

#### IV - Énoncé

Vous êtes un marketeur freelance qui entame un contrat avec un client. Il s'agit d'un Client d'envergure, car c'est une entreprise d'opticien très connue en France et dans quelques pays : Alain AFFLELOU. Votre objectif sera de réaliser un audit et des propositions d'optimisation de leur site internet Alain AFFLELOU.

**Vous convenez avec votre client le cadre de la mission ainsi que les objectifs de livrable.**

Voici les éléments du cahier des charges que vous avez convenues pour la mission :

- Étudier l'environnement de l'entreprise (veille environnementale)
- Étudier la concurrence de l'entreprise (analyse concurrentielle)
- Étudier la cible de l'entreprise (analyse de la cible)
- Étudier la présence digitale de l'entreprise (marketing digital)
  - Réaliser un audit SEO
  - Proposer un article web sur un sujet au choix autour de Alain AFFLELOU

Votre mission sera de satisfaire les souhaits du client, en réalisant un site internet le plus fidèle possible au cahier des charges.

Tous les détails sont présents à la suite de ce document.

**Pour réaliser ce projet, vous avez 1 semaine, du Lundi 27/06/2022 au Vendredi 01/07/2022 minuit.**

Vous devrez impérativement respecter les consignes de rendu pour que votre évaluation soit prise en compte.

#### **V - PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital**

Cette analyse doit être rendue comme si vous la rendiez à un véritable client. Il faut donc

essayer d'être un maximum pédagogue, utiliser des termes compréhensibles, justifier chaque recommandation et présenter une stratégie claire et expliquée.

### V.1 - Étude de l'environnement de l'entreprise

Tout d'abord, une analyse environnementale doit être effectuée pour comprendre le secteur de l'entreprise et rassembler des informations.

Pour aider dans la réalisation des étapes ci-dessous, veuillez vous référer aux matrices et modèles présents en Annexe.

#### À faire

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

| POLITIQUE  | ECONOMIE   | SOCIAL  |
|--|--|---|
| Règles concurrence<br>Politique monétaire<br>Protection social<br>Pression gouvernementale<br>Protection des consommateurs | Croissance<br>Taux d' intérêts<br>Cycle économique | Répartition des revenus<br>Modes et tendance<br>Santé<br>Style de vie |

| TECHNOLOGIE                                 | ENVIRONNEMENT | LÉGAL   |
|---|---------------|---|
| Nouvelle découverte<br>Aide à l' innovation |               | Lois ; santé ; sécurité<br>Droit d' auteur<br>Droit de travail<br>Propriété industrielle<br>Norme |

## 2. Déterminez les Forces de Porter.

|  |   |
|--|---|
| <b>Menace des nouveaux entrants</b>            | <b>Optic 2000</b> , <b>Krys</b> et <b>Alain Afflelou</b> sont en concurrent . Il concentrent 40% du marché .  |
| <b>Degré de rivalité avec les concurrent s</b> | <p>L' entreprise Alain AFFLELOU a subi une issu concurrentiel très fort à l' international .</p> <p>- Parmi ces concurrents l'Italie cible les consommateurs aux revenus plus forts avec le marché de la lunetterie de luxe .En effet la fonction de la lunette était un outil « utilitaire » et « médical » .</p> <p>- Mais après l'utilisation des lunettes est devenu à visée , les consommateurs l'utilise pour leur goût et se distinguer des autres .</p> |
| <b>Menace des produits de substitution</b>     | <p>Le marché de la lunetterie subi également un autre type de concurrent , celui de <b>la concurrence indirecte</b> avec les produits de substitution telles que :</p> <p>- les lentilles de contact jetables.</p> <p>-lunette magique</p> <p>-lentille de contact</p> <p>-produit visuel et auditive</p>   |
| <b>Pouvoir de négociation des fournisseurs</b> | Le pouvoir de négociation des fournisseurs est très fort parce que les matériaux utilisés dans la fabrication des montures des lunettes sont rares et leur prix conséquents. De ce fait, les couts de transfert sont élevés pour les entreprises .  |
| <b>Pouvoir de négociation des clients</b>      | Le pouvoir de négociation des <b>clients</b> est quasiment inexistant. En effet, le marché de la lunetterie en France présente un nombre important de concurrents, de ce fait l'offre mise à la disposition des clients est conséquente et rend le coût de transfert est très   |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>faible, car les enseignes présentes sur le marché, ont à peu quasiment les mêmes offres et mêmes produits. Ainsi, les <b>clients</b> peuvent facilement changer de marque d'opticien, car le coût de changement n'est pas très élevé.</p> <p>Seul le pouvoir de négociation attribuée <b>aux clients</b> est leur baisse du pouvoir d'achat incitant ainsi certains opticien à baisser leur prix ou à offrir des formules moins chères .</p> |
|--|---|

