

Programme T4SU
Spécialité : Marketing
Évaluation Intermédiaire- Audit et
Optimisation Marketing, SEO/SEA et
Rédaction web

Durée de l'exercice : 1 semaine

Du 22/08/2022 au 26/08/2022
Heure limite du dépôt : 27/08/2022 à
minuit

PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

Mon objectif dans votre entreprise consistera à faire une étude complète de l'environnement ainsi pour comprendre son secteur. Ensuite étudier la concurrence qui est très important pour savoir à quel niveau l'entreprise se place sur le marché, aussi étudier sa cible qui est une étape essentielle. Pour finir je vais appliquer le marketing digital pour conclure mes trois premières étapes qui est l'ensemble des méthodes et des pratiques utilisées sur internet.

I. Étude de l'environnement de l'entreprise

1) Etude de la matrice PESTEL au niveau macro-environnemental

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
<ul style="list-style-type: none">• Loi MACRON : suppression des ordonnances obligatoires pour les verres correcteurs.• Augmentation de la validité de l'ordonnance à 5 ans->• Augmentation des examens de vue réalisés par l'opticien• Pression européenne : ouverture vente de lunettes sur internet (nouvelle concurrence)	<ul style="list-style-type: none">• Marché de l'optique en croissance.• Contexte de crise économique, lunette non remboursées entièrement par la sécurité sociale.	<ul style="list-style-type: none">• Moyenne d'âge de la population française -> 40 ans : presbytie.• Client plus avertie et autonome dans l'achat de leurs lunettes.	<ul style="list-style-type: none">• Innovation constante sur le marché des lunettes : branches clipsables (« teou » ATOL), Google glass....• Développement des achats sur internet.	<p>Les consommateurs perçoivent aujourd'hui la lunette comme un accessoire de mode ce qui obligent les entreprises à adapter leur offre en la renouvelant plus fréquemment.</p>	<p>-La Loi de MACRON rend la vente de lunette plus facile car il n'y a plus besoin de passer par son ophtalmologue pour certains types de besoin. -Augmentation des taxes</p>

• Loi HAMON : mention obligatoire de l'écart pupillaire sur l'ordonnance. facilite la vente sur les sites de vente optique				
--	--	--	--	--

2) Analyse du marché base sur les cinq (5) forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	<ul style="list-style-type: none"> • La technologie nécessaire à la fabrication des verres de lunette ne constitue pas en soi une barrière à l'arrivée de nouveaux entrants. • L'accès aux circuits de distribution optique peut être difficile pour de nouveaux entrants potentiels (frais marketing élevé pour la promotion de la marque auprès des opticiens) Besoin peu élevé en capitaux • Pas de désavantage des couts (accès facile aux matières premières) • Concurrence par les nouveaux pays émergents (Chine) • Les barrières à l'entrée du secteur ne sont pas suffisantes pour contrer l'arrivée de nouveaux concurrents. La menace de nouveaux entrants est forte.
Degré de rivalité avec les concurrents	<ul style="list-style-type: none"> • Faible nombre de concurrents sur le marché de l'optique ophtalmique • Essilor est le numéro 1 incontesté du marché, pas de réel équilibre entre concurrents • Croissance rapide du secteur de l'optique, soutenue par des tendances favorables • Essilor est en avance grâce à ses innovations technologiques • Implantation de Hoya (n°3 mondial du verre ophtalmique) en Europe • Essilor est dans une position concurrentielle avantageuse
Menace des produits de substitution	<ul style="list-style-type: none"> • La correction oculaire par chirurgie fait peser une menace sur le secteur. Néanmoins le nombre d'opérations reste marginal (cout élevé, non remboursé en France) • Le risque de substitution par le port de lentille existe, mais la technologie des verres de contact n'est pas encore optimum et nécessite tout de même des lunettes en compléments • Il n'existe pas de substitut crédible aux verres de lunettes, le marché de l'optique ophtalmologique est donc peu menacé par des produits de substitution.

Pouvoir de négociation des fournisseurs	Le pouvoir de négociation des fournisseurs est très fort car les matériaux utilisés dans la fabrication des montures des lunettes sont rares et leur prix conséquents. De ce fait, les coûts de transfert sont élevés pour les entreprises.
Pouvoir de négociation des clients	Le pouvoir de négociation des clients est quasi inexistant. En effet, le marché de la lunetterie en France présente un nombre important de concurrents, de ce fait l'offre mise à la disposition des clients est conséquente et rend le coût de transfert très faible, car les enseignes présentes sur le marché, ont à peu près les mêmes offres et mêmes produits. Ainsi, les clients peuvent facilement changer de marque d'opticien, car le coût de changement n'est pas très élevé.

3) Etude de la Matrice SWOT au niveau micro-environnemental

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Première marque d'optique connue en France soit 94% de notoriété assistée. • Opticien et acousticien • Présence internationale dans 16 pays et 5 sites internet. • Rachat de marque (Optical discount, Optimil, Happyview.fr et Malentille.com). • Offres multiples que ce soit pour les lunettes (gamme hommes, femmes et enfants) ou pour les appareils auditifs. • Lancement de Afflelou Sun afin de devenir le premier opticien spécialiste du solaire. • Positionner de base sur l'offre premium et sur le secteur du discount. • Les offres, publicité et sites internet sont les mêmes dans tous les pays où l'enseigne est implantée. • Made in France et obtention du label « origine France garantie ». 	<ul style="list-style-type: none"> • L'enseigne décide de finalement se positionner seulement sur l'offre discount.

<ul style="list-style-type: none"> Partenariat avec des verriers de grande renommée. Innovations constantes (éphémère fusion, Smart Tonic). Invention régulière de nouvelles offres promotionnelles=avantages concurrentiels. Stratégie d'alignement Communication massive : les publicités à la télévision et digitales (sites, réseaux sociaux et application), l'égérie mondiale Sharon Stone 	
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> Les ventes de verres correcteurs génèrent le plus important chiffre d'affaires et augmentent en volume (4 milliards d'euros et 13 millions de paires vendues). NOMBREUSES INNOVATIONS. Beaucoup d'enseignes commercialisent des produits d'optique : les grands groupes et leurs franchises, les enseignes indépendantes, en ligne puis les grandes distributions. NOMBREUX MOYENS DE COMMUNICATION. Secteur d'avenir qui ne cesse d'innover. Secteur porteur car il y aura toujours des gens avec des problèmes de vu. Augmentation de 10% pour le marché des lunettes pour enfants par rapport à 2015. Croissance très importante du marché de l'audioprothèse. 	<ul style="list-style-type: none"> Croissance ininterrompue de 20% du secteur de l'optique pendant 10 ans. Le marché de l'optique est très compétitif. Loi de financement de la sécurité sociale : remboursement de 150 euros par monture seulement 1 fois tous les 2 ans. Le plafonnement des remboursements = réduction de l'activité du marché de l'optique. Depuis 2017 le marché est en recul de 2,4% notamment à cause de la libération du secteur des lunettes low cost en 2016. Recul constant des lentilles de contact. Baisse du nombre moyen de fournisseurs de verres par magasin. Prix 2* plus élevés en France que dans les pays voisins pour l'achat de paire de lunettes. Marché milieu de gamme en régression. Diminution du nombre de points de ventes en France en 2017. Le marché sur internet est faible en France.

