

VOTRE MICROLEAD



MICROLEAD

BIENVENUE A L'ATELIER ANNUEL DU MICROLEAD, 2017 !

En 2016, les partenaires de l'UNCDF MicroLead (MLE) ont progressé en élargissant de l'accès au financement aux nouvelles clients. Nous avons tiré des leçons importantes à partager.

Notre objectif dans ce document est d'encourager des échanges.

Merci de tous vos efforts !

Photo (top) courtoisie de Sinapi Aba et Opportunity International.



CONSORTIUM ALAFIA ET CPEC – BENIN

Tirer avantage des collecteurs « Susu »

Au Bénin, la Coopérative pour la Promotion de l'Épargne et du Crédit (CPEC) a décidé de créer sa propre équipe d'encaisseurs Susu. « Susu », qui signifie « petit-petit, » est l'une des plus anciennes méthodes en Afrique de l'Ouest utilisée par gens pour économiser de façon informelle de petits montants d'argent. Ces encaisseurs Susu privés, ou "tontiniers," vont de porte-à-porte, en collectant de l'épargne quotidienne principalement des populations à revenu faible.

La CPEC a commencé son expérience il y a deux ans, en intégrant des encaisseurs de style Susu dans l'équipe CPEC, et le modèle d'affaires semble fonctionner. "Il nous a fallu un an de négociation avec des encaisseurs Susu informels avant de déterminer un modèle d'affaires qui fonctionne », dit Téléphore Afouda, Directeur Marketing de la CPEC. « Il est important de passer du temps à identifier les besoins des encaisseurs Susu et les risques et les opportunités que vous pouvez partager avec eux. Seulement ainsi, vous pouvez proposer un modèle d'affaires solide ".

Depuis Octobre 2016, les encaisseurs Susu de la CPEC travaillent avec 9.607 clients, qui ont ouvert plus de 26.000 comptes. Les clients ouvrent des comptes multiples à fin d'épargner pour des objectifs différents. Par exemple, un client peut avoir un compte d'épargne-études en plus d'un compte d'épargne générale.

ALIDÉ ET FREEDOM FROM HUNGER – BENIN

Lier les groupes d'épargne avec des institutions financières

Au Bénin, l'IMF et partenaire MicroLead ALIDÉ, soutenu par le PST Freedom From Hunger, expérimente l'équilibre Investissements / Rendement pour lier des groupes d'épargne. Quel est le strict minimum que les prestataires de services financiers (PSFs) doivent investir pour créer et maintenir un lien réussi ? Et en particulier, les groupes d'épargne ont-ils *besoin* d'éducation financière formelle pour réussir ? Ou une campagne médiatique expliquant le processus peut être suffisante ?

L'expérience a commencé en Janvier 2016. Les groupes d'épargne dans les communautés ciblées reçoivent sept séances d'éducation financière offertes par l'intermédiaire des agents par téléphone avant d'ouvrir un compte. Le contenu de l'éducation financière a été développé et basé sur l'étude de marché de Alidé. Un contenu a été également développé pour la campagne médiatique. Des négociations sont actuellement en cours pour diffuser ce contenu via des stations de radio locales couvrant deux des trois communautés ciblées par le projet. Les résultats ne seront pas disponibles jusqu'à la fin de 2017.

Alidé a récemment changé sa stratégie SFN. Au lieu d'utiliser la plate-forme transactionnelle CARMES, ils ont décidé d'utiliser une solution mobile intégrée avec leur système bancaire central adopté récemment (MICROFINA). Le nouveau compte d'épargne collective sera distribué une fois que l'éducation financière est diffusée.

Photos (top and bottom) courtoisie de Freedom from Hunger (maintenant Grameen Foundation).



RCPB & FREEDOM FROM HUNGER – BURKINA FASO

RCPB est le plus ancien réseau de coopérative d'épargne et de crédit au Burkina Faso et l'un des plus anciens réseaux en Afrique. C'est également la plus grande institution de microfinance au Burkina Faso. Avec SOFIPE, il fait partie d'un projet innovant de liaison de groupe d'épargne (GE). Les deux PSFs déploient leurs propres employés pour superviser les "agents communautaires" directement responsables de la création des groupes et la mise en place des liens. Ceci est une approche novatrice par rapport à la méthode plus typique de compter sur une ONG partenaire externe, qui est en charge de créer et de relier des groupes d'épargne. Les liens sont soutenus par l'éducation financière.

