Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BP Éducateur Canin, veuillez visiter :
bpeducateurcanin.fr/annales-sujets-et-corriges

BREVET PROFESSIONNEL

ÉDUCATEUR CANIN

SESSION 2026

UC3 : ASSURER LE FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE, CAPACITÉ C3.2 : COMMUNIQUER SUR L'ENTREPRISE ET SES ACTIVITÉS

oefficient : Aucun coefficient national applicable à la capacité C3.2 Durée : 2 heure

Documents DT 1 à DT 3 et documents-réponses DR 1 et DR 2 fournis avec le sujet. Aucun document personnel ou accès à Internet n'est autorisé.

Composition de l'épreuve	Support
PARTIE 1 : Analyse de l'entreprise, de la clientèle et du cadre de communication (5 points)	Dossier Questionnement
PARTIE 2 : Choix des canaux et analyse des résultats de communication (5 points)	Dossier Questionnement
PARTIE 3 : Construction et préparation des publications (5 points)	Dossier Questionnement
PARTIE 4 : Prévention des risques et suivi de la communication (5 points)	Dossier Questionnement
DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES (DT 1, DT 2, DT 3)	Fourni avec le sujet
DOCUMENTS RÉPONSES (DR 1, DR 2) : À RENDRE AVEC LA COPIE	Fin de sujet

Calculatrice simple autorisée pour les calculs demandés dans le présent sujet.

Ce sujet comporte 10 pages numérotées de 1/10 à 10/10.
Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

LES DOCUMENTS RÉPONSES SITUÉS EN FIN DE DOSSIER SONT À COMPLÉTER ET À RENDRE OBLIGATOIREMENT AVEC LA COPIE.

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CAHIER DES CHARGES : ÉDUC'PATTES, ENTREPRISE INDIVIDUELLE D'ÉDUCATION CANINE, SITUÉE À ANGERS (MAINE-ET-LOIRE)

Cadre de l'évaluation : le BP Éducateur canin est organisé en unités capitalisables. Le référentiel rattache la communication sur l'entreprise et ses activités à la capacité C3.2 de l'UC3. Les indications de durée et de matériel figurant ici cadrent cette situation d'évaluation et ne constituent pas une durée ou un coefficient national de sous-épreuve écrite autonome.

Vous intervenez comme assistant chargé de la communication d'Éduc'Pattes. L'entreprise propose des séances individuelles d'éducation canine et des ateliers collectifs de socialisation. La responsable souhaite développer les demandes de première consultation dans le secteur d'Angers, tout en présentant une approche fondée sur l'observation du chien, la progression et l'accompagnement du propriétaire.

Votre travail consiste à analyser les informations fournies, choisir des messages et des canaux adaptés, préparer des contenus cohérents avec l'identité de l'entreprise et proposer une organisation de publication et de suivi. Toutes les données nécessaires figurent dans le sujet et les documents techniques.

Le barème est de 20 points. La qualité de l'expression, la lisibilité et la cohérence professionnelle des propositions sont prises en compte dans les questions de production.

PARTIE 1 : Analyse de l'entreprise, de la clientèle et du cadre de communication (5 points)

Identifier le positionnement et adapter les messages

À partir des DT 1 et DT 3, établissez les éléments essentiels à prendre en compte avant la réalisation de la campagne de communication.

Repères sur l'offre et la cible

Élément	Donnée disponible
Zone de clientèle	Angers et communes situées dans un rayon de 20 km
Clientèle prioritaire	Propriétaires de chiens de moins de 2 ans rencontrant des difficultés dans les apprentissages du quotidien
Prestation à promouvoir	Première consultation individuelle de 45 min : 45 €
Élément distinctif	Observation du binôme, objectifs définis avec le propriétaire, exercices progressifs et bilan écrit après la séance
Objectif de campagne	Obtenir au moins 8 demandes de première consultation en 4 semaines

Données communiquées par la responsable d'Éduc'Pattes.

1.1 (1 point) Formulez en une phrase le positionnement d'Éduc'Pattes destiné à la clientèle prioritaire. Faites apparaître le public visé et au moins un élément distinctif de l'entreprise.

