

**Programme T4SU****Spécialité : Marketing****Évaluation Intermédiaire - Audit et Optimisation Marketing, SEO/SEA et Rédaction web****V.PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital****V1. Etude de l'environnement de l'entreprise****1. PESTEL(Macro-Environnemental)**

Politique	Economique	sociologique	Technologie	Environnement al	Légal
<ul style="list-style-type: none"><li>. Augmentation de la validité de l'ordonnance a cinq ans</li><li>.2007, Alain Afflelou soutenaient Nicolas Sarkozy.</li><li>. Augmentation des examens de vues réalisées par l'opticien</li><li>. Réelle concurrence sur le marché de l'optique avec le comparateur de devis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Croissance du marché de l'optique</li><li>. Baisse d'activité due à la crise de la Covid_19</li><li>.cout élevé de verres et des montures</li><li>. AFFLELOU plus de 142 soutiens financiers ADELANTÉ au développement économique et à l'entrepreneuriat</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Augmentation des personnes souffrant des problèmes de vues</li><li>. La classe moyenne française ne peut s'offrir une paire de lunettes en raison de leur prix élevé</li><li>. Vieillesse de la population</li><li>. RÉFORME 100% SANTÉ - ALAIN AFFLELOU</li><li>.150000 lunettes données aux enfants depuis la création de la fondation Alain AFFLELOU</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Innovation constante sur le marché des lunettes</li><li>. L'e-commerce par Alain Afflelou : une 'révolution' pas à pas, bâtie sur une technologie pointue</li><li>. Grâce à la technologie Freeform, qui permet une fabrication ultra précise, les verres Egérie révolutionnent le port de lunettes sans en augmenter les coûts puisqu'ils sont proposés au tarif des verres progressifs standard.</li><li>. Développement du e-Commerce, la vente des équipements optiques se développe de plus en plus sur internet</li><li>. L'e-commerce par Alain Afflelou : une 'révolution' pas à pas, bâtie sur une technologie pointue (e_optique)</li><li>. EYE (Projet European Young Eye projet) pour trouver les solutions à la presbytie</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Economie d'énergie dans la production des lunettes</li><li>. Productions des montures et verres biodégradables</li><li>. 50 000 bouteilles recyclées pour la collection H2O by AFFLELOU</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Augmentation des taxes</li><li>. la loi dite « Macron » rend la vente des lunettes plus faciles.</li><li>. la loi dites « Hamon » avec les lunettes qui sont non remboursées entièrement par la sécurité sociale et limite la prise en charge des lunettes en abrégant une paire tous les deux ans au lieu d'une paire tous les ans</li></ul>

## 2. Les Forces de Porter

Menaces de nouveaux entrants	Les difficultés auxquelles de nouvelles structures professionnelles sont confrontées lors de l'accès à une industrie permettent de déterminer le niveau de la concurrence au sein de celle-ci.
Degré de rivalité avec les concurrents	
Menace de produits de substitutions	
Pouvoir de négociation des fournisseurs	<p>. Le pouvoir de négociation des fournisseurs concernant la matière première pour les verres devient de plus en plus forte car nous en observons une baisse du nombre moyens de fournisseurs de verres par magasin.</p> <p>. Cependant, pour ce qui concerne le pouvoir de négociation des fournisseurs pour les montures optiques, celui-ci est faible car ils sont très nombreux sur le marché. Cela signifie que si les prix d'un fournisseur ne conviennent pas à l'enseigne, elle trouvera ailleurs ce qu'elle souhaite</p>
Pouvoir de négociation des clients	Le pouvoir de négociation des clients est fort car ils sont nombreux mais il y a également beaucoup d'enseignes présente sur le marché de l'optique, ils ont alors un large choix et cherche les prix les plus attractifs. Les clients influencent donc la stratégie des entreprises qui cherchent à satisfaire une large clientèle