RCPB utilise également des agents mobiles et des services financiers numériques, en utilisant sa propre plate-forme numérique, Intercaisse, une application développée initialement pour relier les bases de données de ses coopératives de crédit. Intercaisse a également la capacité de fournir des services d'argent mobile, de sorte que les groupes d'épargne peuvent avoir accès à leurs comptes où qu'ils soient. RCPB est actuellement en train de déployer son propre réseau d'agents équipés de téléphones cellulaires pour permettre aux groupes d'épargne de faire leurs transactions financières. La plupart des agents sont des agents itinérants, et tous sont la propriété de RCPB. Cependant, le RCPB s'attend à ce que certains agents d'argent mobile existants peuvent être intéressés à travailler avec l'institution. Dans ce cas, la conception du réseau d'agent doit d'abord être approuvé par le régulateur. RCPB est actuellement en discussion avec la banque centrale à cet égard, avec un accent sur la sécurité du réseau et des agents.



SOFIPE & FREEDOM FROM HUNGER – BURKINA FASO

La mission de SOFIPE est de promouvoir le financement des très petites et petites entreprises au Burkina Faso à travers une gamme de produits et services financiers et non-financiers innovants. Pour ce faire, SOFIPE utilise des services financiers numériques et un réseau existant d'agents mobiles. Le PSF a entré en partenariat avec AirTel, le plus grand opérateur de réseau mobile au Burkina Faso. AirTel a plus de quatre millions d'abonnés, et environ un tiers utilise sa solution d'argent mobile. SOFIPE et Freedom from Hunger travaillent maintenant à intégrer la plate-forme AirTel Money avec le SIG de SOFIPE.

Comme RCPB, SOFIPE a également lié des groupes d'épargne. Ces groupes étaient à 100% des femmes, cependant, SOFIPE a découvert une forte demande par les hommes aussi. Alors SOFIPE a allé de l'avant et à leurs frais (c.-à- en dehors du budget MicroLead) pour former des groupes composés d'hommes. Ils ont remarqué que là où ils ont été en cours de créer des groupes d'hommes, il était plus facile de recruter des groupes de femmes. La leçon : ne présumez pas que vous connaissez votre marché!

Photos courtoisie de Freedom from Hunger.



CRDB BANK, BURUNDI

CRDB Bank Burundi SA a débuté ses activités en 2012 et c'est une filiale de CRDB Bank Plc, l'un des principaux prestataires de services financiers en Tanzanie. Créé en 1996, CRDB Bank Plc est basée à Dar-Es-Salaam et cotée à la bourse Dar Es Salam DES (Dar Es Salam Stock Exchange).

CRDB mène des études de marché en recueillant des données provenant de travailleurs à faible revenu dans les emplacements ciblés. Les données sont ensuite segmentées par secteur, types d'entreprises, services offerts, paquets des facilités de crédit, etc. CRDB Bank a trouvé que les institutions commerciales locales offrent à peu près les mêmes services / produits. Toutefois, elles diffèrent dans les canaux. Ils ont également trouvé que la plupart des institutions offrent un service faible après l'acquisition de client ou de l'entreprise, en laissant une occasion pour CRDB de se différencier. CRDB se concentre donc sur les technologies conviviales, y compris les guichets automatiques et les services bancaires par téléphone mobile.

CEC, CAMEROUN

Établie au Cameroun en 1994, la Caisse d'Épargne et de Crédit du Cameroun (CCE) est une institution financière privée sous licence de droit camerounais. La CEC est organisée comme une coopérative avec dix branches et plus de 56.000 membres actifs et travaille dans tout le pays.

Grâce au programme MicroLead du FENU et au soutien des prestataires de services techniques BASIX et Pamiga, en Avril 2015, la CEC s'est lancée dans les services financiers numériques en utilisant un réseau d'agents exclusifs. Les agents sont en mesure d'offrir des ouvertures de compte en temps réel, des dépôts et des retraits à l'aide des smartphones. Basée sur le succès du projet pilote, la CEC a acheté 100 appareils TPE supplémentaires qu'elle déploie de manière progressive à travers son réseau d'agences. Le taux de croissance annuel composé des épargnants de l'institution a été de 115%. En 2016, la CEC a déployé son nouveau canal de distribution alternatif, en formant, équipant, et déployant 85 agents dans le domaine avec les smartphones et les imprimantes Bluetooth. L'utilisation d'agents a permis à la CEC de réduire de nombreux risques opérationnels, tels que la fraude, d'optimiser les coûts d'exploitation, et d'accroître la portée et le pourcentage des femmes servies. La CEC a également suivi en temps réel son réseau d'agents.

