

SAYNA

**Programme T4SU Spécialité : Marketing
Évaluation Intermédiaire - Audit et
Optimisation Marketing, SEO/SEA et
Rédaction web**

V - PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

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

1. PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
<ul style="list-style-type: none"> La guerre en Ukraine qui influe sur l'activité d'importation de matières premières et d'exportation de produits finis Conformément à la loi de finances de 2021, le taux d'imposition diminue en fonction de leur chiffre d'affaires. 	<ul style="list-style-type: none"> La guerre en Ukraine est en train de fragiliser l'économie de l'UE. Dans sa prévision publiée lundi, la Commission européenne mentionne un ralentissement de la croissance et de l'inflation qui ne cesse de croître. l'inflation serait en moyenne de 5,5 p. 100 à l'heure actuelle. le pouvoir d'achat des ménages à 	<ul style="list-style-type: none"> Le revenu européen moyen par habitant est des 39,000 €. au 1er juillet 2022, les salaires minimums en vigueur dans l'Union européenne (UE) oscillent entre 363 euros brut par mois en Bulgarie et 2 313 euros au Luxembourg , selon les données d'Eurostat. Ils ne dépassent les 1 000 euros que dans huit pays (en France, en Allemagne, au Benelux, en Irlande, en Espagne et en Slovaquie). Selon 	<ul style="list-style-type: none"> Selon .eyes-roadcom/ le Saint Graal du monde de l'optique, d'une certaine façon, serait finalement de redonner la vue aux aveugles et aux malvoyants. Le smartphone, un outil quasiment indispensable pour tout le monde, et même pour les malvoyants .Sur cette base, sont nées certaines applications destinées aux malvoyants, visant toujours à faciliter la navigation et l'autonomie 	<ul style="list-style-type: none"> Selon https://planete.lesechos.fr/ le secteur de l'optique accuse un retard de vingt ans par rapport à la transition écologique; L'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie conseille aux usagers... de jeter purement et simplement leurs lunettes à la poubelle, si leurs opticiens ne les récupèrent pas pour les donner à des associations qui leur offrent une seconde vie. . Pour limiter la pollution, l'idée de recyclage commence à émerger au milieu, et les géants du secteur s'agitent de façon dispersée. 	<ul style="list-style-type: none"> La période de validité de la prescription de verres a été prolongée. Initialement à partir de 3 ans, la période de validité est désormais étendue à 5 ans pour les patients de 16 à 42 ans. Pour les porteurs de lunettes de plus de 42 ans, le règlement ne change rien depuis que la validité de l'ordonnance demeure de 3 ans. Grâce au nouveau règlement, les opticiens peuvent maintenant vous donner des lunettes de rechange sans prescription.

	<p>imputer de 1% malgré les mesures d'appui public en place ou annoncées;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 7,2% des forces de travail au chômage, selon les données d'Eurostat. 	<p>yougov</p> <p>Aujourd'hui, plus de 7 français sur 10 portent des lunettes de vue (76%). Dans le détail, 69% portent des lunettes correctrices et 7% portent des lunettes de repos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cette année, les formes imposantes, larges et rectangulaires sont à l'honneur! Une tendance pour les lunettes de vue homme en 2022 et aussi pour les lunettes pour femmes. Les couleurs profondes comme le brun, l'indigo et le pourpre restent aussi indémodables que le noir. 6 avr. 2022 	des malvoyants.		.
--	--	---	-----------------	--	---

2 . les Forces de Porter.

Menace des nouveaux entrants	<ul style="list-style-type: none"> • Selon .Lepoint.com/Des acteurs comme l'Américain Warby Parker, les Français Polette et Jimmy Fairly se sont installés de manière extrêmement discrète mais ont pris des parts de marché significatives grâce au +phygital+ (modèle combinant ventes en ligne et boutiques physiques d'essayage, NDLR). • Ce sont de nouveaux entrants qui partent du point de vue du client: ils sont très soucieux du design, avec des collections courtes et pas chères car produites en Chine. Ils visent généralement les 25-40 ans, des citadins un peu branchés qui n'ont pas forcément envie de porter des lunettes griffées, mais qui recherchent des montures de caractère, dans l'air du temps. • Les barrières à l'entrée du secteur ne sont pas suffisantes pour contrer l'arrivée de nouveaux concurrents. La menace de nouveaux entrants est forte
Degré de rivalité avec les concurrents	forte intensité concurrentielle, niveau d'innovation élevé au niveau des verres, un niveau de différenciation et de variété élevé au niveau des montures, un fort niveau de rivalité prix au niveau de la distribution et une grande variété de contrats possibles au niveau de la couverture.
Menace des produits de substitution	Il n'existe pas de substitut crédible aux verres de lunettes, le marché de l'optique ophtalmologique est donc peu menacé
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Les verres sont fabriqués en Chine car une lunette fabriquée en France revient quatre fois plus cher que le même produit fabriqué en Asie, le pouvoir de négociation est moyen car on peut changer de fournisseur à tout moment
Pouvoir de négociation des clients	Le pouvoir de négociation est faible car de nombreux consommateurs sont prêts à payer cher pour soigner leur apparence et par attirance pour les marques de mode et de luxe. 17 janv. 2017

