

PARTIE1 : MARKETING& MARKETING DIGITAL

I- ETUDIONS L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE
.PESTEL

Les facteurs au niveau macro-environnemental :

POLITIQUE	ECONOMIQUE	SOCIETAL	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LEGAL
<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation de la validité de l'ordonnance à 5 ans - Augmentation des examens de vue réalisés par l'opticien 	Marché de l'optique en croissance	Moyenne d'âge de la population française (40 ans : presbytie)	Innovation constante sur le marché des lunettes : branches clip sables, Google glass...	La tendance est à l'économie d'énergie dans la production de lunette	Loi MACRON rend la vente de lunette plus facile car il n'y a plus besoin de passer par son ophtalmologue pour certains types de besoin.

.FORCE DE PORTE

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

.SOWT

FORCES	FAIBLESSES
Première marque d'optique connue en France	
Opticien et acousticien	
Présence internationale dans 16 pays et 5 sites internet	
Rachat de marque (Optical discount, Optimil, HappyView.fr et Malentille.com)	
Offres multiples que ce soit pour les lunettes (Gamme hommes, femmes et enfants) ou pour les appareils auditifs.	
Lancement de Afflelou Sun afin de devenir le premier opticien spécialiste du solaire.	
Positionner de base sur l'offre premium et sur le secteur du discount.	L'enseigne décide de finalement se positionner seulement sur l'offre discount
Les offres, publicités et sites Internet sont les même dans tous les pays où l'enseignement est implantée.	
Made in France et obtention du label « origine France garantie ».	
Partenariat avec des verriers de grande renommée	

Innovations constantes (éphémère fusion, Smart Tonic)	
Invention régulière de nouvelles offres promotionnelles = avantages concurrentiels	
Stratégie d'alignement	
Communication massive : les publicités à la télévision et digitales (site, réseaux sociaux et l'application), l'égérie mondiale Sharon Stone.	
OPORTUNITE	MENACE
Les ventes des verres correcteurs génèrent le plus important chiffre d'affaires et augmentent en volume (4 milliards d'Euros et 13 millions de paires vendues)	Croissance interrompue de 20% du secteur de l'optique pendant 10 ans
Nombreuses innovations	Le marché de l'optique est très compétitif
Beaucoup d'enseignes commercialisent des produits d'optiques : les grands groupes et leurs franchises, les enseignes indépendantes, en ligne puis les grandes distributions	Loi de financement de la Sécurité Sociale : remboursement de 150€ par monture seulement 1 fois tous les 2 ans
Nombreux moyens de communication	Le plafonnement des remboursements = réduction de l'activité du marché de l'optique
Secteur d'avenir qui ne cesse d'innover	Depuis 2017, le marché est en recul de 2.4% notamment à cause de la libéralisation du secteur des lunettes Low cost en 2016.
Secteur porteur car il y aura toujours des gens avec des problèmes de vue	Recul constant des lentilles de contact
Augmentation de 10% pour le marché des lunettes pour enfants par rapport à 2015	Baisse du nombre moyen de fournisseurs de verres par magasin (3.1)
Croissance très importante du marché de l'audioprothèse.	Prix 2x plus élevés en France que dans les autres pays voisins pour l'achat de paire de lunettes.
	Marché milieu de gamme en régression
	Distribution du nombre de points de ventes en France en 2017
	Le marché sur Internet est faible en France.

II- ETUDIONS SA CONCURRENCE

1. 2 CONCURRENTS DIRECTS ET 1 CONCURRENT INDIRECT D'AFFLELOU.

- Optic2000
- Krys
- Optical-center

2. PRESENTATION DE CES ENTREPRISES

○ Optic2000 :

C'est un enseigne créée en 1969 par un réseau coopératif d'opticiens, le GADOL. Elle Regroupe plus de 1800 points de ventes et l'un des plus importants réseaux de magasins d'optique en France. Elle est devenu célèbre grâce à son offre de 2 paires de lunettes pour le prix d'une et l'incarnation de sa marque par Johnny Hallyday pendant 10 ans à partir de 2002.

