CERISE+SPTF

Sustainable Outcomes Management

Boîte à outils

Méthodes de collecte de données pour la mesure et la gestion des résultats



Septembre 2026 – Version 1.1
Traduction française

Objectifs de cette boîte à outils

Il y a dix ans, Cerise+SPTF avait anticipé la dynamique mondiale actuelle en matière de mesure et de gestion des résultats.

Au-delà des rapports de conformité en matière d'Environnement, de Social et de Gouvernance (ESG), pour garantir une véritable protection des clients et comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, la voix des utilisateurs compte !

On observe une demande croissante de données plus transparentes, utiles et comparables sur l'impact réel de l'inclusion financière, tant positif que négatif, sur les clients.

La collecte de données visant à mesurer les résultats pour les clients est aussi essentielle pour réduire les risques que pour évaluer l'impact. Les résultats négatifs mettent en évidence les domaines à améliorer, tandis que les résultats positifs identifient ce qui fonctionne ; les uns et les autres éclairent la prise de décision stratégique. Une collecte de données efficace permet de suivre les progrès par rapport aux objectifs fixés et d'acquérir une compréhension plus approfondie des expériences des clients afin d'éviter de les perdre et de garantir un impact positif durable.

Il existe plusieurs méthodes de collecte de données clients, qui varient en fonction des objectifs, du budget, des contraintes de temps, des compétences du personnel, de la clientèle cible, du contexte local et des technologies disponibles.

Cette boîte à outils a pour but de guider les parties prenantes dans le choix, l'utilisation et, parfois, la combinaison des méthodes de collecte de données les plus appropriées pour mesurer les résultats obtenus par les clients grâce à l'utilisation des services financiers.

Elle commence par un guide sur l'utilisation efficace des méthodes de collecte de données, applicables à tous les types de données, afin d'optimiser la qualité et la pertinence des données recueillies.

Elle présente ensuite des synthèses sur les principales catégories de méthodes de collecte de données :

Collecte de données quantitatives
Permet de recueillir une grande quantité de données :

- Données issues des systèmes d'information de gestion (SIG) - y compris les indicateurs de substitution, les données relatives aux réclamations.
- Enquêtes quantitatives rapides
- Enquêtes quantitatives approfondies

Collecte de données qualitatives
Pour comprendre les points de vue, les comportements, les motivations, les obstacles et les résultats des clients :

- Entretiens internes rapides et légers
- Discussions en groupes de réflexion

Approches mixtes

- Journaux économiques et financiers
- Les témoignages des clients

Pour chaque méthodologie, cette boîte à outils décrit son fonctionnement général, examine ses avantages et ses inconvénients, et formule des recommandations quant aux situations dans lesquelles l'utiliser.

La boîte à outils illustre chaque approche à l'aide d'exemples concrets ou de cas d'utilisation et propose un récapitulatif permettant aux lecteurs de comparer d'un seul coup d'œil les différentes méthodologies.

Bien entendu, la description est simplifiée, et chaque méthode peut être adaptée ou nuancée. Ce guide vise à présenter les grandes « familles » d'approches, afin de guider les utilisateurs dans leur prise de décision.

Ce document est géré par Cerise+SPTF avec le soutien de partenaires stratégiques et de bailleurs de fonds.

e-MFP ADVANCING FINANCIAL INCLUSION
En partenariat avec RÉPUBLIQUE FRANÇAISE Liberté Égalité Fraternité AFD AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT
LUXEMBOURG AID & DEVELOPMENT
European Investment Bank | Global

Sommaire

Conseils clés	A. Veiller à l'intégration et l'alignement des données avec la stratégie B. Adopter une approche de collecte efficace et numérique C. Impliquer les clients dans le processus, le cas échéant D. Trianguler des données E. Segmenter par type de clients F. Agir sur les résultats négatifs
Méthodes de collecte de données quantitatives	A. Données issues du système d'information de gestion (y compris les proxi) B. Enquêtes quantitatives rapides C. Enquêtes quantitatives approfondies
Méthodes de collecte de données qualitatives	A. Entretiens internes rapides et légers (enquêtes par centres d'appel) B. Discussions en groupes de réflexion
Méthodes de collecte de données mixtes	A. Journaux économiques et financiers B. Ecouter les témoignages des clients
Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté	A. Le PPI (*Probability of Poverty Index* - indice de probabilité de pauvreté) B. L'outil *Poverty Stoplight*
Tableau Comparatif	A. Tableau comparatif complet B. Tableau comparatif succinct
Conclusion & Annexes	A. Journaux financiers par Gojo B. Journaux d'affaires : l'application mobile FINBIT de L-IFT C. SenseMaker / FarmVoices avec Alterfin D. ToumAI Voice Analytics

Conseils clés

A. Alignement stratégique
B. Efficace/Numérique
C. Impliquer les clients
D. Trianguler les données
E. Segmenter les données
F. Résultats négatifs

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

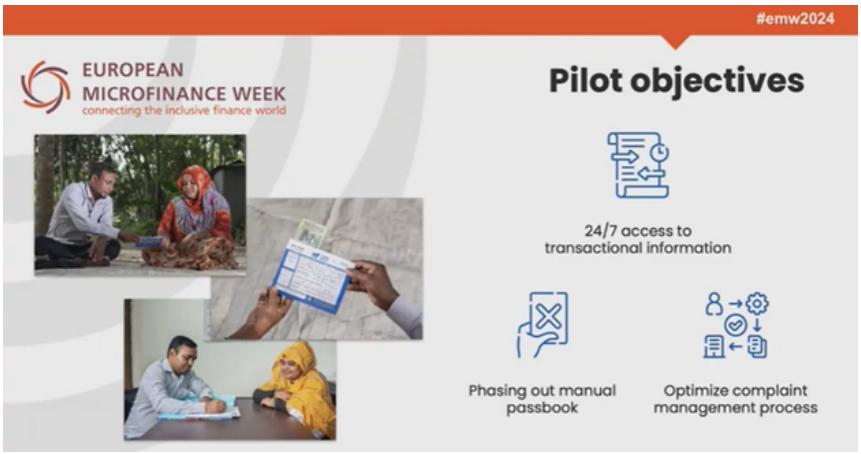
A. Veiller à ce que les données soient intégrées et alignées sur la stratégie

Donnez toujours la **priorité** aux indicateurs les plus pertinents !

L'objectif ultime de la collecte de données sur les résultats doit être **d'éclairer et d'orienter la planification stratégique et les décisions opérationnelles** au sein de l'institution. Les méthodes de collecte de données doivent être conçues dans une optique de prise de décision, en veillant à ce que les données recueillies soient pertinentes et opportunes pour orienter les actions de l'organisation.

Par exemple, les données du système d'information de gestion (SIG), les journaux financiers ou les enquêtes de collecte rapide de données devraient influencer directement la conception des produits, améliorer les services à la clientèle et étayer les rapports d'impact.

Il est essentiel que l'institution intègre les résultats issus de ces méthodes dans ses processus décisionnels et les partage régulièrement avec les décideurs ainsi qu'avec les autres parties prenantes internes afin de renforcer l'adhésion en interne. Le partage des données en interne contribue également à améliorer la qualité future du processus de collecte de données. Une fois que les différentes parties prenantes ont constaté l'utilité des données, compris l'importance de l'IF pour les clients et la manière dont les données sont utilisées pour améliorer les produits, le personnel et les Partenaires sont davantage enclins à veiller à collecter des informations précises lors des prochaines étapes.



B. Adopter un approche de collecte efficace / par voie numérique

N'utilisez plus le papier pour la collecte de données !

Il existe désormais de nombreux moyens simples et conviviaux de collecter des données par voie numérique, ce qui simplifiera la collecte, le nettoyage, le stockage et l'analyse des données.

Voici deux exemples d'outils de collecte de données couramment utilisés :

- KoboToolbox, une plateforme gratuite dédiée à la collecte de données sur le terrain dans des environnements difficiles, qui fonctionne aussi bien en ligne qu'hors ligne via des appareils mobiles et des navigateurs web. > *Téléchargez ce guide pour vous lancer avec KoboToolbox.*

- Open Data Kit (ODK) est une solution payante utilisée dans le monde entier pour la recherche thématique et les enquêtes auprès des ménages.

Certaines plateformes ont également été conçues pour faciliter la collecte de données dans des secteurs spécifiques ou répondant à des besoins particuliers.

Les technologies d'IA (intelligence artificielle) pourraient également faciliter le processus de collecte de données. Les solutions d'IA – telles que le traitement du langage naturel, les chatbots ou les logiciels bancaires – pourraient contribuer à rationaliser la production de rapports (en allégeant la charge de travail), à gagner en efficacité et à améliorer la qualité des données. Cependant, les utilisations les plus efficaces de l'IA dans la gestion des résultats, ainsi que ses risques, ne sont pas encore tout à fait clairs ; toute institution qui choisit d'utiliser des technologies d'IA devra donc surveiller son efficacité de très près.

Pour approfondir ces réflexions, visionnez l'enregistrement de la session suivante organisée par e-MFP, au cours de laquelle différentes organisations issues de l'écosystème de la finance inclusive présentent des cas concrets illustrant l'impact de l'IA sur la fourniture de services financiers efficaces, équitables et utiles aux personnes à faibles revenus :

- Vidéo e-MFP – EMW 2024: AI & Financial Inclusion: Practical Examples for Today and Tomorrow

Conseils clés

A. Alignement stratégique
B. Efficace/Numérique
C. Impliquer les clients
D. Trianguler les données
E. Segmenter les données
F. Résultats négatifs

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

C. Impliquer les clients dans le processus, le cas échéant

Dans la mesure du possible, **impliquez les clients** dans le processus de collecte de données.

Des outils d'auto-évaluation tels que le *Poverty Spotlight* (voir l'exemple de Friendship Bridge) permettent aux clients d'évaluer leur propre situation financière et d'élaborer des plans d'action personnalisés.

Les agendas financiers et professionnels en sont de bons exemples : ils obligent les clients à consigner activement leurs activités financières quotidiennes. Cette méthode permet non seulement de recueillir des données détaillées, mais aussi d'améliorer la culture financière des clients et de renforcer leur implication dans leur propre bien-être économique.

À l'issue des enquêtes, trouvez un moyen de partager les résultats avec les clients.

Cet engagement des clients améliore non seulement la précision des données, mais favorise également un sentiment d'appropriation et d'autonomie chez les clients.

D. Trianguler les données

Combinez différents ensembles de données sur les résultats pour obtenir des résultats fiables !

L'une des stratégies les plus efficaces est la triangulation, c'est-à-dire l'utilisation conjointe de méthodes qualitatives et quantitatives pour acquérir une compréhension globale des résultats des clients.

Comme le suggèrent James Copestake et Sukhwinder Arora (2020), nous devrions "accorder moins d'importance aux grandes études basées sur des enquêtes et renforcer plutôt notre capacité à mixer les approches de manière plus agile et réactive" (5 novembre 2020 – Une finance adaptée aux opportunités et aux chocs : ce qui aide le plus les clients pauvres).

Les approches hybrides offrent une solution équilibrée en combinant la précision des données quantitatives et la richesse des perspectives qualitatives, mais elles nécessitent une gestion plus complexe et entraînent des coûts plus élevés

Par exemple, les données quantitatives issues des systèmes d'information de gestion (SIG) ou les enquêtes quantitatives rapides peuvent mettre en évidence des tendances concernant la santé financière des clients, mais les méthodes qualitatives telles que les groupes de discussion ou les journaux financiers permettent d'expliquer pourquoi certains comportements se manifestent.

E. Segmenter par type de client

Segmentez les données par groupes de clients clés et par produits principaux !

La segmentation est essentielle pour garantir que les données reflètent la diversité des besoins, des comportements et des résultats des différents groupes de clients. Plutôt que d'analyser les données de manière agrégée, les prestataires de services financiers (PSF) devraient répartir leurs clients en segments en fonction de caractéristiques clés telles que le sexe, le niveau de revenu, le type d'activité ou la situation géographique. Cela permet d'obtenir des informations plus ciblées, révélant les différents types de résultats observés selon les segments de clientèle.

F. Agir sur les résultats négatifs

Utilisez la mesure des résultats pour protéger vos clients avant tout !

