

## V - PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

### V-1 - Étude de l'environnement de l'entreprise: Alain Afflelou

#### 1 - PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
Siège à Paris où la stabilité politique est au rendez-vous.	Le pays reste stable après les crises sanitaires, le PIB pourrait même connaître une hausse.	7 français sur 10 souffrent de troubles de la vue, notamment chez les adultes de plus de 45 ans.	Le pays n'est pas en retard concernant les nouvelles technologies d'information.	La question de l'environnement est au cœur de tous les sujets. Plus de 70% des français prennent très au sérieux l'écologie.	La loi suit de près les réglementations des opticiens.

#### 2 - 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	Les nouveaux entrants sont bloqués par une barrière à l'entrée.
Degré de rivalité avec les concurrents	Forte rivalité dans le domaine de l'optique avec plus de 5 marques qui s'affrontent sur le marché.
Menace des produits de substitution	Les autres produits de substitution comme les lentilles de contact ne présente pas une grande menace, ils se vendent moins que les lunettes.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	
Pouvoir de négociation des clients	

### 3 - SWOT

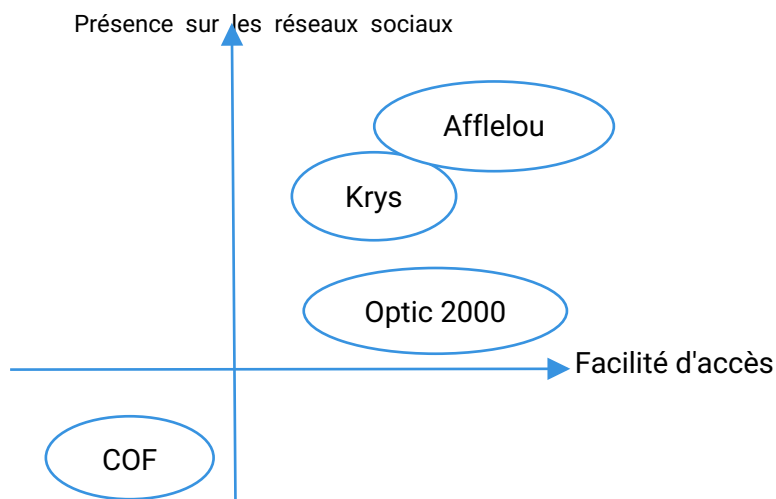
FORCES	FAIBLESSES
Large gamme de lunettes à prix accessibles.  Forte présence sur les réseaux sociaux	Manque de gamme de lunettes pour les sports en plein air ( vélo, course à pieds).
OPPORTUNITÉS	MENACES
Marché de lunettes de sport en plein air.  Marché des lunettes pour les personnes ayant une malformation faciale ( les siamois).	Les autres produits de substitution ( gouttes pour les yeux, chirurgie réfractive).  Les autres marques (Gucci, Calvin Klein)

### V-2 - Étude de la concurrence

1. Concurrents directs : Optic 2000, Krys
2. Concurrent indirect : COF (Cabinet d'Ophtalmologie de Flandres)
  - Optic 2000 est devenue un acteur numéro 1 de l'optique en France grâce à la relation clients basée sur la confiance. Il propose à ses clients une large gamme de lunettes mais aussi de lentilles de contact : lunettes de vue ( cosmopolitan à 139€), lunettes de soleil ( le Ray-ban à 77,70€), lentilles ( Dia mensuelle à 19€) et des lunettes de marque (le SI 362 de Saint Laurent à 344€). Leurs points forts, ils se déplacent au domicile de leur client, et place des boutiques partout avec 1 200 magasins actuellement.
  - KRYs met en valeur ses clients avec son slogan " vous allez vous aimez". Avec ses différentes gammes de lunettes, il optimise avant tout, le bien-être des siens. Parmi ses gammes, on peut citer les lunettes de vue Signature Krys à 99€, les lunettes de soleil Ray-Ban à 149€ ainsi que les lentilles mensuelles Acuvue Vita à 35€.
  - Le Cabinet d'Ophtalmologie de Flandres est un groupe d'ophtalmologistes des Hauts de France, il effectue les corrections optiques à l'aide de lunettes, lentilles ou encore d'interventions chirurgicales. La nouvelle solution qu'il propose est la chirurgie réfractive notamment au laser pour dire au revoir aux lunettes.
  -
3. Analyse de la communication des concurrents ( tableau ci-dessous)

