



Rubrique : COMMUNICATION

Modules : Marketing Digital, SEO/SEA
& Rédaction Web

|ÉVALUATION INTERMÉDIAIRE|
AUDIT & OPTIMISATION D'UN
SITE WEB

*Tous vos travaux devront être déposés sur votre compte
Github*

Table des Matières

I - Introduction

II - Objectif

III - Consignes

IV - Énoncé

V - PARTIE 1 : Marketing Stratégique & Digital

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

V.2 - Étude de la concurrence

V.3 - Étude de la cible

V.4 - Marketing Digital

VI - PARTIE 2 : Audit SEO du site

VII - PARTIE 3 : Article de Blog

ANNEXES

Matrice et Templates

1 - PESTEL

2 - 5 forces de PORTER

3 - SWOT

4 - Marketing Digital

I - Introduction

Repository Name: SAYNA-MARKETING-EVALUATION-M

La totalité de vos fichiers, qu'importe le format, doivent être inclus dans votre livraison dépôt Github.

II - Objectif

Le marketing est un ensemble de techniques de vente destiné à optimiser les résultats financiers d'une organisation (une entreprise, une association, une ONG, etc.). Dans l'ère du digital, de nombreuses méthodes sont apparues pour optimiser la stratégie marketing. On parle alors de marketing digital, de SEO/SEA et de rédaction web, comme activités principales pour concevoir une stratégie complète.

Souvent, on ne s'aperçoit pas, en tant que spectateur/utilisateur, de tous les efforts mobilisés pour améliorer la visibilité et la clarté des informations d'une organisation. De plus, les organisations de notre époque se doivent d'avoir une présence et une réflexion dans le digital ainsi que dans leur identité si elles veulent rester compétitives.

Cette activité a pour objectif de vous mettre en situation professionnelle réelle. En effet, vous devrez vous mettre dans la peau d'un professionnel du marketing qui doit proposer des solutions pour une structure déjà existante. Vous devrez d'abord réaliser un audit pour avoir une vision concrète de la structure et de son environnement, pour ensuite proposer une liste de propositions et d'actions à mettre en place.

Tout ceci s'insère dans une stratégie plus globale, d'améliorer la visibilité de la structure et d'optimiser les ventes.

À l'issue de cette évaluation, vous devrez réaliser un rapport présentant tous vos éléments de réflexion, les méthodes utilisées, les actions à mettre en place et les conseils pour maintenir une stratégie marketing optimale.

III - Consignes

Pour réaliser cette évaluation, vous pouvez utiliser un éditeur de texte de votre choix (Word, Google Doc ou autres) et copier les éléments de l'énoncé dont vous aurez besoin dans votre document. Tous les éléments de l'évaluation devront être présents dans un seul et même document. Dans le cas où vous avez des documents complémentaires à intégrer dans votre rendu, pensez à le préciser dans votre document principal (astuces : vous pouvez rajouter un README dans votre dépôt pour ajouter des explications de votre rendu).

Avec ce genre d'activité, le format du rendu du document à préconiser est le PDF.

Pensez donc à changer le format de votre document.

Le rendu des activités se fera sur Github (comme pour les projets précédents) en respectant impérativement la nomenclature suivante et en utilisant qu'un seul dépôt :

SAYNA-MARKETING-EVALUATION-M

⚠ Si la nomenclature n'est pas respectée, le projet ne sera pas pris en compte lors de la correction et l'évaluation ⚠

⚠ Pensez à mettre votre dépôt en "Public". Le projet ne sera pas corrigé si le dépôt se trouve en "Privé" ⚠

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 convenus 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 Stratégique & 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	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
Les opticiens tentent désormais d'allier l'économique et l'écologique. Le secteur de l'optique se lance dans l'économie circulaire des lunettes. Son objectif ultime est de parvenir à découpler la croissance économique de l'épuisement des ressources.	Le secteur de l'optique fonctionne bien en France, avec un chiffre d'affaires total de 6,75 milliards d'euros en 2021.	Le port des lunettes améliore la vision. Les problèmes de vision sous l'effet du changement de forme des globes oculaires et du vieillissement sont corrigés par les lunettes.	Des lunettes dotées d'une intelligence artificielle conçue pour simplifier la vie quotidienne vont être créées. Ils seront munis d'assistance vocale comme Siri et OK Google en tête...	Le secteur de l'optique se transforme, avec la mise en place des lunettes à faible empreinte carbone et le recyclage des verres usés.	La loi n° 2023-379 du 19 mai 2023 prévoit que les opticiens lunetiers puissent lors de la première délivrance de lunettes ou lentilles adaptées la prescription.

2. Déterminez les Forces de Porter.

Menace des nouveaux entrants	Le marché de l'optique est très concurrentiel. De plus en plus de magasins ouvrent leur porte et beaucoup s'associent.
Degré de rivalité avec les concurrents	OPTIC 2000 a un très fort potentiel. Il a un CA de 574 millions d'euros et 1046 magasins, tandis qu'AFFLELOU a un CA de 275,2 millions d'euros pour 501 magasins.

Menace des produits de substitution	Les lentilles de contact évoluent à plus de 4,8% sur le marché.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Les chaînes spécialisées gagnent des parts de marché, en améliorant leurs conditions de vente (visibilité et choix) et en proposant des services en termes de gain de temps et en mettant en place d'importantes campagnes de communication.
Pouvoir de négociation des clients	Les clients sont de plus en plus exigeants. Leurs critères de choix s'étendent sur les vues et l'apparence des lunettes.

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

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Un bon emplacement - De nombreuses références de lunettes - Une vitrine travaillée qui attire le client - Des réductions pour les clients fidèles 	<ul style="list-style-type: none"> - Des horaires d'ouvertures trop limitées - Trop peu de vendeurs et d'assistants pour répondre aux questions des clients - Une boutique avec une atmosphère peu travaillée - Une mauvaise disposition des lunettes en boutique (MERCHANDISING)
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Le développement d'une boutique en ligne - Gain de visibilité grâce aux réseaux sociaux - Développement d'un concept de franchise, en créant de nouvelles boutiques - Association avec des Ophtalmologues 	<ul style="list-style-type: none"> - Des avis négatifs sur le profil Google My business - Une mauvaise gestion de la trésorerie - L'arrivée d'un nouveau concurrent dans la zone de chalandise - Une mauvaise gestion des stocks

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.

