

The Estée Lauder Companies – Erfahrungsbericht zur Wrike-Implementierung



The Estée Lauder Companies ist ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich der prestigeträchtigen Schönheitspflege. Sie begeistert ihre Kunden mit transformativen Produkten und Erlebnissen, die sie dazu inspirieren, ihre individuelle Schönheit zum Ausdruck zu bringen. Es ist das einzige Unternehmen, das sich ausschließlich auf Prestige-Make-up, Hautpflege, Düfte und Haarpflege konzentriert und ein vielfältiges Portfolio von mehr als 25 Marken anbietet, die in rund 150 Ländern und Territorien verkauft werden.

Hauptsitz

New York, New York (USA)

Branche

Schönheit

Wesentliche Herausforderungen

- Niedrige Akzeptanz von Workfront aufgrund der Komplexität
- Verteilte Teams, die unterschiedliche Verfahren anwenden
- In mehreren Systemen arbeiten und verfolgen

Frühere Lösungen

Workfront, Excel, Teams, Sharepoint, Asana

Warum Wrike

Benötigt war eine einfach zu bedienende Plattform für das Arbeitsmanagement, um die globalen kreativen Abläufe zu optimieren

Die Herausforderung

Nachdem das Unternehmen festgestellt hatte, dass ihre Kreativprozesse veraltet waren, begann The Estée Lauder Companies im Jahr 2017 mit der Umgestaltung ihrer Marketing- und Kreativprozesse. Ohne ein digitales Asset-Management-System oder einen digitalen Workspace mussten die Teams „mit physischen Aktenordnern arbeiten und Thumb Drives um die Welt schicken“, erinnert sich Jessica Wolfe, Vice President von Tom Ford Beauty Global Marketing bei The Estée Lauder Companies.

Die Estée Lauder Companies entschieden sich zunächst für Workfront, um die Verwaltung ihrer kreativen Abläufe und Projekte zu unterstützen. Aber nach anderthalb Jahren, in denen das Creative Center of Excellence von The Estée Lauder Companies die Akzeptanzmetriken überprüfte, suchte man nach einer alternativen Lösung für Arbeitsmanagement. „Wir wollten ein stärker automatisiertes Projektmanagement, mehr Transparenz zwischen unseren verschiedenen Kreativteams in den verschiedenen Regionen und weltweit. Wir benötigten ein Tool, das für diesen Zweck besser geeignet ist“, erklärt Wolfe.

Die Lösung

The Estée Lauder Companies zogen andere beliebte Tools wie Asana und Microsoft Projects in Betracht, aber die Lösung für kollaboratives Arbeitsmanagement von Wrike wurde als Sieger ermittelt.

„Wir haben einen ziemlich strengen Analyseprozess durchlaufen“, sagt Caroline Frangos, Executive Director of Global Creative Operations. „Da The Estée Lauder Companies so groß und komplex ist und jede Marke anders arbeitet, wollten wir sicherstellen, dass die Endnutzer letztlich mit an Bord sind, denn Change Management kann schwierig sein, und wir wollten wirklich, dass die Leute das Tool annehmen.“

Tom Alpers, Vice President of Creative Operations and Acceleration bei Tom Ford Beauty Global Marketing, erinnert sich ebenfalls an den Abstimmungsprozess: „Es gab nicht nur viele Gespräche zwischen den Kreativteams, sondern auch mit der IT-Infrastruktur, um sicherzustellen, dass das Tool, für das wir uns entschieden haben, auch sicher und geeignet ist, um es mit anderen Plattformen in unserem Tech-Stack zu verbinden und alle Sicherheitsanforderungen zu erfüllen.“

Da Wrike eine einfache und leicht zu bedienende Plattform und Sicherheit auf Enterprise-Ebene bietet, waren die Teams von The Estée Lauder Companies begierig darauf, mit ihrem neuen Kollaborationstool loszulegen. „Nachdem wir mit so archaischen Methoden gearbeitet hatten, waren die Teams wirklich davon überzeugt, wie visuell, intuitiv, einfach und flexibel Wrike ist“, sagt Frangos. „Wir sind ein sehr unternehmensorientiertes Umfeld, und Wrike fühlt sich ein wenig persönlicher und kreativitätsfreundlicher an. Die intuitive Art von Wrike fühlt sich sowohl für die Kreativabteilung als auch für die Kreativen hervorragend an“, fügt Olivia Legere, Vizepräsidentin des Global Creative Center of Excellence, hinzu.

