

PARTIE 1 : MARKETING & MARKETING DIGITAL

Etude de l'environnement de l'entreprise

1- PESTEL

POLITIQUE	ECONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	Légal
	<p>La croissance économique :</p> <p>L'activité a progressé plus fortement que prévu l'an passé. Après un recul de 8 % en 2020, le PIB a augmenté de 7 % en 2021, selon les données de l'Insee publiées ce vendredi. L'économie française dépasse désormais de 0,9 % son niveau d'avant la crise sanitaire.</p> <p>la</p> <p>+économique actuelle en France</p> <p>Croissance zéro pour la France au premier trimestre</p> <p>Le PIB est resté étale au premier trimestre 2022 dans l'Hexagone, après +7</p>	<p>Ceux qui sont impliqués.</p> <p>, 95% des Français font état d'un problème visuel. Parmi ces personnes, 94% portent des lunettes ou lentilles de contact, ...</p> <p>La sensibilisation de ces personnes impliquées.</p> <p>il est important de faire attention aux messages transmis dans leurs publicités (pouvant être qualifiés par exemple de sexistes ou de racistes)</p> <p>Aspects culturels / éthiques (par exemple valeurs et normes).</p>			

	<p>% sur l'année 2021, a annoncé ce vendredi matin l'Insee. La consommation des ménages a reculé de 1,3 % sur la période, grevée par le choc de la guerre en Ukraine et l'inflation.</p> <p>Taux de change.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taux d'intérêt. • Chômage. <p>Au quatrième trimestre 2021, le nombre de chômeurs au sens du BIT diminue de 189 000 par rapport au trimestre précédent, à 2,2 millions de personnes. Le taux de chômage au sens du BIT diminue ainsi de 0,6 point à 7,4 % de la population active en France (hors Mayotte). Les quatre trimestres précédents, il était resté quasi stable, entre 8,1 % et 8,0 %. Il est inférieur de 0,8 point à son niveau d'avant-crise (fin 2019) et à son plus bas niveau depuis 2008, si l'on excepte la baisse ponctuelle en « trompe-l'œil » du</p>	<p>Aspects démographiques (par exemple religion ou niveau d'éducation).</p>			
--	--	---	--	--	--

	<p>printemps 2020, liée à la crise sanitaire.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dette publique. <p>Selon les données publiées vendredi 24 juin par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), la dette publique a atteint, fin mars 2022, 2 901,8 milliards d'euros, soit 114,5 % du PIB.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chiffre d'inflation. <p>Sur l'année 2022, l'inflation atteindrait en moyenne 5,5%, du jamais-vu depuis 1985, ce qui amputerait le pouvoir d'achat des ménages de 1% en dépit des mesures de soutien public en place ou annoncées, soit sa plus forte contraction depuis 2013.</p>				
--	---	--	--	--	--

2- 5 FORCES DE PORTER

Menace des nouveaux entrants	La menace des nouveaux entrants potentiels sur le marché de la lunetterie en France est pondérée.
------------------------------	---

Degré de rivalité avec les concurrents	Il ya 49 500 opticiens et 1200 magasins d'optique en France .
Menace des produits de substitution	Peu menacé
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Le pouvoir de négociation est fort car il y a 12000 distributeurs en France .
Pouvoir de négociation des clients	Le pouvoir de négociation est moyen , les nombres d'opticien est moins nombreux .

3 – SWOT

F ORCES	FAIBLESSES
OPPORTUNITES	MENACES

V.2 - Étude de la concurrence

CONCURRENT DIRECT	
ATOL	GENERALE d' OPTIQUE « SE PROTEGER C'EST ESSENTIEL »

ATOL, UN OPTICIEN ENGAGÉ ET RESPONSABLE

Atol Mon Opticien est un réseau à votre service depuis 1970, qui met à votre disposition ses spécialistes en optique.

Lunettes de vue



175,00€

Lunettes de soleil



99,00€

Lentilles : type de lentille souple



45,90€

PRODUITS

Innovation Blue Filter

Parce qu'il est très important de protéger nos yeux des écrans, découvrez la sélection de lunettes de vue anti-lumière bleue avec ou sans correction.



