

# PARTIE MARKETING & MARKETING DIGITAL

## A- Étude de l'environnement de l'entreprise

### 1 – PESTEL

<b>POLITIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Les opticiens jouissent du monopole de la vente des articles destinés à corriger les défauts de la vue.</li><li>+ Depuis le 1er janvier 2020, la loi oblige chaque opticien de présenter dans son point de vente au moins 17 modèles d'un prix inférieur ou égal à 30 € (prix limite de vente).</li></ul>
<b>ÉCONOMIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ AFFLELOU est un opticien qui se trouve dans plus de dix pays dans le monde, principalement en France, il couvre aussi les autres pays de l'Europe comme Espagne, Suisse, Portugal... ; d'Afrique qui sont Maroc, Côte d'Ivoire, Algérie, Sénégal, ....</li><li>+ Trois quarts de la population française sont affectés d'un trouble ou d'une maladie visuelle; et au moins de 2,2 milliards de personnes dans le monde sont atteintes d'une déficience visuelle ou de cécité. (Page web d'OMS le 08/10/19)</li></ul>
<b>SOCIOLOGIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ L'environnement démographique d'AFFLELOU qui se trouve presque sur tout la France avec des locales sur 95 départements.</li><li>+ « Élu Service Client de l'Année » dans la catégorie « Opticien », en 6 années consécutives.</li><li>+ Les 2 principaux leviers qui permettraient la hausse du renouvellement des lunettes seraient la mode et la diversité du choix chez l'opticien.</li></ul>
<b>TECHNOLOGIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Vue l'évolution de la technologie, AFFLELOU avec son site web facilite son localisation, la prise de rendez-vous et l'achat des montures, accessoires pour lunette sans oublier l'essayage virtuel.</li></ul>
<b>ENVIRONNEMENTAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Au cours de l'année 2021, AFFLELOU renforce leur réflexion sur leur engagement en matière de développement durable avec :</li><li>+ 100% des sachets plastiques créés sont</li></ul>

	biodégradables. + 50 000 bouteilles plastiques recyclées.
<b>LÉGAL</b>	+ AFFELOU respecte les lois sur l'optique sur les articles suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opticien-lunetier : Articles L4362-1 à L4362-12.</li> <li>• Art. R. 4362-14.-Le site de vente en ligne de verres correcteurs et de lentilles de contact oculaire correctrices inclut et fait apparaître de façon lisible et compréhensible.</li> <li>• Décret n° 2016-1381 du 12 octobre 2016 relatif aux conditions de délivrance de verres correcteurs ou de lentilles de contact oculaire correctrices et aux règles d'exercice de la profession d'opticien-lunetier.</li> </ul>

## 2 – Les Forces de PORTER (5 forces de PORTER)

<b>Menace des nouveaux entrants</b>	L'arrivée de l'imprimante 3D qui pourrait offrir un avantage concurrentiel sur le marché ou encore l'apparition du marché sur internet. Peu menaçant car ils sont coûteux, cibles limitées par leur pouvoir d'achat.
<b>Degré de rivalité avec les concurrents</b>	Le degré de rivalité est assez élevé étant donné la qualité des services et produits de chaque société. Même en 4 <sup>e</sup> position et « Élu Service Client de l'Année », AFFLELOU n'a aucune distinction particulière sur le genre, âge, et province par rapport à la revenue. Optic 2000 qui est placé en tête du classement des enseignes d'optique préférées des Français en 2021 ; est un concurrent le plus menaçant avec son système de « Optic 2000 à domicile ».
<b>Menace des produits de substitution</b>	La chirurgie réfractive au laser est le produit de substitution le plus menaçant. De plus en plus de personnes sont intéressées par cette méthode vu le pourcentage positif des résultats (le succès durable de ces dernières et des effets secondaires très limités d'après

	Clinique de la vision Strasbourg.).
<b>Pouvoir de négociation des fournisseurs</b>	Moyenne car les fournisseurs choisissent leurs distributeurs, ils fixent les prix d'achat et définissent la gamme de produit mais sont dépendants des distributeurs.
<b>Pouvoir de négociation des clients</b>	Très élevé vue le nombre de concurrent, c'est le roi proprement dit.