- Krys :
C'est une société opticien qui a plus de 900 magasins répartie dans toute la France mais aussi des magasins répartie dans le monde.
- Optical-center

3. ANALYSE DE LA COMMUNICATION D CES CONCURRENTS

a. Réseaux sociaux

-optic2000 :

1.1- Facebook : www.facebook.com/optic2000

1.2- Twitter : www.twitter.com/optic200

1.3- YouTube : www.youtube.com/user/optic2000

1.4-Instagram : www.instagram.com/optic2000_officiel

-Krys :

Facebook : www.facebook.com/Krys

Twitter : www.twitter.com/opticiens_krys

, You Tube : www.youtube.com/user/KrysGroup

, Instagram : www.instagram.com/opticiens_krys

-Optical-center :

Facebook : www.facebook.com/Officiel.OpticalCenter

Instagram : www.instagram.com/optical-center

Pinterest : www.pinterest.com/opticalCenter

You Tube : www.youtube.com/OpticalCenterTV

Twitter : www.twitter.com/opticalcenter

b. Site internet

-optic200 : www.optic200.com

-Krys : www.krys.com

-Optical-center : www.optical-center.com

c. Audit SEO

4. POSITIONNEMENT DEE AFFLELOU FACE A SES CONCURRENTS (mapping concurrentiel)

5. CONSTRUCTION DU MARKETING MIX D’AFFLELOU

III- ETUDIONS LA CIBLE

1. DETERMINATION DE LA CIBLE

Ici, on cible des personnes qui ont des problèmes de vue et d’audition.

Luc MANSON est un jeune homme de 22 ans qui étudie l’informatique. Il passe la plupart de son temps derrière l’écran d’un ordinateur ou de son téléphone. Il vit une vie simple avec sa famille dans un petit village non loin de son établissement. Luc travaille en même temps dans un cyber-café à environ 2km de chez lui l’après-midi. Depuis quelques temps, il a commencé à avoir des problèmes de vue à cause de ses activités et de la fatigue. Il cherche un magasin opticien pas cher mais

bien et qui satisfait sa demande au niveau des qualités et styles des lunettes.

Marie DULAC est une femme mariée de 35 ans avec 3 enfants. Elle travaille dans une société spécialisée dans des produits cosmétiques. Depuis son enfance, elle a un problème de vue, elle voit flou et un peu sombre ; elle doit tout le temps soit acheter des nouvelles paires de lunettes, soit en porter deux différentes car elle ne voit pas très bien aussi de près. L'un de ses enfants a aussi un problème de vue à cause de son amour pour les jeux vidéo. Du coup, elle cherche un opticien capable de lui donner ce qu'elle souhaite et le meilleur pour ses enfants.

Jean-Pierre est un menuisier retraité de 70 ans qui vit avec son fils et sa famille. Il est malentendant à cause de son âge avancé. Par conséquent, il communique rarement avec son entourage et ne participe pas aux discussions avec sa famille. Son fils veut que son père entende de nouveau bien et participe aux discussions familiales et avec le voisinage comme avant. Il cherche le meilleur magasin auditif pour lui.

2. PERSONA

IV- ETUDIONS LA PRESENCE DIGITALE DE L'ENTREPRISE

MOYEN DE COMMUNICATION (via Owned, Paid, Earned media)	ACTION REALISEE	OBJECTIF SMART	KPI
OWNED MEDIA			
Site Web : www.afflelou.com			
Réseaux sociaux : <ul style="list-style-type: none"> - Twitter (type de poste : textes, vidéos) - Instagram (type de poste : photos, vidéos) - Facebook - Pinterest (type de poste : photos) - TikTok (type de poste : vidéo) 			
Newsletter emailing : www.afflelou.com			
Blog de la marque : www.afflelou.com/blog			
Vidéo : www.m.youtube/ALAINAFFLELOU.com			
PAID MEDIA			
SEA (publicité sur les réseaux sociaux) : Tik Tok, Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest			
Annonce sur le moteur de recherche : non			

