

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

# I - Introduction

Repository Name : SAYNA-MARKETING-EVALUATION1-082022

La totalité de vos fichiers, qu'importe le format, doivent être inclus dans votre livraison dépôt Github.

## II - Objectif

Le marketing est un ensemble de techniques de vente destiné à optimiser les résultats financiers d'une organisation (une entreprise, une association, une ONG, etc.). Dans l'ère du digital, de nombreuses méthodes sont apparues pour optimiser la stratégie marketing. On parle alors de marketing digital, de SEO/SEA et de rédaction web, comme activités principales pour concevoir une stratégie complète.

Souvent, on ne s'aperçoit pas, en tant que spectateur/utilisateur, de tous les efforts mobilisés pour améliorer la visibilité et la clarté des informations d'une organisation. De plus, les organisations de notre époque se doivent d'avoir une présence et une réflexion dans le digital ainsi que dans leur identité si elles veulent rester compétitives.

Cette activité a pour objectif de vous mettre en situation professionnelle réelle. En effet, vous devrez vous mettre dans la peau d'un professionnel du marketing qui doit proposer des solutions pour une structure déjà existante. Vous devrez d'abord réaliser un audit pour avoir une vision concrète de la structure et de son environnement, pour ensuite proposer une liste de propositions et d'actions à mettre en place.

Tout ceci s'insère dans une stratégie plus globale, d'améliorer la visibilité de la structure et d'optimiser les ventes.

À l'issue de cette évaluation, vous devrez réaliser un rapport présentant tous vos éléments de réflexion, les méthodes utilisées, les actions à mettre en place et les conseils pour maintenir une stratégie marketing optimale.

## III - Consignes

Pour réaliser cette évaluation, vous pouvez utiliser un éditeur de texte de votre choix (Word, Google Doc ou autres) et copier les éléments de l'énoncé dont vous aurez besoin dans votre document. Tous les éléments de l'évaluation devront être présents dans un seul et même document.

Avec ce genre d'activité, le format du rendu du document à préconiser est le PDF. Pensez donc à changer le format de votre livrable.



Le rendu des activités se fera sur Github (comme pour les projets précédents) en respectant impérativement la nomenclature suivante et en utilisant qu'un seul dépôt :

**SAYNA-MARKETING-EVALUATION1-082022**

**⚠ Si la nomenclature n'est pas respectée, le projet ne sera pas pris en compte lors de la correction et l'évaluation ⚠**

**⚠ Pensez à mettre votre dépôt en "Public". Le projet ne sera pas corrigé si le dépôt se trouve en "Privé" ⚠**

Vous trouverez en Annexe les grilles d'évaluation afin de vous indiquer les critères et les points de vigilance à garder en tête. De plus, vous avez à disposition des templates de matrices et/ou méthodes, pour vous aider à réaliser le travail demandé. Toutefois, rien ne vous empêche de proposer d'autres mises en forme tant qu'elles respectent la logique de la méthode.

## IV - Énoncé

Vous êtes un marketeur freelance qui entame un contrat avec un client. Il s'agit d'un client d'envergure, car c'est une entreprise d'opticien très connue en France et dans quelques pays : Alain AFFLELOU. Votre objectif sera de réaliser un audit et des propositions d'optimisation de leur site internet [Alain AFFLELOU](#).

Vous convenez avec votre client le cadre de la mission ainsi que les objectifs de livrable.

Voici les éléments du cahier des charges que vous avez convenues pour la mission :

- Étudier l'environnement de l'entreprise (veille environnementale)
- Étudier la concurrence de l'entreprise (analyse concurrentielle)
- Étudier la cible de l'entreprise (analyse de la cible)
- Étudier la présence digitale de l'entreprise (marketing digital)
- Réaliser un audit SEO
- Proposer un article web sur un sujet au choix autour de Alain AFFLELOU

Votre mission sera de satisfaire les souhaits du client, en réalisant un site internet le plus fidèle possible au cahier des charges.

Tous les détails sont présents à la suite de ce document.

Pour réaliser ce projet, vous avez 1 semaine, du Lundi 22/08/2022 au Vendredi 26/08/2022. Une extension sans pénalité est possible jusqu'au Samedi, mais pas obligatoire.

Vous devrez impérativement respecter les consignes de rendu pour que votre évaluation soit prise en compte.

## V - PARTIE 1 : Marketing & Marketing Digital

Cette analyse doit être rendue comme si vous la rendiez à un véritable client. Il faut donc essayer d'être un maximum pédagogue, utiliser des termes compréhensibles, justifier chaque recommandation et présenter une stratégie claire et expliquée.

### V.1 - Étude de l'environnement de l'entreprise

Tout d'abord, une analyse environnementale doit être effectuée pour comprendre le secteur de l'entreprise et rassembler des informations.