35,00€

Innovation Night Drive
SECURISER VOS CONDUIT DE NUIT



-10 € avec le code NIGHT

Lunettes de vue



200€





119,00 €(verres simple)

Lunettes de soleil



155,00€ (RAY BAN pour homme)

Lunettes de sport

	<p>"RÉSISTANCE AUX CHOCS, PROTECTION SOLAIRE, STABILITÉ, AÉRODYNAMISME, FLEXIBILITÉ... POUR LES LUNETTES AUSSI, LE SPORT C'EST EXIGEANT."</p>  <p>Lunette de natation (32,0€)</p>
---	---

ANALYSE DE COMMUNICATION

ATOL	GENERALE d'OPTIQUE
<p>A)- réseaux sociaux</p> <p>Nb d'abonnées : 119 270 personnes sont abonnées (Facebook) 9,354 abonnées (Instagram)</p> <p>Taux d'engagement : 137 commentaires pour une promotion .(Instagram)</p> <p>Youtube :</p> <p>ONEO : Le style 100% origine France</p> <p>ONEO : Le style 100% origine France</p> <p>1 751 293 vues</p> <p>Types de contenus : site de vente , blog</p> <p>Sujet traités en publication :</p>	<p>A)- réseaux sociaux</p> <p>Nb d'abonnées : 23,3K abonnées sur (INSTAGRAM)</p> <p>Taux d'engagement : 13,4K LIKES 247 commentaires (INSTAGRAM)</p> <p>Types de contenus : site e-commerce</p> <p>Sujet traités en publication : LE DROIT DE BIEN VOIR</p> <p>B). Site internet</p> <p>construction du menu : menu déroulante</p>

B). Site internet construction du menu : menu déroulante ergonomie : design intéressant bien planifié diversité du catalogue : catalogue numérique	ergonomie : diversité du catalogue : Différente modèles

Le positionnement d’AFFLELOU face à ses concurrents.

|

5. Le Marketing Mix d’Afflelou (Produit, Prix, Distribution, Communication)

V.3 - Étude de la cible

1. Déterminez les cibles d’AFFLELOU. (Cœur de Cible, Cible primaire et Cible secondaire). Pour chaque cible, vous ferez un paragraphe expliquant qui sont-ils (sociodémographique, habitudes, freins)

* CŒUR DE CIBLE : les personnes qui ont un problème de vue (tout âge sont inclus)

*CIBLE PRIMAIRE : les informaticiens , les stylés (âgé de 20 à 50 ans)

* CIBLE SECONDAIRE : les commerciaux (âgé de 25 à 50 ans)

Le cœur de cible sont les enfants et les adultes en état de trouble visuel. Masculin et féminin âgé de 5 ans de plus , ils ont l'habitude de regarder la télévision tandis que les enfants passent leurs temps à faire des jeux vidéos voire 5h /jours. Très susceptible pour l'acte d'achat du produit .

Cible primaire les informaticiens qui passent leur temps 23h/24 sur l'écran d'ordinateur . Homme 21 ans salarié dans une entreprise . Une forte chance de passer à l'achat dont le but est la protection de ses yeux .

Cible secondaire les commerciaux qui achètent et revends le produit . Ils sont plus matures, âgés de 30 ans. En vue de la commercialisation et fans du produit , prêt pour l'achat .

PERSONA POUR LE CŒUR DE CIBLE



Buyer Persona

Maëlys Sall

Bio

Après avoir obtenu un master à Londres, Maëlys a intégré une agence de communication en tant que chargée de communication. Elle s'intéresse à la culture, à la nature et énormément au sport. Souvent connecté et aime tester de nouvelles choses (expériences, cuisine.)

Personnalité

Ordonnée
Sociable
Sportive
Strict

Frustrations

Ne supporte pas le mensonge et le manque de respect.

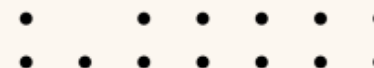
Motivations




Age : 28
Poste : Chargé de com
Lieu : Mantes la jolie
Education : Master

Objectifs

Soucis pour l'écologie
Découverte du monde
Trouver l'amour



Buyer Persona



"I feel like there's a smarter way for me to transition into a healthier lifestyle."