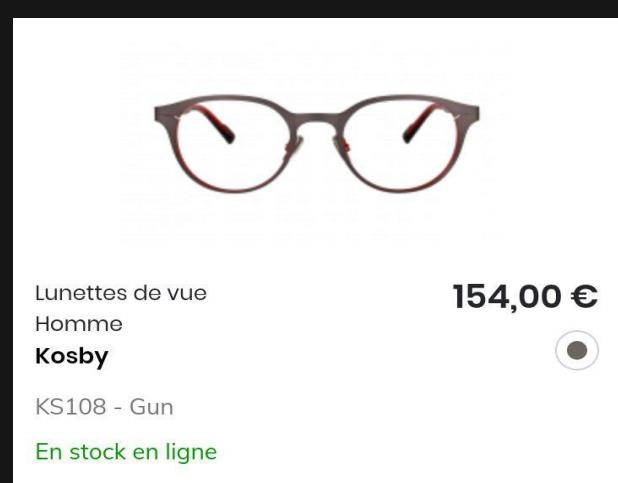
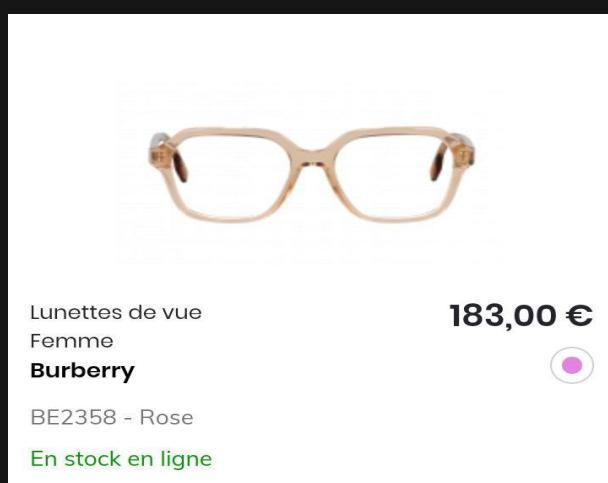
Pour chacun des concurrents, faites un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de lunettes. Préciser pour chaque gamme une paire de lunettes et le prix associé.

Les 2 concurrents directs d'AFFLELOU sont OPTIC 2000 et KRYSTAL et un de ses concurrents indirect est Optique Leclerc.

❖ OPTIC 2000

OPTIC 2000 est une coopérative créée en 1969 par le groupement d'achats des opticiens lunetiers ou GADOL. C'est un expert en lunetterie présent partout et un acteur incontournable de l'optique en ligne.

Ses produits sont les lunettes de vue femme ; les lunettes de vue homme et les lunettes de soleil.



❖ GRAND OPTICAL

GRAND OPTICAL est une enseigne et un groupe français dans le secteur de l'optique. C'est un partenaire inspirant de la santé visuelle, qui vous propose de contrôler votre vue et d'adapter une prescription si nécessaire. Ses principaux produits sont : les lunettes de vues pour femme ; les lunettes de vue pour homme, les lunettes de soleil et tous types de lunettes de soleil pour femme.

	
VERSACE VE3320U GB1 259 €	BURBERRY BE1347 1109 239 €
Sélection Grande Fas...	
	
DOLCE GABBANA DG3334 3287 269 €	PRADA PR 05WV 07R1O1 259 €

	
TOM FORD FT5886-B 52 339 €	RAY-BAN RX0840V 2000 185 €
	
STARCK SH3088 5 389 €	PERSOL PO1007V 513 239 €

	
VERSACE VE4361 GB1/87 250 €	CHLOE CH0047S 1 360 €
	
MONTBLANC MB0155S 2 310 €	YVES SAINT LAURENT SL 276 1 305 €

	
YVES SAINT LAURENT SL 276 1 305 €	GUCCI GG0860S 2 280 €
	
PRADA PR 22ZS 07R0A6 270 €	GUCCI GG1338S 3 195 €

❖ ATOL

Atol est une chaîne d'opticiens fondée en 1970 et transformée en 2009 en société en nom collectif.

Elle détient sa propre plateforme logistique et industrielle à Beaune. Ses magasins étaient au nombre de 752 en 2018, réparties dans 668 Communes françaises. Ses produits sont les lunettes de vue pour femme ; les lunettes de vue pour homme et les lunettes de soleil.

 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1434O Or Prix de vente généralement constaté 402,00 € 	 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1424O Noir Prix de vente généralement constaté 270,00 € 	 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1446O Noir Prix de vente généralement constaté 292,00 € 	 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1438O Ecaille marron Prix de vente généralement constaté 392,00 € 
 NOUVEAUTÉ GUCCI GG14170A Or Prix de vente généralement constaté 373,00 € 	 NOUVEAUTÉ GUCCI GG14140 Or Prix de vente généralement constaté 373,00 € 	 NOUVEAUTÉ GUCCI GG14280 Noir Prix de vente généralement constaté 270,00 € 	 WAY Cavern Club Trans- parent Cristal Prix de vente généralement constaté 130,00 € 

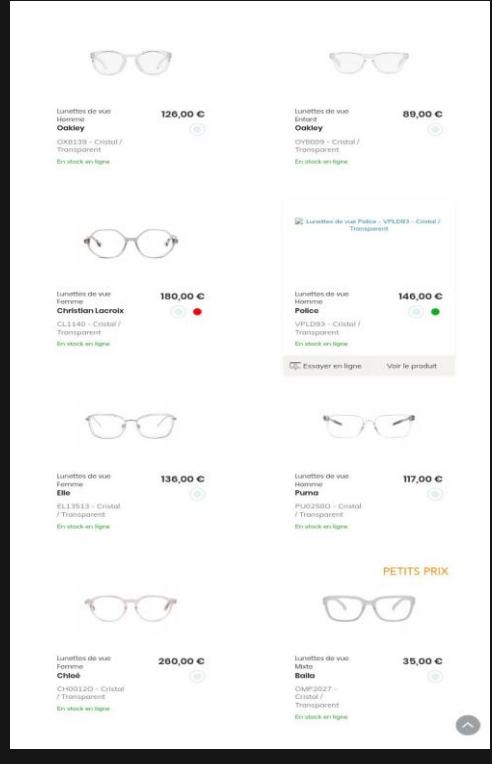
 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1449S Noir verres Gris Prix de vente web 352,00 €  	 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1434S Or Rose verres Brun Prix de vente web 401,00 €  
 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1431S Noir verres Gris Prix de vente web 302,00 €  	 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1421S Noir verres Gris Prix de vente web 322,00 €  

2. 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	Réseaux sociaux (Instagram)			
	Nombre d'abonnés	Taux d'engagement	Type de contenus	Sujet traité
OPTIC 2000	25 100	588 publications	Photos et vidéos	Optique, travail, entreprise
GRAND OPTICAL	7000	1701 publications	Photos, vidéos, publicités	Optique, lunettes et célébrités,
ATOL	12 800 abonnés	919 publications	Photos, vidéos, publicité	Optique, enfants, luminosité, vacances, etc.

