

Rubrique : COMMUNICATION

Modules : Marketing Digital, SEO/SEA & Rédaction Web

|ÉVALUATION INTERMÉDIAIRE|

AUDIT & OPTIMISATION D’UN SITE WEB

V - PARTIE 1 : Marketing Stratégique & Digital

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

1- Analyse PESTEL

Politique	Économique	Sociologique	Technologique	Environnemental	Légal
Les réglementations gouvernementales jouent un rôle crucial dans l'industrie de l'optique. Afflelou doit surveiller de près les lois sur la santé visuelle, les licences requises pour la vente de lunettes, ainsi que les normes de sécurité des produits. De plus, les politiques fiscales et commerciales peuvent affecter les coûts de l'entreprise.	L'environnement économique peut avoir un impact majeur sur Afflelou. Par exemple, pendant une récession, les consommateurs peuvent réduire leurs dépenses, ce qui pourrait affecter la demande de produits optiques. L'inflation peut également influencer les coûts de production.	Les tendances en matière de mode, de mode de vie et de sensibilisation à la santé oculaire sont des facteurs sociaux importants pour Afflelou. La demande de lunettes de soleil à la mode ou de lunettes pour écrans peut varier en fonction de ces tendances.	Les avancées technologiques dans la fabrication de verres, les équipements de diagnostic de la vue et les solutions en ligne pour les examens de la vue peuvent avoir un impact sur la compétitivité d'Afflelou. L'adoption de ces technologies peut améliorer l'efficacité opérationnelle.	La sensibilisation à l'écologie peut pousser les consommateurs à choisir des montures et des verres plus respectueux de l'environnement. Afflelou doit considérer la durabilité de ses produits et processus.	Les réglementations en matière de publicité, de sécurité des produits et de normes de qualité peuvent avoir un impact majeur sur l'entreprise. Les lois sur la protection des données sont également essentielles pour la gestion des informations des clients.

2- Les forces de Porter

Menace des nouveaux entrants	<ul style="list-style-type: none">• L'industrie de l'optique est caractérisée par des barrières à l'entrée élevées. Les coûts de démarrage sont importants en raison de la nécessité d'établir un réseau de magasins, d'acquérir des licences pour la vente de produits optiques et d'investir dans des équipements de diagnostic de la vue.• Les compétences spécialisées nécessaires pour adapter correctement les lunettes et les lentilles de contact sont également une barrière à l'entrée, nécessitant une formation et une expérience.• La présence de marques établies comme Afflelou avec une notoriété de marque solide rend difficile pour de nouveaux entrants de rivaliser sur le plan de la reconnaissance de la marque.
Degré de rivalité avec les concurrents	<ul style="list-style-type: none">• L'industrie de l'optique est fortement concurrentielle, avec de nombreux acteurs majeurs tels qu'EssilorLuxottica, GrandVision, Fielmann et d'autres.• La rivalité se manifeste par des campagnes publicitaires agressives, des différenciations de produits, des promotions fréquentes et la recherche constante de moyens d'attirer et de fidéliser la clientèle.• La notoriété de la marque, l'expérience client, la qualité des produits et la capacité à proposer une gamme diversifiée de montures et de verres sont des éléments clés pour se démarquer dans cet environnement concurrentiel.

Menace des produits de substitution	<ul style="list-style-type: none"> • Les produits de substitution dans l'industrie de l'optique incluent les lentilles de contact, la chirurgie réfractive (comme la correction au laser) et, dans une certaine mesure, les lentilles progressives. • Toutefois, les lunettes conservent leur popularité en raison de leur style, de leur confort et de leur adaptabilité à diverses corrections de vision. La commodité des lunettes, notamment pour les besoins de lecture, est un facteur qui les maintient comme une option attrayante pour de nombreux consommateurs.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Afflelou, en tant que chaîne d'opticiens, peut être dépendant de ses fournisseurs de montures, de verres et de matériel de diagnostic de la vue. • Les relations de long terme avec des fournisseurs clés peuvent réduire les risques liés à la volatilité des prix et à la qualité des produits. • Cependant, le pouvoir de négociation des fournisseurs peut augmenter si certains fournisseurs détiennent un monopole ou ont une offre unique que les opticiens dépendent fortement.
Pouvoir de négociation des clients	<ul style="list-style-type: none"> • Les consommateurs ont un pouvoir de négociation élevé dans l'industrie de l'optique en raison du grand nombre de concurrents et de la facilité à comparer les prix et les produits. • Les clients recherchent souvent des offres spéciales, des promotions et des avantages tels que des examens de la vue gratuits. • La fidélité à la marque et la qualité de l'expérience client sont essentielles pour contrer le pouvoir de négociation des clients et les inciter à revenir.

3- Analyses SWOT

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Notoriété de la marque : Afflelou est la première marque d'optique connue en France. • Présence internationale dans 16 pays et 5 sites internet. • Chiffre d'affaires s'élevant à plus de 500 millions d'euros. • Large gamme de produits : L'entreprise propose une variété de montures, de verres et de produits associés, ce qui répond aux besoins divers des clients. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se focalise trop sur une Domaine d'Activité Stratégique • Délaisse la DAS acoustique
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Les ventes de verres correcteurs génèrent le plus important chiffre d'affaires et augmentent en volume. (4 milliards d'euros et 13 millions de paires vendues) • Vieillissement de la population : Le vieillissement de la population augmente la demande de produits optiques, en particulier de lunettes de lecture et de verres correcteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence accrue : L'industrie de l'optique est compétitive, avec de nombreuses chaînes et boutiques indépendantes. • Croissance interrompue de 20% du secteur de l'optique pendant 10 ans.

V.2 - Étude de la concurrence

1. Concurrents Directs et Indirects :

- **Concurrent Direct 1 : Optic 2000**

Optic 2000 est l'un des principaux concurrents directs d'Afflelou en France. Ils proposent une large gamme de lunettes, de verres et de lentilles de contact. Parmi leurs gammes, on peut trouver les "Lunettes de Vue Essentielles" avec des montures à partir de 59€, ainsi que des montures de marques haut de gamme comme Ray-Ban à partir de 129€.

- **Concurrent Direct 2 : Krys**

Krys est un autre concurrent direct d'Afflelou. Ils offrent une variété de gammes de lunettes, y compris les "Lunettes de Marque" avec des montures de marques populaires telles que Gucci à partir de 179€. Ils proposent également des verres progressifs et des solutions de lentilles de contact.

- **Concurrent Indirect : Warby Parker**

Warby Parker, bien qu'opérant principalement aux États-Unis, peut être considéré comme un concurrent indirect. Ils se démarquent par leur modèle de vente en ligne et leurs montures à prix abordable, à partir de 95\$ (environ 80€), avec des verres inclus.

2. Présentation des Concurrents :

- **Optic 2000 :** Optic 2000 est une chaîne d'opticiens bien établie en France. Ils offrent une large gamme de produits pour répondre aux besoins divers de leur clientèle. Parmi leurs gammes de lunettes, on trouve les "Lunettes de Vue Essentielles", qui proposent des montures à partir de 59€. Ces montures sont conçues pour être abordables tout en offrant une variété de styles et de formes pour s'adapter à différents goûts. Optic 2000 propose également des montures de marques renommées comme Ray-Ban, avec des prix démarrant à environ 129€. Cette variété de gammes de prix et de styles permet à Optic 2000 de cibler un large public, des consommateurs à la recherche de produits abordables à ceux qui privilégient des marques de créateurs.