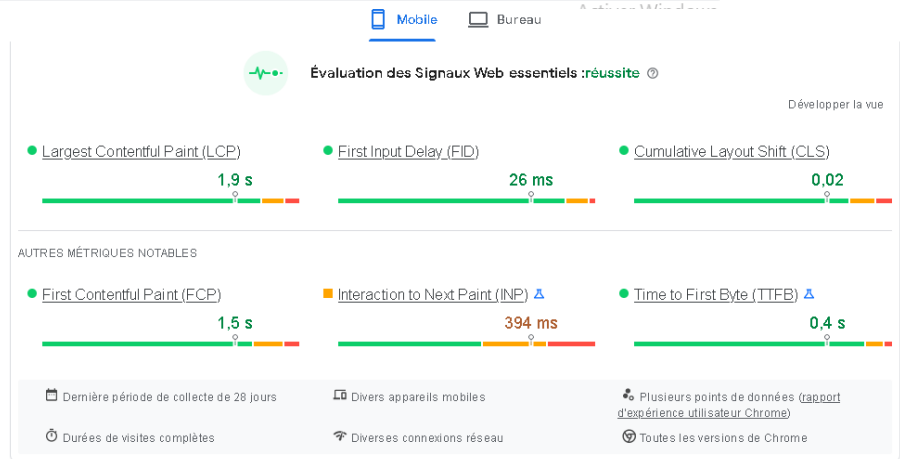
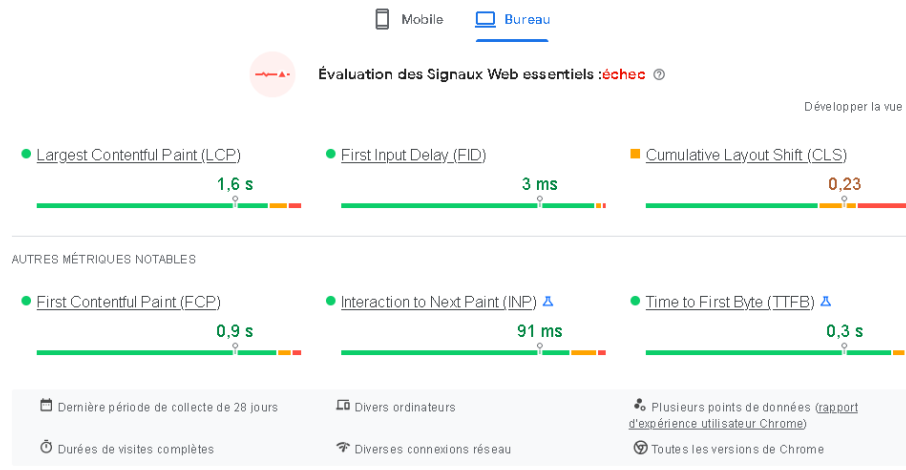
Display : publicité dans les télévisions et magazines			
Article sponsorisé : <ul style="list-style-type: none"> - www.madeinmonegasque.ouest-france.fr - www.Sportbuzzbusiness.fr - www.objectifaquitaine.latribune.fr 			
EARNED MEDIA			
Influenceurs : <ul style="list-style-type: none"> - AGATHE AUPROUX - ALEX STEDMAN - NORA HAMZAWI - NICOLAS P - ENZO CARINI - GABRIELLE LARTIGUE - BASTIEN TREIBER - EMILY LUCIANO - SHARON STONE - ALICE TAGLIONI 			
Mention sur les réseaux sociaux : Facebook			
Lien ou mention sur un blog : www.simoneetnelson.com			
Avis de consommateurs : www.fr.crustplace.com www.fr.trustpilot.com www.satizfaction.fr www.ma-reduc.com www.monaviscompt.fr			
Article de presse : www.issuu.com www.opticien-presse.fr www.echos-judiciaires.com			

PARTIE SEO : AUDIT DU SITE

V- REALISONS UN AUDIT SEO

1. LES PROBLEMES RELEVES

ALAIN AFFLELOU



Assurez-vous que le texte reste visible pendant le chargement des polices Web
Réduire l'impact du code tiers Le thread principal a été bloqué par du code tiers pendant 2 110 ms
Certaines ressources tierces peuvent être chargées en différé avec une façade 1 autre façade disponible
Les éléments d'image ne possèdent pas de width ni de height explicites
Permet d'enregistrer un écouteur unload
Réduisez le travail du thread principal 11,4 s
Évitez une taille excessive de DOM 2 640 éléments
Diffusez des éléments statiques grâce à des règles de cache efficaces 54 ressources trouvées
Réduisez le temps d'exécution de JavaScript 6,4 s
First Contentful Paint (3G) 4830 ms
Évitez d'énormes charges utiles de réseau La taille totale était de 3 882 Kio