II. 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.

1) **Les deux(2) concurrents directs d'AFFLELOU : Krys et Optic 2000.**

Un concurrent indirect d'AFFLELOU : la Startup myBinocle.

2) **Présentation des entreprises concurrentielles d'AFFLELOU**

❖ **Krys**

Tout a commencé en 1966 avec l'association des Grands Lunetiers de France, regroupant 14 opticiens qui partagent alors une seule ambition, proposer aux français le meilleur de l'optique, conçu non comme une simple prothèse, mais comme un véritable accessoire de mode. **Krys** est spécialisé dans la distribution de lunettes de vue, de lunettes de soleil et de lentilles de contact. En 2014, l'enseigne se diversifie avec la création de Krys Audition, qui propose des solutions contre les troubles auditifs. En effet, dans la gamme lunettes de vue nous pouvons citer les lunettes de vue GUCCI or brillant dont le prix est à partir de 319,00 euros. La gamme lunettes de soleil nous avons les lunettes de soleil Etnia Barcelona qui coutent 189,00 euros. Krys possède dans sa gamme lentilles, des lentilles correctrices signature Krys Mensuelles pour presbytes D Boite de 6 à 62,00 euros.

❖ **Optic 2000**

OPTIC 2000 est une enseigne du groupement d'opticiens indépendants GADOL OPTIC 2000, leader sur son marché. Forte de la taille de son réseau et de ses innovations commerciales, Optic 2000 prône aujourd'hui son professionnalisme et son engagement pour une nouvelle vision de la vie. Comme la majorité de lunetterie elle possède de la même gamme de lunettes à savoir les lunettes de vue, les lunettes de soleil et les lentilles. Optic 2000 ont plusieurs variétés de lunette dans la gamme lunettes de vue par exemple les lunettes de vue Mixte(PERSOL) qui coutent 218,00 euros la monture seule. De plus nous trouvons les lunettes de soleil Mixte (RAY-BAN) à 72,14 euros qui subit une réduction ceci dans la gamme des lunettes de soleil. Et enfin les lentilles de contact Dia 1 jour Comfort Plus -30 lentilles à 15 euros dans les gammes des lentilles.

❖ **myBinocle**

Fondée par deux jeunes entrepreneurs, c'est la première Marketplace optique de déstockage agréée par des opticiens diplômés en France. Elle permet aux particuliers via un système de petites annonces ou un service plus premium de vendre leurs anciennes lunettes, et aux opticiens de mettre en vente leurs anciens stocks. A noter que les montures neuves provenant des opticiens sont remboursables par la sécurité sociale et les mutuelles. Avec déjà plus de 2000 références, Mybinocle.com c'est aussi la possibilité de se faire plaisir à prix doux ou encore de dégoter une monture vintage qui

nous a toujours fait de l'œil. Comme c'est une plateforme commerciale les gammes sont les mêmes que les autres entreprises de lunettes et les prix aussi varie aussi selon ces entreprises-là.

3) analyse de la communication de chacun des concurrents

❖ KRYS GROUP

a. Réseaux sociaux

LinkedIn : 11 453 abonnés ; 1 765 employés sur linkedin, publie les vidéos les photos, textes et plein d'information sur ces activités.

Instagram 70.4k Followers, 627 following, 62 Posts videos et photos;

Twitter: 1 920 abonnés, 373 abonnements, 2 711 tweets, textes.

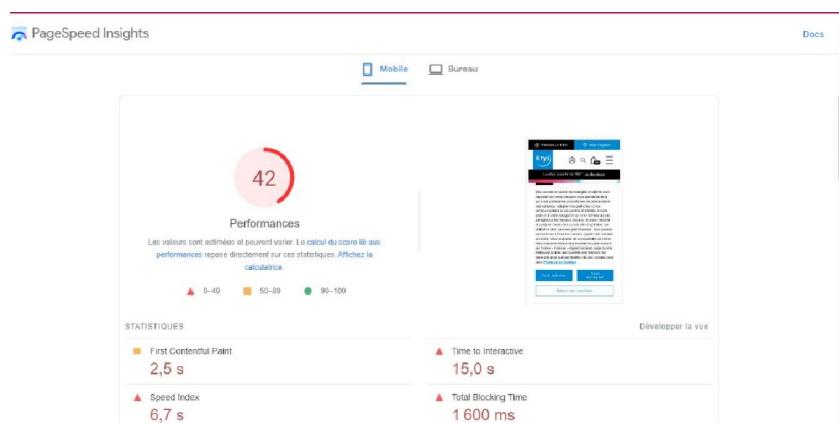
Facebook : 213k abonnés, 5 abonnements, contenu rédactionnel.

b. Site Internet :

Construction du Menu



L'ergonomie du site KRYS



La diversité du catalogue

Lunettes de soleil Signature Krys
SKS2101-A 212 OR BRILLANT
19,00 €

Lunettes de soleil Signature Krys
SKJ2119-B 405 NOIR SATIN
29,00 €

Lunettes de soleil Signature Krys
SKS2202-A 600 ROSE PALE
19,00 €

Lentilles correctrices Biofinity Boîte de 6

COOPERVISION OSI

À partir de
20,90 €



Lentilles correctrices Air Optix Aqua Boîte de 6

ALCON

À partir de
25,90 €



Lentilles correctrices Acuvue Oasys Boîte de 6

ETHICON VISTAKON

À partir de
18,30 €



Lunettes de vue
Gucci
GG0684O 001 OR BRILLANT

À partir de
319,00 €

[JE DÉCOUVRE](#)



Lunettes de vue
Saint Laurent
SL 386 001 NOIR BRILLANT

À partir de
249,00 €

[JE DÉCOUVRE](#)



Lunettes de vue
Chloé
CH0039O 002 ECAILLE FONCÉE

À partir de
349,00 €

[JE DÉCOUVRE](#)



