

Indice e-réputation

Hans Van Bylen

(Henkel)

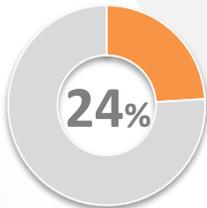
pour La Libre Belgique du 13 février 2016



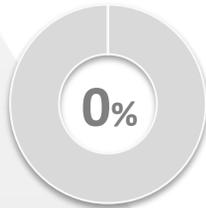
SOLDAT DISCRET

Fidèle à Henkel depuis 1984, une longue expérience internationale, Hans Van Bylen a le profil de nouveau CEO. Sa nomination est très bien relayée par la presse internationale mais peu commentée.

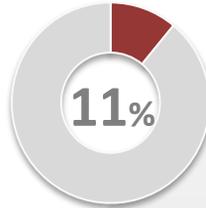
Hans Van Bylen a peu de surface médiatique. Sa communication semble contrôlée par le groupe, sans doute parce que ce n'est pas sa tasse de thé. Il est absent des réseaux sociaux professionnels, y compris Xing, le LinkedIn allemand. Les observateurs relatent l'inquiétude des marchés et s'interrogent sur le choix de ce soldat discret qui va devoir affronter le feu des projecteurs, les actionnaires et le personnel.



popularité



communication 2.0



personal branding



sphère privée

MÉTHODOLOGIE

Pour calculer cet indice d'e-réputation chaque semaine pour la Libre Belgique, nous analysons manuellement 48 critères, que nous pondérons et regroupons en quatre grands domaines :

- **Popularité** : notoriété, surface presse, visibilité des supports, tonalité de l'image, ...
- **Communication 2.0** : dialogue sur les réseaux sociaux, quantité et qualité des abonnés, ...
- **Personal branding** : visibilité de l'expertise, valeur ajoutée des traces numériques, ...
- **Sphère privée** : protection des informations privées sans plus-value professionnelle.

REPUTATION 365 : construire, veiller, nettoyer

Nous aidons les dirigeants et leurs collaborateurs à maîtriser leur image sur Internet de manière éthique. Pour eux-mêmes, pour leur famille et pour développer la réputation de leur organisation.



Vincent Pittard
stratégie digitale



Madeleine Dembour
relations publiques



Christophe Celio
sécurité informatique



Sandrine Mathen
analyse de profil



Philippe Hoevenaeghel
référencement monitoring



Fred Séré
photo graphisme



Liliane Fanello
journaliste copywriting



Peter Craddock
avocat