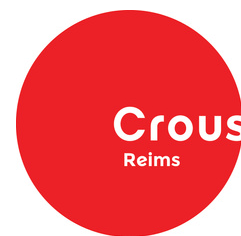


Antoine GANDELIN
B3 ESUPCOM CDP



RAPPORT D'ACTIVITÉ

**ALTERNANCE AU
SERVICE COMMUNICATION
DU CROUS DE REIMS**

Tutrice : Delphine DETHUNE, Chargée de communication

2022 - 2023

REMERCIEMENTS

Je remercie dans un premier temps ma tutrice d'alternance et chargée de communication, Madame Delphine DETHUNE pour son encadrement et sa bienveillance lors de cet apprentissage. Elle a pu me donner de précieux conseils notamment au niveau de la mise en page d'affiches et de documents sur le logiciel Adobe InDesign. Madame DETHUNE a tout de suite su me faire confiance et m'intégrer aux missions dès les premiers mois.

Dans un second temps, je tenais à remercier également Madame Sandrine CLOAREC, ancienne directrice générale du Crous de Reims, et Monsieur Thierry SENS-SALIS, ancien directeur adjoint, qui ont su m'accorder leur confiance notamment lors de l'entretien de recrutement.

Enfin, merci à l'ensemble du personnel pour son accueil et particulièrement ceux avec qui j'ai pu collaborer et échanger régulièrement au cours de cette année. Cela m'a permis d'améliorer mes qualités relationnelles et d'agrandir mon réseau professionnel.

"Antoine et moi avons collaboré ensemble sur plusieurs missions en lien avec la vie étudiante. Sérieux et motivé, Antoine a toujours répondu favorablement à mes demandes professionnelles. De plus, sa réactivité, sa disponibilité et son engagement dans les projets mis en œuvre ont contribué aux succès de ces derniers. Antoine est un agent avec lequel on a plaisir à travailler. Doté d'une réelle conscience professionnelle, nul doute qu'une belle carrière s'offrira à lui."

Anthony LHONNEUR, chargé de mission vie étudiante

SOMMAIRE

PAGES

02. REMERCIEMENTS

04. INTRODUCTION

05. CONTEXTE ENTREPRISE : LE CROUS DE REIMS, ACTEUR MAJEUR DE LA VIE ÉTUDIANTE

05. L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC ADMINISTRATIF

11. LE SERVICE COMMUNICATION

12. MISSIONS RÉALISÉES

12. ENJEUX ET CADRE DES MISSIONS EFFECTUÉES

13. FOCUS SUR LES MISSIONS PRINCIPALES

20. BILAN ET REcul SUR LES MISSIONS

22. CONCLUSION

23. ANNEXES

INTRODUCTION



Ce rapport d'activité a pour objectif de présenter en détail le bilan de mon année d'alternance au sein du Crous de Reims. Au cours de cette période, j'ai eu l'opportunité d'acquérir une expérience précieuse et de développer mes compétences dans le domaine de la communication.

En juillet 2020, j'ai obtenu mon baccalauréat en sciences économiques et sociales avec une spécialité en mathématiques au lycée Saint-Paul à Charleville-Mézières. Passionné par l'informatique, j'ai décidé de me tourner vers ce domaine au début de mes études supérieures.

En septembre 2020, j'ai intégré un BTS Services Informatiques aux Organisations au lycée Franklin Roosevelt à Reims, que j'ai obtenu en juillet 2022. Ce BTS m'a permis d'acquérir des compétences solides en informatique, en cybersécurité, et plus spécifiquement en développement.

Souhaitant élargir mon champ de compétences pour pouvoir acquérir un profil à double expertise, j'ai décidé de me diriger vers le domaine de la communication digitale. En septembre 2022, j'ai intégré un bachelor "Communication digitale et publicité" en troisième année à ESUPCOM au Campus Eductive Reims. Cette formation se déroule en alternance, ce qui m'a permis de conclure, après de nombreux entretiens, un contrat d'apprentissage avec le Crous de Reims en tant qu'assistant communication depuis le 12 septembre 2022.

Au cours de cette alternance, j'ai pu réaliser des missions riches et variées telles que du community management, de la création de supports visuels papier et digitaux, d'e-mailing, la gestion de site internet ou encore d'affichages dynamiques.

Dans le cadre de ce rapport, je vais vous présenter l'ensemble de mon expérience au sein du Crous de Reims. Tout d'abord, je vous présenterai l'établissement public d'accueil, en parlant de ses différents services. Je mettrai également l'accent sur le service dans lequel j'ai évolué et je vous expliquerai son fonctionnement. Par la suite, je vous ferai part des enjeux et du cadre des missions que j'ai pu effectuer. Je détaillerai les missions principales auxquelles j'ai été confronté et je dresserai un bilan de celles-ci, en prenant du recul par rapport à leur réalisation.

CONTEXTE ENTREPRISE

A. L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC ADMINISTRATIF

1. HISTOIRE ET STATUT

Le **Centre Régional des Œuvres Universitaires et Scolaires**, plus connu sous l'acronyme Crous, est un **établissement public à caractère administratif**, placé sous la tutelle du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Il bénéficie d'une autonomie de gestion et dispose d'un budget propre, lui permettant de mener à bien ses missions et de répondre aux besoins spécifiques de chaque région.

L'histoire remonte à la **fin de la première guerre mondiale**, lorsque de nombreux étudiants étaient inquiets sur l'impact que cela allait avoir sur leurs études. C'est alors que les premières œuvres universitaires et scolaires voient le jour.

Dans les **années 30**, l'ancêtre du Cnous et des Crous, le **Comité Social Étudiant (CSO)** est créé par le **Front Populaire** sous l'influence du ministre de l'Éducation Nationale **Jean Zay**.

Le **Cnous** et les **Crous** ont été créés en **1954** afin de coordonner les actions menées au niveau national et régional pour améliorer les conditions de vie des étudiants.

Le Cnous et les Crous sont rapidement devenus des établissements incontournables, responsables de la gestion des résidences, des restaurants universitaires, des bourses et des services sociaux destinés aux étudiant(e)s. Leur objectif principal est de **garantir aux étudiant(e)s un environnement propice aux études, en leur offrant des logements à des tarifs abordables, des repas équilibrés peu coûteux et des services adaptés à leurs besoins**.

Au niveau régional, les Centres régionaux des œuvres universitaires et scolaires ont été créés pour assurer la mise en œuvre des politiques nationales au niveau local. Ils sont ainsi devenus des acteurs majeurs de la vie étudiante dans chaque région de France. Le Crous de Reims, dans lequel j'ai effectué mon alternance, est l'un de ces **26 centres régionaux**.

Au fil des années, le rôle du Crous s'est élargi pour répondre aux nouveaux défis et enjeux auxquels les étudiants sont confrontés. Il a su s'adapter aux évolutions de la société et aux besoins spécifiques de chaque génération d'étudiants.

2. LES CHIFFRES CLÉS

Les **CROUS** (Centre régional des œuvres universitaires et scolaires) sont répartis par académie et encadrés par le **CNOUS** (Centre national des œuvres universitaires et scolaires). Ce sont des établissements publics à caractère administratif ayant pour mission d'assurer une qualité de vie et d'accueil propice à la réussite de leurs études.

En plus du CNOUS, on compte au total **26 CROUS** répartis sur le territoire français et d'outre-mer.

Quelques chiffres :

- **45 844** étudiants sur l'Académie de Reims
- **12 794** étudiants boursiers
- **202** employé(e)s
- **16** résidences universitaires avec **2445** lits
- **16** points de restauration avec **1 000 000** de repas servis par an

Principales missions du Crous :

LOGEMENT

AIDE SOCIALE

RESTAURATION

BOURSES

Missions secondaires du Crous :

VIE ÉTUDIANTE

INTERNATIONAL

JOBS

Quatre antennes :



Reims



Châlons-en-Champagne



Troyes



Charleville-Mézières / Bazeilles

3. POSITIONNEMENT SUR LE MARCHÉ

Les Crous et le Cnous occupent une **position unique sur le marché** en raison de leurs rôles spécifiques et de ses missions dédiées à la vie étudiante. Bien qu'il n'existe pas de concurrence directe sur les missions régaliennes que sont la gestion des bourses, de la CVEC et les aides sociales, elle existe dans une moindre mesure sur ses services **logement et restauration**.

