

EVALUATION INTERMEDIAIRE

I- MARKETING DIGITAL

1-Les facteurs macro-environnementaux de CHEZ AFFLELOU sont :

POLITIQUE	ECONOMIQUE	SOCIETAL	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LEGAL
La marque optique et acoustique européenne a une notoriété internationale, présente dans 19 pays dont 1445 magasins, principalement en France et sur ses autres principaux territoires comme l'Espagne, la Suisse ou la Belgique.	Son modèle économique est basé sur la franchise avec un chiffre d'affaire annuelle de 830.3 Millions d'Euro TTC. Son capital est réparti selon les données suivantes : 41% à LION CAPITAL, 30% dans la Caisse de dépôt et placement du Québec et 29% dans la Société de Monsieur AFFLELOU	Dans un écosystème de plus de 700 franchisés dans le monde et environs 300 salariés de bureau permanent avec 900 salariés aux pôles succursalistes .	Sa technologie Multi-format dans différentes typologies de magasins comprend des enseignes optiques dont une enseigne discount, et une enseigne audio liée à des sites internet.	La marque CHEZ AFFLELOU est dans le développement durable.	Elle présente une mention légale, une Propriété intellectuelle et est conforme aux Réglementation et législation applicable en matière d'optique-lunetterie étalée dans le site suivant https://www.afflelou.com/mentions-legales .

2. Déterminez les Forces de Porter.

Menace des nouveaux entrants	
Degré de rivalité avec les concurrents	La rivalité reste très imposante avec les autres marques comme Optic 2000 étant la marque numéro un des Français et leur stratégies marketing omniprésente à la fois dans l'inbound et outbound marketing.
Menace des produits de substitution	Néant
Pouvoir de négociation des fournisseurs	L'entreprise contient un réseautage de franchise proposant en tant que fournisseur un service finance d'accompagnement pour élaborer des solutions financières facilitant la gestion de l'approvisionnement avec une centrale des paiements et des partenaires comptables et bancaires.

Pouvoir de négociation des clients	La marque optique possède des offres promotionnels avantageuse à la clientèle comme celle de l'achat de deux paires de lunette en ajoutant un euro <i>tchin tchin</i> ou celle du programme <i>next year</i> consistant à un crédit d'achat remboursable sur une année malgré quelque critère d'éligibilité. Les clients doivent s'en tenir aux prix fixé par la société.

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

Force	Faiblesse	Opportunité	Menace
Elle réside dans un premier temps dans une notoriété internationale et les activités promotionnelles de l'entreprise. Afflelou est aussi un bon fournisseur pour ceux qui veulent faire de la revente car facilite le démarrage de l'entreprise de ses franchisés	Le site web est trop entremêlé et mal organisé. Il serait préférable de faire une page d'accueil bien classé contenant des sites de redirections pour les offres des lunettes et de lentilles, les offres pour revente, le blogging au milieu car il est trop dissimulé entre les menu du header.	la saison d'Eté est une occasion de créer et de booster les ventes de lunette de Soleil sous de nouveau format.	La croissance interrompue du secteur de l'optique depuis 2010. Marché milieu de gamme en regression.

cri

V.2 – ETUDE 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.

Les concurrents directs d'Afflelou sont : Optic 2000 et Krys

Le concurrent indirect d'Afflelou est Ray Ban

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.

L'optique 2000 est une entreprise optique née en 1969 située en France avec plus de 1200 magasins. Elle est sous une rigueur d'exigence technique et perfectionniste par l'intermédiaire des opticiens diplômés voulant créer des lunettes adaptés à chaque type de personnalité. Parmi ses produits, on peut trouver le Cosmopolitan CM2211 – Marron, adapté au visage de type rond, ovale ou triangle pointu en bas, matière en Plastique et de forme carré, la monture est adaptable à la vue et en verre progressifs au prix de 139 Euros.

Krys subsiste depuis 50 ans. Son expertise est relayé à sa philosophie, celle d'une beauté et accessibilité au profit des consommateurs. Elle dispose de divers garanties pour fidéliser les clients, trente jours pour changer d'avis, une garantie de deux ans et livraison rapide en magasin gratuite. On trouve la gamme Lunettes de vue Zadig & Voltaire au prix de 169 Euros.