	Optic 2000	KRYS	Cabinet d'Ophtalmologie de Flandres
<u>Réseaux sociaux</u>			
Facebook	154 174 abonnés	104 361 abonnés	0
Instagram	25.5k abonnés	27,3k abonnés	0
LinkedIn	8 436 abonnés	0	0
Twitter	3 457 abonnés	18,3k abonnés	0
Email		serviceclients@krys.com	
YouTube	0	3,39k abonnés	0
<u>Type de contenu</u>	Image et vidéos	Vidéo et images	Pas de contenu
<u>Sujet traité en publication</u>	L'importance de se faire plaisir, de se mettre en valeur.	Profiter de chaque moment de la vie avec une bonne vue.	0
<u>Taux d'engagement</u>	1%	2,3%	
Site web	<a href="https://www.optic2000.com/">https://www.optic2000.com/</a>	<a href="https://www.krys.com/">https://www.krys.com/</a>	<a href="https://www.cof.fr/">https://www.cof.fr/</a>
SEO			
Technique			
Sémantique			
Backlinks			

➤ Mapping concurrentiel



➤ Marketing mixte d'Afflelou

### V.3 - Étude de la cible

- Coeur de cible: les adultes entre 45 et 54 ans, ils sont plus touchés par les troubles visuels en

France vu que 74% des personnes dans cette tranche d'âge sont porteur des lunettes.

- Cible primaire : les jeunes de 18 à 24 ans, ils sont au cœur de la technologie et donc très souvent devant des écrans, de plus, ils sont à 44% à être atteint de problème de la vue, en France.
- Cible secondaire : les personnes âgées, de plus de 60 ans, ces personnes sont les victimes de l'âge, leur acuité visuelle diminue même s'ils ne sont pas de très grands internautes.

## V.4 - Marketing Digital

### 1. Moyen de communication d'Alain Afflelou

Paid media	Owned media	Earned media
Spot publicitaire	<u>Réseaux sociaux</u> (Facebook, twitter, Instagram, tiktok, youtube, LinkedIn) <u>Blog</u> : <u>Site web</u> :	<u>Mention des autres sites web</u> : challenge magazine  <u>Article des magazines</u> : Eye-see-mag E- marketing

### 2. Tunnel de conversion d'inbound marketing pour la paire Afflelou Sebastien

Inconnu => prospect => prospect chaud => client

### 3. Objectif SMART, KPI

Moyen de communication	Action réalisée	Objectif SMART	KPI
Facebook	Présentation des gammes Vente en ligne	Augmenté la visibilité pour tous	303 340 abonnés
Twitter			
Instagram	Offre et promotions		33,7 k abonnés
YouTube	Publicité		5,5k abonnés
Tiktok	Publicité	Rendre les lunettes tendance grâce aux jeunes	217,2k abonnés 2,6M j'aime
Pinterest	Présentation des produits		179 abonnés
Blog	Publicité		Nombre de visites sur le blog

## VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

## **Pourquoi favorisé le port de lunettes aux autres méthodes pour corriger la vue?**

De nos jours, de plus en plus de moyens sont mis à disposition des personnes touchées par les troubles visuels. Parmi eux, il y a ceux qui nécessitent de l'aide d'experts, ceux qui sollicitent l'assistance d'autrui et le port de lunettes qui ne demande qu'à être mis. Cette dernière est plus conseillée en raison de son accessibilité au niveau prix qu'au niveau utilisation.

### **Combien en moyenne un français dépense en lunettes chaque année ?**

Sachant que trois quarts des français sont atteints de problème visuel, la France est devenue numéro un en Europe, en dépense en lunetterie. Allant de 250€ à 550€ pour les lunettes correcteurs, sans parler des lunettes de sport et de lunettes contre les rayons solaires, il faut croire qu'avoir une bonne vue coûte cher, comme quand on achète une maison ou un appartement, une belle vue augmente le prix de celle-ci.

Cela semble vous coûter la peau des fesses, cependant, comparé aux autres méthodes de correction visuelle, le port de lunettes est plus accessible étant donné qu'une partie des frais est couverte par les assurances.

### **Quels autres avantages présente le port de lunettes ?**

Contrairement à la chirurgie réfractive qui nécessite une intervention chirurgicale, porter des lunettes est facile, tout le monde peut le faire et cela sans aucun risque à condition d'avoir les bonnes verres de correction.

Aussi, porter des lunettes protège vos yeux des rayons solaires, une fonction que les autres moyens n'ont pas. Les lunettes de soleil sont conçues spécialement dans ce but. D'autres lunettes vous permettent même de voir sous l'eau, empêchent des agressions de bestiole, c'est le cas des lunettes de sport nautique et terrestre.

### **Question mode, que représente les lunettes ?**

Il est impossible de parler lunettes sans mentionner la mode car depuis toujours, cet accessoire apporte une touche à la tenue, qu'elle soit décontractée ou autre. L'humour des personnalités autour des lunettes est le définit comme intemporel.

D'ailleurs, l'opticien fou de vous, Alain Afflelou propose des gammes de lunettes de vue, solaire ou encore de sport afin que tout le monde trouve la paire qui lui va à ravir sans pour autant se ruiner. Mais les lunettes de marque ne sont pas des moindres pour les fashionistas.