Le Crous offre des **solutions de logement adaptées aux étudiant(e)s**, en priorité boursiers en gérant des résidences universitaires et quelques logements en HLM sur la région Champagne-Ardenne (sauf le département de la Haute-Marne). Cependant, il doit faire face à la **concurrence des bailleurs privés et sociaux** qui proposent également des résidences destinés aux étudiant(e)s. Ces acteurs privés peuvent offrir une plus grande diversité en termes de types de logements et de localisations, mais les tarifs pratiqués peuvent être plus élevés que ceux proposés par le Crous. Il peut y avoir également de la concurrence au niveau des services proposés au sein des résidences (salle de sport, service de ménage, récupération de colis...).

En ce qui concerne la restauration, le Crous gère des restaurants et des cafétérias universitaires qui proposent des **repas équilibrés à des tarifs abordables**. Bien que les étudiants aient également la possibilité de se restaurer à l'extérieur de leur campus universitaire, le Crous demeure un choix privilégié par de nombreux étudiant(e)s en raison de sa **proximité avec les lieux d'études, de ses tarifs compétitifs et de l'offre variée de plats proposés**. Les acteurs privés de la restauration peuvent offrir une plus grande diversité de cuisines et d'expériences culinaires, mais ils peuvent être plus onéreux et moins accessibles aux étudiant(e)s possédant un faible budget.

En dehors de ces domaines spécifiques, le Crous et le Cnous bénéficient d'un **avantage concurrentiel** important en tant qu'organisme public dédié à l'accompagnement des étudiant(e)s dans leur vie quotidienne. Ce positionnement unique renforce leur légitimité et leur permet de jouer un **rôle central dans l'environnement étudiant**.

4. LES SERVICES CENTRAUX

Les services centraux sont les **services administratifs** du Crous de Reims. Ils sont localisés à **Reims** au **polidrome** (quartier Croix Rouge) où sont réunis la majorité des agents administratifs.

Il y a au total **45 agents** au sein des services centraux et **202 salariés** sur toute l'académie, toutes unités de gestion (UG) confondues.

Il existe différents statuts au sein du Crous :

- **Fonctionnaire sur fonction administrative** (différentes catégories : A, B ou C)
- **Fonctionnaire sur fonction technique** (différentes catégories : A, B ou C)
- **Ouvrier en CDI**
- **Contractuel, contractuel étudiant et contrat d'apprentissage.**



5. LES DIFFÉRENTS SERVICES

Direction	En charge de toute la supervision et de la politique menée au Crous de Reims, le service se compose d'une directrice générale, d'une directrice adjointe et de deux secrétaires de direction
Comptabilité	Le service comptabilité a pour mission de contrôler et de rendre compte de la bonne tenue des comptes du Crous de Reims. Le service se compose d'un agent comptable, indépendant de la direction, d'une adjointe et de quatre agents.
Ressources humaines	Le service des ressources humaines coordonne l'ensemble des problématiques liées au personnel. Il se compose d'une directrice, d'une directrice adjointe et de trois agents.
Financier	Le service financier s'occupe du budget et du contrôle de gestion. Il se compose d'une directrice et d'un agent.
Achats et marchés	Ce service gère les achats et marchés publics en matière d'équipements, services et travaux. Il se compose d'une responsable et de deux gestionnaires des achats et marchés publics.
Patrimoine	Le service patrimoine gère toutes les opérations immobilières, les projets de rénovations ou d'installation. Il se compose d'un responsable patrimoine et chargé d'opérations maîtrise d'ouvrage et d'une équipe technique mobile.
Vie étudiante	Le service vie étudiante (DVE) gère principalement l'instruction des dossiers de bourse. Le gestionnaire CVEC lui gère la contribution de vie étudiante et de campus et les appels à projet. Il se compose d'un directeur de la vie étudiante, d'une adjointe, de 5 agents et d'un gestionnaire CVEC.
Social	Le service social a pour vocation de recevoir tout au long de l'année et gratuitement tous les étudiants de l'académie. Il intervient dans différents domaines demandes et difficultés (financières, personnelles, ponctuelles...), démarches administratives, suivi et soutien psychologique. Le service compte une responsable, quatre assistantes sociales et une secrétaire.
Hygiène et sécurité	Ce service est composé d'une ingénieure en santé et sécurité qui veille à la mise en place d'actions et de protocoles aux conditions de travail et aux bonnes pratiques. Elle travaille en relation avec le comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).
Communication	Le service communication couvre l'intégralité de la communication interne (avec les ressources humaines et la direction) et externe du Crous de Reims. Il se compose d'une chargée de communication et d'un apprenti.
Informatique	Le service informatique ou DSI est en charge de tous les systèmes d'information, les outils numériques et logiciels en interne et en externe (écrans TV...). Il se compose d'un responsable et de deux agents.

6. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration occupe une **place importante dans la prise de décisions stratégiques** concernant l'établissement. C'est lors de ces réunions que sont adoptées les décisions importantes relatives au **budget**, aux **tarifs en restauration**, aux **loyers et prestations en hébergement**, ainsi qu'à d'autres aspects essentiels de la gestion du Crous.

Le conseil d'administration est présidé par **Madame Fabienne Blaise**, Rectrice déléguée pour l'enseignement supérieur et de la recherche. Sa présence témoigne de l'importance accordée par l'État à la gouvernance et à la supervision du Crous.

Ce conseil est composé de représentants issus de différentes parties prenantes, assurant ainsi une diversité de points de vue et une prise en compte des intérêts de tous les acteurs concernés. Voici les différentes catégories de représentants présents au conseil d'administration :

- **6 représentants de l'État**
- **7 représentants des étudiants**
- **2 représentants de l'enseignement supérieur**
- **3 représentants des personnels**
- **3 représentants des communes et établissements publics de coopération intercommunale**
- **1 représentant de la région**
- **4 personnalités qualifiées**



CONTEXTE ENTREPRISE

B. LE SERVICE COMMUNICATION

J'ai effectué mon alternance au sein du service communication du Crous de Reims. Nous sommes **deux personnes** pour nous occuper de la communication du Crous sur l'académie de Reims (Reims, Châlons-en-Champagne, Troyes et Charleville-Mézières).



Antoine GANDELIN
Assistant communication



Delphine DETHUNE
Chargée de communication

• HORAIRES DE TRAVAIL

Mes horaires de travail sont les suivants : de **9h à 12h** et de **13h à 17h** soit **7h** de travail par jour

• COLLABORATIONS RÉGULIÈRES

Nous sommes amenés à interagir régulièrement avec les services suivants :

- **Vie étudiante**
- **Service social**
- **Informatique**
- **Direction**

MISSIONS RÉALISÉES

A. ENJEUX ET CADRE DES MISSIONS EFFECTUÉES



Community management

Gérer la présence du Crous de Reims sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, Instagram et TikTok. L'enjeu est d'assurer une communication efficace avec la communauté étudiante, de promouvoir les services du Crous de Reims, d'informer sur les événements et les actualités, et d'interagir avec les étudiant(e)s en répondant à leurs questions ou leurs commentaires. L'analyse des résultats (KPIs) permet d'évaluer l'impact des actions de communication et d'ajuster la stratégie en conséquence.



Création de supports visuels papier et digitaux

Conception et réalisation d'affiches, de flyers et d'autres supports visuels, à la fois imprimés et destinés au numérique. L'enjeu est de communiquer de manière attrayante et impactante en utilisant des éléments visuels accrocheurs, tout en respectant la charte graphique et en transmettant clairement les informations importantes sur les services et événements du Crous de Reims.



Gestion et administration du site internet

Rédaction d'articles et ajout d'événements sur le site web du Crous de Reims. Le cadre est de fournir aux étudiants et aux autres visiteurs du site des informations précises, à jour et pertinentes sur les services et activités du Crous. L'enjeu est de faciliter l'accès à ces informations et de créer une expérience utilisateur agréable et intuitive (avec la refonte du site), favorisant ainsi l'engagement des étudiant(e)s.