Lunettes de vue
Mauboussin
MTI2108 01 NOIR TEXTURE

À partir de
295,00 €

[JE DÉCOUVRE](#)

c. Analyse du SEO du site :

Audit technique :

Title	<title>Opticien Krys : Lunettes, Lunettes de soleil et lentilles</title>
Meta desc	Pas de balise meta description
URL	www.krys.com
Sitemap	Sitemap: https://www.krys.com/Assets/Rbs/Seo/sitemap-index.xml
Robots.txt	<pre>User-agent: * Disallow: /admin.php/ Disallow: /rest.php/ Disallow: /rest.V1.php/ Disallow: /ua.php/ Disallow: /uaRest.php/ Disallow: /ajax.php/ Disallow: /ajax.V1.php/ Disallow: /widget.php/ Disallow: /widgetAPI.php/ Disallow: /_service.php/ Disallow: /storage.php/ Disallow: /index.php/ Disallow: /preview.php/ Disallow: /ajaxPreview.php/ User-agent: * Disallow: /mon-compte/* Disallow: /document/* Disallow: /*?facetFilters* Disallow: /*?storeStockFilter* Disallow: /*krys_matiere* Disallow: /*krys_marque* Disallow: /*krys_type* Disallow: /*krys_couleur* Disallow: /*?storeId* Disallow: /*?msclkid* Disallow: /*gclid* User-agent: * Disallow: /admin.php/ Disallow: /rest.php/ Disallow: /rest.V1.php/ Disallow: /ua.php/ Disallow: /uaRest.php/ Disallow: /ajax.php/ Disallow: /ajax.V1.php/ Disallow: /widget.php/ Disallow: /widgetAPI.php/ Disallow: /_service.php/ Disallow: /storage.php/ Disallow: /index.php/ Disallow: /preview.php/ Disallow: /ajaxPreview.php/ User-agent: * Disallow: /mon-compte/* Disallow: /document/* Disallow: /*?facetFilters*</pre>

	Disallow: /*?storeStockFilter* Disallow: /*krys_matiere* Disallow: /*krys_marque* Disallow: /*krys_type* Disallow: /*krys_couleur* Disallow: /*?storeId* Disallow: /*?msclkid* Disallow: /*gclid* Disallow: /*?dir=asc* Disallow: /*?dir=asc*
Structure des balises Hn	Dans ce site les balises Hn sont constitué des balises et les « class »

Audit de contenu :

Présence des titres H1, H2....

```
<h2 class="krys-title krys-title-lvl1 krys-title-stroke krys-title-constrain rkg-mb6">
  ::before
  " Nos conseils "
  <span class="krys-title-highlight">Santé</span> == $0
</h2>
```

Mots en gras

Nombre de mots

<https://www.krys.com/>

Analyse classique Analyse dynamique

MOTS-CLÉS

DONNÉES STRUCTURÉES

Classement

Associations

Suggestion

Nombre de mots : 2178 | ?

Présence des mots clés

1	krys	11.39	2.48	54	DE • TDB	url.host • title • meta.description • header/nav/a ^{x18} • header/nav ^{x3} • main/h1 • main/h2 ^{x3} • main/article/h3 • main/article/a • footer/a ^{x7} • footer/h2 • footer/b ^{x3} • footer ^{x13} 0 • footer ^{x7}
2	lunettes	10.75	3.44	75	DE • TDB	title ^{x2} • meta.description ^{x2} • header/nav/a ^{x38} • header/nav ^{x2} • main/a ^{x2} • footer/h2 ^{x2} • footer ^{x7}
3	lentilles	7.12	2.75	60	DE • TDB	title • meta.description • header/nav/a ^{x41} • header/nav ^{x2} • main/article/h3 • main/article/a • footer/a • footer/h2 • footer/a ^{x5} • footer ^{x2}
4	lunettes de soleil	6.51	4.55	33	DE • TDB	title • meta.description • header/nav/a ^{x17} • header/nav • footer/h2 • footer/a ^{x11} • footer
5	soleil	5.08	1.56	34	DE • TDB	title • meta.description • header/nav/a ^{x18} • header/nav • footer/h2 • footer/a ^{x11} • footer
6	opticien krys	4.82	0.46	5	DB • TB	title • main/h1 • footer/b • footer • footer/a
7	opticien	4.03	0.96	21	DB • TB	title • main/h1 • footer/b • footer ^{x2} • footer/a ^{x16}
8	krys audition	2.03	0.83	9	DTB	header/nav/a ^{x2} • header/nav • main/h2 • main/article/h3 • main/article/a • footer/a ^{x3}
...

Présence de liens

```
> <a class="krys-preview-linkcover" data-ng-href="https://www.krys.com/lentilles/biofinity/biofinity" target="_self"
    href="https://www.krys.com/lentilles/biofinity/biofinit
y">...</a> == $0
```

Recommandations :

❖ OPTIC 2000

- a. Réseaux sociaux : Twitter 189 abonnements, 3 449 abonnes ici Optic 2000 partage les annonces, les vidéos de les activités avec des photos.

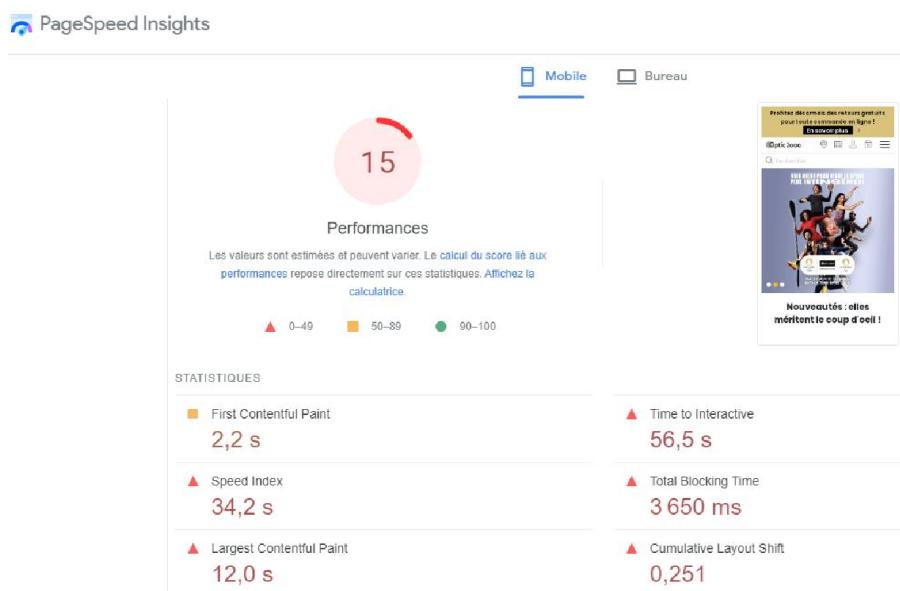
LinkedIn 8672 abonnes, 1648 employés le but de cette page est de mettre en exergue le travail accomplir par l'entreprise.