1.2 (2 points) Relevez deux informations ou formulations à vérifier avant leur publication afin de ne pas induire le public en erreur ou de présenter une compétence que l'entreprise ne revendique pas. Pour chacune, indiquez une formulation plus adaptée ou une précaution à prendre, en vous appuyant sur le DT 3.

1.3 (2 points) Complétez le DR 1 en précisant les besoins de la clientèle, le message principal à communiquer et le canal le plus adapté à chacun des deux objectifs proposés. Justifiez brièvement vos choix à partir des informations du dossier.

PARTIE 2 : Choix des canaux et analyse des résultats de communication (5 points)

Exploiter des données de campagne et répartir un budget

La campagne test publiée le mois précédent a généré les résultats consignés au DT 2. Utilisez les définitions et les données fournies. Arrondissez les taux au dixième de pour cent et les coûts au centime d'euro lorsque nécessaire.

Résultats de la campagne test

Indicateur	Valeur
Impressions de la publication	3 600
Personnes ayant cliqué sur le lien de prise de contact	144
Demandes reçues	18
Premières consultations réservées	9
Dépense publicitaire associée	72 €

Période : 4 semaines. Montants hors temps de travail de la responsable.

2.1 (2 points) Calculez le taux de clics sur impressions, le taux de demandes par clic et le coût moyen par demande. Présentez les formules, les applications numériques et les résultats. Utilisez respectivement : $taux\ de\ clics = \frac{clics}{impressions} \times 100$, $taux\ de\ demandes = \frac{demandes}{clics} \times 100$ et $coût\ par\ demande = \frac{dépense}{demandes}$.

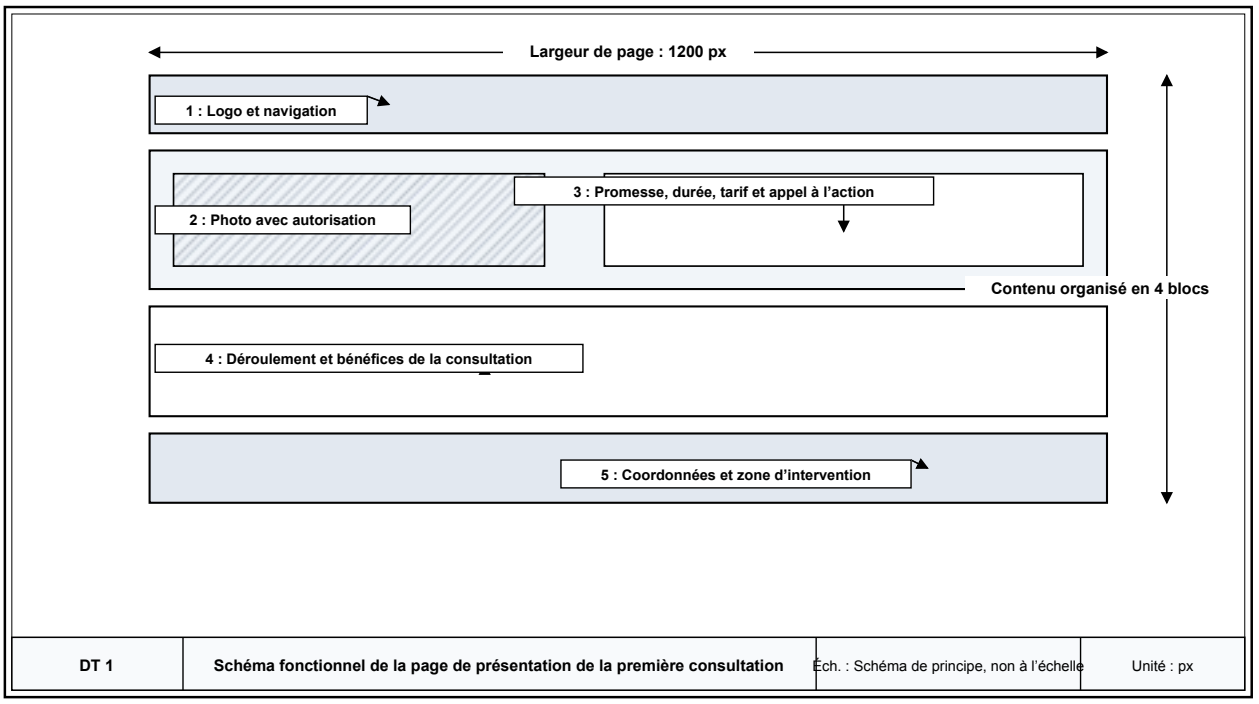
2.2 (1,5 point) Le budget total disponible pour les 4 prochaines semaines est de 180 €. La responsable fixe la répartition suivante : 50 % pour la publicité numérique, 30 % pour l'impression de supports papier et 20 % en réserve. Calculez le montant affecté à chacun de ces trois postes et vérifiez que la somme correspond au budget disponible. Inscrivez vos résultats dans le DR 1.