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)

*OPTIC 2000

	FACEBOOK	INSTAGRAM	LINKEDIN	TWITTER
Nombre d'abonnés	155 145	25.500	8 423	3 457
Taux d'engagement				
Type de contenus	Vidéo, photos	Vidéos, photos	Proposition de collaboration	Photos, vidéos
Sujet traité en publication	Fiche produits	Fiche produits	Annonce	nouvelle

*KRYG

	FACEBOOK	INSTAGRAM	YOUTUBE	TWITTER
Nombre d'abonnés	103 100	27.300	3.390	18.200
Taux d'engagement				
Type de contenus	Photos, vidéos	Photos, vidéos	vidéos	Tweet et photos
Sujet traité par publication	Contenu informatif sur les nouvelles activités	Fiches produits	publicités	Annonce

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

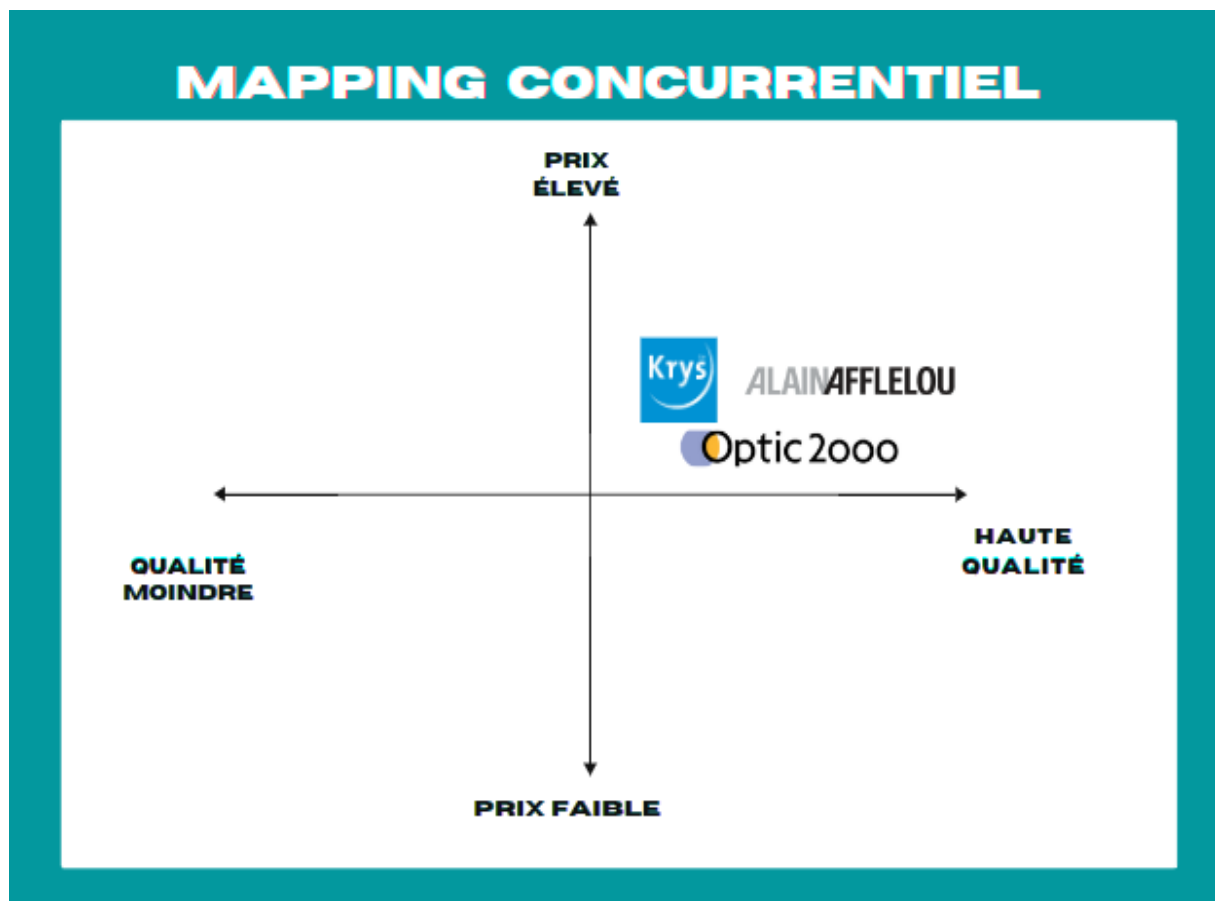
Optic 2000 n'utilise pas une connexion privée accentuant les risques de vol d'informations, les mots de passe, les messages ou les cartes de crédit.

