

PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

1 - Étude de l'environnement de l'entreprise

1.1 À l'aide de la matrice PESTEL déterminez les facteurs au niveau macro-environnemental.

Politique	
Économique	-La crise sanitaire de la covid-19 a un impact négatif sur le nombre des lunettes vendu. Ça changé l'habitude de consommation
Social	-le marché des lunettes et de l'optique ne cesse pas de croître, car d'après la recherche que j'ai faite, "avec les trois quarts de la population française affectés d'un trouble ou d'une maladie visuelle "
Technologique	-Avec l'avancée technologique, il y a toujours d'innovation sur le marché de lunette
Environnemental	"Développement des montures plastiques nuisent à l'écologie"
Légal	

1.2 Déterminez les Forces de Porter.

Menace des nouveaux entrants	l'entreprise Alain AFFLELOU est potentiel sur le marché, donc les nouveaux entrants, ce ne sont pas trop de menace
Degré de rivalité avec les concurrents	Intensité concurrentielle est moyen, car par rapport à la taille des entreprises adverses, l'entreprise Alain AFFLELOU est le dominant sur le marché
Menace des produits de substitution	L'entreprise a produit plusieurs sortes des produits de substitution, donc, le menace

	est faible
Pouvoir de négociation des fournisseurs	
Pouvoir de négociation des clients	Face aux concurrents, le pouvoir de négociation des clients est un peu au-dessus de la moyenne

1.3 À l'aide de la matrice SWOT, déterminez les facteurs au niveau micro-environnemental

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> -Elle a un avantage en secteur de communication (très connu et a une bonne réputation) -Publicité avec des personnes influentes 	<ul style="list-style-type: none"> -Prix un peu élevé
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> -Avec l'évolution de technologie, tout est digitalisé, donc, ç'augmente le nombre des gens qui doivent rester devant l'écran. (ils ont forcément besoin de lunette) - Le taux de vieillissement augmente au fil des ans -Dérèglement climatique, besoin d'avoir de lunette de soleil est en hausse 	<ul style="list-style-type: none"> -La crise économique et sanitaire a un impact sur la vie sociale des consommateurs -Marché de plus en plus concurrentiel

2 - Étude de la concurrence

2.1 Déterminez 2 concurrents directs et 1 concurrent indirect d'AFFLELOU.

⇒ Les concurrents directs : Optic 2000 et Optical center

⇒ Le concurrent indirect : Grande distribution

2.2 Pour chacun des concurrents, faites un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de lunettes. Préciser pour chaque gamme une paire de lunettes et le prix associé.

- **Optic 2000:**

Est une entreprise optique. Leurs produits sont : lunettes de vue, lunette du soleil et lentilles. Leur prix est dépendu de leurs spécificités et leurs marques

Lunette de vue

		
Lunettes de vue Mixte Ray-Ban NEW ROUND - RX3637V - Noir	Lunettes de vue Mixte Ray-Ban RX2199V - Ecaille	Lunettes de vue Enfant Ray-Ban LEONARD JR - RY9093V - Noir
135,00 €	144,00 €	67,00 €

Lunette du soleil

		
Lunettes de soleil Mixte Ray-Ban CLUBMASTER - RB3016 - Noir	Lunettes de soleil Mixte Ray-Ban HEXAGONAL - RB3548N - Doré	Lunettes de soleil Mixte Ray-Ban RB2180 - Ecaille
77,70 € 110,00 €	77,70 € 110,00 €	72,10 € 103,00 €

Lentilles



Lentilles de contact
Dia Si-Hy
mensuelle
DIA

28,00 €



Lentilles de contact
**Dia 1 jour Com-
fort Plus - 30**
lentilles
DIA

15,00 €



Lentilles de contact
Biofinity
Coopervision

20,50 €



Lentilles de contact
Acuvue Oasys
Johnson &
Johnson

18,30 €



Lentilles de contact
1 Day Acuvue
Moist Boite de 90
Johnson &
Johnson

44,80 €



Lentilles de contact
Acuvue Oasys
x12
Johnson &
Johnson

33,90 €

• Optical center

Est une entreprise optique qui vend des lunettes de vue, lunette du soleil, lentilles de contact et appareils auditifs.

Leur prix est dépendu de leurs spécificités et leurs marques

Lunette de vue



LUNETTES DE VUE
RAY-BAN
RX 7066 2000 54/17

89 €



ESSAYER EN LIGNE



LUNETTES DE VUE
RAY-BAN
RX 5121 2000 WAYFARER ...

