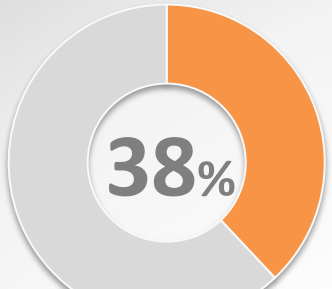


Indice e-réputation Edwin Botterman (Alken-Maes)

pour La Libre Belgique du 10 septembre 2016



Libre Entreprise Face et profil

Le globe-trotter de la bière

Le nouveau patron d'Alken-Maes a passé 30 ans à l'étranger pour Heineken.

Alken que le marché belge est en déclin, il compte sur les exportations.

Respecté Laurent Lambrecht

Edwin Botterman a un passé professionnel assez étonnant. Alors qu'il vient d'arriver en Belgique, il est nommé à la tête d'une des plus grandes entreprises de brasserie du monde, c'est la promesse qui est faite à Edwin Botterman.

Après avoir obtenu son diplôme en "Business Administration" à l'université de Groningue, Edwin Botterman a travaillé pendant 30 ans pour Heineken, la plus grande brasserie au monde. Il a travaillé dans plus de 30 pays, notamment en France, en Espagne, en Italie, en Allemagne, en Belgique et en Chine.

Après avoir obtenu son diplôme en "Business Administration" à l'université de Groningue, Edwin Botterman a travaillé pendant 30 ans pour Heineken, la plus grande brasserie au monde. Il a travaillé dans plus de 30 pays, notamment en France, en Espagne, en Italie, en Allemagne, en Belgique et en Chine.

38%

15%

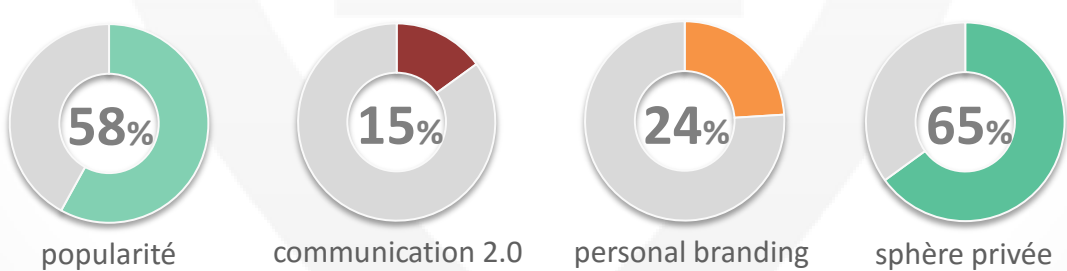
24%

65%

popularité communication 2.0 personal branding sphère privée

UNE BIÈRE LÉGÈRE

Sur Internet ressort immédiatement le contenu d'un communiqué de presse de février 2016, très bien relayé. Mais rien avant, ni après. Le message ? Edwin Botterman va poursuivre le "développement stratégique de la deuxième entreprise sur le marché belge de la bière". Dommage qu'il laisse de côté les outils de communication qui lui permettraient de porter sa vision et sa mission. Comme ses comptes LinkedIn et Twitter qui sont à l'abandon. C'est pourtant le moyen d'intéresser des journalistes et de séduire des jeunes diplômés ou des cadres expérimentés. Côté vie privée, il y a sans doute trop de données personnelles accessibles.



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