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

Concurrents	Site internet		
	construction du menu	Ergonomie	diversité du catalogue
OPTIC 2000 www.optic2000.com	Lunettes de vue Lunettes de soleil Lentilles Lunettes de sport Ray-Ban Stories Services Offres Marques Conseil Audition Ski	Facile à lire Texte lisible Simple Harmonie des couleurs Mobile responsive Chargement rapide Existence d'un champ de recherche	

GRAND OPTICAL www.grandoptical.com	Lunettes de vue Lunettes de soleil Lentilles Sport Services Edito	Facile à lire Texte lisible Simple Harmonie des couleurs Mobile responsive Chargement rapide Existence d'un champ de recherche	 NOUVEAUTÉ GUCCI GG1434O Or Prix de vente généralement constaté 402,00 €   NOUVEAUTÉ GUCCI GG1428O Noir Prix de vente généralement constaté 270,00 €   NOUVEAUTÉ GUCCI GG1424O Noir Prix de vente généralement constaté 270,00 €   NOUVEAUTÉ GUCCI GG1417OA Or Prix de vente généralement constaté 373,00 €   NOUVEAUTÉ GUCCI GG1414O Or Prix de vente généralement constaté 270,00 €   NOUVEAUTÉ GUCCI GG1411O Ecaille marron Prix de vente généralement constaté 269 €
ATOL www.atol.fr	Lunette de vue Lunette de soleil Lentilles Audition Lexilens Conseils	Facile à lire Texte lisible Simple Harmonie des couleurs Mobile responsive Chargement rapide Existence d'un champ de recherche	 VERSACE VE3200 681 259 €  BURBERRY BE1347 1109 239 €  DOLCE & GABBANA DG3342 3387 269 €  PRADA PR 05W 07R101 259 €  BERENICE BRIGITTE 063 279 €  CHLOÉ CH00530 5 309 €  RAY-BAN RX6414 2983 155 €  PRADA PR 15VY 1AB101 309 €  RAY-BAN RB6444 2500 145 €  STARCK SH099 2 429 €  OAKLEY OX8163 816303 155 €  CARVEN CC1061 N061 359 €  LAFONT HERITIERE 7119 259 €

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

Nous allons procéder à l'Audit SEO d'OPTIC 2000, son concurrent direct à travers sa page web:

The image contains three screenshots of the Optic 2000 website:

- Screenshot 1:** A promotional offer for "JUNIOR LE PARK PROTECTION". It shows a child on a skateboard wearing sunglasses. Text: "Une paire optique achetée = 30€ + 2^e paire anti-lumière bleue + 3^e paire solaire à la vue". Below it, a section says "Optic 2000 vous accompagne dans la pratique de votre sport, vous êtes plutôt ?" followed by categories: Natation, Cyclisme, Ski, Running.
- Screenshot 2:** A product listing for "Lunettes de soleil Maté Julbo Paris 2024". It shows two pairs of sunglasses (yellow and red) with prices of 68,00 € and 108,00 € respectively. Below the first pair, there's a note: "Avec près de 1200 magasins en France, vous êtes sûrs de profiter de tous les conseils de nos opticiens à quelques pas seulement de chez vous."
- Screenshot 3:** A service page titled "OFFRE LENTILLES LES LENTILLES DE CONTACT DIA POUR 1€ PAR JOUR". It features a banner for "DIA COMFORT+", a section for "Optic 2000 À DOMICILE", and a section titled "Nos marques de lunettes!" showing logos for Champion, Christian Lacroix, Benetton, and Disney.

1^{re} partie : Résumé synthétique de l'écosystème global (concurrents et réseaux sociaux)

The image contains two screenshots of the SEMRUSH platform:

- SERK (Search Engine Research Kit) Analysis:** Shows an overview of keywords for "Optic 2000". Key metrics include Volume (90,5K), Difficulty (56%), and CPC (0,36 \$). It also displays a bar chart for "Tendance" and a list of associated keywords like "sur lunettes de soleil optic 2000", "combien de temps pour faire des lunettes optic 2000", and "quelle marque de verre chez optic 2000".
- Analyse des SERP (Search Engine Results Page):** Shows the search results for "optic2000.com". It lists 10 top-ranking URLs, their domains, and metrics like AS de... and Backlinks. It also includes sections for "Textes PLA", "Textes d'annonces", and "Historique du mot clé d'annonces". A sidebar provides tips for keyword research and suggests widgets for the report.

2^e partie : Analyse technique

```

1 <!doctype html>
2 <html lang="fr">
3   <head>
4     <script>
5       var BASE_URL =
6         'https://www.optic2000.com/u
7         '002F';
8       var require = {
9         'baseUrl':
10        'https://www.optic2000.com/u
11         '002Fstatic/u002Fversion1694433952/u002Ffront
12         end/u002FOptic2000/u002Fdefault/u002Ffr_FR
13         '
14       };</script>      <meta
15       charset="utf-8"/>
16 <meta name="title" content="Opticien Optic
17 2000: lunettes de vue, lentilles et
18 lunettes de soleil"/>
19 <meta name="description" content="Optic
20 2000, l'expert en lunetterie proche de
21 chez vous et acteur incontournable de
22 l'optique en ligne ! ✓ Réservez en
23 ligne ★ Click & Collect !"/>
24 <meta name="keywords" content="Opticien en
25 ligne"/>
26 <meta name="robots" content="INDEX,FOLLOW"/>
27 <meta name="viewport"
28   content="width=device-width,
29   initial-scale=1.0, maximum-scale=1.0,
30   user-scalable=0"/>
31 <meta name="format-detection"
32   content="telephone=no"/>
33 <title>Opticien Optic 2000: lunettes de
34 vue, lentilles et lunettes de soleil</
35

```

Left window (lines 1-15):

Right window (lines 25-32):

```

55 <style type="text/css"
56   data-type="criticalCss">
57     body{margin:
58       0;color:#25262b;font-style:normal;font-wie
59       gt;400;font-size:
60       1.4rem}.page-main{flex-grow:
61       1}.product-image-wrapper{display:block;heig
62       ht:
63       0;overflow:hidden;position:relative;z-index
64       :1}img{max-width:
65       100%}.product-image-wrapper .product-image-
66       photo{bottom:
67       0;display:block;height:auto;left:
68       0;margin:auto;max-width:
69       100%;position:absolute;right:0;top:
70       0}.product-image-container{display:inline-b
71       lock;max-width:
72       100%}.modal-popup{position:fixed}.page-wrap
73       per{display:flex;flex-direction:column;min-
74       height:
75       100vh}.action.skip:not(:focus),.block-bal
76       ance .balance-price-label,.block-reorder .pro
77       duct-item .label,.block-wishlist-search-for
78       m .form-wishlist-search .fieldset>.legend,.
79       block-newsletter .label,.bundle-options-con
80       tainer,.block-bundle-summary .product-image-
81       container,.bundle-options-container .block-
82       bundle-summary .product.name,.bundle-optio
83       ns-container,.block-bundle-summary .stock,.
84       checkout-payment-method .ccard .legend,.che
85       kout-payment-method .field-select-billing>.
86       label,.checkout-payment-method .payments .l
87       egend,.customer-review .product-details .ra
88       ting-average-label,.field-street .label,.filter-opti
89       ons-content .filter-count-label .form-add-i
90       nput

```

Après l'analyse faite, du site de l'extérieur jusqu'aux codes html, nous pouvons en conclure qu'ils sont tous très bien structurées. Les contenus sont bien disposés, les balises sont presque présentes. Les images sont complètes et il existe même des versions mobiles responsive. Il a bien travaillé ses pages.