Il est important de rechercher des informations sur les résultats négatifs et de **donner la priorité aux mesures à prendre pour y remédier**. Les résultats négatifs - tels que les difficultés financières, les défauts de paiement, la perte de fonds, les violations de la confidentialité des données, l'exposition à des abus financiers, la saisie ou la vente d'actifs productifs, l'insatisfaction liée au traitement des réclamations des clients, ainsi qu'un accès perturbé ou peu fiable aux services financiers - fournissent souvent les informations les plus précieuses pour améliorer la conception et la prestation des services financiers. En s'attaquant en priorité aux résultats négatifs, les institutions financières peuvent identifier et atténuer les risques à un stade précoce et développer des solutions davantage centrées sur le client en comprenant leurs points faibles.

Ces enseignements généraux peuvent être utiles pour l'utilisation des données clients. Voyons maintenant les principales catégories de méthodes de collecte de données.

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

A. Données du SIG
B. Enquêtes rapides
C. Enquêtes approfondies

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Données issues du système d'information de gestion - y compris les données par approximation

Quoi – Description :

Utilise les données opérationnelles, transactionnelles et démographiques existantes stockées dans **le système d'information de gestion (SIG)** d'une institution financière :

- Données opérationnelles (tendances concernant les montants totaux des prêts, de l'épargne ou d'autres produits, tendances par produit, par région, taux de fidélisation de la clientèle, etc.)
- Données transactionnelles des clients (date(s) de demande de prêt, historique de remboursement des prêts, fréquence et montant des versements, fréquence et montant des dépôts d'épargne, solde moyen de l'épargne)
- Données démographiques et économiques des clients (par exemple, sexe, âge, lieu de résidence, source de revenus, patrimoine, etc.)
- Retour d'expérience sur les mécanismes de réclamations

Pourquoi – Importance :

Cette méthode exploite les données déjà collectées dans le cadre des activités quotidiennes des institutions financières. Elle permet de mieux comprendre les interactions avec les clients, les tendances financières et les principaux enjeux sans avoir à mener de nouvelles enquêtes coûteuses.

Les données existantes peuvent servir d'indicateur des résultats, permettant ainsi à l'institution de se faire une idée des résultats sans avoir à consacrer du temps ou de l'argent à la collecte de données réelles sur ces résultats. Par exemple :

- Le taux de fidélisation de la clientèle donne une idée du niveau de satisfaction.
- Les données relatives au portefeuille à risque permettent de déterminer si le remboursement des prêts représente une charge trop lourde pour les clients.
- Les tendances relatives à la valeur des actifs ou de l'épargne permettent de déterminer si la situation de la cliente s'améliore ou non.
- Les données sur le portefeuille par secteur peuvent être utilisées pour calculer un indicateur de substitution des émissions de gaz à effet de serre (GES) pour l'institution, et les données sur les prêts destinés à l'achat de fourneaux peuvent être utilisées avec des indicateurs de substitution pour les émissions de GES évitées.
- Les mécanismes de traitement des réclamations permettent d'identifier les problèmes liés aux risques de surendettement, au manque de transparence et de compréhension de la part des clients, ainsi qu'aux résultats négatifs.

Quand l'utiliser – Conditions d'utilisation :

- Particulièrement efficace lorsque les systèmes des prestataires de services financiers sont numérisés, ce qui facilite la collecte et l'analyse des données en temps réel.
- Idéal lorsque les systèmes sont bien développés et que l'institution collecte les données de manière cohérente et fiable lors de chaque interaction avec le client.
- Veiller à ce que l'institution puisse identifier la nécessité de prendre en compte les données clients lors de chaque mise à jour ou modification du système d'information de gestion (SIG), afin d'intégrer en douceur une capacité d'analyse des résultats.

Comment – Processus de collecte :

- L'institution conçoit son système d'information de gestion (SIG) pour agréger les données opérationnelles.
- Les employés de terrain saisissent les données transactionnelles et démographiques lors des interactions quotidiennes avec les clients, telles que les demandes de prêt, les suivis et autres points de contact opérationnels. Les applications numériques permettent également une saisie systématique des données relatives aux profils des clients et aux transactions.

Avantages :

- **Déjà intégré aux opérations quotidiennes.**
- **Faible coût**, car le personnel de l'institution collecte les données en continu sans effort supplémentaire, ou celles-ci sont automatiquement saisies dans les applications numériques
- Peut être exploité pour **une analyse en temps réel**.
- Permet **un suivi longitudinal** de la croissance des entreprises ou des ménages.

Inconvénients :

Problèmes de qualité : le risque lié à la qualité est élevé.

- Manque de moyens du personnel : pas assez de temps consacré à la collecte précise des données, pas de formation spécifique à la collecte des données clients, manque de motivation (risque de routine, absence d'incitations à collecter des données de qualité si l'on n'en perçoit pas l'intérêt),
- Manque d'informations précises sur les plateformes numériques (formatage inadapté, absence de vérification des données, etc.)
- Les clients peuvent fournir des informations erronées : les données démographiques et économiques des clients **peuvent être biaisées**, car ceux-ci peuvent souhaiter dissimuler ou exagérer certaines informations. Par exemple, mentir sur leur âge, leur niveau d'endettement ou leur niveau de revenus sur un formulaire de demande de prêt, afin d'augmenter leurs chances d'obtenir une réponse favorable.

Les données du système d'information de gestion (SIG) ne mesurent pas réellement les résultats pour les clients. Elles permettent de tirer des conclusions sur ces résultats en utilisant d'autres types de données comme indicateurs de substitution, mais cela peut s'avérer inexact. L'utilisation de données comme indicateurs de substitution est une solution de second choix, car l'IF continue de deviner quel est le résultat sans le mesurer réellement. Par exemple, un taux de fidélisation élevé peut s'expliquer par la satisfaction des clients, ou par le fait qu'ils n'ont pas de meilleure alternative et restent donc clients même s'ils sont quelque peu insatisfaits.

Suite à la page suivante >

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

A. Données du SIG
B. Enquêtes rapides
C. Enquêtes approfondies

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Données issues du système d'information de gestion - y compris les données par approximation (suite)

Inconvénients (suite) :

Les données du SIG ne permettent pas de comprendre pourquoi un résultat se produit, contrairement aux données qualitatives. Par exemple, les données financières peuvent révéler une inactivité des clients. L'institution financière pourrait utiliser cette inactivité comme indicateur de satisfaction et en déduire que ses produits et services ne répondent pas aux besoins de la cliente. Mais il ne saurait pas pourquoi. Si l'institution interrogeait une cliente sur son inactivité, elle pourrait répondre : *"J'ai cessé de déposer de l'épargne sur mon compte car chaque fois que je voulais le faire, la file d'attente à l'agence était trop longue et je perdais une demi-journée."*

Les systèmes d'information de gestion (SIG) sont généralement axés sur l'analyse financière et ne sont pas conçus spécifiquement pour l'analyse des résultats pour le client (bases de données multiples non corrélées, absence d'analyse systématique des données transactionnelles sous l'angle des "résultats", lacunes dans les données collectées, etc.), ce qui conduit à **des informations incomplètes ou inexactes**.

Recommandations :

- Veiller à ce que l'ensemble du personnel impliqué dans les processus de collecte, de stockage et d'analyse des données bénéficie **d'une formation adéquate et de mesures d'incitation**, afin de garantir une qualité élevée des données.
- Disposer d'**un identifiant unique par client** afin de faciliter l'analyse à partir de différentes sources ou bases de données.
- **Améliorer les systèmes d'information de gestion (SIG)** afin de se concentrer sur les données clés relatives aux clients et d'écarter les informations non pertinentes. Tirer parti des modifications apportées aux MIS pour adapter les champs en vue d'une collecte utile de données clients.
- **Adopter une approche stratégique dans le choix des données à collecter**, en évitant de surcharger le personnel. Assurez-vous de disposer des informations de base nécessaires au calcul d'indicateurs de substitution.
- **Partager les conclusions tirées des données avec le personnel** afin de souligner l'importance de données précises et d'inciter le personnel de terrain à collecter des données clients fiables et exactes.

Exemple de la FMBBVA : collecte de données à partir des formulaires de demande de prêt.

Fundación BBVA Microfinanzas

La FMBBVA suit des indicateurs quantitatifs issus des données financières de ses clients, recueillies lors de la constitution de leur dossier de demande de prêt. Ces indicateurs permettent de suivre l'évolution de l'activité du client (par exemple, son chiffre d'affaires). La FMBBVA estime que les données économiques relatives à l'activité recueillies lors de la demande de prêt constituent les données les plus exploitables pour l'IF, puisque l'objectif de ses prêts est d'aider les clients à investir dans leur entreprise. La FMBBVA enregistre ces données dans son système d'information de gestion (MIS) afin de pouvoir suivre les résultats. Par exemple, chaque fois qu'un client contracte un nouveau prêt, la FMBBVA sait comment l'activité de ce client évolue au fil du temps. L'analyse des données a confirmé que les clients développent effectivement leurs activités au fil du temps, même si la volatilité reste le principal problème.

Il convient de noter que la FMBBVA ne limite pas sa collecte de données sur les résultats aux indicateurs suivis dans les formulaires de demande de prêt. Elle recueille au contraire des données provenant de multiples sources, y compris des enquêtes externes, ce qui lui permet de recouper les informations sur les résultats et d'intégrer également des retours d'expérience qualitatifs.

- Voir la discussion intitulée The Business Case for Customer Financial Health: Voices from the Field
- Voir BBVA Social Performance Reports

Exemple de l'étude menée par la Fundación Dominicana de Desarrollo (FDD)

FDD

Étude de la SPTF menée en 2020-2021 auprès de 4 institutions financières sur les données du système d'information de gestion (SIG) afin d'analyser les données démographiques et les données relatives aux transactions financières par segment de clientèle. La Fundacion Dominicana de Desarrollo (FDD) indique que cette analyse l'a incitée à prendre des mesures.

Dans l'ensemble, la FDD a déclaré que ces données l'avaient aidée à réfléchir à la manière de les exploiter au regard des objectifs et de l'impact social de ses produits de prêts. En conséquence, la FDD prévoit de modifier sa stratégie marketing en fonction des zones géographiques. Elle développe également de nouveaux produits axés sur les opportunités manquées.

- Pour plus d'informations, voir la première session de la série *SPM Essentials* : consultez le brief, la présentation et l'enregistrement.

Voici quatre exemples illustrant la manière dont la FDD a utilisé l'analyse des données :

- **Données** : dans les zones rurales, le taux de défaut de paiement diminue avec le temps. C'est l'inverse qui se produit dans les zones urbaines.
- **Hypothèse** : les clients urbains déménagent plus souvent, ce qui rend le recouvrement plus difficile.
- **Action** : collecter davantage de données auprès des clients afin de les retrouver s'ils déménagent sans avoir remboursé.

- **Données** : les différents produits présentaient des taux de défaut de paiement variés.
- **Hypothèse** : aucune, cela a été une surprise pour FDD.
- **Action** : interroger les chargés de crédit, car ils connaissent bien les clients et pourraient avoir un avis sur la question.

- **Données** : les différentes agences présentaient également des taux de défaut de paiement différents.
- **Hypothèse** : cela pourrait varier en fonction du développement économique de la localité où se trouve l'agence, ou être lié à la gestion du personnel.
- **Action** : analyser les différences dans la gestion du personnel entre les agences.

- **Données** : un faible pourcentage de clients utilise un seul type de prêt.
- **Hypothèse** : des erreurs de marketing ont conduit un nouveau produit de prêt à cannibaliser ce produit de prêt.
- **Action** : déterminer si le premier produit de prêt a sa raison d'être.

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

A. Données du SIG
B. Enquêtes rapides
C. Enquêtes approfondies

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

B. Enquêtes quantitatives rapides

Quoi – Description :

- Les enquêtes quantitatives rapides désignent des enquêtes simplifiées et concises, conçues pour recueillir des informations clés sur les clients de manière standardisée et efficace. Ces enquêtes visent à recueillir des données essentielles telles que la santé financière et la satisfaction client, souvent à l'aide de questionnaires courts et ciblés qui permettent une collecte de données rapide et économique.
- L'expérience de 60 Decibels a montré que toute enquête devrait comporter au maximum 40 questions.

Pourquoi – Importance :

- Les enquêtes quantitatives rapides fournissent des informations pertinentes et exploitables sur les résultats clients en temps opportun, à un coût relativement modeste. Elles aident les prestataires de services financiers à suivre l'impact de leurs services de manière évolutive et agile.
- Cette approche permet une prise de décision rapide.

Quand l'utiliser – Conditions d'utilisation :

- Particulièrement adaptée lorsque les institutions financières ont besoin de données de haut niveau et standardisées sur les résultats clients dans un délai court.
- Particulièrement utile pour les évaluations périodiques ou pour mesurer les impacts immédiats des produits financiers.
- Convient au suivi des tendances, telles que les scores de santé financière, au sein de différents groupes de clients ou zones géographiques.