3. matrice SWOT,

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Le groupe a mis au point sur le modèle économique de la franchise. • Présence internationale dans 16 pays, 1400 implantations réparties dans le monde • Rachat de marque comme Optimil et Optical discount • Offre multiple, Gamme homme, femme et enfant 	<p>Positionnement sur l'offre discount seulement</p>
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup d'innovation • Domaine prometteur parce qu'il y aura toujours des personnes ayant des problèmes de vision. • Un grand nombre de moyens de communication. 	<ul style="list-style-type: none"> • La valeur ajoutée et la technicité grandissante requièrent les compétences et l'expertise du franchiseur. • Le marché des optiques est très concurrentiel. • Le marché de l'Internet est faible en France.

V.2 Étude de la concurrence

1.

i) Concurrent direct d'Allain Afflelou :

- * Krys
- * Optique 2000

ii) Concurrent indirect :

Acuvue

2. Présentation des entreprises

a) Krys

Krys est une enseigne coopérative française d'opticiens membres du groupement d'enseignes Krys Group. En 2018, l'enseigne compte 879 magasins sur le territoire français et réalise un chiffre d'affaires de 774 millions d'euros en 2017. Krys est spécialisé dans la distribution de lunettes de vue, de lunettes de soleil et de lentilles de contact . Les verres fabriqués par Krys bénéficient du label Origine France Garantie .En plus de montures optiques et solaires issues de grandes marques (Dolce & Gabbana, Police, Ray Ban...) Krys propose 5 marques propres et 2 marques en exclusivité (Pepe Jeans et le coq sportif). Krys propose aussi 3 gamme de lunettes : homme, femme et enfant

Pour homme : Lunette de vue signature Krys ,Bleu foncé MOJ2002 534 pour 99,00 €

Pour femme : Lunette de vue signature Krys , Rouge mat KIS2002 731 pour 129,00 €

Pour enfant : Lunette de vue Krys origine gris foncé, KOR1929 110 pour 69,00 €

b) Optique 2000

Optic 2000 est une coopérative créée en 1969, le Groupement d'achats des opticiens lunetiers, en abrégé GADOL. Le groupe Optic 2000 est le leader³ de la distribution d'optique en France avec ses enseignes Optic 2000 et Lissac, acquise en 2005, avec ses 1 860 points de vente. En 2004, l'enseigne compte 1 162 points de vente en France. Optic 2000 revendique un chiffre d'affaires consolidé de 87 millions d'euros en 2017. Optic 2000 propose 3 gammes de lunettes : homme, femme, enfant

Pour homme : lunette de vue Persol PO3189V 218,00 €

Pour femme : lunette de vue French retro CINDY ROSE pour 149,00 €

Pour enfant : lunette anti-lumière bleu KUMQUAT KJ2202 pour 39,00 €

c) Acuvue

Acuvue est une marque de lentille de contact qui ont fait leurs débuts chez Frontier Contact Lens Company, fondée à Buffalo, New York en 1959 par le Dr Allen Isen, George Sitterle et le Dr William Feinbloom. Sa croissance précoce a été attribuée à sa lentille torique très réussie. En 1962, Seymour Marco a rejoint l'entreprise et Frontier a déménagé ses opérations à Jacksonville, en Floride . Avec 30 employés, Frontier a fabriqué une gamme de lentilles de contact dures dans les années 1970.Au cours des années 1970, Frontier a développé un nouveau matériau (etafilcon A) et l'entreprise a commencé à fabriquer des lentilles souples. Frontier a été parmi les premiers aux États-Unis à prendre ce matériau, largement utilisé en Europe, et à le combiner avec un processus de découpe au tour pour produire des lentilles de contact souples. Acuvue a été introduit sur le marché en 1987. La lentille