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

| FORCES   | FAIBLESSES   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Présence dans 16 pays</li> <li>-Première marque d'optique à proposer des solaires</li> <li>-Présence sur les réseaux sociaux</li> <li>-1478 magasin en France et 387 en Espagne</li> <li>- +500 franchises</li> <li>-Politique de communication massive :publicité télévisées</li> <li>-94% de notoriété</li> </ul>  | <p>La commercialisation des lunettes en ligne est faible .</p> <p>L'enseigne décide de finalement se positionner seulement sur l'offre discount .</p>  |
| OPPORTUNITÉS   | MENACES  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clientèle axée sur le look et le style, jeunes</li> <li>- c'est un marché qui recouvre tous les âges et qui a donc une Cible très large En France</li> <li>-la vue est le deuxième sujet le plus important de la santé</li> <li>-nombreuses innovations</li> <li>- Les ventes de verres correcteur génèrent le plus important chiffre d'affaire et augmente en volume .</li> <li>-Beaucoup d'enseignes commercialisent des produit d'optique .</li> <li>-Nombreux moyens de communication</li> <li>-Secteur d'avenir qui ne cesse d'innover</li> <li>-Secteur porteur car il y aura toujours des gens avec des problèmes de vue .</li> <li>-Augmentation de 10% pour le marché des lunettes pour les enfants</li> <li>-Croissance très importante du marché de l'audioprothèse</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-L'existence de plusieurs concurrents .</li> <li>-Le marché de l'optique est très compétitif</li> <li>-Recul constant des lentilles de contact</li> <li>-Baisse du nombre moyen de fournisseurs de verres par magasin</li> <li>-Le marché sur internet est très faible en France</li> <li>-Prix 2x plus élevés en France que dans les pays voisins pour l'achat de paire de lunette</li> <li>-Marché milieu de gamme en régression</li> </ul> |

## V.2 - Étude de la concurrence

L'étude de la concurrence est très importante pour savoir comment l'entreprise se place ou comment elle doit se placer face à son marché.

À faire :

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

Concurrents **directs** d' AFFLELOU : **OPTIC 2000** et **KRYS OPTIC** .

Concurrent **indirect** d'AFFLELOU : **MON PHARMACIEN CONSEIL**

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.

**Concurrents directs d'AFFLELOU :**

- 1- **L' entreprise OPTIC 2000** :est l' enseigne créée en 1969 par un réseau coopératif d' opticiens ,le GADOL . Elle regroupe plus de 1800 points de vente et l' un des plus importants réseaux de magasins d' optique en France . Elle est devenue célèbre grâce à son offre de 2 paire de lunettes pour le pris d' une . Et il y a aussi l' incarnation de sa marque par **Jhonny HALLYDAY**

**Les lunettes et le prix :**

Lunette de soleil **NEW WAYFARER** 72,10 Euros

Lunette de soleil **ROUND –METAL** 77,70 Euros

Lunette de soleil **AVIATOR LARGE** 77,70 Euros .

- 2- **L' entreprise KRYS OPTIC** : c'est la première enseigne à présenter les montures en libre essayage en magasin .