Facebook 660 engagements, 10.4k abonnes

b. Site Internet : construction du menu

The screenshot shows the top navigation bar of the Optic 2000 website. It features a yellow banner with the text "Profitez désormais des retours gratuits pour toute commande en ligne ! En savoir plus >". Below the banner are several links: PARIS 2024, Optic 2000 SUPPORTEUR OFFICIEL, Rechercher, Trouver mon magasin, Prendre rendez-vous, Mon compte, and Mon panier. The main menu below includes categories like Bons plans, Lunettes de vue, Lunettes de soleil, Lentilles, Sport & Paris 2024, Ray-Ban Stories, Services, Offres, and Marques. A "Conseils" link is also visible on the left.

L'ergonomie du site Krys



La diversité du catalogue

ÉCO-RESPONSABLE



Lunettes de vue
Femme
Sea2See
S2S2201 - Ecaille
En stock

129,00 €

Nouveau



Lunettes de vue
Femme
Esprit
33430 - Ecaille
Produit indisponible

115,00 €



Lunettes de vue
Femme
Ba&sh
BA1045 - Vert
En stock

195,00 €

TOP VENTES



Lunettes de soleil
Mixte
Ray-Ban
CLUBMASTER -
RB3016 - Noir
En stock

72,14 € 111,00 €

TOP VENTES



Lunettes de soleil
Mixte
Ray-Ban
ROUND METAL -
RB3447 - Doré
En stock

72,14 € 111,00 €

TOP VENTES



Lunettes de soleil
Mixte
Ray-Ban
NEW WAYFARER -
RB2132 - Noir
En stock

66,94 € 103,00 €

PRIX EXCLU WEB



Lentilles de contact
**Dia 1jour Com-
fort Plus - 30
lentilles**

15,00 €

PRIX EXCLU WEB



Lentilles de contact
Dia Intensity x30
DIA

20,00 €

PRIX EXCLU WEB



Lentilles de contact
Dia Mensuelle x6
DIA

19,00 €

a. Analyse du SEO du site

Audit technique :

Title	<title>Opticien Optic 2000 : Lunettes de vue, lentilles et Lunettes de soleil </title>
Meta desc	Pas de balise meta description
URL	www.optic2000.com

Sitemap	Sitemap: https://www.optic2000.com/media/sitemap/sitemap.xml
Robots.txt	<pre>User-agent: * Disallow: /index.php/ Disallow: /checkout/ Disallow: /app/ Disallow: /lib/ Disallow: /*.php\$ Disallow: /pkginfo/ Disallow: /report/ Disallow: /var/ Disallow: /catalog/ Disallow: /customer/ Disallow: /sendfriend/ Disallow: /review/ Disallow: /*SID= Disallow: *?q=* Disallow: */catalogsearch/* Disallow: *?cat_contactlens_indications=* Disallow: *?cat_contactlens_package_size=* Disallow: *?cat_contactlens_manufacturer=* Disallow: *?cat_contactlens_tint=* Disallow: *?cat_contactlens_usage=* Disallow: *?cat_pel_packaging=* Disallow: *?cat_pel_solution_type=* Disallow: *?cat_pel_type=* Disallow: *?cat_frame_main_material=* Disallow: *?cat_frame_sub_type=* Disallow: *?mkg_brand=* Disallow: *?mkg_frame_color=* Disallow: *?mkg_frame_face_shape_harmony=* Disallow: *?mkg_frame_shape=* Disallow: *?mkg_frame_style=* Disallow: */wishlist/* Disallow: */productalert/* Disallow: */history/*</pre>
Structure des balises Hn	La balise h2 est constitué des « class » et des balises <code></code>

Audit de contenu :

Présence des titres H1, H2.....

`<h2>Atelier visagisme</h2> == $0`

Mots en gras

`Nouveautés : elles méritent le coup d'oeil`

https://www.optic2000.com/

Analyse classique Analyse dynamique ?

Nombre de mots

MOTS-CLÉS DONNÉES STRUCTURÉES 1

Béta

Classement Associations Suggestions

Nombre de mots : 2173 | ?

Afficher les expressions composées de : 1 mot

MOTS-CLÉS DONNÉES STRUCTURÉES 1 OPTIMISATION 7 CONFIGURATION 2 LIENS 2 IMAGES 2 HTTP & RÉSEAU 2 B+ SEOW

Présence des mots clés

Nombre de mots : 2173 | ?

Afficher les expressions composées de : 1 mot 2 mots 3 mots et plus | ?

En savoir plus

N.	Expressions	Densité pondérée (%) ▾	Densité brute (%) ▾	Occ.	Filtres: Trouvée dans les balises suivantes
1	lunettes	16.07	7.13	155 DE * TB	title ^{x2} * header/nav/a ^{x2} * header/nav * main/h2 ^{x2} * main/a/img.alt ^{x66} * main ^{x18} * main/a ^{x19} * main/h2/strong * footer/a/a ^{x2} * footer ^{x2}
2	lunettes de soleil	8.73	9.39	68 DE * TB	title * header/nav/a ^{x2} * header/nav * main/h2 * main/a/img.alt ^{x26} * main ^{x13} * main/a ^{x9} * footer/a/a ^{x7}
3	soleil	6.84	3.18	69 DE * TB	title * header/nav/a ^{x2} * header/nav * main/h2 * main/a/img.alt ^{x26} * main ^{x14} * main/a ^{x9} * footer * footer/a/a ^{x7}
4	optic 2000	5.3	1.47	16 DE * TDB	meta.description * title * header/nav * header/nav/a * main/h2/strong * main ^{x4} * main/h2 * footer/a/a ^{x4} * footer * url.host.match
5	optic	5.1	0.74	16 DE * TDB	meta.description * title * header/nav * header/nav/a * main/h2/strong * main ^{x4} * main/h2 * footer/a/a ^{x4} * footer/a/a * footer * url.host.match
6	ray-ban	4.52	2.95	32 DB * HYP	header/nav/a ^{x9} * main/a/img.alt ^{x13} * main/strong ^{x5} * main/a ^{x4} * footer/a/a ^{x3}
7	lentilles	3.89	1.38	30 DE * TB	title * header/nav/a ^{x16} * main/h2/strong * main/a ^{x3} * main * footer/a/a ^{x7} * footer
8	lunettes de vue	3.55	3.18	22 DE *	...

