



ACADEMIA cherche son/sa responsable développement B2B & marketing digital



Institut Eco-Conseil ASBL – Namur / Wallonie

Entrée en fonction souhaitée : 1er septembre 2026

Temps plein ou 4/5e – à discuter

Contrat : à préciser selon montage final

Bon. Soyons francs.

On ne cherche pas “un profil junior motivé prêt à relever de nouveaux défis dans une structure dynamique”.

On cherche quelqu’un qui sait ouvrir des portes. Des vraies. Pas seulement cliquer sur “se connecter” sur LinkedIn en ajoutant “au plaisir d’échanger”.

On cherche une personne qui connaît le monde de l’entreprise, qui comprend comment on vend une offre sérieuse sans vendre son âme, et qui a envie de mettre ses compétences commerciales au service d’un projet qui ne consiste pas à pousser un énième logiciel RH, une formation PowerPoint sur le leadership inspirant ou une solution miracle en 12 slides.

Nous, c’est **ACADEMIA**, un projet porté par l’**Institut Eco-Conseil**, association pionnière depuis plus de 35 ans dans la formation aux transitions socio-écologiques.

ACADEMIA rassemble des organisations expertes de terrain pour proposer aux entreprises, pouvoirs publics, associations et professionnel·les des formations concrètes sur le développement durable, la transition écologique, la gouvernance, l’économie circulaire, la biodiversité, l’adaptation, la responsabilité sociétale et tous ces sujets dont tout le monde parle mais que peu de gens savent vraiment mettre en œuvre.

Notre enjeu maintenant : passer un cap.

Nous devons mieux parler aux entreprises.

Mieux comprendre leurs besoins.

Mieux structurer notre offre.

Mieux vendre nos formations et accompagnements.

Mieux utiliser le digital, les outils CRM, l'IA, les données, les campagnes, les contenus.

Bref : arrêter d'espérer que les bonnes personnes nous trouvent par magie.

C'est là que vous entrez en scène.

Votre mission, en version courte

Faire rencontrer deux mondes qui se parlent encore trop peu :

les entreprises qui doivent sérieusement accélérer leur transition

et les associations de terrain qui savent former, accompagner et faire bouger les pratiques.

Votre rôle sera de développer le marché B2B d'ACADEMIA, de structurer une stratégie commerciale crédible et de renforcer notre visibilité digitale.

Dit autrement : vous serez un peu commercial·e, un peu stratège, un peu marketeur·euse digital·e, un peu éclaireur·euse, un peu traducteur·rice entre deux planètes.

Et, idéalement, pas allergique aux tableaux de bord.

Ce que vous allez faire

1. Ouvrir des portes dans le monde de l'entreprise

Vous identifiez les entreprises, fédérations, réseaux, PME, directions RH, responsables RSE, QHSE, innovation, formation ou développement durable qui devraient nous connaître.

Vous activez votre réseau, vous prospectez, vous obtenez des rendez-vous, vous écoutez les besoins, vous repérez les opportunités, vous transformez des conversations polies en collaborations concrètes.

Vous n'avez pas besoin d'aimer le mot "pipeline".

Mais il faudra quand même en construire un.

2. Transformer une offre riche en offre lisible

ACADEMIA dispose d'un réseau d'expertises solide, mais le monde n'a pas toujours le temps de lire 42 pages pour comprendre ce qu'on peut lui apporter.

Vous nous aidez à structurer des offres claires : parcours de formation, packs entreprises, modules courts, accompagnements sur mesure, offres sectorielles, propositions commerciales.

Vous savez faire la différence entre une offre "très complète" et une offre "compréhensible par une personne qui a 17 mails urgents et une réunion dans 8 minutes".

3. Mettre le digital au service du développement

Vous contribuez à professionnaliser notre approche digitale : LinkedIn, newsletter, CRM, automatisation, campagnes, pages web, SEO, webinaires, contenus ciblés.

Vous aimez les outils numériques, vous testez, vous comparez, vous automatisez ce qui peut l'être, sans transformer l'organisation en usine à gaz.

WordPress, CRM, emailing, analytics, IA générative, veille, segmentation : ces mots ne vous font pas fuir. Certains vous amusent peut-être même. C'est bon signe.

4. Utiliser l'IA intelligemment

Nous ne cherchons pas quelqu'un qui "fait joujou avec ChatGPT".

Nous cherchons quelqu'un qui voit comment l'IA peut aider à prospecter, analyser un marché, produire des contenus, suivre des signaux faibles, préparer des offres, structurer une base de contacts, améliorer l'expérience client.

Pas pour remplacer l'humain.

Pour éviter que l'humain passe ses journées à copier-coller des colonnes Excel en perdant progressivement foi en l'humanité.

5. Garder le cap sur nos valeurs

Nous voulons développer des revenus. Oui.

Nous voulons parler aux entreprises. Oui.

Nous voulons vendre mieux. Clairement.

Mais nous ne voulons pas devenir une machine à verdir des plaquettes commerciales.

