



YVES ROCHER

Imen TAMOUNEIT, **Léa** KACEMI, **Sami** BENDRISS,
Yasmine LERANDY, **Céline** SALLOUM





YVES ROCHER



Marque de **cosmétique végétale**

Créateur : **Yves Rocher**, originaire de **La Gacilly** (Bretagne)

1959 : Pommade cosmétique **entièrement végétale**. Vente par **correspondance** (pionnier du domaine)

1969 : Ouverture de la **1ère boutique** à Paris

Environ **2 300 magasins** dans le monde, dont **667 en France**

Présence dans **91 pays**

BRANDING

VISION

- * Prôner une beauté accessible et responsable, en harmonie avec la nature

MISSION

- * « Reconnecter les femmes et les hommes à la nature »

VALEURS

- * Engagement
- * Respect
- * Exigence
- * Passion



CIBLES YVES ROCHER

COEUR DE CIBLE

Jeunes adultes
Femmes active

CIBLE PRINCIPALE

Femmes de tout âge
Hommes

CIBLE SECONDAIRE

**Les personnes sensibles aux
tendances beauté
En quête d'efficacité et
d'éthique**



ATTENTES CLÉES

Des soins de qualité &
Accessible : efficaces à prix
abordable

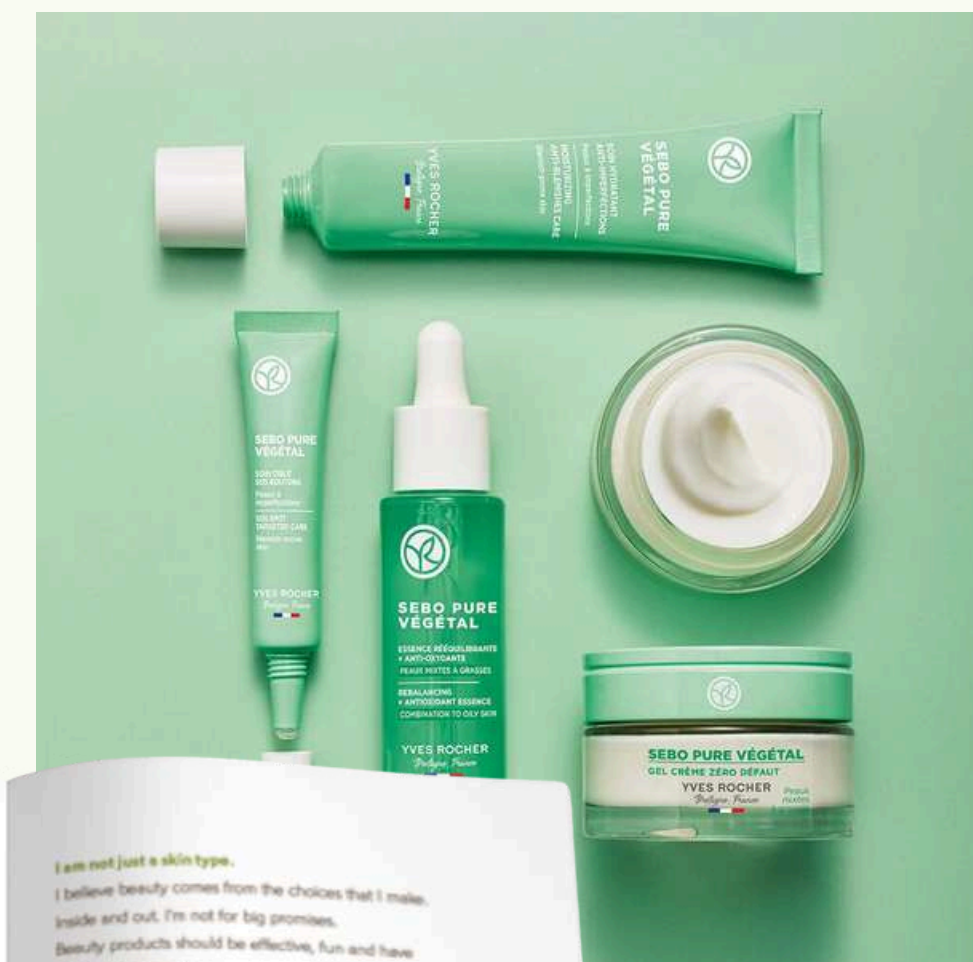
Des formules végétales et sans
ingrédients controversés.
Un **engagement en faveur de**
l'environnement

Une **expérience**
personnalisée et des
conseils adaptés.
Un **programme de fidélité**
attractif.