E-mailing

Utiliser les e-mails pour communiquer avec les résident(e)s. L'enjeu est d'envoyer des informations ciblées sur les éléments techniques ou les activités qui ont lieu au sein de leur résidence, en utilisant des messages personnalisés et pertinents pour susciter l'intérêt et l'engagement des étudiant(e)s.



Gestion des affichages dynamiques

Gestion des écrans TV et des écrans de caisses présents dans les restaurants universitaires et les résidences. Le but est d'afficher des contenus visuels et informatifs sur ces écrans, sur les événements, les menus de la semaine, les actualités, etc. L'enjeu est d'atteindre un large public d'étudiant(e)s grâce à ces supports visuels dynamiques et de les informer de manière attrayante.

MISSIONS RÉALISÉES

B. FOCUS SUR LES MISSIONS PRINCIPALES

1. COMMUNITY MANAGEMENT

Identification de la problématique :

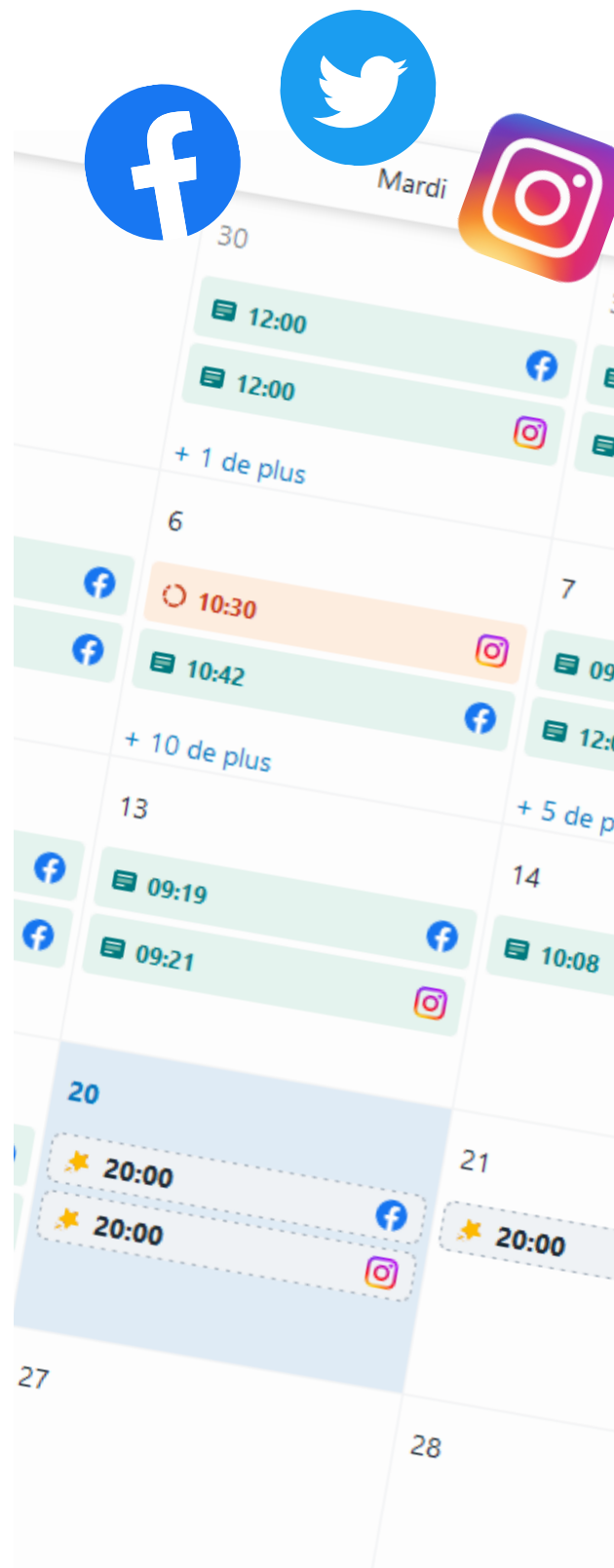
Le community management au sein du Crous de Reims vise à assurer une présence active et engageante sur les réseaux sociaux, en interagissant avec les étudiant(e)s, en diffusant des contenus pertinents et en promouvant les différents services. La principale problématique réside dans la nécessité de maintenir une communication efficace, de générer de l'engagement et d'atteindre les objectifs de visibilité, d'interaction et de fidélisation avec la communauté étudiante.

Analyse et recherche de solutions :

La démarche mise en œuvre dans le cadre de cette mission commence par la planification des publications en établissant un rétroplanning pour une diffusion régulière puis la création de contenus adaptés et attrayants. Enfin, il faut analyser les résultats des publications à l'aide de KPIs (indicateurs clés de performance) et faire de la veille sur les tendances pertinentes pour la communauté étudiante.

Pour la création de contenus, il est essentiel de prendre en compte les intérêts et les besoins des étudiants. Cela peut inclure des informations sur les services du Crous, des conseils pratiques pour la vie étudiante, des annonces d'événements ou d'activités. Il est également important d'utiliser des images, des vidéos ou tout type de visuel pouvant rendre les contenus plus engageants.

La mise en place d'un rétroplanning permet d'organiser la diffusion des contenus de manière régulière et cohérente. Cela permet de maintenir une présence active sur les réseaux sociaux et d'assurer une visibilité constante auprès de la communauté étudiante.



Extrait du planning d'actions de communication :

	mai-23	juin-23	juil-23	août-23	sept-23
	TOUS LES MOIS				
	Suivez vos demandes de logement sur https://trouverunlogement.lascroust.fr/				
<i>publication synthétique sur les divers supports de com</i>					
<i>CVEC : 2 ou 2 appels à proposition</i>					
LinkedIn	Ouverture du dépôt de votre demande pour la phase principale : 2 mai à 10h ; Jusqu'au 12/6	* 18/6 Qui peut recevoir une bourse sur 12 mois : https://www.etudiant.gouv.fr/fr/bourses-sur-criteres-sociaux-dates-et-periodes-de-versement-1376	16 au 19/6 2e Tour Logement	Fermeture du 31/7 au 13/8	"IZLY comment cela fonctionne" répondre / S'abonner / Job dating aux transports étudiant le en 20/09/2023
Facebook	Ouverture du dépôt de votre demande pour la phase principale : 2 mai à 10h ? * 18/09 Promotion Lokaviz La CVEC à quoi elle sert ? Webinaire DSE les 22 et 26 mai	* 18/6 Qui peut recevoir une bourse sur 12 mois : https://www.etudiant.gouv.fr/fr/bourses-sur-criteres-sociaux-dates-et-periodes-de-versement-1376	16 au 19/6 2e Tour Logement	Fermeture du 31/7 au 13/8	"IZLY comment cela fonctionne" répondre / S'abonner / Job dating aux transports étudiant le en 20/09/2023
Twitter	Ouverture du dépôt de votre demande pour la phase principale : 2 mai à 10h ? * 18/09 Promotion Lokaviz La CVEC à quoi elle sert ? Webinaire DSE les 22 et 26 mai	* 18/6 Qui peut recevoir une bourse sur 12 mois : https://www.etudiant.gouv.fr/fr/bourses-sur-criteres-sociaux-dates-et-periodes-de-versement-1376	16 au 19/6 2e Tour Logement	Fermeture du 31/7 au 13/8	"IZLY comment cela fonctionne" répondre / S'abonner / Job dating aux transports étudiant le en 20/09/2023
Instagram	Ouverture du dépôt de votre demande pour la phase principale : 2 mai à 10h ? * 18/09 Promotion Lokaviz La CVEC à quoi elle sert ? Webinaire DSE les 22 et 26 mai	* 18/6 Qui peut recevoir une bourse sur 12 mois : https://www.etudiant.gouv.fr/fr/bourses-sur-criteres-sociaux-dates-et-periodes-de-versement-1376	16 au 19/6 2e Tour Logement	Fermeture du 31/7 au 13/8	"IZLY comment cela fonctionne" répondre / S'abonner / Job dating aux transports étudiant le en 20/09/2023

Ensuite, il est important de bien rédiger les publications et de les programmer au bon moment sur les réseaux sociaux. En effet, le but est d'attirer et d'inciter les étudiant(e)s à participer aux divers événements et activités proposés par le Crous. Pour réaliser cela, nous utilisons comme outils Meta Business Suite (pour les réseaux sociaux Facebook et Instagram) et Tweetdeck (pour Twitter).

