitution	
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Le pouvoir de négociation des fournisseurs pour les matières premières sont de plus en plus fort
Pouvoir de négociation des clients	Fort car ils sont nombreux, mais les concurrence sur le marché d'optique augmente alors ils ont un large choix et recherchent les prix les plus attractifs.

1- 3 - SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Marque d'optique connue en France soit 94% de notoriété assistée. - Opticien et acousticien. - Offres multiples que ce soit pour les lunettes ou pour les appareils auditifs. 	L'enseigne décide de finalement se positionner seulement sur l'offre discount.
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Les ventes de verres correcteurs génèrent le plus important chiffre d'affaires et augmentent en volume. - Secteurs porteur car il y aura toujours des gens avec problèmes de vue. - Secteur d'avenir qui ne cesse d'augmenter. - Croissance très importante du marché de l'audioprothèse. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le marché de l'optique est très compétitif. - Depuis 2017 le marché est en recul de 2,4% notamment à cause de la libéralisation du secteur des lunettes low cost en 2016 . - Baisse du nombre moyen de fournisseur de verre par magasin.

2- Étude de la concurrence

2-1 -Les deux concurrents directs sont : Optical Center et Lynx Optique

-Le concurrent indirect est : le COF

2-2 Présentation de ces entreprise et ses différents gammes de produits

Optical Center :

C'est une entreprise française spécialisée dans l'optique et l'audition. Elle a été créée par Laurent Levy en 1991. Ses magasins offrent un choix de montures optique et solaire et de verres de toutes marques aux meilleurs prix.

Leurs gammes de produits :

Lunettes de vue



lunettes de soleil



lentilles de contact



Lynx optique :

Créé en 1968, Lynx Optique se distingue notamment par sa approche innovante et profite par la même occasion de la puissance d'achat et des synergies du groupe. L'enseigne possède aujourd'hui 135 points de vente dont 118 en France.

Leurs gammes de produits :

Lunettes de vue



lunettes de soleil



lentilles de contact



COF : Cabinet d'Ophtalmologie des Flandres

C'est une équipe d'Ophtalmologistes et de professionnels de vision. Ils travaillent à travers toute la région des Hauts de France. Ils sont spécialistes dans un domaine précis de l'ophtalmologie. Il s'agit d'une concurrence indirecte car ils font de la chirurgie notamment au laser, permettant de ne plus porter de lunettes.

2-3 Analyse de communication des concurrents :

- Optical center :

Réseaux sociaux :

Facebook : Abonnés : 13834

Type de contenu : photos et vidéo

Instagram : Abonnés : 213 K

Type de contenu : photos et vidéo

Youtube : Abonnés : 4,5 K

Type de contenu : vidéo de publicité

Site web : C'est un site web très dynamique et facile à manipuler. Sur la barre de menu on trouve les gammes de produits, avis clients et ses Magasins

- Lynx optique :

Réseaux sociaux :

Facebook : Abonnés : 29722

Type de contenu : photos et vidéo

Instagram : Abonnés : 478

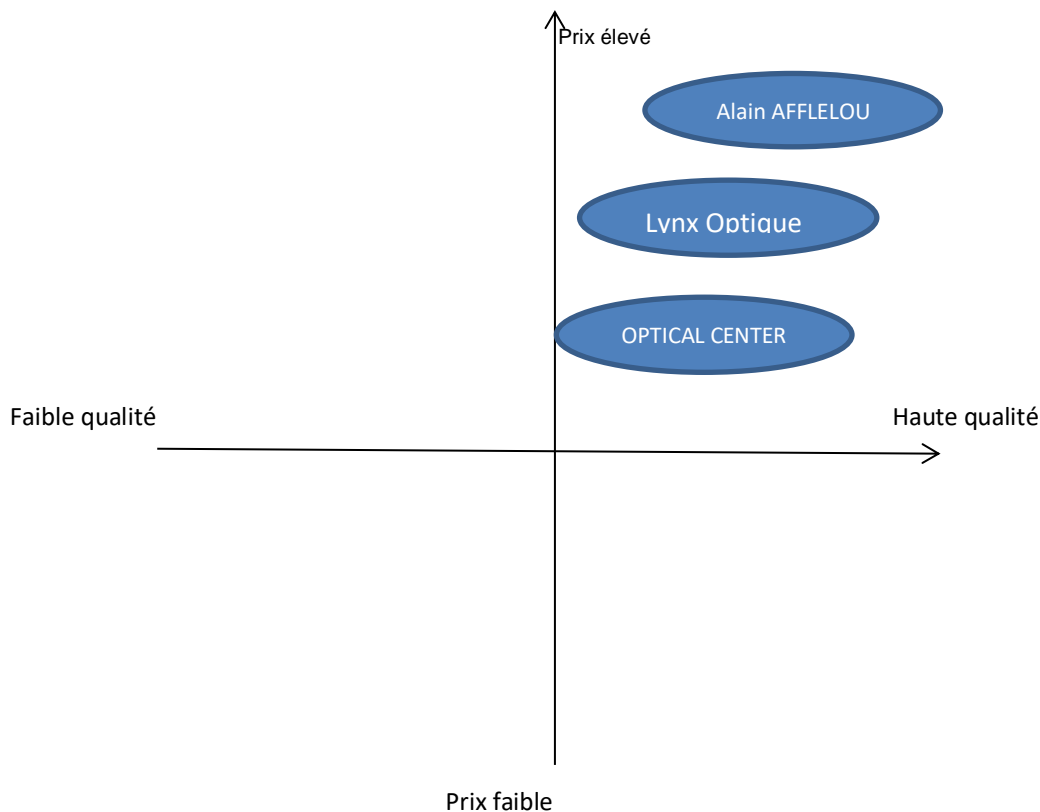
Type de contenu : photos et vidéo

Youtube : Abonnés : 64

Type de contenu : vidéo de publicité

Site web : Un site web simple accessible à tous. Il présente sur sa barre de menu les gammes de produits, prendre RDV, Mon magasin et Mon panier.