Einfachere Benutzerschnittstelle mit besserer Funktionalität

Die Estée Lauder Companies erkannten schnell, wie intuitiv Wrike funktioniert und dass es den Führungskräften die Einfachheit und Transparenz bietet, die zur wirkungsvollen Verwaltung von kreativer Arbeit benötigt wird. „Wir verwalten kreative Projekte, und Wrike ist ein großartiges Tool dafür, weil Kreative eine schöne Schnittstelle wollen“, sagt Wolfe. „Die Benutzeroberfläche sollte also nicht sperrig, klobig oder langsam sein. Sie muss sauber, intuitiv und einfach zu bedienen sein – so wie Wrike. In Wrike lassen sich Projekte auch bequem initiieren und laden, was uns hilft, die Akzeptanzprobleme zu vermeiden, die wir mit Workfront hatten.“

Durch den Einsatz von Wrike haben die Teams von The Estée Lauder Companies einfachere Wege gefunden, dieselbe Arbeit zu erledigen. „Die Teams sind somit bereit, von sehr komplizierten Vorlagen auf Wrike Blueprints umzusteigen, weil es für sie eine großartige Möglichkeit ist, die Art und Weise, wie sie ihre Programme ausführen, zu

Abteilungen, die Wrike benutzen

Creative Center of Excellence für Tom Ford Beauty, Clinique, La Mer, Estée Lauder und Bobbi Brown

Integrationen

Microsoft Teams, Outlook, Clickbait, Quickbase

Funktions-Highlights

- Erweiterung mit Adobe AEM und DAM
- Zentrale Berichterstattung und Dashboards für globale Teams
- Intuitive Benutzeroberfläche und benutzerfreundliche native Proofing-Tools

Website

elcompanies.com

vereinfachen und zusätzlich ein einfacheres Tool zu haben, mit dem sie ihre Programme ausführen können“, erklärt Frangos.

Die Einfachheit von Wrike ist gepaart mit leistungsstarken und praktischen Funktionen, die es den Kreativen von The Estée Lauder Companies ermöglichen, hochwertige Assets effektiv zu entwickeln. „Die Proofing-Funktionalität ist ganz einfach eine bequemere Benutzererfahrung“, beginnt Alpers. „Ich finde es toll, wie Wrike jedes Mal eine neue Version speichert, wenn Änderungen vorgenommen werden. Es erstellt ein Archiv, sodass man, wenn man sehen möchte, was bisher passiert ist und warum eine Entscheidung vor drei Proofings getroffen wurde, alles in einem einfach zu bedienenden Seite-an-Seite-Vergleich sehen kann.“

„Die Wrike-Erweiterung Adobe Creative Cloud wird auch von unserem Kreativteam sehr gelobt“, so Alpers weiter. „Die Schnittstelle und das Benutzererlebnis in der Erweiterung sind in Wrike sehr intuitiv.“

Mehr Kraft, um Standards durchzusetzen und Agilität zu fördern

Um 30 verschiedene Kreativteams über mehrere Regionen und Zeitzonen hinweg wirkungsvoll zu verwalten, nutzt das Creative Center of Excellence bei The Estée Lauder Companies Wrike, um ein einzigartiges Gleichgewicht zu schaffen: globale Prozesse standardisieren, um die Effizienz zu maximieren und gleichzeitig jedem Team die Flexibilität zu geben, so zu arbeiten, wie sie es wollen.

„Unsere Marken haben individuelle Arbeitsweisen, aber wir haben festgestellt, dass sich unsere kreativen Entwicklungsprozesse gar nicht so sehr unterscheiden“, führt Legere aus. „Wir haben uns nur alle in unterschiedlichen Sprachen über die Dinge unterhalten und eine andere Taxonomie verwendet. Wrike hat das entmystifiziert, indem es uns erlaubt hat, unseren Ansatz in Wrike zu standardisieren. Wrike hat einen großen Schmerzpunkt für uns beseitigt, denn jetzt bedeutet eine ‚Aufgabe‘ für jedes Team das Gleiche. Das Programm hat uns gezeigt, dass wir in unseren Arbeitsweisen ähnlicher sind, als wir dachten.“

Auch wenn die allgemeinen Prozesse der Marken von The Estée Lauder Companies relativ ähnlich sind, arbeitet jedes Team und jede Region ein wenig anders – und die Vielseitigkeit von Wrike hilft allen, strukturelle Best Practices zu befolgen und gleichzeitig so zu arbeiten, wie jeder am besten arbeitet. „Unsere Arbeitsabläufe sind standardisiert, und die Blueprints enthalten vorgeschriebene Schritte, an die sich alle Teams halten müssen“, erklärt Frangos. „Aber sie können die spezifischen Nuancen



„Jede unserer 30 Marken hat ihre eigene Arbeitsweise. Wrike bietet uns Konsistenz im gesamten Unternehmen, sodass wir ordnungsgemäß berichten können, aber auch Individualisierung zulassen.“

Jessica Wolfe,
Vice President von Tom
Ford Beauty Global
Marketing, The Estée
Lauder Companies

und Schritte, die sie benötigen, hinzufügen. Wir haben auch ein standardisiertes Anfrageformular, das jede Marke genau auf ihre Bedürfnisse zuschneiden kann.“

Die Flexibilität von Wrike erhöht auch die Agilität der Kreativteams. „Unsere Fachleute sind ständig im Umbruch“, sagt Alpers. „Da wir alle denselben Prozessen folgen und alles in Wrike haben, können wir alle Änderungen an den kreativen Prozessen schnell umsetzen und alle in Echtzeit aktualisieren. Früher war dies ein manueller Prozess, aber jetzt ist es sehr einfach und transparent, mit den visuellen Zeitleisten und Gantt-Diagrammen.“

Hervorragendes Onboarding & Unterstützung während COVID-19

Die Einführung eines neuen Tools kann unter jedem Umstand eine Herausforderung sein, und 2020 war alles andere als normal. Als die Teams während der Pandemie auf Remote-Arbeit umstellten, verließen sich The Estée Lauder Companies auf ihre bestehende Partnerschaft mit dem Professional Services Team von Wrike, um Unterstützung zu erhalten. „Wir hatten Unmengen von Arbeit in die Umsetzung gesteckt, und dann wurden alle Büros geschlossen“, erinnert sich Alpers.

