

SUCCESS STORY

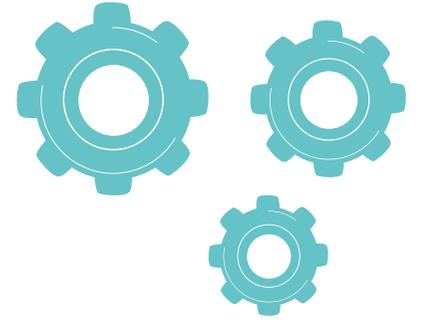


YVES ROCHER

Yves Rocher
lance une Digital
Workplace pour ses
franchisés

keyrus





“

Nous avons particulièrement apprécié l'esprit d'équipe des experts de Keyrus, leur faculté à comprendre notre organisation et à s'aligner avec nos équipes internes. Leur accompagnement associé à la méthode Agile et leur expertise sur la solution de Jalios ont permis de répondre à l'ensemble de nos besoins. ”



**Alice Le Trequesser, Responsable de domaine IT,
Groupe Rocher**



EN BREF



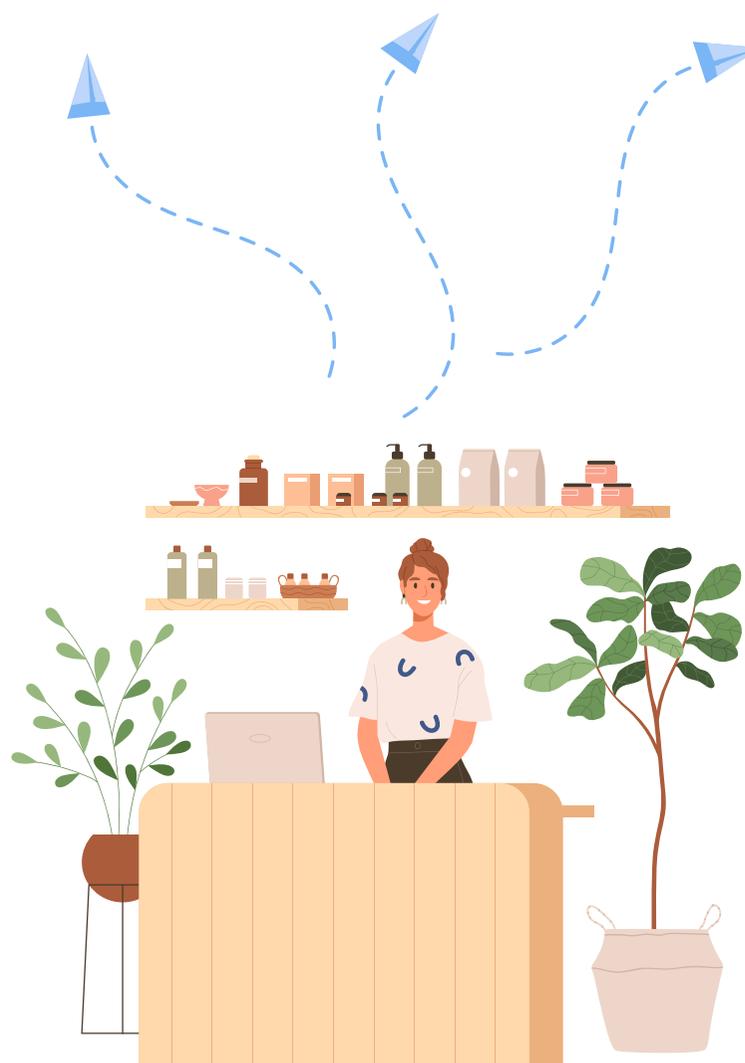
Fondé en 1959, **Yves Rocher** est le créateur de la cosmétique végétale et numéro 1 de la cosmétique en France. La marque propose toutes les catégories de produits : parfum, maquillage, hygiène... dans le respect des femmes et de la nature. Le groupe compte près de 30 millions de clients et plus de 3 100 magasins dans le monde, dont environ 700 en France.