### 3 – SWOT

<b>FORCES</b>	<b>FAIBLESSE</b>
AFFLELOU propose de nombreuses gammes de référence de lunette, il propose aussi 780 opticiens qui facilite le découverte d'un magasin près de chez vous. Avec l'option « choisissez la monture idéale » qui facilite votre choix en vous donne n gain de temps.	Temps d'ouverture trop tard => 10h
<b>OPPORTUNITÉS</b>	<b>MENACES</b>
S'associer avec des ophtalmologues.	Coronavirus qui a un peu stoppé l'échange international. Hausse de la concurrence due à la forte attractivité du marché.

### B-Étude de la concurrence

#### Les concurrents :

➤ 2 direct:

#### Optic 2000 =>

Créée en 1969, avec près de 1 200 magasins en ce moment, l'enseigne entretient une relation de proximité avec ses clients. Le premier dans le classement « Enseignes Préférées des

Français ». Il procède au système de « mon opticien vient chez moi » avec « Optic 2000 à domicile ».

Il présente 3 types gammes de lunette qui sont :

Les lunettes de vue



Lunettes de vue  
Mixte

**Ray-Ban**

RX2199V - Ecaille

**144,00 €**



Lunettes de vue  
Enfant

**Ray-Ban**

LEONARD JR -  
RY9093V - Noir

**67,00 €**



Les lunettes de soleil

LOOK FESTIVAL



Lunettes de soleil  
Mixte

**Ray-Ban**

**119,00 €**



Lunettes de soleil  
Homme

**Versace**

VE2199 - Noir

**198,00 €**

Lentilles et ses produits d'entretiens

<p><b>Nouveau</b></p>  <p>Lentilles de contact <b>Dia Connect x6</b> DIA</p>	<p><b>PRIX EXCLU WEB</b></p> <p><b>32,50 €</b></p>	<p><b>Nouveau</b></p>  <p>Produits d'entretien lentilles <b>Biotrue Pack</b></p>	<p><b>PRIX EXCLU WEB</b></p> <p><b>6,85 €</b></p>
---	--	--	---

### a. Réseaux sociaux

**Facebook:** 155 148 abonnées, 0.99 de taux d'engagement, image et vidéo sont les types de contenus publiés, les contenus sont généralement la connaissance des produits et du marques avec des liens menant dans leur site web.

**Twitter:** 3 457 abonnées, vidéo est particulièrement publié, les activités à part la vente des produits sont les contenus les plus publiés.

**Instagram :** Pas d'accès alors pas de donné.

**LinkedIn :** 8 431 abonnées, vidéo et texte sont généralement publiés, la présentation du marque est en premier position du contenu.

### b. Site internet (<https://www.optic2000.com/>)

Très dynamique avec le solde en premier lieu, menu présentant les gammes de produits de base, montrant sur le côté la localisation, prise de rendez-vous, compte client et panier du client. Présente quelques rubriques et quelques catalogues pour chaque rubrique et mène généralement sur une page voulue.


### Generale d'Optique =>

Plus de 25 ans d'existence avec +de 600 magasins partout en France et de + de 1000 Opticiens diplômés. Un des boutiques sans intermédiaire. 5<sup>e</sup> au classement dans « Enseignes Préférées des Français » années 2021.

