

SAYNA-MARKETING-EVALUATION1-062022

Entreprise : AFFLELOU.

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

- Étude de l'environnement de l'entreprise (veille environnementale)

- ✓ L'inventaire des activités

Afflelou est Spécialisée dans la distribution de montures, verres optiques et produits de contactologie et une activité d'audioprothèse.

Montures : monture plastique, monture tendance et légère.

Produits de contactologie : produit d'entretien lentille et accessoire.

Activité audioprothèse : contrôle auditif

- ✓ la délimitation des exigences légales et réglementaires :

Le texte qui encadre les activités de l'entreprise et un exemple de ses activités :

Code de la santé publique :

L'Article L4362-10-1

Création LOI n°2014-344 du 17 mars 2014 - art. 39 (V)

Lors de la vente en ligne de lentilles de contact oculaire correctrices ou de verres correcteurs, les prestataires concernés permettent au patient d'obtenir des informations et conseils auprès d'un opticien-lunetier. Un décret en Conseil d'Etat détermine les modalités d'application du présent article et fixe les mentions et informations devant figurer sur le site internet détermination des impacts.

Dans le cadre d'une souscription à l'offre Tchou-Tchou d'Afflelou :

Pour l'achat d'un équipement optique (monture + 2 verres correcteurs), bénéficiez pour 1 CHF de plus de deux paires de lunettes. La 2e paire sera équipée de verres organiques (CR39 blancs), hors options. La 3e paire sera équipée de verres organiques (CR39 blancs), hors options ou de verres non correcteurs. Montures à choisir parmi plus de 200 modèles de la collection Afflelou optique (prix unitaire maximum de 129 CHF TTC pour les collections adulte et junior et prix unitaire maximum de 119 CHF TTC pour la collection enfant) ou de la collection Afflelou solaire (prix unitaire maximum de 69 CHF TTC).

- ✓ Détermination des impacts :

Sur les Montures et produits de contactologie : actuellement, l'œil est exposé à des nombreux risques dû à l'exposition à l'écran, la pollution de l'air. Le produit de l'entreprise Afflelou sert de la protection à l'organe de la vue. D'ailleurs, les produits Montures d'Afflelou, fait partie des éléments indispensable pour les jeunes grâce à l'effet de mode.

Sur les activités audioprothèse : le service, fournit par Afflelou, est une solution au problème auditif dû au bruit et la saleté des oreilles.

- Étudier la concurrence de l'entreprise (analyse concurrentielle)

:

Type de données	Données	Exemple de sources d'information
Identification	Nom des concurrents	Optic 2000 et krys
Offre	Produit	Pour Krys : Lunette de soleil, lunette de vue, lentille et Audition. Pour Optic 2000 : Lunette de vue, lunette de soleil et lentille
Communication	Réseaux de distribution	Site internet : https://www.optic2000.com/ https://www.krys.com/ Facebook : https://www.facebook.com/optic2000 https://www.facebook.com/Krys Twitter : https://twitter.com/opticiens_krys https://twitter.com/optic2000 Linkedin : https://www.linkedin.com/company/optic2000 intsatgram : https://www.instagram.com/opticiens_krys/ Youtube : https://www.youtube.com/user/KrysGroup
Force et faiblesse	Point fort	Pour Krys :
		Pour Optic2000 :
	Faiblesse	Pour Krys :
		Pour Optic2000 :

- Étudier la cible de l'entreprise (analyse de la cible)

Cible primaire :

Cible secondaire :

- 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

V - PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

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

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

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

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

À faire :

1. À l'aide de la matrice PESTEL déterminez les facteurs au niveau macro-environnemental.
2. Déterminez les Forces de Porter.
3. À l'aide de la matrice SWOT, déterminez les facteurs au niveau micro-environnemental

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.
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.
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)
 - b. Site internet (construction du menu, ergonomie, diversité du catalogue)
 - c. SEO (réaliser un audit SEO grâce à la grille prévu à cet effet)
4. Après votre analyse et à l'aide d'un mapping concurrentiel, déterminez le positionnement d'AFFLELOU face à ses concurrents. Vous devrez définir par vous-même les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel.

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

vous permettra de réaliser cela facilement.

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

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)

2. Construire le persona pour le cœur de cible et la cible Primaire. Vous pouvez utiliser le site : <https://xtensio.com/user-persona-template/> pour réaliser votre persona.

V.4 - Marketing Digital

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

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

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

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

3. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing afin de promouvoir la paire de lunettes Afflelou Sebastien (paire homme).

Pour chaque action, déterminez l'objectif SMART

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

VI - PARTIE SEO : Audit du site

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

Il faudra mettre en avant :

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

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

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

- <https://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 :

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

Conseils à prendre en compte :

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

VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

La rédaction web permet de produire des contenus rédactionnels adaptés au web. Les règles d'écriture diffèrent de celles de la presse écrite : l'écriture doit être concise, rapidement compréhensible et le style dynamique. Il est souvent recommandé pour les entreprises de

proposer du contenu afin d'améliorer leur visibilité sur le web. Cette communication a également pour effet de développer la notoriété et la légitimité de l'entreprise dans son secteur. Dans votre analyse du site, vous vous apercevez que la partie blog est existante, mais n'est pas vraiment pertinente : les sujets traités ne sont pas engageants et ne partagent que peu d'informations et d'expertise dans le domaine de l'optique. Vous convenez donc avec votre client de produire un article de blog pour optimiser le référencement et apporter un modèle d'article de blog pertinent. Il est nécessaire de revoir l'angle d'approche et les thématiques abordées afin que le blog du site présente une réelle valeur ajoutée et participe à son dynamisme. Il est alors convenu ce qui suit :

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

Conseils :

- Choisissez une thématique liée au monde de l'ophtalmologie et au marché des lunettes au sens large. Par exemple, vous pouvez très bien parler de technologie, d'innovation, de santé, d'histoire, etc. tant que cela tourne autour du secteur d'activité de base.
- Soyez créatif pour attirer des visiteurs et créer du trafic. N'hésitez pas à sortir des sentiers battus en optant pour des thématiques originales.
- Respectez le ton et le style du blog de base, il ne faut pas non plus déstabiliser les habitudes de la communauté en opérant un changement radical.
- Proposez un contenu 100 % original (les contenus dupliqués seront sanctionnés) pour vous démarquer de la concurrence. Mais n'hésitez pas à vous inspirer de l'existant en allant visiter les sites d'autres marchands de lunettes et en lisant d'autres blogs dans ce domaine d'activi