UN OUTIL ESSENTIEL POUR ANIMER LES FRANCHISÉS

Yves Rocher distribue ses produits à travers une chaîne d'environ 700 magasins, auxquels l'entreprise communique tous les services et les informations nécessaires pour développer leur activité. Le portail qui avait été mis en place il y a une dizaine d'années pour délivrer ces informations montrait ses limites.

« Les documents en ligne n'étaient pas personnalisés. La récupération des informations du terrain était compliquée et le portail n'était pas optimisé pour gérer les nombreux canaux de communication entre le siège et les boutiques », précise **Alice Le Trequesser**, Responsable de domaine IT chez le Groupe **Rocher**.

Le groupe décide alors de créer un nouveau portail intranet dédié aux magasins qui soit un lieu de rendez-vous incontournable et qui permette de faciliter le quotidien des partenaires franchisés afin de les aider à développer leur business.



SECTEUR

Distribution

ENJEUX

- Regrouper tous les services dans un portail unique à destination des magasins.
- Faciliter l'accès à l'information nécessaire pour développer le business.
- Renforcer l'attachement des franchisés à la marque.

SOLUTION

- Choix de la solution Digital Workplace de Jalios pour sa richesse fonctionnelle et son ergonomie.
- Projet mené en mode agile.
- Ateliers de Design Thinking.
- Définition des users et du parcours utilisateurs.

BÉNÉFICES

- Une solution qui facilite le quotidien des partenaires franchisés et améliore la communication du groupe.
- Des informations personnalisées et à jour, accessibles en temps réel.
- 2 200 utilisateurs et 135 000 contenus partagés.
- Personnalisation du portail.
- Déploiement dans les autres pays.

LE CHOIX DE LA RICHESSE FONCTIONNELLE & DE L'EXPERTISE MÉTIER

Au lancement du projet, **Yves Rocher** a déjà une idée précise des fonctionnalités à intégrer dans ce portail et des qualités recherchées : il fallait un outil accessible partout et à tout moment, qui soit intuitif, innovant et fluide, et qui permette de regrouper tous les services et applications utiles au quotidien des franchisés.

Pour vérifier que les fonctionnalités souhaitées soient bien proposées par les solutions du marché, le groupe du projet en interne organise une première consultation et découvre JaliOS et **Keyrus**. Pour s'assurer ensuite de la pertinence de la solution, **Yves Rocher** rédige une expression des besoins détaillée, en faisant participer plusieurs partenaires issus de franchises de tailles variées, afin qu'ils détaillent leurs tâches quotidiennes et dressent la liste des fonctionnalités souhaitées. Cette étape permet de valider le choix de la solution JaliOS Digital Workplace, mise en œuvre par **Keyrus**. La solution se distingue par sa capacité à s'intégrer dans la stratégie IT du groupe et dans le SI existant, grâce à une architecture maîtrisée par **Yves Rocher**. Elle présente également une ergonomie soignée et possède de nombreuses références clients.

UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ EN MODE AGILE

Yves Rocher souhaite mener ce projet en mode Agile, une première pour le groupe, et l'accompagnement des experts de **Keyrus** rodés à cette méthodologie a été essentiel pour son succès. Pour construire la Digital Workplace la plus adaptée, l'équipe de **Keyrus** démarre le projet par des ateliers de Design Thinking qui aboutissent à une définition claire des objectifs du portail, des types d'utilisateurs, et des parcours utilisateurs. « Ces ateliers ont permis de conforter nos premières idées, et d'aborder avec confiance la phase de design, qui s'est révélée essentielle pour faire adhérer les utilisateurs », explique **Alice Le Trequesser**.

Le design est en effet une étape clé dans ce type de projet, particulièrement pour **Yves Rocher** qui souhaitait présenter concrètement aux utilisateurs comment allait s'organiser la solution. Une vision claire de l'arborescence, de la structure des pages et de la navigation a facilité cette étape grâce à un outil de **Keyrus** permettant de vérifier les parcours utilisateurs au sein du portail.