L'analyse des résultats à l'aide de KPIs tels que le taux d'engagement, le nombre de mentions "j'aime", les partages et les commentaires, permet d'évaluer l'efficacité des actions de communication et d'ajuster la stratégie en conséquence. La veille sur les tendances pertinentes permet de rester au courant des sujets d'intérêt pour les étudiants.

Succès, bonnes pratiques et axes d'amélioration :

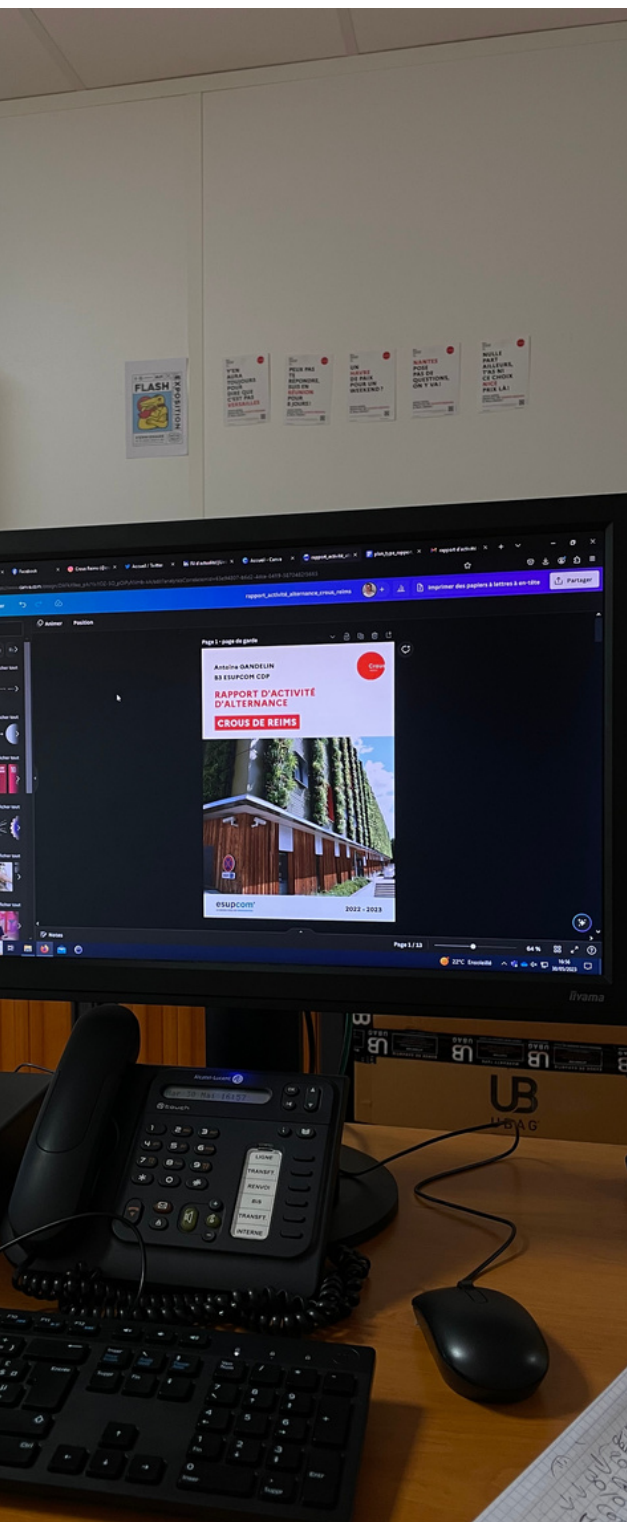
Parmi les bonnes pratiques qui contribuent au succès de cette mission, on peut citer :

- **Engagement actif** : répondre de manière proactive aux commentaires, aux messages privés et aux mentions sur les réseaux sociaux. Cela montre aux étudiants que leur opinion compte et favorise l'engagement de la communauté.
- **Contenu varié et attractif** : proposer une diversité de contenus, tels que des conseils, des témoignages, des jeux-concours ou des vidéos, pour maintenir l'intérêt et l'engagement des étudiants.
- **Utilisation des KPIs** : analyser régulièrement les KPIs pour mesurer l'impact des actions de communication et ajuster la stratégie en fonction des résultats.

Quant aux axes d'amélioration, il serait utile de réaliser des sondages, des questionnaires ou des enquêtes de satisfaction pour recueillir les avis des étudiants sur les contenus et les initiatives proposés. De plus, il est important de rester à l'affût des évolutions technologiques et des nouvelles tendances en matière de réseaux sociaux, afin de s'adapter aux changements et d'explorer de nouvelles opportunités de communication.



2. CRÉATION DE SUPPORTS VISUELS PAPIER ET DIGITAUX



Identification de la problématique :

La création de supports visuels papier et digitaux est une mission essentielle au Crous de Reims, car elle permet de communiquer efficacement avec la communauté étudiante et de promouvoir les services, les événements et les informations pertinentes. La problématique réside dans la nécessité de concevoir des supports visuels informatifs, attractifs en cohérence avec l'image de marque du Crous, afin d'attirer l'attention des étudiant(e)s et de susciter leur intérêt.

Analyse et recherche de solutions :

La démarche mise en œuvre diffère selon le format et le type de support visuel choisi.

Pour la création de supports visuels papier, il est nécessaire de déterminer les formats appropriés en fonction des lieux de diffusion, tels que les universités, les restaurants universitaires et les résidences. Il faut également sélectionner les visuels, les images et les couleurs qui correspondent à la charte graphique du Crous. La rédaction de contenu doit être concise, claire et percutante, en mettant en avant les informations essentielles.

En ce qui concerne les supports visuels digitaux, il est important de s'adapter aux contraintes spécifiques de chaque plateforme, en créant des visuels adaptés aux dimensions et aux formats recommandés tout en gardant la même création graphique.

Pour réaliser cela, j'utilisais des outils de conception graphique tels que Adobe Photoshop, InDesign ou Canva. Le CNOUS fournit également des supports de communication devant être diffusés par le réseau.



Succès, bonnes pratiques et axes d'amélioration :

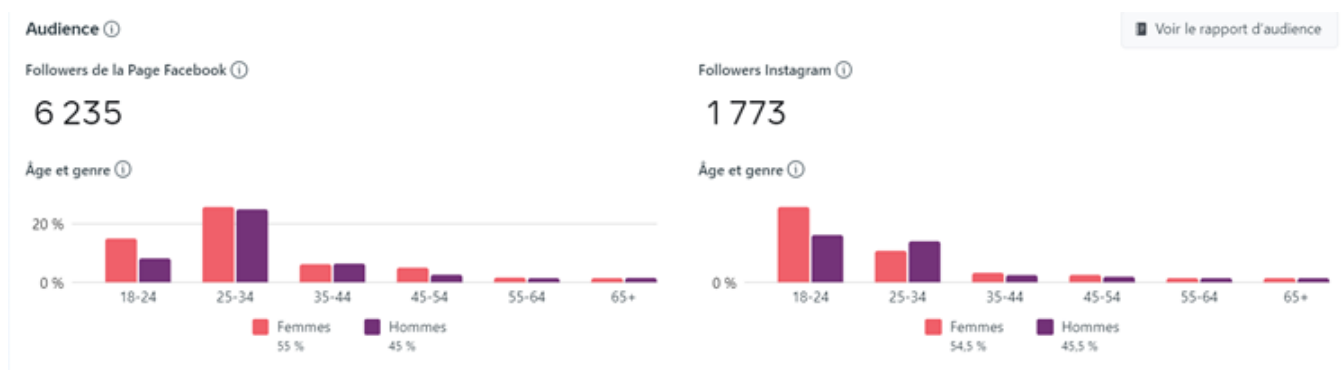
Parmi les bonnes pratiques qui contribuent au succès de la création de supports visuels papier et digitaux, on peut citer :

- **Cohérence visuelle** : maintenir une identité visuelle cohérente sur tous les supports, en utilisant des couleurs, des polices et des éléments graphiques alignés avec la charte graphique du Crous. Cela renforce la reconnaissance de la marque et permet aux étudiant(e)s de l'identifier plus facilement.
- **Hiérarchisation de l'information** : organiser l'information de manière claire et hiérarchisée, en mettant en évidence les éléments les plus importants. Utiliser des titres, des sous-titres et des puces pour faciliter la lecture et la compréhension rapide des informations.
- **Utilisation d'images attrayantes** : les visuels doivent être accrocheurs et attirants pour capter l'attention des étudiants. Utiliser des images de qualité, pertinentes et en lien avec le contenu, afin de susciter l'intérêt et l'engagement.
- **Adaptation aux supports digitaux** : créer des visuels spécifiquement adaptés aux différents réseaux sociaux, en respectant les contraintes de taille et de format. Utiliser des images de résolution élevée pour éviter toute dégradation de la qualité sur les écrans.