- Krys : Krys est un autre acteur majeur de l'industrie de l'optique en France. Ils se démarquent par leurs gammes diversifiées de lunettes de vue et de soleil. Parmi leurs offres, les "Lunettes de Marque" sont particulièrement attractives. Ils proposent des montures de créateurs de renommée mondiale, comme Gucci, à partir de 179€. Cette gamme cible les clients à la recherche de styles à la mode et de marques de prestige. En plus des montures de marque, Krys propose une variété d'options pour les verres correcteurs, les lunettes de soleil et les lentilles de contact, ce qui en fait une destination polyvalente pour les soins oculaires.
- Warby Parker (Concurrent Indirect) : Warby Parker est une entreprise américaine qui, bien qu'opérant principalement aux États-Unis, se distingue par son modèle de vente en ligne. Ils proposent des montures élégantes à partir de 95\$ (environ 80€), avec des verres inclus. Warby Parker se concentre sur la simplicité et l'accessibilité, en permettant aux clients d'essayer virtuellement les montures à l'aide de la réalité augmentée sur leur site web. Leur offre abordable et leur modèle en ligne attirent les clients soucieux du budget à la recherche de styles tendance. Cette approche novatrice a contribué à perturber l'industrie de l'optique en proposant des produits de qualité à des prix compétitifs en ligne.

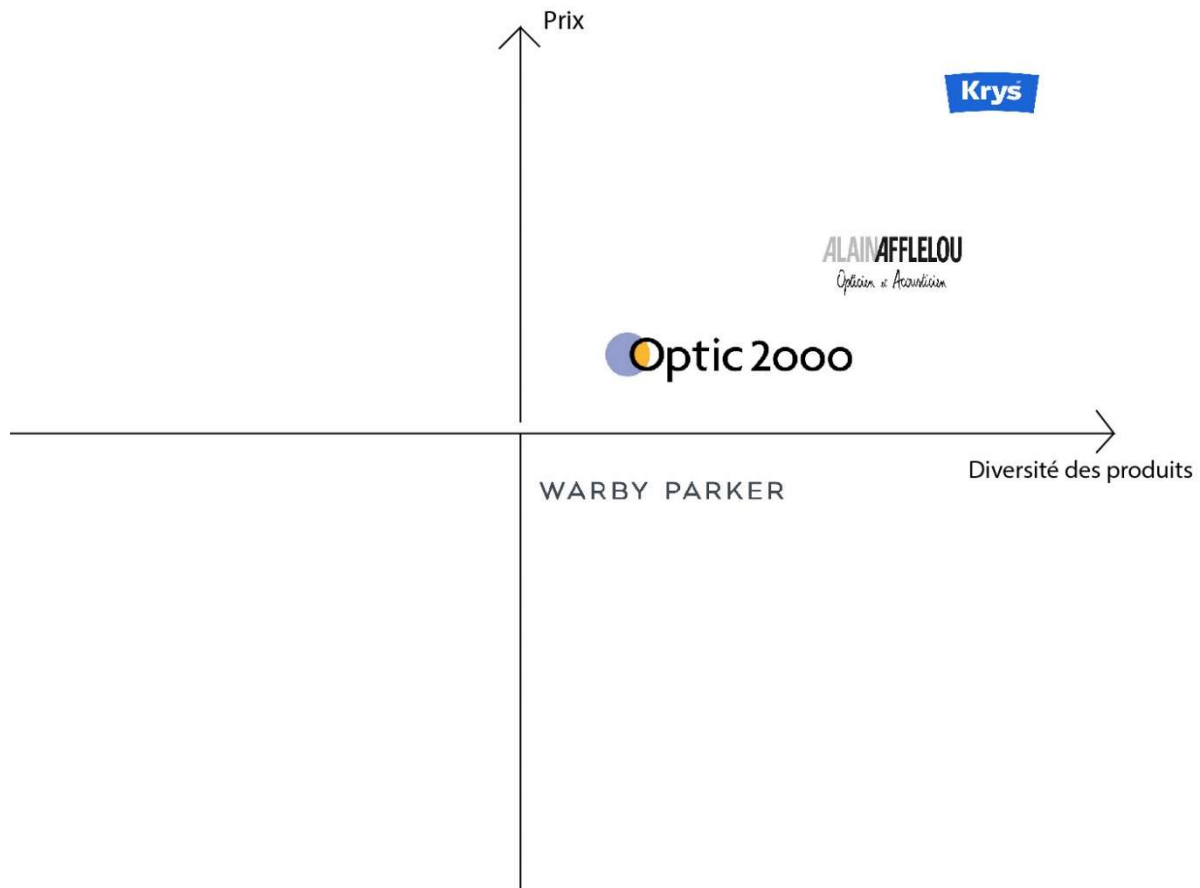
3. Analyse de la Communication :

- Optic 2000 :
 - a- Réseaux sociaux : Présence sur Facebook avec plus de 50 000 abonnés, engagement élevé avec des publications régulières sur les dernières tendances de la mode et des promotions.
 - b- Site internet : Le site internet d'Optic 2000 est bien construit avec une navigation facile. Le menu est clair, offrant une variété de catégories de produits, y compris les lunettes de vue, les lunettes de soleil, les lentilles de contact et les produits pour l'entretien des lentilles. Le catalogue est diversifié, couvrant une large gamme de styles et de marques.

- c- SEO : Un audit SEO de la présence d'Optic 2000 montre une solide optimisation pour les mots-clés liés à l'optique. Le site est bien classé dans les résultats de recherche pour des termes pertinents, ce qui renforce sa visibilité en ligne.
- Krys :
 - a- Réseaux sociaux : Présence active sur Instagram avec plus de 35 000 abonnés, partage de contenu axé sur le style de vie et les tendances en matière de lunettes. Le taux d'engagement est élevé. Ils partagent également des images de leurs montures de créateurs.
 - b- Site internet : Site convivial, large catalogue avec des fonctionnalités de recherche avancée. La recherche de produits est facilitée grâce à des filtres et à une mise en page claire.
 - c- SEO Krys a une forte visibilité dans les résultats de recherche organiques pour des mots-clés liés à l'optique. Leur site est bien optimisé pour le référencement, ce qui contribue à attirer du trafic en ligne.
- Warby Parker :
 - a- Réseaux sociaux : Présence sur Instagram avec plus de 1 million d'abonnés, publications axées sur la responsabilité sociale de l'entreprise et la mode. Taux d'engagement élevé. Ils partagent également des images de clients portant leurs montures.
 - b- Site internet : Interface conviviale, processus d'achat en ligne simplifié, options de réalité augmentée pour essayer les montures. Le catalogue est bien diversifié, avec des montures abordables et élégantes, ainsi que des options de verres correcteurs.
 - c- SEO : Warby Parker a une forte optimisation SEO, se classant favorablement dans les résultats de recherche organiques pour les termes liés à l'optique. Leur site est également bien structuré pour une expérience utilisateur optimale.

4. Positionnement d’Afflelou face à ses concurrents

Mapping concurrentiel



Les axes d’analyse choisis sont le prix et la diversité des produits.

En effet, Warby Parker se démarque par sa réputation d'offrir des montures à des prix compétitifs et abordables ; et ils ont des gammes légèrement plus ciblées ce qui fait que leurs produits ne sont pas aussi diversifiés que ceux des autres concurrents.

Krys tend à avoir une gamme de prix plus élevée parmi les concurrents, en particulier en ce qui concerne les montures de créateurs haut de gamme ; et en ce qui concerne ses produits, il propose la gamme de produits la plus diversifiée parmi les concurrents, couvrant un large éventail de produits optiques, notamment les lunettes de vue, les lunettes de soleil et les lentilles de contact.

