

## PARTIE I : Marketing et Marketing Digital

### 1. Etude de l'environnement de l'entreprise

#### a. Les facteurs au niveau macro-environnemental : matrice PESTEL

POLITIQUE	ECONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LEGAL
-fournir des produits et services de qualité à ses clients ; -recruter, intégrer et fidéliser des talents ; -reconnaitre chacun des employés pour ses compétences, son expérience et son potentiel ; -offrir des opportunités d'évoluer au niveau national et international à tous les collaborateurs.	-fondé sur la franchise ; -1972 à aujourd'hui : passer de 1 à 1445 magasins et 1 à 19 pays ; -300 salariés permanents ; - plus de 900 salariés en supplémentaire.	-siège en France et dans 18 autres pays ; -tendance sociétale : lunette de vue femme et homme, lunette de soleil femme et homme, prise de rendez-vous et offres.	-avoir des matériaux de qualité et confortable ;	-utiliser des matériaux qui respecte l'environnement ; -remplacer le plastique par un biopolymère biodégradable comme le BD8 ; -utiliser le rPET ou polyéthylène téréphtalate pour fabriquer une paire de lunette. - transporter et emballer les produits par des cartons recyclés.	-informations, publicités non contractuelles ; -modification sans préavis des modèles ; -vente payable au comptant et sans escompte ; -facturation au tarif en vigueur au moment où l'équipement est réalisé ; -facture originale ou duplicata signé exigé pour tout échange ou remboursement ; Signature du bon de commande par l'acheteur l'engage sur l'intégralité de la facture ; -annulation de commande non accorder même en cas d'un éventuel dépassement de délai de livraison.

b. Les 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	Le marché est ouvert car c'est un secteur très vaste avec plusieurs options à encore développer.
Degré de rivalité avec les concurrents	Le degré de rivalité est un peu élevé car il existe des concurrents connus et qui propose à peu près les mêmes avantages.
Menace des produits de substitution	Il est inévitable car il existe des lunettes de non qualité.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Le pouvoir de négociation des fournisseurs est considérable car on veut des produits de qualité.
Pouvoir de négociation des clients	Le pouvoir de négociation des clients sont moindre car les produits sont de haute qualité, de marque, faite de matière écologique.

c. Facteurs au niveau micro-environnemental : matrice SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Avoir des concurrents tels que Acuitis, Krys, Optical center, ...</li> <li>-compétence : production des lunettes de vue et de soleil pour homme, femme et enfant ; offre des visites médicales ;</li> <li>-bonne réputation car ils ont des fidèles tels que l'AS Monaco, l'athlète Farah Clerc ; il devient partenaire majeur des European Masters Spring en 2020 ; il a été élu service client pendant 5 ans d'affilée.</li> <li>-vend des lunettes fabriquées par des produits écologiques.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prix : les autres concurrents proposent des prix encore plus abordables</li> </ul>
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Le secteur offre une opportunité aux employés de pratiquer et d'évoluer leurs compétences ;</li> <li>-les produits de qualité leur offrent une bonne réputation, une croissance économique, une fidélisation des clients.</li> <li>-l'existence de plusieurs points de vente améliore leur croissance.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les autres concurrents qui proposent les mêmes avantages</li> </ul>

2. Etude de la concurrence

- a. Les 2 concurrents directs : Acuitis, Krys ;  
Concurrent indirect : Gucci.
- b. Acuitis : fondé par Daniel Abittan et son fils ; Ils travaillent avec Frédéric Beausoleil qui est un artiste lunetier français et produisent des produits 100% naturels et biocompatibles. Lunette de vue : Donna, 30 euros

Krys : c'est une société qui produit des lunettes de vues, de soleil, lentilles de contact, appareil auditifs créé en 1967. Lunette de vue femme : Zadig et Voltaire, 169 euro.  
Gucci : société qui produits des sacs à mains, prêt-à-porter, chaussures, lunette ; fondé par Marco Bizzari en 1921.

c. Analyse de la communication :

- Acuitis : -réseaux sociaux :87591 sur Facebook ; 130 sur you tube  
-site internet : <https://fr.acuitis.com>
- Krys : -réseaux sociaux :18,3k sur twitter ;104368 sur Facebook ;3,39k sur you tube ;  
-site internet : <https://www.krys.com>
- Gucci : -réseaux sociaux :  
-site internet :

d. position d'Afflelou face à ses concurrents :

e. Marketing mix d'Afflelou: - produit: lunette de vue et de soleil, lentille de contact, dispositif auditive

-prix:

-distribution : direct au niveau des points de ventes, colis si achat en ligne

-communication : Facebook, page, site web, article, twitter, Instagram, you tube

3. Etude de la cible

a. Cœur de la cible : les personnes qui aiment les produits de marque et de qualité, qui ont un problème de vue et ceux qui aiment les tendances et l'originalité, habitant partout dans le monde.

Cible primaire : personnes qui aiment les lunettes et adore les produits de qualité.

Cible secondaire : personnes qui aiment les lunettes.

b. persona :

-cœur de la cible : toute âge, problème de vue ou non, gout sur les tendances,

-cible primaire :

4. Marketing Digital

a. moyens de communication :

-Owned et paid média

b. tunnel de conversion

c,d. Marketing Digital

Moyen de communication	Action réalisé	objectif smart	KPI
facebook			
twitter			
instagram			

You tube			

## 6. Partie SEO

## 7. Partie rédaction web : Article de blog

La vue est vraiment indispensable pour la vie de tous les jours car être à moitié aveugle nous dispense aux activités habituelles voir même nouveau. Avoir des problèmes visuels peut être congénital ou acquise et cela reste toujours une barrière pour pouvoir faire des choses comme les autres personnes normaux qì ont la vue intacte.

L correction de la vue est notre spécialité. Avoir un problème visuel ! ne vous inquiété pas, nous réglons ça car nous travaillons avec des ophtalmologistes expérimentés.

En plus des verres, o, vous propose plusieurs montures de lunette pour être stylé et traité en même temps. Notre monture est disponible pour femme, homme et enfant.

L'évolution de la tendance sur les lunettes est très marquante de nos jours, nous vous proposons des montures tendances de marque et bien stylé pour que vous soyez dans le bain de l'évolution.

Être toute autant belle et voyante avec nos lunettes de vue.

En guise d'accompagnement, nous vous proposons aussi des consultations, des services après ventes, des points de ventes et des ventes en lignes accessible pour tous.