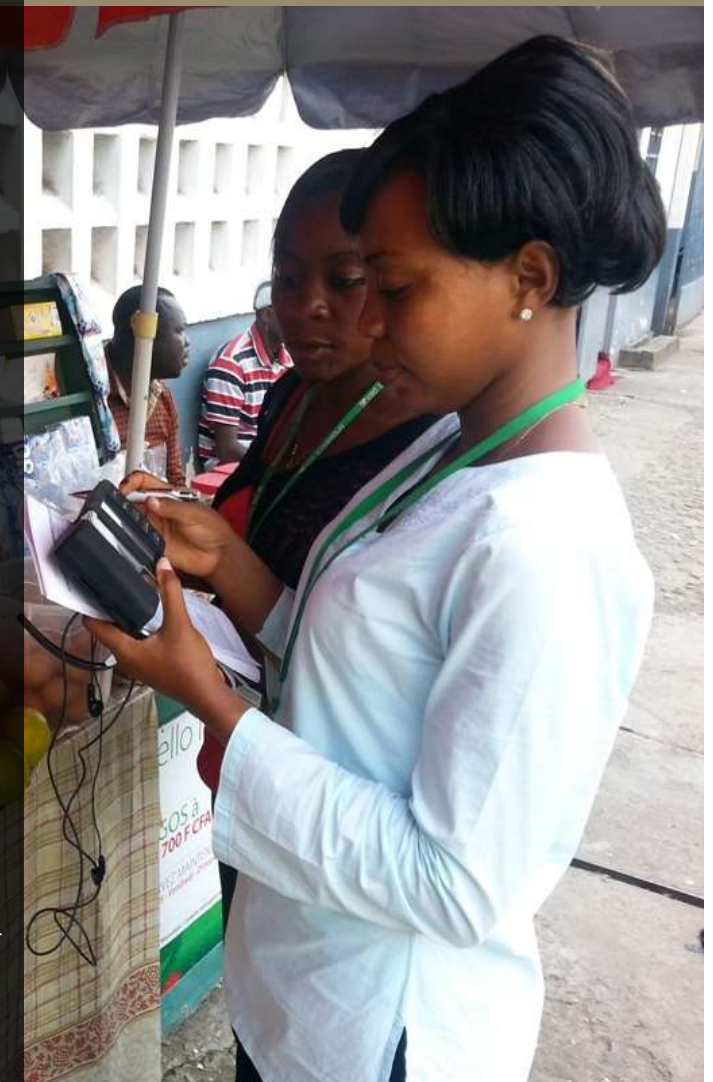
Le défi auquel le programme était confronté est celui de l'éducation financière, en particulier autour de la technologie utilisée. Maintenant, les agents sont en mesure d'affiner les préoccupations des clients et de répondre à ces préoccupations par des séances de Q & R, au cours desquelles ils éduquent les clients sur les avantages de la collecte numérique chez eux et les processus qu'elle implique.

A3C, CAMEROUN

Au Cameroun, l'A3C a reçu sa licence du ministère des Finances (MINFI) en 2007 pour faire de l'intermédiation financière. En Décembre 2016, 78 banques villageoises étaient membres de A3C, avec une portée totale combinée de 35,312 membres actifs, qui reçoivent des services financiers tels que les crédits (collectifs et individuels), l'épargne et la micro-assurance. La plupart des membres des banques villageoises travaillent dans l'agriculture, en particulier dans le secteur du cacao.

L'objectif global du projet était de faciliter l'accès aux services financiers d'épargne et de crédit pour la population mal desservie, qui a été exclue du secteur financier formel jusque-là, adaptés à leurs besoins et d'une manière durable.

Avec l'aide de BASIX et Pamiga à travers le programme MicroLead, les produits d'épargne existants de A3C ont été mis point. Les plus grands succès du projet sont l'informatisation et l'augmentation de 25% du taux de croissance annuel composé des épargnants volontaires, ainsi que le pourcentage d'augmentation des femmes clientes. Le projet a également permis à l'A3C de moderniser son SIG, et d'informatiser les données des membres.



UCCGN, CAMEROUN

Fondé en 2006, et autorisé en 2007 par le Ministère des finances, l'UCCGN opère dans deux régions du nord du Cameroun via 52 banques villageoises avec plus de 433 groupes. En Décembre 2016, la portée est de 30,216 membres actifs, qui reçoivent des services financiers, y compris les crédits (collectifs et individuels) et l'épargne. Grâce à MicroLead, UCCGN a élaboré un plan d'épargne spécial pour les femmes et a informatisé le SIG de leurs banques villageoises membres en Décembre 2014.

Malheureusement, la plupart des banques villageoises (27) ont cessé de fonctionner, en raison des actions de Boko Haram dans la "zone rouge" du Cameroun. Malgré cela, UCCGN a atteint un taux de croissance annuel composé de 21% parmi ses épargnants volontaires et a augmenté son pourcentage de femmes clientes.



BUUSAA GONOFAA & BASIX/PAMIGA, ETHIOPIE

Fondée en 1999 comme une institution financière non bancaire privée, Buusaa Gonofaa a démarré ses activités comme une IMF concentrée sur le crédit. Avec l'aide du projet MicroLead, Buusaa Gonofaa a commencé à s'intéresser activement aux clients d'épargne volontaire. Ils ont commencé cette transition en concentrant leurs ressources sur la compréhension de la conception du marché et des produits. Leurs PSTs, BASIX et PAMIGA, ont mené le personnel et les consultants dans une petite étude de marché pour comprendre les besoins des clients de Buusaa Gonofaa, la concurrence, et la préparation du personnel pour développer l'épargne volontaire. L'IMF a commencé à tester des nouveaux produits, couplés avec un test d'un système TPE pour rendre les services bancaires à domicile plus efficaces et durables.

