Relation client

ECB1005-NMKN_

Domaine : **Sciences économiques et de gestion** Grade académique : **Bachelier en marketing - Namur**
Niveau de certification : **6** Cycle : **Premier Cycle** Année académique : **2026-2027** (Q2)

CRÉDITS ECTS	VOLUME HORAIRE
6	**72 h**

PRÉREQUIS	CO-REQUIS
Aucun	*Aucun*

IMPLANTATION	DIRECTEUR DE DÉPARTEMENT DU DOMAINE	RESPONSABLE DE L'UE	ENSEIGNANTS INTERVENANTS
Département économique de Namur	Sylvie Delwiche	Sylvie DELWICHE	Sylvie DELWICHE Michel D'URSO Hugues GLATIGNY

PROGRAMME D'ÉTUDES

Programme	Bloc	Caractère
IE-Marketing	1	Obligatoire

Partie 1 Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme et acquis d'apprentissage spécifiques (AAS) sanctionnés par l'évaluation

CONTEXTUALISATION

Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs tant en interne qu'en externe

• Négocier avec les différents acteurs

• Présenter, par écrit et oralement, les résultats du diagnostic stratégique et les recommandations

• Orienter la communication en fonction des publics cibles

Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing

• Choisir, utiliser et développer les outils et techniques adéquats pour le marketing direct, la vente et le merchandising

Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique

• Identifier et actualiser les indicateurs pertinents de suivi des marchés

S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission

• Structurer et mettre en œuvre des actions de communication

• Réaliser les différentes opérations d'aménagement du lieu de vente et de présentation des produits

ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES (AAS)

AMKN1005A Vente et marketing relationnel

Acquis d'apprentissage 1 : Maîtriser les concepts, les méthodes et les outils de la vente et du marketing relationnel

Définir avec précision les concepts, expliquer les méthodes et outils, et les reconnaître dans des situations concrètes et inédites.

Acquis d'apprentissage 2 : Préparer et mener un entretien de vente

À partir d'un cas documenté, préparer puis mener un entretien de vente simulé, à l'aide d'un support adapté, en respectant les étapes de la vente et en adaptant son argumentation aux besoins et aux réactions de l'interlocuteur.

AMKN1005B Marketing des réseaux sociaux

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de :

• Analyser la présence d'une organisation sur les réseaux sociaux afin d'identifier ses forces, ses faiblesses et ses opportunités.

• Concevoir une stratégie sur les réseaux sociaux adaptée à des cibles et à des objectifs SMART, en sélectionnant les plateformes, les messages et les formats pertinents.

• Créer des contenus adaptés aux spécificités des plateformes et aux mécanismes de visibilité, en mobilisant de manière critique et responsable les outils d'intelligence artificielle.

• Sélectionner et analyser des indicateurs de performance pertinents afin d'évaluer les résultats et de proposer des pistes d'optimisation.

• Identifier les principaux concepts liés au ciblage publicitaire payant et les différents niveaux d'influence afin d'en comprendre les usages et les spécificités.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Document annexe à la fiche UE accessible via un lien explicitant en quoi le programme d'études s'inscrit dans une politique de développement durable. Une ou plusieurs UE spécifique(s) pourraient être ciblée(s) dans cette annexe.

Partie 2 Description de l'unité d'enseignement

OBJECTIFS

Cette unité d'enseignement apprend à établir et à entretenir la relation avec le client, dans l'entretien de vente comme dans la présence en ligne de l'organisation.

CONTENU

AMKN1005A Vente et marketing relationnel

Volet A : Concepts, méthodes et outils de la vente et du marketing relationnel

• Comprendre la vente et le métier de vendeur

• Préparer et conduire l'entretien de vente

• Maîtriser les fondamentaux de la communication commerciale

• Développer et pérenniser la relation client

Volet B : Pratique de l'entretien de vente (ateliers)

• Préparer et structurer l'entretien de vente.

• Vaincre les objections du client.

• Conclure et sécuriser l'accord.

AMKN1005B Marketing des réseaux sociaux

• Introduction aux réseaux sociaux et briefing du travail pratique

• Réaliser un diagnostic, définir ses cibles et fixer ses objectifs

• Comprendre les plateformes, les algorithmes et les mécanismes de visibilité

• Concevoir une stratégie éditoriale performante et utiliser l'IA sans uniformiser les contenus

• Mesurer, analyser et optimiser les performances sur les réseaux sociaux

• Créer des campagnes payantes et développer une stratégie d'influence

SOURCES ET RÉFÉRENCES

AMKN1005A Vente et marketing relationnel

Les sources et références complémentaires sont citées dans les supports de cours.