En termes de prix et de diversité de produits, Afflelou et Optic 2000 se suivent ; Afflelou a cependant des prix un peu plus élevés et des produits plus diversifiés.

5. Marketing Mix (4P) d’Afflelou

1. Produit :

- Gamme de produits variée : Afflelou propose une large gamme de produits, notamment des lunettes de vue, des lunettes de soleil, des verres correcteurs et des lentilles de contact. Ils couvrent divers besoins en matière de soins oculaires.
- Montures de marque et de créateur : Afflelou offre des montures de créateurs renommés, ce qui attire une clientèle à la recherche de produits haut de gamme et tendance.
- Services d'optique : En plus des produits, Afflelou propose des services d'examen de la vue professionnels et des conseils personnalisés pour garantir que les clients reçoivent des solutions optiques adaptées à leurs besoins.

2. Prix :

- Gamme de prix diversifiée : Afflelou adopte une stratégie de prix diversifiée pour répondre à différents segments de marché. Ils offrent des options abordables ainsi que des montures haut de gamme, ce qui permet de toucher un large éventail de clients.
- Promotions et offres spéciales : Afflelou propose régulièrement des promotions, des réductions et des offres spéciales pour attirer les clients et stimuler les ventes. Ils offrent également des avantages tels que des examens de la vue gratuits.

3. Distribution :

- Réseau de magasins physiques : Afflelou dispose d'un réseau étendu de magasins physiques en France et dans d'autres pays. Ces magasins offrent aux clients l'opportunité d'essayer des montures, de recevoir des conseils d'experts et de profiter des services optiques.
- Présence en ligne : Afflelou a également développé sa présence en ligne, permettant aux clients de parcourir leur catalogue et même de commander des lunettes en ligne. Ils ont mis en place des outils de réalité augmentée pour aider les clients à essayer virtuellement les montures.

4. Communication :

- Réseaux Sociaux : Afflelou est actif sur les réseaux sociaux, avec une présence notable sur des plateformes telles que Facebook et Instagram. Ils partagent des contenus liés à la mode, aux tendances et aux promotions.
- Site Internet : Le site internet d'Afflelou est convivial, offrant aux clients la possibilité de parcourir leur catalogue, de planifier des examens de la vue et de trouver des informations sur les produits et les services.
- Campagnes Marketing : Afflelou lance régulièrement des campagnes publicitaires pour accroître la notoriété de la marque. Ces campagnes mettent souvent en avant des personnalités célèbres et des ambassadeurs de la marque.
- Service Client : Afflelou place une grande importance sur l'expérience client en offrant un service professionnel, des examens de la vue de qualité et des conseils personnalisés.

En résumé, Afflelou a mis en place un Marketing Mix diversifié pour répondre aux besoins des clients, en offrant une gamme variée de produits, une diversité de prix, une présence en magasin et en ligne, et une communication marketing solide. Leur approche stratégique vise à maximiser la satisfaction des clients tout en maintenant une forte position concurrentielle sur le marché de l'optique.

V.3 - Étude de la cible

1- Cibles d’AFFLELOU

- **Cœur de Cible** : Les clients potentiels d'AFFLELOU en tant qu'entreprise d'optique seraient généralement des personnes âgées de 18 à 65 ans, hommes et femmes, qui ont besoin de produits liés à la vision, tels que des lunettes de vue ou des lentilles de contact. Cette cible peut être socio-démographiquement diversifiée, mais généralement avec des revenus stables et un certain niveau d'éducation. Ils peuvent avoir des problèmes de vue ou chercher à améliorer leur style avec des lunettes de soleil ou des montures tendance. Certains peuvent également être des porteurs de lentilles de contact.

- **Cible Primaire** : La cible primaire d'AFFLELOU pourrait être plus spécifiquement définie comme des adultes âgés de 25 à 55 ans, qui ont déjà des problèmes de vision et qui recherchent des solutions pour corriger leur vision. Ils peuvent avoir des prescriptions de lunettes de vue ou de lentilles de contact. Cette cible est plus susceptible d'être à la recherche de produits de qualité et de services personnalisés pour répondre à leurs besoins visuels spécifiques.

- **Cible Secondaire** : La cible secondaire pourrait être constituée de jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans, qui sont intéressés par la mode et l'esthétique. Ils peuvent chercher des lunettes de soleil tendance ou des montures de style pour améliorer leur apparence. Cette cible est moins préoccupée par les problèmes de vision et plus par l'aspect esthétique des lunettes.

2- Persona pour le cœur de cible

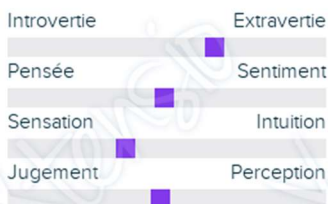
Sarah



"Mon style en dit long sur qui je suis, et je veux que mes choix reflètent ma personnalité dans chaque aspect de ma vie."

Age: **35**
Emploi: **Enseignante**
Situation Familiale: **Mariée, mère de 2 enfants**
Location: **Bordeaux, France**

Personnalité



Créative
Organisée
Patiente
Ambitieuse

Objectifs

- Équilibre travail-vie personnelle : Sarah aspire à mieux gérer son temps pour consacrer des moments de qualité à sa famille, à son travail et à elle-même sans se sentir submergée.
- Épanouissement professionnel : Elle vise à améliorer sa pédagogie et à créer un environnement d'apprentissage positif pour ses élèves, tout en gérant mieux la pression professionnelle.

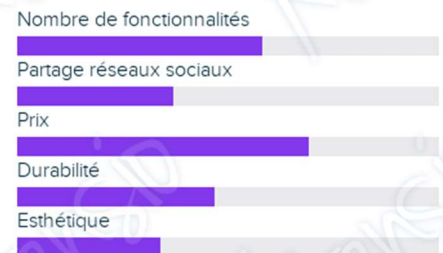
Frustrations

- Temps limité : Sarah se sent souvent stressée en jonglant entre son travail d'enseignante, ses responsabilités familiales en tant que mère de deux enfants, et son désir de consacrer du temps à elle-même.
- Pression professionnelle : En tant qu'enseignante, elle ressent parfois une pression intense pour répondre aux besoins de ses élèves et aux attentes des parents, ce qui peut être source de stress.

Bio

Sarah, enseignante dévouée et mère de deux enfants, mène une vie bien remplie dans une banlieue paisible. Son parcours professionnel l'a amenée à se soucier de son apparence autant que de la qualité de son travail en classe. Elle jongle avec les défis de l'équilibre entre sa carrière exigeante et sa vie de famille, tout en aspirant à offrir le meilleur des deux mondes à ses élèves et à ses enfants. C'est une femme extravertie, soucieuse de sa famille et de son style, qui cherche des solutions pratiques pour faciliter sa vie quotidienne. Sarah est le type de cliente idéale pour notre produit, car elle valorise la qualité, le style et le confort, et elle recherche des réponses qui répondent à ses besoins tout en reflétant sa personnalité unique.

Motivation d'achat



Canaux favoris



2- Persona pour cible primaire

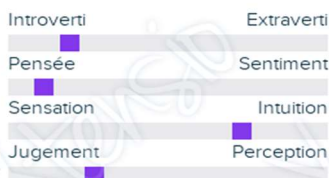
David DuPré



"La clé de la réussite réside dans l'équilibre entre l'efficacité au travail et la préservation des moments précieux qui nourrissent l'âme."