était initialement indiquée pour un port prolongé de sept jours et est ensuite devenue une lentille à port quotidien. Aujourd'hui, il existe 3 gammes de lentille :

- Lentille journalière : Lentilles de contact journalières 1-DAY ACUVUE® MOIST pour myopie, 30 lentille par boites pour 17,47€
- Lentille pour 2 semaines : Johnson & Johnson acuvue 2 pour 6 lentilles a 20,08€
- Lentille bimensuelle : Johnson & Johnson acuvue 6 lentille pour 18,30€

Analyse de la communication

a) Réseau sociaux

critère	KRYS	OPTIQUE 2000	ACUVUE
nombre d'abonnés	11 343 abonnés sur LinkedIn 27000 sur instagram	8684 Abonnée sur linkedin 25000 abonnée sur instagram	7456 Abonnée sur linkedin 29400 Abonnée sur instagram
taux d'engagement	+50% sur linkedin 3,5% sur instagram	2,5% sur instagram	2,5% sur instagram
type de contenus publiés	Texte, Article., Texte et image en post natif. vidéo fichier PDF sur linkedin	Texte, Article., Texte et image en post natif. vidéo fichier PDF sur linkedin	Texte, Article., Texte et image en post natif. vidéo fichier PDF sur linkedin
sujet traité en publication	<ul style="list-style-type: none"> • Emploi disponible chez kryz pour linkedin • Sur instagram ; Conseil, partage 	<ul style="list-style-type: none"> • Emploi disponible chez optique 2000 pour linkedin • Sur instagram ; Conseil, partage 	<ul style="list-style-type: none"> • Emploi disponible chez Acuvue pour linkedin • Conseil, partage sur l'instagram