Comment – Processus de collecte :

- Les enquêtes quantitatives rapides sont généralement menées à l'aide d'outils numériques ou par téléphone.
- Elles sont le plus souvent menées en externe, au moins lors des premières étapes visant à définir les méthodologies, les questionnaires, etc.
- La taille de l'échantillon dépend de la portée de l'enquête.
- Généralement réalisée une fois tous les 1 à 2 ans.

Avantages :

- **Rentabilité**
- **Rapide**
- **Peut se concentrer sur certains produits**, services ou enjeux spécifiques (par exemple, la santé financière) afin d'obtenir rapidement un aperçu de l'utilisation, de la satisfaction et/ou des changements perçus par les clients
- **Les données peuvent être standardisées et comparables**, ce qui facilite les comparaisons entre régions ou entre institutions financières.
- **Facilement évolutif**, ce qui permet de réaliser des évaluations répétées sans lourdes contraintes financières ou opérationnelles, sur la base de l'enquête initiale.

Inconvénients :

- **Manque de profondeur qualitative** : elle décrit ce qui se passe (par exemple, des difficultés financières), mais n'explique pas pourquoi (par exemple, une perte d'emploi ou des dépenses élevées).
- **Peut ne pas être suffisamment exhaustif** si la taille de l'échantillon est trop petite ou si celui-ci n'est pas représentatif. La tendance dans les enquêtes quantitatives rapides est d'obtenir un "instantané", généralement basé sur des échantillons relativement petits. Le fait que l'enquête soit ciblée (par exemple, qu'elle ne porte que sur un segment démographique de la clientèle ou uniquement sur les clients utilisant un produit spécifique) ou qu'elle soit trop courte pour englober tous les aspects des résultats peut limiter la portée de ces derniers.
- **Risque d'une intégration limitée aux stratégies des institutions financières**, en particulier lorsque l'enquête est menée en externe, ce qui peut entraîner un renforcement limité des capacités et une adhésion potentiellement moindre aux résultats de la part des institutions.

Recommandations :

- **Veiller à ce que les données soient exploitables** : lorsqu'elle opte pour une "enquête rapide", l'institution ne doit pas se précipiter dans le choix des indicateurs et doit s'assurer que les données collectées fourniront des informations utiles pour orienter les décisions. Chaque question doit être évaluée en fonction de la manière dont les réponses seront effectivement utilisées dans le processus décisionnel.
  - Exemple : supprimer les questions relatives à l'amélioration de la santé si ce n'est pas une priorité de l'institution.
  - Inclure des questions sur la charge de remboursement lorsque l'institution constate une augmentation de son taux de recouvrement (PAR), etc.
- Même s'il s'agit d'une "enquête rapide", **utiliser un échantillon suffisamment large** pour permettre une segmentation efficace (règle générale : au moins 30 répondants par segment à analyser)
- **Veiller à ce que le personnel participe** à la compréhension et à l'exploitation des résultats lorsque l'enquête est réalisée par un prestataire externe.
- **Veiller à l'intégration dans la stratégie de l'institution** lorsque l'enquête est réalisée en externe.
- **Définir une fréquence adéquate** pour un suivi efficace sans surcharger le personnel ni les clients.

Exemples à la page suivante >

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

A. Données du SIG
B. Enquêtes rapides
C. Enquêtes approfondies

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

B. Enquêtes quantitatives rapides (suite)

Exemples provenant de fournisseurs de données externes

Exemple de MFR:

La méthode *Impact Assessment* mesure la capacité d'une institution financière à générer un impact positif sur la vie de ses clients. Cette évaluation comprend une analyse approfondie tant des systèmes de gestion de l'impact (au niveau de l'institution) que des résultats obtenus en matière d'impact (grâce à une enquête rapide, principalement quantitative), offrant ainsi une vue d'ensemble complète de l'efficacité de l'institution à produire des résultats significatifs

- Voir Impact Assessment Methodology
- Voir MFR impact surveys presented at the Cerise+SPTF Annual Meeting 2022

Exemple de Decibels:

Le *Microfinance Index* est une étude sur l'inclusion financière qui fournit des données standardisées et comparables issues d'enquêtes directes menées auprès des clients d'institutions de microfinance. Cet indice est établi chaque année et s'est développé pour recueillir plus de 1,4 million de points de données uniques à l'échelle mondiale en 2024.

Cette approche repose sur deux caractéristiques principales : d'une part, un changement de mentalité, passant de la simple production de rapports et du respect des obligations réglementaires à la création de valeur pour l'entreprise et ses clients ; d'autre part, l'utilisation de méthodes et de technologies de collecte de données privilégiant l'efficacité et la rapidité tout en conservant une grande rigueur.

Bien que les enquêtes comportent quelques questions qualitatives, leur cœur est constitué d'un questionnaire d'indicateurs standardisés.

- Voir l'article The Power of Lean Data
- Voir The Microfinance Index 2024



Le rôle des investisseurs et des organismes de soutien

Exemple d'Oikocredit:

Programme d'enquêtes auprès des clients finaux d'Oikocredit : l'enquête sur l'auto-perception des clients est une enquête numérique systématique menée auprès des clients des partenaires afin d'évaluer les changements significatifs survenus dans leur vie au cours des douze derniers mois. Elle vise strictement à fournir des données exploitables par les prestataires de services financiers.

En 2023, Oikocredit a collaboré avec 34 organisations partenaires en Amérique latine et dans les Caraïbes, en Afrique et en Asie, et a recueilli les réponses de plus de 40 500 clients finaux.

Oikocredit a identifié différentes façons dont les prestataires de services financiers ont utilisé ces données pour étayer leurs décisions :

- mieux servir leurs clients : identification des localités à risque, atelier sur mesure consacré au changement climatique, mise à jour des connaissances financières, développement de produits, amélioration des mécanismes de traitement des Réclamations,
- collaborer de manière transversale avec différents services à partir des résultats,
- élaborer leur stratégie à l'aide d'indicateurs clés à suivre au fil du temps : investissements dans le logement, la santé et l'éducation, revenu net, épargne, profil des clients, etc.

- Voir Oikocredit experience shared at 2022 European Microfinance Week

Exemples partagés lors de la Semaine européenne de la microfinance 2024

MicroSave Consulting sa présenté les conclusions de ses travaux récents menés avec le groupe d'action « Eau, assainissement et hygiène (WASH) » de l'e-MFP sur les indicateurs WASH destinés aux investisseurs, ainsi que sur les pratiques associées de gestion des données d'impact. Consultez des exemples d'indicateurs à suivre dans la publication.

Fortune Credit a présenté des applications des technologies numériques pour la collecte de données détaillées sur les clients et leurs implications pour le développement de produits. L'entreprise a expliqué comment elle a mis en œuvre la collecte de données clients et le reporting par thème (accès à l'énergie, WASH...), en utilisant l'application mobile Open Data Kit (ODK) pour une collecte rapide et facile des données sur le terrain, ainsi que des tableaux de bord et des rapports numériques personnalisés.

- Enregistrement de la session : Impact Data Management in Practice: Experiences, Challenges, and Lessons Learned

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

A. Données du SIG
B. Enquêtes rapides
C. Enquêtes approfondies

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

C. Enquêtes quantitatives approfondies

Quoi – Description :

Les enquêtes quantitatives approfondies sont des enquêtes détaillées à grande échelle visant à évaluer les résultats pour les clients et les performances de l'entreprise. Ces enquêtes recueillent un large éventail de données, permettant une analyse complète du bien-être des clients, de leurs comportements financiers et de l'évolution de l'entreprise.

Pourquoi – Importance :

- Les enquêtes approfondies sont essentielles pour les organisations qui ont besoin d'une compréhension plus détaillée des résultats pour les clients. Les résultats constituent un sujet complexe et varié. Par exemple, ils peuvent concerner la santé physique, les sentiments (par exemple, le stress, l'espoir), l'autonomisation, la résilience face aux chocs, les revenus et l'Education, parmi bien d'autres aspects. Une enquête approfondie permet à l'institution financière d'explorer les résultats de manière exhaustive, plutôt que de se limiter à quelques types de changements.
- À l'instar des enquêtes approfondies, elles s'appuient généralement sur un échantillon de grande taille, ce qui permet une segmentation détaillée par facteurs démographiques ou par produits, offrant ainsi aux institutions financières des informations précises sur les différents besoins et comportements des clients.

Quand l'utiliser – Conditions d'utilisation :

- Particulièrement adaptées au suivi longitudinal, car elles permettent de saisir les nuances et la granularité de différents aspects susceptibles d'évoluer au fil du temps (détails sur les revenus/patrimoines, détails sur l'autonomisation, détails sur les niveaux de vie, etc.).
- Elles doivent être menées à intervalles réguliers (tous les 2 à 3 ans).
- Idéales pour des évaluations d'impact plus complètes ou lorsque les prestataires de services financiers ont besoin de données détaillées pour éclairer leur stratégie, le développement de leurs produits ou leurs rapports réglementaires.
- Généralement moins fréquentes que les enquêtes rapides, en raison de leur coût et de leur complexité.

Comment – Processus de collecte :

- Ces enquêtes sont généralement menées par le biais d'entretiens en face à face, d'enquêtes téléphoniques ou de questionnaires en ligne.
- Elles comportent un grand nombre de questions.
- En raison de la complexité de l'enquête, ou des agents formés sont souvent nécessaires.

Avantages :

- **Exhaustivité** : permet de recueillir davantage de variables que les approches d'enquête rapide.
- **Utiles pour le suivi longitudinal** du bien-être des clients et de l'évolution de l'activité.
- **Permet une segmentation selon des critères démographiques** (par exemple : sexe, âge, lieu de résidence) à partir d'un large échantillon.
- **Personnalisable** pour répondre aux objectifs spécifiques de l'entreprise ou aux caractéristiques spécifiques des clients.
- Lorsqu'elles sont menées avec le soutien d'**instituts de recherche externes**, en particulier d'entités reconnues telles que les universités, les enquêtes bénéficient de méthodologies indépendantes qui **réduisent les biais et renforcent la validité des résultats**. Cela s'avère particulièrement utile lorsque les institutions financières doivent à la fois orienter la prise de décision en interne et présenter des preuves validées en externe de leur impact.

Inconvénients :

- **Mise en œuvre coûteuse et chronophage.**
- **Plus complexes à analyser** en raison du volume important de données collectées, ce qui nécessite des logiciels et des compétences spécialisés.
- Les enquêtes de grande envergure peuvent **submerger les clients**, ce qui peut entraîner une baisse des taux de réponse.
- **Risque de lassitude** vis-à-vis des enquêtes chez les clients et le personnel chargé de les mener.
- Les informations peuvent ne pas être disponibles en **temps réel**, ce qui peut **retarder la prise de décision** en raison de l'analyse approfondie requise.
- **Inadapté aux sujets sensibles tels que les relations au sein du foyer ou les facteurs culturels affectant l'accès aux services**, ce qui nécessite des méthodes qualitatives complémentaires.

Recommandations :

- **Prévoir des enquêtes moins fréquentes** (tous les 2 à 3 ans).
- Investir dans des **outils** d'analyse de données performants et dans des **analystes qualifiés**.
- Compléter ces enquêtes par **des recherches qualitatives permettant de mettre en lumière les facteurs causaux et les processus à l'origine des changements observés**.
- Développer des partenariats avec **des centres de recherche locaux** pour des études plus académiques et plus rigoureuses.

Exemples à la page suivante >

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

A. Données du SIG
B. Enquêtes rapides
C. Enquêtes approfondies

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

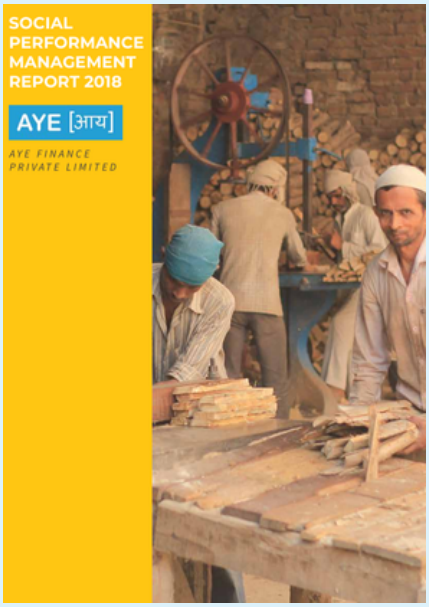
C. Enquêtes quantitatives approfondies (suite)

Exemple d'Aye en Inde (2018-2024) :

L'objectif principal était de comprendre l'impact global des prêts contractés auprès d'Aye Finance sur la vie des bénéficiaires. Cette enquête auprès des clients venait compléter l'audit social réalisé par SPI : l'audit a analysé les processus d'Aye afin de s'assurer que l'entreprise mettait sa mission en pratique, tandis que l'enquête d'impact visait à vérifier qu'Aye atteignait effectivement ses objectifs sociaux et avait l'impact escompté sur ses clients.