Age: **45**
Emploi: **Informaticien**
Situation Familiale: **Célibataire**
Location: **Paris, France**

Personnalité



Analytique

Perfectionniste

Equilibré

Minutieux

Objectifs

- Excellence Professionnelle : David vise l'excellence dans sa carrière d'informaticien, cherchant constamment à acquérir de nouvelles compétences, à résoudre des problèmes technologiques complexes et à rester à la pointe de son domaine.
- Contribuer à la Société : Il souhaite contribuer à la société en partageant ses compétences technologiques, en mentorant d'autres professionnels ou en s'impliquant dans des projets bénévoles.

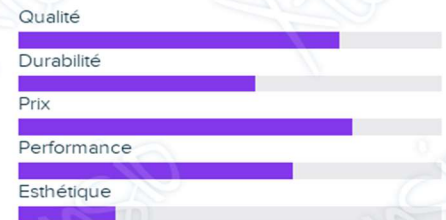
Frustrations

- Pression Sociale : David ressent une pression sociale pour trouver un partenaire et fonder une famille, étant donné son âge, il se sent contraint de suivre un certain modèle de vie.
- Stress Urbain : Vivant en centre-ville, David pourrait être confronté à des problèmes liés au stress urbain, tels que le bruit, la circulation et la surpopulation, qui sont source de frustration.

Bio

David Martin, informaticien de 45 ans résidant en plein cœur de la ville, excelle dans son travail axé sur la technologie en utilisant son intuition pour recueillir des informations et sa pensée logique pour prendre des décisions précises. Introverti de nature, il jongle avec des projets complexes tout en cherchant des moments de tranquillité pour se ressourcer à travers la lecture et la méditation. Son appartenance au groupe de personnalité INTJ reflète son approche analytique de la vie et son désir d'excellence dans tout ce qu'il entreprend.

Motivation d'achat



Canaux favoris



V.4 - Marketing Digital

1- Les moyens de communication d'AFFLELOU

- Owned Media:

- Site Web d'Afflelou : C'est une plateforme propriétaire où Afflelou peut présenter ses produits, offrir des informations sur les lunettes et les services, et collecter des leads.
- Réseaux Sociaux d'Afflelou : Afflelou possède des comptes sur des réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram et Twitter, où ils publient du contenu, interagissent avec leur public et promeuvent leurs produits.

- Blog d'Afflelou : Ils peuvent publier des articles sur leur blog abordant des sujets liés aux lunettes, à la mode, à la santé oculaire, etc.

- Paid Media :

- Publicités en ligne : Afflelou investit dans la publicité en ligne, y compris la publicité sur les réseaux sociaux, Google Ads, et d'autres plateformes pour promouvoir leurs produits.

- Partenariats payants : Afflelou collabore avec des influenceurs ou d'autres marques pour des placements payants sur des sites Web ou des vidéos YouTube.

- Earned Media :

- Avis et Témoignages Clients : Les avis positifs de clients satisfaits sur les médias sociaux, les sites d'avis, ou dans la presse sont un moyen de communication précieux pour Afflelou.

- Articles de Presse : Les articles et reportages médiatiques sur les produits ou les innovations d'Afflelou peuvent être considérés comme des médias acquis.

2- Tunnel de Conversion d'Inbound Marketing pour la paire de lunettes "Afflelou Sebastien (paire homme)" :

- Phase de Sensibilisation :

- Moyens de Communication : Articles de blog sur les tendances de la mode masculine en lunettes, posts sur les réseaux sociaux avec des images attrayantes de la paire Sebastien.

- Objectif SMART : Augmenter la notoriété de la paire de lunettes Afflelou Sebastien chez les hommes de 18 à 45 ans de 15 % d'ici 3 mois.

- Phase d'Intérêt :

- Moyens de Communication : Guides d'achat sur le site web d'Afflelou, publicités payantes ciblant les hommes intéressés par la mode masculine.

- Objectif SMART : Générer 500 leads qualifiés par mois intéressés par la paire Sebastien d'ici 6 mois.

- Phase de Conversion :

- Moyens de Communication : E-mails marketing personnalisés avec des offres spéciales sur la paire Sebastien, chat en direct sur le site pour répondre aux questions.

- Objectif SMART : Augmenter le taux de conversion de 3 % à 5 % pour les leads intéressés par la paire Sebastien d'ici 3 mois.

- Phase de Fidélisation :

- Moyens de Communication : Programme de fidélité, newsletters personnalisées avec des mises à jour sur les nouvelles collections, les promotions et les soins oculaires.

- Objectif SMART : Augmenter le taux de rétention des clients de la paire Sebastien de 20 % d'ici 1 an.

3-4- Stratégie digitale

Phase de Conversion	MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION RÉALISÉE	OBJECTIF SMART	KPI
Sensibilisation	Articles de blog sur les tendances masculines en lunettes	Publication de 10 articles de blog en 3 mois.	Augmenter la notoriété de la paire de lunettes Afflelou Sebastien chez les hommes de 18 à 45 ans de 15 % d'ici 3 mois.	- Augmentation du trafic sur les pages de la paire Sebastien. - Augmentation du nombre de mentions sur les réseaux sociaux.

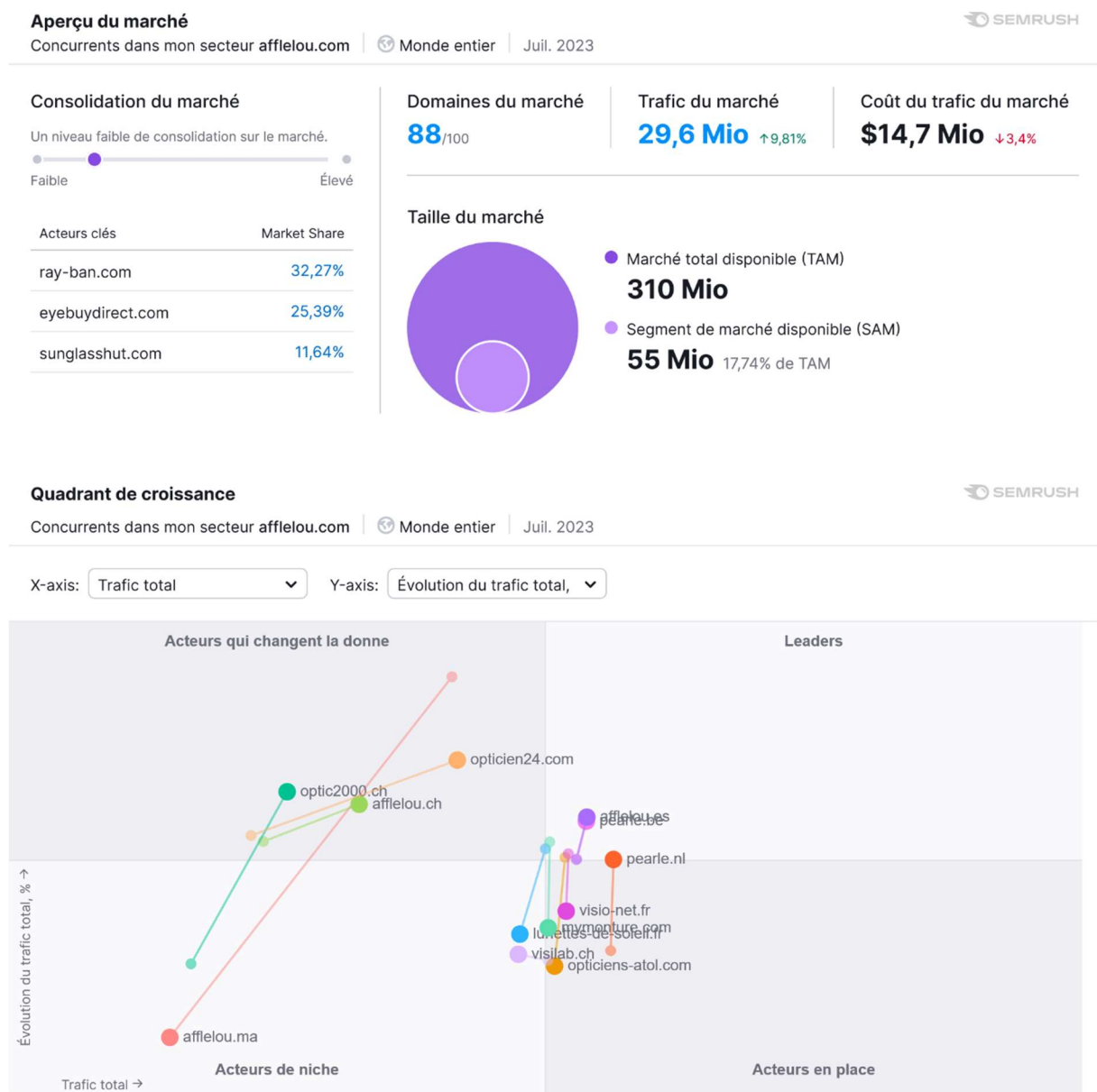
Phase de Conversion	MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION RÉALISÉE	OBJECTIF SMART	KPI
Intérêt	Création de guides d'achat sur le site web	Création de 5 guides d'achat détaillés en 6 mois.	Générer 500 leads qualifiés par mois intéressés par la paire Sebastien d'ici 6 mois.	- Taux de conversion des visiteurs en leads. - Nombre de leads générés par mois.
Conversion	Envoi d'e-mails marketing personnalisés avec des offres spéciales	Envoi d'une série d'e-mails mensuels avec des offres exclusives aux leads.	Augmenter le taux de conversion de 3 % à 5 % pour les leads intéressés par la paire Sebastien d'ici 3 mois.	- Taux de conversion des leads en clients. - Chiffre d'affaires généré par la paire Sebastien.
Fidélisation	Mise en place d'un programme de fidélité et envoi de newsletters personnalisées	Lancement du programme de fidélité avec inscription automatique des clients. Envoi de newsletters mensuelles.	Augmenter le taux de rétention des clients de la paire Sebastien de 20 % d'ici 1 an.	- Taux de rétention des clients de la paire Sebastien. - Nombre de clients fidèles rejoignant le programme de fidélité.