4. Après votre analyse et à l'aide d'un mapping concurrentiel, déterminez le

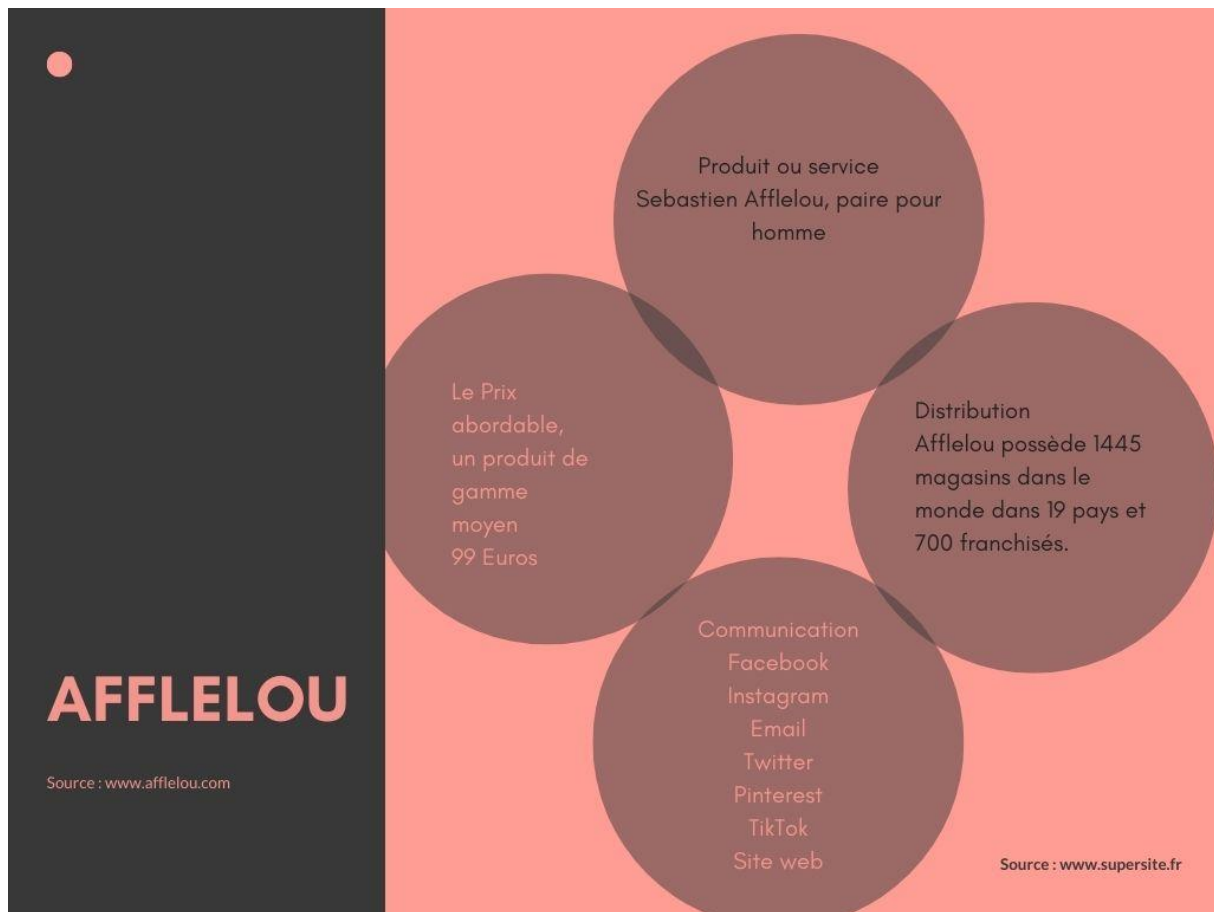
Positionnement d'AFFLELOU face à ses concurrents. Vous devrez définir par

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.