Pour aider dans la réalisation des étapes ci-dessous, veuillez vous référer aux matrices et modèles présents en Annexe.

#### À faire :

1. À l'aide de la matrice **PESTEL** déterminez les facteurs au niveau macro-environnemental.
2. Déterminez les **Forces de Porter**.
3. À l'aide de la matrice **SWOT**, déterminez les facteurs au niveau micro-environnemental

### V.2 - Étude 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.

#### À faire :

1. Déterminez 2 **concurrents directs** et 1 **concurrent indirect** d'AFFLELOU.
2. Pour chacun des concurrents, faites un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de lunettes. Préciser pour chaque gamme une paire de lunettes et le prix associé.
3. Faites une analyse de la communication de chacun des concurrents sur les points suivants :
  - a. Réseaux sociaux (nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet traité en publication)
  - b. Site internet (construction du menu, ergonomie, diversité du catalogue)
  - c. SEO (réaliser un audit SEO grâce à la grille prévu à cet effet)
4. Après votre analyse et à l'aide d'un **mapping concurrentiel**, déterminez le positionnement d'AFFLELOU face à ses concurrents. Vous devrez définir par vous-même les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel.  
Vous pouvez utiliser l'outil de votre choix pour réaliser le mapping. Canvas est gratuit et vous permettra de réaliser cela facilement.
5. Construire le Marketing Mix d'Afflelou (Produit, Prix, Distribution, Communication)

## V.3 - Étude de la cible

Apprendre à connaître sa cible est également une étape essentielle. Une entreprise, même si elle a une identité et des objectifs propres, doit répondre aux attentes de sa cible, futurs utilisateurs de la solution proposée.

1. Déterminez les cibles d’AFFLELOU. (Cœur de Cible, Cible primaire et Cible secondaire). Pour chaque cible, vous ferez un paragraphe expliquant qui sont-ils (sociodémographique, habitudes, freins)
2. Construire le persona pour le cœur de cible et la cible Primaire. Vous pouvez utiliser le site : <https://xtensio.com/user-persona-template/> pour réaliser votre persona.

## V.4 - Marketing Digital

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

1. Quels sont les moyens de communication d’AFFLELOU, en triant via Owned, Paid et Earned média ?
2. Construire le Tunnel de conversion d’Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication pour la paire de lunettes “Afflelou Sebastien (paire homme).

Pour les questions 3 et 4, vous remplirez le tableau en annexe.

3. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l’inbound Marketing afin de promouvoir la paire de lunettes Afflelou Sebastien (paire homme). Pour chaque action, déterminez l’objectif SMART
4. Quelles sont les KPI que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion d’inbound Marketing.

## VI - PARTIE SEO : Audit du site

Vous analyserez le SEO d'un site web qui vous sera donné : AFFLELOU.

Il faudra mettre en avant :

1. **Les problèmes relevés**
2. **Les solutions apportées pour régler ces problèmes**
3. **Une stratégie à mettre en place après l'audit**

Cette analyse doit être rendue comme si vous la rendiez à un véritable client. Il faut donc essayer d'être un maximum pédagogue, utiliser des termes compréhensibles, justifier chaque recommandation et présenter une stratégie claire et expliquée.

Vous réaliserez l'audit de ces 3 pages du site AFFLELOU :

- <https://www.afflelou.com/blog/preparez-vos-yeux-pour-la-rentree/>
- <https://www.afflelou.com/lunettes-de-vue-femme/guess/gu2914-028-5418-or.html>
- <https://www.afflelou.com/lentilles-de-contact/>

Vous devrez réaliser l'audit en suivant les étapes suivantes :

- 1<sup>re</sup> partie : **Résumé synthétique de l'écosystème global** (concurrents et réseaux sociaux)
- 2<sup>e</sup> partie : **Analyse technique**
- 3<sup>e</sup> partie : **Analyse sémantique**
- 4<sup>e</sup> partie : **Backlinks**
- 5<sup>e</sup> partie : Réaliser un **tableau de synthèse** à la fin présentant les priorités et les actions que vous préconisez.

Conseils à prendre en compte :

- N'hésitez pas à faire des captures d'écran des problèmes que vous identifiez (dans le code HTML, sur le site...), des recommandations que vous pouvez faire, etc.
- Utilisez les outils listés dans le cours, certains sont gratuits et d'autres proposent une période d'essai gratuite comme SEMrush que l'on vous recommande vivement.
- Servez-vous également du fichier ("Audit SEO - Évaluation AFFLELOU.xlsx) qui vous sera donné. Il rassemble tous les éléments à regarder lors d'un audit de site. Tous les éléments ne seront pas nécessaires pour cet audit, mais c'est une bonne base pour être sûr de ne rien oublier.