"Lorsque nous avons lancé le TPE dans les branches pilotes, » a déclaré le directeur général Teshome Yohannes, « nous avons également poussé le personnel à augmenter la mobilisation des dépôts d'épargne, de sorte que quelques branches ont commencé à offrir la collecte à domicile. Elles l'ont juste fait. Cela était risqué, oui, mais nous avons mis une grande pression sur eux pour augmenter les volumes de dépôts, donc elles ont fait recours à la collecte à domicile. Le TPE a vraiment changé l'ensemble du jeu et tout le modèle d'affaires. »

« Je suis allé à chaque branche plusieurs fois juste pour comprendre ce que cette branche était en train de faire. Mais le personnel avait avancé assez bien, donc nous avons dû refaire nos devoirs et les suivre rapidement, demandant comment pouvons-nous apprendre de ce qu'ils font, le faire de manière plus systématique, et stratégiquement introduire l'épargne à domicile comme une option ? »

La collecte de dépôts à domicile fait encore l'objet d'ajustements en ajoutant une fonctionnalité où les clients sont invités à exprimer un objectif d'épargne auto-défini- pour les fêtes comme le jour du Pâques ou les célébrations de l'Eid, les frais de scolarité, pour l'achat des avoirs du ménage comme un réfrigérateur, pour l'expansion de leurs affaires, etc. Cette expression de l'objectif était un atout admirable pour motiver les clients à épargner en vue d'un objectif concret. En même temps, elle a également contribué à une croissance plus soutenue des soldes des dépôts, une situation gagnant-gagnant pour les clients et Buusaa Gonofaa.

WASASA & BASIX/PAMIGA, ETHIOPIE

Wasasa a été fondée comme une institution financière non bancaire privée, dans la région d'Oromia en Ethiopie et cible les ruraux pauvres. Avec l'aide de MicroLead et ses PSTs, BASIX et PAMIGA, Wasasa a élargi son épargne volontaire, avec la conception du produit en basée sur son étude marketing, en testant trois nouveaux produits : l'épargne sur livrets, dépôts à terme et les dépôts à terme planifié qui permettent aux clients d'épargner en versements périodiques.

Wasasa s'est concentrée sur la compréhension de ses clients à un niveau très détaillé - modèles de flux de trésorerie des clients, leurs besoins, et quelles sont les caractéristiques des produits d'épargne qui leur importaient.

« Les IMFs doivent identifier leur marché de niche et avoir des produits appropriés pour répondre à ses besoins », a déclaré Amsalu de Wasasa. « Les IMFs ont vraiment besoin de connaître leurs clients beaucoup mieux - leurs flux de trésorerie, leurs besoins de trésorerie, comment ils vont financer leurs besoins de trésorerie, quels types de programmes que les IMFs peuvent concevoir pour exploiter cela. »



FIDELITY BANK, GHANA

Fidelity Bank a travaillé avec CARE International pour lier les Associations Villageoises d'Épargne et de Crédit (AVEC), dans les trois régions du nord du Ghana et la région de Brong Ahafo, à la banque en utilisant une combinaison d'agents et de services bancaires mobiles. Les membres des AVECs sont désormais en mesure d'utiliser un téléphone mobile pour accéder à leurs comptes.

Les agents de Fidelity sont des prestataires tiers, travaillant à l'extérieur de la banque et mènent des transactions de dépôt/retrait pour les groupes d'épargne. Pour assurer que les clients obtiennent un service à la clientèle de qualité, Fidelity a un contrôleur d'agent de service, qui va sur le terrain pour surveiller les agents.

Pour concevoir leurs produits d'épargne visant les AVECs, CARE et Fidelity ont initialement développé les produits ensemble, en fonction de leur évaluation des liaisons des AVECs. Ils ont amélioré les comptes SMART existants de Fidelity, par exemple, en supprimant les frais pour les AVECs.

Cependant, il y avait des défis technologiques, avec le réseau, le logiciel et la plate-forme mobile. Enseignements acquis ? « Un seul » dit le chef de projet CARE Ghana, Noel da'Cruz, "vous devez tester vos produits dans des environnements différents pour s'assurer qu'ils puissent fonctionner partout. Par exemple, certains produits fonctionnent très bien dans les zones urbaines, mais pas dans les zones rurales. Une autre chose dont nous nous sommes rendus compte était qu'en raison des changements apportés aux frais et charges de transaction en faveur des AVECs pour les comptes d'épargne SMART, les commissions des agents ont été touchées. Cela a abouti à démotiver les agents parce qu'il réduit leurs bénéfices par transaction. Il est devenu un défi majeur. Nous avons donc décidé de rétablir certaines charges et reconcevoir les produits ".