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



V.3 – ETUDE DE LA CIBLE

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)

Le cœur de cible est une jeune femme de 30 ans, sortant des études et initier récemment au monde du travail. On lui attribue le nom de Marianne. Elle est affectée au poste de Secrétaire de Direction, un métier consistant dans la majeure partie du temps à traiter des documents sur ordinateurs. Marianne souffre depuis son jeune âge de myopie ce qui lui rend vulnérable à la lumière ultra-violet des machines de travail. Marianne ne dispose de temps libre que le weekend, un temps qu'elle accorde exclusivement à l'entretien de son foyer et à se reposer à l'abri de sa maison.

La cible primaire est universitaire de 19 ans. Mickael est un étudiant en deuxième année en Informatique. Ses études consistent à développer et traiter des langages informatiques pour créer des applications ou des pages web responsives. Ses passe-temps sont les jeux vidéo et les hackatons ou ils s'entraînent pour participer à des tournois. Mickael, conscient de son usage prolongé des appareils endommageant la vision veut avoir recours à des lunettes pour préserver ses yeux des troubles de la vision.

La cible secondaire est une maman de 40 ans. Sandra a deux enfants et voit son fils être accro aux émissions télévisés et aux dessins animés, et vient souvent à proximité de la télévision. Sa fille aînée

quant à elle est une adepte des réseaux sociaux. Elle a besoin d'aller chez l'opticien pour corriger le trouble de vision de ses enfants.

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.


Clark Andrews

Friendly

Clever

Go-Getter

Âge : 19 ans
Travail : étudiant en Informatique
Famille : Célibataire
Lieu : France
Personnage : Le nerd de l'informatique



Motivation

Fear

Power

Social

Personality

Introvert

Analytical

Loyal

Passive

Extrovert

Creative

Fickle

Active

Buts

- Gagner des hackatons et League Of Legends.
- Finir ses études.
- Devenir Développeur d'applications.

Preferred Channels

Social Media

Mobile

Email

Traditional Ads

Frustration

- Ne pas pouvoir suivre la cadence, surtout lorsqu'il est malade.
 - Échouer
 -

Bio

Mickael est un développeur de logiciels système, un "accro aux données" et, depuis quelques années, il s'intéresse beaucoup au suivi des aspects de sa santé et de ses performances. Mickael veut suivre son humeur, son bonheur, la qualité de son sommeil et comment ses habitudes alimentaires et d'exercice affectent son bien-être. Bien qu'il ne voit qu'occasionnellement avec des amis le week-end, il les voit que pour se faire un tournoi de jeu.

"I feel like there's a smarter way for me to transition into a healthier lifestyle."

Jill Anderson



"Je veux persévérer dans mon métier et donner chaque jour le meilleur de moi-même pour être un jour promu à un poste supérieur."

Âge : 30 ans

Travail : secrétaire de direction

Famille : Marié, 1 enfant

Lieu : France

Personnage : Jeune mère travaillante

Organized

Practical

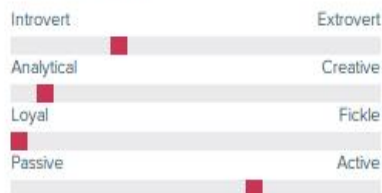
Protective

Hardworking

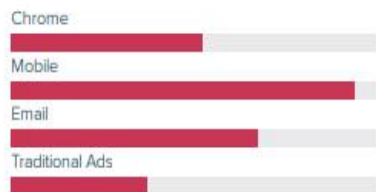
Bio

Marianne est une secrétaire de direction qui utilise beaucoup l'ordinateur pour le travail. Elle est une jeune mère donc ses temps consiste à s'occuper de son fils à la maison quand elle n'est pas au travail.