Il présente 4 types gammes de lunette qui sont :


Lunettes de vue

SOLDES




LUNETTES DE VUE  
**SENSAYA**  
SYOM0003 HH00 HAVANA HAVANA

**-40%** ~~239,00 €~~ **144,00 €\***




● En stock sur le site

SOLDES



LUNETTES DE VUE  
**UNOFFICIAL**  
UNOK0024 HX00 HAVANA OTHER

**-20%** ~~119,00 €~~ **95,00 €\***



● En magasin uniquement

Réserver

## Lunette de soleil

SOLDES



LUNETTES DE SOLEIL  
**QUAY AUSTRALIA**  
HIGH KEY MINI BLK/BLKPUR BLACK / BLACK PURPLE  
FADE

**-50%** ~~59,00 €~~ **29,50 €**



● En stock sur le site

Ajouter

SOLDES







LUNETTES DE SOLEIL  
**HERITAGE**  
HESM0010 BXEE BLACK GREY

**-50%** ~~89,00 €~~ **44,50 €**



## Ecran

 <p>LUNETTES ANTI-LUMIÈRE BLEUE <b>I-BLOCK</b> I-BLOCK LUMIÈRE BLEUE HFCU10 ROUGE <b>15,00 €</b></p> <p>● En stock sur le site</p> <p> Ajouter</p>	 <p>Lunettes anti-lumière bleue Collection</p> <p>LUNETTES ANTI-LUMIÈRE BLEUE <b>COLLECTION GRANDVISION</b> LUMIÈRE BLEUE ENFANT IBLT03 NOIR <b>35,00 €</b></p> <p>● En stock sur le site</p> <p> Ajouter</p>
--	--

## Lentilles et accessoires

 <p><b>PRIX WEB</b></p> <p>LENTILLES DE CONTACT <b>ACUVUE</b> 1 DAY ACUVUE MOIST MULTIFOCAL Boîte de 90 lentilles <b>75,20 €</b></p> <p>● En stock sur le site</p> <p>Lentilles de contact Acuvue 1 D</p>	 <p>ETUI ETUI RIGIDE ROUGE VERNIS <b>5,00 €</b></p> <p>● En stock sur le site</p> <p> Ajouter</p>
---	---

### a. Réseaux sociaux

**Facebook:** 78 537 abonnées, 1.01 de taux d'engagement, image est le type de contenu publié, les contenus sont généralement des publicités des produits par rapport au événement.

**Instagram :** Pas d'accès alors pas de donné.

**LinkedIn :** Pas d'accès alors pas de donné.

### b. Site internet (<https://www.generale-optique.com/>)

Sur le en tête, une même action se répète systématiquement, il induise l'utilisateur à cette action sans même qu'il puisse voir les produits en questions. Présente ensuite tous les produits qu'il propose au client avec des prix minimum de ce dernier pour en finir avec les tendances sans oublier les marques travaillant avec eux. Il vous incite à chercher directement ce que vous voulez trouver dans le magasin en ligne. Leur principal call action est le prise de rendez-vous.

➤ **1 indirect:**

**COF (Cabinet d'Ophtamologie des Flandres) =>**

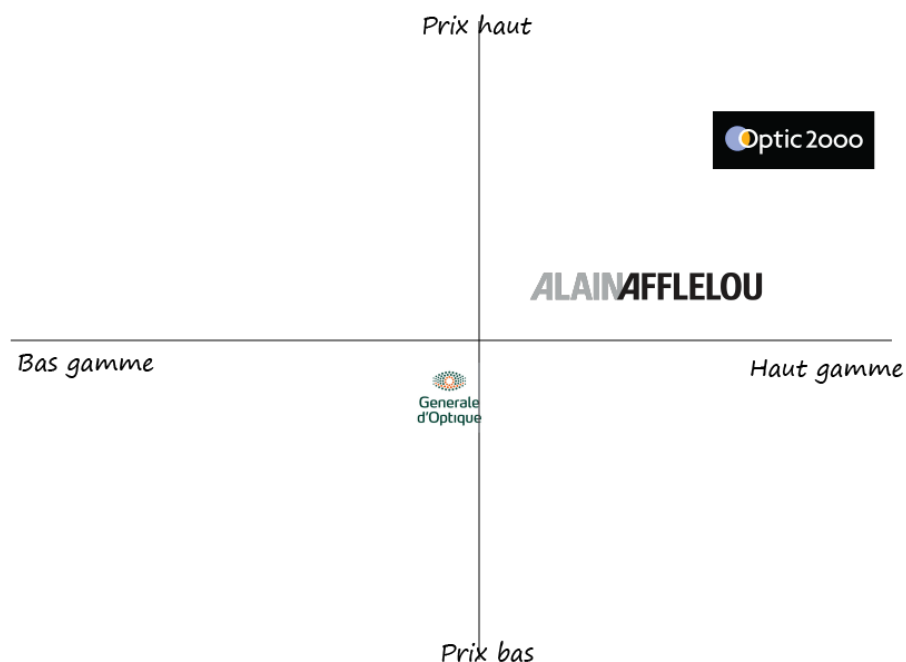
Le plus grand groupe d'ophtalmologistes de France, créée en 2005 avec 6 cabinets en ce moment. Il possède des matériel récent, diversifié et performant. Un des cabinets qui effectue la chirurgie réfractive laser et la chirurgie esthétique, des soins et des interventions pour le regard.

