

PROGRAMME D-CLIC

Spécialité : MARKETING DIGITAL

Evaluation intermédiaire 1 : AUDIT ET OPTIMISATION
MARKETING, SEO & SEA, REDACTION WEB



BRIEF N°

NOM PROJET : AFFLELOU

Type de projet

Projet d'envergure

Identité du client

Alain AFFLELOU

Entreprise d'opticien
très connu en France
et dans d'autres pays

Echéance du projet

27/06/22 -01/07/22

Objectifs du projet

-Optimiser le site

-Augmenter le trafic
grâce à un contenu
attractif

Budget

Description

C'est une entreprise d'opticien française spécialisée dans la distribution de monture, verres optiques et de produits contactologie. 50 ans dans ce domaine, on peut dire qu'elle figure parmi les marques le plus connu de tous les français. Aujourd'hui, l'entreprise constitue à elle seule un réseau de 1400 implantations réparties dans le monde, avec une présence dans 24 pays.

L'avènement de la technologie dans le monde profite aux acteurs de ce marché, en effet, ce secteur ne cesse de grandir au fil du temps avec près de 6,6 milliards d'euro de chiffre d'affaire en 2020. De ce fait, la concurrence est assez rude dans ce domaine. Chacun veut sa part de gâteau et conquérir à tout prix le marché.

Mais l'apparition de la crise sanitaire covid-19 a fait chuter de quelque peu le volume de vente des lunettes en magasin et enregistre une perte de 720 millions d'euro de chiffre d'affaire. Du coup, les acteurs de ce marché tournent vers la digitalisation de leurs offres pour renflouer les pertes, y compris la marque AFFLELOU.

En effet, le nerf de la guerre entre ses concurrents se passe actuellement en ligne. C'est pourquoi l'entreprise a fait appel à mon expertise.

Livrables attendues

- Etude de l'environnement de l'entreprise
- Etude de la concurrence de l'entreprise
- Analyse de cible de l'entreprise
- Etude de la présence digitale de l'entreprise
- Audit SEO
- Un article web autour d'Alain AFFLELOU

COPY STRATEGIE

Client : Alain AFFLELOU

La promesse

La preuve

Le bénéfice consommateur

Le ton

Message résiduel

PARTIE 1 : MARKETING ET MARKETING DIGITAL

I- Etude de l'environnement de l'entreprise

1-PESTEL

POLITIQUE	ECONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LEGAL
Engagement du président de la république Français envers ces citoyens en réformant le système de santé et médico-social La réforme 100% Santé audiology et optique mis en vigueur depuis 01 janvier 2021 Prise en charge intégrale par la sécurité sociale et complémentaire s santé. Soins et un large choix d'équipements de qualité pour tous, 100% remboursé.	Contexte économique du marché d'optique est toujours favorable et connaît même une croissance de 13,5% que l'année dernière. Secteur qui connaît une croissance parallèle avec l'économie numérique.	Association Lunettes Sans Frontière : collecte montures et verres pour les redistribuer aux personnes en difficulté. Médico Lions Club France : collecte, recycle et redistribue les lunettes à travers le monde. 14 Octobre : journée mondiale de la vue.	-Œil bionique -Lunette connecté -Opération laser avec usage d'une machine technologique performante.	Secteur qui se tourne vers l'écologie : lunette fabriqué avec des matériaux écologique (en bois, en liège, à base d'algues) Recyclage des lunettes de manière solidaire par les ONG spécialisées.	-Doit avoir un certificat d'études de l'école des métiers d'optique, -article L.4362-1 L.4362.2 et L1362.4 du Code de la santé publique : doit être titulaire d'un BTS d'opticien lunetier faire enregistrer son diplôme à la Direction Départementale des Affaires Sanitaires et Sociales afin d'être inscrit sur une liste préfectorale et obtenir un agrément de la Caisse Régionale d'Assurance Maladie. -S'inscrire au Registre du Commerce et des Sociétés. -Code de la Santé Publique et convention collective nationale de l'optique lunetterie de détail (02.06.1986) -La loi de financement de la Sécurité Sociale pour 2014 a instauré de nouvelles règles de prises en charge des frais d'opticien par les mutuelles (applicables depuis le 1er avril 2015) -Depuis le 1er janvier 2020, la réforme "100% santé" s'applique au marché de l'optique. -Le décret 2015-1223 du 2 octobre 2015 liste les mentions devant figurer sur le site Internet proposant des verres correcteurs et des lentilles de contact.