3^e partie : Analyse sémantique

Nombre de mots : 2704 ?							
Afficher les expressions composées de : <input checked="" type="checkbox"/> 1 mot <input checked="" type="checkbox"/> 2 mots <input checked="" type="checkbox"/> 3 mots et plus ?							
N.	Expressions	• Densité pondérée (%) ▾	• Densité brute (%) ▾	Occ.	Filtres	Trouvée dans les balises suivantes	
1	lunettes	15.79	8.32	225	DE * TB	title x2 * header/n av/a x59 * header/n av/a/img. alt x18 * header/n av = header/nav/main/a/l mg.alt x7 5 * header/nav/m a/x19 * header/nav/main/a/x21 * header/nav/v/main/h 2/strong * header/nav/ma in/h2 x2 * header/nav/av/footer/a/x23 * header/nav/footer/x4	
2	lunettes de soleil	8.19	9.87	89	DE * TB	title * header/nav/v/a x20 * header/nav/a/img. alt x9 * header/nav/v * header/nav/m a/x1	

Audit des liens

Pertinence des liens

▼ Avertissement 2

Liens non suivis

▼ Valide

Sécurité

▼ Avertissement 1

Statistiques

- Nombre de liens : **554**
- Nombre de liens uniques (menant vers la même URL) : **316**
- Nombre de liens uniques internes : **305**
- Nombre de liens uniques externes : **11**

Liens internes

Liens externes

Liens spéciaux

URL

<https://www.optic2000.com/>

Analyse textuelle

Nombre de mots

▼ Valide

Fréquence de répétition

▼ Avertissement 1

Rapport texte/code

▼ Avertissement 1

Présentation de la page

👁️ Vérifiez l'apparence de la page dans les SERP

Titre

▼ Valide

Meta description

▼ Valide

Meta keywords

▼ Valide

Adresse de la page

▼ Valide

Structure de la page

🔧 Vérifiez la structure de la page avec
Page Explorer by Alyze

Structure de la page

🔧 Vérifiez la structure de la page avec
Page Explorer by Alyze

Utilisation des titres hiérarchiques

▼ Avertissement 1

Plan de la page

▼ Avertissement 1

Style et Javascript

▼ Avertissement 4

Frames et iFrames

▼ Avertissement 1

Suivez Alyze sur [Twitter](#) ou [Facebook](#)

[À propos & mentions légales](#)

© Alyze 2023 - Confidentialité

Icons made by [Fleipik](#) from [www.flaticon.com](#) is

licensed by [CC 3.0 BY](#)

HTTP

📋 Réponse et requête HTTP

Sécurité

▼ Avertissement 1

Vitesse

Poids de la page

▼ Avertissement 1

Temps de réponse

▼ Valide

Réseau

Adresse IP

62.240.227.106

Reverse IP

host-62-240-227-106.customer.fr.clara.net

Suivez Alyze sur [Twitter](#) ou [Facebook](#)

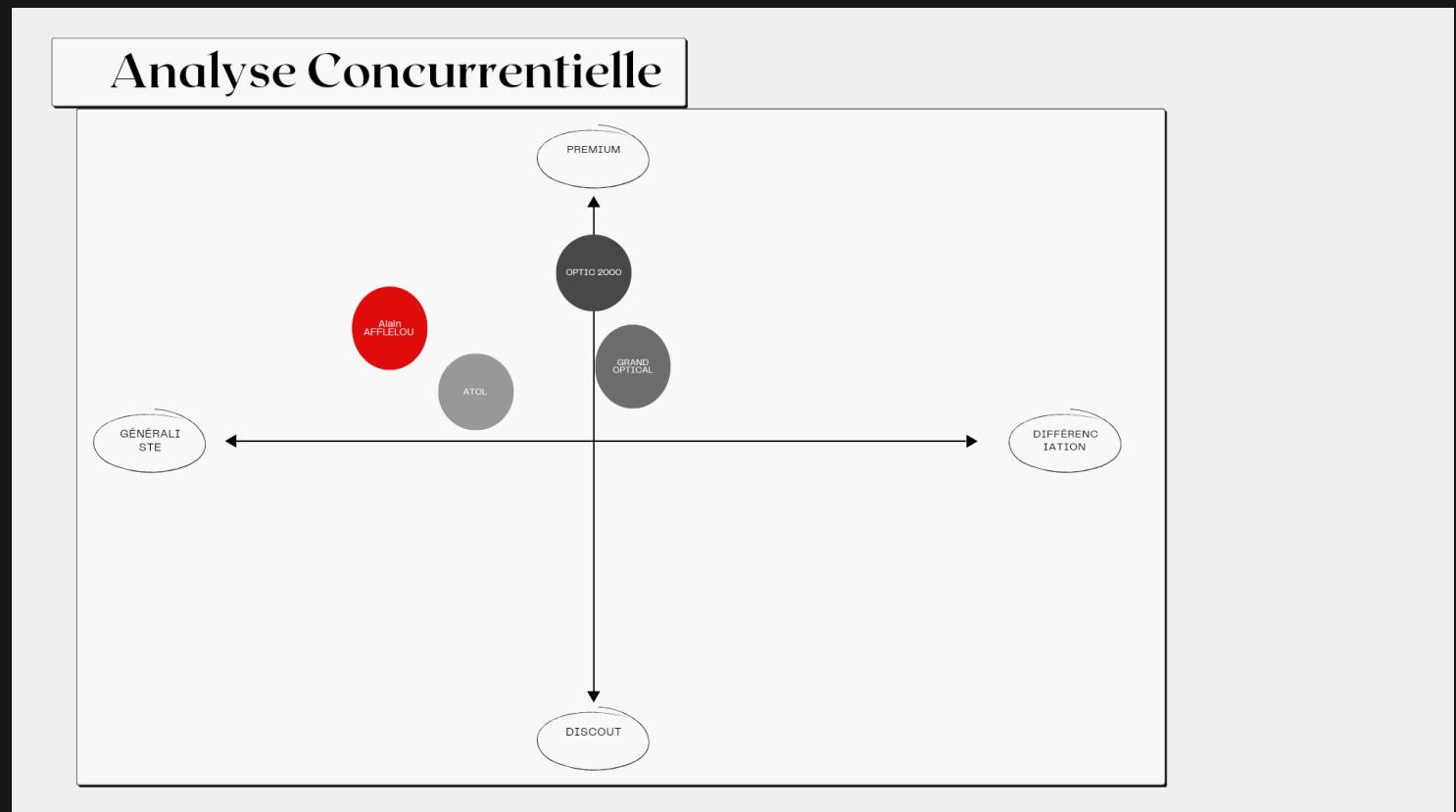
[À propos & mentions légales](#)