En 2018, Aye a mené une enquête auprès de 1 600 emprunteurs. Consultez le rapport complet ici.

En 2024, Aye Finance a renouvelé l'enquête auprès d'environ 1 300 emprunteurs, en comparant les résultats au questionnaire de l'enquête de référence et en suivant l'évolution de la situation. Aye a également mis à jour son audit social.



Exemple d'ATIA à Madagascar (2022-2023) :

Deux phases de collecte de données ont été menées auprès d'un groupe de traitement (des bénéficiaires de VAHATRA) et d'un groupe de contrôle (des individus sans microcrédit mais étant de potentiels clients) à 16 mois d'intervalle. Il s'agit de la méthodologie de la Double Différence utilisée en évaluation d'impact (1006 bénéficiaires et 503 individus témoins).

Le microcrédit favorise les activités génératrices de revenus, améliorant le chiffre d'affaires des AGR et le nombre d'employés. Les prêts sont bien utilisés de manière productives et injectés dans le développement des AGR.

Il existe également un effet positif sur la régularité de l'épargne et la capacité à payer des dépenses de santé importantes, notamment grâce à l'épargne obligatoire et la mutuelle santé de VAHATRA. Cependant, ces effets sont temporaires puisque les bénéficiaires ne perpétuent pas ces comportements d'épargne et perdent l'accès à une assurance santé formelle lorsqu'ils arrêtent de prendre un crédit.

L'étude n'indique pas d'effets négatifs sur la santé psychologique des femmes ni sur les perceptions des violences conjugales. En revanche, l'augmentation des responsabilités et des charges liées au microcrédit a un effet négatif sur leur implication au sein de la communauté, un effet qui disparaît après plusieurs microcrédits.

- Consultez le Rapport d'évaluation d'impact d'un programme de microfinance à Madagascar

Réseau Pratiques
Partages d'expériences et de méthodes pour améliorer les pratiques de développement

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

A. Entretiens rapides
B. Discussions en groupes

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Entretiens internes rapides et légers (enquêtes par centres d'appel)

Quoi – Description :

Entretiens internes rapides ou appels téléphoniques comportant des questions ouvertes, menés auprès d'un petit échantillon de clients sélectionnés au hasard afin de recueillir des retours sur des sujets spécifiques. Ces enquêtes sont souvent réalisées via l'infrastructure existante d'un centre d'appels et visent à recueillir des informations concises et opportunes sur l'expérience client.

Pourquoi – Importance :

Ces entretiens fournissent un retour d'information immédiat, permettant aux institutions financières de réagir rapidement aux problèmes émergents rencontrés par les clients ou à l'évolution de leur niveau de satisfaction. Ils constituent une méthode peu coûteuse pour évaluer régulièrement le point de vue des clients, offrant ainsi un aperçu de leurs besoins et de leurs expériences.

Quand l'utiliser – Conditions d'utilisation :

- Idéal pour surveiller la satisfaction client, identifier les problèmes de service urgents ou évaluer les réactions aux lancements récents de produits.
- Convient lorsque les institutions financières ont besoin d'informations rapides sans investissement important en ressources. Cela ne nécessite ni questionnaire quantitatif, ni analyse statistique des résultats.

Comment – Processus de collecte :

Les entretiens sont menés par téléphone auprès d'un petit échantillon aléatoire de clients sélectionnés parmi la clientèle de l'institution financière.

Avantages :

- **Fournit un retour d'information immédiat** sur la
- et sur les problèmes émergents.
- Facile à mettre en œuvre en utilisant **l'infrastructure existante du centre d'appels**.
- Peut être mené régulièrement sans coût supplémentaire important.
- Idéal pour recueillir des informations pertinentes en temps réel, qui peuvent **guider les opérations quotidiennes**.
- **Permet de comprendre les raisons qui expliquent les résultats**, par exemple pourquoi un client utilise tel canal plutôt qu'un autre, ou pourquoi une cliente a eu du retard dans le remboursement de son prêt.

Inconvénients :

- Limité à un petit échantillon, qui **peut ne pas être représentatif de l'ensemble de la clientèle**.
- **Manque de profondeur** sur des sujets complexes ou sensibles.
- Les réponses peuvent être **biaisées**, par exemple en raison de l'humeur de la personne interrogée ou de son espoir que certains types de réponses puissent susciter certaines réactions de la part de l'institution.
- Les réponses peuvent être inexactes, car données trop rapidement lors d'un appel téléphonique, ou en raison d'une mémoire défaillante, d'une mauvaise compréhension des questions, etc.

Recommandations :

- **Augmenter la taille de l'échantillon** afin d'améliorer la représentativité.
- **Alterner les questions** afin de couvrir un éventail plus large de sujets.
- Envisager de **compléter** ces enquêtes par des méthodes de suivi permettant d'approfondir la compréhension de l'expérience client, telles que des entretiens en face à face ou des groupes de discussion pour les sujets plus sensibles ou complexes.
- Prendre des mesures pour **que le client se sente à l'aise** pour donner des réponses honnêtes à l'enquêteur (par exemple, assurez-lui que l'enquête est anonyme, précisez aux clients que toutes les réponses sont synthétisées avant d'être transmises à la direction).

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

A. Entretiens rapides
B. Discussions en groupes

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

B. Discussions en groupes de réflexion

Quoi – Description :

Les discussions de groupe consistent en des échanges organisés avec un petit groupe de clients visant à recueillir des informations qualitatives sur leurs besoins financiers, leurs difficultés et leurs expériences avec les produits financiers. En général, ces discussions réunissent entre 6 et 12 participants et sont animées par un modérateur formé qui oriente la conversation vers des thèmes spécifiques d'intérêt.

Pourquoi – Importance :

Les discussions de groupe permettent aux clients d'exprimer leurs opinions dans un cadre convivial, ce qui favorise une exploration plus approfondie des facteurs qualitatifs influençant les décisions financières et l'inclusion financière.

Quand l'utiliser – Conditions d'utilisation :

- Elles sont particulièrement utiles lorsqu'il est nécessaire d'explorer des questions complexes ou lorsque l'IF cherche à comprendre en détail le point de vue des clients.
- Idéales pour recueillir des informations sur des expériences spécifiques liées à des produits, comprendre les dynamiques culturelles ou sociales qui influencent les comportements financiers, ou tester de nouveaux concepts ou services avant leur lancement.
- Particulièrement utiles lorsque les données quantitatives indiquent une tendance nécessitant une analyse plus approfondie pour mettre au jour les raisons sous-jacentes au comportement des clients.

Comment – Processus de collecte :

- Réalisé en présentiel ou en ligne, ce processus rassemble un groupe diversifié de clients afin de discuter de leurs expériences et de leurs besoins.
- Un animateur qualifié dirige la discussion, en veillant à ce que tous les participants aient l'occasion d'exprimer leur point de vue tout en gérant la dynamique de groupe.

Avantages :

- Fournit des **informations qualitatives riches et approfondies**.
- Permet d'explorer les **facteurs culturels ou sociaux** susceptibles d'influencer l'inclusion financière.
- Aide les prestataires de services financiers à comprendre **les raisons de certaines tendances**.
- Encourage l'interaction entre les participants, ce qui peut déboucher sur de nouvelles perspectives grâce au dialogue de groupe.
- Instaure un climat de confiance propice à des échanges sincères, car l'animateur du groupe rencontre les clients en personne.

Inconvénients :

- **Prend beaucoup de temps** (identification des clients, envoi des invitations, logistique, enregistrement des discussions, synthèse des idées clés)
- Peut ne pas refléter toute la diversité des expériences client en raison de **la dynamique de groupe** (certaines personnes peuvent dominer la discussion, d'autres peuvent hésiter à partager leurs mauvaises expériences, etc.)
- Des difficultés logistiques peuvent survenir, en particulier dans les zones rurales, ce qui rend **difficile de garantir que toutes les voix soient entendues**.
- L'interprétation des résultats peut être **subjective**.

Recommandations :

- Mener ces discussions **en parallèle d'enquêtes quantitatives ou, à tout le moins, des données du système d'information de gestion** (voir ci-dessus) afin de recouper les données et d'offrir une vision plus complète des besoins des clients.
- **Alterner les lieux** des discussions afin de garantir une large représentation des différents groupes démographiques et segments de clientèle.
- **Former les animateurs** à la gestion des dynamiques de groupe et des biais.

Exemples à la page suivante >

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

A. Entretiens rapides
B. Discussions en groupes

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

B. Discussions en groupes de réflexion (suite)

Exemple : étude d'évaluation réalisée par la Small Enterprise Foundation (SEF) en Afrique du Sud.

Cette étude, soutenue par la SIDI et la Fondation Grameen-Crédit Agricole, utilise une combinaison de méthodes et s'appuie notamment sur des discussions de groupe. SEF a dans un premier temps analysé des données quantitatives. Cela a permis de mettre en évidence certaines tendances intéressantes concernant l'utilisation des produits par les clients et leur comportement en matière de transactions. Afin de comprendre les raisons de ces tendances, SEF a ensuite organisé des discussions de groupe avec un échantillon stratifié de clients. Ces discussions ont porté sur les thèmes suivants :

- Prêts et processus de la SEF
- Évolution des activités et des moyens de subsistance
- Évolution de la méthodologie de la SEF, passant de la responsabilité solidaire à la responsabilité individuelle
- Évolution en matière d'égalité de genre et d'inclusion communautaire
- Question ouverte : quels changements les clients ont-ils jugés les plus significatifs ?

Il a été constaté que les services de la SEF ont apporté des changements positifs à la situation socio-économique de ses clients, notamment en ce qui concerne leur motivation pour l'épargne et leur capacité à rembourser leurs prêts.

Il a également été constaté que les clients de la SEF créaient souvent de nouvelles activités économiques en lançant ou en soutenant de petites entreprises génératrices de revenus, même si ce n'était pas toujours l'usage principal qu'ils faisaient des prêts de la SEF. En effet, les prêts sont souvent affectés à divers objectifs, notamment l'amélioration de l'habitat ou l'investissement dans l'éducation des enfants. La triangulation des données a révélé que ces changements s'accompagnaient d'une amélioration des conditions socio-économiques des clients ainsi que d'une réduction de leur vulnérabilité.

L'aspect lié à l'égalité de genre s'est avéré difficile à évaluer en raison de l'approche délibérément discrète adoptée par les clients de la SEF vis-à-vis de l'organisme. En effet, les dynamiques de genre en Afrique du Sud peuvent souvent inciter les femmes à protéger les prêts qu'elles contractent contre toute ingérence de leur mari ou de leur partenaire de vie.

- Voir la méthodologie relative aux groupes de discussion et à l'approche mixte dans le rapport Impact Evaluation Report (p.32)

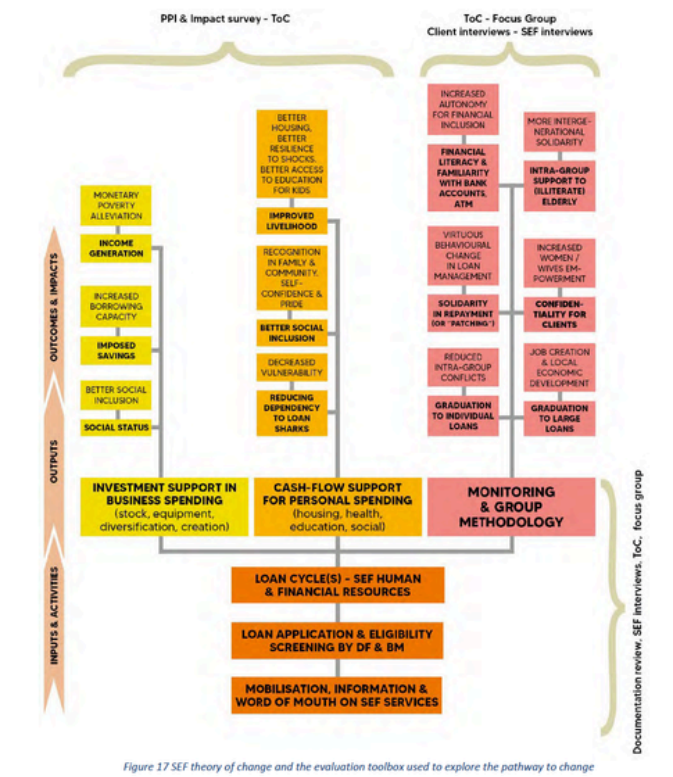


Figure 17 SEF theory of change and the evaluation toolbox used to explore the pathway to change

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

A. Journaux économiques et financiers
B. Ecouter les témoignages des clients

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Journaux économiques et financiers

Quoi – Description :

- Les registres (ou journaux de bord) d'affaires et financiers sont des méthodes de collecte de données qualitatives longitudinales utilisées pour suivre les activités financières et professionnelles des clients au fil du temps.
- Dans les registres financiers, les clients notent régulièrement leurs revenus, leurs dépenses, leur épargne et leurs transactions financières. Il s'agit d'une méthodologie de recherche visant à comprendre la gestion financière des ménages à faibles revenus.
- Les registres d'affaires vont plus loin en recueillant à la fois des données financières et des informations qualitatives liées aux performances de l'entreprise.
- Ces méthodes permettent aux clients de rendre compte eux-mêmes de leurs activités financières ou professionnelles en temps réel.

