

Outils et approches

Les clients sont-ils satisfaits ?

Outil MicroSave Africa : étude de marché pour les IMF

Objectif

Développer une étude de marché et de la clientèle au moyen de techniques de recherche participative.

Il s'agit de donner aux praticiens des outils pour appréhender la complexité de l'environnement financier, économique et social des ménages ; de mieux comprendre la demande et les contraintes des ménages et la perception de l'IMF par les utilisateurs ou non utilisateurs.

Source d'information

Méthode qualitative fondée sur deux techniques participatives : des discussions de groupes orientées par un guide d'entretien préalablement établi (*focus group*) et une série d'instruments de type « Participatory Rapid Appraisal » (diagnostic de type participatif par lequel les participants avec l'assistance des facilitateurs collectent et analysent eux-mêmes des informations sur leur vie et leur communauté) adaptés aux questions centrales d'une institution de microfinance (comment les ménages cibles gèrent-ils leur argent ?).

Nature des informations

L'outil fournit un guide de discussion pour une vingtaine de domaines qui ont une incidence sur les besoins financiers des ménages ou qui fournissent des indications sur la manière dont ceux-ci sont assurés :

- Economie des ménages et de la communauté (besoins en services financiers)
- Saisonnalité des revenus, des dépenses, de l'épargne et du crédit
- Saisonnalité des migrations, du travail temporaire, des biens/services fournis par les pauvres
- Profil du cycle de vie
- Séries chronologiques de la propriété des actifs,
- Classification par niveau de richesse,
- Cartographie des flux financiers
- Conditions locales d'accès aux services financiers (besoins en services financiers et positionnement par rapport à la concurrence, y compris informelle)
- Recensement des fournisseurs de services financiers et de leur rôle au sein de la communauté
- Analyse des tendances du secteur financier, permettant de déterminer l'évolution du recours aux services financiers dans le temps
- Niveau de satisfaction des usagers vis-à-vis des produits financiers offerts par l'IMF
- Identification des attributs des services financiers les plus déterminants pour les ménages, analyse comparative des différentes options relativement à ces attributs

Utilisation de l'information

L'information résultant de l'analyse qualitative se prête à trois grands types d'utilisation :

- définition ou adaptation de produits financiers
- positionnement vis-à-vis de la concurrence, stratégie de communication et de promotion
- adaptation des procédures et amélioration de la communication et de la participation (des salariés et des élus dans le cas de structures mutualistes) en interne

Réalisation

Une formation spécifique dispensée par Microsave Africa est requise pour la mise en œuvre des outils.

Durée

Une IMF de taille moyenne cherchant à développer de nouveaux produits engagera environ 25 à 35 personnes-jours dans le processus (de la planification à la production du rapport) dont la majorité se trouvera sur le terrain auprès des clients.

Le temps total estimé, dans le cas d'une réalisation rapide, prendra 3 à 5 jours pour la mise en œuvre du processus, 10 jours sur le terrain (pour une équipe de 2 chercheurs) et entre 5 et 10 jours pour l'analyse et la rédaction du rapport (d'après le site de MSA).

Régularité

La diversité des outils et des questions pouvant être traitées permet d'envisager toute une gamme de dispositifs, depuis des études ponctuelles (de faisabilité, de bilan d'étape) jusqu'à des mécanismes plus légers de consultation en continu intégrés au quotidien des opérations.

Coût

Les méthodes participatives sont généralement considérées comme présentant un avantage en termes de coûts par rapport à des méthodes d'enquêtes individuelles et/ou quantitatives, mais elles impliquent aussi des moyens à ne pas négliger : temps de préparation et d'analyse et formulation des conclusions, facteur humain (rigueur, capacité d'animation, esprit d'analyse, capacité rédactionnelle), moyens financiers (réunions de groupes, honoraires d'un consultant externe, formation, etc.).

Avantages comparatifs

Souplesse et simplicité des méthodes. Les groupes de discussions, lorsqu'ils sont bien animés, sont un très bon moyen de recueillir des informations pertinentes et fiables.

Les outils permettent aux chercheurs d'examiner la problématique selon différentes perspectives : en fonction de l'outil utilisé et de l'habileté du modérateur, les composantes culturelles, historiques, sociales ou géographiques qui influencent les comportements sont mises en évidence.

La méthodologie permet de recueillir beaucoup d'information en peu de temps mais aussi de créer une relation d'échange entre l'IMF et ses clients.

Les outils se prêtent à une adaptation au cas par cas en fonction des spécificités locales, culturelles, etc.

Limites

Simple en apparence, l'application d'outils participatifs doit respecter un certain nombre de conditions sous peine de perdre sa pertinence.

- préparation de l'étude : Il est important que les objectifs de la recherche soient clairement établis en amont, pour ne pas se perdre par la suite sous une avalanche d'informations qualitatives non organisées. Par ailleurs, la préparation logistique revêt une importance primordiale.
- modération des groupes : le rôle du modérateur est primordial pour mettre le groupe en confiance et obtenir des informations pertinentes et fiables. Etant donnée la richesse et la diversité des informations qui peuvent venir des groupes, il s'agit de rester centré sur l'objectif initial de l'étude, afin d'éviter les risques de dispersion, tout en restant à l'écoute des thèmes annexes spontanément amenés par les participants, car ceux-ci peuvent dévoiler des éléments-clés non anticipés par l'IMF.
- analyse des données : les compétences requises pour l'analyse de données qualitatives ne sont pas les mêmes que pour la modération des groupes.

En résumé, l'utilisation des outils MicroSave exige une formation préalable, théorique et pratique, qui n'est pas toujours à la portée des ressources humaines dont l'IMF dispose en interne.

D'autre part, les outils MicroSave ont une ambition plus opérationnelle que scientifique. A ce titre, ils ne permettent pas de prouver l'impact. En revanche, leur mise en œuvre fournit généralement des pistes et des hypothèses intéressantes sur ce thème.

Pour en savoir plus

[Réfléchir avant d'agir : questions clés à se poser avant le développement d'un nouveau produit](#)

Comment réussir le développement d'un nouveau produit en microfinance ?

Wright, G. A.N. & Brand, M. & Northrip, Z. & Cohen, M. & McCord, M. & Helms, B

2003

[Marketing stratégique pour les institutions de microfinance](#)

Comment assurer la pérennité d'une IMF face à la concurrence accrue du marché financier ?

Wright, G. A.N. & Cracknell, D. & Mutesasira, L.

2003

Les méthodes participatives appliquées à la microfinance : deux expériences avec la méthode d'étude de marché de MicroSave-Africa

Dans quelles conditions une approche participative a un sens pour une institution de microfinance ?

Bouquet, E. & Brusky, B. & Morvant, S.

2003

[Les méthodes participatives appliquées à la microfinance : bilan récent des outils de Microsave \(BIM\)](#)

Discussion de la validité des approches participatives comme technique de collecte d'informations en microfinance

Creusot, A.C.

2004

[Etude de marché et développement de produit orienté client](#)

Comment la microfinance peut-elle s'adapter au marché pour fidéliser sa clientèle et se pérenniser ?

Wright, G. A. N

2003