2-4 Mapping concurrentiel



2-5 Le marketing Mix d’Afflelou

Produit : -des gammes de produits pour Homme, Femme et Enfant ;

-Lunettes de soleil, lunette de vue, lentille, appareil auditif

-Made in France

Prix : Le prix varie selon les verres et les options prise. Pour les montures solaires, elles sont vendues entre 59 à 99 euro et 19 à 169 euro pour les montures normales.

Distribution : 1478 Magasins optique.

Communication : Utilisation des médias traditionnels (TV et la presse). Réseaux sociaux et sponsoring.

3- Etude de l cible :

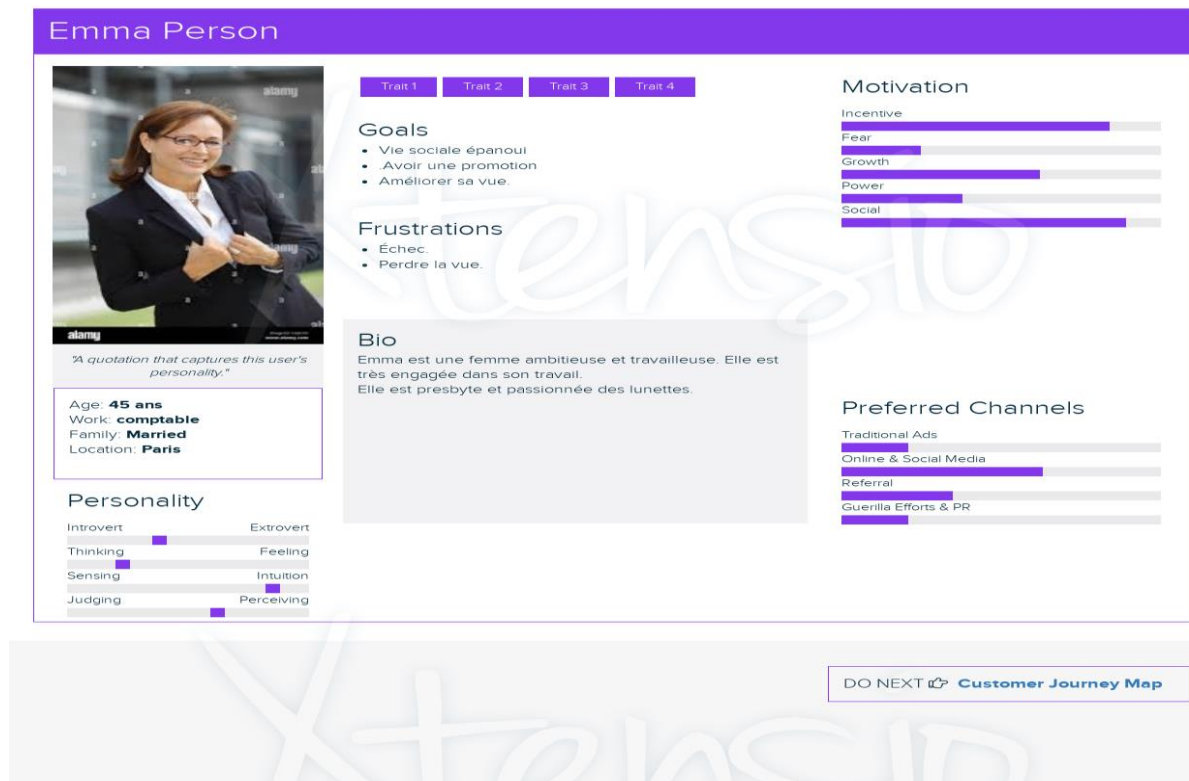
- Cœur de cible : Les Presbytes : ce sont les personnes atteintes de la presbytie . C’est un défaut visuel qui apparait avec l’âge autour de 40 à 45 ans. Plus de un milliard de population dans le monde sont atteinte par ce problème de vue. Pour corriger la presbytie il et indispensable d’utiliser des lunettes ou lentilles de contact.
- Cible primaire : Toute personne ayant besoin d’un système correctif pour la vue :

79% de la population portent un correcteur optique. Ce sont les personnes ayant un trouble de vue, il peut s'agir de la myopie, l'hypermétropie.

- Cible secondaire ; Toute personne qui adore porter des lunettes juste pour le style.


PERSONA

Cœur de cible :



Cible primaire :

Anne Marie



Trait 1

Trait 2

Trait 3

Trait 4

Goals

- Réussir son baccalauréat.
- Intégrer la faculté d'informatique.

Frustrations

- son problème de vue
- Ne pas supporter l'écran d'un ordinateur

Motivation

Incentive	<div></div>
Fear	<div></div>
Growth	<div></div>
Power	<div></div>
Social	<div></div>

"A quotation that captures this user's personality."

Age: **17 ans**

Work: **Lycéenne**

Location: **Paris**

Bio

C'est une jeune fille lycéenne très sérieuse et motivée. Elle adore le mathématique et l'informatique. Elle envisage de devenir un ingénieure en informatique; Elle est myope et elle adore porter des lunettes.

Personality

Introvert	<div></div>	Extrovert
Thinking	<div></div>	Feeling
Sensing	<div></div>	Intuition
Judging	<div></div>	Perceiving

DO NEXT ➔ [Customer Journey Map](#)