▶ [◀ a href="#/atelier-visagisme">...◀/a> == \\$0](#/atelier-visagisme) Présence de liens

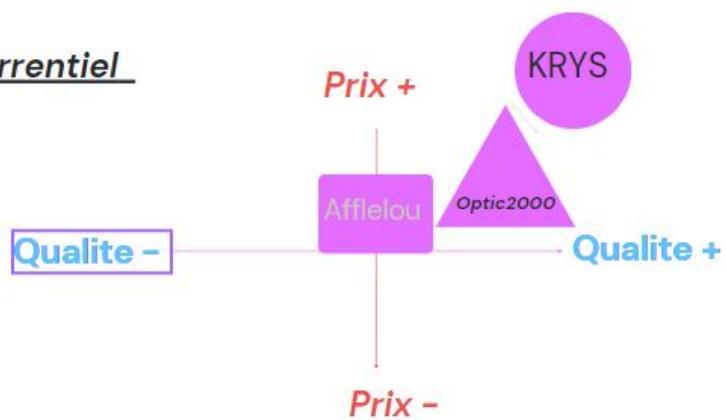
Recommandations :

- Il n'y a pas de Meta description
- Les icônes réseaux sociaux du site ne permettent pas d'accéder directement à la page Facebook et Instagram d'Optic2000



4) Analyse du Mapping concurrentiel

Mapping concurrentiel d'AFFLFOU



5) Construction du Marketing Mix d'Afflelou

Produit : Magic, lunettes de soleil, lunettes de vue, lentilles ; qualité (made in France) et service.

Prix : optique complet est à partir 99euros

Distribution : 1478 magasins Alain Afflelou pour l'optique et 244 magasins Alain Afflelou acousticiens. La marque compte plus de 500 franchises.

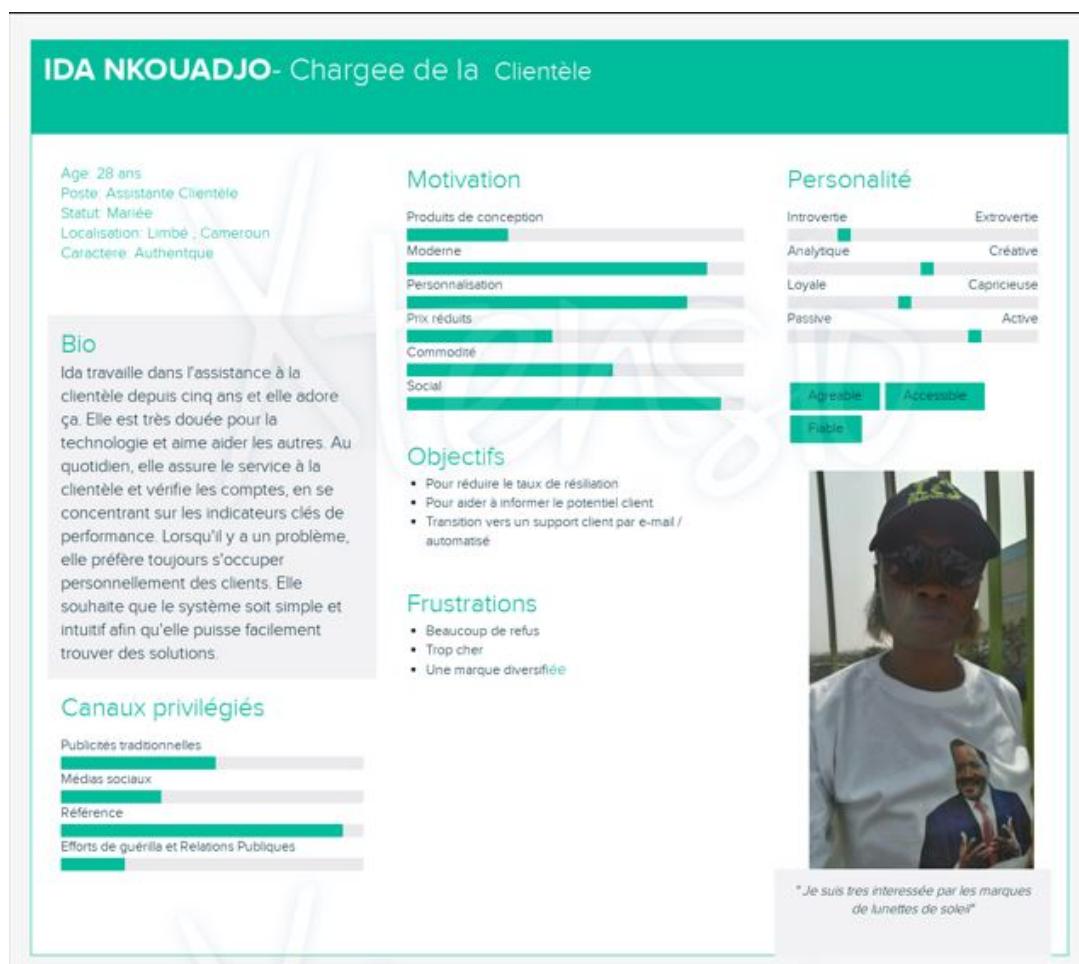
Communication : animation, sponsoring, spots tv, affichage extérieur, CRM, extranet, radio, digital.

III. Étude de la cible

Cible primaire : Afflelou cible principalement toute personne ayant besoin d'un système correctif pour la vue, aussi bien les hommes que les femmes ou encore les enfants et les adolescents.

Cible secondaire : aujourd'hui le segment des seniors est devenu incontournable pour Afflelou, de par augmentation de la durée de vie et de la taille du marché, étant donné qu'à partir de 50 ans les problèmes de vue deviennent inévitables.

Cœur de Cible: ce sont les femmes et hommes âgés entre 25 ans et 55 ans qui mènent plusieurs activités à savoir la lecture, le cinéma, les réseaux sociaux etc...



ELCID CHAWA- Software Developeur

Sympathique

Intelligent

Age: 34 ans

Poste: Software Developeur

Statut: Marié

Localisation: Douala, Cameroun

Caractere: Patient et Travailleur



Motivation



Objectifs

- réduire les mauvaises habitudes de travail
- mesurer plus scientifiquement de nombreux aspects de la vie
- fixer des objectifs et voir et faire des impacts positifs sur ma vision.

