

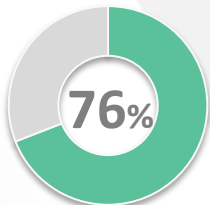
# Indice e-réputation Tadashi Yanai (Uniqlo)

pour La Libre Belgique du 23 mai 2015

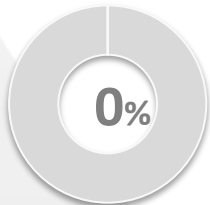


## MODE CONQUÊTE

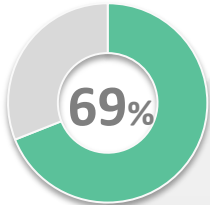
En 2030, Tadashi Yanai veut que le chiffre d'affaires d'Uniqlo dépasse de 10% celui de Toyota. Ses mots-clés : créativité, technologie, mais surtout des gros volumes à petits prix. En coulisse, des critiques sur les cadences infernales de production, dont 70% est réalisée en Chine. Devant les micros, il rassure : « *Les autres grands du textile japonais ont disparu parce qu'ils ne se préoccupaient que de leur profit. Moi, je me préoccupe du quotidien des gens* ». Il entend même imposer 50% de femmes à la tête de son entreprise. Pas de stratégie 2.0 dans sa communication personnelle. Il laisse plutôt ses lieutenants s'exprimer et asséner quelques 'punchlines' pour bâtir son image.



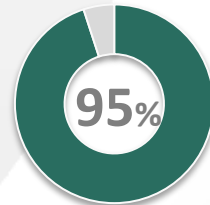
notoriété



communication 2.0



personal branding



sphère privée

## MÉTHODOLOGIE

Cet indice d'e-réputation est calculé par l'agence REPUTATION 365 et fait intervenir 48 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