© Alyze 2023 - Confidentialité

Icons made by [Fleipik](#) from [www.flaticon.com](#) is

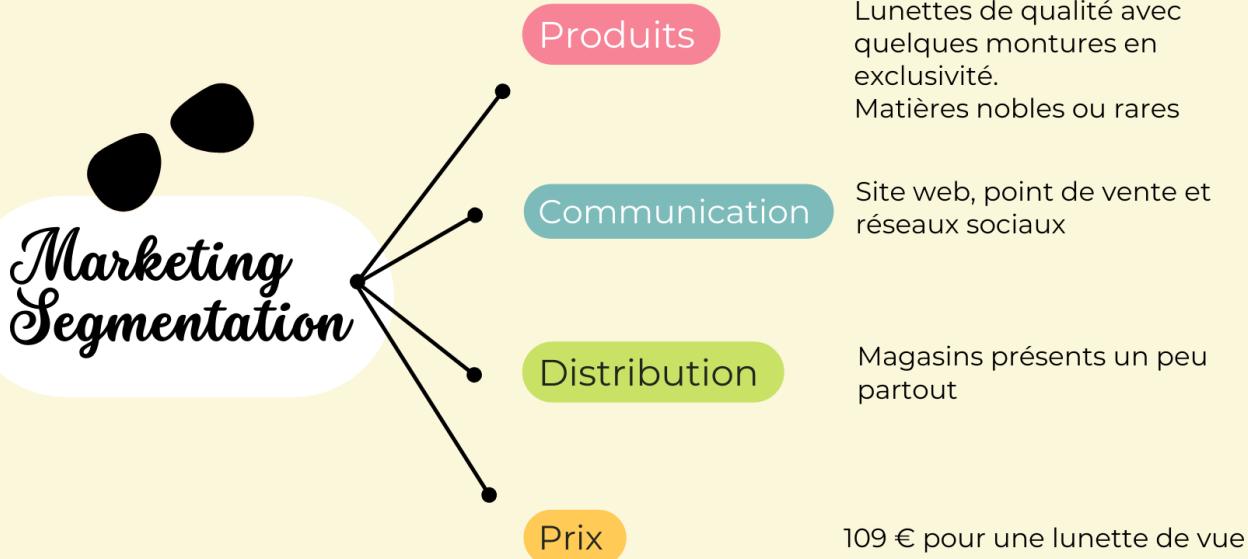
3. Après votre analyse et à l'aide d'un mapping concurrentiel, déterminez le positionnement d'AFFLELOU face à ses concurrents. Vous devrez définir par vous-même les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel.

Vous pouvez utiliser l'outil de votre choix pour réaliser le mapping. Canvas est gratuit et vous permettra de réaliser cela facilement.



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

- ✓ **Le produit :** Lunettes de qualité, quelques montures en exclusivité, matières nobles ou rares
- ✓ **Le prix :** 109 € pour une lunette de vue,
- ✓ **La communication commerciale :** Site Web, point de vente et réseaux sociaux,
- ✓ **La distribution :** Magasins présents un peu partout.



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)

Cœur de cible	Cibles primaires	Cibles secondaires
Hommes et femmes de plus de 40 ans	Les enfants et les jeunes avec des problèmes de vue	Les touristes et les fans de lunettes de soleil

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.



ABOUT

Jonathan est vétérinaire. Il tient un cabinet dans le centre ville. Il s'occupe d'une centaine d'animaux. Durant son temps libre, il aide au centre pour animaux.

PERSONALITY

Analytical	● ● ● ● ● ○
Problem-Solving	● ● ● ● ● ○
Public Speaking	● ● ● ● ● ○
Adaptable	● ● ● ● ● ○

SKILLS

Communication	44%
Leadership experience	44%
Leadership experience	44%

GOALS

- Améliorer la qualité des services et des soins apportés aux animaux
- Conseiller et soutenir les animaux étant dans leur réinsertion dans une famille d'accueil

JONATHAN PATTERSON

Age	: 43
Status	: Single
Location	: 123 Anywhere St., Any City

Cœur de cible



À PROPOS DE MOI

Je suis Allan, j'ai 09 ans. Je suis en CM2 à l'école Saint Potache.

PASSIONS

J'adore les animaux et les plantes.
Je suis membre du club d'échecs de mon école.

CARRIÈRE ENVISAGÉE

Je souhaite devenir chirurgien.

ALLAN

Cible primaire

V.4 - Marketing Digital

Le marketing Digital correspond à l'ensemble des méthodes et des pratiques marketings utilisés 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 ?

- ✓ **Paid media** : spot radio, google adwords, sms/mms, merchandising, encart presse, animation commerciale
- ✓ **Owned media** : dépliant BAL, mailing ciblé, goodies, e-mailing video, affichage,
- ✓ **Earned media** : facebook

2. Construire le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication pour la paire de lunettes "Afflelou Sébastien (paire homme).

Tunnel de conversion	Moyens de communication	Actions mises en place
Attirer	Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter Moteur de recherche : Google	Faire des publications pour attirer de nouveaux clients.
Convertir	Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter Moteur de recherche : Google	Faire des jeux et mettre les produits en lots pour les gagnants
Conclure	Moteur de recherche : Google	Convaincre les clients d'acheter le produit en prouvant son efficacité par des témoignages recueillis avec les clients bénéficiaires des cadeaux.
Fidéliser	Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter	Créer une carte de fidélité pour inciter le client à faire beaucoup d'achat en mettant un seuil où il bénéficiera de cadeau sur le nombre d'achat.

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 Sébastien (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.

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION RÉALISÉE	OBJECTIF SMART	KPI
Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter Moteur de recherche : Google	Faire des publications pour attirer de nouveaux clients.	Augmenter le nombre de followers de 50%	Nombre de followers
Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter Moteur de recherche : Google	Faire des jeux et mettre les produits en lots pour les gagnants	Vendre 40% des produits à travers la promo faites par les jeux	Taux de participations et nombre d'inscrits aux jeux
Moteur de recherche : Google	Convaincre les clients d'acheter le produit en prouvant son efficacité par des témoignages recueillis avec les clients bénéficiaires des cadeaux.	Accroître de 60% les ventes	Chiffre de vente Nombre d'achats
Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter	Créer une carte de fidélité pour inciter le client à faire beaucoup d'achat en mettant un seuil où il bénéficiera de cadeau sur le nombre d'achat.	Convertir 70% de nos visiteurs en clients fidèles	Effectif des clients fidèles

VI - PARTIE 2 : Audit SEO 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 pédagogique, 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://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/>

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

- 1^{re} partie : Résumé synthétique de l'écosystème **global** (concurrents et réseaux sociaux)
- 2^e partie : **Analyse technique**
- 3^e partie : **Analyse sémantique**
- 4^e partie : **Backlinks**
- 5^e 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.

Nous allons procéder à l'Audit SEO d'Alain AFFLELOU à travers les trois pages ci-dessous :

1^{re} partie : Résumé synthétique de l'écosystème global (concurrents et réseaux sociaux)

2^e partie : Analyse technique

The image shows two side-by-side mobile browser windows. Both windows have a dark blue header bar with a folder icon, a back arrow, a title bar containing 'afflelouaaa.html', a search icon, a forward arrow, and a three-dot menu icon.

The left window displays the first 16 lines of the HTML source code. It includes meta tags for the document type, language ('fr-FR'), character set ('UTF-8'), and viewport. It also contains links for profile and pingback, and a canonical link pointing to 'https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/'. The page title is 'Préparez vos yeux pour la rentrée - Afflelou Blog'. Below the title, there are several meta tags for Open Graph (og) properties, including 'og:locale' (fr_FR), 'og:type' (article), 'og:title' (Préparez vos yeux pour la rentrée - Afflelou Blog), and 'og: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).

The right window displays the full source code of the page. It starts with the head section, followed by the body content. The body content includes a link to a CSS file ('owl.theme.css') and a script to load Google fonts ('https://fonts.googleapis.com/css'). The main content area follows, which includes more scripts for jQuery and jQuery Migrate, and a Bootstrap script. At the bottom of the page, there are links for WP-JSON and a WLW manifest file.