En ce qui concerne les axes d'amélioration, il est important de prendre en compte les retours des étudiants et d'évaluer l'efficacité des supports visuels en termes d'impact et de conversion. Les KPIs, tels que le nombre d'abonnés, le taux de clics, le nombre de likes et le taux d'impressions peuvent être analysés pour mesurer l'efficacité des différents supports. Les commentaires et les retours des étudiant(e)s peuvent également fournir des indications précieuses pour améliorer la pertinence et l'attrait des visuels.

De plus, il est essentiel de rester à jour avec les nouvelles tendances en matière de design et d'innovations technologiques pour créer des supports visuels modernes et percutants. L'expérimentation avec de nouveaux formats, telles que les vidéos courtes (TikTok, Reels Instagram...) est également envisagée pour diversifier les supports et captiver davantage l'attention des étudiant(e)s.

Nombre de followers sur le compte Facebook et Instagram du Crous de Reims



Nombre de visites sur le compte Facebook et Instagram du Crous de Reims

Visites de la Page et du profil

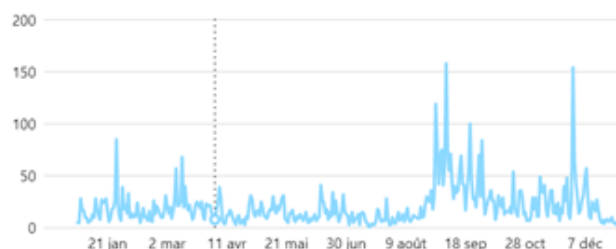
Visites sur la Page Facebook ①

6 713 ↓ 38



Visites du profil Instagram ①

7 529 ↑ 4.3



Nombre de likes sur le compte Facebook + nombre de nouveaux followers sur le compte Instagram du Crous de Reims

Nouvelles mentions J'aime de la Page Facebook ①

344 ↓ 34.4

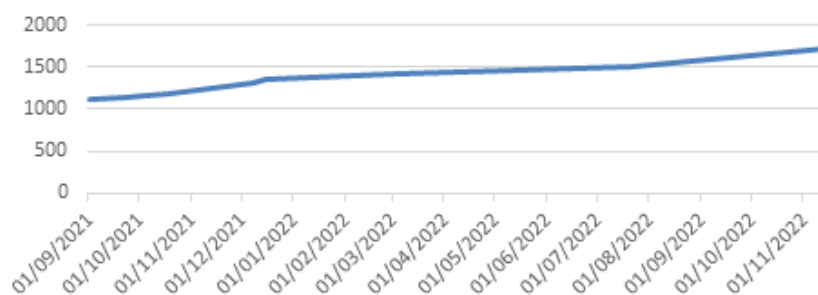


Nouveaux followers Instagram ①

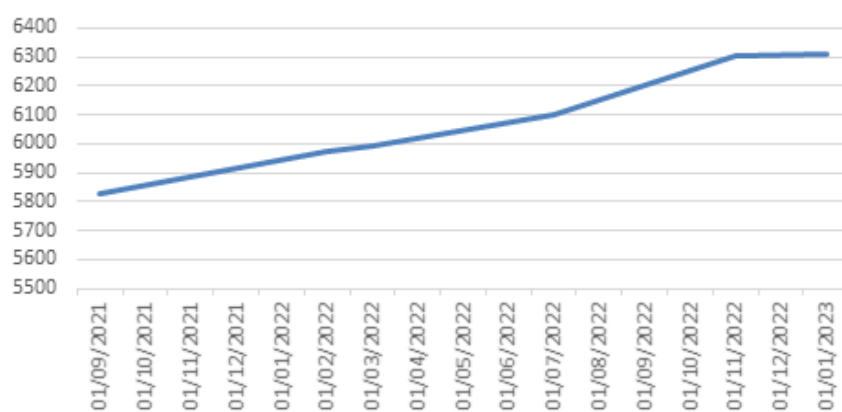
551-



Evolution nb abonnés Instagram Crous Reims

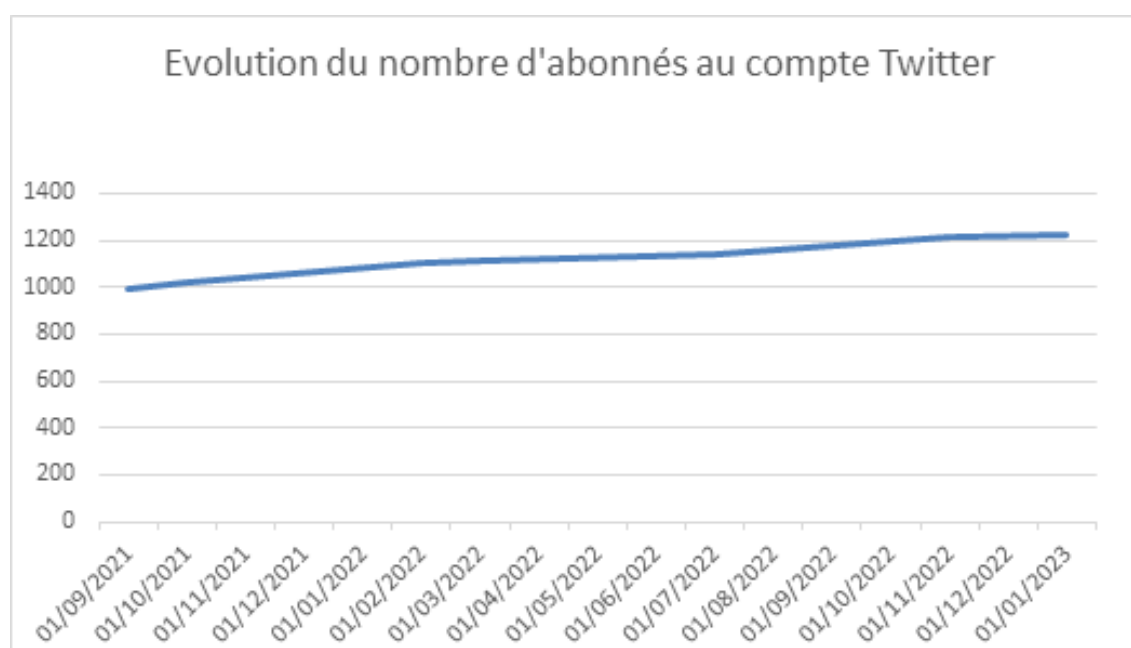
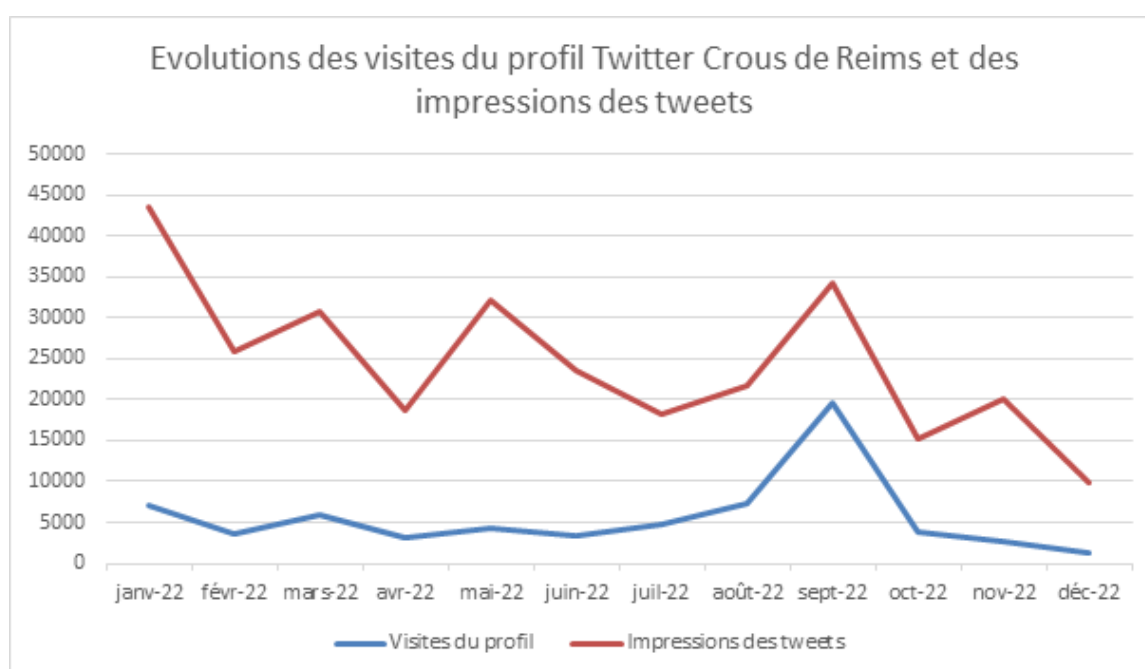