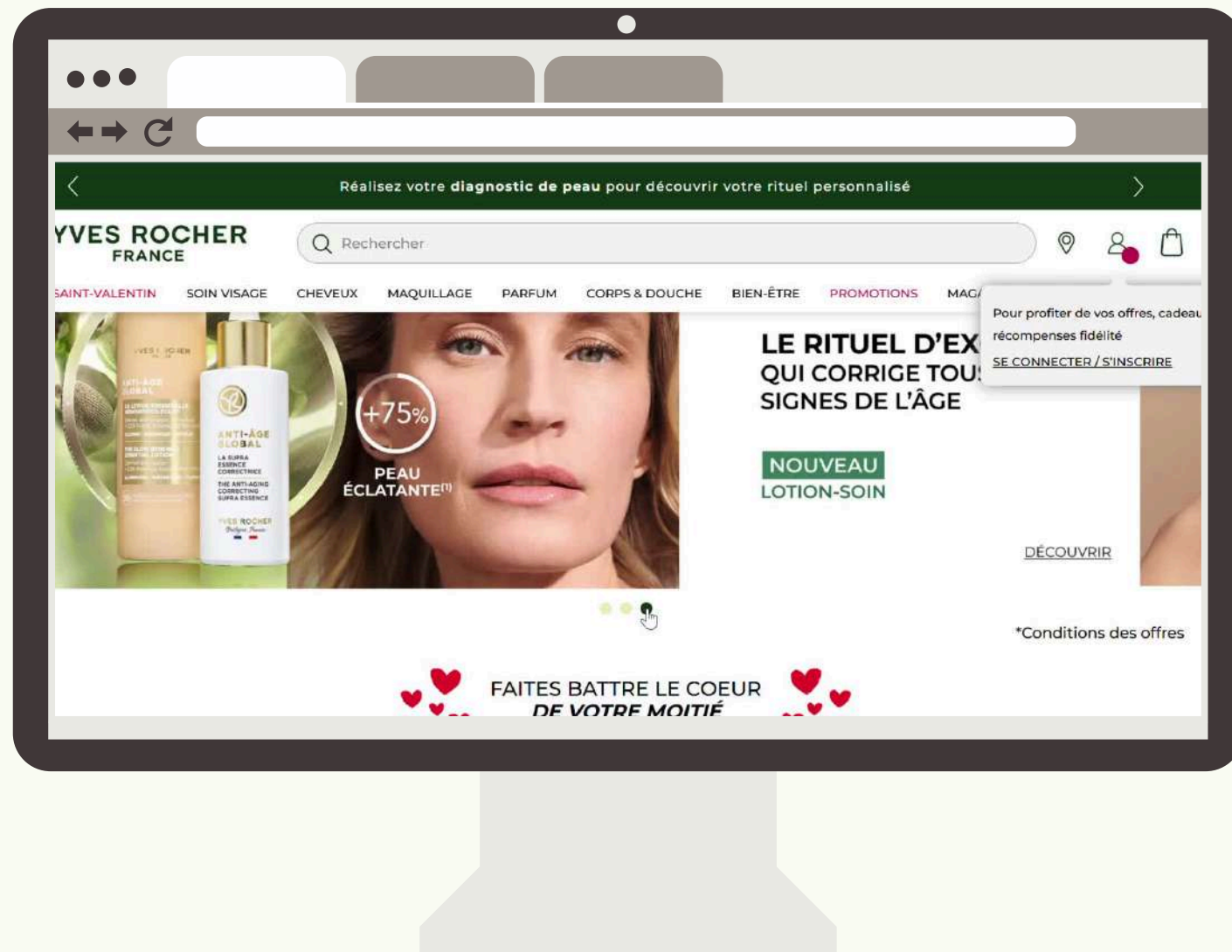
Une **présence en**
boutique et en ligne.
Une expérience **fluide et**
omnicanale.



