

**BTS MHR - Session 2021****ÉPREUVE FACULTATIVE : ENGAGEMENT ETUDIANT  
FICHE D'ENGAGEMENT ETUDIANT**

Nom et prénom :	RICQUE Benjamin
Numéro d'inscription :	07 13 08 48 97
Epreuve obligatoire concernée :	<b>E4 « Mercatique des services en hôtellerie restauration »</b>
Nature de l'engagement justifiant la demande <sup>1</sup> :	Activité professionnelle
Nom et coordonnées de l'organisation d'accueil :	RICK AND COMMUNICATION 03 22 91 30 55
Personne référente (nom, prénom, fonction, téléphone et adresse électronique) :	COELHO Maria, Responsable de la relation client <a href="mailto:mariacoelho@hotmail.com">mariacoelho@hotmail.com</a> 06 13 36 29 97
Durée et date de réalisation :	10 mois 06/04/2020 au 22/02/2021
Intitulé de la mission :	Responsable de la communication

**Descriptif de la mission<sup>2</sup>**

Dans le contexte sanitaire, les besoins des restaurateurs en matière de communication diffèrent. Dans cette optique, j'ai décidé de créer, dans la ville d'Amiens, ma propre agence de communication digitale en parallèle de mes études. En ayant le statut d'auto entrepreneur, j'étais chargé de mettre en avant tout le processus de communication (publications sur les réseaux sociaux, site web...).

Les objectifs étaient multiples. Premièrement, il fallait être en capacité de comprendre les besoins de chaque restaurateur pour ne pas créer un produit « standard ». Il fallait ensuite promouvoir au mieux les restaurants, à travers plusieurs prestations telles que la vente à emporter, la prise de réservation en ligne ou encore la réponse aux avis des clients.

Pour répondre au mieux à chaque besoin, l'utilisation de plusieurs outils web est primordiale. On retrouve par exemple Google My Business, Wordpress, Solocal... La méthodologie est alors différente en fonction de la structure et ainsi les logiciels utilisés peuvent être différents également.

Ainsi, plusieurs tâches étaient réalisées quotidiennement. On retrouve ainsi :

- La création de site web et son référencement
- Les publications quotidiennes sur les réseaux sociaux (environ 2 publications / semaine / établissement)
  - La réponse aux avis des clients
- La création de documents publicitaires pour promouvoir de nouveaux services
  - L'analyse des données statistiques

De ce fait, chaque client étant différent, chaque contrat l'était également.

Les résultats obtenus sont notamment basés sur une augmentation de la fréquentation et ainsi d'une augmentation de la performance globale (économique / sociale) des établissements à travers les outils mercatiques. Ces données sont néanmoins difficiles à déterminer.

J'ai ainsi pu développer des compétences multiples en matière de communication digitale, d'utilisation de logiciels marketing et de gestion d'une entreprise.

<sup>1</sup> L'engagement étudiant peut avoir été mené dans le cadre d'une activité bénévole au sein d'une association, d'une activité professionnelle, d'une activité militaire dans la réserve opérationnelle, d'un engagement de sapeur-pompier volontaire, d'un service civique ou d'un volontariat dans les armées.

<sup>2</sup> Le descriptif doit reprendre les éléments suivants :

- le contexte ;
- le statut et la fonction du candidat
- le ou les objectifs poursuivis ;
- la méthodologie et les moyens mobilisés ;
- les activités et les tâches réalisées ;
- les résultats obtenus ;
- la description des compétences développées dans le cadre de la mission ;
- Une analyse réflexive concernant les compétences acquises dans le cadre de l'engagement étudiant au regard du référentiel du diplôme.