Bio

Aaron is a systems software developer, a "data junkie" and for the past couple years, has been very interested in tracking aspects of his health and performance. Aaron wants to track his mood, happiness, sleep quality and how his eating and exercise habits affects his well being. Although he only drinks occasionally with friends on the weekend, he would like to cut down on alcohol intake.

Goals

- To cut down on unhealthy eating and drinking habits
- To measure multiple aspects of life more scientifically
- To set goals and see and make positive impacts on his life

Frustrations

- Unfamiliar with wearable technology
- Saturated tracking market
- Manual tracking is too time consuming

Personality

Extrovert	Introvert
Sensing	Intuition
Thinking	Feeling
Judging	Perceiving



Technology

IT & Internet	
Software	
Mobile Apps	
Social Networks	

Motivations

Incentive	
Fear	
Achievement	

Brands



Les moyens de communication d'AFFLELOU :

via Owned Media : publicité sur facebook, Instagram, LinkedIn.

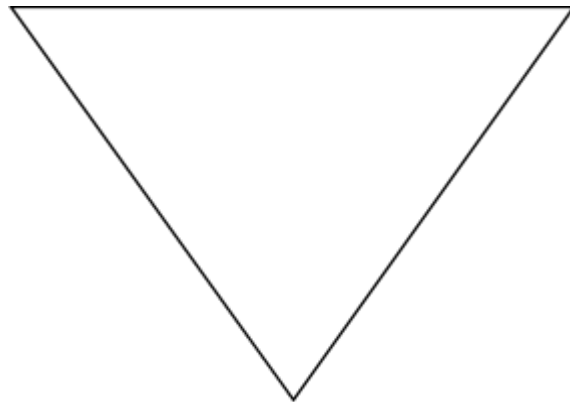
Des vidéos youtube sous forme tutoriel .

Via Paid Media : publicité sur la télévision ,

SEA+SEM les publicités sur les moteurs de recherche et réseau sociaux .

Via Earned Media : engagé des influenceurs et faire une collaboration .

Le tunnel de conversion



VI - PARTIE SEO : Audit du site

VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

Innovation : perfectionner la vue des jeunes !

Selon les statistiques de l'institution, 94% des 15-29 ans sont à disposition d'un smartphone.

Bien évidemment, ceci a un impact sur leurs vision .Un cabinet d'optique AFFLELOU a assuré à travers un *étude* l'effet de smartphone et améliore ainsi l'utilisation grâce à une innovation confortable.

*** Les effets du smartphone sur l'œil .**

Les jeunes sont très addicts au smartphone sans connaître l'effet secondaire de l'écran sur les yeux .

Ils passent les 6 plus petit heures sur internet autant que sur la télévision .*Selon le centre OPHTALMOLOGIQUE PARIS17 -SOS ŒIL des conséquences se produit :*

1/ Fatigue visuelle

Le premier point concerne la fatigue visuelle souvent ressentie par les patients : « après une journée de travail sur écran, j'ai les yeux fatigués, qui piquent et qui pleurent ». Ce point n'est probablement pas lié à la lumière bleue ! Il est plutôt lié à :

- Proximité de l'écran, qui induit un effort d'accommodation (mise au point), fatigant. Soulagé par verres de repos.
- Intensité lumineuse, quelquefois trop élevée, qui n'a pas de lien avec la problématique de la lumière bleue.
- Fixation de l'écran qui réduit le clignement, et l'irritation des yeux, parfois renforcée par les climatisations.
- Concentration, fatigue, stress dans un contexte professionnel.

2/ Risques de Cataracte et DMLA

Les risques principaux d'une exposition excessive à la lumière bleue seraient la survenue précoce d'une cataracte ou bien d'une DMLA (Dégénérescence Maculaire Lié à l'Âge) , car nous savons que les personnes exposées excessivement aux ultraviolets ont plus de risque de développer ces pathologies. D'un point de vue scientifique, à ce stade, il ne s'agit cependant que d'hypothèses. Même si des mécanismes physiologiques laissent à le penser, le résultat des études sur la question diverge.

***Solution**

