

Yves Rocher setzt auf Hootsuite

Partnerschaft mit Hootsuite, um Social-Media-Potential in Unternehmenswachstum zu wandeln

Hamburg, 4. Juli 2019 – [Yves Rocher](#), globaler Hersteller von pflanzlicher Hauptpflege und Kosmetik, investiert im zweiten Halbjahr 2019 stark in die digitale Transformation und will seine Social-Media-Präsenz weiter ausbauen. Deshalb arbeitet das Unternehmen künftig eng mit [Hootsuite](#), dem Marktführer für Social-Media-Management, zusammen, um die sozialen Kanäle in die neue Digitalisierungsstrategie zu integrieren.

Mit mehr als 30 Millionen Kunden in über 110 Ländern stand das Yves-Rocher-Digitalteam vor einer großen Herausforderung, mit der sich viele Hersteller beim Monitoring und der Analyse ihrer sozialen Kanäle konfrontiert sehen: mangelnde Transparenz. Weltweit posten bei Yves Rocher zahlreiche Teams lokalisierten Content auf verschiedenen sozialen Plattformen wie Instagram, Facebook, YouTube, VKontakte oder WeChat. Dadurch war es für das Unternehmen schwierig, den Überblick über alle Social-Media-Aktivitäten zu behalten. Yves Rocher hatte darüber hinaus durch den Einsatz verschiedener Social-Tools lediglich einen begrenzten Einblick in die Performance bestimmter Inhalte und Kampagnen in den jeweiligen Ländern.

[Hootsuite Enterprise](#) vereint nun alle Funktionen der Legacy-Tools auf einer einzigen Plattform. Yves Rocher kann somit in allen Regionen Inhalte aktiv verwalten, pflegen und analysieren und gewinnt so neue Lösungsansätze, um das Unternehmenswachstum und die E-Commerce-Aktivitäten zu steigern.

Kuider Akani, Global Chief Digital Officer bei Yves Rocher: „Wir haben uns für die Zusammenarbeit entschieden, weil Hootsuite Enterprise als etablierte, globale Plattform zu 100 Prozent auf unsere neue Digitalisierungsstrategie einzahlt. Wir vertrauen der Expertise von Hootsuite und schätzen die Unterstützung auf dem Weg zur digitalen Transformation.“

„Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit Yves Rocher“, fügt **Rob Coyne, General Manager EMEA bei Hootsuite**, hinzu. „Hootsuite Enterprise bietet dem Digitalteam das notwendige Maß an Granularität und neue Einblicke, um den Wettbewerbern und der gesamten Branche einen entscheidenden Schritt voraus zu sein. Wir freuen uns, Yves Rocher bei der Verwirklichung der digitalen Ziele im Social-Media-Bereich und darüber hinaus zu begleiten.“

Bei Yves Rocher stehen die Kunden seit Beginn an im Mittelpunkt. Diese lassen sich durch Hootsuite Enterprise nun gezielter über die digitalen und sozialen Kanäle ansprechen. Dabei können auch die regionalen und demografischen Unterschiede problemlos berücksichtigt werden. Zusätzlich entwickelt Yves Rocher seine Social-Commerce-Strategie weiter, um Besucher auf die Webseite und in die

Schönheitsfachgeschäfte zu locken. So baut Yves Rocher eine stärkere Kunden-Marken-Beziehung auf und kann gleichzeitig mit relevanten Influencern in Dialog treten.

Hootsuite Enterprise berücksichtigt damit auch die DNA des Unternehmens: Yves Rocher ist fest in der Bretagne verwurzelt – 90 Prozent aller Produkte werden nach wie vor dort hergestellt. Nun hat das Unternehmen mit Hootsuite die Möglichkeit, aus dieser Regionalität heraus noch authentischer und persönlicher mit kleinen und großen Communities zu interagieren. Kundenanfragen lassen sich beispielsweise viel schneller identifizieren und direkt auf den verschiedenen digitalen Kanälen beantworten, was für eine enge und langfristige Kundenbindung sorgt.

Mit Hootsuite als vertrauenswürdigen Partner stärkt Yves Rocher seine weltweite Präsenz und stellt dabei sicher, dass alle Sicherheits- und Governance-Anforderungen der jeweiligen lokalen Gesetzgebung entsprechen. Mit dieser Gewissheit kann sich Yves Rocher auf Hootsuite als Herzstück seines digitalen Ökosystems verlassen und außerdem weitere Plattformen wie Salesforce oder Talkwalker integrieren, um den Kundenbindungsprozess umfassend abzubilden.

Über Yves Rocher

1959 gründete der Franzose Yves Rocher auf dem Dachboden seines Elternhauses in La Gacilly in der Bretagne das Unternehmen Yves Rocher. Yves Rocher ist weltweit das einzige Beauty-Unternehmen, das den gesamten Lebenszyklus seiner Produkte in einer Hand hält: vom Anbau der pflanzlichen Rohstoffe über die Produktion seiner Kosmetik bis hin zur Distribution. Heute vertreibt das Unternehmen seine pflanzlichen Produkte in 110 Ländern auf fünf Kontinenten und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiter.

Weitere Informationen unter <https://www.yves-rocher.de/>

Über Hootsuite

Hootsuite ist die am meisten verwendete Social-Media-Management-Plattform mit weltweit über 18 Millionen Nutzern. Gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Ryan Holmes in Vancouver, Kanada. Hootsuite ist heute an 12 internationalen Standorten mit knapp 1.000 Mitarbeitern vertreten. Die Plattform liefert zentral Content aus, misst und analysiert Social-Media-Aktivitäten in Echtzeit und ist um über 250 Business-Applikationen wie Salesforce oder Adobe erweiterbar. Das intuitive Dashboard ermöglicht das einfache Handling von zahlreichen sozialen Netzwerken, darunter Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, YouTube, Instagram, WeChat und Wordpress und kann auf die spezifischen Erfordernisse von Unternehmen angepasst werden. So bauen Anwender Kundenbeziehungen auf, analysieren die Bedürfnisse des Marktes und steigern ihren Umsatz.

Weitere Informationen unter <https://hootsuite.com/de/>