Pourquoi – Importance :

- Les journaux de bord permettent de **mieux comprendre** comment les clients gèrent leurs flux de trésorerie, font face aux chocs financiers et prennent des décisions en matière d'allocation des ressources.
- Cela permet **des interventions rapides** fondées sur des données en temps réel et aide les prestataires de services financiers à comprendre le lien entre **le financement et les performances des ménages ou des entreprises**.

Quand l'utiliser – Conditions d'utilisation :

- Ces méthodes sont particulièrement indiquées lorsqu'il est nécessaire d'obtenir des informations détaillées sur les comportements financiers ou commerciaux des clients.
- Les registres financiers sont particulièrement utiles dans des contextes de volatilité économique
- Les registres d'affaires sont idéaux pour les propriétaires de petites entreprises qui ont besoin de suivre la santé de leur activité au fil du temps et de réagir aux chocs externes.

Comment – Processus de collecte :

- Customers maintain physical or digital diaries to record daily financial and business transactions such as income, expenditures, sales, and investments.
- Business diaries often include business strategies and decision-making processes.
- Both methods can be enhanced through mobile apps.

Avantages :

- Aident les institutions financières à comprendre **les tendances des flux de trésorerie** et la **volatilité des revenus**.
- Offrent une vue d'ensemble de la **santé financière** et des **performances de l'entreprise**.
- Facilite le développement et l'adaptation de produits ou de services adaptés aux rythmes financiers et à la situation concrète des clients.
- Peut être intégré à des applications mobiles pour **la saisie de données en temps réel**.
- Encourage les clients à **réévaluer leurs habitudes de dépenses** (peut contribuer à l'éducation financière).

Inconvénients :

- **Coût élevé et forte consommation de ressources**, nécessitant des efforts considérables tant de la part des clients que des institutions financières.
- Risque de **biais liés à l'auto-déclaration** ou des **inexactitudes** dans les données si celles-ci ne font pas l'objet d'un suivi rigoureux.
- **Prend beaucoup de temps** aux clients, ce qui peut entraîner des **abandons** ou des **registres incomplets**.
- L'interprétation des données peut s'avérer **complexe**.
- Les clients doivent avoir **accès à des appareils mobiles et aux applications**, ce qui peut constituer un obstacle.

Recommandations :

- **Utiliser la technologie**, telle que les applications mobiles, pour simplifier la saisie des données et améliorer l'engagement des clients.
- **Encourager la participation des clients**, par exemple en offrant des récompenses pour les mises à jour régulières du journal.
- **Fournir un guide clair et un accompagnement** aux clients sur la manière de tenir un journal de bord précis.
- **Élargir les options de personnalisation** au sein de l'application afin de répondre aux divers besoins des clients.
- **Investir dans des programmes de formation** pour améliorer l'adoption de la technologie par les clients et son utilisation efficace.
- **Recouper** les données des registres avec d'autres sources de données (par exemple, les systèmes d'information de gestion ou les enquêtes).

Exemples à la page suivante >

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

A. Journaux économiques et financiers
B. Ecouter les témoignages des clients

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Journaux économiques et financiers (suite)

Example de rapports de Gojo :

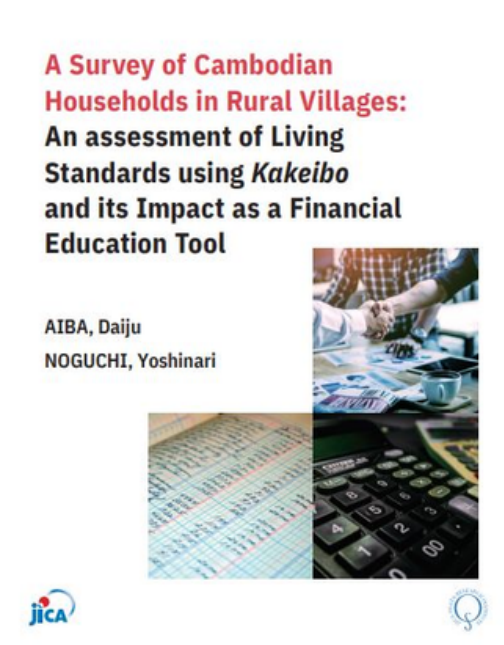
Gojo & Company, Inc.

Le Kakeibo est une méthode de comptabilité familiale conçue pour économiser efficacement en matière d'épargne. Dans le domaine des sciences sociales, cette approche est également appelée "registres financiers" et est de plus en plus utilisée pour collecter des données à haute fréquence sur les flux de trésorerie des ménages. À partir des registres tenus par les ménages participants, Gojo a analysé les habitudes de chaque ménage en matière de revenus, de dépenses, d'épargne et d'emprunts, ainsi que l'impact de la tenue d'un Kakeibo sur la culture financière et le comportement financier des ménages ruraux.

L'analyse a mis en évidence plusieurs conclusions clés :

- Les dépenses liées aux cérémonies, telles que les mariages et les funérailles, constituent une part importante des dépenses totales, et celles-ci étaient principalement financées par les revenus provenant des dons.
- Face à des dépenses importantes, les ménages les plus aisés avaient tendance à recourir à l'emprunt, tandis que les ménages à faibles revenus étaient plus enclins à compter sur les services de transfert de fonds nationaux et/ou internationaux.
- Les ménages disposant de sources de revenus diversifiées avaient tendance à bénéficier de revenus plus stables, même si de nombreux ménages connaissaient encore des périodes où leurs revenus et leurs dépenses tombaient en dessous du seuil de pauvreté, ce qui témoigne d'une certaine vulnérabilité.
- En moyenne, les ménages ayant participé au programme Kakeibo ont affiché une amélioration de leurs connaissances financières et de leurs comportements financiers par rapport à ceux qui n'y avaient pas participé.
- Toutefois, les effets positifs de la participation au programme Kakeibo ont été principalement observés dans les ménages ayant un niveau d'éducation ou un revenu plus élevé, tandis que les effets étaient moins marqués dans les ménages ayant un niveau d'éducation ou un revenu plus faible.

Voir le rapport : A Survey of Cambodian Households in Rural Villages: An Assessment of Living Standards Using Kakeibo and its Impact as a Financial Education Tool (mars 2024)



Voir d'autres exemple :

- Financial Diaries Research
- Sri Lanka Financial Diaries Tracking Survey (février 2023)
- Highlights of the webinar on "Financial Diaries research and it's future" (décembre 2022) par MicroSave Consulting (MSC)
- FINBIT application de L-IFT (Low-Income Financial Transformation) - voir en Annexe

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

A. Journaux économiques et financiers
B. Ecouter les témoignages des clients

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

B. Ecouter les témoignages des clients

Quoi – Description :

- Outil polyvalent, basé sur le récit, utilisé pour évaluer les changements sociaux complexes, en particulier dans le secteur du développement. Cette approche permet de recueillir des informations qualitatives en encourageant les personnes interrogées à partager leurs expériences personnelles plutôt qu'à répondre à des questions prédéfinies.
- Comprendre si une intervention particulière a un impact, et si oui, comment et pour qui, ainsi que quels autres facteurs ont influencé leur bien-être.

Pourquoi – Importance :

Elle met en évidence les impacts tant positifs que négatifs que les enquêtes standard pourraient ne pas détecter.

Quand l'utiliser – Conditions d'utilisation :

Lorsqu'il est nécessaire d'obtenir des informations approfondies sur des dynamiques sociales ou financières complexes.

Comment – Processus de collecte :

Les personnes interrogées partagent des récits liés à leurs expériences (par exemple, comment un prêt les a aidées à atteindre leurs objectifs de vie).
Exemples :

- **SenseMaker**: environ 150 à 200 récits sont recueillis par étude, puis classés à l'aide d'un logiciel afin d'identifier des tendances et des thèmes.
- **Les études QuIP (*Qualitative Impact Protocol*)** sont généralement planifiées en séries distinctes de 20 à 25 entretiens individuels, auxquelles s'ajoutent quatre groupes de discussion.

Avantages :

- Permet de saisir des nuances qui échappent aux enquêtes standard.
- Permet d'identifier des tendances émergentes, offrant ainsi une vision plus globale des résultats.

Inconvénients :

- Nécessite beaucoup de ressources et prend beaucoup de temps, en particulier pour la collecte de données en présentiel.
- Un problème courant dans la recherche qualitative est de savoir comment organiser et donner du sens à de grandes quantités de données narratives, et ce, de manière transparente.

Recommandations :

Associer les données qualitatives aux méthodes quantitatives traditionnelles pour renforcer la fiabilité des évaluations.

> *"Lorsque les personnes sont interrogées, elles répondent à nos questions ; lorsqu'elles racontent une histoire, elles nous disent ce qui est important pour elles."*
>
> Voices That Count

SenseMaker :

Voir l'étude d'impact menée par Alterfin sur Nyamurinda Coffee Growers Ltd. en 2024, une coopérative rwandaise active dans la filière du café et partenaire d'Alterfin depuis 2021. Cette étude a été menée avec le soutien de Voices That Count pour le partage et la mise en œuvre de la "méthodologie FarmVoices". Voir les détails en Annexe

ToumAI Analytics :

ToumAI propose des solutions innovantes d'analyse vocale multilingue et générative. La plateforme intègre un module qui s'adapte en toute transparence à l'infrastructure technologique existante des institutions financières, permettant de recueillir, dans n'importe quelle langue ou dialecte, les retours des clients, qu'ils soient oraux ou écrits.
Voir les détails en Annexe

QuIP :

Le *Qualitative Impact Protocol* (QuIP) offre un mécanisme économique permettant d'interroger les personnes sur les facteurs clés de changement dans leur vie, puis d'analyser et de présenter les données collectées.

- Voir l'analyse complète du QuIP réalisée par BetterEvaluation.
- Exemple : Savings at the Frontier project evaluating linkages between informal VSLAs and MFIs/Banks (septembre 2022)

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

A. Le PPI (indice de probabilité de pauvreté)
B. L'outil Poverty Stoplight

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Le PPI (indice de probabilité de pauvreté)

Quoi – Description :

Les systèmes d'information de gestion (SIG) intègrent souvent des outils supplémentaires tels que le Poverty Probability Index (PPI) pour évaluer les niveaux de pauvreté parmi les clients.

Le PPI est un outil permettant d'évaluer les niveaux de pauvreté à partir de données nationales spécifiques à chaque pays. Il permet aux institutions financières d'estimer la probabilité qu'un client vive en dessous du seuil de pauvreté grâce à un score calculé à partir d'une série d'indicateurs spécifiques au pays.

Certains prestataires de services financiers, tels que KOMIDA en Indonésie, intègrent le PPI dans leurs systèmes d'information de gestion. Les chargés de crédit collectent les données du PPI au cours du processus de demande de prêt.

Avantages :

- Particulièrement **précis pour les clients les plus démunis**, ce qui en fait un outil précieux pour les objectifs axés sur l'inclusion.
- Il **repose sur des données nationales**. Le PPI utilise des données adaptées aux conditions socio-économiques de chaque pays, offrant ainsi une mesure mieux adaptée au contexte.
- **L'intégration des données du PPI dans le SIG** facilite l'analyse du profil des clients dans le cadre des opérations.