Evolution du nombre d'abonnés à la page Facebook



Différentes statistiques sur le compte Twitter du Crous de Reims

	Nombre de tweets	Visites du profil	Impressions des tweets	Mentions du Crous	Nouveaux abonnés
janv-22	67	7130	43 500	33	29
févr-22	37	3650	25 800	17	9
mars-22	80	5852	30 700	32	12
avr-22	48	3243	18 800	20	-1
mai-22	65	4293	32 100	20	1
juin-22	34	3469	23 600	5	7
juil-22	34	4666	18 200	25	8
août-22	19	7302	21 600	27	5
sept-22	63	19600	34 200	43	44
oct-22	44	3784	15 200	33	10
nov-22	46	2679	20 000	11	8
déc-22	27	1371	9 966	8	-1
Total	564	67039	293666	274	131



BILAN ET REcul SUR LES MISSIONS

Au cours de mon alternance en tant qu'assistant communication au Crous de Reims, j'ai été amené à réaliser différentes missions, notamment du community management, de la création de supports visuels papier et digitaux, de la gestion de site internet, de l'e-mailing, du SMS Marketing ainsi que de la gestion d'affichages dynamiques. Ces missions ont joué un rôle important dans la communication et la promotion des services du Crous auprès de la communauté étudiante. Voici un bilan et un recul global sur ces différentes missions...

Le **community management** a été essentiel pour maintenir une présence active et engager la communauté étudiante sur les réseaux sociaux. Grâce à cette mission, j'ai pu développer un regard critique sur les pratiques de communication en ligne et l'importance de créer du contenu pertinent et attrayant pour susciter l'intérêt et l'engagement des étudiants. J'ai appris à analyser les tendances et les attentes des étudiants sur les réseaux sociaux, ainsi qu'à utiliser les KPIs pour évaluer l'efficacité de nos actions. Cette expérience m'a permis de développer mes compétences en communication digitale et de comprendre l'importance d'une gestion active de la communauté.

En ce qui concerne la **création de supports visuels papier et digitaux**, j'ai pu acquérir des compétences en conception graphique et en communication visuelle. Avec l'aide de Madame DETHUNE, j'ai appris à identifier les besoins de communication, à hiérarchiser les informations et à créer des visuels attrayants et cohérents. Cette mission m'a permis de développer ma créativité, ma maîtrise des outils de conception et ma capacité à respecter les contraintes spécifiques des supports papier et digitaux. J'ai également appris à travailler en collaboration avec d'autres services (Vie étudiante, Service social, etc.) pour répondre à leurs besoins en matière de supports visuels.

En ce qui concerne la **gestion du site internet du Crous de Reims**, j'ai acquis des compétences en rédaction d'articles, en ajout d'événements et en gestion de contenu. J'ai pu approfondir mes connaissances au niveau du CMS (système de gestion de contenu) Wordpress pour mettre à jour le site et rédiger des contenus pertinents et adaptés aux besoins des utilisateurs. Avec mon BTS SIO, j'ai pu également aider ma tutrice à l'aide de mes connaissances et mes compétences en informatique. Cette mission m'a permis de comprendre l'importance de la navigation intuitive, de l'accessibilité et de l'optimisation du référencement (SEO) pour améliorer l'expérience utilisateur.

L'e-mailing a été une mission clé pour communiquer avec les étudiant(e)s en résidence de manière ciblée et personnalisée. Avec le logiciel Powow, j'ai appris à concevoir des campagnes d'e-mailing efficaces, à gérer des listes / bases de données et à analyser les résultats pour améliorer la performance des campagnes. J'ai également développé des compétences en rédaction persuasive et en adaptant le message en fonction du sujet.



Enfin, la **gestion des affichages dynamiques** a été une mission intéressante pour diffuser des informations importantes dans les différents espaces dédiés aux étudiant(e)s. J'ai appris à créer des visuels attractifs et à gérer leur diffusion sur les écrans. Cette mission m'a permis de comprendre l'importance de la communication visuelle dans les différents lieux (restaurants universitaires, résidences, etc.).

En conclusion, les différentes missions que j'ai réalisées en tant qu'assistant communication au Crous de Reims m'ont permis de développer des compétences clés en communication digitale, en création visuelle, en gestion de contenu et en marketing direct. J'ai pu prendre du recul sur l'importance de chaque mission dans la communication globale de l'entreprise et sur les pratiques à mettre en place pour atteindre les objectifs fixés. Cette alternance m'a également apporté des apports personnels significatifs, en me permettant de renforcer mes compétences, d'affiner mon projet professionnel et de développer ma polyvalence dans le domaine de la communication.

CONCLUSION

Pour conclure ce rapport d'activité, mon expérience au Crous de Reims fut enrichissante à la fois sur le plan professionnel et personnel.

J'ai été pleinement intégré dans les différentes activités de communication de l'entreprise. J'ai eu l'opportunité de participer à des projets concrets et d'apporter ma contribution au développement de la visibilité du Crous auprès de la communauté étudiante.

J'ai pu mettre en pratique mes connaissances théoriques en communication et marketing, et les enrichir grâce à l'expérience sur le terrain. J'ai également pu collaborer avec d'autres départements de l'entreprise, ce qui m'a permis de mieux comprendre le fonctionnement global de l'organisation.

Outre les compétences techniques acquises, mon alternance au Crous de Reims m'a également permis de développer des compétences relationnelles et de renforcer ma capacité à travailler en équipe. J'ai appris à collaborer efficacement avec mes collègues et à m'adapter à un environnement professionnel dynamique.

Cette expérience m'a également enseigné l'importance de la rigueur, de la gestion du temps et de la communication claire dans la réalisation de projets.

