

Partie 7 : Résultats

Les clients sont-ils satisfaits ?

Etude de satisfaction des clients : Outils Micro-Save Africa

Exemple d'étude MicroSave – Association mexicaine d'unions de crédit du secteur social (AMUCSS)

Contexte, objectifs et méthodologie de l'étude

L'AMUCSS est un réseau national d'institutions financières rurales, qui intervient notamment dans l'opération et le suivi de petites coopératives rurales d'épargne et de crédit, les Microbanques. L'étude MicroSave, réalisée au niveau de 2 microbanques, avait pour objectif d'évaluer le niveau de satisfaction des associés vis-à-vis du crédit solidaire (unique produit de crédit proposé initialement aux associés), d'explorer les caractéristiques de la demande de crédit individuel et d'estimer la faisabilité de développer ce nouveau type de méthodologie. L'équipe chargée de l'étude était constituée de la responsable de la recherche appliquée au niveau de l'unité technique nationale de l'AMUCSS, de trois professionnels de la microfinance intervenant à titre de stagiaires dans le cadre de la formation MSA, et d'une consultante certifiée par MicroSave. Chaque séance a été gérée par deux personnes de l'équipe, intervenant alternativement à titre de modérateur ou à titre d'assistant (chargé en particulier de prendre des notes). Afin de sensibiliser le personnel des microbanques à l'intérêt d'une démarche permanente, active et structurée d'écoute et de dialogue avec les associés, un responsable régional ainsi que plusieurs promoteurs¹ ont également été conviés à assister en tant qu'auditeurs aux groupes de discussion ainsi qu'à participer aux séances de restitution et d'analyse. L'étude s'est appuyée sur 2 outils:

- (1) *Catégorisation des attributs du produit*, qui permet aux associés de lister, de discuter et de hiérarchiser les différentes composantes d'un produit financier, en l'occurrence le crédit ; il s'agissait ici d'identifier les principales causes de satisfaction et d'insatisfaction relativement au crédit solidaire, et d'évaluer dans quelle mesure un produit de crédit individuel permettrait ou non de mieux répondre aux attentes des associés ;
- (2) *Matrice de services financiers*, généralement associée à une catégorisation des préférences relatives, qui permet aux associés d'identifier et de discuter les différentes options d'accès aux services financiers, ainsi que d'établir un classement des principales options, sur la base des attributs du produit identifiés avec l'outil précédent ; l'objectif était d'évaluer le positionnement des microbanques face à la concurrence locale, et notamment le risque de désertion.

L'étude a également inclus la tenue de « focus groups » afin de trianguler l'information et d'explorer certains thèmes adjacents (notamment la compréhension par les associés de la nature et des règles de fonctionnement de leur microbanque). Le travail de terrain s'est déroulé sur une période de 10 jours, et a permis de réaliser 25 entretiens de groupe correspondant à un total de 183 associés, dont 76 femmes.

Résultats

L'étude a produit une série de résultats relatifs aux préférences et au niveau de satisfaction des associés vis-à-vis des produits de crédit (crédit solidaire et crédit individuel) proposés par les microbanques. Ces données ont permis de dégager les points forts et les points faibles de chaque produit, dans la perspective des associés. Elles ont ensuite été resituées dans la problématique générale de la microbanque, notamment en ce qui concerne la gestion de l'information et du portefeuille, le risque d'impayés, et le risque de

¹ Sur la base d'une permutation des promoteurs afin qu'ils n'assistent pas aux groupes de discussions impliquant leur propre microbanque.

déviations par rapport à la mission initiale, consistant à cibler les populations rurales pauvres. En définitive, ce processus a abouti à des recommandations concrètes relativement à la définition des deux produits (conditions requises, montants, taux, échéances, etc.), ainsi qu'à leur positionnement relatif dans la stratégie globale de la microbanque.

L'essentiel des résultats s'applique au crédit, thème central de l'étude, mais les entretiens ont également permis de dégager beaucoup d'information nouvelle et pertinente concernant l'épargne. Cette information a été incorporée dans le rapport final, et a donné lieu à la formulation de recommandations spécifiques relativement à certains attributs des produits d'épargne.

L'étude a par ailleurs permis de mettre en évidence un problème de communication entre les salariés de la microbanque et les associés, se traduisant parfois par des distorsions de l'information détenue par les associés sur leurs droits et leurs devoirs (notamment relatifs au crédit), parfois par un manque de confiance de ces derniers vis-à-vis de la microbanque. En particulier, certaines des critiques formulées par les associés à l'encontre des produits de crédit (ou d'épargne) relevaient en fait d'un déficit informationnel ou d'un problème de compréhension. Une recommandation centrale du rapport, en appui à la révision des produits financiers, a donc été de renforcer la stratégie de communication, et de la doter des outils pertinents.

L'étude s'est également révélée très instructive s'agissant de la détection de déviations dans l'application de la méthodologie par le personnel des microbanques. Cet aspect est très important pour les dirigeants nationaux de l'AMUCSS, en raison de leur éloignement du travail quotidien de terrain. Dans certains cas, on a pu observer des aménagements créatifs face à des contraintes ou situations qui n'avaient pas été envisagées au niveau national (lors de l'élaboration des manuels de procédure et de la formation du personnel). Un exemple concerne la mise en place de demandes anticipées de renouvellement du crédit dans les communautés isolées où le promoteur/agent de crédit ne se rend qu'une fois par semaine. Mais des pratiques plus problématiques pour le bon fonctionnement de la structure (telles que du laxisme dans l'attribution des crédits, des reçus libellés au crayon ou encore le non respect des horaires d'ouverture des bureaux) ont également été mises en évidence. Ces résultats annexes ont permis de relancer au niveau de la structure nationale le débat sur les conditions de fonctionnement en réseau, et d'alimenter la réflexion à ce niveau.

Enfin, on peut souligner l'incidence des outils Microsave en matière *d'empowerment*. Cette dimension s'est particulièrement faite sentir à l'occasion des sessions réalisées dans les communautés indiennes isolées (jusqu'à quatre heures de trajet sur piste). Le fait qu'une équipe de 10 personnes se soit déplacée pour écouter ce qu'ils avaient à dire a généralement été perçu de façon très positive par les participants. Il a également été possible de percevoir un effet *d'empowerment* chez les salariés des microbanques (coordinateurs et promoteurs). La fréquentation intensive de l'équipe de recherche, à l'occasion des déplacements, des entretiens de groupe et des réunions de restitution, leur a fourni une occasion assez unique de s'exprimer relativement librement (ils n'étaient pas en présence de supérieurs hiérarchiques directs) sur leurs conditions de travail, leurs relations avec les associés, leurs propres recommandations concernant le fonctionnement des microbanques, etc.

Pour en savoir plus : Emmanuelle Bouquet, Bonnie Brusky et Solène Morvant (2003) : « Les méthodes participatives appliquées à la microfinance : deux expériences avec la méthodologie d'étude de marché de Micro-Save Africa ». in : Isabelle Guérin et Jean-Michel Servet (Eds.) « Exclusion et liens financiers ». Rapport du Centre Walras 2003, Economica, Paris, p. 634-665.