AMKN1005B Marketing des réseaux sociaux

Les sources et références complémentaires sont citées dans les supports de cours.

SUPPORTS DE COURS

Activité d'apprentissage	Support
AMKN1005A — Vente et marketing relationnel	Titulaire(s) : DELWICHE Sylvie, GLATIGNY Hugues Tous les supports indispensables sont mis à disposition sur l'espace Moodle du cours : • Diaporamas projetés en cours, • Fiches de révision reprenant les concepts, méthodes et outils, • Consignes des activités asynchrones et des ateliers de pratique.
AMKN1005B — Marketing des réseaux sociaux	Titulaire(s) : D'URSO Michel Diaporamas projetés durant les séances de cours.

Partie 3 Méthodologie mise en œuvre et éventuel découpage de l'UE

DESCRIPTION DES ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE (AA) AU REGARD DE LEUR STATUT

Activité d'apprentissage	Heures	Langue d'enseignement	Langue d'évaluation
AMKN1005A — Vente et marketing relationnel	48 h	Français	Français
AMKN1005B — Marketing des réseaux sociaux	24 h	Français	Français

MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT ET D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

AMKN1005A — Vente et marketing relationnel	Titulaire(s) : DELWICHE Sylvie, GLATIGNY Hugues Le cours est organisé en deux volets complémentaires, chacun confié à un enseignant. • Séances en auditoire (grands groupes, 2h/semaine) : Présentation des concepts, outils et méthodes, illustrés par des exemples concrets. • Ateliers de pratique (3 séances de 4h en groupes-classes) : Application des concepts, outils et méthodes à travers des exercices et des mises en situation. Chaque atelier nécessite une préparation préalable selon les consignes de l'enseignant. • Travail asynchrone (environ 1h/semaine) : activités à réaliser en autonomie, selon les consignes de l'enseignant, en préparation ou en prolongement des séances. • Travail personnel (environ 2 à 3h/semaine) : mise au net des notes, vérification de sa compréhension, synthèse et assimilation de la matière.
AMKN1005B — Marketing des réseaux sociaux	Titulaire(s) : D'URSO Michel Séances théoriques avec de nombreuses illustrations/études de cas et séances pratiques.

DÉTERMINATION DE LA COHÉRENCE PÉDAGOGIQUE EN CAS DE REGROUPEMENT D'AA FAISANT L'OBJET D'UNE ÉVALUATION DISTINCTE

Les deux activités portent sur la relation au client, l'une dans le face-à-face commercial, l'autre dans l'échange en ligne. L'étudiant apprend à conduire cette relation quel qu'en soit le canal, même si chacune est évaluée séparément.

Partie 4 Évaluation de l'unité d'enseignement

STRUCTURE DU DISPOSITIF GÉNÉRAL D'ÉVALUATION (EN LIEN AVEC LE PROGRAMME D'ÉTUDES)

Évaluation intégrée : non.

MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DE LA NOTE FINALE DE L'UE

• Vente et marketing relationnel : 66,7

• Marketing des réseaux sociaux : 33,3

LA PONDÉRATION DE L'ÉVALUATION DE L'UE À DES FINS DE DÉLIBÉRATION LORS DU CALCUL DE LA MOYENNE

Au sein du programme d'études, lors du calcul de la moyenne, la pondération de l'évaluation de l'unité d'enseignement est effectuée sur base des crédits affectés à cette unité d'enseignement et évalués

MODALITÉS D'ÉVALUATION PAR ACTIVITÉ D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Modalités d'évaluation
AMKN1005A — Vente et marketing relationnel	• **Septembre-Janvier :** sans objet • **Février-Juin :** Examens — Examen écrit : 50 % ; Autres — 1) Entretien de vente (oral, en duo, cote individualisée) : 30 % 2) Ateliers de pratique : participation active aux 3 ateliers (y compris la remise des préparations dans les délais) : 20 % • **Deuxième session :** Examens — Examen écrit : 60 % ; Autres — Entretien de vente (oral, individuel) : 40 % *Modalités concrètes : Les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard six semaines avant l'évaluation.*
AMKN1005B — Marketing des réseaux sociaux	• **Septembre-Janvier :** sans objet • **Février-Juin :** Travaux — Travail (groupe) : 100 % • **Deuxième session :** Travaux — Travail (individuel) : 100 % *Modalités concrètes : Les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard six semaines avant l'évaluation.*

MODALITÉS CONCRÈTES D'ÉVALUATION

Une mention sur la fiche informera les étudiants du fait que les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard 6 semaines avant l'évaluation.