

Réunion Annuelle Cerise+SPTF 2022

Notes de session

<u>Nom de la séance</u>	Réunion du groupe de travail sur les Résultats
<u>Date</u>	28 septembre 2022
<u>Temps</u>	13h30 – 17h00
<u>Modérateur</u>	Cécile Lapenu , Directrice exécutive, CERISE

NOTES DES PRÉSENTATIONS ET DE LA DISCUSSION

- NB : Veuillez également consulter les diapositives présentées lors de la session du groupe de travail.

Intervenants

34 participants de 60Db, ADA, Advans, Agents for Impact (AFI), Baobab, BIB, Cerise+SPTF, CGAP, ECLOF, e-MFP, FGCA, FINCA, Gojo, IDH Trade, Incofin, consultants indépendants, MCPI, MFR, NMI, NWFT Philippines, Oikocredit, PROPARCO, Seasons International, SIDI, Tameo, Triodos, Triple Jump, World Bank Savings Institute (WSBI)

Momentum pour la gestion des résultats

Avant de pouvoir prouver l'impact, voyons les résultats des bonnes pratiques, les vrais changements au niveau du client.

Peut-être que cela peut être difficile à standardiser... mais nous pensions la même chose avant de réussir à construire les normes universelles de gestion de la performance sociale et environnementale !

Question des participants : Y a-t-il un élan pour la gestion des résultats ?

Cerise : nous avons été limités, pendant de nombreuses années, dans des pratiques académiques (études d'impact *randomisées*...) pour prouver l'impact. Maintenant, nous pouvons voir l'expérience avec les données plus simples, la mesure des résultats / les commentaires des clients (période covid) pour aider à prendre des décisions. Cela crée une dynamique pour mesurer les résultats.

Du côté "positif" du Covid avec le test d'outil d'entretien rapide avec les clients => les investisseurs et les institutions financières pouvaient prendre des décisions éclairées, très rapidement, ce n'était pas si coûteux... et très bénéfique pour les clients

Question des participants : Pouvons-nous utiliser des études randomisées qui pourraient prouver certaines causalités ?

Cerise: Les études randomisées soulèvent de bonnes questions, utiles du côté académique. Mais en tant que praticiens, nous avons besoin de collecter des données sur une période plus courte, de prendre des décisions et d'apprendre à nous améliorer, en fonction des changements observés, sans nécessairement prouver l'impact.

Témoignages

- **Avantages** : Katherine Brown

Commentaire des participants : La direction prend des décisions commerciales à l'aide des données : Je vois la valeur des données 60Db au niveau des investisseurs.

Préoccupations : ces données sont basées sur un petit échantillon, difficile à mettre au niveau du portefeuille : La segmentation est la clé de la décision commerciale. Mais avec un petit échantillon, il y a une limite pour les institutions financières ? Quelle décision a prise Advans ?

Advans : nous avons poussé pour plus de recherche (ex. sur l'approche genre grâce à la segmentation par les femmes), regarder plus en détail le marché sur un segment spécifique, creuser plus profondément, trouver des indications de ce que nous pouvons faire pour augmenter l'impact sur certaines produits, etc.

Le travail a été réalisé par le siège social d'Advans : c'est un travail supplémentaire avec des rapports de 60 Db et des données brutes. Nous avons partagé beaucoup plus d'informations à nos équipes. Il faut plus d'efforts pour prendre les données et faire un rapport pour le partenaire. Nous devons ajouter des recherches par segment (par branche, par sexe, etc.) à partir des données brutes que nous avons. Sur l'échantillon, nous devons nous assurer d'avoir une représentation suffisante du segment de clients pour lequel nous voulons avancer.

Nous devons nous assurer de traduire les données de l'enquête en « OK. Que faisons-nous maintenant? » Nous avons lié certaines des informations de l'enquête 60 Db à certaines des priorités stratégiques de nos filiales. Certains partenaires ont été assez déçus du résultat, nous nous sommes donc organisés pour investir plus de temps dans ces activités pour améliorer les résultats. Nous faisons pression en interne pour un programme de performance sociale assez important.

Commentaire d'un participant: une équipe dirigeante d'une institution a besoin de suffisamment de données pour prendre des décisions. Il s'agit d'informations différentes, provenant de différents canaux, à des fins différentes.

Cerise : nous travaillons sur des indicateurs standards de résultats. Ce cadre pourrait également être utilisé au-delà du secteur de l'inclusion financière : agriculture, énergie...

- **Gojo&Compagnie:** Cherie Néo

Lorsque nous avons examiné les rapports d'impact, nous avons vu beaucoup de données sur le nombre de clients, le nombre de produits, etc. Mais nous savons que nous voulions rendre compte de nos services aux clients et mieux répondre aux besoins des clients.

Nous avons poussé notre réflexion sur les résultats que nous voulions mesurer.

Notre modèle est divisé en deux sections : Besoins en gestion financière et besoins commerciaux.