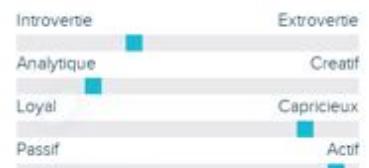
Frustrations

- Peu familier avec les nouvelles tendances du marché
- Marché du suivi saturé
- Le suivi manuel prend trop de temps

Bio

Elcid est un développeur de logiciels, un "accro aux données" et, depuis quelques années, il s'intéresse de près au suivi de sa santé et de ses performances. Elcid vient d'une famille dont l'hérédité est la fatigue oculaire. En raison de son travail, qui le place en permanence devant des écrans, il aurait besoin des lunettes correctrices bon marché d'AFFLELOU.

Personnalité



Canaux



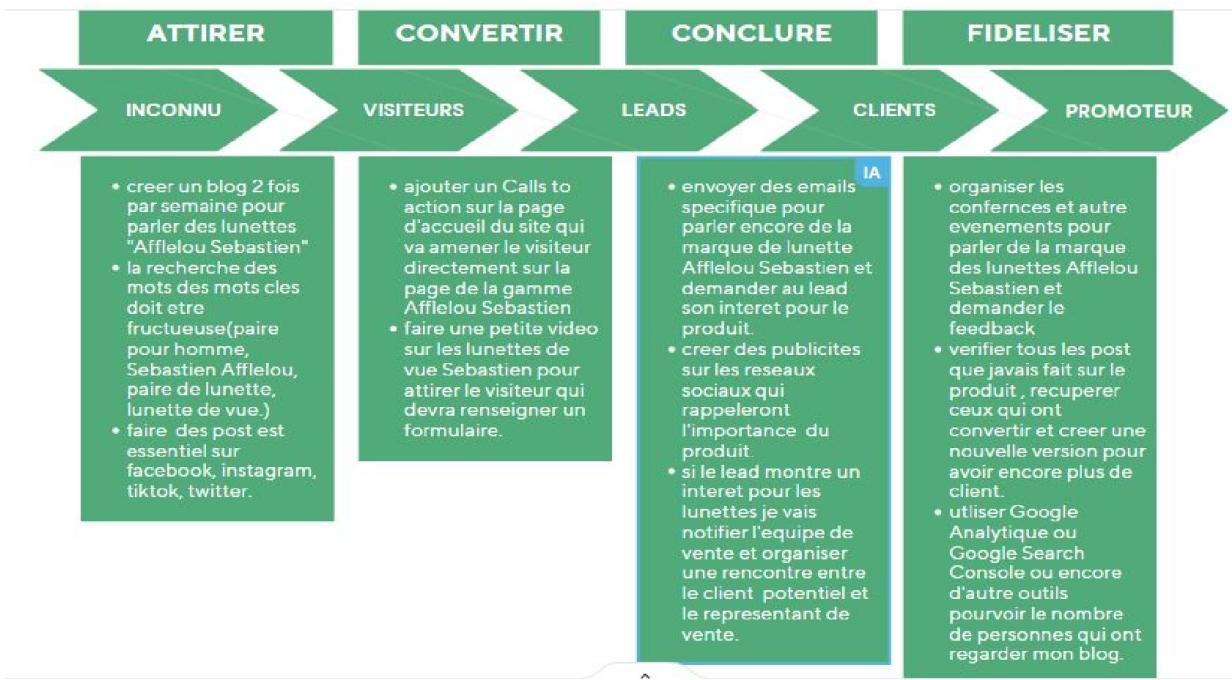
IV. Marketing Digital

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

1) Construction du POEM d'Afflelou

POEM D'AFFLELOU		
Paid Media	Owned Media	Earned Media
<ul style="list-style-type: none">• Publicités :<ul style="list-style-type: none">◦ Campagne publicitaire("moi c'est tchin tchin d'Afflelou", "C'est Magic", "Moi c'est Afflelou" de Sharon Stone etc...),◦ TV (publicité sur TF1),◦ Radio (RTS).• Post sponsorisé sur blog (https://bigspy.com/report/ALAIN+AFFLELOU+OPTICIEN/top-ads/339290547886)• Réseaux sociaux payant (https://business.facebook.com/pg/alainafflelou/location/?ref=page_internal)	<ul style="list-style-type: none">• Site Web (https://www.afflelou.com/)• Réseaux sociaux (https://www.facebook.com/alainafflelou/); (https://www.instagram.com/afflelou/?hl=fr); (https://twitter.com/Afflelou?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Faauthor); (https://www.tiktok.com/@afflelou); (https://www.pinterest.fr/alainafflelou/)• Blog d'entreprise (https://www.afflelou.com/blog/)• Blaquette d'entreprise et catalogue• Emailing• Newsletter (https://www.afflelou.com/#newsletter)	<ul style="list-style-type: none">• Relations presse (https://www.cbnews.fr/mobile/image-deezer-propose-son-service-avec-rtl-allemagne-70870)• Relations influenceurs• Tribune libres / avis d'experts• Mentions sur les réseaux sociaux (https://www.tiktokforbusinesseurope.com/fr/inspiration/alain-afflelou/)• Recommandations et avis des consommateurs• Conférence lors d'événements externes

2) Tunnel de conversion Inbound Marketing



MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION REALISEE	OBJECTIF SMART	KPI
blog	Créer le blog	Attirer le visiteur pour proposer son produit	Nombre de fois qu'une personne a vu le blog
Mots clés	Trouver les mots clés du produit en vente	Trouver facilement le produit par la recherche de mots clés	La position des mots clés dans le moteur de recherche
Réseaux sociaux (attirer le visiteur)	Faire des post	Faire connaître les lunettes de vue Sébastien Afflelou par plusieurs personnes	Nombre de partage, de vues, de likes, de commentaires, de twitte
Calls to action	Créer une page	Voir le produit	Nombre de clique
formulaire	Créer une vidéo pour pousser le client à remplir le formulaire	Que le visiteur remplit le formulaire	Nombre de formulaire remplir
Email	Envoyer les emails spécifique pour parler du produit	Sensibiliser les potentiels clients	Nombre emails répondu et réponse positive
workflows	Créer les publicités sur les réseaux	Faire connaître le produit	Nombre de likes, de partage, de

	sociaux qui rappellent l'importance du produit		commentaire et les réactions
Marketing automation	Notifier l'équipe de vente et convoquer une réunion avec le représentant de vente	Avoir une rencontre concluante avec le client	Nombre de rencontre organisée
Events	Organiser les évènements pour fidéliser le client	Pour garder les clients et plus tard qu'il devient promoteur de l'entreprise	Nombre de clients retenus après l'évènement
Réseaux sociaux	Revérifier tous mes post	Attirer encore plus de clients	Nombre de vues, likes, commentaires, réactions
Contenu intelligent	Utiliser les outils de recherche pour voir le blog qui a été plus vu	De voir si des personnes s'intéressent à mon produit	Nombre de vues, likes, commentaire, partage.