Inconvénients :

- **Nécessite des mises à jour fréquentes.** De nombreuse institutions financière utilisent des versions obsolètes du cadre PPI.
- **Les mises à jour du PPI n'ont pas été régulières**, n'ayant souvent lieu que lorsque des ressources sont disponibles pour mener des études. Cela signifie que, pour certains pays, le PPI peut être obsolète.
- **Le PPI n'est pas disponible pour tous les pays.**
- Dans les grands pays ou ceux présentant d'importantes disparités régionales, **un PPI national unique peut s'avérer insuffisant, car il sera moins** précis lorsqu'il sera appliqué à certaines régions.
- **Difficultés rencontrées sur certains marchés** : le PPI n'estime pas le revenu annuel d'une personne, mais il indique la probabilité que cette personne vive en dessous d'un seuil de pauvreté spécifique, sur la base d'indicateurs indirects. Il ne mesure pas le revenu estimé de la personne. Ainsi, si des informations sur le revenu sont requises (pour se conformer à la réglementation ou pour analyser la capacité de remboursement), le PPI n'est pas l'outil approprié.
  - En Inde, par exemple, le PPI se heurte à une certaine résistance en raison des exigences réglementaires liées à l'équivalence des revenus. Le PPI ne fournit pas d'équivalent direct en termes de revenu (par exemple, la limite pour la microfinance en Inde est de 300 000 INR), car les données du PPI ne peuvent pas être comparées aux revenus réels exprimés en parité de pouvoir d'achat ou en dollars américains.

- Du point de vue des institutions financières :
  - **Faible motivation du personnel à collecter les données** : les prestataires de services financiers constatent souvent que les collaborateurs chargés de collecter les données de l'IPP ne comprennent pas nécessairement en quoi celles-ci sont utiles ou pertinentes, surtout si leurs indicateurs de performance sont liés à l'acquisition de clients et aux ventes ; par conséquent, le personnel peut mal accepter le temps qu'il doit consacrer à la collecte des données de l'IPP : *"nous les collectons [les données PPI] et elles atteignent un niveau élevé, mais ne sont pas transmises aux personnes sur le terrain sous forme de données exploitables qui leur soient utiles"*, ce qui entraîne un manque d'engagement de la part des agents de crédit et des clients.
  - **Faible fiabilité** : *"La marge d'erreur est importante : on ne peut pas s'en servir pour affirmer que le niveau de pauvreté est tel ou tel, et que le montant du prêt devrait donc être tel ou tel"*. Certaines institutions soulignent que les scores PPI peuvent présenter une marge d'erreur élevée, ce qui rend difficile leur utilisation pour orienter des décisions telles que le montant des prêts. Dans certains cas, les employés de terrain peuvent même saisir des données inexactes lorsqu'ils subissent des pressions pour atteindre les indicateurs mesurables en matière de pauvreté.



Géré par Innovations for Poverty Action (IPA), l'indice de probabilité de pauvreté (PPI) est un outil de mesure de la pauvreté destiné aux organisations et aux entreprises dont la mission est de venir en aide aux personnes en situation de pauvreté. Plus de 600 organisations à travers le monde utilisent actuellement le PPI.

Le PPI repose sur des bases statistiques solides tout en restant simple d'utilisation : les réponses à 10 questions portant sur les caractéristiques d'un ménage et ses biens sont notées afin de calculer la probabilité que ce ménage vive en dessous du seuil de pauvreté. Grâce au PPI, les organisations peuvent identifier les clients, les consommateurs ou les employés les plus susceptibles d'être en situation de pauvreté, en intégrant des données objectives sur la pauvreté dans leurs évaluations et leurs prises de décision stratégiques.

En savoir plus sur le PPI

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

A. Le PPI (indice de probabilité de pauvreté)
B. L'outil Poverty Stoplight

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

B. L'outil Poverty Stoplight

Quoi – Description :

Le Poverty Stoplight est un outil alternatif permettant d'évaluer la situation de pauvreté des clients.

Cet outil implique les clients dans le processus de collecte de données, leur permettant d'effectuer une auto-évaluation de leur statut de pauvreté et d'élaborer leurs propres plans d'action, ce qui renforce leur engagement et leur sentiment d'implication.

Le *Poverty Stoplight* s'appuie sur des indicateurs issus du *Multidimensional Poverty Index* (indice de pauvreté multidimensionnelle) développé par le PNUD et l'université d'Oxford, qui sont organisés en six dimensions différentes :

- Revenus et emploi
- Santé et environnement
- Logement et infrastructures
- Education et culture
- Réflexion sur soi et motivation
- Organisation et participation

Ces dimensions sont subdivisées en 50 indicateurs. Chaque indicateur présente les caractéristiques suivantes : (1) il utilise les couleurs d'un feu tricolore pour indiquer l'extrême pauvreté (rouge), la pauvreté (jaune) et l'absence de pauvreté (vert) ; (2) il utilise des images et des textes simples pour aider les familles à identifier et à visualiser leur niveau de pauvreté de manière compréhensible et significative ; (3) il est adaptable, garantissant ainsi que l'enquête reflète les conditions locales ; et (4) il est orienté vers l'action, réalisable et ambitieux, permettant aux familles de devenir les acteurs centraux de leurs stratégies d'élimination de la pauvreté.

À l'aide d'illustrations et des couleurs d'un feu tricolore pour indiquer une situation acceptable (absence de pauvreté) en vert, une situation à améliorer (pauvreté) en jaune et une situation inacceptable (extrême pauvreté) en rouge, les clients choisissent la couleur qui reflète le mieux leur situation.

Avantages :

Approche holistique – prend en compte de nombreux aspects de la pauvreté, implique les bénéficiaires dans la collecte des données, permet aux bénéficiaires de constater leurs progrès au fil du temps, le dialogue entre le personnel et les clients renforce la relation entre ces derniers et l'institution.

Inconvénients :

Le temps nécessaire pour remplir le questionnaire est relativement long ; des doutes subsistent quant à l'exactitude des données autodéclarées.

Qu'est-ce que le Poverty Stoplight*?*





Exemple de Friendship Bridge au Guatemala

L'organisation guatémaltèque Friendship Bridge explique pourquoi elle trouve le *Poverty Stoplight* utile : *"Cela fait un certain temps que nous nous intéressons au* Poverty Stoplight*. Ce que nous apprécions, c'est qu'il s'agit d'un outil à utiliser avec les clients ; ils s'évaluent eux-mêmes et élaborent leur propre plan d'action."*

Les résultats globaux montrent que 62 % des indicateurs des clients sont au vert, 28 % au jaune et 10 % au rouge. Les clients de longue date (ayant effectué au moins quatre cycles de prêt avec Friendship Bridge) présentaient un niveau de pauvreté inférieur de 4 points de pourcentage à celui des nouveaux clients (en cycles un, deux et trois) et affichaient de meilleures conditions que ces derniers pour chaque indicateur.

Les cinq indicateurs les plus prioritaires pour les clients (seuls ceux classés en jaune et en rouge ont été pris en compte) en vue d'une amélioration sont les suivants : **épargne, gestion des déchets, imprévus, revenus et patrimoine**. Les clients ont élaboré des plans axés sur la mise en œuvre de mesures concrètes concernant ces indicateurs.

- Voir Friendship Bridge's Results of Poverty Stoplight 2022

Tableau comparatif complet

MÉTHODE	ACCESSIBILITÉ	FIABILITÉ ET PRÉCISION	ANALYSE COMPLEXITÉ	FRÉQUENCE	TEMPS D'IMPLÉMENTATION	COÛT	DURABILITÉ ET ÉVOLUTIVITÉ	EXIGENCES TECHNOLOGIQUES	CAS D'UTILISATION TYPIQUE / QUAND L'UTILISER
Données collectées dans le SIG	Moyenne (en fonction du niveau de numérisation de l'institution)	Moyenne (en fonction de la formation et de la motivation des employés de terrain)	Faible	Collecte continue de données	Déjà intégré aux opérations quotidiennes (si le système d'information de gestion est déjà en place) ; analyse en temps réel possible.	Faible	Très évolutif s'il est numérisé	Système SIG ; intégration avec des outils tels que PPI	À utiliser lorsque des données financières fiables et continues sont nécessaires pour suivre la croissance de l'entreprise ou du ménage au fil du temps ; fonctionne mieux dans les environnements numériques.
Enquêtes quantitatives rapides	Moyenne (dépend de l'accès fiable des clients à des téléphones ou à des outils numériques)	Moyenne ; manque de profondeur qualitative et de suivi à long terme.	Faible	Tous les 1 à 2 ans	Rapides à mettre en œuvre, résultats obtenus dans un délai court.	Faible	Facilement évolutif	Outils numériques pour les enquêtes, plateformes téléphoniques / peut se faire en face à face.	À utiliser pour obtenir rapidement des informations de haut niveau sur les résultats des clients, notamment leur santé financière ou leur satisfaction ; idéal pour les évaluations périodiques et les analyses comparatives.
Enquêtes quantitatives approfondies	Moyenne à faible ; nécessite un accès aux clients.	Haute fiabilité pour des données détaillées et granulaires.	Élevée en raison de l'importance des ensembles de données et de la profondeur de l'analyse	Annuellement / tous les deux ans	Conception, réalisation et analyse chronophages.	Élevé	Évolutivité limitée (coût et complexité)	Nécessite des outils avancés de collecte et d'analyse des données	Idéal pour le suivi longitudinal et les évaluations d'impact exhaustives, utile lorsque la segmentation démographique et une analyse détaillée sont nécessaires.
Entretiens internes rapides	Élevée, car elles utilisent l'infrastructure existante des centres d'appels.	Moyenne, risque de réponses biaisées dans les petits échantillons.	Faible	Ad hoc	Mise en œuvre rapide, délai court.	Faible	Très évolutif avec les ressources existantes	Téléphones ou infrastructures de centre d'appels / peut se faire en face à face	Idéal pour suivre la satisfaction client ou recueillir des avis sur les produits en temps réel ; adapté aux analyses fréquentes et peu coûteuses.
Discussions en groupes	Faible accessibilité, en particulier dans les zones rurales ou auprès des populations peu alphabétisées.	Riche en informations qualitatives, interprétation subjective possible.	Élevée, interprétation subjective de la dynamique de groupe.	Ad hoc	Organisation et analyse chronophages	Élevé	N'est pas adaptable aux grands groupes (problèmes logistiques)	Nécessite une mise en place en présentiel ou en ligne et des animateurs formés	À utiliser pour explorer des questions complexes ou lorsque des informations qualitatives approfondies sont nécessaires ; idéal pour comprendre les facteurs culturels et sociaux influençant les comportements des clients.
Registres financiers	Faible pour les institutions non numérisées ou les clients sans accès mobile ; élevé pour les clients férus de technologie.	Élevée pour obtenir des données détaillées et granulaires sur la durée.	Élevée en raison de la combinaison d'analyses quantitatives et qualitatives	Collecte continue de données	Prend du temps tant pour les institutions que pour les clients ; saisie des données en temps réel.	Élevé	Difficile à déployer à grande échelle en raison du coût élevé et de l'effort requis de la part des clients	Nécessite des applications mobiles ou des outils numériques / peut se faire à l'aide de registres papiers (nécessite une réintégration)	Idéal pour comprendre en détail les comportements financiers quotidiens et les tendances en matière de flux de trésorerie.
Registres d'affaires	Faible accessibilité, en particulier dans les zones rurales ou auprès des populations peu alphabétisées.	Fort potentiel pour les informations qualitatives, interprétation subjective possible.	Élevée, interprétation subjective de la dynamique de groupe.	Ad hoc	Organisation et analyse chronophages	Élevé	N'est pas adaptable aux grands groupes (problèmes logistiques)	Nécessite une mise en place en présentiel ou en ligne et des animateurs formés	Idéal pour suivre la santé de l'entreprise (ainsi que les données relatives aux moyens de subsistance grâce à certains outils existants).
Témoignages des clients	Faible, en particulier dans les zones rurales	Niveau élevé d'informations qualitatives, interprétation subjective possible.	Élevée, catégorisation des récits et analyse thématique.	Ad hoc	Organisation et analyse chronophages	Élevé	Difficilement adaptable aux grands groupes	Nécessite une mise en place en présentiel ou en ligne et des animateurs formés	Lorsque des analyses approfondies de dynamiques sociales ou financières complexes sont nécessaires.