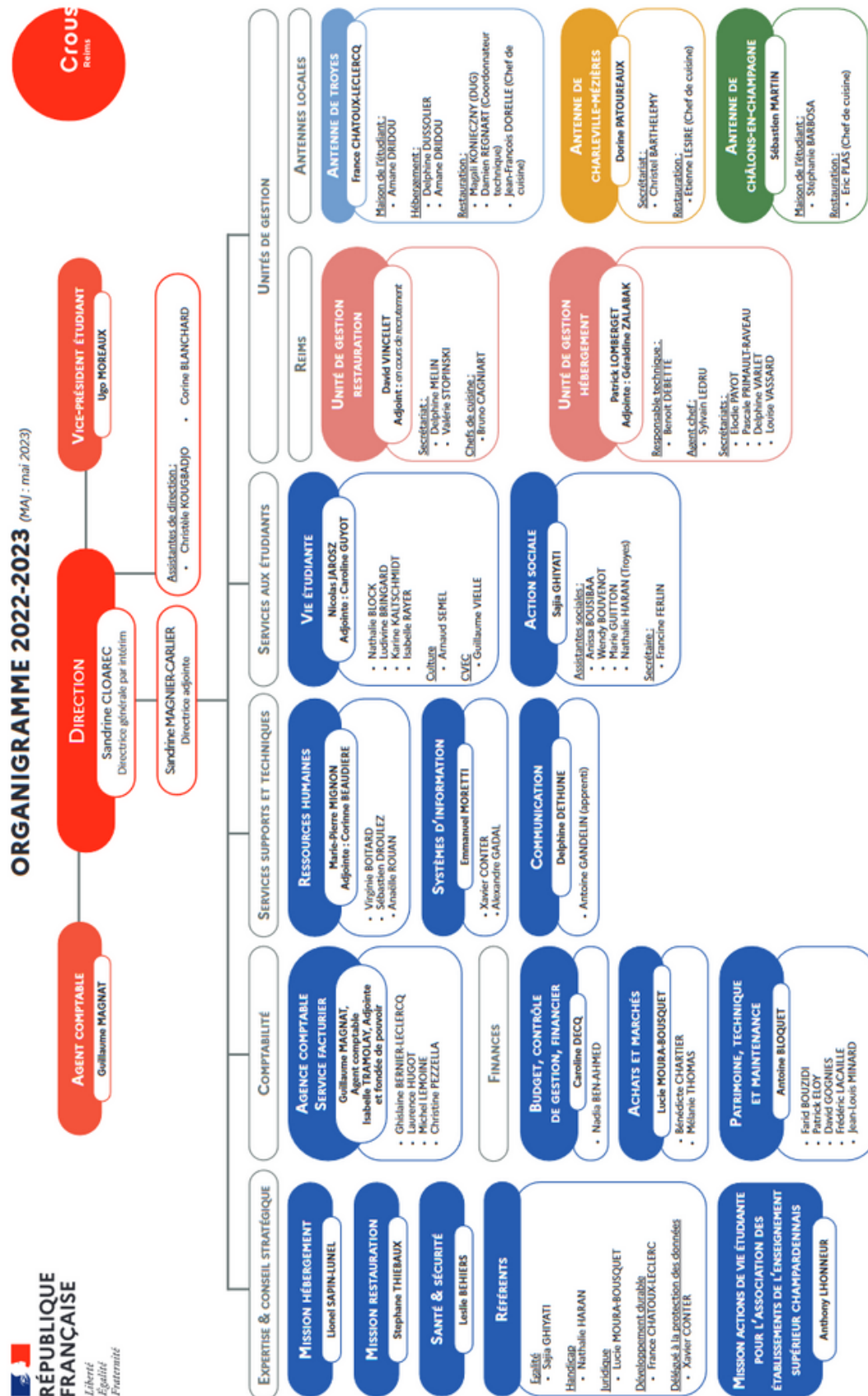
En résumé, mon alternance au Crous de Reims a été une expérience positive et formatrice. J'ai eu la chance d'intégrer une équipe professionnelle et bienveillante, qui m'a permis de m'épanouir et de développer mes compétences.

Cette expérience a consolidé mon intérêt pour les domaines de la communication et du marketing, et a renforcé ma détermination à poursuivre dans ce secteur en intégrant le master "Communication numérique" de l'Université Catholique de Lille à la rentrée prochaine.

Je suis reconnaissant envers l'entreprise pour cette opportunité et je suis convaincu que les compétences acquises pendant mon alternance me seront précieuses pour ma future carrière professionnelle.

ANNEXES

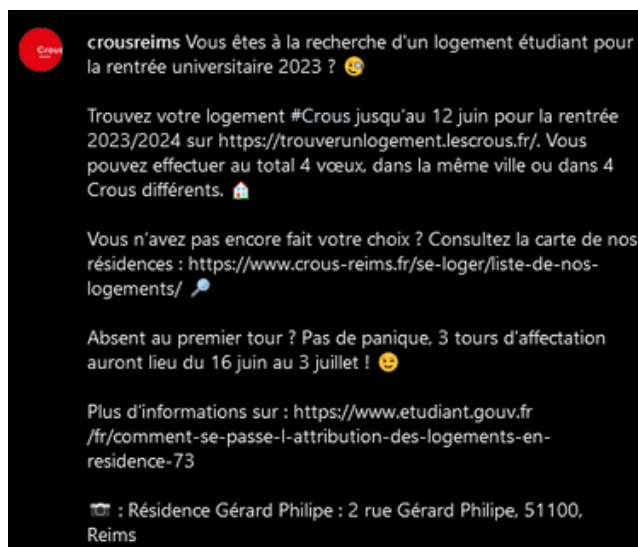
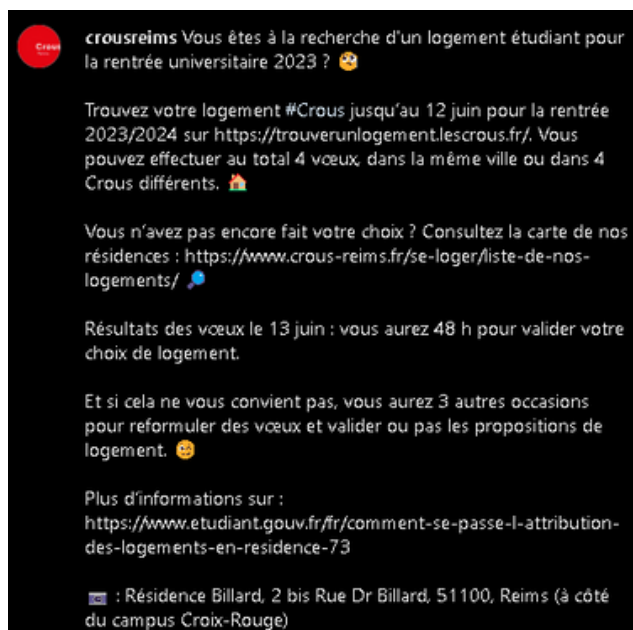
ORGANIGRAMME - CROUS DE REIMS



ANNEXES

EXEMPLE DE MES RÉALISATIONS

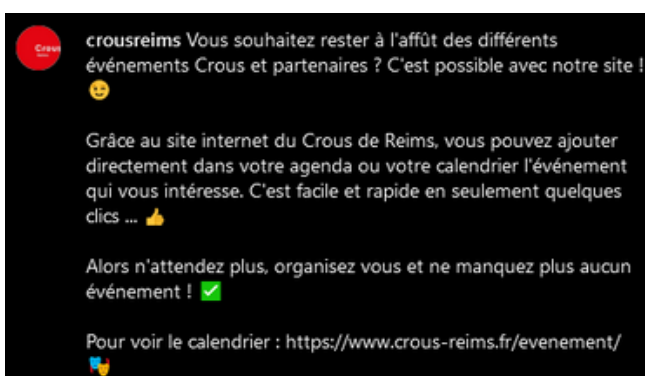
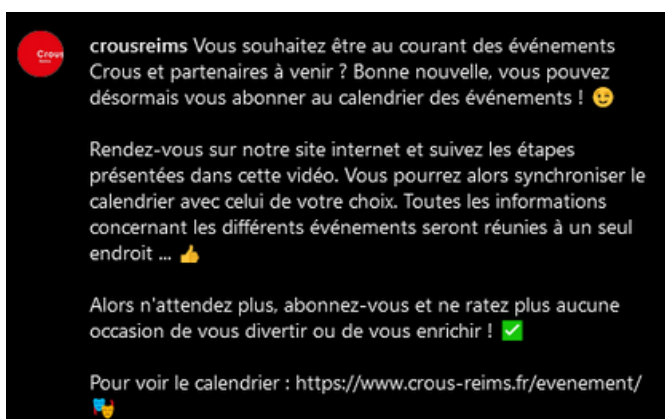
VISUELS RÉALISÉS DANS LE CADRE DE LA CAMPAGNE POUR LES TOURS LOGEMENTS



ANNEXES

EXEMPLE DE MES RÉALISATIONS

MOCKUPS VIDÉOS POUR LA PROMOTION DU SITE INTERNET (AGENDA, ÉVÉNEMENTS, ETC.)