2- 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	<ul style="list-style-type: none"> • Marchand de lunette low cost • Site de vente de lunette en ligne avec des prix qui défie toute concurrents. • MyBinocle : marketplace optique en ligne
Degré de rivalité avec les concurrents	<ul style="list-style-type: none"> • Assez rude entre les grandes enseigne, les marchand low cost, les marchand en ligne. • Se joue sur le nombre fulgurant des concurrents présent sur le même marché. • Se joue aussi sur l'offre proposée par chacun des concurrents. • Se joue également sur la notoriété et la visibilité des acteurs.
Menace des produits de substitution	<ul style="list-style-type: none"> • Opération laser par les chirurgiens ophtalmo • Œil bionique pour les aveugles qui substitue les lunettes avec caméra pour les aveugles.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Dépend de la qualité et de la rareté des matériaux utilisés, • Du temps consacré à la fabrication, • Des spécificités demandées par le client • Des compétences particulière et rare qu'ils maîtrisent. • Des nombres de fournisseur qui peuvent offrir le même service. • Le nombre et la qualité des clients avec qui il traite déjà.
Pouvoir de négociation des clients	<ul style="list-style-type: none"> • Se joue sur son compte mutuel • Ou sur le système 100% santé, 100% remboursé • Sur leur besoin spécifique, • Sur la qualité du produit et la garantie offerte

3-SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Notoriété acquit depuis 50ans dans le domaine • Service à proximité des consommateurs • Gamme et marque de produits diversifiés qui offre un large choix aux consommateurs. • Qualité des produits vendus • Présence physique et en ligne de l'enseigne et ces produits. 	Présence numérique pas optimisé
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Existence de Mybinocle.com, une première marketplace en ligne de dépôt et de vente des lunettes et qui peut être un nouveau canal de distribution des produits AFFLELOU. • Le système de santé lancé par le président de la république Français et qui couvre la totalité des soins auditive et optique de tous les français : le 100% Santé qui est 100% remboursé. • La mode de consommation qui tende plus vers le numérique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Emergence des opérations laser à des prix compétitif lancé par des chirurgiens ophtalmologue, notamment celle qui se trouve aux Turquie. • Emergence d'une application qui peut soigner la vision lancé par une start-up Israélienne spécialisée dans la neuroscience. • Emergence d'une nouvelle technologie qui se nomme « œil bionique » et qui substitue les lunettes équipé de caméra spécialisé pour les aveugles.




II- Etude de la concurrence

1-Ses concurrents

LES CONCURRENTS D'AFFLELOU	
Concurrent directs	Concurrent indirect
<ul style="list-style-type: none"> • Optical center • Groupe Krys 	<ul style="list-style-type: none"> • Les chirurgiens Ophtalmologues

2-Benchmarking

	OPTICAL CENTER	GROUPE KRYs
Présentation des concurrents	<p>L'enseigne Optical Center, créée en 1991 par Laurent Lévy est le leader de la vente de lunettes en France en 2020 et réalise une chiffre d'affaire de 754 millions d'euros. Il est présent sur le marché de l'optique et de l'audition. Il compte 591 magasins d'optique. Il est également présent dans 8 pays à savoir : France, Belgique, Luxembourg, Espagne, Suisse, Canada, Israël, Angleterre.</p> <p>Son slogan : « Voir le beau et entendre le bien »</p>	<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, dont 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 955 magasins.</p>

		<p>Il commercialise une partie de ses propres verres, qui sont fabriqués en France dans son site industriel à Bazainville (78) elle se caractérise par des solutions innovantes et de qualité accessibles à tous.</p> <p>Son slogan : « Vous allez vous aimez »</p>
Ses différentes gammes de lunette	<ul style="list-style-type: none"> • Lunette de vue (selon les marques, genre, montures, style et forme) <div>  <p>PROMO -40%</p> <p>LUNETTES DE VUE GUCCI GG 00270 002 50/20</p> <p>159 €</p> <p>ESSAYER EN LIGNE</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Lunette de soleil (selon les marques, genre, montures, style et forme) <div>  <p>LIVRAISON EN 48H</p> <p>PROMO -40%</p> <p>LUNETTES DE SOLEIL RAY-BAN RB 3447 001 Round Metal...</p> <p>98 €</p> <p>ESSAYER EN LIGNE</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> • Lunette de vue (selon les marques, genre, montures, style et forme) <div>  <p>Lunettes de vue Signature Krys KIS2003 532 BLEU FONCE</p> <p>99,00 €</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Lunette de soleil (selon les marques, genre, montures, style et forme) <div>  <p>Lunettes de soleil Levi's LV1019/S 010 PALLADIUM</p> <p>99,00 €</p> </div>