Tableau comparatif succinct

MÉTHODE	ACCESSIBILITÉ	FIABILITÉ ET PRÉCISION	ANALYSE COMPLEXITÉ	FRÉQUENCE	TEMPS D'IMPLÉMENTATION	COÛT	DURABILITÉ ET ÉVOLUTIVITÉ	EXIGENCES TECHNOLOGIQUES	CAS D'UTILISATION TYPIQUE / QUAND L'UTILISER
Données collectées dans le SIG	Moyenne	Moyenne	Faible	Continue	Immédiat	Faible	Élevée	Système SIG	Suivi de la croissance des entreprises et des ménages au fil du temps.
Enquêtes quantitatives rapides	Moyenne	Moyenne	Faible	Tous les 1 à 2 ans	Rapide	Faible	Élevée	Outils numériques, centre d'appels.	Aperçu rapide et de haut niveau des résultats clients, évaluations périodiques et analyses comparatives.
Enquêtes quantitatives approfondies	Moyenne	Élevée	Élevée	Annuellement / tous les deux ans	Demande du temps	Élevé	Limitée	Nécessite des outils avancés	Suivi longitudinal et évaluations d'impact exhaustives.
Entretiens internes rapides	Élevée	Moyenne	Faible	Ad hoc	Rapide	Faible	Élevée	Centre d'appels ou en face à face	Suivi de la satisfaction client, informations fréquentes et peu coûteuses.
Discussions en groupes	Faible	Élevée	Élevée	Ad hoc	Demande du temps	Élevé	Limitée	En présentiel ou en ligne / animateurs formés	Problématiques complexes, facteurs culturels et sociaux influençant les comportements des clients.
Registres d'affaires et financiers	Faible	Élevée	Élevée	Continue	Demande du temps	Élevé	Limitée	Applications mobiles ou registres papiers / animateurs formés	Comportements financiers quotidiens détaillés / santé de l'entreprise.
Témoignages des clients	Faible	Élevée	Élevée	Ad hoc	Demande du temps	Élevé	Limitée	En présentiel et animateurs formés	Dynamiques sociales ou financières complexes

Conclusion

Cette boîte à outils fournit des conseils pour se lancer dans la mesure des résultats. Elle présente les tendances et les caractéristiques essentielles des principales méthodes de collecte de données, dans un continuum de méthodes.

Chaque méthode, qu'elle soit quantitative ou qualitative, offre des informations uniques qui peuvent être utilisées pour améliorer l'offre de produits, renforcer le service client et orienter la prise de décision stratégique. Le choix de la méthode doit être adapté aux objectifs de l'institution, à ses ressources et au contexte spécifique dans lequel il opère.

Pour tirer le meilleur parti de la collecte de données, il est essentiel de veiller à ce que les informations recueillies soient exploitables, intégrées à la planification stratégique de l'institution et communiquées clairement aux parties prenantes internes et externes.

Pour plus d'informations et d'assistance, vous pouvez consulter nos sites web :

- Le projet *Sustainable Outcomes Management* et les groupes de travail animés par Cerise+SPTF en collaboration avec ses partenaires stratégiques.
- La collection de ressources pour la gestion des données de résultats en lien avec les ODD, élaborée conjointement par Cerise+SPTF, ses membres et partenaires, e-MFP et d'autres parties prenantes. Cette page rassemble des publications récentes, des rapports, des outils, des supports de formation et bien plus encore sur la gestion des données au niveau des clients et la mesure des résultats liés aux Objectifs de Développement Durable des Nations Unies.

Pour élaborer cette boîte à outils, certains exemples concrets ont été analysés et partagés lors des Semaines européennes de la microfinance, de webinaires et de sessions de travail avec les investisseurs sociaux et les participants au projet "Sustainable Outcomes Management". Certains de ces travaux sont brièvement présentés dans les annexes.

Liste des Annexes

A. Journaux financiers par Gojo

B. Journaux économiques : l'application mobile FINBIT de L-IFT

C. SenseMaker / FarmVoices avec Alterfin

D. ToumAI Voice Analytics

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Registres financiers par Gojo
B. Registres d'affaires : l'app FINBIT de L-IFT
C. SenseMaker / FarmVoices avec Alterfin
D. ToumAI Voice Analytics

A. Journaux financiers par Gojo

Gojo & Company, Inc.

L'initiative *Financial Diaries* de Gojo s'appuie sur **la méthodologie des registres financiers**, qui consiste à collecter des données de panel à haute fréquence sur les flux de trésorerie afin d'obtenir des informations approfondies sur les comportements financiers des ménages à faibles revenus. S'inspirant des travaux pionniers menés par Stuart Rutherford dans le cadre du projet *"Hrishipara Daily Diaries"* au Bangladesh, Gojo a lancé ses propres projets au **Cambodge** et au **Sri Lanka** à partir de 2020. Ces projets visent à rendre compte des réalités financières quotidiennes des ménages, en mettant l'accent sur des domaines tels que les revenus, les dépenses, l'endettement, l'épargne et la gestion des crises.

Participants :

- Au Cambodge, le projet concerne en moyenne 130 ménages.
- Les participants, appelés *"diarists"*, consignent leurs entrées et sorties d'argent quotidiennes dans des carnets.
- Le taux d'alphabétisation joue un rôle important (Gojo a distribué des carnets de journal).

Objectifs :

- Comprendre la situation financière des particuliers dans les régions où Gojo intervient.
- Examiner si les conditions financières, telles que l'accès aux prêts, peuvent être aménagées de manière à favoriser la création de revenus.

Méthodologie de collecte des données :

- Appels téléphoniques et visites en personne par des enquêteurs, 2 à 3 fois par semaine.

Durée de la collecte des données :

- 54 semaines

L'étude a mis en évidence les principaux résultats suivants :

- Le rôle des institutions financières dans la gestion financière des ménages.

- Utilisation des fonds : les registres aident aussi à évaluer l'impact des prêts sur la vie des participants. Les réponses à la question *"En quoi exactement le prêt a-t-il amélioré votre vie ?"* ont mis en évidence les domaines d'utilisation suivants :

  a. Construction de logements – Contribue indirectement à la croissance des revenus.
  b. Investissement – Favorise la génération directe de revenus.
  c. Cérémonies (par exemple, les mariages) – Ne génèrent pas de revenus mais revêtent une importance culturelle.
  d. Autres besoins – Dépenses personnelles ou familiales diverses, telles que les transactions sur les actifs (spéculation sur les prix des motos et des vaches), le matériel audio, l'épargne.

- Il n'a pas été explicitement constaté que les prêts des institutions génèrent directement des revenus.

- Les ménages ont souvent recours à des prêts plus modestes et plus fréquents accordés par des proches et des prêteurs informels.

- Cette pratique semble encourager une réévaluation des habitudes de dépenses et pourrait contribuer à l'éducation financière.

Difficultés rencontrées dans le cadre de cette approche :

- Communication
- Confidentialité des données
- Maladie/voyage
- Abandon des auteurs des registres
- Exactitude des données
- Séparation des transactions
- Numérisation
- Catastrophes naturelles/d'origine humaine
- Saisie erronée



Un cultivateur de noix de coco à Ayeyarwady, au Myanmar.
©Taejun Shin

Plus de ressources par Gojo :

- Financial Diaries Research
- A Survey of Cambodian Households in Rural Villages: An Assessment of Living Standards Using Kakeibo and its Impact as a Financial Education Tool (march 2024)
- Sri Lanka Financial Diaries Tracking Survey (février 2023)
- Highlights of the webinar on "Financial Diaries research and it's future" (décembre 2022) par MicroSave Consulting (MSC)

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Registres financiers par Gojo
B. Registres d'affaires : l'app FINBIT de L-IFT
C. SenseMaker / FarmVoices avec Alterfin
D. ToumAI Voice Analytics

B. Journaux économiques : l'application mobile FINBIT de L-IFT

Pour évaluer les activités des petites entreprises, 60 % des institutions ont recours aux agences de notation de crédit, mais rencontrent des difficultés à consolider les informations fragmentées provenant de différents services. Malgré des enquêtes régulières menées du côté de la demande, l'absence de capacité centralisée au sein des institutions empêche une compréhension globale des besoins financiers et non financiers des petites entreprises.

Un prototype éprouvé, la boîte à outils de segmentation par profils destinés aux acteurs du secteur nigérian, développée sur la base de FINBIT, est désormais disponible sur le marché.

Cette boîte à outils combine des journaux financiers, des données macroéconomiques et des enseignements tirés de discussions qualitatives afin de dresser un tableau complet des besoins financiers et non financiers des petites entreprises. Elle fournit **des informations en temps réel** grâce à des données quantitatives et qualitatives déclarées par les utilisateurs eux-mêmes et intégrées dans une application. Ces données **ne se limitent pas** aux informations financières ni **aux données issues des registres des petites entreprises, mais incluent également des données sur les moyens de subsistance**.

L'application propose des options de personnalisation, un portail permettant d'obtenir des résultats segmentés et une plateforme de prêts pour simplifier les demandes.

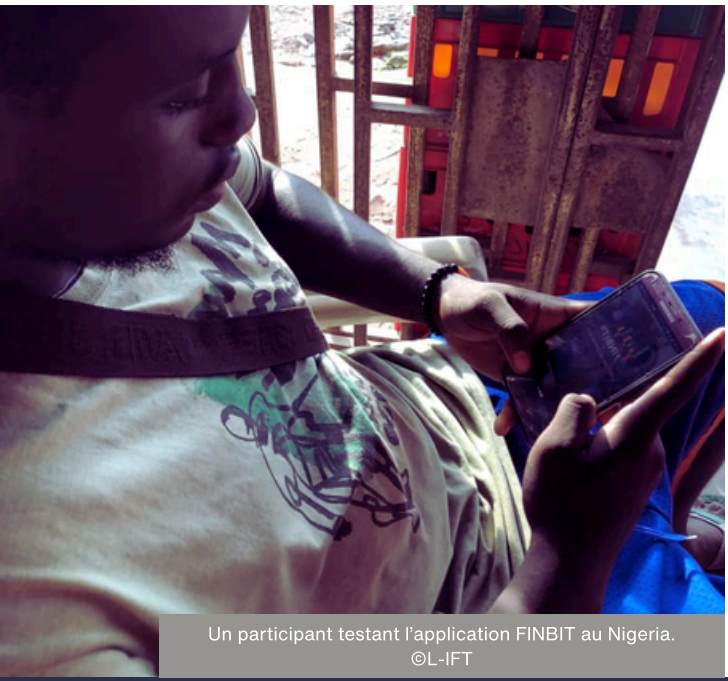
Remarque : applicabilité dans divers secteurs au-delà de la finance. L'objectif est de surmonter les asymétries de données et de fournir une plateforme aux différentes parties prenantes.

Avantages pour les clients (l'outil donne les moyens d'agir à ceux qui fournissent des données) :

- Elle facilite l'autonomisation financière en permettant aux utilisateurs d'enregistrer et de gérer leurs finances. *"Donner aux individus les moyens d'agir grâce à leurs données, permettre une prise de décision éclairée et l'amélioration de l'activité."* (Présentation des registres d'affaires à la SEM, novembre 2023).
- Les clients peuvent améliorer globalement leurs performances commerciales, par exemple en tirant des enseignements de la collecte de données sur la cyclicité des revenus, ce qui permet une meilleure gestion des risques.
- Il permet aux utilisateurs de mieux démontrer la valeur de leur entreprise aux investisseurs.

Avantages pour les institutions : utilisation des agendas d'entreprise, offre d'un suivi en tant qu'outil d'engagement et suivi des prêts individuels.

- La plateforme comprend un portail qui fournit des résultats segmentés en fonction de critères démographiques, permettant ainsi aux organisations de communiquer avec des groupes cibles spécifiques. Elles peuvent analyser les tendances financières et visualiser la mise en œuvre des projets, tandis que des études de cas offrent des informations et une visualisation des tendances financières ciblées. *"Cela les aide [les organisations] à suivre et à évaluer leurs programmes et à obtenir des données instantanées sur le terrain. Cela leur permet d'évaluer si les interventions ont une influence sur des aspects tels que le revenu familial, le chiffre d'affaires des entreprises ou la qualité de vie globale."* (Présentation des registres d'affaires à la SEM, novembre 2023).
- La plateforme aide également les prêteurs à sélectionner les demandeurs : les utilisateurs peuvent solliciter des prêts en fonction de leurs données financières, ce qui simplifie le processus de sélection pour les institutions.



Un participant testant l'application FINBIT au Nigeria. ©L-IFT

*FINBIT est une application Android développée par L-IFT (*Low-Income Financial Transformation*) pour collecter et suivre périodiquement des données financières et relatives aux moyens de subsistance.*

Elle offre aux particuliers, aux entreprises et aux organisations des outils pour surveiller et rendre compte de divers aspects de leurs activités financières. L'application comprend des fonctionnalités de suivi des revenus, des dépenses, de l'Épargne, des Prêts et d'autres indicateurs tels que les niveaux de production agricole et la santé du bétail.

