

Outils pratiques MicroSave-Africa pour les praticiens de la microfinance

BIM n°140 - 27 novembre 2001
Karin BARLET

De plus en plus, les IMF recherchent des outils à leur portée pour mieux comprendre leur clientèle et améliorer leurs produits. De précédents BIM présentaient les outils récemment développés par AIMS par exemple. MicroSave-Africa, dont les premières études étaient centrées sur l'analyse des problèmes de pertes de clients dans les IMF, s'inscrit également dans cette démarche et offre aujourd'hui des outils qui se veulent concrets, simples et peu chers, que les IMF peuvent progressivement internaliser.

Formations MicroSave-Africa

MicroSave-Africa a développé et testé une série de formations et d'ateliers fondés sur la pratique et orientés vers les praticiens.

Cinq cours ont ainsi été mis en place :

- > Etude de marché pour les IMF
- > Tarification des services financiers
- > Changement de la culture institutionnelle (séminaire à l'intention des décideurs (dirigeants, CA, etc.) des IMF)
- > Planification, mise en oeuvre et suivi des tests pilotes par les IMF (épargne/ crédit/assurance)
- > Lancement et rentabilisation des nouveaux produits

Chacun procède d'un constat de l'évolution du secteur et du besoin des praticiens, et poursuit des objectifs définis.

Etude de marché pour les IMF

A l'heure où la compréhension des besoins des clients, la concurrence croissante entre IMF et la question des pertes de clients sont des questions centrales, les IMF recherchent de plus en plus les moyens d'améliorer leur capacité de développement de nouveaux produits. Développer la capacité des IMF en étude de marché est le premier pas dans ce sens. Ce premier cours « Etude de marché pour les IMF » s'articule autour de 4 axes :

- > présentation du développement de produits et de l'étude de marché dans le contexte de la microfinance,

- > comprendre les besoins des clients et opportunités à l'aide des groupes de discussion thématiques et à l'aide de méthodes accélérées de recherche participative,
- > feed-back du terrain et développement de concepts,
- > test des concepts à l'aide de techniques de recherche quantitative

L'atelier théorique de 6 jours est suivi d'un programme de mise en application sur le terrain encadré par des formateurs de MicroSave-Africa. Ce programme prévoit :

- > la conception d'un plan de recherche
- > la conduite d'une étude quantitative
- > l'analyse des résultats et la préparation d'un rapport

Outils d'analyse

Ce cours s'appuie sur des outils conçus par MicroSave, portant notamment sur l'utilisation de techniques de discussions de groupe et de recherche participative accélérée (« Focus Group Discussions and Participatory Rapid Appraisal for Microfinance »).

Le développement de ces outils part du constat suivant :

On reconnaît de plus en plus la nécessité pour les IMF de mener des études de marché pour adapter leurs produits et services financiers aux besoins des clients. Parallèlement on fait valoir que les procédures et méthodes qui peuvent, « et doivent », être utilisées pour guider la conception des produits et systèmes pourraient (devraient ?) également être utilisées pour étudier l'impact. Il existe cependant peu d'outils qui permettent à ceux qui le souhaitent d'exploiter l'étude de marché à cette fin.

Les approches quantitatives traditionnelles (pour la plupart essentiellement centrées sur l'augmentation des revenus) négligent l'importance du rôle des services de microfinance dans la diversification des sources de revenu, le lissage des dépenses et des revenus, la protection des actifs du ménage et le développement de liens et de compétences sociales.

Ces outils ont pour but de permettre aux praticiens d'appréhender la complexité de l'environnement financier, économique et social des ménages pauvres. Ils donnent également des clés pour l'analyse des résultats, l'identification de tendances, de schémas communs et de thèmes récurrents, et pour le recouplement des observations.

Ces outils ont été utilisés par des IMF très diverses (depuis les caisses postales jusqu'aux petites organisations communautaires) en Afrique de l'Est, et également au Bangladesh, aux Philippines et au Népal. Plusieurs IMF mènent actuellement des études de marché pour développer de nouveaux produits ou redéfinir des produits existants à l'aide de ces outils. Nous espérons pouvoir prochainement vous présenter le cas pratique d'une IMF ayant utilisé ces outils pour son développement.

« Participatory Rapid Appraisal for Microfinance »

L'outil « PRA for Microfinance » (Méthodes Accélérées de Recherche Participative pour les IMF) analyse 14 domaines, dont par exemple :

- > Saisonnalité des revenus, dépenses, épargne et crédit

- > Saisonnalité des migrations, travail temporaire, biens/services fournis par les pauvres
- > Profil du cycle de vie pour définir les besoins de trésorerie dans le temps
- > Analyse du diagramme de Venn sur les groupes/organisations et leurs rôles
- > Classification par niveau de pauvreté, etc.

Pour chaque domaine sont définis un ou plusieurs objectifs, puis une ou plusieurs procédures, et enfin un produit/résultat.

Par exemple, pour **l'analyse de la saisonnalité des revenus, des dépenses, de l'épargne et du crédit** :

Objectif(s)

- > Obtenir des informations sur les flux saisonniers de dépenses et de revenus et sur la fluctuation de la demande de services d'épargne et de crédit
- > Organiser sur cette base des discussions autour des questions clés liées à ces 4 facteurs.
- > En tirer des éclairages sur les risques et les pressions auxquels sont soumis les clients et sur la façon dont ils utilisent les services financiers de l'IMF pour y faire face

Procédure

- > L'idéal est de travailler dans un lieu fermé avec un groupe de 8-10 personnes familières des tendances de la communauté concernant les dépenses, les revenus, l'épargne et le crédit
- > Diagramme de saisonnalité tracé sur du papier. Les participants placent ensuite de petites pierres/fèves/bouchons (min. 0, max. 10 par mois) pour indiquer la magnitude des 4 variables
- > Les discussions entre les participants pendant la préparation du diagramme de saisonnalité sont aussi importantes que le diagramme final en lui-même
- > etc.

Produit

Tableau croisé Mois/Variables

Ressources

Pour en savoir plus sur MicroSave-Africa :

Market Research for Microfinance sur le site de MSA : « http://www.microsave-africa.com/market_research.asp »

MicroSave-Africa Toolkits : « <http://www.microsave-africa.com/toolkits.asp> »

Outil AIMS « Learning from Clients: Assessment Tools for Microfinance Practitioners », ensemble de cinq outils pratiques d'évaluation pour les IMF (« <http://www.mip.org/> »), bientôt disponible en français (Connaître la clientèle des IMF : outils d'analyse pour les praticiens de la microfinance)

Le *Client Targeting Center* du CGAP, accessible depuis le Microfinance Gateway (sous Resource centers) ou directement par « <http://nt1.ids.ac.uk/cgap/poverty/> ». Différents outils de ciblage de la clientèle y sont présentés.