This screenshot shows a single mobile browser window with a dark blue header bar. The title bar reads 'afflelouaaa.html'. The page content is a stylized CSS file with numerous rules for various classes and IDs. Key sections include:

- Home Category Vue:** Rules for '.category-title-home' and '.category-vue .entry-blog' (background: white!important).
- Content Bottom:** Rules for '.content_bottom ul' (background: none!important) and '.text-share' (color: black!important).
- Entry Content:** Rules for '.entry-content' (color: black!important) and '.text-share' (color: black!important).

The footer of the browser window shows standard navigation icons: <div>, <a>, , [class], [id], html:fi, →I, = "", <, >, </>, -, <!-- -->.

Après l'analyse faite, des trois sites de l'extérieur jusqu'aux codes html, nous pouvons en conclure qu'ils sont tous très bien structurées. Les contenus sont bien disposés, les balises sont presque présentes. Les images sont complètes et il existe même des versions mobiles responsive. AFFLELOU a bien travaillé ses pages.

3^e partie : Analyse sémantique

N.	Expressions	Densité pondérée (%)	Densité brute (%)	Occ.	Filtres	Trouvée dans les balises suivantes
1	yeux	15.2	1.79	17	DE • TB	url.path • title • article/img.alt • article/h1 • article/strong • article/h2 • article/h4/a • aside/a
2	préparez vos yeux pour la rentrée	10.36	2.53	4	DM • TB	title • article/img.alt • article/h1 • url.path.match
3	afflelou	9.1	0.63	6	DTB • TB	url.host • title • header/nav/a • article • article/strong/a • footer
4	rentrée	8.24	0.53	5	DB • TB	title • article/img.alt • article/h1 • article • url.path.match

4^e partie : Backlinks

fr.majestic.com

MAJESTIC BETA

https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-p...

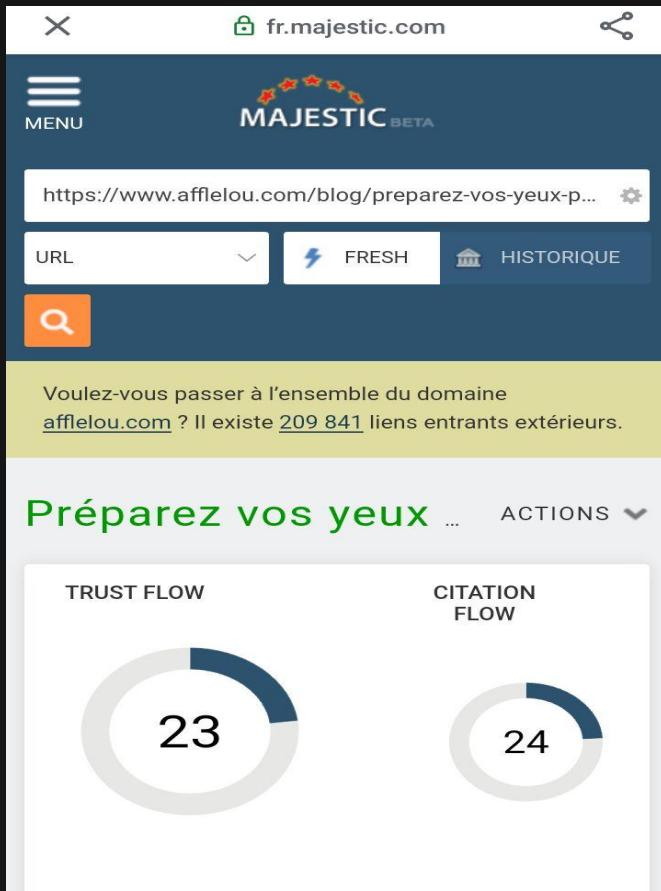
URL FRESH HISTORIQUE

Voulez-vous passer à l'ensemble du domaine [afflelou.com](#) ? Il existe 209 841 liens entrants extérieurs.

Préparez vos yeux ... ACTIONS

TRUST FLOW: 23

CITATION FLOW: 24



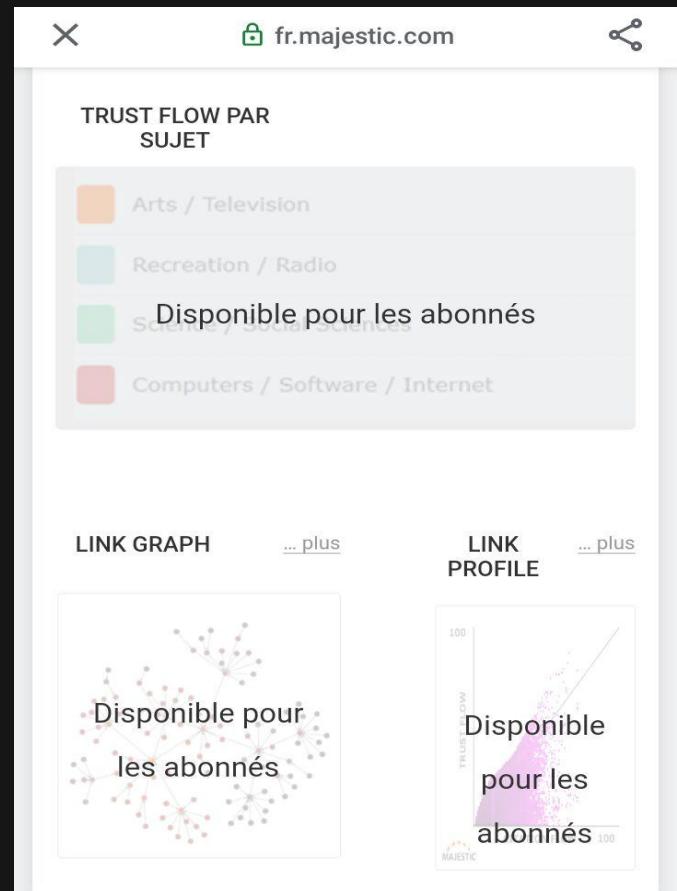
fr.majestic.com

TRUST FLOW PAR SUJET

- Arts / Television
- Recreation / Radio
- Disponible pour les abonnés
- Computers / Software / Internet

LINK GRAPH ... plus

LINK PROFILE ... plus



fr.majestic.com

LIENS ENTRANTS EXTÉRIEURS

Passez aux recherches de domaines de l'index actualisé pour visualiser les lignes de tendance

FRESH -

HISTORIQUE -

DOMAINES RÉFÉRENTS

Passez aux recherches de domaines de l'index actualisé pour visualiser les lignes de tendance

