



“We nemen cyberbeveiliging uitermate serieus. Met onze veiligheidsambassadeurs geven we onze mensen continu voorlichting over digitale risico’s. LastPass is voor ons een essentiële pijler om die risico’s te verlagen.”

Jerry Patterson

Security Engineer bij het team voor Information Security van Mary Kay



De uitdaging

Mary Kay verkoopt beautyproducten in ruim 40 landen, en is als wereldwijd bedrijf bekend en geliefd bij miljoenen mensen.

Omdat de organisatie zo groot is, loopt de IT ook meer risico: er zijn simpelweg ontzettend veel toegangspunten tot de systemen. Dit gold vooral voor de afdeling marketing van Mary Kay, en dan met name bij de teams voor Branding en Social Media. Er was een veilige manier nodig om toegang te delen met vertrouwde partners (zowel intern als extern), zonder dat dit het bedrijf – en de vele verkoop-vertegenwoordigers over de hele wereld – zou blootstellen aan digitale risico’s. Tegelijkertijd zochten de ontwikkelaars van Mary Kay naar een oplossing om één set gedeelde aanmeldingsgegevens voor iedereen beschikbaar te maken, in plaats van ontelbare accounts aan te maken voor toegang tot hetzelfde project.

Tot slot was het ook tijd om de algehele beveiligingsstandaard te verhogen: *“We hadden post-its onder toetsenborden of op beeldschermen, wachtwoorden in notatieblokken. We wilden onze wachtwoorden sterker maken”*, vertelt Jerry. Jerry en zijn team wisten ook dat hun oplossing zou moeten integreren met de bestaande technologie voor een soepele uitrol – een standaard vereiste voor veel grote organisaties.



De oplossing

Mary Kay beoordeelde verschillende oplossingen. Het doel: een tool waarmee het voor medewerkers makkelijk zou zijn om wachtwoorden aan te maken en te beheren, en om toegang te bieden aan vertrouwde partners (en ook weer in te kunnen trekken). Uiteindelijk moest het algehele cyberrisico van het bedrijf worden verlaagd. De benadering van het team was “bottom-up”: denken vanuit de medewerkers. Die moeten namelijk toegevoegde waarde zien in een tool, omdat de aanname en het gebruik daarvan afhankelijk zijn.

In 2015 begon Mary Kay met een kleinschalige uitrol van LastPass. Jerry licht het plan toe: *“klein beginnen en uitbreiden op basis van aanname en gebruik. Inmiddels vragen medewerkers ons of ze LastPass kunnen krijgen voor hun teams*

en afdelingen. Dat is ontzettend positief." Zoals veel grote bedrijven was ook Mary Kay op zoek naar een oplossing voor het wachtwoordbeheer die een uitstekende beveiliging kon combineren met een eenvoudige gebruikerservaring.

Ook een goede integratie van hun wachtwoordbeheerder in andere veiligheidssystemen was een harde eis. Mary Kay gebruikt LastPass in combinatie met Microsoft SSO. *"Iedere applicatie die we introduceren, moet met Microsoft SSO of met LastPass werken. Zo houden we de hoeveelheid wachtwoorden minimaal voor onze medewerkers."* De integratie van de beide beveiligingstools dekt ieder toegangspunt en iedere login af, waarbij het wachtwoordbeheer alle toepassingen opvangt die niet via SSO kunnen worden beveiligd.



De resultaten

Sinds de invoering in 2015 is LastPass een centrale component in de strategie voor cyberbeveiliging van Mary Kay. Jerry is tevreden: *"Onze teams vragen uit zichzelf om LastPass en we hoeven het niet te promoten. Daarom is onze aanname nu ruim 70%. Zo kan ons beveiligingsteam makkelijk winst behalen, en het is ook makkelijk voor onze medewerkers om sterke wachtwoorden te maken en te beheren, zonder dat ze deze zelf moeten onthouden."* Het gebruiksgemak geeft de doorslag: Het is geweldig dat mensen LastPass op alle apparaten kunnen gebruiken, maar vooral de browserextensie is populair bij medewerkers. *"Het maakt hun leven gewoon zoveel makkelijker."*

Als onderdeel van hun programma voor bewustwording over digitale veiligheid verstuurt het beveiligingsteam van Mary Kay maandelijks een update om medewerkers voor te lichten over het huidige beveiligingslandschap. In vrijwel elke e-mail wordt LastPass genoemd.

Mary Kay verbetert de beveiliging ook door medewerkers te stimuleren om ook thuis veilige wachtwoordgewoontes te hanteren. Hiervoor biedt het bedrijf LastPass Families as a Benefit, waarmee medewerkers een gratis Families-account krijgen. *"We kunnen iedereen in het gezin helpen om online veilig te zijn, en dat is gewoon briljant",* vertelt Jerry.

Ook over andere aspecten in de samenwerking met LastPass is Jerry enthousiast: *"Onze Customer Success Manager is geweldig, we kunnen echt op hem vertrouwen en hij is fantastisch om mee te werken!"*

Contact opnemen

Ontdek hoe Mary Kay de wachtwoordbeveiliging heeft verbeterd met LastPass.