2.3 (1,5 point) Proposez deux canaux complémentaires pour atteindre la clientèle prioritaire, dont un canal numérique. Pour chaque canal, indiquez un contenu concret et expliquez en quoi il est adapté à la cible ou à l'objectif de campagne. Vous pouvez vous appuyer sur les canaux et les caractéristiques fournis au DT 2.

PARTIE 3 : Construction et préparation des publications (5 points)

Réaliser des contenus clairs, attractifs et cohérents avec l'entreprise

Vous préparez une publication pour le compte professionnel d'Éduc'Pattes et une page de présentation de la première consultation. Respectez les éléments d'identité et les recommandations de mise en page du DT 1 et du DT 3.



3.1 (2 points) Rédigez le texte d'une publication de réseau social, de 60 à 90 mots, destinée aux propriétaires de chiens de moins de 2 ans. Le texte doit présenter la première consultation, son tarif et sa durée, mettre en avant un élément distinctif d'Éduc'Pattes et comporter un appel à l'action. N'employez aucune promesse de résultat garanti.

3.2 (1,5 point) À partir du schéma du DT 1, indiquez dans le DR 2 l'ordre de présentation des informations sur la page. Pour chaque bloc, précisez l'information à y placer et sa fonction pour le visiteur.

3.3 (1,5 point) Décrivez deux vérifications à effectuer avant la publication de votre contenu, dont une portant sur la lisibilité ou la cohérence graphique et une portant sur la qualité technique du support numérique. Indiquez le résultat attendu pour chaque vérification.

PARTIE 4 : Prévention des risques et suivi de la communication (5 points)

Publier de façon responsable et améliorer la communication

Une communication commerciale professionnelle doit rester fidèle aux prestations proposées, protéger les personnes concernées et permettre à l'entreprise d'évaluer les effets de ses publications. Appuyez-vous sur les règles de conduite consignées au DT 3.

Situations à traiter

Situation	Information disponible
Photo d'un client et de son chien	Le client n'a pas encore donné son accord pour la publication.
Commentaire public insatisfait	Le commentaire cite le prénom du client et décrit une difficulté rencontrée avec son chien.
Bilan mensuel	L'entreprise veut comparer les demandes reçues aux publications diffusées.

Chaque situation appelle une réponse professionnelle adaptée.

4.1 (2 points) Pour chacune des deux premières situations du tableau, indiquez la conduite à tenir avant ou après publication. Votre réponse doit prendre en compte l'autorisation de la personne, la confidentialité et la protection des informations personnelles.

4.2 (1,5 point) Proposez une réponse professionnelle, brève et respectueuse au commentaire insatisfait. Elle ne doit pas révéler d'informations sur le client ni discuter publiquement de détails relatifs au chien. Indiquez ensuite un moyen adapté de poursuivre l'échange.

