



Rassegna Stampa

Yves Rocher: a new shopping experience

2 luglio 2020





Data: 02/07/2020

Media: Web



Yves Rocher è un'azienda nota nel settore della cosmetica ed è basata su un modello di business imperniato sui negozi fisici e sul supporto da parte di fedeli Consulenti di Bellezza. Ciascun Consulente, seguendo i propri clienti, ne diventa un punto di riferimento capace di supportare ogni vendita presentando nuovi prodotti, mostrandone peculiarità e prestazioni, ma soprattutto aiutando il cliente nelle scelte più adatte e offrendo un supporto personalizzato.

Tale coinvolgimento con il Consulente di Bellezza, certamente un elemento chiave nell'esperienza di acquisto tradizionale, è stato portato da Yves Rocher anche nel contesto dell'acquisto digitale, tramite un processo che ha coinvolto, nella fase strettamente tecnologica, Wellnet, a cui è stata affidata la realizzazione di una Social Selling Platform di nuova concezione.

Si tratta della riprogettazione, curata a livello strategico dal team interno del cliente, del sito italiano, che ha visto un upgrade della piattaforma Drupal con una UX completamente ripensata. Dopo un soft launch di tre settimane, la nuova release è stata rilasciata il 15 giugno 2020.

Il ruolo di Wellnet è stato quello di supportare Yves Rocher soprattutto per l'ottimizzazione della tecnologia applicata, affiancando il cliente nella riprogettazione dell'esperienza di utilizzo, al fine di cogliere tutti i vantaggi offerti dalla piattaforma. Il risultato è una soluzione completamente responsive che si appoggia su cloud (platform.sh), il che la rende affidabile, sicura e scalabile. Tutte le fasi del progetto sono state gestite e coordinate con modalità di Project Management Agile, metodologia con la quale Wellnet affronta la maggior parte dei progetti.

Il risultato è quello di una Social Selling platform che evidenzia promozioni e offerte e che, soprattutto, mantiene ed esalta il ruolo del Consulente di Bellezza, poiché, dopo l'acquisto online, il cliente finalizza l'ordine insieme al Consulente a lui dedicato: un perfetto connubio fra human e digital.

<https://www.mediakey.tv/news/archivio-news/leggi-news/yves-rocher-a-new-shopping-experience>



Data: 02/07/2020

Media: Web

Yves Rocher è un'azienda nota nel settore della cosmetica ed è basata su un modello di business imperniato sui negozi fisici e sul supporto da parte di fedeli Consulenti di Bellezza. Ciascun Consulente, seguendo i propri clienti, ne diventa un punto di riferimento capace di supportare ogni vendita presentando nuovi prodotti, mostrandone peculiarità e prestazioni, ma soprattutto aiutando il cliente nelle scelte più adatte e offrendo un supporto personalizzato.

Tale coinvolgimento con il Consulente di Bellezza, certamente un elemento chiave nell'esperienza di acquisto tradizionale, è stato portato da Yves Rocher anche nel contesto dell'acquisto digitale, tramite un processo che ha coinvolto, nella fase strettamente tecnologica, Wellnet, a cui è stata affidata la realizzazione di una Social Selling Platform di nuova concezione.

Si tratta della riprogettazione, curata a livello strategico dal team interno del cliente, del sito italiano, che ha visto un upgrade della piattaforma Drupal con una UX completamente ripensata. Dopo un soft launch di tre settimane, la nuova release è stata rilasciata il 15 giugno 2020. Il ruolo di Wellnet è stato quello di supportare Yves Rocher soprattutto per l'ottimizzazione della tecnologia applicata, affiancando il cliente nella riprogettazione dell'esperienza di utilizzo, al fine di cogliere tutti i vantaggi offerti dalla piattaforma. Il risultato è una soluzione completamente responsive che si appoggia su cloud (platform.sh), il che la rende affidabile, sicura e scalabile.

Il risultato è quello di una Social Selling platform che evidenzia promozioni e offerte e che, soprattutto, mantiene ed esalta il ruolo del Consulente di Bellezza, poiché, dopo l'acquisto online, il cliente finalizza l'ordine insieme al Consulente a lui dedicato: un perfetto connubio fra human e digital.

Un contesto positivo che segue l'annuncio che Prismi rinnoverà la strategia di comunicazione digitale di Aditus Culture. L'obiettivo è quello di adattarla all'attuale emergenza connessa all'epidemia di coronavirus.

<https://www.websim.it/articoli-websim/prismi-porta-yves-rocher-nel-digitale-in-italia/740de82e4fd146f384e7436a9be2d4db.wsml>