

« Nous prenons la cybersécurité très au sérieux, et notre programme d'ambassadeurs de la sécurité permet de former notre personnel en continu sur les cybermenaces. LastPass est un élément central pour minimiser ces risques. »

Jerry Patterson

Ingénieur sécurité de l'équipe de sécurité informatique chez Mary Kay



Le défi

Reconnue et réputée auprès de millions de consommateurs, la marque Mary Kay vend ses produits de beauté dans plus de 40 pays, ce qui en fait une entreprise mondiale.

Cette vaste présence s'accompagne d'une augmentation des cybermenaces en raison du nombre important de points d'accès à l'organisation. Chez Mary Kay, c'était particulièrement le cas pour son service marketing, et notamment pour le branding et les réseaux sociaux. La société devait en effet pouvoir partager des identifiants de manière sécurisée (en interne et en externe) avec ses partenaires de confiance, sans mettre l'entreprise, et ses nombreux représentants commerciaux à travers le monde, en danger. De même, les développeurs de Mary Kay cherchaient une solution pour créer un jeu d'identifiants que tout le monde pourrait utiliser, au lieu de créer un grand nombre de comptes pour accéder à un même projet.

Enfin, Mary Kay avait besoin d'améliorer sa posture de sécurité générale : « Il y avait des post-its sous les claviers ou collés sur les écrans, ou des mots de passe notés dans des cahiers. Nous voulions rendre les mots de passe plus complexes », explique M. Patterson. Comme dans beaucoup de grandes entreprises, M. Patterson et son équipe savaient qu'il faudrait que la solution s'intègre avec leurs technologies existantes afin de permettre un déploiement plus fluide.



La solution

Mary Kay a évalué différentes solutions, à la recherche d'un outil qui offrirait un moyen pratique de créer et de gérer les mots de passe pour ses employés, et d'accorder (et de révoquer) les accès à ses partenaires de confiance, réduisant ainsi l'exposition de l'entreprise aux menaces. L'approche choisie pour trouver la bonne solution a consisté à partir des employés et à s'assurer qu'ils percevaient la valeur de l'outil, sachant que c'est un facteur qui détermine le niveau d'adoption et d'utilisation.

En 2015, Mary Kay a choisi LastPass en adoptant une approche « commencer petit, et voir ensuite en fonction de l'adoption et de l'utilisation », déclare M. Patterson. « Aujourd'hui, nous avons des employés qui nous demandent si leurs équipes ou

leurs services peuvent avoir LastPass, ce qui est un énorme point positif. » Comme de nombreuses entreprises, Mary Kay recherchait une solution de gestion des mots de passe qui conjuguerait sécurité maximale et expérience utilisateur conviviale.

Et comme dans de nombreuses entreprises, la possibilité d'intégrer le gestionnaire de mots de passe avec d'autres solutions de sécurité était primordiale. Mary Kay utilise LastPass aux côtés de l'authentification unique (SSO) Microsoft. « *Chaque application que nous intégrons doit fonctionner avec le SSO Microsoft ou avec LastPass. Cela permet de réduire le nombre de mots de passe des employés.* » L'intégration des outils de sécurité permet d'assurer la protection de chaque point d'accès et de chaque connexion, la gestion des mots de passe sécurisant les applications qui ne sont pas protégées par le SSO.



Le résultat

Après son introduction en 2015, LastPass est désormais au cœur de la stratégie de cybersécurité de Mary Kay. « *LastPass est l'une des applications que nos équipes viennent nous réclamer. Nous ne devons même plus la promouvoir, ce qui explique son taux d'adoption supérieur à 70 %. C'est une aubaine pour l'équipe de sécurité, et cela permet aux employés de créer et de gérer facilement des mots de passe complexes qu'ils n'ont pas besoin de mémoriser* », déclare M. Patterson. La possibilité d'utiliser l'application LastPass sur tous les appareils est formidable, mais c'est l'extension de navigateur qui remporte un franc succès auprès des employés. « *Cela simplifie tellement la vie des gens* », poursuit M. Patterson.

Dans le cadre du programme de sensibilisation à la sécurité, l'équipe de la sécurité de Mary Kay communique tous les mois pour informer les employés sur le monde de la sécurité. LastPass est mentionné dans pratiquement chaque e-mail.

Mary Kay renforce la sécurité en encourageant les employés à adopter une bonne hygiène des mots de passe tant au niveau professionnel que personnel grâce à LastPass Families as a Benefit, qui offre un compte Families gratuit à chaque employé. « *On peut aider tous les membres de la famille à être mieux protégés, ce qui est génial* », ajoute M. Patterson.

Lorsqu'on l'interroge sur d'autres aspects positifs du partenariat entre LastPass et Mary Kay, M. Patterson répond sans hésiter : « *Notre responsable de la réussite client est une personne formidable, sur qui l'on peut compter, et avec qui c'est un vrai plaisir de travailler !* »

[Nous contacter](#)

Découvrez comment Mary Kay a renforcé sa sécurité des mots de passe avec LastPass.