Photo courtoisie de CARE.

GN BANK, GHANA

La GN Bank du Ghana est l'un des nouveaux membres de la famille MicroLead, en entrant en partenariat avec CARE International et MicroLead en 2016. « En raison de réseau et d'autres défis rencontrés par Fidelity Bank, il était évident que nous n'atteindrons pas nos objectifs uniquement par le biais de Fidelity Bank », explique Noel Da'Cruz de CARE Ghana. « Nous avons donc amené à bord des autres banques qui ont une plus grande visibilité dans nos secteurs opérationnels. »

Comme avec Fidelity Bank, CARE a travaillé avec GN Bank pour lier des groupes d'épargne. Les comptes des AVECs sont liés directement aux branches de GN Bank, bien que les groupes n'aillent pas aux branches. Au lieu de cela, les banquiers mobiles de GN utilisent le téléphone pour collecter des données de compte sur le terrain, et les transfèrent par la suite au siège social. Les banquiers mobiles sont des employés de GN, qui déposent dans leur branche chaque jour et agissent comme une interface entre les groupes d'épargne et le siège social.

GN Bank dispose d'un réseau d'agences large et profond, et c'est l'une des banques les plus visibles dans le pays. « Quand les gens voient les structures physiques de la banque », explique Noel, « ils développent une certaine confiance, plutôt que de voir des gens qui disent simplement qu'ils sont d'une banque à Accra. Donc, nous avons approché GN Bank, qui avaient déjà des banquiers mobiles à la recherche des clients pour leur propre compte, et nous avons proposé de les aider à les lier avec les AVECs. »

En raison de l'expérience précédente de CARE avec Fidelity, l'équipe a décidé de ne pas modifier les produits existants de GN Bank. « Nous avons examiné leurs produits d'épargne », dit Noel, « et ils étaient proches du modèle AVEC. Ils présentent aussi le taux d'intérêt le plus élevé sur le marché et une assurance-vie de 1.000 cedis ghanéens. » Cependant, contrairement au compte d'épargne typiques de GN Bank, les AVECs peuvent effectuer des retraits quatre fois gratuitement (deux fois pour les clients réguliers).

Photos courtoisie d'Opportunity International. Ci-dessous : Les clients de Sinapi Aba Savings & Loan.



SINAPI ABA ET OPPORTUNITY INTERNATIONAL, GHANA

Sinapi Aba est une institution d'épargne et de crédit basée au Ghana. Avec l'assistance technique de Opportunity International, 2016 a été une année des innovations.

Sur le front des finances numériques, Sinapi Aba a déployé des téléphones mobiles xtigi à ses agents itinérants (banquiers mobiles) pour appuyer la collecte des dépôts. La numérisation de la "collection susu" apporte plus de commodité aux clients qui reçoivent ce service porte-à-porte. Sinapi Aba a lancé un partenariat avec tous les principales entreprises de télécommunication au Ghana, faisant de Sinapi Aba un "Super Agent" pour soutenir les différents réseaux télécoms. Ce faisant, Sinapi Aba étend son impact grâce à son réseau d'agents itinérants (Banquiers Mobiles) en aidant à recharger les valeurs électroniques pour les agents télécoms. Ils ont également lancé un terme électronique et numérique dédiée à faciliter la transition de Sinapi Aba vers la numérisation et surtout ses services numériques aux clients. Enfin, Sinapi Aba lancé son produit bancaire via SMS pour donner aux clients un accès facile aux relevés, reçus de transaction, alertes et aux notifications.

L'épargne et le crédit ont également fait des pas spectaculaires dans le domaine des produits centrés sur le client. À l'issue d'un exercice de cartographie de parcours client et un sondage sur la satisfaction de la clientèle qui ont eu lieu au début de 2016, Sinapi a pris les quatre actions suivantes:

1. Elle a organisé une formation interne pour les banquiers mobiles pour lutter contre l'incohérence des services bancaires mobiles, la confusion autour des services d'épargne et de crédit et des alertes SMS.
2. Elle a supprimé les frais des SMS mensuels pour assurer la transparence et accroître la satisfaction des clients.
3. Elle a lancé Sinapi Online Loan Application System (SOLAS), un système dorsal de demande de crédit pour raccourcir le processus d'approbation des crédits pour les clients.
4. Elle a lancé les transferts internationaux vers tous les pays et les traites bancaires, en collaboration avec les banques partenaires pour répondre aux besoins professionnels de nombreux clients PME, en particulier.