### Les lunettes et le prix :

Lunette de vue **Gucci** à partir de 319 ,00 Euros

Lunette de vue **Saint Laurent** à partir de 249,00 Euros

Lunette de vue **Chloé** de 349 ;00 Euros

Lunette de vue **Mauboussin** à partir de 295,00 Euros

**3-MON PHARMACIEN CONSEIL** : est le site de la parapharmacie en ligne à petits prix .

### 3. Faites une analyse de la communication de chacun des concurrents sur les points suivants :

- a. Réseaux sociaux (nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet traité en publication)

|                                   | Concurrents | nombre d'abonnés | taux d'engagement publiés | sujet traité en publication |
|-----------------------------------|-------------|------------------|---------------------------|-----------------------------|
| <b>OPTIC 2000</b>                 | Direct      | 155 149          | 77%                       | PHOTOS<br>VIDEO             |
| <b>KRYS</b>                       | Direct      | 103 097          | 60%                       | PHOTOS<br>VIDEO             |
| <b>MON PHARMACIEN<br/>CONSEIL</b> | Indirect    | 3 111            | 60%                       | PHOTOS<br>VIDEO             |

Site internet (construction du menu, ergonomie, diversité du catalogue)

| CONCURRENTS | construction du menu  | ergonomie  | diversité du catalogue                            |
|-------------|---|--|---|
| OPTIC 2000  | Les internautes découvrent sur le site en quoi l'entreprise répond à leurs besoins .<br>Toute <b>les menus</b> indique à la page où | -Une page d' accueil claire , simple et précis<br><br>-Texte lisible<br><br>-Menus accessibles | Office depot<br>Gamm Vert<br>Lidl<br>Bureau Valée |

|                         |   |   |  |
|-------------------------|---|---|--|
|                         | on veut visiter   | -Affichage rapide   |  |
| KRYS                    | Les internautes découvrent sur le site en quoi l'entreprise répond à leurs besoins .<br>Toute <b>les menus</b> indique à la page où on veut visiter | -Une page d' accueil claire , simple et précis<br><br>-Texte lisible<br><br>-Menus accessibles<br><br>-Affichage rapide | Auchan<br><br>Decathlon<br><br>Inter- marché |
| MON PHARMATIEEN CONSEIL | Les internautes découvrent sur le site en quoi l'entreprise répond à leurs besoins .<br>Toute <b>les menus</b> indique à la page où on veut visiter | Une page d' accueil claire , simple et précis<br>-Texte lisible<br><br>-Menus accessibles<br><br>-Affichage rapide      |  |

b. SEO (réaliser un audit SEO grâce à la grille prévu à cet effet)

#### 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.**

#### POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Proposition de valeur claire et aussi efficace . L' entreprise d'ALAIN AFFLELOU détient une seconde enseigne au positionnement . Comportant de plusieurs magasins . Qui a une attention d' influencer les consommateurs. Il semble que c' est difficile pour les concurrents de contrer le positionnement .



## 5. Construire le Marketing Mix d’Afflelou (Produit, Prix, Distribution, Communication)

| Produit           | Prix                  | Distribution               | Communication   |
|-------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------|
| Lunette de soleil | 29 à 490 Euros        | Producteur au consommateur | Réseaux sociaux |
| Lunette de vue    | 30 à 325 Euros        |                            | newsletter      |
| Lentille          | 21,9 à 75 Euros       |                            | site internet   |
| Lunette magic     | A partir de 149 Euros |                            |                 |

### V.3 - Étude de la cible

Apprendre à connaître sa cible est également une étape essentielle. Une entreprise, même si elle a une identité et des objectifs propres, doit répondre aux attentes de sa cible, futurs utilisateurs de la solution proposée.

**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)**

**Les cibles d’ AFFLELOU :**

**-Cœur cible : - les jeunes**

**-Cible primaire :**

- homme**
- femme**
- enfant**

**-Cible secondaire : la population**

**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.**

#### **V.4 - Marketing Digital**

Le marketing Digital correspond à l'ensemble des méthodes et des pratiques marketing utilisées sur Internet : communication en ligne (influence et réseaux sociaux), optimisation du commerce électronique, création de trafic au travers de tous supports numériques.

