

Evaluation intermédiaire -Audit et optimisation marketing, SEO/SEA et Rédaction web d'un site web

CAS : Alain AFFLELOU

1-Etude de l'environnement de l'entreprise :

1.1. Analyse du macro-environnement :

	Politique	Economique	Sociologique	Technologique	Environnemental	Legal
Opportunités Pour l'entreprise	<p>Vente de lunette facilitée : Loi MACRON : suppression des ordonnances obligatoires pour les verres correcteurs.</p> <p>Augmentation de la validité de l'ordonnance à 5 ans -> augmentation des examens de vue réalisés par l'opticien.</p> <p>Loi HAMON : mention obligatoire de l'écart pupillaire sur l'ordonnance. Facilite la vente sur les sites de vente optique.</p>	<p>Elargissement de la population cible : Augmentation des problèmes de vues des jeunes de moins de 18 ans.</p> <p>Augmentation du marché des lunettes pour enfants.</p>	<p>Personnes hyperconnectées et hyper-exposées à des écrans : Moyenne d'âge de la population Française -> 40 ans : presbytie.</p> <p>Croissance de la fatigue visuelle : Trois personnes sur quatre souffrent de fatigue visuelle et deux personnes sur trois déploient plus d'effort pour bien voir.</p>	<p>Développement des achats sur internet : Importance de la visibilité et de la présence dans le digital</p>	<p>Conscience environnementale élevée : La tendance est à l'économie d'énergie dans la production de lunette</p>	<p>Accès facilité aux produits : En France, la loi HAMON Autorise en la vente de lunette sur internet. Loi 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.</p>

	Politique	Economique	Sociologique	Technologique	Environnemental	Legal
Menaces pour l'entreprise		<p>Contexte de crise économique : Inflation et baisse du pouvoir d'achat des ménages.</p> <p>Lunettes non remboursées entièrement par la sécurité sociale.</p>	<p>Clients disposant de plusieurs sources d'information pour leurs achats de lunettes, surtout sur internet : Client plus avertie et autonome dans l'achat de leurs lunettes.</p>	<p>Recherche et innovation technologique constante sur le marché des lunettes sur les aspects utilitaires, médicales et esthétiques : ex : branches de lunette clipsables, verre contre les lumières bleues Google glass : Importance de la recherche et développement.</p>	<p>Conscience environnementale élevée :</p> <p>Développement des montures plastiques -> pas écologique</p>	<p>Augmentation des taxes</p>

1.2. Les forces de porter :

Menaces des nouveaux entrants	<p>A cause de l'existence de forte barrière à l'entrée du marché de l'optique en France, la menace des nouveaux entrants potentiels sur le marché est modérée.</p> <p>Les obstacles à franchir pour les entrants potentiels sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Suivi d'un cahier des charges avec paiement de droit d'entrée, -chiffre d'affaires imposé, -Respect d'un seuil de commande spécifiques -Montant de l'investissement initial important.
Degré de rivalité avec les concurrents	<p>L'intensité de la concurrence sur le marché est très intense.</p> <p>En effet, le marché est très concentré, car les quatre premières entreprises détiennent 54% du marché de l'optique en France, à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Optic 2000 : 15. 2% -Krys : 14. 9% - Alain Afflelou : 13. 6% - Les Opticiens Mutualistes : 10. 7% <p>De plus la concurrence est très nombreuse sur le marché asiatique, et Italien.</p> <p>Cette forte concurrence, se traduit par l'augmentation des dépenses des entreprise liées communication traditionnelle et à la communication digitale.</p>
Menaces des produits de substitutions	<p>Les lentilles de contacts menacent modérément, le marché : car le prix est plus attractif surtout pour les lentilles jetables ce qui pourrait conduire les consommateurs à acheter ce produit moins onéreux.</p>
Pouvoir de négociation des fournisseurs	<p>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 leurs prix conséquents.</p> <p>Cette position de force des fournisseurs est accentuée par la perturbation des chaines d'approvisionnement mondiale, à cause de la pandémie de COVID-19.</p>
Pouvoirs de négociation des clients	<p>Le pouvoir de négociation des clients sont forts, car il y a un nombre d'important de concurrent sur le marché de la lunetterie en France.</p> <p>Ainsi, un large éventail de produits et services sont disponibles et les clients essayent de jouer sur les prix dans leurs décisions d'achat.</p>