Les organisations peuvent personnaliser l'application en ajoutant des indicateurs via une console conviviale.

En savoir plus sur FINBIT et L-IFT

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Registres financiers par Gojo
B. Registres d'affaires : l'app FINBIT de L-IFT
C. SenseMaker / FarmVoices avec Alterfin
D. ToumAI Voice Analytics

C. SenseMaker / FarmVoices avec Alterfin

Alterfin intervient à la fois dans les secteurs de la microfinance et de l'agriculture. L'organisation utilise l'approche SenseMaker pour évaluer les résultats, un outil ouvert adapté aux changements sociaux complexes dans le secteur du développement.

SenseMaker commence par poser des questions ouvertes, encourageant les personnes interrogées à partager leurs expériences personnelles plutôt que de se contenter de répondre à des questions prédéfinies. Par exemple, dans le domaine de la microfinance, on demande aux emprunteurs en quoi l'obtention de prêts les a aidés à atteindre leurs objectifs de vie.

Ces récits permettent à l'organisation de mieux cerner les impacts tant positifs que négatifs. Elle recueille entre 150 et 200 témoignages par étude et les classe à l'aide d'un logiciel, identifiant ainsi des tendances et des thèmes tels que l'amélioration des conditions de logement ou les difficultés financières. Ces données qualitatives sont ensuite complétées par des questions d'enquête quantitatives traditionnelles, portant sur des domaines tels que l'amélioration de la situation économique, l'expansion des activités, l'accès aux soins de santé et la résilience face aux chocs.

Alterfin souligne que son approche qualitative révèle des informations que les enquêtes standard pourraient passer à côté. Par exemple, dans un cas précis, l'organisation a découvert qu'une institution fournissait une aide d'urgence non enregistrée aux agriculteurs — une information qui aurait été négligée dans des enquêtes traditionnelles, plus structurées.

Pour compléter sa méthodologie interne, l'organisation a collaboré avec des experts en suivi et évaluation et établi des partenariats avec des institutions universitaires. Elle a fait appel à un doctorant d'une université pour approfondir les questions de recherche visant à identifier les institutions ayant un impact significatif. L'objectif est d'accroître la fiabilité de ses évaluations en combinant des observations qualitatives avec une approche plus quantitative, afin d'améliorer son processus décisionnel.

Des défis subsistent, notamment en matière de ressources et de mise à l'échelle. La réalisation d'enquêtes en présentiel et la collecte de données qualitatives peuvent s'avérer fastidieuses et chronophages. Malgré cela, l'organisation a réussi à mener des études à plus petite échelle, notamment en Asie centrale, et espère élargir la taille de son échantillon grâce à des subventions afin de tirer des conclusions plus fiables.

D'ici fin 2025, ils prévoient de déployer leurs nouveaux outils auprès de tous leurs partenaires, dans le but de consolider les données quantitatives et qualitatives au sein d'un système complet qui reliera les résultats pour les clients à la performance globale du portefeuille.



Une agricultrice de Nyamurinda Coffee Growers Ltd. au Rwanda. ©Alterfin

SenseMaker est une méthode d'écoute à grande échelle qui place la parole des personnes au cœur de l'enquête. En recueillant les récits des personnes et en leur permettant de donner du sens à leur propre expérience, elle génère des données quantitatives étayées par le contexte issu de ces récits.

SenseMaker est l'une des méthodologies narratives mises en œuvre par Voices That Count, un réseau collaboratif d'experts et de praticiens qui utilisent des approches narratives pour comprendre les réalités complexes au sein d'organisations ou de projets.

Conseils clés

Méthodes de collecte de données quantitatives

Méthodes de collecte de données qualitatives

Méthodes de collecte de données mixtes

Focus sur les outils d'évaluation de la pauvreté

Tableau Comparatif

Conclusion & Annexes

A. Registres financiers par Gojo
B. Registres d'affaires : l'app FINBIT de L-IFT
C. SenseMaker / FarmVoices avec Alterfin
D. ToumAI Voice Analytics

D. ToumAI Voice Analytics

Quoi – Description :

La plateforme ToumAI intègre un module qui s'adapte parfaitement à l'infrastructure technologique existante des institutions financières, permettant de recueillir, dans n'importe quelle langue ou dialecte, les retours d'expérience des clients, qu'ils soient oraux ou écrits. Ces données, associées à celles issues d'enquêtes, des médias et des réseaux sociaux, sont traitées à l'aide d'analyses avancées basées sur l'intelligence artificielle. Le système offre une analyse à 360 degrés des interactions avec les clients, incluant le sentiment, la tonalité émotionnelle et le calcul d'indicateurs clés de performance (KPI), fournissant ainsi des informations exploitables sur l'ensemble des canaux de retour d'expérience.

Pourquoi – Importance :

Elle favorise l'inclusion linguistique au sein des communautés locales et permet aux investisseurs et parties prenantes internationaux de mieux évaluer les risques et les opportunités grâce à des analyses fiables.

Quand l'utiliser – Conditions d'utilisation :

- Collecte d'informations en temps réel sur les tendances sociales ou économiques dans les zones mal desservies.
- Évaluation des besoins des communautés locales.
- Lorsque les données existantes sont insuffisantes, inaccessibles ou dépourvues de contexte culturel

Comment – Processus de collecte :

Les données sont collectées via divers canaux, notamment des retours vocaux et textuels, adaptés aux dialectes non structurés. Les données collectées sont ensuite analysées par l'IA, qui traite à la fois les entrées structurées et non structurées. Les informations sont présentées via des tableaux de bord équipés d'outils d'aide à la décision permettant d'obtenir des résultats exploitables.

Avantages :

- Permet de recueillir des données riches et pertinentes sur le plan culturel dans divers dialectes, garantissant ainsi l'inclusivité.
- Fournit une analyse des données grâce à des outils basés sur l'IA, pour une prise de décision plus rapide.
- Facilement évolutif dans des contextes linguistiques et culturels variés.
- S'intègre facilement aux infrastructures existantes (applications, site web, outils d'enquête, CRM...)

Inconvénients :

- Nécessite une intégration système pour un déploiement fluide.
- Bien que les fonctionnalités vocales renforcent l'engagement, des incitations supplémentaires peuvent s'avérer nécessaires pour stimuler davantage la participation des utilisateurs.

Recommandations :

Cas n° 1 : Améliorer l'expérience client au sein d'une institution de microfinance

Situation : Une institution de microfinance souhaite recueillir les retours de ses clients sur ses services, notamment en ce qui concerne l'accès aux prêts, la satisfaction générale et les besoins non satisfaits. L'outil pourrait être intégré à son système CRM afin de collecter des retours en temps réel via des canaux vocaux et textuels (SMS, appels vocaux ou notifications WhatsApp).

Utilisation : Les clients, issus principalement de communautés rurales parlant des dialectes locaux spécifiques, peuvent donner leur avis dans leur propre langue, ce qui renforce leur engagement. L'outil analyse ces réponses en temps réel, détecte les émotions et extrait les thèmes récurrents (par exemple, des préoccupations concernant les taux d'intérêt ou des demandes de simplification des procédures). Cela permet à l'institution d'identifier rapidement les points faibles, de segmenter les réponses par type de client et de prendre des décisions fondées sur les données afin d'améliorer la qualité du service.

Cas n° 2 : Suivi des tendances sociales et économiques au sein d'une communauté

Situation : Une institution financière/ONG souhaite mieux comprendre les préoccupations économiques et sociales d'une population locale afin d'adapter ses programmes d'aide ou de financement. L'outil peut être utilisé pour traiter des enquêtes de terrain à partir de retours vocaux et écrits provenant de différents groupes communautaires, portant sur des sujets tels que la situation économique actuelle, les besoins alimentaires ou les préoccupations liées à l'éducation et à l'emploi.

Utilisation : Les membres de la communauté peuvent répondre aux enquêtes par appel vocal ou par SMS. L'outil traite ces réponses et fournit des informations sur le sentiment général et les besoins exprimés, offrant ainsi des données précieuses sur les priorités de la communauté. Par exemple, si une grande partie de la communauté exprime des préoccupations concernant l'accès à l'éducation, l'ONG peut adapter ses programmes pour se concentrer davantage sur cette question.

Cas n° 3 : Retour d'expérience des employés sur les conditions de travail au sein d'une entreprise

Situation : Une entreprise souhaite recueillir les retours de ses employés sur leurs conditions de travail et leur satisfaction globale. L'outil peut être intégré à la plateforme interne de gestion des ressources humaines, permettant ainsi aux employés de donner anonymement leur avis sur des sujets tels que la charge de travail, l'environnement de travail ou les avantages sociaux, par le biais d'interactions vocales ou textuelles.

Utilisation : L'outil recueille les retours des salariés par le biais d'enquêtes mensuelles ou lors de séances de retour d'expérience, analyse les sentiments et les émotions exprimés, puis génère des rapports détaillés sur les domaines de satisfaction et d'insatisfaction. Cela permet à l'entreprise de prendre des décisions éclairées pour améliorer l'environnement de travail, par exemple en offrant davantage de flexibilité ou en adaptant les avantages sociaux.

Cas n° 4 : Évaluation de l'impact des programmes de soutien aux petites entreprises

Situation : Une organisation accompagnant les petites entreprises souhaite évaluer l'impact de ses programmes sur les entrepreneurs. L'outil peut être utilisé pour suivre les progrès des entreprises grâce à des mises à jour vocales ou écrites envoyées par les entrepreneurs participants, en recueillant des données sur la croissance de leur activité, les défis rencontrés et leur satisfaction vis-à-vis du programme.

Utilisation : Les entrepreneurs fournissent régulièrement des informations sur la situation de leur entreprise via l'outil, qui analyse ces données et génère des rapports sur leurs progrès (par exemple, augmentation du chiffre d'affaires, amélioration de la gestion financière, etc.). Parallèlement, l'outil peut également détecter des signes de stress ou de difficultés à travers les émotions exprimées dans les réponses. L'organisation peut alors adapter son accompagnement en fonction des besoins spécifiques, en proposant des formations ou un accompagnement personnalisé.

Sustainable Outcomes Management

Rejoignez notre projet !

Le projet *Sustainable Outcomes Management* contribue au renforcement des capacités locales et des connaissances internationales pour une mesure et une gestion efficaces des résultats en lien avec les Objectifs de développement durable (ODD).

Le projet SOM vise à renforcer la gestion des résultats des institutions financières, des entreprises sociales et des investisseurs à impact, en matière de ciblage des populations vulnérables (ODD 1), d'amélioration de leurs conditions de vie (ODD 2, ODD 8), d'égalité des sexes (ODD 5) et des questions environnementales (ODD 13, ODD 15).

Cerise+SPTF et ses partenaires dispensent des conseils par le partage de bonnes pratiques, le développement et la diffusion de ressources et d'outils, et un soutien direct aux organisations à impact afin qu'elles puissent mesurer les résultats obtenus auprès de leurs clients et bénéficiaires à l'aune des indicateurs des ODD.

En définitive, le projet contribuera à créer un système financier résistant et durable.

Objectifs spécifiques :

- **Renforcer les capacités locales de collecte et d'analyse des données au niveau des bénéficiaires**, en utilisant les méthodes simples d'enquête sur les ménages et se concentrant sur les questions environnementales (en particulier sur les ODD 13 et 15).
- **Améliorer la numérisation des données collectées, en particulier sur la plateforme SPI Online**, afin que les organisations à impact puissent mieux comprendre les changements vécus par les bénéficiaires et utiliser ces données et les tableaux de bord pertinents, pour adapter les produits et les services et ainsi réaliser les ODD.
- **Capitaliser et diffuser les connaissances et les analyses pour une meilleure contribution aux ODD**, notamment en partageant les bonnes pratiques de gestion des résultats basées sur des approches standardisées.

Groupes de travail :

Les groupes de travail sont des instances de co-création, d'échanges et d'informations sur l'avancement du projet. Ils sont animés par Cerise+SPTF avec des partenaires stratégiques. **Les membres sont à la fois partenaires et bénéficiaires du projet.** Ils participent à la réalisation des activités de soutien avec les partenaires de terrain et à la capitalisation des résultats.



Le projet SOM est piloté par Cerise+SPTF avec le soutien de partenaires stratégiques et de bailleurs de fonds.

e-MFP ADVANCING FINANCIAL INCLUSION

En partenariat avec RÉPUBLIQUE FRANÇAISE Liberté Égalité Fraternité AFD AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

LUXEMBOURG AID & DEVELOPMENT

European Investment Bank | Global