VI - PARTIE 2 : Audit SEO du site

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/>

1- Résumé de l'écosystème global



Meilleurs mots clés



Mots clés en tendance



Concurrents dans mon secteur afflelou.com



Monde entier

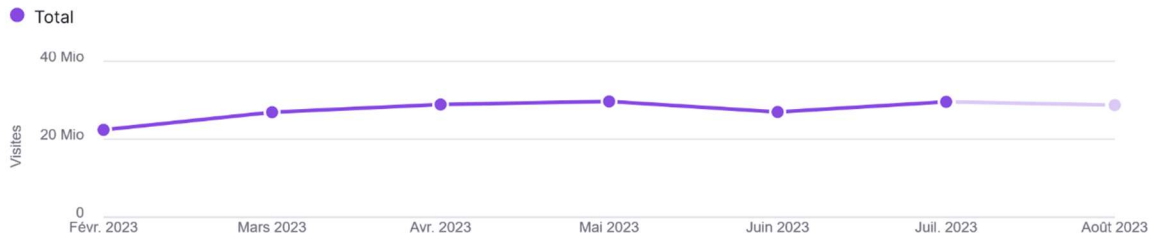
Juil. 2023 | Mots clés avec marque inclus



Trafic du marché



Concurrents dans mon secteur afflelou.com | Monde entier



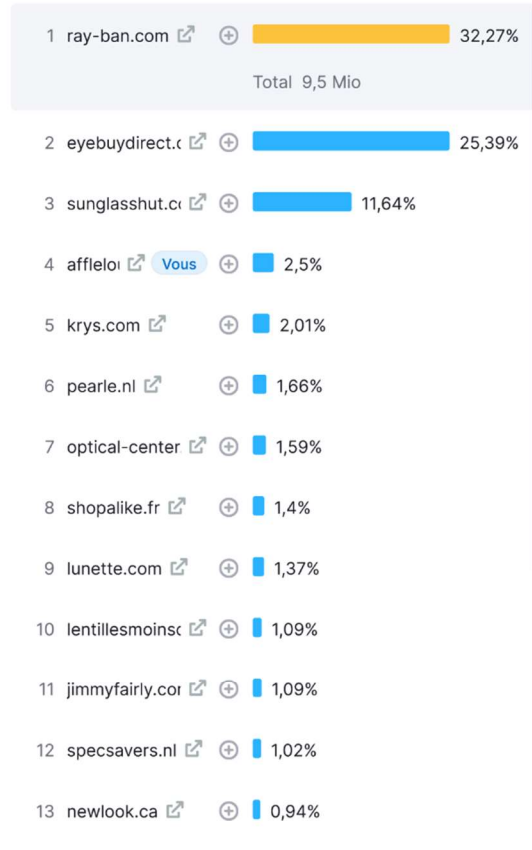
Dynamique domaine contre marché

Concurrents dans mon secteur afflelou.com | Monde entier | Juil. 2023

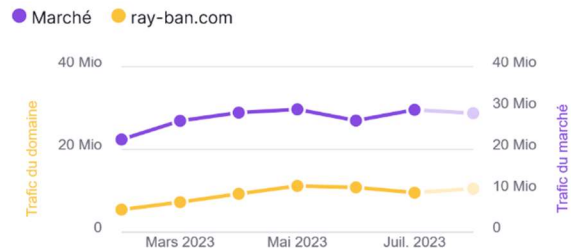
SEMRUSH

Total Direct Referral Trafic organique Trafic payant Trafic social organique Trafic social payant E-mail Annonces display

Part de visites



Tendances de trafic total



Stratégie de génération de trafic

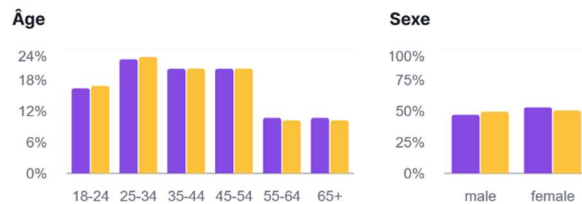
Juil. 2023

Direct Referral Trafic organique Trafic payant
Trafic social organique Trafic social payant E-mail
Annonces display