FRESH -

HISTORIQUE -

ADRESSES IP RÉFÉRENTES

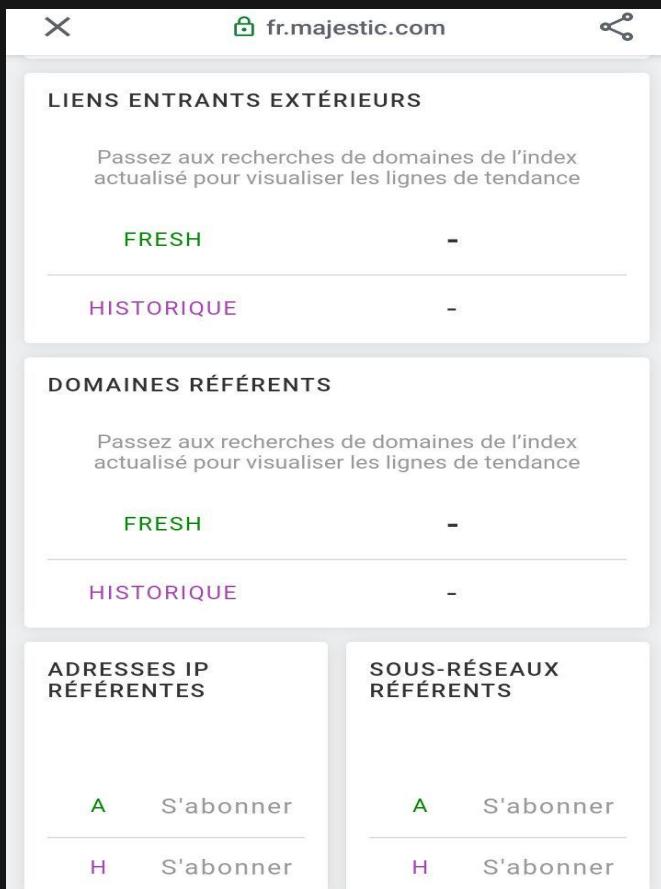
A S'abonner

H S'abonner

SOUS-RÉSEAUX RÉFÉRENTS

A S'abonner

H S'abonner



fr.majestic.com

ACTIFS

-

Liens Entrants Extérieurs

DELETED

-

Liens Entrants Extérieurs

APRÈS LA RÉDUCTION DU BRUIT ?

-

Liens Entrants Extérieurs

DISTINCT

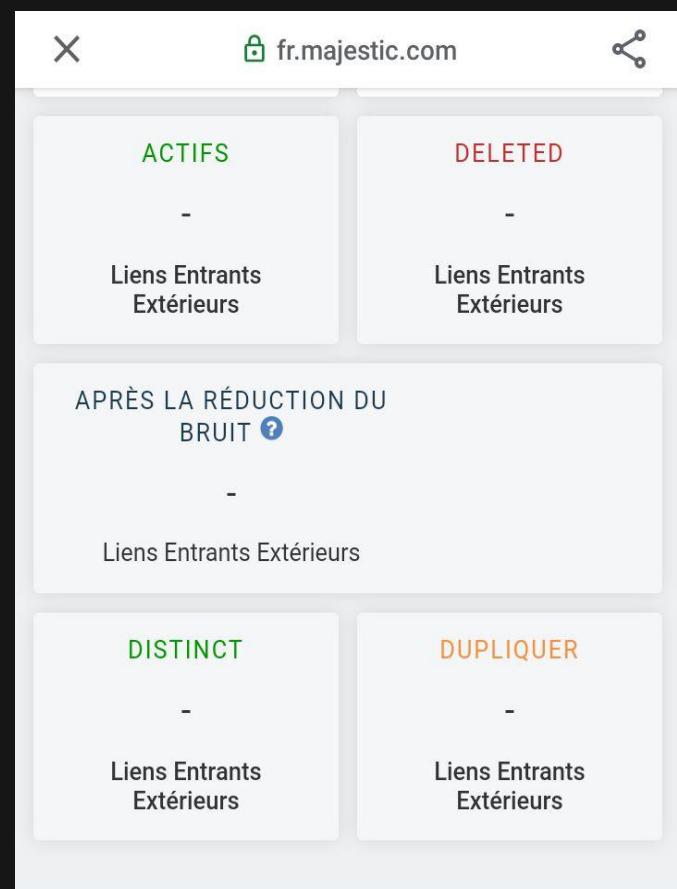
-

Liens Entrants Extérieurs

DUPLIQUER

-

Liens Entrants Extérieurs



VII - PARTIE 3 : 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.

ATOME by AFFLELOU

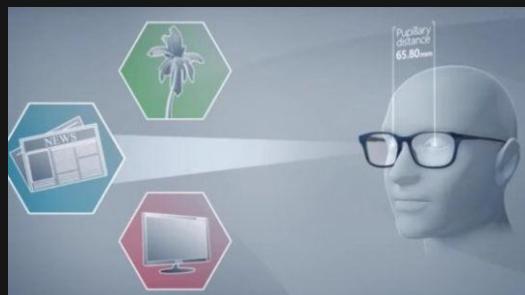
ATΩ, la lunette du futur d'Alain AFFLELOU. Lors d'un communiqué de presse fait le 25 septembre dernier, le responsable des ventes de la marque a annoncé la mise en vente prochaine de sa nouvelle gamme de lunettes, à la pointe de la technologie. De nouvelles lunettes révolutionnaires vont s'ajouter désormais à son catalogue, si vous ne l'avez connu auparavant qu'à travers ses lunettes de vue et ses lunettes de soleil, pour tout sexe, tout âge et toute catégorie professionnelle.

ATOME. Comment sera-t-elle ?

Les lunettes AFFLELOU, telles que vous les avez toujours connues respectent les normes et qualités en termes d'esthétique, de forme ou de procédé de fabrication. La typologie du visage (port de tête, posture et dissymétrie faciale), tous ses éléments ont été pris en compte lors de l'élaboration du Design.

Le choix du verre a bien été fait en suivant la monture adaptée, que ce soit en termes de couleurs ou de formes ou de matières. Les modèles existent sous plusieurs mesures afin que vous puissiez prendre celui qui convient le plus à votre morphologie, car votre satisfaction est notre but ultime.

Ce qui la différencie de nos lunettes classiques, c'est le nouveau dispositif mis en place dans la monture, avec ses multiples fonctions que nous vous dévoilerons au plus bas. Profitez bien de cette lecture pour en apprendre d'avantage sur ce nouveau produit et ses innovations.



Pour sa morphologie et son aspect externe, nous connaissons tous vos craintes. Voici la réponse à votre pire cauchemar. Vous n'allez pas ressembler à un Cyborg ou à un guerrier Sayen, sorti tout droit de DRAGON BALL SUPER, avec nos nouvelles lunettes ne vous en faites pas. Elle ressemblera à une paire de lunette de luxe des plus ordinaires vu de l'extérieur mais elle sera juste dotée d'une Intelligence Artificielle multifonctionnelle. Vous pourrez donc vous balader tranquillement en chemin comme à votre habitude, sans attirer l'attention, sans faire tourner tout le monde et sans susciter des critiques.

À qui sera-t-elle destinée ?

Scientifiques de part et d'autre du monde, enseignants chercheurs, médecins, étudiants, nos nouvelles lunettes sont faites pour vous et vous aideront au quotidien dans l'exercice de vos fonctions respectives.

Que vous soyez scientifiques, travaillant dans le domaine de la robotique, de la communication, ou dans le milieu informatique, elles vous seront d'une grande aide. Grâce à sa fonction PROJECTION, vous pourrez facilement construire des modèles sans avoir les yeux tout le temps sur l'écran de votre ordinateur. Un gain de temps pour vous, car si auparavant vous devez en plus passer du temps sur votre ordinateur pour voir vos modèles et vos fichiers, ATΩ, les projettera directement pour vous. Travaillez donc plus vite et avec le minimum d'erreur car tous vos tutoriels seront sous vos yeux en permanence.