Son approche centrée sur le client est en cours. Sur une base mensuelle, le personnel Sinapi Aba à tous les niveaux de l'organisation parle aux clients et aux clients potentiels dans les communautés auxquelles il travaille pour recueillir des remarques et apprendre comment améliorer leurs produits et services. Écouter les gens sur le terrain, en plus de mettre un accent particulier sur le renforcement des capacités du personnel, demeure une priorité clé pour Sinapi. Et grâce à un nouveau partenariat, Sinapi Aba et CARE Ghana ont travaillé ensemble pour améliorer le produit d'épargne de Sinapi Aba, l'adapter pour répondre aux besoins des groupes d'épargne. Un pilote a été lancé liant quatre groupes d'épargne à des services financiers formels offerts par Sinapi.

Ces approches centrées sur le client continuent au niveau des efforts conjoints de Sinapi Aba et d'Opportunity sur la gestion de la performance sociale. En 2016, grâce à la collecte de données SPM, la validation de la qualité et l'analyse, l'institution est en mesure d'acquérir une meilleure compréhension de ses clients dans un certain nombre de domaines importants tels que l'autonomisation des femmes, la sécurité alimentaire et la santé. Ces données sont cruciales pour la création d'un mécanisme régulier fondé sur des preuves pour SASL pour valider et améliorer ses produits, services et pratiques commerciales, et c'est également un élément clé dans les efforts de Sinapi Aba pour la protection de ses clients.





WOCCU, LIBERIE

De 2013 au mi-2016, le World Council of Credit Unions (WOCCU) a travaillé pour relancer le système des coopératives de crédit au Libéria par le développement de quatre coopératives régionales de crédit (CRCs) comme TSCU. Le projet MLE, en collaboration avec les parties prenantes, a réussi à travailler avec le gouvernement du Libéria pour le passage du Règlement relatif à l'autorisation et aux opérations des coopératives de crédit au Libéria le 4 Décembre 2015 (Regulations for the Licensing and Operations of Credit Unions in Liberia). Les coopératives de crédit au Libéria avaient fonctionné sans un règlement visant à rationaliser leurs opérations. Maintenant, la Banque centrale du Libéria en vertu du Règlement a le pouvoir de réglementer et de surveiller les opérations des coopératives de crédit au Libéria.

La clé de la stratégie de WOCCU pour travailler dans cet environnement post-conflit a été la promotion de partenariats locaux. Le leadership local au sein des CRCs intérimaires a géré le lancement des CRCs, et a lancé des campagnes de sensibilisation. Malgré cela, les CRCs font encore face à la méfiance des communautés locales.

Mais les CRCs étaient persistantes, en continuant à tendre la main aux dirigeants des communautés, et travailler directement avec les communautés pour sélectionner et former des bénévoles. Elles ont également travaillé en étroite collaboration avec les groupes villageois d'épargne et de crédit, pour les aider à améliorer leurs opérations et elles ont embauché le personnel local qui a été bien considéré dans les communautés qu'ils servent. Et elles ont diffusé des annonces de radio locales pour la sensibilisation. L'ajout des services réguliers d'épargne et de retrait à un TPE sécurisé a également restauré la confiance de la communauté dans les coopératives de crédit comme TSCU. Par "restant locales", les coopératives de crédit ont finalement été en mesure de gagner la confiance des communautés.

Le projet a également lancé des services financiers numériques. Bien que le service doive être renforcé pour intégrer les versements, l'épargne, le crédit, etc., son introduction a réduit les coûts (en particulier les frais de déplacement) à la fois pour les membres et les CRCs.

Photo courtoisie de WOCCU Liberie



NBS BANK ET WOMEN'S WORLD BANKING, MALAWI

NBS Bank est la quatrième plus grande banque commerciale au Malawi. En 2009, en se rendant compte que son marché cible de l'entreprise urbaine n'était plus durable, NBS Bank a décidé d'élargir sa portée vers les zones rurales et mobiliser les dépôts à faible coût. Elle s'est associée avec Women's World Banking, une ONG internationale ayant une expertise dans le développement de produits et de canaux pour atteindre les femmes, et elle a développé un produit d'épargne unique, ouvert chez le client et assuré par un réseau d'agents exclusifs appelé Bank Pafupi.

Ses travaux de recherche développement de produits se sont concentrés sur la façon dont les femmes rurales non bancarisées épargnent, pourquoi elles ont épargné de différentes façons, et qu'est-ce qu'elles attendent d'un produit d'épargne d'une banque comme NBS. Cela a aidé la banque à définir le type des femmes rurales qu'elle doit servir. Grâce à l'utilisation des groupes de discussion et des entrevues, ils ont développé des profils de clients pour différents marchés cibles, par exemple les entrepreneurs à faible revenu et les agriculteurs des coopératives. Cette recherche a aidé NBS Bank à comprendre les obstacles empêchant d'atteindre différents segments, ce qui a éclairé la conception du produit, qui s'est basée sur la simplicité.