2. SOLUTIONS APORTEES POUR REGLER CES PROBLEMES

Réduisez les ressources JavaScript inutilisées
4,35 s
Diffusez des images aux formats nouvelle génération
1,95 s
Réduisez les ressources CSS inutilisées
1,2 s
Éliminez les ressources qui bloquent le rendu
1,08 s
Dimensionnez correctement les images

0,6 s

Évitez d'utiliser de l'ancien code JavaScript dans les navigateurs récents

0,15 s

Évitez de créer des chaînes de requêtes critiques 8 chaînes trouvées

Marques et mesures du temps utilisateur 3 temps utilisateur

Réduisez au maximum le nombre de requêtes et la taille des transferts 102 requêtes•

3 882 Kio

Élément identifié comme "Largest Contentful Paint" 1 élément trouvé

Éviter les changements de mise en page importants 1 élément trouvé

Évitez les tâches longues dans le thread principal 20 tâches longues trouvées

Éviter les animations non composées 2 éléments animés trouvés

Audits réussis (16)

Masquer

Différez le chargement des images hors écran Économies potentielles de 347 Kio

Réduisez la taille des ressources CSS

Réduisez la taille des ressources JavaScript

Encodez les images de manière efficace

Activez la compression de texte

Connectez-vous à l'avance aux origines souhaitées

Le temps de réponse initial du serveur était court Le document racine a pris 210 ms

Évitez les redirections de page multiples

Préchargez les demandes clés

Utilisez des formats vidéo pour le contenu animé

Supprimez les modules en double dans les groupes JavaScript

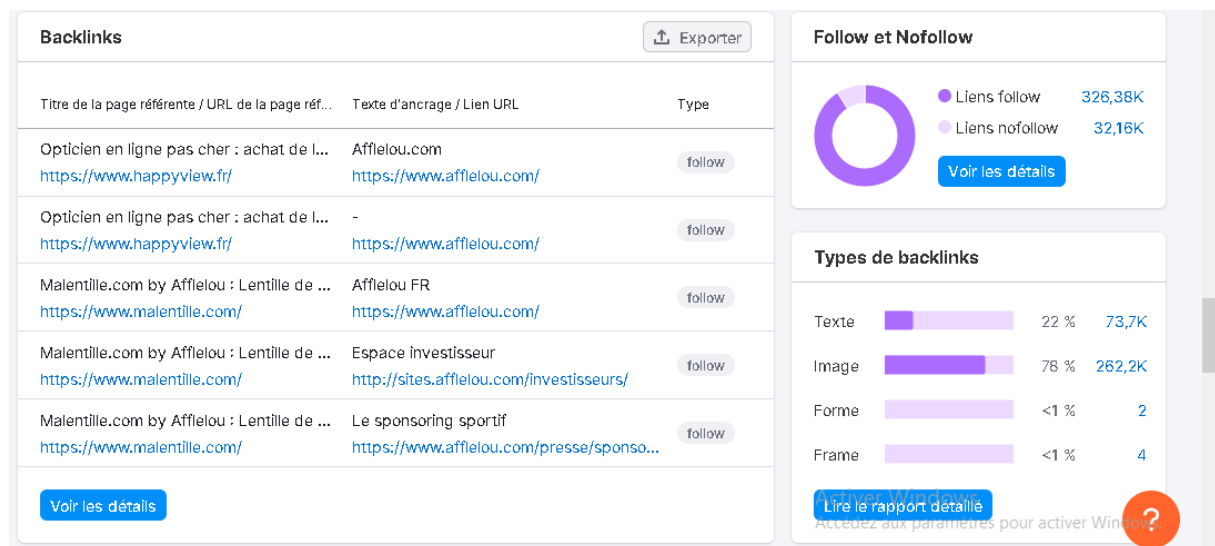
Précharger l'image Largest Contentful Paint