Nous cherchons quelqu'un qui comprend que la transition socio-écologique n'est ni un décor, ni un argument marketing, ni un supplément d'âme à coller sur une offre standard.

Il faudra donc savoir vendre, mais aussi savoir dire non.

Et ça, c'est une vraie compétence commerciale.

Le profil que nous cherchons vraiment

Les diplômes nous intéressent moins que votre capacité à produire des résultats dans le bon esprit.

Ce qui compte surtout :

- Vous avez un vrai carnet d'adresses dans le monde de l'entreprise, ou vous savez en créer un vite.
- Vous avez déjà développé des relations B2B, vendu des services, des formations, du conseil ou des projets complexes.
- Vous comprenez les réalités des entreprises : budget, timing, priorités, contraintes, arbitrages, langage interne.
- Vous avez une bonne culture du marketing digital.
- Vous êtes à l'aise avec les outils numériques, les CRM, LinkedIn, les campagnes mail, le SEO, les contenus web et les outils d'IA.
- Vous savez transformer une idée intéressante mais floue en offre vendable.
- Vous êtes autonome, structuré-e, rapide, fiable.
- Vous aimez travailler avec des personnes engagées, parfois très expertes, parfois très occupées, parfois les deux.
- Vous avez une vraie sensibilité aux enjeux écologiques, sociaux et démocratiques.
- Vous n'avez pas besoin qu'on vous explique pendant trois heures pourquoi ce projet compte.

Seront de sérieux atouts :

- Une expérience dans la formation, le conseil, la RSE, la durabilité, l'économie sociale, l'innovation ou l'accompagnement d'organisations.
- Une bonne connaissance du tissu économique wallon.
- Une expérience de développement commercial dans une petite structure où il faut autant penser qu'agir.
- Une capacité à écrire correctement, clairement, sans transformer chaque phrase en "solution innovante à haute valeur ajoutée pour répondre aux enjeux de demain".

Ce que nous offrons

Un poste stratégique, avec beaucoup d'autonomie.

Une équipe engagée, compétente, bienveillante, parfois un peu débordée, mais rarement cynique.

Un projet qui vise à renforcer les compétences des organisations pour les transitions, en s'appuyant sur un réseau d'acteurs de terrain.

La possibilité de contribuer à la structuration d'un modèle économique plus robuste pour le secteur associatif environnemental.

Un bureau à Namur, proche de la gare, avec possibilité de télétravail partiel.

Une rémunération à préciser selon le cadre contractuel, l'expérience et le temps de travail. Echelle barémique (CP 329.02 : Echelon 4.2)

Et surtout : un rôle où le commercial n'est pas "le mal nécessaire", mais une fonction stratégique pour que des expertises utiles trouvent enfin les bons publics.

Ce poste n'est probablement pas pour vous si...

- Vous cherchez un job très cadré, avec une fiche de route détaillée jusqu'en décembre 2028.
- Vous pensez que vendre, c'est envoyer trois mails et attendre.
- Vous aimez les valeurs... tant qu'elles ne gênent pas le chiffre.
- Vous voulez "faire du durable" parce que c'est porteur, mais sans trop creuser.
- Vous détestez les petites structures, les zones grises, les prototypes et les décisions à prendre avec 70 % d'information disponible.

Ce poste est peut-être pour vous si...

- Vous connaissez des gens dans les entreprises et vous savez leur parler.
- Vous avez envie de mettre vos compétences commerciales au service d'un projet qui a du fond.
- Vous aimez construire, tester, ajuster, recommencer.
- Vous êtes capable d'être à la fois stratégique et très opérationnel·le.
- Vous savez que la transition ne se fera pas seulement avec des convictions, mais aussi avec des offres claires, des rendez-vous pris, des contrats signés et des formations remplies.

Calendrier

Nous sommes le 22 juin.

Nous souhaitons que la personne puisse démarrer le **1er septembre 2026**.

Autrement dit : nous n'avons pas six mois pour nous demander si "responsable développement" est vraiment le bon intitulé.

Calendrier proposé :

- Candidatures attendues pour le **15 juillet 2026**
- Premiers échanges entre le **16 et le 24 juillet**
- Entretiens finaux fin juillet / début août
- Décision rapide
- Entrée en fonction souhaitée : **1er septembre 2026**

Comment postuler ?

Envoyez-nous :

1. Votre CV ou votre profil LinkedIn.
2. Un court message qui répond à ces trois questions :
 - Dans quel réseau d'entreprises pouvez-vous nous ouvrir des portes ?
 - Quelle serait votre première action concrète pour développer ACADEMIA ?
 - Pourquoi ce projet vous intéresse vraiment ?

Pas besoin d'une lettre de motivation de trois pages commençant par "Depuis toujours, je suis passionné·e par le développement durable".

Écrivez-nous simplement, clairement, franchement.

Candidature à envoyer à : formation@eco-conseil.be

Objet : **Candidature – Développement B2B ACADEMIA**

Institut Eco-Conseil ASBL

Namur – www.eco-conseil.be