

## Partie 6 : Outils et approches

### Les clients sont-ils satisfaits ?

#### Outil N°5 AIMS/SEEP : satisfaction de la clientèle

##### Objectif

Mieux comprendre l'opinion des clients sur le programme, et leurs suggestions

##### Source d'information

L'outil Satisfaction des clients est un outil centré sur une discussion thématique de groupe. Celle-ci doit aider les utilisateurs à déterminer dans quelle mesure la clientèle est satisfaite du programme et quelles modifications spécifiques permettraient de mieux répondre à ses besoins.

##### Nature des informations

Chacun des participants se voit remettre une carte sur laquelle est inscrit un élément du programme. Chacun à son tour, les participants décrivent la façon dont l'élément est actuellement mis en œuvre, commentent ce qu'ils apprécient et font des suggestions d'amélioration. Ensuite, l'ensemble du groupe discute de l'élément.

##### Utilisation de l'information

Transcription des données dans des tableaux récapitulatifs de la satisfaction des clients, analyse des résultats et partage des conclusions. Comment les suggestions des clients peuvent-elles être utilisées ?

##### Conditions de mise en œuvre

Groupes de discussion avec des clients représentatifs de la population cliente.

La clé d'une discussion thématique de groupe réussie est la gestion du groupe par l'animateur

##### Réalisation

Nécessité d'un animateur formé à la conduite de groupe de discussions

##### Durée

Chaque groupe de discussion peut durer environ 2 heures

Régularité

Etude ponctuelle

##### Coût

Peu coûteux

Avantages comparatifs

Etude légère, opérationnelle, directement utile pour l'IMF

Possibilité de travail avec des équipes locales (personnel de l'institution, ou chercheurs, consultants nationaux) donc relativement abordable

Limites

Difficulté à bien mener un groupe de discussion et identifier les problèmes des clients

*Pour en savoir plus*

[Connaître la clientèle des IMF : Outils d'analyse pour les praticiens de la microfinance](#)

Formulation concertée entre bailleurs de fonds et gestionnaires de programmes, d'outils d'analyse d'impact conçus comme des « modèles à adapter ».

Cohen, M.

2001

[Evaluer et mesurer l'impact socio-économique des IMF \(BIM\)](#)

Bilan des méthodes d'évaluation et d'impact socio-économique des IMF et présentation d'un nouvel outil d'évaluation opérationnel et peu coûteux : la démarche SEEP-AIMS

Nguyen, G. & Matul, M.

2000

[Les outils d'analyse de la clientèle et de l'impact en débat \(BIM\)](#)

Présentation et critiques d'un manuel publié par AIMS proposant une méthode d'analyse de la satisfaction de la demande et de l'impact sur les clients des IMF

Barlet, K. & Poursat, C. & Sam, D. & Pommier, D. & Lesaffre, D. & Delescluse, Q.

2001

[Comment évaluer l'impact sur la vie des clients](#)

Présentation de l'outil d'évaluation d'impact de AIMS/ SEEP

M. Cohen