Personality



Preferred Channels



Buts

- Obtenir une promotion

Frustration

- La fatigue, principalement oculaire
- La maladie

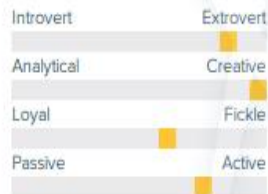
Motivation



Sandra Wilson

Âge : 40ans
Travail : Designer d'intérieur
Famille : Célibataire
Lieu : France
Personnage : Le Maestro

Personality



Ambitious Focussed
Free-Spirited

Brands



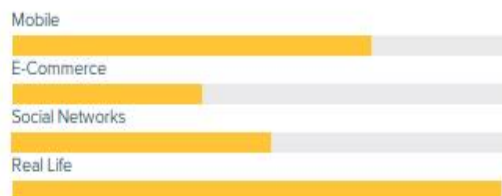
Bio

Sandra est une designer d'intérieur épanouie qui cherche à traduire sa passion pour le design dans chaque espace sur lequel elle travaille. Elle aborde chaque projet comme un puzzle et pense que son travail consiste à créer des pièces qui allient beauté, fonction et fonctionnalité, en réfléchissant au meilleur look possible pour le budget, le mode de vie et les spécificités du lieu. Elle pratique le design d'intérieur depuis 2008 et détient une maîtrise en architecture d'intérieur de NYU. Elle est mère de deux enfants dont tous accro aux appareils technologiques détériorant leur vision. Ces deux enfants sont myope.

Motivation



Preferred Channels



"I take great pride in helping others get inspired and unlocking their full potential!"

Buts

- Développer une solide réputation dans l'industrie
- Etre une bonne mère
- Pour obtenir plus de prospects et développer son activité

Frustration

- Voir ses enfants malades
- Concurrencer des designers plus établis
- Rester en contact avec les clients et prospects

V.4 – MARKETING DIGITAL

1. Les moyens de communication d’AFFLELOU, en triant via Owned, Paid et Earned média

Owned média	Paid Média	Earned Média
Facebook Instagram Pinterest Twitter Tiktok	Facebook ads Youtube ads Influenceur : Renan Pacheco	Site web : http://www.afflelou.com/

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).

Le tunnel de conversion Inbound marketing s’effectuera de la manière suivante : D’abord, on va mettre en publication sur les réseaux sociaux facebook et Instagram les lunettes. Puis, les prospects viendront consulter le site web pour se renseigner. Dans le site se trouvera un livre blanc étalant toute les points essentiels à savoir sur les lunettes Afflelou Sebastiens. Ensuite, après leurs premiers achats, on va mettre un champ pour mettre les mails. Pour finir, on va fidéliser les clients, les alerter sur toute nouvelle produits par des newsletters.

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.

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION RÉALISÉE	OBJECTIF SMART	KPI
Facebook, instagram	Effectuer une publication de lancement de produit à objectif affectif.	Mettre en avant le produit parmi les autres gammes. Atteindre plus de 1000 réactions sur la	Nombre de vue Nombre d’abonnée Nombre de réaction

		publication en faisant un genre de publication avec un bon humour. Augmenter de 100 abonnés dans les délais de un mois	
Site WEB	Mettre en avant une publication pour relier avec celle dans les réseaux sociaux. Produire un livre blanc pour renseigner les clients sur le produit.	Convaincre le client d'acheter le produit.	
Site WEB	Call to action : faire acheter le produit au client. Demander un retour par les consommateurs.	Faire augmenter de 20 pourcents le chiffre d'affaire en 1 mois.	ROI
Email	Envoyer des newsletters au client à chaque nouvelle offre	Fidéliser les clients.	

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

La page d'accueil est mal organisée. La page d'accueil contient excessivement des publicités qui accentue le coté mal organisé de la page web. La couleur n'est pas attractive et par conséquent la page ne donne pas envie de conclure un achat.

2. Les solutions apportées pour régler ces problèmes

Sur le header, il serait préférable de déplacer vers le footer le menu Service Client, menu trouver un magasin et prendre un rendez-vous.

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

Résumé synthétique de l'écosystème global	Temps de chargement de 2.5 seconde, il nécessite une amélioration. Interactivité 4 millisecondes Stabilité visuelle 0.03 très bon
Analyse technique	Empêchée d'apparaître dans les moteurs de recherche Temps de chargement long
Analyse sémantique	Nombre de mots faible Meta descriptions dupliquées

	Balises title dupliquées
Backlinks	n'a pas beaucoup de backlinks

<https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/guess/gu2914-028-5418-or.html>

