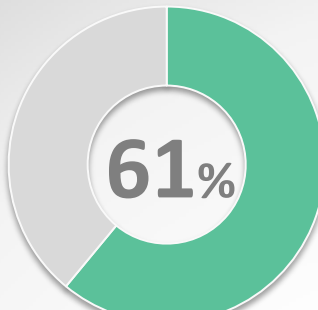


Indice e-réputation Caroline Van Marcke (Caroline Van Marcke)

pour La Libre Belgique du 17 septembre 2016



Libre Entreprise Face et profil

Une femme de (res)ources



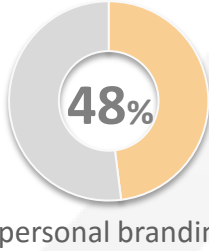
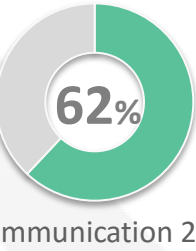
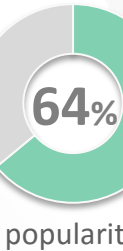
61%

Évangéliste
Use ouverte

61%

ÉVANGÉLISTE DU CHANGEMENT

Sur Internet, Caroline Van Marcke sort de l'ombre en 2012 en prenant les commandes du vaisseau familial. En 2014, un séminaire avec les installateurs est assez commenté. Elle y insuffle sa vision du marché : il faut réinventer le business et réduire les marges car les consommateurs s'informent et achètent désormais sur Internet. Son compte Twitter donne le tempo : "Change evangelist, trends seeker, mum, life lover and 'secondarily' running a family business". Valeurs, vision, mission. Elle trouve le bon équilibre entre protection de sa vie privée et construction d'une identité numérique régulière. La stratégie reste peut-être à affiner, mais franchement, bravo !



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