„Wir wussten nicht, wie die Remote-Schulung für unsere Teams funktionieren würde und wie wir die letzten Schritte der Konfiguration für die Marken durchführen könnten, wenn wir nicht im selben Raum sein können. Aber ich war sehr froh und dankbar, dass das Wrike-Team während dieses ganzen Albtraums zu uns gehalten hat.“

„Die Agilität des Wrike-Teams, das uns durch diese wilden sechs bis neun Monate geführt hat, ist ein großer Gewinn“, rühmt Frangos. „Die Mitarbeiter von Wrike sind es gewohnt, mit dem Tool zu arbeiten und aus der Ferne zusammenzuarbeiten, während unsere Teams das nicht sind. Wir haben eine große Kultur des persönlichen Zusammenseins. Die Art und Weise, wie das Wrike-Team mit uns zusammengearbeitet und uns eine andere Art des Arbeitens gezeigt hat, war großartig.“

„Je mehr Wrike mit uns zusammenarbeitet, desto mehr vertrauen wir darauf, dass wir einen langfristigen strategischen Partner entwickeln“, fügt Legere hinzu. „Ihre Agilität, Flinkheit und Fähigkeit, sich umzustellen, wenn das Chaos ausbricht, war und wird auch in Zukunft sehr wertvoll sein.“



„Bei der Arbeit mit Workfront benötigten wir trotzdem noch Excel, um die Arbeit zu verfolgen. Aber mit Wrike haben wir alles an einem einzigen Ort. Das wird uns effizienter machen.“

Tom Alpers,
Vice President von
Creative Operations
and Acceleration bei
Tom Ford Beauty Global
Marketing, The Estée
Lauder Companies

Fazit

Da The Estée Lauder Companies weiterhin das kollaborative Arbeitsmanagementsystem von Wrike bei seinen globalen Marken einsetzt, ist das Schönheitsunternehmen begierig darauf, weitere der vielseitigen Funktionen dieser Plattform kennenzulernen und damit zu experimentieren.

„Wir freuen uns auf die Berichtsfunktionen“, sagt Wolfe. „Wir wollen wissen, dass unsere Teams erfolgreich daran arbeiten, Kampagnen zu entwickeln, zu erstellen und auszuführen, und zwar pünktlich, im Rahmen des Budgets und mit hocheffektiven Assets. Die Möglichkeit, zu visualisieren und zu berichten, wie unsere Kreativteams über alle Marken und Regionen hinweg arbeiten, und zu erkennen, welche Schritte in unseren Prozessen korrigiert werden müssen, wird uns dabei helfen, Daten zur Verbesserung zu nutzen.“

„Ich bin gespannt, wie die Funktion Arbeitsauslastung ins Spiel kommt. Wir haben noch nicht mit den Marken zusammengearbeitet, um die geschätzten Stunden für jede Aufgabe einzugeben, damit wir ihnen helfen können, die Ressourcenplanung zu verfeinern“, bemerkt Frangos. „Ich bin auch gespannt darauf, wie sie in der Lage sind, Zeitpläne zu prognostizieren, in denen sie das Risiko für eingehende Programme tatsächlich erhöhen können – sodass die Führungskräfte eine prognostizierte Ansicht sehen, wann die Arbeit beginnen sollte und wann sie tatsächlich beginnt.“

„Ich freue mich auf die Einführung von Analytics, um zu sehen, wo wir unsere Prozesse verbessern können“, sagt Alpers. „Ich kann es kaum erwarten, ein Programm rückwirkend zu betrachten, zu sehen, was funktioniert und was nicht funktioniert hat, und diese Daten mit anderen Teams zu teilen, um ihnen bei der Lösung dieser Probleme zu helfen. Mit Wrike werden all diese Daten zur Verfügung stehen, um unsere Prozesse in Zukunft zu unterstützen.“

Insgesamt ist The Estée Lauder Companies begeistert, eine einfach zu bedienende Arbeitsmanagement-Plattform zu haben, die es den Teams ermöglicht, besser zu arbeiten und bessere Ergebnisse für das Unternehmen als Ganzes zu erzielen. „Eines der Hauptziele bei der Entscheidung für Wrike war es, die globalen und regionalen Arbeitsweisen zu stärken. Das ist für mich das Zeichen des Erfolgs. Wir sind sehr zuversichtlich, dass wir ein Tool ausgewählt haben, das die Arbeit zwischen unseren globalen Teams verbessern wird“, so Legere abschließend.

**Erfahren Sie, wie Ihr Unternehmen
von Wrike profitieren kann**

www.wrike.com/de