Nous partons des déclarations sous forme personnelle « Je veux... » (voir les diapositives), puis l'étape suivante consiste à sélectionner les indicateurs.

Modèle pyramidal (diapositive Gojo) sur la fréquence de collecte des données et l'utilisation des données

Leçons apprises:

- ⇒ Nous devons revoir nos messages sur le client cible : pour éviter de perdre les gens au bas de la pyramide.
- ⇒ Les clients restent vulnérables aux chocs financiers - l'épargne est la clé
- ⇒ Nous devons comprendre l'utilité des prêts par rapport aux autres sources de financement. Comment les personnes à faible revenu s'en sortent-elles, quel rôle les prêts des IMF peuvent-ils jouer ? (Cf. webinaire)

Nous parlons à la direction de l'institution. Nous travaillons à la création de projet, à la montée en compétences ensemble, à la qualification d'auditeur SPI... Plutôt que d'avoir la conversation au niveau des résultats bruts (« voici un fichier Excel ! »), nous discutons ensemble dans une perspective plus large, pour faciliter la collecte et l'utilisation des informations nécessaires.

Discussions : comment influencer la qualité des données ?

Lorsque les questions sont posées par l'agent de crédit, cela peut contribuer à des divergences et à une mauvaise qualité des données. Nous avons besoin de formation et d'incitations pour que les agents de crédit collectent des données fiables sur les revenus.

Et les enquêteurs établissent des relations basées sur la confiance.

Nous devrions essayer de comprendre comment les données sont collectées et ce que ces données nous disent vraiment sur la dynamique et la réalité de la vie des clients.

Parfois, les données que nous souhaitons collecter ne correspondent pas à la réalité. Données sur les revenus : parfois, nous cherchons un nombre qui n'existe pas. Le revenu varie sur une base quotidienne, hebdomadaire, mensuelle. Si vous demandez au client de faire une estimation, vous obtenez une réponse différente selon la période de l'année à laquelle vous posez la question.

Nous devons aller vers des indicateurs standardisés pour la gestion des résultats, ainsi que vers une collecte de données standardisée.

Le contexte compte.

Question des participants : Peut-on utiliser la consommation comme proxy du revenu?

Attention, notamment pendant les crises, nous voyons des dépenses imprévues.
Gojo : ça pourrait être utile. Mais cela ne fonctionne pas dans les pays où l'inflation est très élevée par exemple
Cerise : il y a longtemps, nous avons travaillé avec le CGAP sur l'évaluation de la pauvreté, et en termes de dépenses, nous avons observé que les dépenses en vêtements étaient corrélées avec les revenus. Et c'est assez facile à retenir pour les clients car les vêtements sont achetés à des moments précis (école, vacances) = c'était considéré comme un bon indicateur du niveau de revenu

Commentaire des participants : il est important de tester les questions en phase pilote.

Question des participants : quels sont les coûts ?

Gojo : l'équipe de recherche locale du Sri Lanka coûte environ 10 000 USD par an, pas de temps plein, un responsable et 10 enquêteurs (10 régions) travaillant sur leur temps libre, + du temps depuis Gojo pour analyser les données.

Expérience de Triple Jump

Nous voyons des besoins différents, nous essayons de cartographier notre portefeuille, le partage avec des réseaux et d'autres investisseurs nous serait très précieux. Avec des études plus approfondies, nous essayons de répondre à des questions spécifiques, comme la résilience climatique. Les questionnaires doivent être spécifiques au contexte.

Difficultés : exactitude des données, comparer les données dans l'ensemble de l'organisation et au fil du temps pour voir les changements, l'un de nos fonds essaie de le faire, mais c'est très difficile ; défis de financement ; méthodologies.

Discussion sur les prochaines étapes

Gojo : un des grands défis des 3 prochaines années :

- ⇒ continuer à collecter des données de bonne qualité,
- ⇒ renforcement des capacités des agents de crédit

Proposition et échanges avec les participants :

- ⇒ Approche par étape pour aider les gens à commencer par la collecte et l'analyse des données sur les résultats (ex. BRAC, Gojo...). Les données SIG peuvent être un bon moyen de commencer (données existantes)
- ⇒ Stratégie pour pouvoir cartographier ce que l'on veut mesurer : Cerise a commencé un mapping d'indicateurs avec des questions communes que nous voulons tous poser. Nous voulons rédiger un questionnaire standard (même s'il faudrait l'adapter en fonction du contexte/besoins de l'institution)
- ⇒ Valeur partagée si les données sur les résultats sont générées pour les bénéficiaires. L'accent serait mis sur les institutions dans lesquels plusieurs investisseurs interviennent. Générer des données pouvant être utilisées par différents fonds. Qui? Comment les gens utilisent-ils les données ? Surtout lorsque ces données ont une valeur commerciale (fidélisation de la clientèle, amélioration de l'activité...). Le groupe d'action/LabODD pourrait rédiger une liste d'institution avec des données sur les résultats.

Prochain rendez-vous : 16 novembre, 10-12h30 CET, Luxembourg, Semaine européenne de la microfinance.