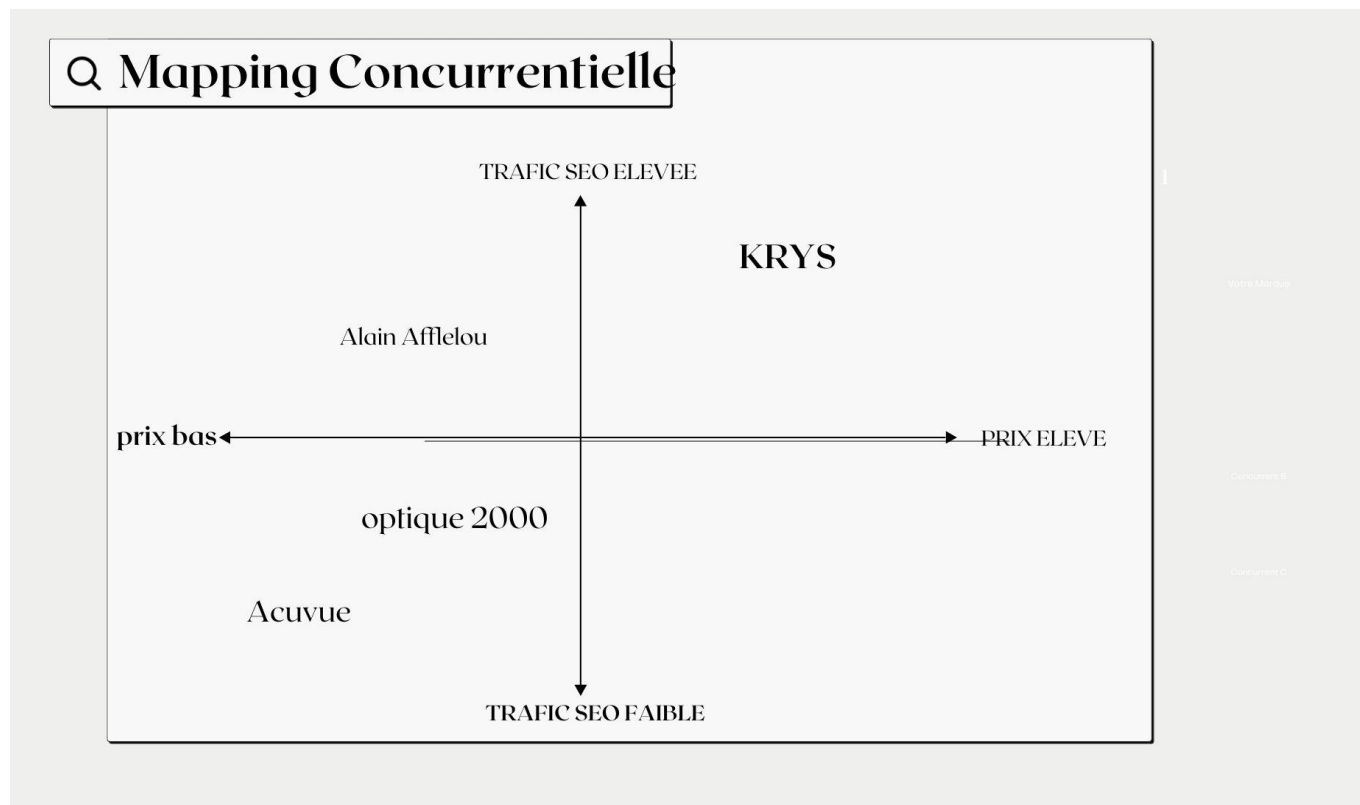
b) Site internet

	KRYS	OPTIQUE 2000	ACUVUE
Construction du menu	<ul style="list-style-type: none"> • Menu de vente pour différents types de produit avec prix ; • Conseil et partage sur les menu santé, partage et service • Menu de prise de 	<ul style="list-style-type: none"> • Menu sur les nouveautés des produits et les différents types de produit proposé • Menu sur les service, offre, marque et 	<ul style="list-style-type: none"> • Menu pour ce qui est intéressé par le lentille de contact • Menu de présentation des produit avec les prix • Menu pour les

	rendez-vous et localisation des différents magasins et pour création de compte • Barre de recherche	conseil • Menu pour localisé différent magasin, prise de rendez-vous et pour création de compte • Barre de recherche	demarche a suivre pour l'obtention du produit • Menu de conseil et partage • Barre de recherche
Ergonomie	L'ergonomie est bon avec son page d'accueil claire simple et précise, les textes son lisible, affichage rapide, Menu accessible,	L'ergonomie est bon avec son page d'accueil claire simple et précise, les textes son lisible, affichage rapide, Menu accessible	L'ergonomie est bon avec son page d'accueil claire simple et précise, les textes son lisible, affichage rapide, Menu accessible
Diversité du catalogue	Catalogue diversifié et facile a lire comme le catalogue de vente, de produit de différente forme et le catalogue de différent marque	Catalogue de vente et de divers produit accessible pour tous	Catalogue pour chaque menu, diversifié et accessible a tous

c) Audit SEO

4 Mapping concurrentiel



Selon Yooda insight l'outil d'analyse du trafic SEO : **Krys optique** a la trafic plus élevé avec 539000 de trafic, ensuite **Allain Afflelou** avec 489000 de trafic, **Optique 2000** a 265000 de trafic et **Acuvue** a 9500 de trafic.

Par rapport au prix **Krys optique** vend ses produits à partir de 129€, **Allain Afflelou** à partir de 99€, **Optique 2000** vend à partir de 39€ et **Acuvue** vend avec 17€

5) le Marketing Mix d'Afflelou

Produit	Prix	Distribution	communication
<ul style="list-style-type: none">*Afflelou propose différents produits de lunettes : lunettes de soleil, lunettes à vue et magic* 3 gammes de produits : Homme, femme et enfant* divers formes et styles sont disponibles* ses produits répondent à toute sorte de problème de vue et à tout ce qui aime être stylé	Prix abordable à toutes les personnes, à partir de 99 €	Afflelou assure sa distribution avec ses 1400 implantations réparties dans le monde ; plus de 24 pays, 700 magasins en France et 300 magasins en Espagne. Il a un site de E-commerce aussi	Allain Afflelou utilise les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, LinkedIn pour sa communication. Il utilise aussi le site internet pour sa publicité, conseil et partage, blog, commande et achat en ligne

V.3 - Étude de la cible

1) les cibles d’AFFLELOU

a) Cœur de cible

Les cœur de cible sont ceux qui a un problème de vue et prescrit ou pas par un opticien le degré du lunette : Enfant, jeune étudiant ou qui travaille, les personnes qui travaille ou étudie avec l’écran, les gens vieux ou vieille. Il n’y a pas frein car ils sont déterminer a acheté

b) Cible primaire

Les jeune et adulte qui suit les tendances et la mode, de lunette de soleil a la lunette a vue ; qui aime acheter les lunettes de marque. Styliste, étudiant, haute personnalité, ect... Leur frein serait la sortie d’un nouveau modèle ou marque u tendance


c) Cible secondaire

Jeune et adulte qui a décidé d’acheter une autre marque différent ; son frein serait l’insatisfaction