L'image Largest Contentful Paint n'a pas eu de chargement différé

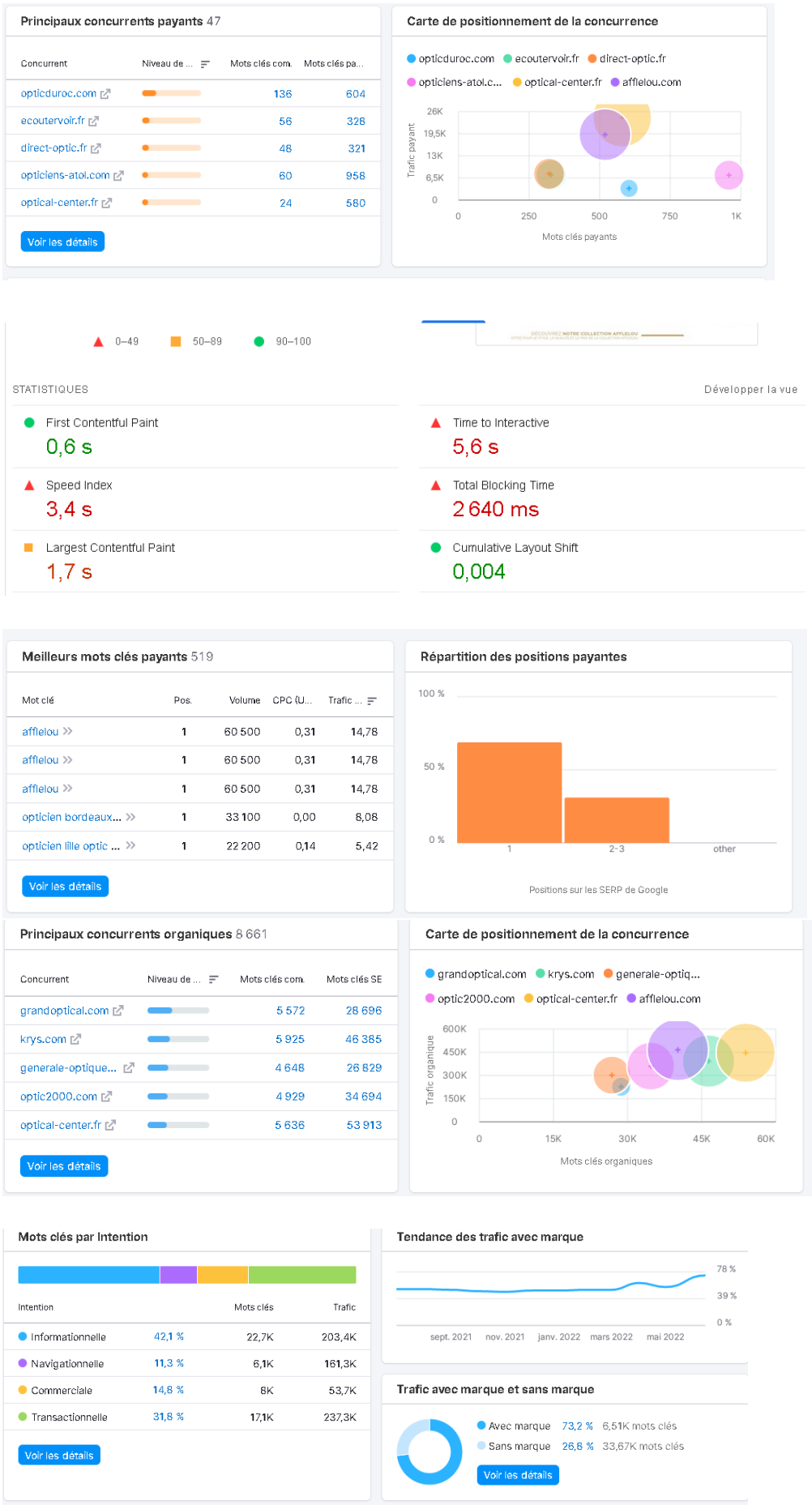
La page utilise des écouteurs d'événements passifs pour améliorer les performances de défilement