Domaine contre Marché : Audience

Juil. 2023



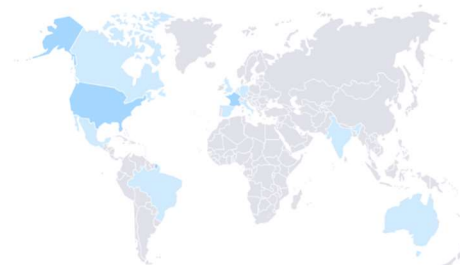
Répartition géographique du marché

Concurrents dans mon secteur afflelou.com | Juil. 2023

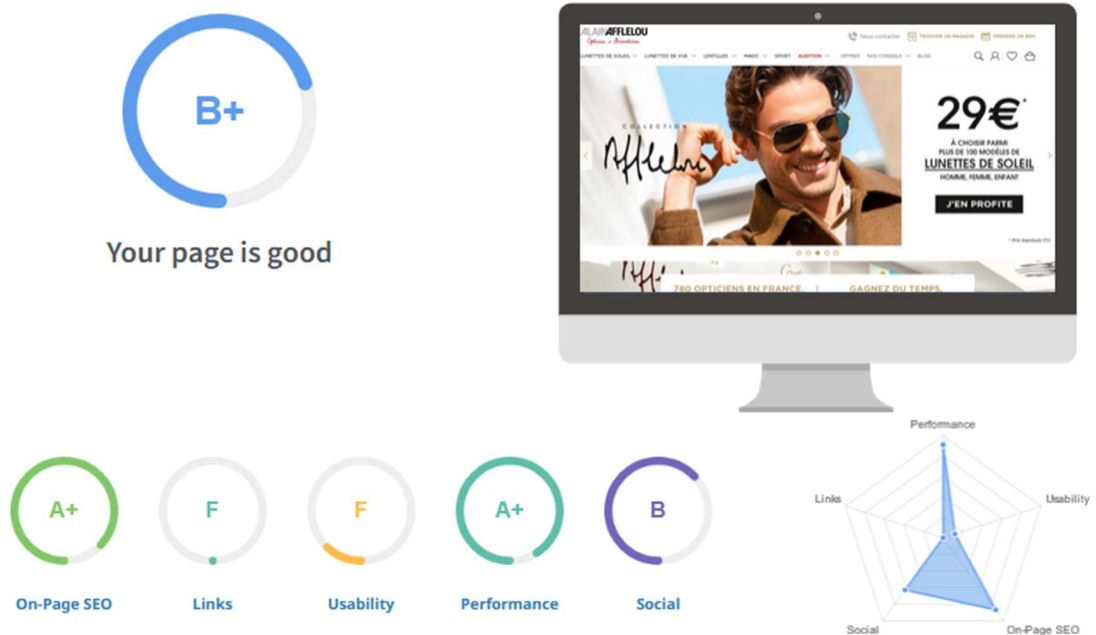
SEMRUSH

Principaux pays Changements majeurs

Pays	Market Share	Trafic	Modifications
États-Unis	39,18%	11,6 Mio	+42,41%
France	18,16%	5,4 Mio	-9,08%
Canada	6,19%	1,8 Mio	+29,99%
Inde	5,2%	1,5 Mio	+138,68%
Royaume-Uni	4,67%	1,4 Mio	-26,67%



2- Rapport général d'audit SEO du site web

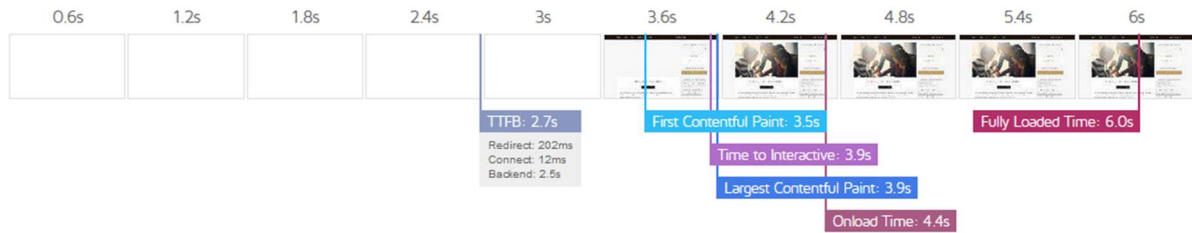


3- Analyse du code source de la page : <https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/>

```
<!-- This site is optimized with the Yoast SEO plugin v20.5 - https://yoast.com/wordpress/plugins/seo/ -->
<title>Préparez vos yeux pour la rentrée - Afflelou Blogs</title>
<link rel="canonical" href="https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/" />
<meta property="og:locale" content="fr_FR" />
<meta property="og:type" content="article" />
<meta property="og:title" content="Préparez vos yeux pour la rentrée - Afflelou Blog" />
<meta property="og:description" content="Avec le retour des enfants à l'école, les inscriptions aux activités extrascolaires et votre propre reprise du travail, septembre est le moment idéal pour préparer la rentrée." />
<meta property="og:url" content="https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/" />
<meta property="og:site_name" content="Afflelou Blog" />
<meta property="article:publisher" content="https://www.facebook.com/alainafflelou/" />
<meta property="article:published_time" content="2021-09-02T08:00:47+00:00" />
<meta property="article:modified_time" content="2021-09-13T13:44:51+00:00" />
<meta property="og:image" content="https://www.afflelou.com/blog/wp-content/uploads/2021/09/preparez-vos-yeux-afflelou.jpg" />
<meta property="og:image:width" content="1080" />
<meta property="og:image:height" content="603" />
<meta property="og:image:type" content="image/jpeg" />
<meta name="author" content="Julien Wiczorek" />
<meta name="twitter:card" content="summary_large_image" />
<meta name="twitter:creator" content="@ALAIN_AFFLELOU" />
<meta name="twitter:site" content="@ALAIN_AFFLELOU" />
<meta name="twitter:label1" content="Écrit par" />
<meta name="twitter:data1" content="Julien Wiczorek" />
<meta name="twitter:label2" content="Durée de lecture estimée" />
<meta name="twitter:data2" content="4 minutes" />
<script type="application/ld+json" class="yoast-schema-graph">{"@context":"https://schema.org","@graph":[{"@type":"WebPage","@id":"https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/","url":"https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/","name":"Préparez vos yeux pour la rentrée - Afflelou Blogs","description":"Avec le retour des enfants à l'école, les inscriptions aux activités extrascolaires et votre propre reprise du travail, septembre est le moment idéal pour préparer la rentrée."}]}
```

Le rapport d'audit se trouve dans le fichier Excel : [audit-httpswww.afflelou.comblogpreparez-vos-yeux-pour-la-rentree.xlsx](#)

Speed Visualization ?



Performance Metrics

The following metrics are generated using Lighthouse Performance data.

Metric details ☐ OFF

First Contentful Paint ?	Much longer than recommended 3.5s	Time to Interactive ?	Longer than recommended 3.9s
Speed Index ?	Much longer than recommended 3.7s	Total Blocking Time ?	Good - Nothing to do here 0ms
Largest Contentful Paint ?	Much longer than recommended 3.9s	Cumulative Layout Shift ?	Good - Nothing to do here 0.01

Page Details ?

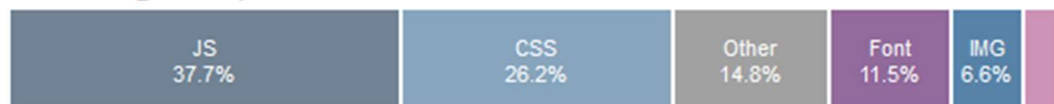
Your page content is broken down into the following:



Total Page Size - 1.64MB



Total Page Requests - 61



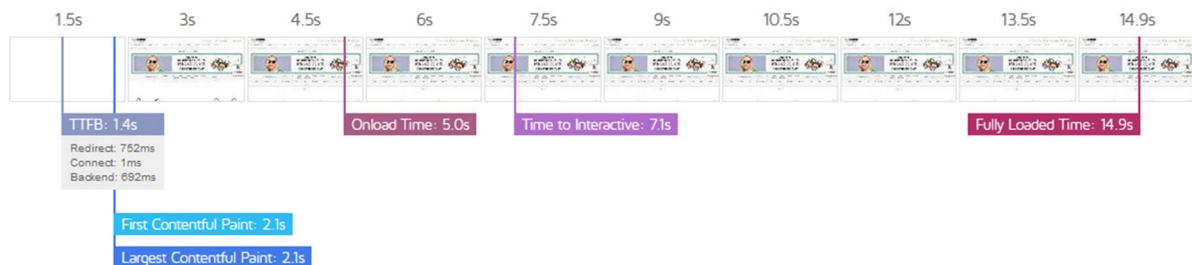
HTML JS CSS IMG Video Font Other

4- Analyse du code source de la page : <https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/guess/gu2914-028-5418-or.html>

```
1 <!doctype html>
2 <html lang="fr"
3   class="no-js c-page js-page c-page--userDisconnected"
4   data-user="null"
5   data-favorites-sync-url="https://www.afflelou.com/sync-favorites"
6   data-whoami-url="https://www.afflelou.com/mon-compte/whoami"
7 ><head><script>(function(){function e(e,t){function s(t,n){e.console&&e.console.error("[smartcache] "+t);const r={};n.placeholders.forEach(function(e){r[e.dataset.fstrzFragmentId]={conter
8   <meta charset="UTF-8">
9   <title>LUNETTES DE VUE femme - Afflelou.com</title>
10  <meta content="Découvrez et essayez en ligne nos LUNETTES DE VUE femme et retrouvez toutes grandes marques de LUNETTES DE VUE dans les boutiques Alain Afflelou" name="description"
11  <link rel="canonical" href="https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/">
12
13  <meta name="robots" content="index, follow">
14
15
16  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
17  <link rel="stylesheet" href="https://www.afflelou.com/fstrz/r/s/www.afflelou.com/main.90d3dd87.css?frz-vv1503">
18
19  <link rel="icon" type="image/x-icon" href="https://www.afflelou.com/fstrz/r/s/www.afflelou.com/favicon.ico?frz-vv1503">
20
21  <link rel="next" href="https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/?page=2">
22  <script>fstrz=10;</script><script type="text/javascript">
23    /*[[CDATA[*/
24    var dataLayer = [];
25    /*]]*/
26  </script>
27  <!-- Google Tag Manager -->
28  <script>
29    (function(w,d,s,l,i){
30      w[l]=w[l]||[];
31      w[l].push(
32        {
33          'gtm.start':
34            new Date().getTime(), event: 'gtm.js'
35        });
36      var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
37          j=d.createElement(s), dl=l!='dataLayer'?'&l='+'+'':'';
38      j.async=true;
39      j.src=
40        'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;
41      f.parentNode.insertBefore(j,f);
42    })(window,document,'script','dataLayer','GTM-W6R543');
43  </script>
44  <!-- End Google Tag Manager -->
```

Le rapport d'audit se trouve dans le fichier Excel : [audit-httpswww.afflelou.comlunettes-de-vue-femmeguessgu2914-028-5418-or.html.xlsx](#)

Speed Visualization ?



Performance Metrics

The following metrics are generated using Lighthouse Performance data.

Metric details ☐ OFF

First Contentful Paint ?	Much longer than recommended 2.1s	Time to Interactive ?	Much longer than recommended 7.1s
Speed Index ?	Much longer than recommended 2.6s	Total Blocking Time ?	Much longer than recommended 1.1s
Largest Contentful Paint ?	Longer than recommended 2.1s	Cumulative Layout Shift ?	Good - Nothing to do here 0.03

Page Details ?

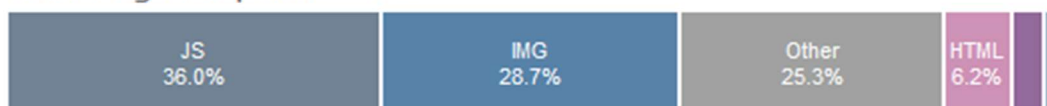
Your page content is broken down into the following:



Total Page Size - 2.55MB



Total Page Requests - 178



5- Analyse du code source de la page : <https://www.afflelou.com/lentilles-de-contact/>

```
1 <!doctype html>
2 <html lang="fr"
3   class="no-js c-page js-page c-page--userDisconnected"
4   data-user="null"
5   data-favorites-sync-url="https://www.afflelou.com/sync-favorites"
6   data-whoami-url="https://www.afflelou.com/mon-compte/whoami"
7 ><head>
8   <meta charset="UTF-8">
9   <title>Lentilles de contact - Afflelou.com</title>
10  <meta name="description" content="Découvrez et essayez en ligne nos Lentilles de contact et retrouvez toutes grandes marques de lentilles de contact dans les boutiques Alain Afflelou" />
11  <link rel="canonical" href="https://www.afflelou.com/lentilles-de-contact/" />
12  <meta name="robots" content="index,follow">
13
14  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
15  <link rel="stylesheet" href="/main.90d3dd87.css">
16
17  <link rel="icon" type="image/x-icon" href="/favicon.ico"/>
18
19  <link rel="next" href="https://www.afflelou.com/lentilles-de-contact/?page=2" />
20  <script type="text/javascript">
21    /*<![CDATA[*/
22    var dataLayer = [];
23    /*]]>*/
24  </script>
25  <!-- Google Tag Manager -->
26  <script>
27    (function(w,d,s,l,i){
28      w[l]=w[l]||[];
29      w[l].push(
30        ['gtag','js',new Date()]);
31      var f=d.getElementsByTagName(s)[0];
32      var j=d.createElement(s);j.async=true;j.src=
33        'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;
34      f.parentNode.insertBefore(j,f);
35      })(window,document,'script','dataLayer','GTM-M6R543');
36  </script>
37  <!-- End Google Tag Manager -->
38  <!-- Fitmix -->
39  <script src="//static.fitmix.com/ani/v1/fitmix.js" type="text/javascript"></script>
```

Le rapport d'audit se trouve dans le fichier Excel : [audit-httpswww.afflelou.comlentilles-de-contact.xlsx](#)

Backlinks ⓘ 93	Type de backlinks	Attributs de liens
Domaines référents 30	Texte <div><div></div></div> 96% 88	Follow <div><div></div></div> 67% 62
Adresses IP référentes 33	Image <div><div></div></div> 4% 4	Nofollow <div><div></div></div> 33% 31
	Forme <div><div></div></div> 0% 0	Sponsored <div><div></div></div> 0% 0
	Frame <div><div></div></div> 0% 0	UGC <div><div></div></div> 0% 0

Speed Visualization ?



Performance Metrics

The following metrics are generated using Lighthouse Performance data.

Metric details ☐ OFF

First Contentful Paint ?	Much longer than recommended 4.1s	Time to Interactive ?	Much longer than recommended 7.0s
Speed Index ?	Much longer than recommended 4.3s	Total Blocking Time ?	Much longer than recommended 802ms
Largest Contentful Paint ?	Much longer than recommended 4.4s	Cumulative Layout Shift ?	OK, but consider improvement 0.11

Page Details ?

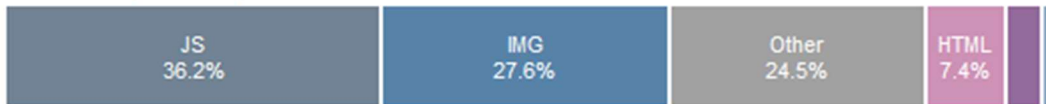
Your page content is broken down into the following:



Total Page Size - 2.22MB



Total Page Requests - 163



6-Tableau de synthèse

ACTIONS	PRIORITÉS
Réduire le temps de réponse serveur	Haute
Éviter une taille excessive des DOM	Modéré
Mettre en place une politique de cache efficace	Modéré
Placer balise h1 en premier	Faible
Ajouter favicon	Faible
Ajouter attribut alt à tous les images	Faible (il n'y a qu'une poignée d'image qui n'a pas l'attribut)

VII - PARTIE 3 : Article de Blog

Titre : L'évolution des lunettes de soleil : Entre style, santé et innovation

Dans le monde en constante évolution de l'optique, les lunettes de soleil occupent une place particulière. Bien plus qu'un simple accessoire de mode, elles sont devenues un élément essentiel de notre vie quotidienne. Dans cet article, nous allons explorer en profondeur l'histoire, la technologie, l'innovation et la santé autour des lunettes de soleil, en montrant comment elles s'intègrent parfaitement dans notre style de vie moderne.