### 3. SWOT (Micro-Environnemental)

forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Opticien et Acoustien</li> <li>. Présence international dans 19 pays</li> <li>. Offres multiples pour les lunettes ou pour les appareils auditifs</li> <li>. Première marque d'optique connue en France</li> <li>. Rachat des marque optical discount, Optimal, HappyView.fr et Malentille.com</li> <li>. Positionner de base sur l'offre premium et sur le secteur du discount</li> <li>. Made in France</li> <li>. Partenariat avec des verriers de grande renommée</li> <li>. Innovations régulières de nouvelles offres promotionnelles =avantages concurrentiels</li> <li>. Communication massive : les publicités à la télévision et digitales (site, réseaux sociaux, et l'application), l'égérie mondiale Sharon Stone</li> <li>. Alice Taglioni devient égérie de l'enseigne Alain AFFLELOU lors du lancement de la nouvelle Campagne MAGIC EXCLUSIVITE D'AFFLELOU</li> <li>. L'enseigne propose de nombreuses marques de paires des lunettes stylées que ce soit des lunettes de vue, des lunettes de soleil ou des lunettes de lecture pour les personnes souffrant de déficience oculaire.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. L'enseigne est positionnée seulement sur l'offre discount</li> <li>. Certaines incohérences entre les promesses annoncées et les produits vendus. De plus, pour certains acheteurs, les délais de livraison n'ont pas été respectés</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Les ventes de verres correcteurs génèrent le plus important chiffre d'affaires</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 vues</li> <li>. Croissance très importante du marché de l'audioprothèse</li> <li>. Beaucoup d'enseignes commercialisent des produits d'optique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Croissance ininterrompue du secteur de l'optique</li> <li>. Le marché de l'optique est très compétitif</li> <li>. Depuis 2017 le marché est en recul notamment à cause de la libération du secteur des lunettes low cost</li> <li>. Prix plus élevés en France que dans les pays voisins pour l'achat de paire de lunettes</li> <li>. Le marché sur internet est faible en France</li> <li>. Marché milieu de gamme en régression</li> <li>. Loi de financement de la sécurité sociale</li> <li>. Diminution du nombre de points de ventes en France</li> </ul>

## V2. Etude de la concurrence

### 1. Les concurrents :

- Deux concurrents directs d’AFFLELOU: **General d’Optique et GrandOptical**
- Un concurrent indirect d’AFFLELOU : **Pharmacie**

### 2. Présentation de chaque concurrent :

#### Générale d’Optique

Créée en 1993, Générale d’Optique est une entreprise qui appartient au groupe **GrandVision France**, entité adossée au groupe **Groupe international GrandVision BV**. Depuis sa création, Générale d’optique est axée sur un positionnement entrée de gamme et propose un large choix de lunettes à petits prix. Générale d’optique c’est avant tout plus de 600 magasins vous proposant une large gamme de lunettes de vue pour femme, lunettes de vue pour homme et lunettes de vue pour enfant avec des prix tout compris, une monture + 2 verres correcteurs, à partir de 25€. Ainsi que des lentilles de contact, les lunettes anti-lumière bleue, les masques de ski, les lunettes de sport et autres accessoires d’aide à la santé visuelle.

#### **Les différentes gammes :**

- Lunettes de vue à partir de 25€ MONTURE + VERRES : SEEN 119€
- Lunettes de Soleil à partir de 9€ : POLAROID pld8015/N 49€
- Lentilles et Produits à partir de 11.60€ : ACUCUE 30€ boîte de 30 lentilles
- Lunettes anti-lumière bleue : I-BLOCK HF CU08 NOIR 35€

#### GrandOptical

Grand Optical est un réseau français spécialisé dans l’optique. C’est une société par actions simplifiée créée en 1989 par Daniel Abittan et Michael Likiermann. Le siège social de l’entreprise est situé à Montigny-le-Bretonneux, dans la région Île-de-France. Grand Optical est une enseigne proposant des produits pour la vue : lunettes de vue ou de sport, lunettes de soleil, lentilles, ou encore protection anti-lumière bleue. Au sein des magasins, des opticiens accueillent et conseillent pour répondre au mieux aux problèmes de vue mais aussi d’audition, avec la vente d’aides auditives.

#### **Les différentes gammes**

- Lunettes de vue : UNOFFICIAL 109€
- Lunettes de Soleil : POLAROID 69€
- Lentilles et Produits à partir de € : ACUVUE 87€ boîte de 90 lentilles
- Lunettes anti-lumière bleue : I-BLOCK HFEU01 35€

#### Pharmacie(Startup Otiko)

Un nouveau concept vient de voir le jour dans la distribution de lunettes de vue correctrices. C’est la startup lyonnaise Otiko qui prend cette initiative en proposant ses lunettes low-cost, non pas dans un magasin physique mais via un réseau de pharmacies partenaires. Même si l’on peut déjà trouver cette gamme de prix chez certains opticiens, les tarifs sont particulièrement attractifs : 39 euros pour une monture avec verres unifocaux (99 euros si vous souhaitez des verres durcis antireflets) et

99 euros pour une monture avec verres progressifs (199 euros si vous souhaitez les verres durcis antireflets).