4.3 (1,5 point) Choisissez deux indicateurs permettant d'évaluer la campagne au regard de l'objectif de 8 demandes en 4 semaines. Définissez chacun d'eux et indiquez à quelle fréquence la responsable devrait les relever.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

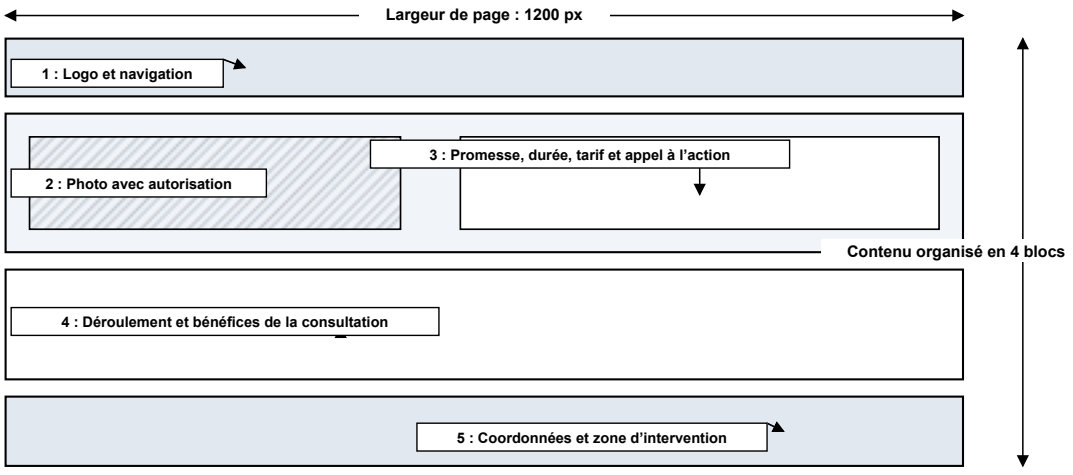
DT 1 : IDENTITÉ DE L'ENTREPRISE, OFFRE ET STRUCTURE DE LA PAGE DE PRÉSENTATION

Entreprise : Éduc'Pattes, entreprise individuelle située à Angers. Zone d'intervention : Angers et communes situées dans un rayon de 20 km.

Identité de communication : ton accueillant, précis et non culpabilisant. Le nom « Éduc'Pattes » est utilisé de manière constante. Palette de référence : vert foncé, crème et gris. Les textes doivent rester lisibles sur écran. Une photographie ne peut être utilisée que si l'entreprise dispose de l'autorisation nécessaire de la personne identifiable.

Offre à présenter : première consultation individuelle de 45 minutes au tarif de 45 €. Elle comprend un échange avec le propriétaire, l'observation du binôme, la définition d'objectifs de travail et des premières pistes d'exercices. Un bilan écrit est transmis après la séance. La consultation n'est pas une consultation vétérinaire.

Organisation recommandée de la page : identifier l'entreprise, présenter la prestation et son tarif, expliquer son déroulement et ses bénéfices, puis rendre visibles les coordonnées, la zone d'intervention et l'action à effectuer pour prendre contact.



DT 1	Schéma fonctionnel de la page de présentation de la première consultation	Éch. : Schéma de principe, non à l'échelle	Unité : px

DT 2 : CANAUX DE COMMUNICATION, DONNÉES DE CAMPAGNE ET BUDGET

Canaux disponibles : site internet de l'entreprise, page professionnelle sur un réseau social, échanges en ligne avec les personnes intéressées et supports papier distribués dans des commerces partenaires. La responsable peut consacrer environ 3 heures par semaine à la création et au suivi des contenus.

Résultats de la campagne test : en 4 semaines, la publication a enregistré 3 600 impressions, 144 clics sur le lien de prise de contact, 18 demandes, puis 9 premières consultations réservées. La dépense publicitaire attribuable à cette publication est de 72 €.

Définitions à utiliser : $taux\ de\ clics = \frac{clics}{impressions} \times 100$; $taux\ de\ demandes = \frac{demandes}{clics} \times 100$; $coût\ par\ demande = \frac{dépense\ publicitaire}{nombre\ de\ demandes}$.

Budget de la prochaine campagne : 180 € au total pour 4 semaines. Répartition fixée par la responsable : 50 % en publicité numérique, 30 % en impression de supports papier et 20 % en réserve. L'objectif de résultat est d'obtenir au moins 8 demandes de première consultation au cours de la période.

