



SHANY MRANI

Entreprenante, réceptive, créative

INFORMATIONS



25 ans



06.46.19.32.81



shanybm@hotmail.fr



09 rue Henri Loyer, Lille - 59000



www.linkedin.com/in/shany-mrani/

LANGUES

Espagnol > Courant

Anglais > Intermédiaire

Arabe > Parlé

COMPÉTENCES

Stratégie, Veille, Réseaux sociaux, Maquettage, Gestion de projet, Rédaction, Photographie, Montage vidéo

LOGICIELS

Suite Adobe, Sketch Pack Office, Wordpress, Google Analytics, Mailchimp, Feedly, Trello, Slack

CENTRES D'INTÉRÊT



Chili, Pérou, Bolivie,
Brésil, Portugal, Allemagne,
Italie, Grèce, Espagne,
Belgique, Pays-Bas...

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

Chargée de projet e-marketing *(alternance)*

Plüm Energie *(start-up - énergie verte)* - 2017/2018

- Création de campagnes d'acquisition (Facebook Ads, Google Display)
- SEO, Contenu rédactionnel Own Media (Blog, FAQ)
- Community management (Facebook, Twitter)
- Gestion de partenariats Blogueurs

Chargée de communication *(stage)*

Avekapeti *(start-up- food tech)*- 04 /06, 2017

- Community management
- Événementiel

Rédactrice web *(freelance)*

Wildbee *(agence)* - 2016

- Newsletters Agence

Chargée de projet en communication *(stage)*

Efficity *(agence immobilière en ligne)* - 07/ 08, 2015

- Réalisation et Montage de vidéos promotionnelles
- Événementiel
- Graphisme (roll-up, flyers, plaquettes)
- Community management

Graphiste *(freelance)*

Avekapeti *(start-up - food tech)* - 2015

- Plaquette Présentation Pitch

FORMATION

Master 2 Création et Communication digitale

Iscom, Lille - 2019/2020

Master 1 Communication et stratégie des marques

Supdepub, Paris - 2017 /2018 **(*2)**

Licence Information - Communication, mineure espagnol

Sorbonne Nouvelle, Paris - 2016 /2017

Échange universitaire Chili

Instituto de arte Arcos, (6 mois) - 2016

DUT Communication des organisations

IUT Bordeaux Montaigne, Bordeaux - 2014/2016 **(*1)**

Baccalauréat STMG spécialité Marketing

Lycée Toulouse Lautrec, Toulouse, Mention bien - 2014

(*1) Mémoire : Comment le marketing sensoriel influe-t-il sur l'image de la marque ?

(*2) Mémoire : Dans quelle mesure du storytelling dans une stratégie de brand content est-il adapté à une start-up ?