Évite `document.write()`Une balise `<meta name="viewport">` ayant l'attribut `width` ou `initial-scale` est configurée

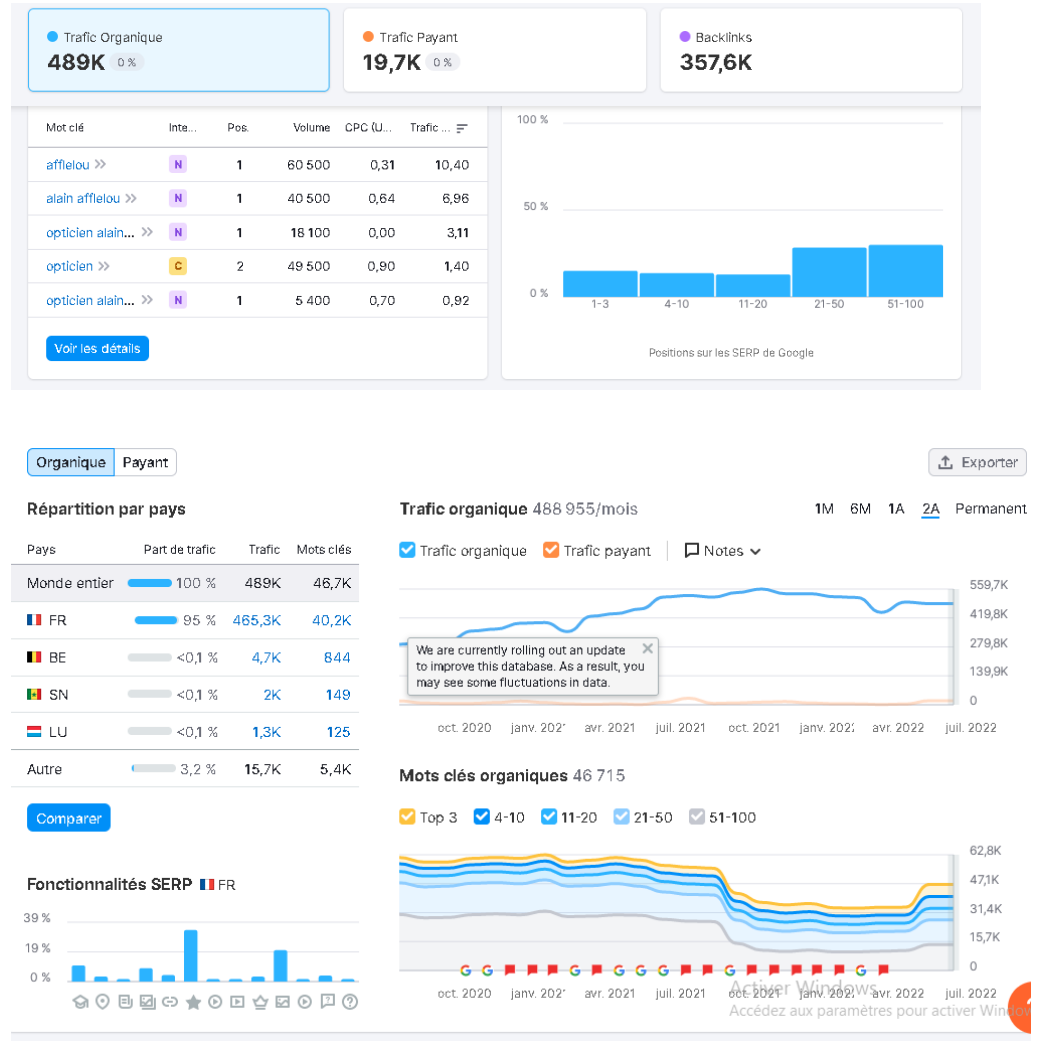
3. STRATEGIE A METTRE EN PLACE APRES L'AUDIT



ALAIN AFFLELOU



ALAIN AFFLELOU



Réalisons l'audit des 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/>

PARIE REDACTION WEB : ARTICLE DE BLOG

VI- PROPOSONS UN ARTICLE WEB SUR UN SUJET AUTOUR DE Alain AFFLELOU