-



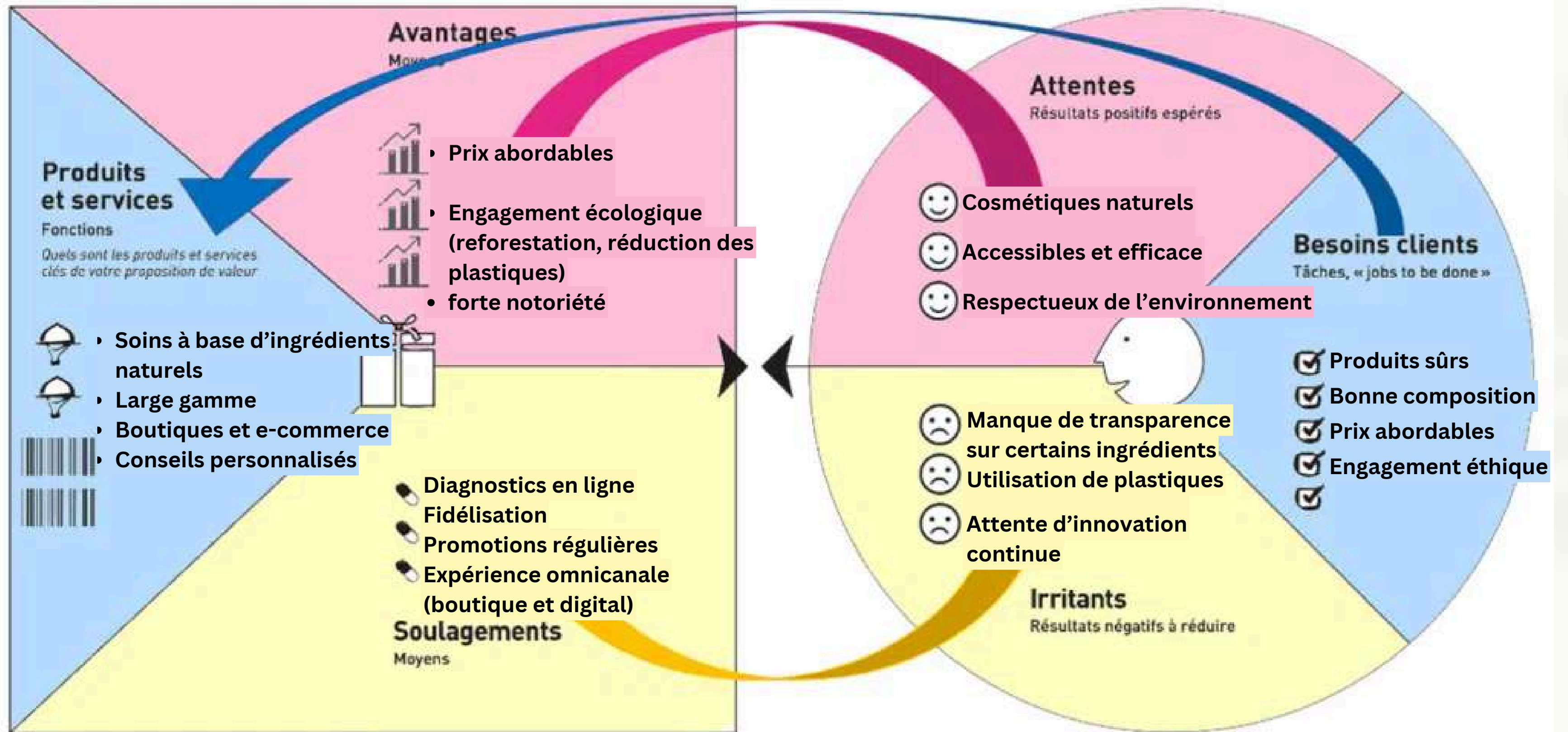
UNE MARQUE ENGAGÉE ET ACCESSIBLE



- **Présence sur réseaux sociaux :** Instagram, Facebook, influenceurs.
- **Interaction & engagement :** Avis clients, ajustement des offres.
- **E-commerce optimisé :** Navigation fluide, expérience omnicanale.