Résumé synthétique de l'écosystème global	Temps de chargement est de 2.5 seconde, nécessite des améliorations Interactivité 4 millisecondes Stabilité visuelle 0.03 très bon
Analyse technique	Empêchée d'apparaître dans les moteurs de recherche Temps de chargement long
Analyse sémantique	Nombre de mots faible Meta descriptions dupliquées Balises title dupliquées
Backlinks	n'a pas beaucoup de backlinks

<https://www.afflelou.com/lentilles-de-contact/>

Résumé synthétique de l'écosystème global	TEMPS DE CHARGEMENT est de 2.5 seconde, nécessite des améliorations Interactivité 4 millisecondes Stabilité visuelle 0.03 très bon
Analyse technique	Empêchée d'apparaître dans les moteurs de recherche Temps de chargement long
Analyse sémantique	Nombre de mots faible Meta descriptions dupliquées Balises title dupliquées
Backlinks	10, pas assez de backlink

VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

LES LUNETTES DE SOLEIL : UN INTEMPOREL DE LA MODE

Les lunettes de soleil sont un incontournable de la mode. Il est en même temps un moyen de se protéger les yeux contre la lumière agressive du soleil et un accessoire pour finaliser un look. Elle reconnaît une histoire plutôt utopique, née des romains comme bouclier optique jusqu'à devenir une mode à travers les grands succès cinématiques.

LA NAISSANCE DES LUNETTES DE SOLEIL.

La gestation du concept des lunettes de soleil se trouve à la civilisation romaine avec l'Empereur Néron qui utilise une Émeraude pour faire office de lunette de soleil. Selon des écrits, la Chine a fait usage de cet accessoire dans les juridictions puisque les juges chinois avaient recours à l'utilisation de pierres en quartz pour dissimuler leurs expressions faciales et pour se protéger des rayons du soleil. La science a fait naître le premier modèle de lunette à des fins thérapeutiques en 1752. James Ayscough crée un prototype de lunettes de teinte bleue et verte pour lutter contre les pathologies oculaires. Ces lunettes fantaisistes furent considérées comme les ancêtres des lunettes de soleil moderne. Les premières lunettes de soleil entrées en Amérique furent commandées par Benjamin Franklin vers 1760. Les lunettes ont fait fureur en Amérique aux débuts des XX^{ème} siècles avec Sam Foster qui en vend la première paire à Atlantic City, New Jersey. Bientôt, les studios de cinémas raffolent de cette innovation pour lutter contre la lumière trop forte des feux de projecteurs. Fondé en 1937 par Bausch & Lomb venant de la marque franco-italienne EssilorLuxottica, le groupe Ray Ban que nous connaissons aujourd'hui fait sortir la gamme Ray Ban Aviator. D'autres marques ont suivies la tendance en 1950 comme Carrera ou Persol. Les lunettes de soleil deviennent une référence à la mode en 1980 et voit naître les marques que nous connaissons aujourd'hui : Mexx, Dolce&Gabbana, Vogue, Gucci, Ralph Laurent ou encore Burberry.

LES LUNETTES DE SOLEIL, UNE TENDANCE EVOLUTIVE.

Le style des lunettes de soleil sont lié à l'appropriation des looks de beaucoup de personnalités connues. Grace Kelly, la femme du Prince Rainier de Monaco égaillait ses tenues avec des lunettes de soleil noir, laissant une marque d'élégance aux lunettes de soleil vintage dans les années 50. Les lunettes œil de chat iconique du film culte Diamants sur canapé ont créé une tendance durable avec Audrey Hepburn puisque la majorité des lunettes en vogue sont inspirées des yeux de chat que portait Audrey.

Puis, on ne peut oublier les lunettes de John Lennon à verre ronds liée à la culture des hippies teintées de différentes nuances : rouge, bleu, rose... Ces lunettes sont sorties en parallèle avec les lunettes à grande monture dans les années 1960 et 1970.

Dans les années 80, la tendance des lunettes de soleil fut inspirée du film culte Top Gun d'où les lunettes de soleil appelée "aviateur". Dans le film, elle est de couleur verte avec une monture dorée. Les lunettes surdimensionnées et pleines de paillettes d'Elton John ne passent pas inaperçues non plus.