VI - PARTIE SEO : Audit du site

Afflelou a été fondée en 1995 par Franck D'Afflelou, un directeur bien connu d'un centre de soins oculaires.

L'entreprise est devenue un détaillant international de lunettes et de lentilles de contact avec l'ouverture du premier magasin en France. Elle compte actuellement plus de 650 magasins dans sept pays : France, Belgique, Luxembourg, Maroc, Tunisie, Suisse et Chine. Son chiffre d'affaires moyen pour 2017 était de 4,4 milliards d'euros.

L'entreprise ne se limite pas à ses magasins physiques : elle exploite également un site Web qui vend des lunettes et des lentilles de contact en ligne ainsi que via des sites de réseaux sociaux tels que Facebook ou Instagram avec environ 1 million de followers sur leur page Facebook.

Ces concurrents directs sont :

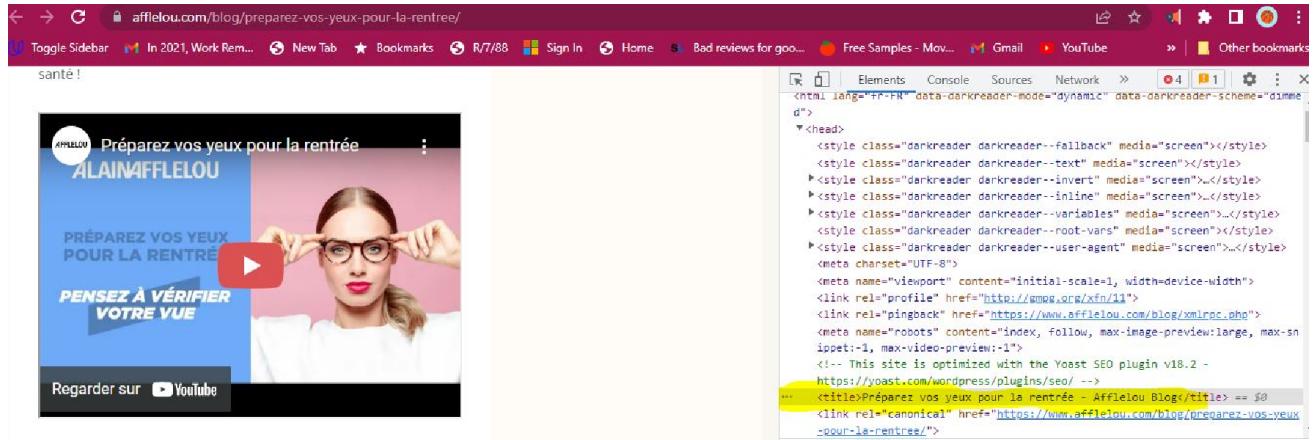
-Krys Group gère un réseau d'opticiens en France et en Belgique, avec plus de 700 agences au total. Ils comptent environ 1 000 employés et ont généré environ 240 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016.

-Optic 2000 est présent sur le marché depuis 1925, date de sa création en tant que laboratoire d'optique. Elle compte plus de 4 000 employés dans le monde répartis dans plus de 2 800 magasins répartis sur quatre continents. Leur chiffre d'affaires est passé de 1 Md€ à 1,4 Md€ entre 2011 et 2015 grâce à de nouveaux produits.

Analyse technique du site d'AFFLELOU

Etude du HTML du Blog d'Afflelou : <https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/>

Title



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/>. The page content includes a header with the text "Préparez vos yeux pour la rentrée" and "ALAINAFFLELOU", a main image of a woman adjusting her glasses, and a call-to-action button "Regarder sur YouTube". The browser's developer tools are open, specifically the Elements tab, which displays the HTML source code. A yellow box highlights the title element and a canonical link element.

```
<html lang="fr-FR" data-darkreader-mode="dynamic" data-darkreader-scheme="dimmed">
<head>
    <style class="darkreader darkreader--fallback" media="screen"></style>
    <style class="darkreader darkreader--text" media="screen"></style>
    <style class="darkreader darkreader--invert" media="screen"></style>
    <style class="darkreader darkreader--inline" media="screen"></style>
    <style class="darkreader darkreader--variables" media="screen"></style>
    <style class="darkreader darkreader--root-vars" media="screen"></style>
    <style class="darkreader darkreader--user-agent" media="screen"></style>
    <meta charset="UTF-8">
    <meta name="viewport" content="initial-scale=1, width=device-width">
    <link rel="profile" href="http://gmpg.org/xfn/11">
    <link rel="pingback" href="https://www.afflelou.com/blog/xmlrpc.php">
    <meta name="robots" content="index, follow, max-image-preview:large, max-snippet:-1, max-video-preview:-1">
    <!-- This site is optimized with the Yoast SEO plugin v18.2 -->
    <!-- https://yoast.com/wordpress/plugins/seo/ -->
<title>Préparez vos yeux pour la rentrée - Afflelou Blog</title>
<link rel="canonical" href="https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/">
```

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

Sitemap: inexistant

Robot.txt: inexistant

Structure des balises Hn : ces Balises sont constituées des « class »

Analyse sémantique

Présence des titres H1, H2...

```
<h1 class="entry-title"> Préparez vos yeux pour la  
rentrée ! </h1> == $0
```

Mots Gras

The screenshot shows the 'Elements' tab of a browser's developer tools. The page content is displayed as a tree of HTML elements. A yellow highlight covers the entire content area, including the title and several paragraphs of text. The code visible includes:

```
<h3>Gardez un œil sur le temps que vos enfants passent  
devant les écrans</h3>  
<p>&nbsp;</p>  
▶ <p>...</p>  
▶ <p>&nbsp;</p>  
▶ <p>...</p>  
▼ <ul>  
    ▼ <li>  
        ::before  
        <strong>En dessous de 3 ans</strong> == $0  
        " : pas d'écran ;"  
    </li>  
    ▶ <li>...</li>  
    ▶ <li>...</li>  
    ▶ <li>...</li>  
    </ul>  
    ▶ <p>...</p>  
    <p>&nbsp;</p>  
    ▶ <p>...</p>
```

Nombre de mots



Nombre de mots : 952 | ?