- Montures + Verres unifocaux standard : 39€ ttc
- Montures + Verres unifocaux durcis antireflets : 99€ ttc
- Montures + Verres progressifs standard : 99€ ttc
- Montures + Verres progressifs durcis antireflets : 199€ ttc

### 3. Analyse de la communication de la concurrence

#### a) Réseaux sociaux

	Générale d'Optique	GrandOptical	Pharmacie (Startup Otiko)
Nombre d'abonnés	Facebook : 78591	Facebook : 78693	Facebook : 131
Taux d'engagement			
Type de contenus publiés	Image publicitaire, vidéo publicitaire	Image publicitaire, vidéo publicitaire	Image publicitaire et vidéo publicitaire
Sujet traité en publication	. Présentation de la boutique avec les différentes gammes de lunettes .Tapis rouge, cet été en mode hollywoodien .Back to the 70'S, tendance à suivre pour vos solaires d'été .Romance, vous allez faire les yeux doux tout l'été .Les soldes chez Général d'Optique	.Présentation de la boutique avec les différentes gammes .Les grandes étapes de la vie chez GrandOptique . Découverte de nouvelle Monture . Jeu concours . Les soldes chez GrandOptical . faire examiner sa vue sur grandoptical.com	. Avec Otiko les lunettes de vues sont en pharmacie . Otiko vos lunettes à prix économique

#### b) Site Internet

	Générale	GrandOptical	Pharmacie(Otiko)
--	----------	--------------	------------------

	d'Optique		
Construction du menu	Lunettes de vue, Lunettes de soleil, Ecran, Lentilles, Accessoires, Sport, Auditions, Nos magasins	Lunettes de vue, Lunettes de soleil, Lentilles, Lunettes pour Ecran, Sport, Accessoires, Auditions	<a href="http://view.robothumb.com/otiko.fr">http://view.robothumb.com/otiko.fr</a> Acceui, Ascreen, Statistique ,outils, contact
Ergonomie	Accessible, esthétique, contenu intéressant et efficace, Une page d'accueil claire, simple et précise, Un affichage rapide, Des menus accessibles et intuitifs, Un accès en 1 clics	Accessible, esthétique, contenu intéressant et efficace, Une page d'accueil claire, simple et précise, Un affichage rapide, Des menus accessibles et intuitifs, Un accès en 1 clics	Accessible, esthétique
Diversité du catalogue	Boss eye wear, Guess, Lacoste	Lunette de soleil Lunette de vue Lentille	Lunette de soleil Lunette de vue Lentille

c) SEO

4.

Critère d'analyse	General d'Optique	Grand Optical	Pharmacie(Otiko)	Alain AFFLELOU
La qualité	accueillant	accueillant	Accueillant et sourire	Très accueillant
la communication	bonne	bonne	très bonne car pas trop de client, donc plus d'attention	bonne
Les offres	COÛT DE LA VUE : CETTE OFFRE SE COMPOSE D'UNE MONTURE DE LA COLLECTION SEEN SANTÉ, NOCLE SANTÉ ET 2 VERRES ORGANIQUES UNIFOCALX SIMPLÉO® GÉNÉRALE D'OPTIQUE	Ray-Ban Stories ORW4005 Référence : 349961 Matière : Plastique	Otiko, les lunettes A VOTRE VUE, en pharmacie dès 49€ !	Tchin tchin D'AFFLELOU
Le personnel	A l'écoute et		Conseille, à	A l'écoute et

	propose d'essayer		l'écoute et propose d'essayer les lunettes	conseille
Le temps d'attente	10 à 15 minutes	10 à 15 minutes	3 minutes	5 minutes

1 – Afflelou.

2– Générale d'Optique.

4 – Grand Optica

5 – Pharmacie(Otiko)

5. Marketing mix d’AFFLELOU

Produit	Prix	Distribution	Communication
Lunettes de vue, Lunettes de soleil, Lentilles, MAGIC	1999 Tchín-Tchín et Next Year 2011 Tarifaires originales dans tout le monde . Prix du Meilleur Réseau Européen de Magasins d’optique .Prix du Meilleur Réseau d’Opticiens de l’Année (Espagne) . Prix de la Meilleure Enseigne de Centres Commerciaux (Espagne) . Elu Service Client de l’Année 2018,2019, 2020 (France) pour la troisième année consécutive.	. Un leader de la franchise optique et audio. . Le Groupe AFFLELOU est l’un des principaux franchiseurs européens de produits d’optique et d’aides auditives. . le Groupe AFFLELOU est présent dans 19 pays avec 1445 magasins et répond à la diversité des besoins des porteurs de lunettes et d’aides auditives à travers une offre multi-format, multi-enseigne, multi- produit et omnicanale.	. ALAIN AFFLELOU lance l’été de la prévention auditive . ALAIN AFFLELOU devient l’Opticien Officiel du Top 14 et de la Pro D2 . AFFLELOU dévoile une nouvelle campagne de communication audacieuse pour son offre Tchín-Tchín d’été . ALAIN AFFLELOU propose une offre très généreuse pour les 50 ans de son premier magasin

### V.3. Étude de la cible

1. les cibles d’AFFLELOU :

**Cœur de Cible** représente les personnes de plus de 55ans, environ 89% de la population, Lorsqu'on parle de cœur de cible, on fait référence au segment de la population le plus susceptible d'être visé par un produit ou un service et, par conséquent, le plus susceptible de faire augmenter le chiffre d'affaires d'une entreprise.