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

**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).**

**Pour les questions 3 et 4, vous remplirez le tableau en annexe.**

**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. Quelles sont les KPI que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion d’inbound Marketing.**

#### **VI - PARTIE SEO : Audit du site**

**Vous analyserez le SEO d’un site web qui vous sera donné : AFFLELOU.**

**Il faudra mettre en avant :**

1. Les problèmes relevés
2. Les solutions apportées pour régler ces problèmes
3. Une stratégie à mettre en place après l'audit

Cette analyse doit être rendue comme si vous la rendiez à un véritable client. Il faut donc essayer d'être un maximum pédagogue, utiliser des termes compréhensibles, justifier chaque recommandation et présenter une stratégie claire et expliquée.

**Vous réaliserez l'audit de ces 3 pages du site AFFLELOU :**

- [https://blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree www.afflelou.com/ /](https://blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/www.afflelou.com/)
- <https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/guess/gu2914-028-5418-or.html>
- <https://www.afflelou.com/lentilles-de-contact/>

Vous devrez réaliser l'audit en suivant les étapes suivantes :

- 1re partie : Résumé synthétique de l'écosystème global (concurrents et réseaux sociaux)
- 2e partie : Analyse technique
- 3e partie : Analyse sémantique
- 4e partie : Backlinks
- 5e partie : Réaliser un tableau de synthèse à la fin présentant les priorités et les actions que vous préconisez.

Conseils à prendre en compte :

- N'hésitez pas à faire des captures d'écran des problèmes que vous identifiez (dans le code HTML, sur le site...), des recommandations que vous pouvez faire, etc.
- Utilisez les outils listés dans le cours, certains sont gratuits et d'autres proposent une période d'essai gratuite comme SEMrush que je recommande vivement.
- Servez-vous également du tableau qui vous sera donné. Elle rassemble tous les éléments à regarder lors d'un audit de site. Tous les éléments ne seront pas nécessaires

pour cet audit, mais c'est une bonne base pour être sûr de ne rien oublier.

## **VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog**

La rédaction web permet de produire des contenus rédactionnels adaptés au web. Les règles d'écriture diffèrent de celles de la presse écrite : l'écriture doit être concise, rapidement compréhensible et le style dynamique. Il est souvent recommandé pour les entreprises de proposer du contenu afin d'améliorer leur visibilité sur le web. Cette communication a également pour effet de développer la notoriété et la légitimité de l'entreprise dans son secteur. Dans votre analyse du site, vous vous apercevez que la partie blog est existante, mais n'est pas vraiment pertinente : les sujets traités ne sont pas engageants et ne partagent que peu d'informations et d'expertise dans le domaine de l'optique. Vous convenez donc avec votre client de produire un article de blog pour optimiser le référencement et apporter un modèle d'article de blog pertinent. Il est nécessaire de revoir l'angle d'approche et les thématiques abordées afin que le blog du site présente une réelle valeur ajoutée et participe à son dynamisme. Il est alors convenu ce qui suit :

- 1 article de 1200 mots minimum (1300 mots maximum)
- Choix de la thématique libre. Elle doit tout de même être choisie en fonction de l'identité de la marque et des conseils à adopter pour améliorer la stratégie marketing globale de l'entreprise. . Vous devrez justifier votre choix de thématique.

Conseils :

- Choisissez une thématique liée au monde de l'ophtalmologie et au marché des lunettes au sens large. Par exemple, vous pouvez très bien parler de technologie, d'innovation, de santé, d'histoire, etc. tant que cela tourne autour du secteur d'activité de base.
- Soyez créatif pour attirer des visiteurs et créer du trafic. N'hésitez pas à sortir des sentiers battus en optant pour des thématiques originales.
- Respectez le ton et le style du blog de base, il ne faut pas non plus déstabiliser les habitudes de la communauté en opérant un changement radical.

- Proposez un contenu 100 % original (les contenus dupliqués seront sanctionnés) pour vous démarquer de la concurrence. Mais n'hésitez pas à vous inspirer de l'existant en allant visiter les sites d'autres marchands de lunettes et en lisant d'autres blogs dans ce domaine d'activité.