Afficher les expressions composées de : 1 mot

Présence des mots clés

1	yeux	15.03	1.79	17	DE • TB	url.path • title • article/img.alt • article/h1 • article ^{x8} • article/st de/a
2	préparez vos yeux pour la rentrée	10.24	2.52	4	DM • TB	title • article/img.alt • article/h1 • url.path.match
3	afflelou	8.99	0.63	6	DTB • TB	url.host • title • header/nav/a • article • article/strong/a • footer TB
4	rentrée	8.14	0.53	5	DB • TB	title • article/img.alt • article/h1 • article • url.path.match
5	préparez	7.21	0.42	4	DM • TB	title • article/img.alt • article/h1 • url.path.match
6	âge	2.62	0.74	7	DM	article/h2 • article/strong ^{x2} • article ^{x3} • article/h4/a
7	lumière bleue	2.59	0.84	4	DM	article/strong • article/h2 • article • article/strong/a
8	enfants	2.07	0.42	4	DM	article • article/h2 • article/strong • article/h3
9	vue	2.01	0.53	5	DB	article • article/h2 • article/strong/a • article/strong • aside/a
10	lumière	1.87	0.53	5	DM	article/strong • article/h2 • article ^{x2} • article/strong/a

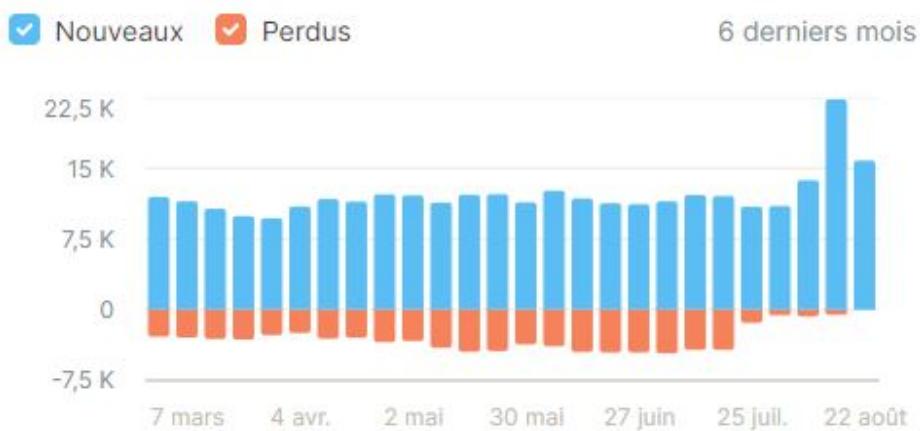
Présence de liens

<a href="<https://www.afflelou.com/blog/category/sante-bien-etre/>" rel="tag">Santé et Bien-être == \$0

Analyse des BACKLINKS

Backlinks nouveaux et perdus i

Portée du widget : Domaine racine



Audit technique

Title

```
<title>LUNETTES DE VUE Guess GU2914 doré & rose - Afflelou</title> == $0
```

Meta desc : inexistant

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

Sitemap : inexistant

Robots.txt : inexistant

Structure des balises Hn : elles sont constituées pour certaines pas des « class » des « span » et des « div »

Audit sémantique

Présence des titres H1, H2...

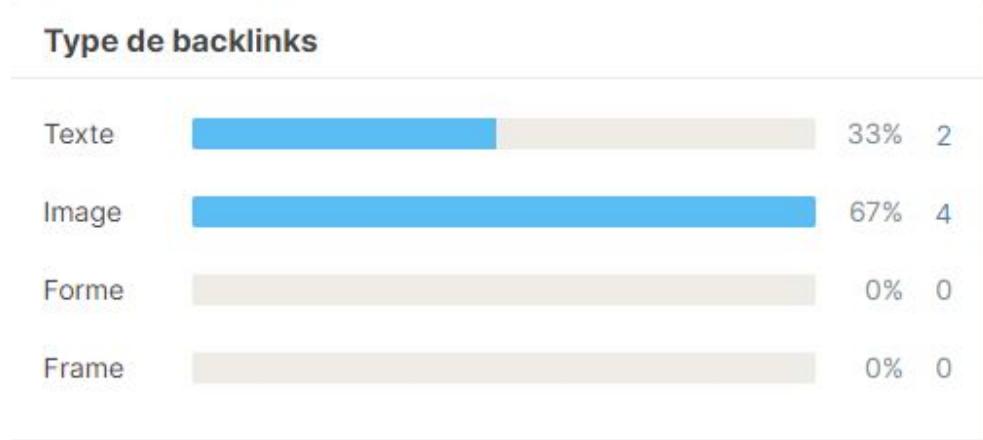
```
▼<h1 class="c-product-head__name u-txt-left@md u-txt-left@sm  
u-pl-x1@md u-pt-n">  
    <span class="u-seo-txt">LUNETTES DE VUE</span>  
    ▼<div class="u-txt-bold u-mb-md@lg o-product-detail_typo">  
        <span class="u-hyphen-initial"> Guess </span>  
        <span class="u-hyphen-initial">GU2914</span> == $0  
    </div>  
</h1>
```

Mots en gras : inexistant

Présence de liens

```
► <a href="/choisir-mes-verres/ma-prescription/lunettes-de-vue-fem  
me/guess/gu2914-028-5418-or.html?glassPack=1" class="c-btn c-btn  
--card u-w60 u-block">...</a> == $0
```

Analyse des BACKLINKS



Audit technique

Title <title>Lentilles de contact - Afflelou.com</title>

Meta desc : INEXISTANT

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

Sitemap : INEXISTANT

Robots.txt : INEXISTANT

Struture des balises Hn : Elles sont constituées pour certaines pas des « class » des « span » et des « div »

Audit sémantique

Présence des titres H1, H2...

```
<h2 class="o-error__title">404</h2> == $0
```

Mots en gras : INEXISTANT

Présence de liens

```
▼<a href="/" flex
  <span class="u-visually-hidden">Afflelou</span>
   == $0
</a>
...
...
```

Nombre de mots et Mots clés

Meilleurs mots clés organiques 317

Mot clé	Inte...	Pos.	Volume	CPC (U...)	Trafic...	≡
alain afflelou >>	N	1	480	0,00	51,75	
alain afflelou... >>	I T	1	70	0,00	7,54	
afflelou >>	I T	1	170	0,00	5,66	
afflelou lunet... >>	N	1	40	0,00	4,31	
opticien rosny >>	C	2	210	0,00	3,63	

VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

Thématique : les nouvelles innovations optique.