**a. Site internet (<https://www.cof.fr/>)**

Barre de menu très jolie avec seulement la présentation du cabinet, les médecins, quelques maladies de l'œil et des conseils.

**b. Réseaux sociaux**

N'utilise aucuns réseaux sociaux.





## Photo 1 : Mapping concurrentiel

### c. Positionnement d’AFFLELOU

AFFLELOU					
Prix	Cher	X	Adapté		Peu cher
Originalité	Trop excentrique		Original	X	Déjà vu
Qualité	Bonne	X	Moyenne		Pauvre
Service	Très satisfaisant	X	Satisfaisant		Pauvre
Marque	Novateur		Adapté	X	Trop compliqué

### 1- Marketing Mix d’AFFLELOU

Produits	Prix	Communication	Distribution
<ul style="list-style-type: none"><li>- Lunette de vue</li><li>- Lunette de soleil</li><li>- Lentilles</li></ul>	varie selon le type et du genre (enfant moins cher que celle d’un adulte). - 89€ à 230€ - 50€ à 240€ - 21€ à 75€	<ul style="list-style-type: none"><li>- Facebook</li><li>- Twitter</li><li>- Instagram</li><li>- Pinterest</li><li>- Tiktok</li><li>- Site web</li><li>- You tube</li><li>- Relation publiques</li></ul>	AFFLELOU propose une large distribution avec 780 magasins. AFFLELOU a choisi un circuit court, c'est-à-dire qu’il n’y a qu’un intermédiaire entre l’entreprise et le consommateur final.

## Étude de la cible

### 1- Les cibles d’AFFLELOU

**Cœur de Cible :** Principalement, ce sont les personnes qui ont les maladies des yeux. Obligés de portée des correcteurs, soit lunette ou lentille. Une modèle unique pour son personnalité serait un atout. Du même, ces personnes travaillent généralement, donc un opticien qui leur fait gagner du temps sera la bienvenue.

**Cible Primaire:** Toutes personnes qui ont besoin de lunette ou lentille correcteur, qui a une tendance stylée. Des professionnels du métier ou des personnes qui travaillent en permanence sur ordinateur.

**Cible secondaire:** Les personnes avec styles qui aiment seulement les lunettes car AFFLELOU offre une large gamme de lunettes de soleil.

### 2- Persona :

**Cœur de Cible :**

Cible Primaire:

Cible secondaire:

## **C- Marketing Digital**

### **1- Moyens de communication d’AFFLELOU**

Paid média:

Owned média:

Earned média:

### **2- Tunnel de conversion d’Inbound Marketing**

### **3- Mises en actions selon le tunnel / 4- Les KPI à prendre en compte**

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION RÉALISÉE	OBJECTIF SMART	KPI

## **PARTIE SEO: Audit du site**

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

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

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

## **PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog**

### **Prendre soin de ses yeux**