



# AUDIT ET OPTIMISATION MARKETING, SEO ET REDACTION WEB DE LA MARQUE FRANCAISE ALAINAFFLELOU

**Rédigée par:**  
**KONGBI NKONDO Friedah**  
**Gladys**  
**Marketeuse freelance**



## Elaboration du cahier de charges:

Le service : je suis une jeune freelance en marketing digital qui avec son imagination vous aide à matérialiser votre vision auprès de vos potentiels clients

Le but du projet : établir un audit de la marque française ALAINAFFLELOU pour avoir une vision complète (environnement, concurrence, cible...) de l'entreprise.

La cible et les concurrents : ALAINAFFLELOU est une entreprise française proposant de lunettes de vue bien évidemment, elle n'est pas la seule dans ce domaine dans le territoire.

Les intervenants : l'entreprise englobe une chaîne d'opticiens spécialisée dans la distribution de montures, verres optiques et produits de contactologie.

### 1-Présentation du projet

#### Mes besoins et objectifs :

Je viens vers ALAINAFFLELOU pour faire un audit de la marque et faire des propositions d'optimisation de leur site internet afin de me spécialiser dans mon domaine de formation.

#### Les besoins des internautes :

Vis-à-vis de mon employeur, je serai là pour booster leur site internet, repérer les éventuels manquements, y remédier pour attirer le plus de clientèle.

# **SOMMAIRE :**

PARTIE 1 : MARKETING ET MARKETING DIGITAL.....4

PARTIE 2 : SEO, AUDIT DU SITE.....11

PARTIE 3 : REDACTION WEB.....12

Le monde de la publicité s'accroît de jours en jours avec l'évolution de la technologie. Il y'a tellement de créativité mis en avant grâce au digitale d'où la forte concurrence des produits dans le marché. Nous allons étudier l'ensemble de travail fourni par la marque française ALAIN AFFLELOU.

## PARTIE 1 : MARKETING ET MARKETING DIGITAL

### I. ETUDE DE L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE :

Nous réaliserons dans ce paragraphe une analyse de l'environnement de l'entreprise à l'aide de la matrice de PESTEL pour ressortir les facteurs au niveau macro-environnemental, par la suite déterminer les forces de PORTER et enfin ressortir le niveau micro-environnemental avec la matrice de SWOT.

#### 1) Matrice de PESTEL :

<b>Politique</b>	Alain Afflelou lance un nouveau concept, <i>tching-tching</i> lui permettant de négocier avec ses fournisseurs l'obtention d'un volume important de lunettes (500.000 lunettes) diminuant ainsi le coût des montures. Ceci a relancé la mécanique des ventes qui a bondi de 400% le premier mois.
<b>Economique</b>	Afflelou a traversé 3 LBO (action permettant à une entreprise d'en acheter une autre), leur permettant ainsi l'ouverture de plusieurs magasins. Il est la 3 <sup>ème</sup> enseigne d'optique de France avec un chiffre d'affaires de 965millions d'euros réalisé sur 19pays.
<b>Sociologique</b>	La clientèle est plus avertie, donc plus indépendante dans les achats de lunettes. Adoption des lunettes de soleil en été.
<b>Technologique</b>	La digitalisation du marché des lunettes. Adaptation des cadres selon les tendances.
<b>Environnemental</b>	La consommation d'eau, consommation d'électricité et production des déchets.
<b>Légal</b>	Augmentation des taxes. L'opticien doit être titulaire d'un BTS d'opticien lunetier (article L.4362-1 L.4362.2 et L1362.4 du Code de la santé publique).

#### 2) Les forces de PORTER :

L'environnement de la marque française Alain Afflelou selon PORTER se présente comme suit :

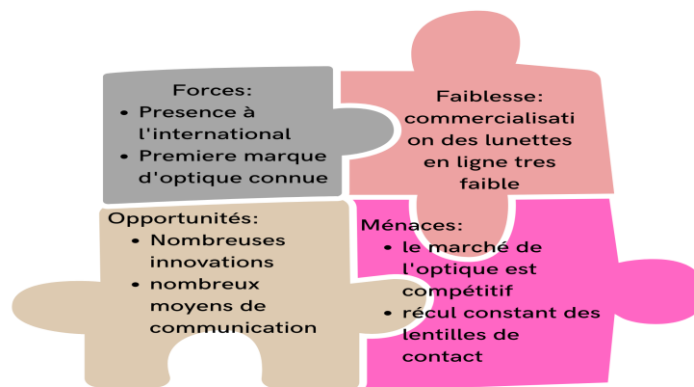
- Alain Afflelou se voit talonner par de nouveaux concurrents tels que **Optique, Optique lafayette indépendant et E.Leclerk** qui fait son apparition en 2006.
- La réforme 100% santé sortie en début 2020 a accrue la nécessité de se différencier, les distributeurs de lunettes spécialisés sous enseigne ont bien reçu le message. Ils multiplient les

innovations sur leurs services et produits. L'Optical center et le groupe Krys deviennent leaders de distributions en France devant Alain Afflelou.

- Le pouvoir de négociation des clients est fort car ils sont nombreux sur le marché. Les clients influencent donc la stratégie des entreprises qui cherchent à satisfaire une large clientèle.
- Le pouvoir de négociation des fournisseurs concernant la matière première des verres devient de plus en plus fort car nous en observons une baisse du nombre moyen de fournisseurs de verres par magasin. Par contre celui des fournisseurs des montures est de plus en plus faible car ils sont très nombreux sur le marché.

### 3) La matrice SWOT :

Nous ressortirons à travers une petite image la matrice de SWOT qui représentera les forces, faiblesses, opportunités et menaces de l'entreprise Alain Afflelou.



## II. ETUDE DE LA CONCURRENCE :

Le groupe Afflelou (qui porte le nom de son fondateur Alain Afflelou), créé en 1972, se présente comme le leader européen de l'optique sous franchise avec les marques Afflelou, Optical discount et Happy view. Chaque année un sondage auprès de 8000 Français permet de déterminer quelles sont les enseignes d'opticiens préférées des Français. Grâce à ce sondage nous repérons les différents concurrents d'Alain Afflelou principalement ses rivaux : Optical Center et Krys. Cependant le marché propose plusieurs autres produits à la population d'où de la concurrence indirecte ; Leclerc qui est l'enseigne leader sur le territoire français, propose des produits alimentaires. Dans cette partie, nous ressortirons les différents concurrents d'AFFLELOU directes ; son mapping concurrentiel et enfin ressortir son marketing mix.

Ressortons les caractéristiques des 2 concurrents directs d'ALAINAFFLELOU :

- Optical Center :

L'enseigne Optical Center, créée en 1991 par Laurent Lévy est présente sur le marché de l'optique et depuis 2007 sur celui de l'audition. Elle a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 754 millions d'euros en France. OpticalCenter propose plus du haut de gamme de lunettes parmi lesquelles : les lunettes de vue (lunettes de vue RAY-BAN RX 3447V 2500 Round Metal 50/21 à 103€) et les lunettes de soleil (lunettes de soleil GUCCI GG 0092S 001 55/18 à 173€).

- Krys :

Créé en 1966, Krys Group est un groupement coopératif d'optique français gérant trois enseignes : Krys, Vision Plus et Lynx Optique ; ainsi qu'une enseigne d'audition, Krys Audition est dans 1 420 points de vente. Les gammes de lunettes chez Krys sont les lunettes milieu de gamme de soleil (lunettes de soleil le Coq Sportif LCS5015A 124 ECAILLE à 99€) et haut de gamme de vue (lunettes de vue LEVI'S LV5023 807 NOIR/OR à 149€).

Par la suite nous poursuivons notre étude de concurrence en faisant une analyse de la communication des deux concurrents d'ALAINAFFLELOU cités plus haut par leurs réseaux sociaux, site internet et un audit SEO.

a) Réseaux sociaux :

Krys :

Avec 1 000 visiteurs en deux jours, 300 post, films ou stories partagés par des influenceurs dont la communauté cumulée atteint 4 million de personnes, Krys est l'enseigne leader de l'optique en France, qui mise sur le réseau social Instagram en 2019.

Optical center :

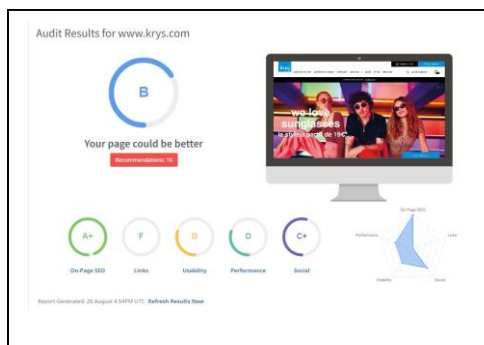
Déploie une stratégie commerciale multicanale avec, depuis 2006 un site marchand à son nom... concurrent des magasins d'opticiens. Ce site à plus de 1000 abonnés propose des audios, vidéos, photos et textes.

b) Site internet :

Les menus des différents sites internet de ces deux marques sont presque identiques à la différence de proposer un service client par OpticalCenter qui est l'un des points forts dans la vente de ces produits et pour Krys, une proposition des dernières sorties tendances des montures de lunettes et un volet santé.

c) Audit SEO :

Nous avons utilisé l'outil SEOptimer pour réaliser cet audit. Les images suivantes présentent l'analyse faites sur la marque Krys et les différentes recommandations proposées pour améliorer le site tel que la réduction de leurs fichiers sur la page.



### Recommendations

Target:	Links	On-Page SEO	Social	Performance	Usability
Reduce your total page file size		Not Applicable		Not Applicable	Not Applicable
Update Link URLs to be more human and Search Engine readable		Not Applicable		Not Applicable	Not Applicable
Add Alt attributes to all images		Not Applicable		Not Applicable	Not Applicable
Optimize your page for Mobile PageSpeed Insights		Not Applicable		Not Applicable	Not Applicable
Optimize your page for Desktop PageSpeed Insights		Not Applicable		Not Applicable	Not Applicable
Please add Facebook Open Graph Tags		Not Applicable	Not Applicable	Not Applicable	Not Applicable
Add Twitter Cards		Not Applicable	Not Applicable	Not Applicable	Not Applicable
Create and link an associated LinkedIn profile		Not Applicable	Not Applicable	Not Applicable	Not Applicable
Setup & Install a Facebook Pixel		Not Applicable	Not Applicable	Not Applicable	Not Applicable

### SEOptimer

Website URL: Quick Audit Features Pricing Resources Login Premium - Help Top

**Amount of Content** ✓  
Your page has a good level of textual content, which will assist in it's ranking potential.  
Word Count: 1373

**Image Alt Attributes** ✗  
You have images on your page that are missing Alt attributes.  
We found 78 images on your page and 77 of them are missing the attribute.  
Alt attributes are an often overlooked and simple way to signal to Search Engines what an image is about, and help it rank in image search results.  
[Show details](#)

**Canonical Tag** ✓  
Your page is using the Canonical Tag.  
<https://www.krys.com/>

**Noindex Tag Test** ✓  
Your page is not using the Noindex Tag which prevents indexing.

**Noindex Header Test** ✓  
Your page is not using the Noindex Header which prevents indexing.

**SSL Enabled** ✓  
Your website has SSL enabled.

### On-Page SEO Results

**A+** Your On-Page SEO is very good!

Congratulations, your On-Page SEO is well optimized. On-Page SEO is important to ensure Search Engines can see your content appropriately and help it rank for relevant keywords. You can continue to build on your strong page scoring content improvements for gradual gains.

**Title Tag** ✓  
You have a title tag of optimal length (between 70 and 70 characters).  
Opticien Krys : Lunettes, Lunettes de soleil et Lentilles  
Length: 37

**Meta Description Tag** ✓  
Your page has a meta description of optimal length (between 70 and 200 characters).  
Renouveaux chez les Opticiens KRYO toutes les grandes marques de lunettes de vue, de lunettes de soleil, de lentilles de contact et de pile auditive.  
Length: 148

**SEWP Snippet Preview**  
This shows how your page may appear in Search Results. Note, this is intended as a guide and Search Engines are more frequently generating this content dynamically.

<https://www.krys.com/>  
Opticien Krys : Lunettes, Lunettes de soleil et Lentilles

### Social Results

**C+** Your social could be better

You do not appear to have a strong social presence or level of social activity (or we may just not be able to see your profile). Social activity is important for customer communication, brand awareness and as a marketing channel to bring more visitors to your website. We recommend that you have all of your profiles listed on your page for visibility, and work to build a following on those networks.

**Facebook Connected** ✓  
Your page has a link to a Facebook Page.

**Facebook Open Graph Tags** ✗  
We have not found Facebook Open Graph Tags on your page.  
Facebook Open Graph Tags are a type of structured data that can be placed on your page to control what content is shown when a page is shared on Facebook.

**Facebook Pixel** ✗  
We have not detected a Facebook Pixel on your page.  
Facebook's Pixel is a useful piece of analytics code that allows you to retarget visitors if you decide to run Facebook Ads in future.

### Usability

**D** Your usability could be better

Your page is OK but could be more usable across devices. Usability is important to maximize your available audience and increase user bounce rates (which can indirectly affect your search engine rankings).

**Device Rendering**  
This check usually demonstrates how your page renders on different devices. It is important that your page is optimized for mobile and tablet experiences as today the majority of web traffic comes from these sources.

### SEOptimer

Website URL: Quick Audit Features Pricing Resources Login Premium - Help Top

**Twitter Connected** ✓  
Your page has a link to a Twitter profile.

**Twitter Activity** ✓  
You have a strong following on Twitter.  
18,363 followers

**Twitter Cards** ✗  
We have not detected Twitter Cards on your page.  
Twitter Cards are a type of structured data that can be placed on your page to control what content is shown when a page is shared on Twitter.

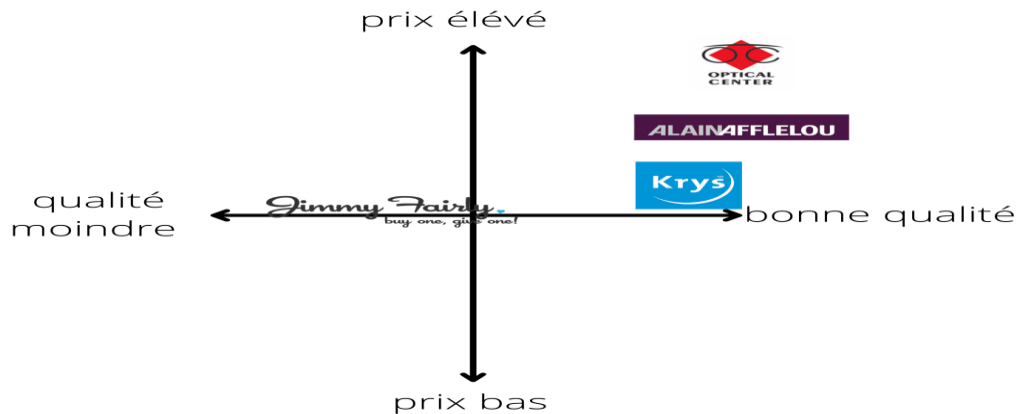
**Instagram Connected** ✓  
Your page has a link to an Instagram profile.

**YouTube Connected** ✓  
Your page has a link to a YouTube channel.

**YouTube Activity** ✓  
You have a good number of YouTube channel subscribers.  
3,400 videos 19,533,970 view count



Le positionnement d'Alain AFFLELOU face à ses concurrents sera donc représenté à l'aide du mapping concurrentiel comme suit :



Mix marketing de la marque:

- (1) Produits : lunettes de vue, lunettes de soleil, lentilles, magic, qualité (made in France), service.
- (2) Prix : 1999 ; tching-tching et next-year, 2011 ; tarifaire original dans tout le monde, 2015 ; win-win, 2016 ; optique complet à partir de 99€.
- (3) Distribution : 1478 magasins ALAIN AFFLELOU pour l'optique et 244 magasins ALAIN AFFLELOU acousticiens. La marque compte plus de 500 franchisés.
- (4) Communication : Logo en prénom (accrocheur), L'égérie de la marque Sharon Stone permet une visibilité internationale et une icône pour vendre leur lunette. L'image ALAIN AFFLELOU reconnue en France et patron aimé des Français. Slogan et nom d'offre assez remarquables qui permet une accroche facile dans la tête des clients. Médias traditionnels (tv et presse), Réseaux sociaux et sponsoring.

### III. ETUDE DE LA CIBLE :

Le Groupe AFFLELOU offre ses services à plus de 2 millions de porteurs de lunettes chaque année, par l'intermédiaire de sa succursale ALAIN AFFLELOU OPTICIEN. Les cibles sont les personnes qu'on souhaite toucher à travers notre communication. La communication de l'entreprise est axée sur les différentes cibles suivantes :




Alain Afflelou touche principalement toute personne atteinte d'une anomalie de vue notamment : la presbytie, la myopie, l'hypermétropie et autres.

L'entreprise a pour cible primaire des utilisateurs de lunettes soit d'optique ou de soleil. Ceux-là également qui portent des appareils auditifs, lentilles et autres

Pour offrir une meilleure qualité de produits à la clientèle Afflelou décide de collaborer avec les grandes marques telles que : RAY-BAN, Saint-Laurent, DIOR, GUCCI et plusieurs autres.

Réalisons un potentiel personae de la succursale Alain AFFLELOU :

Madeleine KOL



Nom: KOL  
Prenom: Madeleine  
Age: 45ans  
Famille: Mariée, enfants  
ville: Abidjan  
Profession: Comptable

**Craintes:**

- Cout élevé des lunettes de vue
- Trouver un cadre correspondant à la morphologie du visage

**Objectifs:**

- Satisfaire la clientèle
- Servir des lunettes de marques (bonne qualité)
- Avoir une clientèle variée

Madeleine est une maman de 45ans, comptable de métier. avec l'age, elle apprend après consultation chez un olphtamologue qu'elle a contracté des problèmes d'yeux (presbytie).

**Chanel pub**

publicité traditionnelle  
réseaux sociaux  
relation publique

#### IV. MARKETING DIGITAL :

ALAIN AFFLELOU lance sa première campagne de communication majeure en 1978. Dès ses premières campagnes publicitaires, Alain Afflelou a bousculé les codes et innové en partant du principe suivant : quand on a un savoir-faire, il faut le faire savoir. Depuis, il n'a cessé de communiquer en utilisant tous les supports disponibles. Nous présenterons certains moyens de communication de la marque via OWNED, PAID et EARNED media puis son INBOUND Marketing, les KPI etc...

- Moyens de communication :



- Inbound Marketing :

Le groupe Afflelou suit une stratégie multi format, multi-enseigne, multi produit (vision + audio) et multicanale. Concernant Internet, son approche « *phygitale* » amène le digital dans le point de vente physique. Afflelou ne cherche pas tant à faire beaucoup de chiffre d'affaires sur Internet qu'à faire venir les clients en magasin avec, par exemple, la prise de rendez-vous avec son opticien en ligne pour gagner du temps.

Attirer : AFFLELOU  
attire la clientèle  
grâce aux blogs, sites  
internet.

Convertir : édifier sur la  
marque avec les  
formulaires. Parler des  
produits : tching-tching,  
win-win.

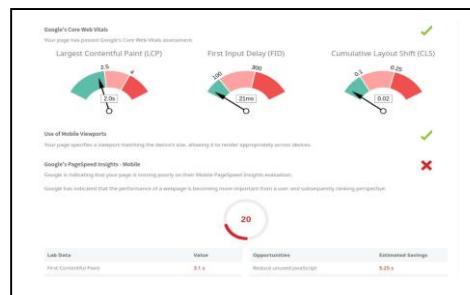
Conclure : envoyer les new-  
letters aux clients.

Fidéliser : faire les  
promotions aux clients, les  
réductions sur les produits.

## PARTIE 2 : SEO ; AUDIT DU SITE

Analyse SEO du site AFFLELOU, sur la préparation des yeux avant la rentrée :

Keyword	Title	Meta Description	Keywords Tag	Page Frequency
afflelou				14
location				11
tching				142
win-win				19
tching-tching				9
win-win				7
win-win				7



Check	Status
Canonical Tag	✓
Robots Tag Test	✓
Robots Header Test	✓
TLS Enabled	✓
HTTPS Redirect	✓
Robots.txt	✓
XML Sitemap	✓



### PARTIE 3 : REDACTION WEB

Cherchons à ressortir un petit article autour de la marque ALAIN AFFLELOU avec une thématique accrocheur.

L'Homme est un être merveilleux doté de cinq sens qui l'accompagne tout au long de sa vie en l'aidant à s'imprégner dans l'environnement qui l'entoure (l'odorat, le goût, le toucher, l'ouïe et la vue). Parlons de la vue, c'est quoi la vue ? La vue est ce sens-là qui nous permet de percevoir des éléments matériels, des couleurs et des formes à l'aide des yeux. Elle est la principale source d'information du cerveau sur le monde extérieur chez l'être humain : environ 70% des informations passent par la vision. L'œil est l'organe de la vision. Il capte la lumière et les images, les transforme en signaux électriques vers le nerf optique. Il est situé dans l'orbite et contient trois milieux transparents : l'humeur aqueuse, le cristallin et l'humeur vitrée.

#### ✓ L'humeur aqueuse :

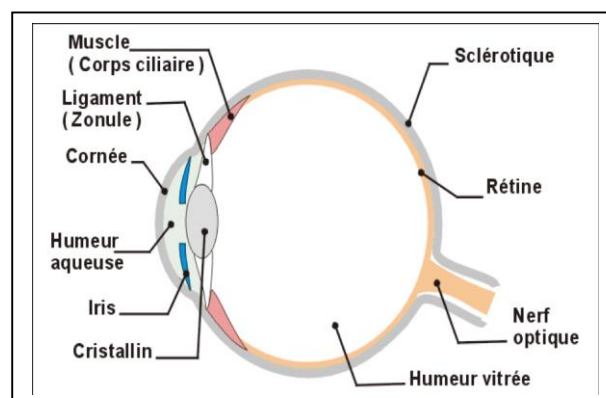
L'humeur aqueuse est composée à 99% d'eau. Pauvre en protéines, riche en vitamine C, en glucose, en acide lactique, en acide hyaluronique ainsi qu'en sodium, en potassium et en chlore. Elle assure une fonction métabolique et maintient dans l'œil une certaine pression intra oculaire.

#### ✓ Le cristallin :

Le cristallin est une lentille transparente située en arrière de l'iris. La transparence de cette lentille permet de laisser passer la lumière. Cette partie de l'œil a la capacité de modifier sa courbure (plus ou moins bombée). Son élasticité lui permet de focaliser la lumière sur la rétine lors de l'accommodation (mise au point en vision de près).

#### ✓ L'humeur vitrée :

L'humeur vitrée représente 90% de l'œil en volume. Situé dans un sac en arrière du cristallin et jusqu'au fond de l'œil, le vitré est un liquide gélatineux capable d'amortir les chocs. Le rôle du vitré est de maintenir la rigidité du globe oculaire, et de maintenir la rétine en place bien collée contre le fond du globe oculaire.



Physiologie de l'œil par  
première optique.

Bien que l'organe de la vue ait des parties protectrices, il peut faire face à certains troubles liés à son fonctionnement. Les troubles de la vue peuvent être la conséquence de différentes causes : défaut visuel, anomalie de l'œil, pathologie oculaire.

Il est important de ne pas faire d'amalgame entre les **défauts visuels** et les **pathologies de l'œil** :

- les défauts visuels - myopie, hypermétropie et astigmatisme - sont considérés comme des imperfections géométriques de l'œil, ou des défauts de puissance de l'œil,
- la presbytie, qui concerne toutes les personnes à partir de 45 ans, est consécutive au vieillissement naturel des yeux. La presbytie n'est pas une pathologie,
- les pathologies oculaires, comme le nom l'indique, sont des maladies des yeux.

Plusieurs maladies de l'œil peuvent survenir avec le temps. Il est donc primordial de prendre soin de ses yeux en subissant un **examen de la vue** régulièrement ou en les faisant examiner par un **ophtalmologiste** afin de conserver une bonne acuité visuelle et une bonne santé oculaire. Suivre la santé de ses yeux est primordiale, car la vue est précieuse pour chaque être vivant, Consulter les ophtalmologues et tenir compte des prescriptions pour présenter à un opticien. L'opticien est un professionnel de la santé régit par le Code de la santé publique. C'est un spécialiste de la vision, détenteur d'un BTS Opticien-lunetier. A partir de l'ordonnance d'un médecin ophtalmologique, l'opticien est le seul professionnel autorisé à délivrer des verres correcteurs, des lunettes de vue et des lentilles de contact.

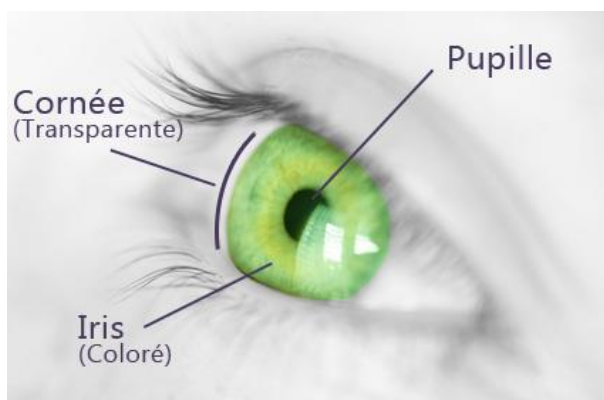


Schéma de l'anatomie de l'œil  
adapté par guide-vue.fr

Prenons soin de nous les amis rien ne vaut la santé !