## VII - PARTIE RÉDACTION WEB : Article de blog

La rédaction web permet de produire des contenus rédactionnels adaptés au web. Les règles d'écriture diffèrent de celles de la presse écrite : l'écriture doit être concise, rapidement compréhensible et le style dynamique. Il est souvent recommandé pour les entreprises de proposer du contenu afin d'améliorer leur visibilité sur le web. Cette communication a également pour effet de développer la notoriété et la légitimité de l'entreprise dans son secteur.

Dans votre analyse du site, vous vous apercevez que la partie blog est existante, mais n'est pas vraiment pertinente : les sujets traités ne sont pas engageants et ne partagent que peu d'informations et d'expertise dans le domaine de l'optique. Vous convenez donc avec votre client de produire un article de blog pour optimiser le référencement et apporter un modèle d'article de blog pertinent. Il est nécessaire de revoir l'angle d'approche et les thématiques abordées afin que le blog du site présente une réelle valeur ajoutée et participe à son dynamisme. Il est alors convenu ce qui suit :

- **1 article de 1200 mots** minimum (1300 mots maximum)
- Choix de la thématique libre. Elle doit tout de même être choisie en fonction de l'identité de la marque et des conseils à adopter pour améliorer la stratégie marketing globale de l'entreprise. **Vous devrez justifier votre choix de thématique.**

### Conseils :

- Choisissez une thématique liée au monde de l'ophtalmologie et au marché des lunettes au sens large. Par exemple, vous pouvez très bien parler de technologie, d'innovation, de santé, d'histoire, etc. tant que cela tourne autour du secteur d'activité de base.
- Soyez créatif pour attirer des visiteurs et créer du trafic. N'hésitez pas à sortir des sentiers battus en optant pour des thématiques originales.
- Respectez le ton et le style du blog de base, il ne faut pas non plus déstabiliser les habitudes de la communauté en opérant un changement radical.
- Proposez un contenu 100 % original (les contenus dupliqués seront sanctionnés) pour vous démarquer de la concurrence. Mais n'hésitez pas à vous inspirer de l'existant en allant visiter les sites d'autres marchands de lunettes et en lisant d'autres blogs dans ce domaine d'activité.



# ANNEXES

## I - Grilles de notation

### I.1 - Grille de notation Marketing

Critères d'évaluation	Éléments observables	Notation
Étude de l'environnement de l'entreprise	PESTEL /2 PORTER /2 SWOT /2	6
Étude de la concurrence	Concurrents direct/indirect /1 Benchmark de la concurrence /3 Analyse de la communication /3 Mapping concurrentiel /2 Marketing Mix /3	12
Étude la cible	Détermination de la cible /3 Persona /3	6
Marketing Digital	Owned, Paid, Earned Media /1,5 Tunnel de conversion /3,5 Objectif SMART /3,5 KPI /3,5	12
Raisonnement global	Cohérence des propos et des arguments entre chaque partie /2	2
Compétences rédactionnelles	Syntaxe, fautes d'orthographe, vocabulaire /2	2
Note finale		40

### I.2 - Grille de notation SEO/SEA

Critères d'évaluation	Éléments observables	Notation
Audit technique	Analyse des points principaux : Title Meta desc URL Sitemap Robots.txt Structure des balises Hn	5

Audit de contenu	Analyse du contenu des pages Présence des titres H1, H2... Mots en gras Nombre de mots Présence des mots clés Présence de liens	5
Partie recommandation	Identification des problèmes pertinents Présence de screenshot pour appuyer Rédaction de recommandations sous forme de tableau avec priorité	5
Présentation globale	Respect de la consigne PowerPoint Organisation de la présentation	5
Note finale		20

### I.3 - Grille de notation Rédaction Web

La notation prendra en compte :

- La qualité rédactionnelle et l'originalité de l'article
- la pertinence des mots-clés et leur utilisation dans le texte
- L'application des principes du SEO (meta description, balises titre, principe de la pyramide inversée, code HTML, insertion d'images avec titre...)
- Le respect de la consigne

Critères d'évaluation	Éléments observables	Part de la note (en %)
Qualité rédactionnelle	Style adapté au client Syntaxe et orthographe, Storytelling Pyramide inversée Intérêt de l'article	30
Originalité de l'article	Choix des thématiques Angle d'approche Contenu original (test plagiat)	30
Référencement optimisé	Pertinence et place des mots-clés Pertinence des titres Optimisation du code HTML backlinks	30
Respect de la consigne	Nombre de mots Choix des thématiques	10
Note finale		100

## II - Matrice et Templates

### II.1 - PESTEL

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL

### II.2 - 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	
Degré de rivalité avec les concurrents	
Menace des produits de substitution	
Pouvoir de négociation des fournisseurs	
Pouvoir de négociation des clients	

### II.3 - SWOT

FORCES	FAIBLESSES
OPPORTUNITÉS	MENACES

## II.4 - Marketing Digital

[illegible]