Ils ont ainsi développé le produit Papufi, un compte mobile d'épargne conçu pour éliminer les obstacles d'épargne formelles pour les personnes à faible revenu dans les zones rurales, en particulier les femmes. Les comptes peuvent être ouverts en moins de dix minutes chez les clients, pas de documents requis, et cela permet aux femmes d'accéder aux services bancaires chez elles, ce qui est moins cher et plus pratique. Les clients peuvent retirer ou déposer de l'argent chez tout magasin qui sert d'agent NBS Bank, et ils reçoivent également des cartes de guichet automatique. L'éducation financière était importante, donc NBS a conçu un matériel marketing avec des cours d'initiation aux notions financières dans la langue locale. NBS a découvert que, pour atteindre les femmes, la conception de matériel marketing qui les ciblent spécifiquement était essentiel.

ACCU, MYANMAR

ACCU, l'Association de l'Asian Confederation of Credit Unions, opère dans toute l'Asie avec la mission d'améliorer la vie des gens à travers les coopératives de crédit par le biais d'auto-assistance, l'auto-gouvernance, et l'auto-responsabilité. En travaillant avec le programme MicroLead ils ont commencé les opérations de création de nouvelles IMFs (greenfielding) au Myanmar. En Décembre 2016, ils avaient près de 19.000 membres dans 36 coopératives d'épargne et de crédit. En outre, 97% de ses opérations au Myanmar sont dans les zones rurales. Comme c'est typique pour les coopératives de crédit, les coopératives d'épargne et de crédit sont toutes détenues et gérées par leurs membres.

Comme c'est le cas pour tout lancement, la compréhension du marché est la clé. ACCU a segmenté ses clients cibles en neuf groupes principaux : les salariés, les groupes religieux, les entrepreneurs, les agriculteurs, les étudiants, les professionnels, les jeunes et enfants, les gens à faible revenu et chômeurs et les retraités. À l'heure actuelle, elle se concentre sur les groupes d'entraide, qui lient ensuite au réseau du groupe. En plus des crédits, ACCU offre des épargnes volontaires qui peuvent être retirées à tout moment, ainsi que les comptes d'épargne à terme, et l'épargne "Youth Bee", pour l'épargne des enfants à l'école. Comme beaucoup d'institutions de financement du développement, ACCU a identifié un manque de connaissances en matière de maîtrise des notions financières, et elle se concentre désormais sur l'épargne et le crédit ainsi que l'éducation pour aider les membres à améliorer leurs comportements financiers.

WOCCU, RWANDA

Le Conseil Mondial des Coopératives d'Épargne et de Crédit (WOCCU) a reçu un financement par le biais du programme MicroLead du FENU pour soutenir la consolidation des Umurenge SACCO du Rwanda (U-SACCO). L'objectif ? Pour promouvoir la viabilité accrue de ces petites institutions, automatiser les U-SACCOs, et accroître l'accès à l'épargne au Rwanda rural. Lorsque WOCCU Rwanda a découvert que les groupes d'épargne ont été spontanément liés à ses U-SACCOs, il a cherché à découvrir pourquoi et comment tirer le meilleur parti de ces groupes. WOCCU Rwanda a adopté une approche centrée sur le client, en élaborant un plan marketing et en adaptant les produits en se basant sur des enquêtes de satisfaction et l'évaluation des forces et faiblesses internes. Les études de satisfaction et de groupes d'épargne ont constaté que les clients voulaient un accès accru à des crédits et des comptes d'épargne portant intérêt, un délai de réponse plus rapide sur les demandes de crédit, des heures d'ouverture prolongées, et l'automatisation pour assurer la transparence, un service efficace et les paiements mobiles. Pour répondre à cela, les politiques et les procédures ont été simplifiées et de nouveaux produits ont été développés, avec des politiques correspondantes intégrées dans les paramètres pour un logiciel transactionnel dans l'attente de l'automatisation des U-SACCOs.

ALLIANCE, AMFIN AND BASIX, MYANMAR

Alliance a commencé ses opérations au Myanmar en Novembre 2014 avec l'assistance technique de AMFIN et BASIX, et elle a commencé ses activités de prêt collectif en 2015. Des entrevues approfondies ont été menées pour comprendre les stratégies de renforcement des actifs des clients potentiels, ainsi que leurs vulnérabilités financières, l'utilisation actuelle des outils et services financiers, et les connaissances financières globales. Par conséquent, Alliance a identifié les caractéristiques de la demande des clients pour les services financiers, et cela a éclairé le développement de leur produit. Le programme a maintenu un fort accent sur l'étude de la clientèle, par exemple la demande pour la micro-assurance et les produits agricoles, et la réalisation d'études régulières sur la satisfaction du client.