1. PERSONA

Cœur de cible

Anna



Attente

- Nouveau modèle
- produit innovant

Motivation

lunette de marque
divers produits

"La beauté qui réside dans le regard"

Âge : **24**

Travail : **Compatible**

Famille : Célibataire

Localisation : **France, Paris**

Sexe: Féminin

Personality

Energique	timide
Audacieuse	Craintif

Réseau sociaux

Facebook	
linkedin	
instagram	
Tik tok	

DO NEXT ➔ **Customer Journey Map**

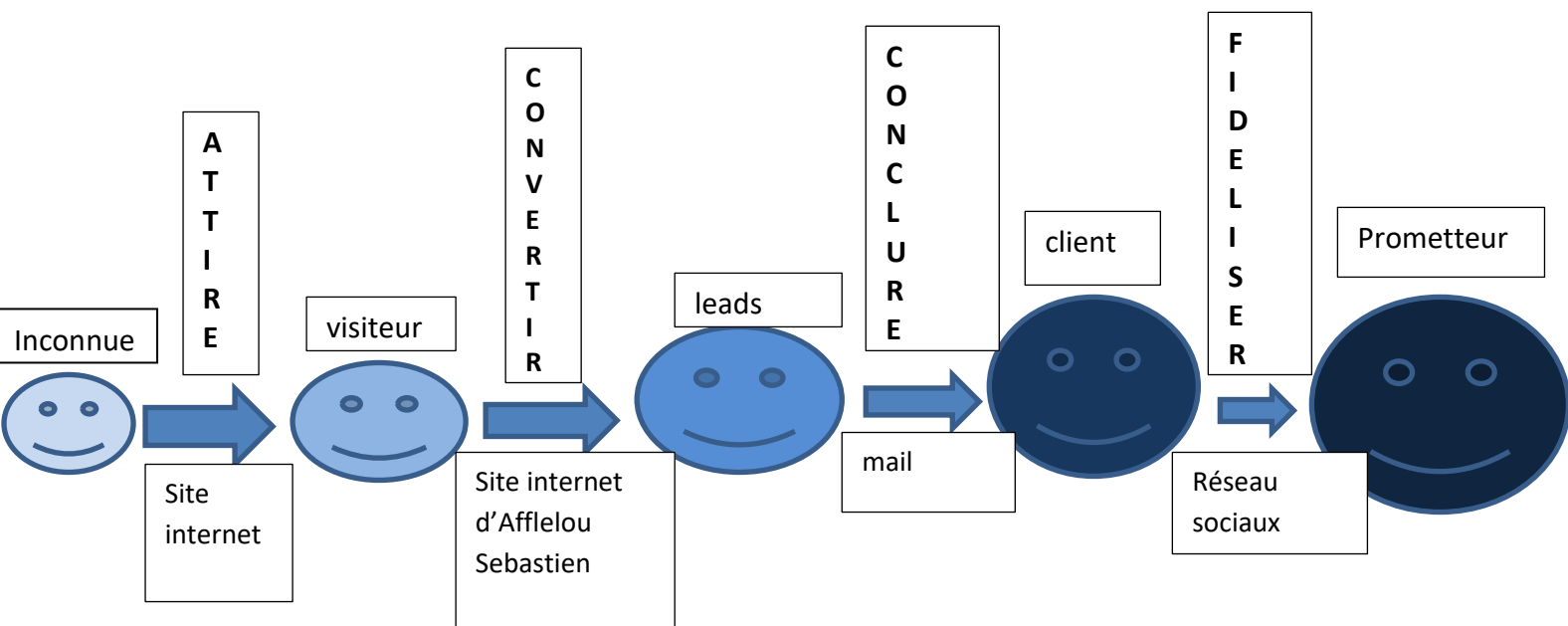
[See related templates](#)

V.4 - Marketing Digital

1. les moyens de communication d'AFFLELOU

Owned	paid	Earned
Blog, site internet, réseau sociaux, vidéo	*Display comme les campagne d'affichage dans les rues, publicité dans les magazines et affiche sur les lieux de vente *publicité sur les réseaux sociaux et moteurs de recherche *système de sponsoring, ASMonaco par exemple	SEO Article de presse