1.3. Analyse SWOT du micro-environnement de l'entreprise :

FORCES	FAIBLESSES
<p>Le Groupe AFFLELOU est l'un des principaux franchiseurs européens de produits d'optique et d'aides auditives.</p> <p>Le Groupe est à la fois opticien et acousticien.</p> <p>Actuellement, le Groupe est présent dans Présence internationale dans 19 pays.</p> <p>Offres multiples pour toutes les catégories de la population.</p> <p>Obtention du label « origine France garantie » par le Groupe.</p> <p>Partenariat avec verriers de grandes renommées.</p> <p>Communication massive : traditionnelle et digitale.</p>	<p>Positionnement du Groupe spécialement sur l'offre « discount » : Proposition de prix légèrement inférieur à la concurrence.</p>
OPPORTUNITES	MENACES
<p>Les ventes de verres correcteurs génèrent le plus important chiffre d'affaires.</p> <p>Nombreuses innovations technologique et marketing.</p> <p>Secteur porteur car il y aura toujours beaucoup plus de gens avec des problèmes de vues : Adultes, Jeunes, Enfants.</p>	<p>Le marché de l'optique est très compétitif.</p> <p>Plafonnement des remboursements par la sécurité sociale.</p> <p>Libéralisation du secteur low cost.</p>

2-Etude de la concurrence de l'entreprise :

Sur le marché français de l'optique, 03 grandes enseignes détiennent 40 % du marché, à savoir : Optic 2000, Krys et Alain Afflelou.

Optic 2000 :

Optic 2000 est réseau coopératif, qui regroupe des opticiens indépendants ; la marque était créée en 1969, par le GADOL (Groupement d'Achat des Opticiens Lunetiers). Avec 1800 points de vente en France, la marque est le leader du marché de l'optique dans l'hexagone. Son slogan est « Optic 2000, une nouvelle vision de la vie » et siège social se trouve à 5, avenue Newton, Boîte postale 310, 92143 Clamart Cedex.

Concernant les lunettes, la marque propose 03 lignes de produits : lunette de vue, lunette de soleil et lunette de sport :

Lunette de vue	Lunette de soleil	Lunette de sport
<p>Lunette de vue pour femme :</p>  <p>Modèle : CM2211, Cosmopolitan Prix : 139 €</p>	<p>Lunette de soleil pour femme :</p>  <p>Modèle : RB 2197, RAY BAN ELLIOT, prix : 120 €</p>	<p>Masque de ski femme :</p>  <p>Modèle : J770, Julbo Prix : 67 €</p>
<p>Lunette de vue pour homme :</p>  <p>Modèle MH 2210, Medley Prix : 79 €</p>	<p>Lunette de soleil pour homme :</p>  <p>Modèle : SHP 2101, Baila Prix : 35 €</p>	<p>Masque de ski homme :</p>  <p>Modèle : Bollé Prix : 47,5 €</p>
<p>Lunette de vue pour enfant :</p> 	<p>Lunette de soleil mixte :</p> 	<p>Masque de ski mixte :</p> 

Modèle : OJP 1805, Baila Prix : 35 €	Modèle : RB2140, RAY BAN WAY FARER, prix : 119 €	Modèle : Y7OTG, Bollé Prix : 67 €
---	---	--------------------------------------

Optic 2000 sur Internet :

Site internet officiel :	https://www.optic2000.com/
Facebook :	https://www.facebook.com/optic2000
Twitter :	https://twitter.com/optic2000
Youtube :	http://www.youtube.com/user/optic2000
Instagram :	https://www.instagram.com/optic2000_officiel