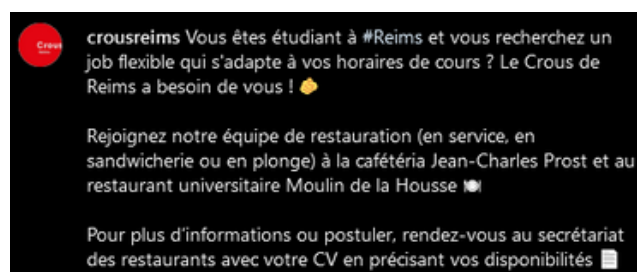
ANNEXES

EXEMPLE DE MES RÉALISATIONS

VISUEL POUR ANNONCER LA FERMETURE
DE NOS RESTOS U'



VISUEL POUR LA CAMPAGNE DE
RECRUTEMENT EN RESTAURATION



ANNEXES

EXEMPLE DE MES RÉALISATIONS

VISUELS POUR PROMOUVOIR LES DIFFÉRENTES ACTIVITÉS ORGANISÉS PAR LE CROUS DE REIMS (EXEMPLE ICI À CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE).



 crousreims Étudiant(e)s de @chalonsagglo, venez vous défier lors de notre soirée futsal le jeudi 13 avril chez ADN Sports pour seulement 2 € par personne (boissons offertes) ! ⚽

🕒 19h30 - 22h30
📍 25 rue du Général Jansen, Châlons-en-Champagne
👥 Équipes de 5 joueurs (possibilité de s'inscrire seul ou à plusieurs)

Inscriptions à la maison de l'étudiant de #Chalons (places limitées) : 13 rue St Dominique.

 crousreims Étudiant(e)s de @chalonsagglo, venez passer une bonne soirée le vendredi 24 mars à Châlons Bowling !

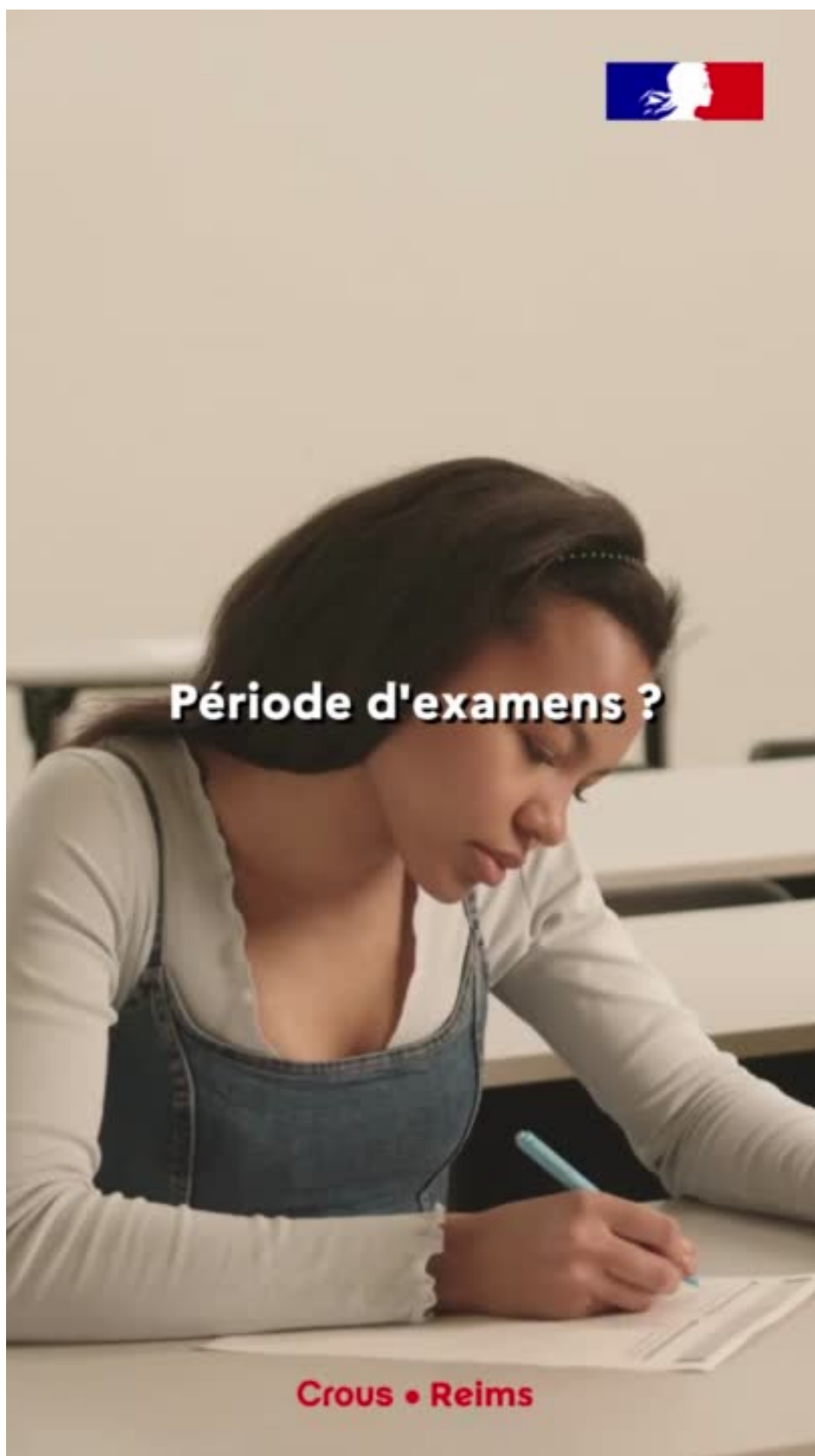
Pour seulement 5 €, profitez du bowling et du laser game en illimités toute la soirée (avec boissons sans alcool à volonté) 🎳

🕒 A partir de 20h
📍 Rue Michel Renard, Châlons-en-Champagne

Inscriptions à la maison de l'étudiant de #Chalons (places limitées)

ANNEXES

VIDÉO TIKTOK RÉALISÉE POUR PROMOUVOIR LE SERVICE SOCIAL



Consulter la vidéo : www.tiktok.com/@crousdereims

ANNEXES

AFFICHE RÉALISÉE POUR LE SERVICE SOCIAL



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE
*Liberté
Égalité
Fraternité*



BESOIN D'UNE AIDE PSYCHOLOGIQUE ?

Prenez RDV avec nos psychologues, présentes à Reims et Troyes, sur mesrdv.etudiant.gouv.fr : gratuit et confidentiel.

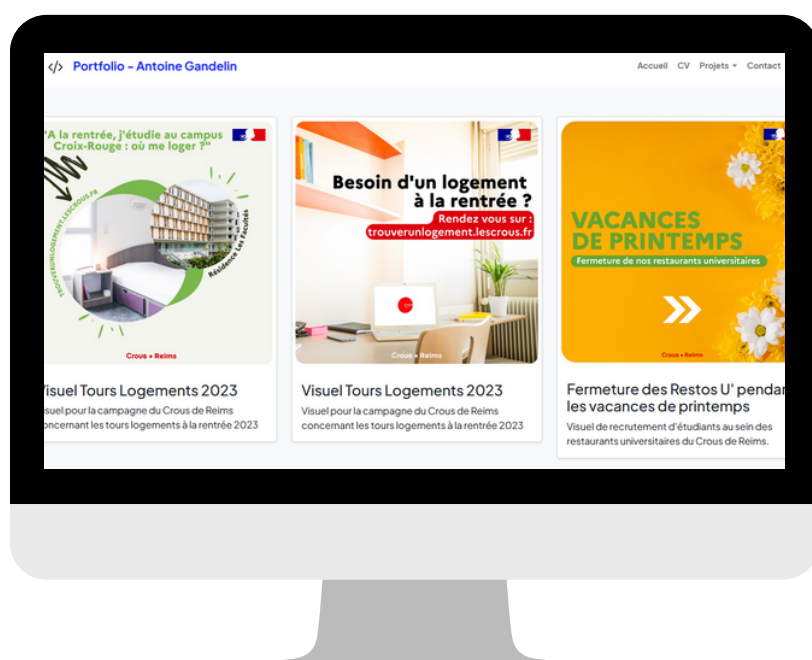
Une urgence ? Contactez notre service social : service-social.reims@crous-reims.fr

    crous-reims.fr

ANNEXES

EXEMPLE DE MES RÉALISATIONS

Tous les visuels sont disponibles sur mon portfolio à l'adresse suivante :
antoinegandelin.github.io/portfolio



ANNEXES

COMPTE LINKEDIN