Proposition de valeur

Profil du client cible



PROPOSITION DE VALEUR

Unique = Cosmétique végétale

Pertinente = Naturalité, éthique et accessibilité

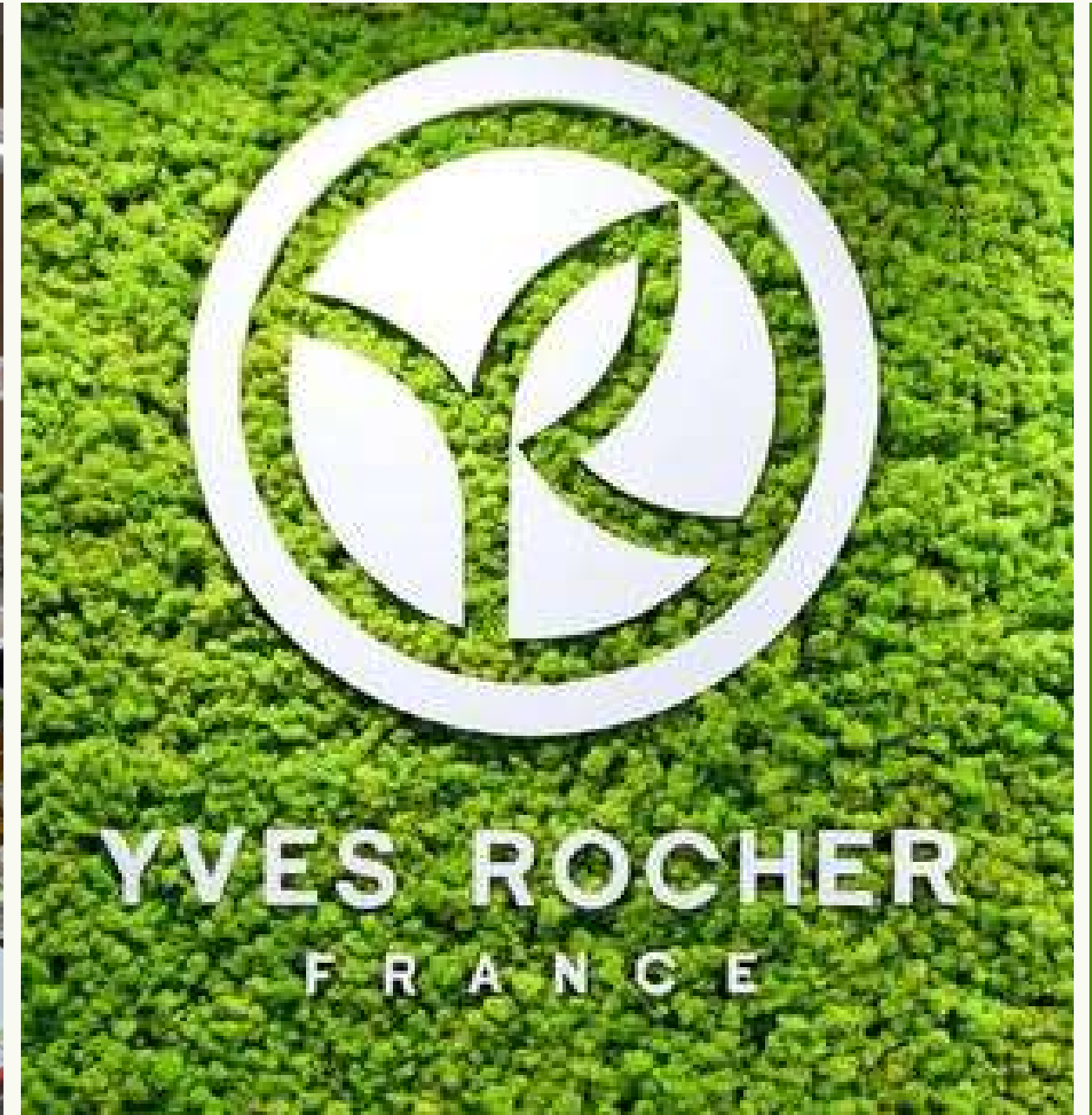
Spécifique = Engagement fort en faveur du développement durable

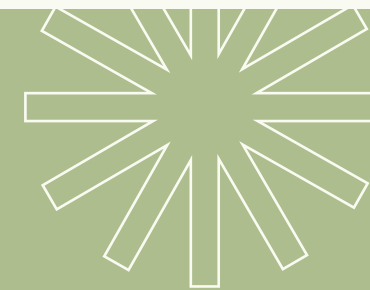
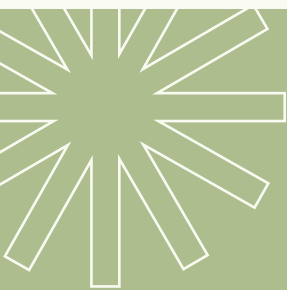


EN RÉSUMÉ :

- Naturalité et engagement écologique
- Accessibilité
- Expérience client personnalisée
- Présence digitale forte