Force est de constater de l'importance croissante des lunettes de soleil dans la société moderne. En tant qu'entreprise spécialisée dans l'optique, il est essentiel de sensibiliser notre clientèle à l'importance de choisir les bonnes lunettes de soleil, tout en mettant en avant notre expertise dans ce domaine. De plus, en abordant cette thématique, nous renforçons notre légitimité en tant qu'acteur majeur de l'industrie des lunettes.

Histoire des lunettes de soleil :

L'origine des lunettes de soleil remonte à des temps anciens, où les civilisations antiques utilisaient des techniques astucieuses pour se protéger des rayons solaires intenses. Les anciens Égyptiens, par exemple, utilisaient des fines lamelles de cristal pour filtrer la lumière du soleil. Cette approche novatrice, bien avant l'ère des verres teintés modernes, témoigne de l'ingéniosité de ces civilisations dans leur quête de protection visuelle contre le soleil ardent.

Au fil des siècles, cette idée a évolué, et des sociétés telles que les Romains ont commencé à expérimenter avec des minéraux et des pierres précieuses pour créer des écrans solaires rudimentaires. Cette transformation des lunettes de soleil a eu lieu plus récemment, au début du 20^e siècle, lorsque les premiers verres teintés en vert ont été développés pour les pilotes de l'armée américaine, contribuant ainsi à une vision plus claire et à une meilleure protection oculaire dans des conditions de vol exigeantes.

Technologie et innovation :

Aujourd'hui, les lunettes de soleil ne se contentent pas de protéger nos yeux du soleil, elles intègrent également des technologies de pointe. Des verres polarisés qui réduisent les reflets à des montures légères et résistantes, l'innovation est constante. Nous explorerons les dernières avancées en matière de matériaux et de design, ainsi que les avantages qu'elles apportent aux porteurs de lunettes. Par exemple, les verres photochromiques qui s'adaptent automatiquement à la luminosité ambiante sont une innovation récente très appréciée des amateurs de plein air.

La santé visuelle et les lunettes de soleil :

Outre leur aspect esthétique, les lunettes de soleil jouent un rôle essentiel dans la préservation de notre santé visuelle. Nous discuterons des dangers des rayons UV sur nos yeux et de la manière dont le port de lunettes de soleil appropriées peut réduire ces risques. De plus, nous aborderons les besoins spécifiques des personnes ayant des problèmes de vue et la disponibilité de lunettes de soleil adaptées à leurs besoins. Par exemple, les lunettes de soleil avec des verres correcteurs peuvent être une véritable révolution pour ceux qui souffrent de troubles de la vision.

Le futur des lunettes de soleil :

Enfin, nous nous pencherons sur l'avenir des lunettes de soleil. Les tendances actuelles prévoient une intégration croissante de la technologie dans les lunettes, avec des lunettes intelligentes qui offrent une multitude de fonctionnalités. Nous examinerons également comment les lunettes de soleil continueront d'évoluer pour répondre aux besoins changeants des consommateurs tout en restant un accessoire de mode incontournable. Par exemple, des lunettes de soleil avec réalité augmentée intégrée pourraient devenir la prochaine grande tendance.

La culture populaire et les lunettes de soleil :

Un autre aspect fascinant des lunettes de soleil est leur place dans la culture populaire. Des icônes du cinéma aux musiciens célèbres, les lunettes de soleil ont souvent été utilisées pour créer des personnages emblématiques. Nous explorerons les moments marquants où les lunettes de soleil ont joué un rôle essentiel dans l'histoire du divertissement, contribuant ainsi à façonner leur image dans l'imaginaire collectif. Par exemple, les lunettes de soleil emblématiques portées par Audrey Hepburn dans le film "Diamants sur canapé" ont fait des vagues dans le monde de la mode.

Impact environnemental et éthique :

Lorsqu'on aborde l'impact environnemental et éthique des lunettes de soleil, il est crucial de comprendre l'importance de cette question dans le contexte actuel, marqué par une sensibilisation croissante à la préservation de notre planète. De nombreuses marques de lunettes de soleil ont pris des mesures responsables en utilisant des matériaux recyclés et en réduisant leur empreinte carbone. Elles contribuent ainsi à la réduction des déchets plastiques et à la lutte contre le changement climatique.

Ces marques adoptent une approche responsable en privilégiant les matériaux recyclés pour leurs montures. Cela favorise la préservation des ressources naturelles et encourage une économie circulaire. De plus, en minimisant leur empreinte carbone, elles contribuent à la lutte contre le changement climatique, l'un des défis majeurs de notre époque.

Ces initiatives ne se limitent pas à l'environnement. Elles englobent également des aspects éthiques, tels que des conditions de travail équitables pour les artisans. Ainsi, ces marques s'efforcent de garantir des normes sociales justes au sein de l'industrie de la lunetterie.

En résumé, l'impact environnemental et éthique des lunettes de soleil dépasse la simple protection solaire et le style. Il s'inscrit dans une démarche plus large visant à préserver la planète et à promouvoir des pratiques éthiques au sein de l'industrie de la mode. En soutenant ces marques engagées, les consommateurs peuvent contribuer à un avenir plus durable et éthique, où la beauté et la responsabilité vont de pair.

Le rôle des lunettes de soleil dans la confiance en soi :

Il est indéniable que les lunettes de soleil ont un impact profond sur la confiance en soi des individus. Une paire de lunettes de soleil parfaitement adaptée à votre style personnel peut non seulement protéger vos yeux des rayons nocifs du soleil, mais aussi vous conférer une aura de confiance et d'élégance qui peut vous aider à vous affirmer dans toutes les situations, que ce soit dans votre vie quotidienne ou dans des moments exceptionnels.

En fin de compte, les lunettes de soleil transcendent leur statut d'accessoire de mode pour incarner une véritable fusion entre style, santé, innovation, et responsabilité environnementale. En tant qu'entreprise dévouée à l'univers des lunettes, notre mission est de sensibiliser notre clientèle à l'importance de choisir des lunettes de soleil de qualité tout en leur offrant des informations détaillées sur les dernières évolutions de l'industrie. En proposant des articles de blog informatifs et pertinents, nous aspirons à consolider notre présence en ligne tout en partageant notre passion pour cet accessoire incontournable.

Nous espérons sincèrement que cet article vous a fourni un éclairage approfondi sur le monde captivant des lunettes de soleil, tout en mettant en exergue les enjeux actuels liés à la durabilité, à l'innovation et à la confiance en soi. Nous vous encourageons vivement à explorer notre gamme de produits afin de dénicher la paire de lunettes de soleil parfaite qui reflète votre style personnel, comble vos besoins en matière de protection solaire, et s'aligne avec votre

personnalité unique. Joignez-vous à nous dans notre quête pour promouvoir des lunettes de soleil élégantes, protectrices, innovantes, respectueuses de l'environnement, et synonymes de confiance en soi. Le choix d'une paire de lunettes de soleil dépasse le simple cadre de la mode, il impacte également votre bien-être, votre santé visuelle, votre estime de vous-même, et contribue à façonner un avenir plus durable pour notre planète.