

Indice e-réputation

François Fornieri

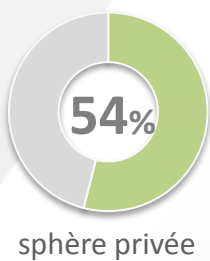
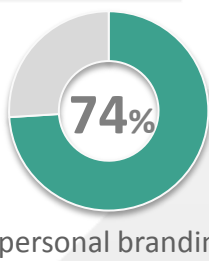
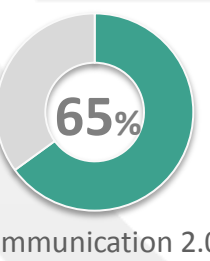
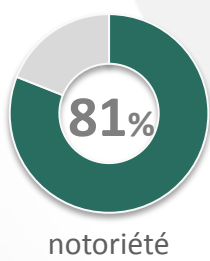
(Mithra Pharmaceuticals)

pour La Libre Belgique du 4 avril 2015



UN BON CAS D'ÉCOLE

Une e-réputation construite, valorisée et entretenue sur base de faits réels : enfance dans un milieu ouvrier modeste, réussite scolaire à force de sacrifices, prises de risques professionnels. Il pense tenir, avec sa molécule Estetrol, la base d'une révolution en gynécologie. Il est assez présent sur les réseaux sociaux pour relayer son action et construire son identité numérique. Accusé de corruption de médecins et de publicité mensongère, il évoque diffamation et vengeance. Côté privé, dès que l'on découvre son prénom officiel, beaucoup (trop) de détails personnels deviennent accessibles.



MÉTHODOLOGIE

Cet indice d'e-réputation est calculé par l'agence REPUTATION 365 et fait intervenir 42 critères pondérés regroupés en quatre grands domaines :

- Notoriété (surface médiatique, nature des supports, tonalité de l'image, ...)
- Communication 2.0 (dialogue sur les réseaux sociaux, pertinence des plateformes, ...)
- Personal branding (visibilité de l'expertise, valeur ajoutée des traces numériques, ...)
- Maîtrise de la protection de la sphère privée.

Les métiers de REPUTATION 365

la seule agence à 365°, 365 jours par an



construire, veiller, nettoyer



Vincent Pittard
digital marketing



Christophe Celio
systèmes d'information



Madeleine Dembour
relations publiques



Sandrine Mathen
profil & stratégie



Fred Séré
photographe graphiste



Liliane Fanello
journaliste copywriter



Philippe Hoevenaeghel
référencement



Peter Craddock
avocat