➤ Ainsi, Yves Rocher ne vend pas seulement des produits cosmétiques, mais incarne une **vision de la beauté respectueuse de la nature et des consommateurs.**





YVES ROCHER : UNE STRATÉGIE DIGITALE EFFICACE






STRATÉGIE DIGITALE



Plusieurs axes

- Dynamiser son activité e-commerce
 - Repenser sa stratégie social media
 - Maximiser sa présence sur les réseaux sociaux
 - Display et Social Advertising
- 



DÉVELOPPEMENT DES RÉSEAUX SOCIAUX

META

SNAPCHAT

TIKTOK

Mettre en avant de manière **personnalisée** les produits

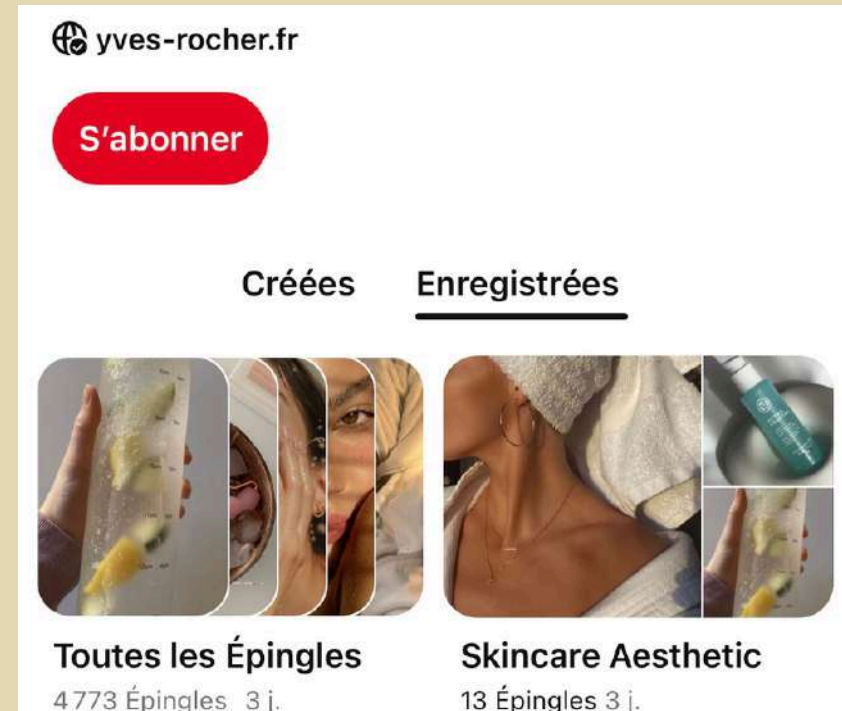
Innovation : TikTok Video Shopping Ads

Post **réguliers** mais **faible taux d'engagement**

STRATÉGIE SOCIAL MEDIA PERFORMANTE



Campagne de **Noël 2022** :
maximisation des **ventes**
en ligne



Contenu sur Pinterest
augmente le taux de
clic par 3



MAXIMISATION DE L'EXPÉRIENCE DIGITALE

Fonctionnalités **interactives** :
diagnostics peau et cheveux

Stratégie **mobile-first** pour
faciliter le **parcours client**
et les **achats en ligne**

Amélioration solutions
livraison et **paiements**

Outils "**Reviews**" pour
suivre et **s'adapter** aux
avis clients



YVES ROCHER
FRANCE



Rechercher un produit...

VOTRE
DIAGNOSTIC
DE PEAU
POUR UN RITUEL
PERSONNALISÉ

Je consens à ce que mes données soient
traitées par Yves Rocher pour recevoir les
résultats de mon diagnostic et des



STRATÉGIE DIGITALE YVES ROCHER

- Présence renforcée sur les canaux numériques
- Image cohérente et écoresponsable



RÉSEAUX SOCIAUX & INTERACTIONS

- Instagram, Facebook, TikTok, YouTube et Pinterest
- Contenus : beauté naturelle, initiatives durables
- Engagement et adaptation aux attentes clients



Plastique recyclé

INNOVATIONS NUMÉRIQUES

- TikTok Video Shopping Ads → Redirection vers le site
- capter un public plus jeune avec une présence régulière sur les réseaux sociaux