Enseignants chercheurs dans les universités, enregistrez vos fiches de préparation sur ATΩ, et visionner les à tout moment pour ne pas perdre le fil du cours et éviter les blancs. Elle peut également vous aider dans la correction de vos centaines, voire milliers de feuilles de copies grâce à ses fonctions intégrées. Finis les nuits blanches et les veilles de correction.

Médecins, enregistrez toutes vos prescription sur ATΩ. Travaillez dure une seule fois, en intégrant tout ce que vous avez à savoir sur les différents cas que vous rencontrez au quotidien et profitez de sa mémoire intégrée pour établir en quelques minutes le diagnostic de vos patients.

Pour vous étudiants, ATΩ, pourra tout enregistrer, images, vidéos, tous types de contenus. Mais attention, son utilisation est interdite pendant les examens. Soyez fidèle à vous-même et ne soyez pas tenté de les utiliser pour tricher car vous serez sévèrement sanctionnée par la loi. Elles sont là pour vous faciliter l'apprentissage et non pour faire usage de fraude.

Ses utilités et ses fonctions principales ?

Comme évoquée précédemment, les lunettes ATΩ sont dotées d'une intelligence artificielle leur offrant de multiples fonctionnalités. Une d'entre elle est la commande vocale. Ce qui fait sa spécificité et la différence de tous c'est qu'elle ne reconnaît que la voix de son propriétaire. De ce fait, ne vous inquiéter pas dans l'exercice de vos fonctions vous ne risquez pas d'être piratées ou de vous faire voler vos documents. Elle n'obéira qu'à vous et à personne d'autre. Demandez en une seule phrase ou une seule requête bien précise ce que vous voulez qu'elle fasse (à condition que cela fasse partie de ses fonctionnalités), elle le fera pour vous en un rien de temps.

Nos lunettes, peuvent se connecter à Google pour faire des recherches. Peu importe où vous êtes, du moment que vous êtes connectés à un réseau Wi-Fi ou à vos données mobiles, plus besoin de passer sur votre ordinateur ou sur votre téléphone pour vous connecter à Google car nous avons déjà intégrer cette fonction, par expérience du gêne occasionnée par le fait de devoir jongler entre deux voire trois outils pour exécuter nos tâches au quotidien.

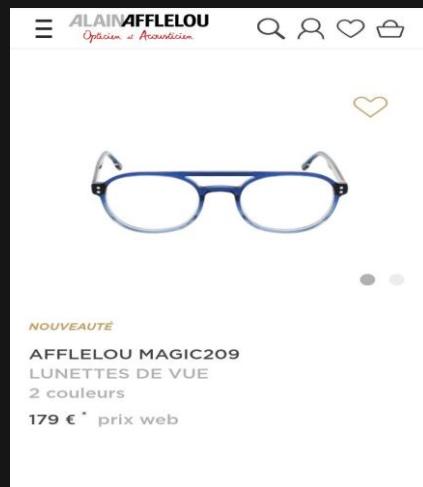
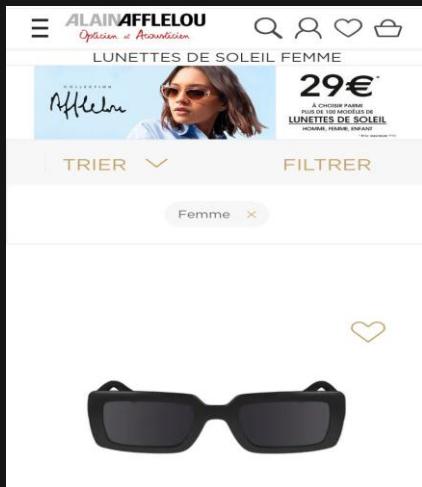
Avec les lunettes du futur AFFLELOU, connectez-vous à votre pensée pour faire sortir des images en 3D. Elles vous aideront dans vos recherches de design idéal pour vos produits. Faites sortir l'artiste qui êtes en vous. Externaliser vos idées et donnez vie à vos plus belles inventions. Elles vous permettront également de numériser vos documents grâce à sa fonction SCAN. Scannez vos documents en toute sécurité de chez vous pour pouvoir les envoyer rapidement partout où vous en aurez besoin selon vos fonctions respectifs.

Où pourrez-vous la trouver en vente ?

Séduits par nos nouvelles lunettes, consultez nous sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram. Visitez notre page **Facebook ALAIN AFFLELOU** et notre **Instagram @afflelou**, pour tout savoir sur nos offres, services et toutes nos gammes de lunettes de vue, lunettes de soleil et nos lunettes du futur. Vous y verrez notre catalogue et tous les modèles disponibles en vente en magasin et en ligne.



Vous avez fait le tour de nos pages Facebook et Instagram ? Vous avez trouvé l'article qui vous intéresse dans notre beau catalogue ? Visitez maintenant notre page web en suivant ce lien www.afflelou.com. Cliquez sur le menu en haut à gauche et trouvez la paire que vous avez appréciée. Lunettes de soleil, lunettes de vue, lentilles, trouvez les plus beaux modèles en un seul clic et passez à l'achat après avoir rempli votre panier.



Les images ne vous suffisent pas ? Vous voulez voir nos modèles de vos propres yeux ? Vous voulez faire des essais avant de passer à l'achat ? Ne vous en faites pas, tout cela est possible. Venez dans une de nos 509 boutiques le plus proche de chez vous.

Trouvez le magasin le plus près de chez vous en suivant ce lien www.au-magasin.fr et chercher Alain Afflelou près de chez vous. Trouvez la bonne adresse. C'est simple, pratique et vous ne risquez pas de vous perdre. Manosque, Gennevilliers, Neuville-sur-Saône, Le Bouscat,... Nous sommes présent un peu partout. Le choix ne tient qu'à vous de voir laquelle de nos magasins vous allez visiter.

Chercher Alain Afflelou près de chez vous

Où ?

Chercher !

Liste des établissements de l'enseigne Alain Afflelou

Alain Afflelou Manosque
15, Avenue Jean-Giono - 04100 Manosque

Appeler ce magasin

• Opticiens / Audition / Horaires & infos

Le monde des lunettes vous a intéressé à travers cet article ? Vous voulez tout connaître sur Alain AFFLELOU, ses boutiques, ses modèles et toutes les actualités, suivez nous sur Facebook ALAIN AFFLELOU, sur Instagram @afflelou et visitez notre page web www.afflelou.com. De passage près de l'un de nos magasins, n'hésitez pas à ouvrir nos portes, nos vendeurs vous accueilleront avec sourire et seront ravis de vous recevoir avec leur professionnalisme. Ils trouveront la paire qui vous ira les yeux fermés. Nous espérons vous voir très vite dans nos locaux virtuels ou en boutiques.

A très vite !

ANNEXES

Matrice et Templates

1 – PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL

2 - 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	
Degré de rivalité avec les concurrents	
Menace des produits de substitution	
Pouvoir de négociation des fournisseurs	
Pouvoir de négociation des clients	

3 – SWOT

FORCES	FAIBLESSES
OPPORTUNITÉS	MENACES

4 - Marketing Digital