Canaux et usages possibles

Canal	Usage conseillé dans le dossier
Site internet	Présenter l'offre, le tarif, le déroulement et les coordonnées de façon durable.
Réseau social professionnel	Diffuser des contenus courts, des informations pratiques et un lien vers la prise de contact.
Échanges en ligne	Répondre à une demande initiale et orienter vers un échange individuel.
Support papier chez un partenaire	Rendre l'offre visible auprès d'une clientèle locale fréquentant le lieu partenaire.

Données de travail fournies par l'entreprise.

Données chiffrées de la campagne test

Indicateur	Valeur
Impressions	3 600
Clics sur le lien	144
Demandes	18
Consultations réservées	9
Dépense publicitaire	72 €

Période de référence : 4 semaines.

DT 3 : REPÈRES DE PUBLICATION RESPONSABLE ET PROTECTION DES PERSONNES

Les règles suivantes sont les consignes professionnelles communiquées pour cette situation. Elles ne constituent pas un extrait exhaustif de textes réglementaires.

- Décrire les prestations réellement proposées, leurs conditions et leur tarif de façon claire et vérifiable.
- Ne pas garantir un résultat comportemental et ne pas présenter l'entreprise comme fournissant des soins vétérinaires ou un diagnostic médical.

- Ne pas publier de photographie permettant d'identifier un client sans avoir obtenu son accord préalable pour cette utilisation.
- Éviter de publier des coordonnées ou des informations personnelles concernant un client dans un contenu ou une réponse publique.
- En cas de réclamation publique, répondre avec courtoisie, ne pas exposer les détails de la situation et proposer un échange par un canal privé.
- Avant publication, vérifier l'orthographe, la lisibilité sur téléphone, la cohérence avec l'identité d'Éduc'Pattes, l'exactitude du tarif et le fonctionnement du lien de contact.
- Ne pas inventer de témoignage ou d'avis et ne pas modifier un avis de manière à en changer le sens.

Pour le suivi, distinguer les indicateurs de visibilité, les interactions et les résultats commerciaux. Comparer les mêmes périodes et conserver les données nécessaires au suivi de campagne sans diffuser d'informations identifiantes sur les clients.

Contrôles avant publication

Domaine	Contrôle attendu
Exactitude commerciale	Prestation, durée, tarif et coordonnées conformes aux informations validées.
Contenu et compétences	Aucune garantie de résultat ni confusion avec une activité vétérinaire.
Droits et confidentialité	Accord obtenu pour les personnes identifiables ; aucune donnée client exposée.
Qualité numérique	Texte lisible sur téléphone et lien de contact fonctionnel.
Identité	Nom, ton et couleurs cohérents avec l'identité de l'entreprise.

Liste de contrôle interne d'Éduc'Pattes.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Analyse de la cible, choix des messages et répartition du budget

À RENDRE AVEC LA COPIE

Complétez les cases marquées « ... ». Pour les questions de justification, rédigez une réponse brève dans la dernière colonne.

Cible, objectif, message et canal

Objectif de communication	Besoin ou attente de la cible	Message principal à communiquer	Canal adapté	Justification
Présenter la première consultation	.....	.....	.....	.....
Obtenir des demandes de première consultation en 4 semaines	.....	.....	.....	.....

Répartition du budget de campagne

Poste	Part du budget	Calcul	Montant en euros
Publicité numérique	50 %	.....	.....
Impression de supports papier	30 %	.....	.....
Réserve	20 %	.....	.....
Total	100 %	.....	.....

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 2 : Organisation des informations sur la page de présentation **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez le tableau en suivant la progression proposée par le schéma du DT 1. Indiquez l'information à intégrer dans chaque bloc et la fonction de ce bloc pour le visiteur.

Plan de contenu de la page

Ordre du bloc	Emplacement ou fonction indiqué au DT 1	Information à intégrer	Fonction pour le visiteur
1	Logo et navigation	.....	.....
2	Photo avec autorisation	.....	.....
3	Promesse, durée, tarif et appel à l'action	.....	.....
4	Déroulement et bénéfices	.....	.....
5	Coordonnées et zone d'intervention	.....	.....

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.