En 2016, le programme a commencé à mettre en œuvre l'éducation financière, et encore une fois, une étude de marché est un élément essentiel pour l'élaboration d'un programme solide. Le questionnaire de l'étude d'Alliance a porté sur la demande d'éducation financière et quels types d'éducation financière sont nécessaires, ainsi que les points de contacts, les méthodes et les messages de l'éducation financière. Grâce à cela, l'équipe a identifié les lacunes au niveau des connaissances du client et a été en mesure de déterminer le meilleur canal de distribution pour l'éducation financière. Aujourd'hui, l'éducation financière est intégrée dans le processus de prêt collectif et elle est fournie comme un service supplémentaire aux clients individuels. Alliance reçoit également une rétroaction régulière sur l'initiation des clients aux notions financières et les besoins de formation continue. Les données sont segmentées par emplacement et par groupe cible.

En Décembre, Alliance a atteint 32,230 clients. Quatre-vingt-huit pour cent de ses clients sont des femmes.

ASA, MYANMMAR

ASA (qui signifie « espoir » en bengali, Mulinza au Myanmar) est l'une des plus grandes, plus rentables et viables IMFs dans le monde. Fondée en 1978, ASA a commencé des services de microfinance avec un modèle novateur pour atteindre les clients à faible revenu dans les zones urbaines et rurales. Ses activités au Myanmar ont commencé en mai 2016 avec l'objectif d'atteindre 290,225 clients en cinq ans. Son accent est mis les services de microfinance axés sur l'épargne et le renforcement de la capacité institutionnelle locale. Elle a déjà largement dépassé son objectif de 54.000 déposants en Mars 2017, avec 76,230 déposants depuis Décembre 2016.

La demande pour les produits d'épargne au Myanmar est élevée, cependant, les réglementations limitent la collecte de dépôts. Cependant, ASA continue à se préparer pour offrir des services d'épargne, et son étude d'épargne sur 500 ménages à faible revenu à Yangon Township a révélé que près de 95% des répondants étaient intéressés par les dépôts à long terme, et près de 49% par un produit d'épargne pour l'éducation de leurs enfants.



Photo courtoisie de WOCCU Rwanda

MCB Tanzanie et CARE

Mwanga Community Bank (MCB), a commencé ses opérations en 2000 après avoir reçu sa Regional Unit Financial Institution License de Bank of Tanzania (BoT). En 2009, MCB a obtenu une licence bancaire régionale, lui permettant d'opérer dans toute la région du Kilimandjaro. MCB travaille également avec plusieurs prestataires de services mobiles pour promouvoir les services bancaires mobiles. Elle est maintenant en expansion des opérations dans les zones rurales, ce qui peut permettre à de plus en plus aux Associations Villageoises d'Épargne et de Crédit (AVECs) locales d'ouvrir des comptes et faire des transactions avec les banques. MCB envisage également de mettre en place des guichets automatiques dans les zones rurales pour soutenir les transactions pour les AVECs et les autres clients ruraux. En Décembre 2016, l'équipe de terrain a formé 1.250 nouveaux groupes AVEC en utilisant le modèle franchisé de CARE, avec un total de 1.417 groupes liés aux banques.

Avec l'objectif d'accroître l'inclusion financière dans la région du Kilimandjaro, CARE a agi comme un PST pour MCB. CARE a assisté MCB sur le développement d'un nouveau produit d'épargne pour les AVECs et l'intégration de nouveaux produits, services et technologies dans ses activités ordinaires. Afin d'élargir la portée et mieux embarqué les AVECs existants, la formation était un élément essentiel. CARE a formé le personnel de MCB sur la livraison du produit au AVECs.

UGAFODE, OUGANDA

UGAFODE, soutenu par le PST, MEDA, a adopté une approche de partenariat à l'égard de l'épargne collective, de trouver les organisations communautaires existantes (OCs) et de la facilitation de liaison avec les agents de terrain (ATs) ou les prestataires de services privés (PSP). En Décembre 2016, il y avait 17,841 emprunteurs et plus de 5,7 M \$ des dépôts volontaires.

"Quand un PSF est lié un groupe d'épargne », dit Nathan Barigye de UGAFODE, "il ouvre un compte de groupe, mais il a la possibilité d'ouvrir des comptes pour chacun des 18-20 membres du groupe. Les PSFs ont également la possibilité de faire de la vente croisée d'autres produits au sein des groupes. Enfin, les membres des groupes d'épargne ont déjà une culture de l'épargne. Cela leur permet de maintenir plus facilement un compte d'épargne.

"Cependant, la vente croisée demeure la meilleure opportunité de marché. Pour UGAFODE, notre vente croisée se porte bien, parce que les clients individuels sont en mesure d'ouvrir des comptes où ils n'ont pas une limite, la sécurité est élevée, et ils ont accès à plus de services. Puis, en dehors du groupe, ces nouveaux clients sont individuellement en mesure d'accéder à une gamme de services financiers formels, y compris les options d'épargne alternatives ". Afin de mieux comprendre ces clients, UGAFODE a réalisé un sondage sur la satisfaction de la clientèle en Septembre, 2016.

Photo (ci-dessous) courtoisie de l'UGAFODE.