2. le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing



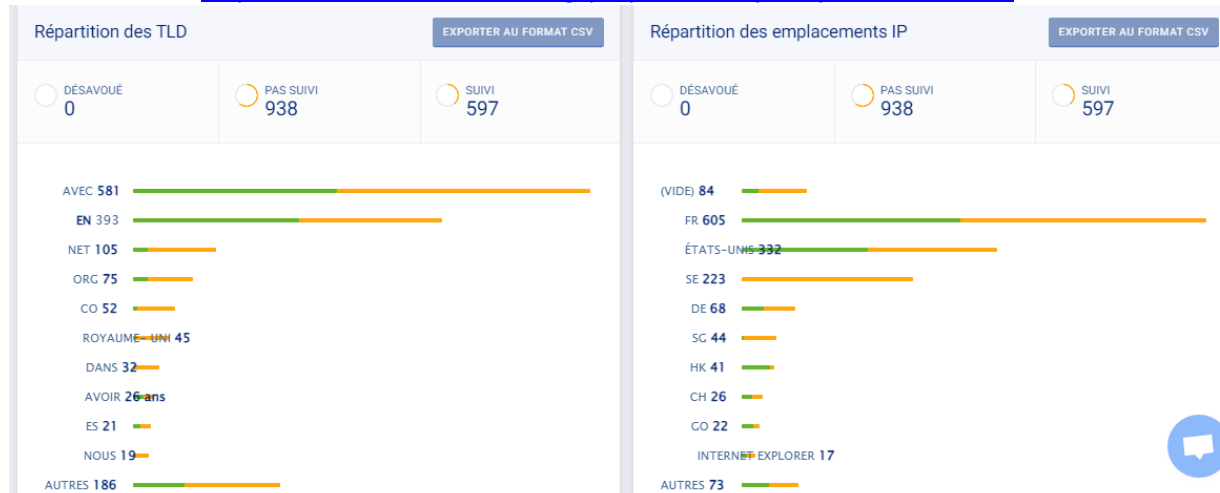
3.

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION REALISER	OBJECTIF SMART	KPI
Site internet	Article de blog	Le tenez a jour, accessible a tous	Nombre de visites et page vue
Site internet	Formulaire a remplir	10% par mois	Taux de conversion
Site internet	page d'atterrissage	20% par mois	Nombre de page vue
Site internet	newsletter	Améliorée l'automation	Taux d'ouverture
Mail	Envoi d'email	Améliorée l'automation	Taux d'ouverture

Réseau sociaux, mail	Invitation sur des évènements	Amélioré l'automation	Taille de la communauté
----------------------	-------------------------------	-----------------------	-------------------------

VI - PARTIE SEO : Audit du site

Backlink du site <https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/>



Filtre : Uniquement les pages web

URL 1 à 10 sur 10 | Page 1/1

Dis tan ce acc uei l ▲	Co de HT TP	Adresse / Content-type	Titre / Date ▼ / Note ▼ / Description (ou principaux mots-clés)	Mot s ▼ Lan gue	Optimisation SEO ▼	Poids ▼ Tem ps de char gem ent ▼	Liens inter nes v ers c ette page ▼	Page s réf érent es ▼
0	200	https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/ text/html	Préparez vos yeux pour la rentrée - Afflelou Blog 2021-09-13 15:44:51 yeux, préparez vos yeux pour la rentrée, afflelou, rentrée, préparez, âge...	952 fr	2 erreurs 13 avertissements	63.2 ko 1.06"	14	3

VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

L'optique du future

Tant de recherche a été effectué sur la médecine, beaucoup sont innovant avec la technologie. Nombreux sont les gens qui ont le problème de vue attend l'innovation optique, l'aveugle qui revoit enfin le jour. Une étude et une recherche combiner de médecine et de technologie a mis au jour la lunette intelligente qui permet au malvoyant et aveugle de voir a travers leur Smartphone, la lunette qui projette l'image directement dans la rétine. Cette nouvelle technologie a été développée par l'entreprise QD laser au japon en collaboration avec l'université de Tôkyô. L'OMS a identifié plus de 285 Million de personne qui ont une déficience visuelle. Les personnes non voyant connaît maintenant une grande révolution.