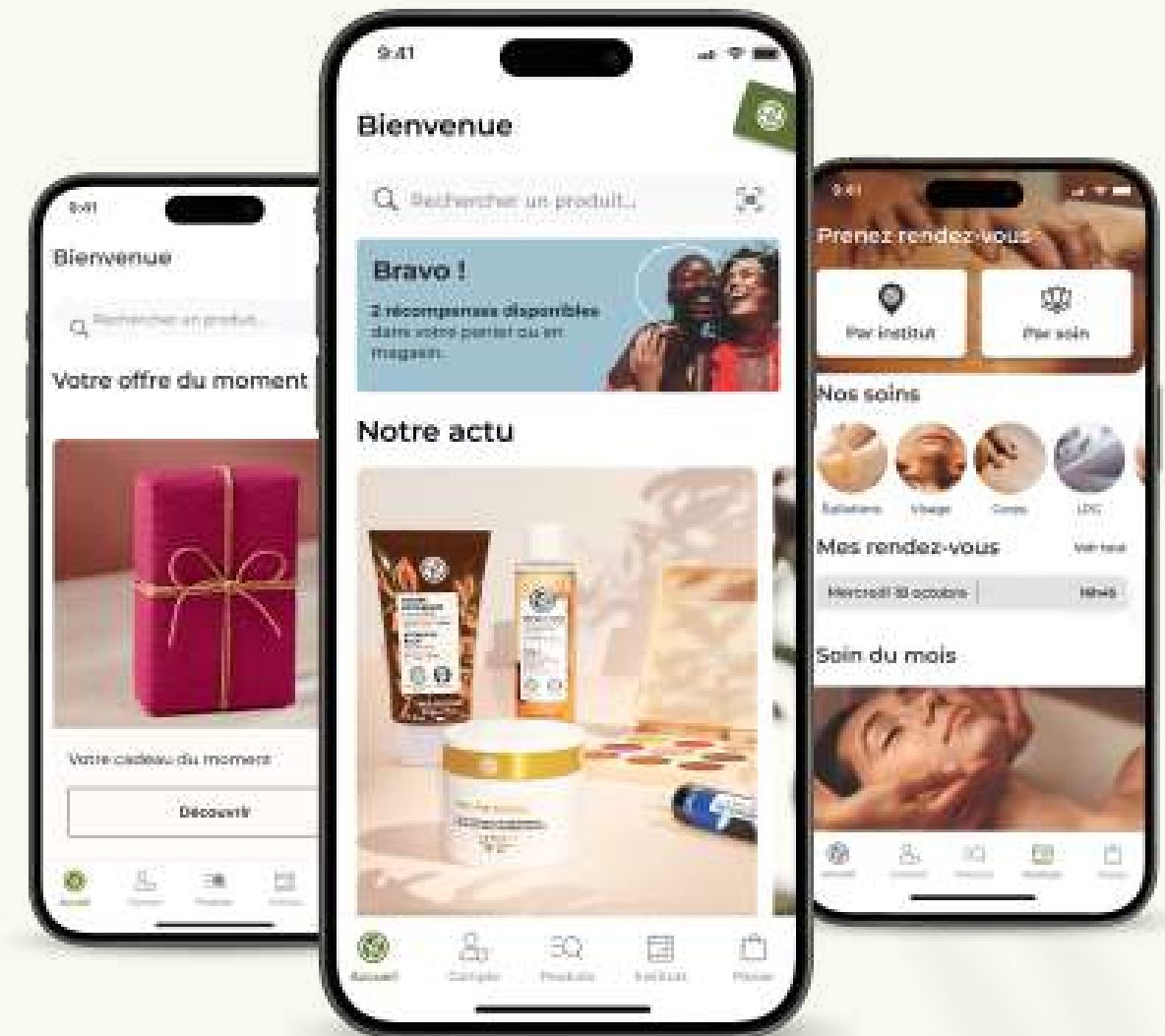
- Expérimentation de nouveaux formats

“L'ensemble éclat format voyage de Yves Rocher”



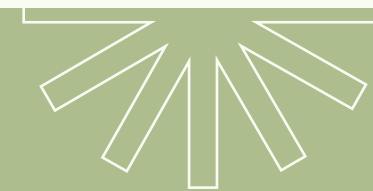
CENTRALISATION & PERFORMANCE

- 22 sites regroupés sur une plateforme unique
- Objectif → pour simplifier la gestion des ventes à l'internationale
- Expérience client harmonisée
 - Optimisation logistique & compétitivité digitale





YVES ROCHER



MERCI DE VOTRE
ATTENTION

