

PARTIE MARKETING & MARKETING DIGITAL

A- Étude de l'environnement de l'entreprise

1 – PESTEL

POLITIQUE	<ul style="list-style-type: none">+ Les opticiens jouissent du monopole de la vente des articles destinés à corriger les défauts de la vue.+ 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).
ÉCONOMIQUE	<ul style="list-style-type: none">+ 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,+ 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)
SOCIOLOGIQUE	<ul style="list-style-type: none">+ L'environnement démographique d'AFFLELOU qui se trouve presque sur tout la France avec des locales sur 95 départements.+ « Élu Service Client de l'Année » dans la catégorie « Opticien », en 6 années consécutives.+ Les 2 principaux leviers qui permettraient la hausse du renouvellement des lunettes seraient la mode et la diversité du choix chez l'opticien.
TECHNOLOGIQUE	<ul style="list-style-type: none">+ 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.
ENVIRONNEMENTAL	<ul style="list-style-type: none">+ Au cours de l'année 2021, AFFLELOU renforce leur réflexion sur leur engagement en matière de développement durable avec :+ 100% des sachets plastiques créés sont

	<p>biodégradables.</p> <ul style="list-style-type: none"> + 50 000 bouteilles plastiques recyclées.
LÉGAL	<ul style="list-style-type: none"> + AFFELOU respecte les lois sur l'optique sur les articles suivants : <ul style="list-style-type: none"> • Opticien-lunetier : Articles L4362-1 à L4362-12. • 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. • 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.

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

Menace des nouveaux entrants	<p>L'arrivée de l'imprimante 3D qui pourrait offrir un avantage concurrentiel sur le marché ou encore l'apparition du marché sur internet.</p> <p>Peu menaçant car ils sont coûteux, cibles limitées par leur pouvoir d'achat.</p>
Degré de rivalité avec les concurrents	<p>Le degré de rivalité est assez élevé étant donné la qualité des services et produits de chaque société.</p> <p>Même en 4^e 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.</p> <p>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 ».</p>
Menace des produits de substitution	<p>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</p>

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

3 – SWOT

FORCES	FAIBLESSE
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
OPPORTUNITÉS	MENACES
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>Nouveau</p>  <p>Lentilles de contact Dia Connect x6 DIA</p>	<p>PRIX EXCLU WEB</p> <p>32,50 €</p>	<p>Nouveau</p>  <p>Produits d'entretien lentilles Biotrue Pack</p>	<p>PRIX EXCLU WEB</p> <p>6,85 €</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^e 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

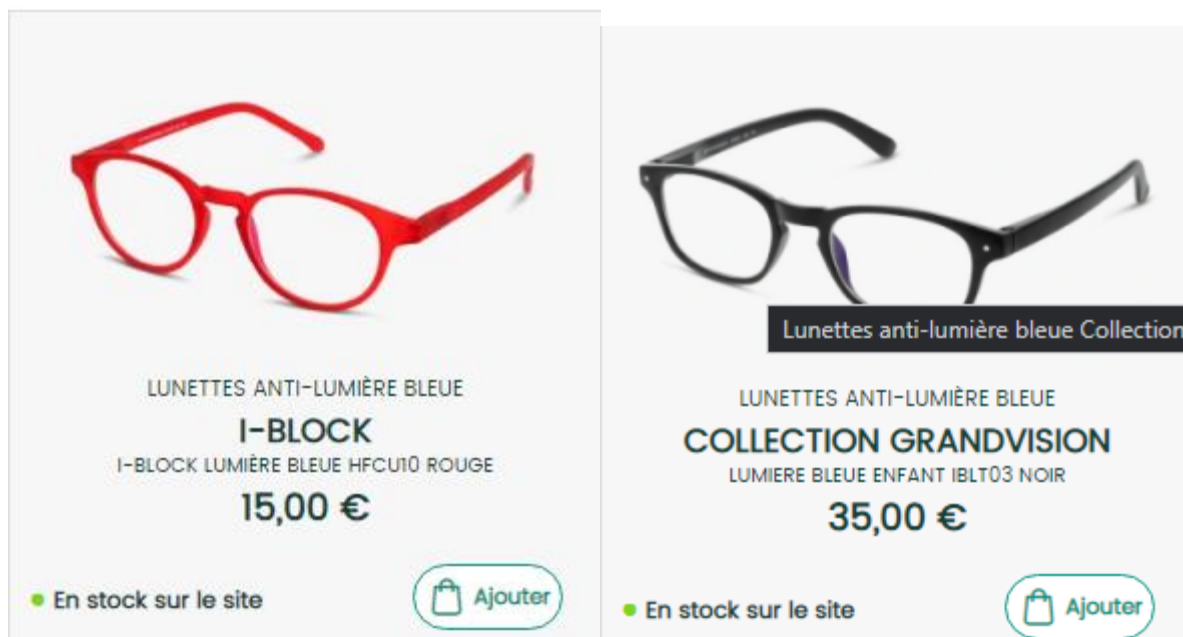


LUNETTES DE SOLEIL
HERITAGE
HESM0010 BXEE BLACK GREY

-50% ~~89,00 €~~ **44,50 €**



Ecran



Lentilles et accessoires



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.

c. SEO

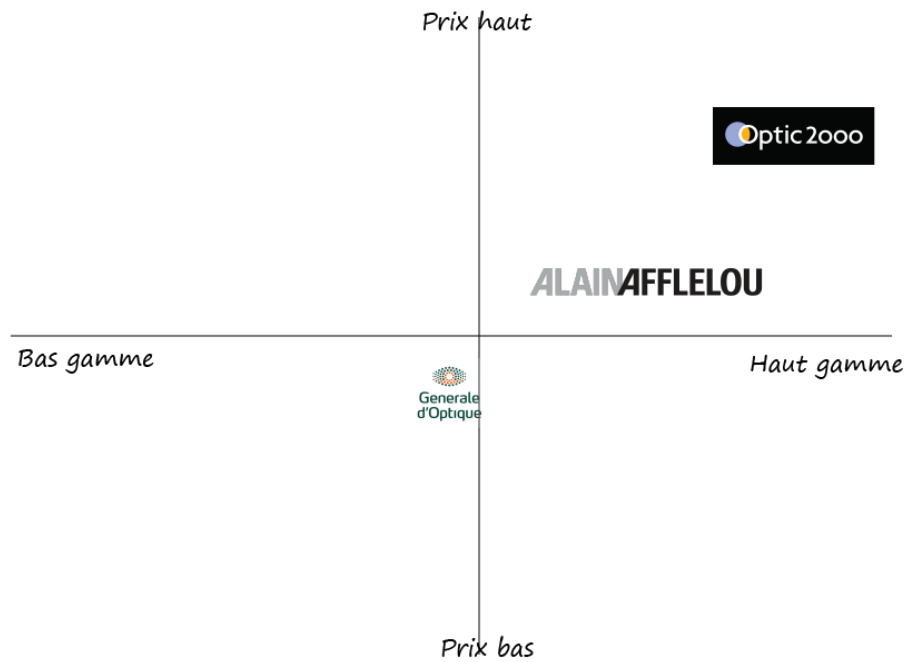


Photo 1 : Mapping concurrentiel

d. Positionnement d’AFFLELOU

AFFLELOU						
Prix						
Originalité						
Qualité						
Service						
Marque						

1- Marketing Mix d’AFFLELOU

C- Étude de la cible

1- Les cibles d’AFFLELOU

Cœur de Cible :

Cible Primaire:

Cible secondaire:

2- Persona :

Cœur de Cible :

Cible Primaire:

Cible secondaire:

D- 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