Les mannequins renforcent la mode des lunettes de soleil dans les années 90. Montures racées et teintes sombres, la simplicité des lunettes s'accordaient avec la fantaisie des années disco. Le film Matrix est la référence d'une prise cinématique avec la magnificence des lunettes de soleil portée par Keanu Reeves dans cette trilogie.

Les années 2000 sont l'ère des lunettes de soleil rouge avec le X-Men Cyclope dans Marvel avec une monture étroite et enveloppante, mais aussi avec une tendance des lunettes sans monture de nuances bleus, rouge ou rose décorée de cristaux ou autres, le genre de lunette que portent Paris Hilton ou Lady Gaga.

La tendance des lunettes de soleil des années 2010 ne manquent pas en fantaisie. L'originalité et l'excentricité sont de rigueur, on opte pour des lunettes oversizes, rondes et qui font effet œil de chat.

LA TENDANCE POUR 2022

On retrouve des comebacks des années folles tout comme les classiques de valeurs sûres. L'époque des seventies influence le « trend » des lunettes de soleil inspiré des séries « Halston » *'Couturier américain de renom'* ou de la série « Le Serpent ».

Les grandes lunettes surdimensionnées des années 70

Les grandes lunettes de soleil des années 70 sont un modèle quasi indémodable qui revient à chaque décennie. Ces modèles valables chez Dior, Miu Miu et Chloe.

Des marques Françaises dans l'ère du temps

Des lunettes de soleil à monture rectangulaire sortant des années 2000 reviennent avec **Jimmy Fairly**. Les montures en écaille qui rappellent le Woodstock des années 60 sont remises aux goûts du jour par **Emmanuelle Khanh** ou **Nathalie Blanc**.

Des lunettes originales avec des couleurs explosives

On opte pour des montures épaisses et plus larges qu'auparavant car la tendance exige de l'extravagance. Les lunettes multicolores égayeront les tenues summer look avec des couleurs pastel et vives pour donner de la couleur à vos journées. La tendance printemps-été 2022 miroite le style des années 90 avec le look rétro et vintage.

Les lunettes de soleil à monture original ou futuriste complètent les tenues des festivals de musique pendant l'Été.

Les lunettes pastel

Il faut beaucoup d'audace pour porter ses lunettes à couleur flamboyante. Les nuances pastel sont plus appréciées des personnes à peau blanche, ils font ressortir naturellement la couleur de leur peau avec des couleurs comme le rose bonbon, le vert ou bleu tendre.

Les lunettes dégradées

Les lunettes dégradées sont meilleurs lors des temps frais sans beaucoup de lumière solaire, ils font ressortir la carnation des tous types de peau.

Les lunettes à monture fantaisiste

La fantaisie sur les lunettes fait guise d'accessoire à la tenue. Privilégiez une tenue classe et basique dans le style casual et casser avec une paire de lunette bien extravagante pour faire l'originalité pendant l'Eté.

Les lunettes classiques

Ici, on parle des Ray Ban Wayfarer, des Pantos et les Clubmaster, des classiques à ne pas séparer de notre Collection.

Les lunettes à cadre blanc

Les lunettes à monture blanche se portent à toute saison et même pendant l'Eté. Elle est associée des influenceuse avec un total look blanc, pourtant il peut aussi très bien être porté avec toutes les tenues tant que cela respecte la carrure de votre visage.

Les lunettes papillons ou œil de Chat

Les lunettes de Hepburn reviennent à la grande mode cette année.

Comment adapter la tendance avec sa morphologie ?

Le choix des lunettes se pose surtout sur la morphologie de notre tête avant de le choisir selon la tendance, car le but est d'être au taquet et non juste à la mode.

Pour les morphologies de type triangulaire, on doit choisir des lunettes qui épaissit notre visage d'en bas. Optez pour des lunettes larges.

Pour les morphologies de type rond, privilégiez les montures carrées qui se marie agréablement avec la forme de votre visage.

La morphologie de type ovale convient aux montures de lunette fine et anguleuse, la monture plus grande que le visage. Considérer comme parfait, le visage ovale est adapté à tous les styles. Pour un rendu harmonieux, privilégiez les lunettes rectangulaires, vue de papillons ou œil de chat. Elles vous donneront un look plein de peps, tendance et chic en même temps. Attention, choisir aléatoirement ne garantit pas toujours l'harmonisation.