111 €



ESSAYER EN LIGNE



LUNETTES DE VUE
RAY-BAN
RX 7046 5365 51/18

89 €



ESSAYER EN LIGNE

Lunette du soleil



LUNETTES DE SOLEIL
RAY-BAN
RB 3025 L0205 Aviator 58...

96 €

ESSAYER EN LIGNE



LUNETTES DE SOLEIL
RAY-BAN
RB 4125 710/51 Cats 5000 ...

103 €

ESSAYER EN LIGNE



LUNETTES DE SOLEIL
RAY-BAN
RB 4171 865/13 Erika Classi...

91 €

ESSAYER EN LIGNE

Lentilles de contact



JOHNSON & JOHNSON
1 DAY ACUVUE MOIST 90

47 €



JOHNSON & JOHNSON
ACUVUE OASYS with HY...

18 €



ALCON
DAILIES TOTAL 1 90

71 €

Appareils auditifs



WIDEX
APPAREIL AUDITIF WIDE...



1600 €

Ecouteur Déporté (RIC,RITE)



SIGNIA SIEMENS
APPAREIL AUDITIF SIEM...



1450 €



WIDEX
APPAREIL AUDITIF WIDE...



1400 €

2.3 Faites une analyse de la communication de chacun des concurrents sur les points suivants :

- Réseaux sociaux (nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet traité en publication)
- Site internet (construction du menu, ergonomie, diversité du catalogue)
- SEO (réaliser un audit SEO grâce à la grille prévu à cet effet)

		Optic 2000	Optical center
<u>Réseaux sociaux</u>	Nombre d'abonnés : Taux d'engagement : Type de contenus publiés : Sujet traité en publication :		Facebook : 419 798
<u>Site internet</u>	construction du menu : ergonomie : diversité du catalogue :		
<u>SEO</u>			

2.4 Après votre analyse et à l'aide d'un **mapping concurrentiel**, déterminez le **positionnement** d'AFFLELOU face à ses concurrents. Vous devrez définir par vous-même les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel. Vous pouvez utiliser l'outil de votre choix pour réaliser le mapping. **Canvas** est gratuit et vous permettra de réaliser cela facilement.

2.5 Construire le Marketing Mix d'Afflelou (Produit, Prix, Distribution, Communication)

	Lunettes de soleil	Lunettes de vue	Lentilles
Produit	<p><u>ses fonctionnalités</u> : protège les yeux contre le soleil, le vent, le rayon ultra violet</p> <p><u>ses caractéristiques</u> : (Il existe en différente forme, style, matière, couleur)</p> <p>Il répond au <u>besoin de consommateur</u> à suivre la tendance, avoir plus de style, et à la mode.</p>	<p><u>ses fonctionnalités</u> : corrige la vue</p> <p>Il répond au <u>besoin de consommateur</u> à mieux voir</p>	<p><u>ses fonctionnalités</u> : corrige la vue</p> <p>Il répond au <u>besoin de consommateur</u> à être plus à l'aise</p>
Prix	Ça dépend de la marque, de ses caractéristiques et ses spécifiques	Ça dépend de la marque, de ses caractéristiques et ses spécifiques	Ça dépend de la marque, de ses caractéristiques et ses spécifiques
Distribution	Plusieurs modes de distribution : -Vendu dans des magasins -Disponible au centre commercial -Sur site	Plusieurs modes de distribution : -Vendu dans des magasins -Disponible au centre commercial -Sur site	Plusieurs modes de distribution : -Vendu dans des magasins -Disponible au centre commercial -Sur site
Communication	-Publicité sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...) -Publicité à la télé -Publication avec des personnes très influente -Site internet -Blog	-Publicité sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...) -Publicité à la télé -Publication avec des personnes très influente -Site internet -Blog	-Publicité sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...) -Publicité à la télé -Publication avec des personnes très influente -Site internet -Blog

--	--	--	--

3 - Étude de la cible

3.1 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 : Mal voyant
- Cible primaire :
- Cible secondaire :

3.2 Construire le persona pour le cœur de cible et la cible Primaire. Vous pouvez utiliser le site : <https://xtensio.com/user-persona-template/> pour réaliser votre persona.

4 - Marketing Digital

4.1 Quels sont les moyens de communication d’AFFLELOU, en triant via Owned, Paid et Earned média ?

4.2 Construire le Tunnel de conversion d’Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication pour la paire de lunettes “Afflelou Sebastien (paire homme).

4.3 Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l’inbound Marketing afin de promouvoir la paire de lunettes Afflelou Sebastien (paire homme). Pour chaque action, déterminez l’objectif SMART ; 4.4 Quelles sont les KPI que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion d’inbound Marketing.

[illegible]

PARTIE SEO : Audit du site

PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog