

PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

Cette première partie présente une phase de réflexion marketing permettant de planifier, se mettre en action, atteindre les objectifs et réaliser un suivi.

1 - Étude de l'environnement de l'entreprise

Une analyse environnementale est nécessaire pour comprendre le secteur de l'entreprise Alain AFFLELOU et rassembler un maximum d'informations sur ses marchés. Pour ce faire, nous allons faire appel au modèle PESTEL, déterminer les Forces de Porter et utiliser la matrice SWOT.

1.1 – La matrice PESTEL

L'analyse PESTEL permet d'étudier les composants du macro-environnement de l'entreprise en prenant en compte les aspects politiques, économiques, sociologiques, technologiques, environnementaux et légaux. Voici un tableau représentant les facteurs à considérer, selon la matrice PESTEL :

POLITIQUE
<ul style="list-style-type: none">- Le programme de stabilité de la France 2022-2027 prévoit une croissance à +2,5% du PIB en 2022, puis à +1,3% en 2023.- La réforme « 100 % santé » qui indemnise intégralement les restes à charge (pour les personnes qui ont une mutuelle de santé) de plusieurs postes de santé dont les lunettes et les appareils auditifs.
ÉCONOMIQUE
<ul style="list-style-type: none">- Le PIB de la France a progressé de 0,5 % au deuxième trimestre de 2022 (un croissance deux fois plus forte que prévue).- Bien que les achats de biens sont de -1,3 %, les achats de services par les Français repartent à la hausse (+1,5%) aux 2^e trimestre.- Le taux de chômage en France reste presque stable aux 2^e trimestre (7,4%)- L'inflation est de 6,8 % en France sur un an au mois de juillet 2022.- Sur l'inflation : "Il ne faut pas attendre d'amélioration avant début 2023", selon le ministre de l'Economie Bruno Le Maire.
SOCIOLOGIQUE
<ul style="list-style-type: none">- 77% des consommateurs souhaitent privilégier la Fabrication Française lorsqu'ils choisissent leur équipement optique (étude gifo 2021 omnibus opinionway)- En France, on compte 36 millions de porteurs de lunettes et 3 millions de porteurs de lentilles de contact, soit 8,3 % des personnes ayant besoin de correction visuelle- 3/4 des Français touchés par un trouble de la vision- Selon la cohorte épidémiologique française Constances, 25 % des individus âgés de 18 à 75 ans présentent une déficience auditive.- Plus de 9 Français sur 10 estiment que les aspects financiers, à savoir le remboursement, le tiers payant, le rapport qualité prix des verres et des montures, et la qualité de l'intervention

de l'opticien, à savoir sa disponibilité, son écoute et ses conseils, sont importants.
TECHNOLOGIQUE
<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité de faire des essayages à distance grâce à la réalité virtuelle - Tendance des lunettes intelligentes/connectées - Attrait des consommateurs pour les appareils auditifs connectés - Utilisation de l'intelligence artificielle pour améliorer le signal de l'appareil auditif
ENVIRONNEMENTAL
<ul style="list-style-type: none"> - Il n'existe aucune étude sur la composition des lunettes et leur impact environnemental - L'idée du recyclage commence à émerger dans le milieu. Néanmoins, les opérations qui y sont liées sont onéreuses et sans réelles contreparties, pouvant constituer un réel frein à la massification du recyclage en France. - Le bois est un matériau qui se démocratise
LÉGAL
<ul style="list-style-type: none"> - Loi du 16 août 2022 portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat vise à limiter l'impact de l'inflation sur le budget des ménages.

1.2 – Les Forces de Porter

Les 5 forces de Porter est un outil permettant d'analyser le niveau méso-environnemental de l'entreprise dans son marché.

Menace des nouveaux entrants
<p>Selon le Code de la santé publique (article L4211-1), la vente, la distribution de verres correcteurs et lentilles de contact sont réservées aux lunetiers. La profession l'opticien-lunetier est réglementée, exigeant notamment un diplôme y afférent, l'obligation d'enregistrement auprès du service compétent et obligation de respecter certaines formalités concernant les ordonnances des ophtalmologistes. Ce qui peut constituer un frein assez important pour les nouveaux entrants.</p>
Degré de rivalité avec les concurrents
<p>Environ 70 % des Français estiment que la fabrication française est un critère de choix important dans l'achat de leurs lunettes, en tant qu'indicateur de qualité mais également représentatif d'un acte citoyen créateur d'emploi. Ce qui permet à l'entreprise Alain AFFLELOU de prendre l'avantage sur les entreprises étrangères.</p> <p>Optic 2000, Krys et Alain Affelou concentrent 40 % du marché avec environ 15 % de part de marché chacun.</p> <p>Avec 94% de notoriété assistée en France, Alain Afflelou était la marque d'optique la plus connue en 2020.</p> <p>Voici le palmarès des enseignes d'opticiens préférées des Français en 2021 :</p> <p>1^{er} : Optic 2000 2^e : Krys 3^e : Optical Center 4^e : Afflelou 5^e : Générale d'Optique</p>

6 ^e : Atol 7 ^e : Grand Optical 6 ^e : Jimmy Fairly L'intensité concurrentielle est donc qualifiée d'élevée entre les enseignes entre les enseignes françaises.
Menace des produits de substitution
Les plus importants produits de substitutions sont les opérations chirurgicales. Mais ces dernières ne représentent pas une grande menace étant donné leurs coûts élevés.
Pouvoir de négociation des fournisseurs
Étant donné que AFFLELOU fait partie des plus grandes entreprises françaises dans son domaine, bénéficie de relations privilégiées avec les fournisseurs. Ainsi, le pouvoir de négociation des fournisseurs est tout au plus « moyen ».
Pouvoir de négociation des clients
Le pouvoir de négociation des clients est élevé, car les concurrents sont nombreux.

1.3 – La matrice SWOT

La matrice SWOT est un outil de diagnostic permettant de déterminer les facteurs au niveau micro-environnemental en analysant les forces et les faiblesses de l'entreprise en interne, mais aussi les opportunités et les menaces externe à l'entreprise.

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Le Groupe AFFLELOU est présent dans 19 pays avec 1445 magasins. - Offre multi-format, multi-enseigne, multi-produit et omnicanale. Ce qui permet de mieux répondre aux besoins des consommateurs. - AFFLELOU fait partie du top 3 des marques d'optique les plus connues des Français. - Avec 94% de notoriété assistée en France, Alain Afflelou était la marque d'optique la plus connue en 2020. - Adoption des nouvelles technologies. - 91 % de notoriété perçue comme moderne. - La marque mise sur la satisfaction des clients. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bad buzz sur l'affaire pour fraude aux mutuelles en 2012. - Bad buzz à cause d'une implication dans une affaire de pratiques anticoncurrentielles.
OPPORTUNITÉS	MENACES
- Alain Afflelou tire parti	- Les avis négatifs sont trop nombreux sur Trustpilot.

des nouvelles avancées technologiques. Ce qui permet à la marque de suivre les tendances et rester concurrentielle, en proposant notamment des produits connectés. - Les actions éco-responsables de la marque participent à sa bonne réputation. - Les sites web et les réseaux sociaux peuvent être des outils puissants pour améliorer encore plus la visibilité de la marque et de ses produits.	- L'intensité concurrentielle est plutôt forte.
--	---

2 - Étude de la concurrence

Une étude de la concurrence est essentielle pour savoir comment l'entreprise se place ou comment elle doit se placer face à son marché.

2.1 – Concurrents directs et indirects d’AFFLELOU

S’imposant notamment dans la distribution d’optique, **Optical Center** et **Optic 2000** figurent parmi les concurrents directs d’AFFLELOU.

Les établissements spécialisés dans la chirurgie réfractive, tels que **Clinique de la Vision**, sont parmi les concurrents indirects d’AFFLELOU. La chirurgie réfractive permet de corriger les troubles de la vision et de s’affranchir du port de lunettes ou de lentilles de contact.

2.2 – Présentation des concurrents

Optical Center

Optical Center est une entreprise française spécialisée dans l'optique et l'audition. A l’instar d’AFFLELOU, elle est active sur le marché de la distribution de lunettes de vue, de lunettes de soleil, de lentilles de contact et d’appareils auditifs.

Optical Center propose ces gammes de lunettes :

- **Lunette de vue**, telle que les lunettes de vue Gucci GG 0608OK 003 tarifées à 243 euros la paire.
- **Lunette de soleil**, telle que les lunettes de soleil Saint Laurent SL 312 M 006 tarifées à 248 euros la paire.

Optic 2000

Optic 2000 est l'un des plus grandes enseignes de distribution d'optique en France. Elle propose sur le marché notamment des lunettes de vue, des lunettes de soleil et des lentilles de contact.

Ses gammes de lunettes sont composées de :

- **Lunette de vue**, telle que les lunettes de vue Cosmopolitan CM2211 tarifées à 139 euros la paire.
- **Lunette de soleil**, telle que les lunettes de soleil Invu B2222 tarifées à 67 euros la paire.

Clinique de la Vision

Clinique de la Vision est un établissement chirurgical spécialisé en chirurgie réfractive en France. Clinique de la Vision traite les troubles de la vision comme la myopie, l'hypermétropie, la presbytie et l'astigmatisme. L'établissement ne propose aucune gamme de lunettes. D'ailleurs, ses opérations chirurgicales permettent à ses patients de s'affranchir de l'utilisation de lunettes et de lentilles de contact.

2.3 – Analyse de la communication des concurrents

L'outil RivalIQ est utilisé pour analyser la communication des concurrents sur les réseaux sociaux.

Optical Center

Communication sur les réseaux sociaux

Voici les points à considérer concernant la communication de l'entreprise sur les réseaux sociaux :

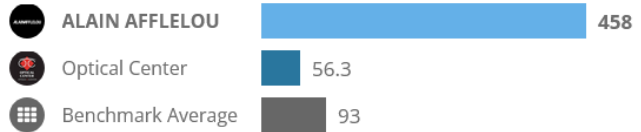
Optical Center est présente sur Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube et Twitter.

Sur Facebook: (<https://www.facebook.com/opticalcenterfrance/>)

Voici un extrait de rapport comparant les performances d'AFFLELOU et Optical Center sur Facebook, en utilisant l'outil RivalIQ :

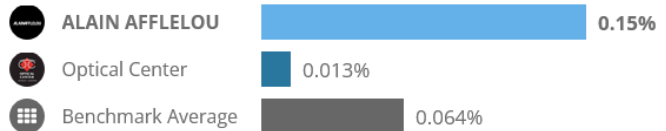
Engagement Total per Post ⓘ

Higher engagement totals help more people see your content. When it comes to reactions, comments, and shares, more is always better.



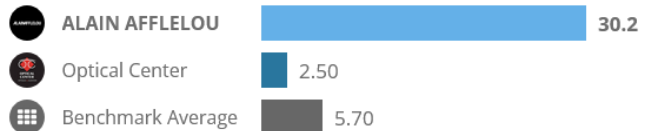
Engagement Rate ⓘ

Engagement rate evens the playing field between companies with varying audience sizes. A higher engagement rate means you're posting content that excites your followers.



Shares Per Post ⓘ

Sharing amplifies your reach by showing your content to your friends' friends, which can up your engagement. The more shares, the more resonant your content.

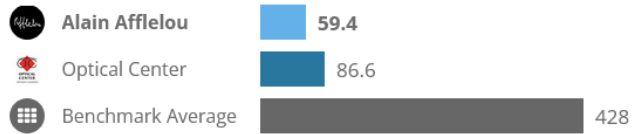


- Nombre d'abonnées : 402 674 (selon les données sur FB)
- Taux d'engagement : une moyenne de 0,013 % (c'est le nombre moyen d'interaction [réactions, commentaires et partages] par abonnés sur chaque post)
- Type de contenus publiés : vidéos, images, annonces.
- Sujets traités en publication :
 - Promotions de la marque et de ses magasins.
 - Témoignages des client

Sur Instagram (https://www.instagram.com/opticalcenter_/)

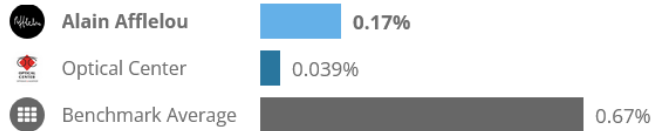
Engagement Total per Post ⓘ

Higher engagement totals help more people see your content. When it comes to likes and comments, more is always better.



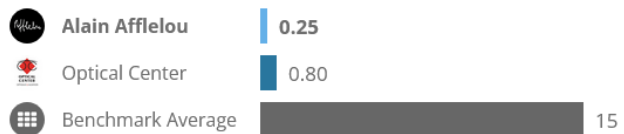
Engagement Rate ⓘ

Engagement rate evens the playing field between companies with varying audience sizes. A higher engagement rate means you're posting content that excites your followers.



Comments per Post ⓘ

Comments amplify your reach by increasing the likelihood of appearing in the Explore feed. Instagram users can also tag their friends in comments, which can help your content be seen by more people.



- Nombre d'abonnées : 220 mille
- Taux d'engagement : 0,039 %
- Type de contenus publiés :
 - Images ou vidéos
- Sujet traité en publication :
 - Promotions
 - Mode

Sur Twitter (<https://twitter.com/opticalcenter>)

- Nombre d'abonnées : 5754
- Taux d'engagement : négligeable (d'ailleurs, la marque n'est pas très actif sur Twitter)
- Type de contenus publiés :
 - Tweets accompagnés d'images
- Sujet traité en publication :
 - Promotions
 - Conseils

4 - Marketing Digital

4.1 – Les moyens de communication d’AFFLELOU

Owned media

- Son site web principal : <https://www.afflelou.com/>
- Les autres sites web du groupe : <https://www.alinafflelou-acousticien.fr/>, <https://www.afflelou.net/>, <https://www.malentille.com/>, <https://www.opticaldiscount.com/fr/>
- Ses réseaux sociaux : <https://www.facebook.com/alinafflelou>, <https://twitter.com/Afflelou>, <https://www.instagram.com/afflelou>, <https://fr.pinterest.com/alinafflelou>, <https://www.tiktok.com/@afflelou>

Paid media :

- AFFLELOU fait appel à des annonces payants sur internet (d’après les données Semrush)
- La marque utilise aussi le sponsoring sportif (d’après les informations de son site web)

Earned media :

- Les commentaires, réactions et partages sur les réseaux sociaux
- Les commentaires et les notes sur les sites d’avis (comme Truspilot)

PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

Voici un article de blog permettant d’optimiser le référencement du site, tout en mettant en avant l’expertise de la marque AFFLELOU. Il s’agit d’un guide qui aide le lecteur à connaître la monture adaptée à son visage. Un appel à l’action (CTA) se trouve à la fin de l’article afin de l’inciter à utiliser l’outil de visagisme du site web, mais aussi à consulter des produits pertinents pour sa morphologie.

3 étapes pour connaître facilement la monture adaptée à son visage



Est-ce que vous pouvez déterminer en un coup d'œil si une monture vous ira ou non ?

Rechercher une bonne paire de lunettes peut devenir une tâche fastidieuse, si vous n'avez pas les bonnes pratiques pour faire votre choix.

Un magasin propose généralement une sélection d'au moins 20 montures, en deux couleurs. Le choix est bien plus large si vous consultez les sites de vente d'optique en ligne. Vous risquerez alors de perdre un temps considérable à essayer ou à rechercher la monture qui vous convient le mieux !

Toutefois, avec la bonne méthode, vous saurez rapidement sélectionner la paire qui vous ira le mieux. Il vous suffit de connaître et suivre les trois étapes ci-dessous. Ainsi, vous allez aisément trouver la **monture la plus adaptée à votre visage**.

Étape 1 : déterminer la forme de votre visage

La forme géométrique générale de votre visage est un critère important à tenir en compte dans votre choix de monture. Connaître la forme de votre visage vous permet de privilégier certaines montures et éviter celles qui ne vous correspondent pas.

En matière de morphologie faciale, il existe sept formes de base (que ce soit [pour un homme](#) ou [pour une femme](#)). Un visage peut donc être ovale, rond, hexagonal, carré, rectangulaire, triangulaire de la base inférieure ou encore triangulaire de la base supérieure.

- **Forme ovale :**

Considéré habituellement comme la forme idéale, un visage ovale est caractérisé par ses proportions équilibrées. Il est plus long que large avec des contours arrondis de manière harmonieuse.

- **Forme ronde :**

Cette morphologie se distingue par ses lignes courbes. La distance entre les pommettes et l'écart entre le front et le menton sont à peu près dans les mêmes proportions.

- **Forme hexagonale :**

Le visage hexagonal (appelé aussi visage en diamant ou visage en losange) se différencie par des pommettes larges, avec le front et la mâchoire étroits.

- **Forme carrée :**

Cette forme se différencie par une ligne de mâchoire forte, des contours saillants et un front large. La hauteur et la largeur du visage sont presque dans la même proportion.

- **Forme rectangulaire :**

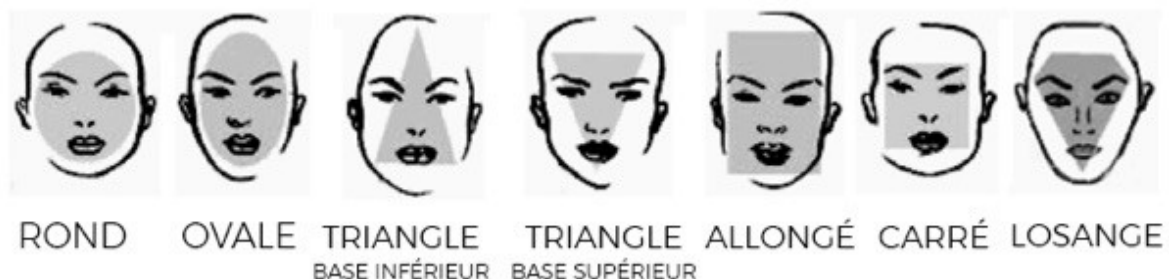
Il s'agit d'un type de visage allongé, caractérisé par une ligne de mâchoire affirmée, avec le front et les joues qui sont à peu près de la même largeur.

- **Forme triangulaire de la base inférieure :**

Cette forme se distingue par un front étroit, le bas du visage constituant la partie la plus large.

- **Forme triangulaire de la base supérieure :**

Le visage est assez large au niveau du front et se rétrécit vers la zone du menton.



Étape 2 : choisir votre monture selon la morphologie de votre visage

Vous allez pouvoir déterminer les types de **montures qui correspondent le mieux à votre visage**, maintenant que vous connaissez votre morphologie faciale. Vous aurez ainsi l'opportunité d'habiller agréablement votre regard et votre visage, au-delà de l'aspect correcteur ou protecteur de vos lunettes.

- **Visage ovale :**

C'est la forme qui convient à presque tous les styles de lunettes. Si votre faciès a cette morphologie, vous n'aurez que l'embarras du choix, selon votre personnalité, votre style ou vos envies.

Néanmoins, vous voudriez sans doute veiller à ne pas accentuer certains aspects que vous préféreriez atténuer. Pour certaines personnes, cela peut être les sourcils épais. Par ailleurs, les lunettes trop grandes ne vous sont pas recommandées, puisqu'elles ont pour effet de rompre l'équilibre naturel du visage ovale.

- **Visage rond :**

Opter pour des montures étroites de forme rectangulaire, carrée ou anguleuse permet d'allonger ou d'affiner votre visage. Par contre afin de ne pas accentuer la rondeur de votre tête, il vous est déconseillé de porter des montures rondes ou ovales.

- **Visage hexagonal :**

Choisir de petites montures avec des verres ovales permet d'atténuer la distance entre vos tempes. Vous pouvez également opter pour des lunettes plus larges que vos pommettes, afin de mettre en valeur votre front et votre menton étroits. Les montures de forme carrée et les cadres étroits sont à éviter, étant donné qu'ils accentuent vos pommettes marquées.

- **Visage carré :**

Les montures rondes, ovales, « papillons » ou rectangulaires ont pour effet d'allonger le visage carré. Les cadres étroits, ovales ou ronds permettent d'adoucir votre visage. Toutefois, les montures carrées vont attirer l'attention sur vos traits anguleux et mettront en avant la forme carrée de votre tête.

- **Visage rectangulaire :**

Afin d'élargir et adoucir un visage rectangulaire, vous pouvez opter pour des lunettes de forme arrondie. Les styles « œil de chat » et « papillon » sont également adaptés à votre morphologie. Cependant, il vous est conseillé de bannir les formes rectangulaires si vous ne voulez pas durcir votre physionomie.

- **Visage triangulaire de la base inférieur :**

Les lunettes marquées sur le tiers supérieur de votre visage, notamment grâce aux couleurs et aux détails de leurs cadres, vous sont recommandées. Elles offrent du volume à la partie supérieure de votre visage.

- **Visage triangulaire de la base supérieure :**

Les montures avec le bord inférieur plus large offrent l'occasion d'équilibrer la largeur du front et l'étroitesse du menton. Il est préférable d'éviter les lunettes aux couleurs et montures qui attirent l'attention sur le front. C'est le cas entre autres du style « papillon » et des cadres imposantes.

Étape 3 : sélectionner vos lunettes selon votre personnalité



Votre personnalité est aussi un critère essentiel à tenir en compte dans le choix de votre monture. Vous pouvez même décider de vous constituer une collection de lunettes. De cette manière, vous pourrez les utiliser en fonction de votre humeur ou d'un aspect de votre personnalité que vous voulez mettre en avant. Par exemple, vous pouvez habiller votre regard avec une paire qui met en avant votre côté professionnel en semaine. Une autre paire accentuera votre côté amusant le weekend. Et vous en réservez une autre pour les occasions où vous avez besoin d'exprimer votre côté excentrique.

Par ailleurs, il est à noter que les conseils indiqués dans ce petit guide ne constituent pas une règle stricte à respecter à la lettre. Ce ne sont que des recommandations vous permettant de trouver une monture adaptée à votre visage. N'oubliez pas qu'il existe un critère bien plus

important lorsque vous allez choisir une monture qui vous correspond le mieux... Vous devez vous faire plaisir et vous sentir bien lorsque vous portez votre paire de lunettes !

Vous êtes fin prêt pour acheter les lunettes faites pour vous



Vous connaissez désormais la bonne méthode pour choisir aisément une monture qui correspond à votre visage. Pour rappel, cette méthode consiste en seulement trois étapes faciles :

- Premièrement, vous devez déterminer la morphologie de votre visage ;
- Deuxièmement, vous devez choisir votre monture selon votre faciès ;
- Et troisièmement, vous devez tenir votre personnalité en considération dans votre choix.

Néanmoins arrivé jusqu'ici, il se peut que vous ayez encore quelques hésitations quant à votre type de visage. Si cela est le cas, notre site ALAIN AFFLELOU possède un outil de [visagisme](#) qui va vous aider. Cet outil très pratique va scanner la forme de votre visage et vous recommandera des **lunettes qui vous sont adaptées**.

Voulez-vous déterminer en quelques secondes la monture faite pour vous ? [Essayez gratuitement notre outil de visagisme](#).

Optimisation du code HTML :

Balise title à utiliser : 3 étapes pour trouver aisément la monture adaptée à son visage

Meta description à utiliser : 3 étapes faciles à suivre suffisent pour savoir la monture adaptée à votre visage. Ce guide vous aide à choisir rapidement les lunettes faites pour vous.

Balise **H1** pour le titre : 3 étapes à pour connaître facilement la monture adaptée à son visage

Balise **H2** pour les sous-titres :

- Étape 1 : déterminer la forme de votre visage
- Étape 2 : choisir votre monture en fonction de votre morphologie
- Étape 3 : sélectionner vos lunettes selon votre personnalité
- Vous êtes fin prêt à acheter les lunettes faites pour vous

La balise « **strong** » est utilisée pour tous les mots mis en gras dans l'article.

Les attributs « **alt** » pour les image :

- 1ère image : trouver la monture adaptée à son visage
- 2^e image : les différents types de visages
- 3^e image : choisir ses lunettes selon sa personnalité
- 4^e image : sélectionner la bonne paire de lunettes

Afin d'améliorer le **maillage interne**, l'article possède des liens vers les pages <https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-homme/> et <https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/> dans la partie « Etape 1 » (2^e paragraphe).

Un **backlink** vers le lien <https://www.evolution-perspectives.com/fr/blog/quest-ce-que-le-visagisme> se trouve dans la conclusion les besoin SEO et pour le lecteurs qui s'intéressent au visagisme.

Le **CTA** en fin d'article « Essayez gratuitement notre outil de visagisme » doit mener vers l'outil de visagisme situé en page d'accueil.