**Cible primaire** représente les personnes de plus de 55ans, environ 89% de la population, Lorsqu'on parle de cœur de cible, on fait référence au segment de la population le plus susceptible d'être visé par un produit ou un service et, par conséquent, le plus susceptible de faire augmenter le chiffre d'affaires d'une entreprise.

**Cible secondaire** Le marché de l'équipement des enfants représente à peu près 20 % de l'activité opticien. Il connaît une croissance progressive non négligeable liée à plusieurs facteurs. L'évolution de la scolarisation, la sensibilisation des parents et des équipes pédagogiques à l'importance d'une bonne vision pour réussir sa scolarité, le dépistage très tôt des déficiences visuelles, les campagnes d'informations des organismes professionnelles et des fabricants.

## VII. Rédaction Web

### Opticien lunetier, Face au numérique

L'émergence du digital et des nouvelles technologies numériques a un impact fort sur le métier d'opticien. Car si ce dernier s'est positionné comme un professionnel technique et commercial, il doit s'adapter à un mode de vie tourné vers le numérique.

L'optique n'est pas étrangère aux questions technologiques loin de là : la fabrication et la taille d'un verre nécessite déjà des technologies pointues. L'optique reste un métier technique et l'exigeante formation des opticiens est à l'avenant. L'arrivée des objets connectés n'est que le dernier épisode en date des transformations auxquelles la profession a dû se plier.

### Un métier d'opticiens en mutation



L'arrivée du Smartphone a complètement bouleversé notre façon de nous comporter. Nos déplacements, nos façons de voyager, de travailler et même de nous nourrir ne sont plus les mêmes. Nos yeux risquent d'être constamment mis à l'épreuve de dispositifs utilisant une technologie numérique. Face à cette inéluctable réalité, la profession d'opticien devra faire face à une demande capable d'évoluer. Mais aussi à la recherche constante d'innovations techniques et technologiques destinées à faire d'une bonne santé visuelle une réalité. Forcément, à l'instar de l'arrivée du verre



progressif, ces innovations, dont certaines sont déjà en route, changeront non seulement le métier d'opticien mais aussi tout le secteur optique. C'est donc forcément avec un certain degré d'excitation que l'on peut regarder vers le futur. S'il existera toujours une inquiétude certaine face à l'incertitude, on se dit aussi que ce métier a toujours su grandir et évoluer face aux aléas de notre société. Nul doute qu'une marche arrière est difficilement envisageable.

### **Le digital permet finalement de rapprocher les clients et les praticiens**



L'optique n'est pas exemptée des grandes évolutions des comportements des consommateurs liées au digital. Prise de rendez-vous en ligne, consultation des avis en ligne, recherche sur internet avant de se rendre en magasin. Toutes ces nouvelles habitudes concernent aussi les opticiens, qui ne sont généralement pas des spécialistes du web. Sur le site les patients peuvent rechercher un opticien et prendre un rendez-vous directement en ligne. L'internaute peut créer son compte Client et retrouver toutes les informations sur son opticien préféré, ses offres du moment, ainsi que tous les détails concernant ses rendez-vous passés et à venir.

Des applications de réalité augmentée adaptées aux besoins des opticiens ont vu le jour. Leurs fonctionnalités sont nombreuses : elles permettent aux vendeurs de mesurer les visages et de déterminer les montures les mieux adaptées à leur morphologie en calculant, à partir des traits et de la carnation des individus, les formes de lunettes qui leur iraient le mieux. Incroyablement précises, ces applications prennent des mesures allant jusqu'au dixième de millimètre.

Ces applications, que le client peut utiliser seul ou avec son opticien, transforment la relation commerciale en la rendant plus interactive et en conférant un rôle plus actif au client. Améliorant l'expérience client, elles assurent aussi un bouche-à-oreille plus efficace, de sorte que les magasins pilotes s'étant dotés de tablettes équipées de tels logiciels ont vu leur chiffre d'affaire augmenter de manière significative grâce à ces technologies.

Aujourd'hui, les adhérents aux plateformes digitales des opticiens génèrent, en moyenne, plusieurs milliers d'euros de chiffre d'affaires et de marge mensuels additionnels grâce à la prise de rendez-vous sur le digital.

