

COVID-19 : ÉTUDE DE L'IMPACT SUR LA MICROFINANCE

Points de vue des institutions de microfinance sur
la manière dont la pandémie affecte le montage de
prêts et la digitalisation

TABLE DES MATIÈRES

01	Résumé	3
02	Service des clients	6
03	Demandes de prêts	10
04	Traitement de prêts	15
05	Paie ments de prêts	18
06	Défis et opportunités liés au COVID-19	22
07	Portée de l'enquête	25
08	À propos de MoneyPhone	27



01 RÉSUMÉ



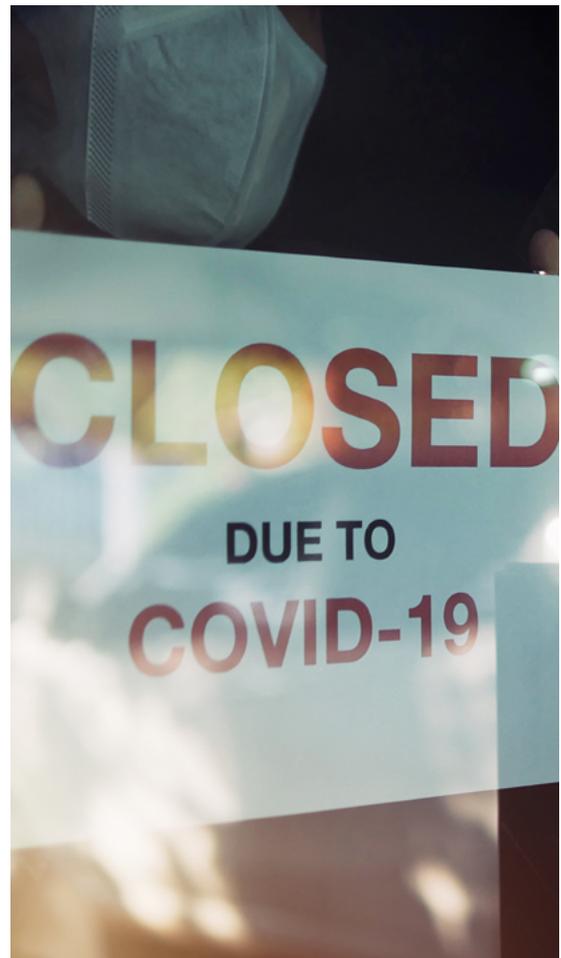
01

RÉSUMÉ

Alors que l'épidémie de COVID-19 se propage à travers le monde, elle a perturbé les vies de nombreux individus et menacé leurs moyens de subsistance.. La pandémie a particulièrement touché les personnes pauvres et vulnérables, créant de nouveaux défis pour les institutions qui ont été créées pour servir ces communautés.

Afin de comprendre l'impact du COVID-19 sur les institutions de microfinance (IMF) sur le terrain, MoneyPhone a collaboré avec MicroRate pour enquêter sur les IMF du monde entier. Les représentants de 56 institutions - basées en Amérique latine et en Afrique - ont partagé leurs points de vue. En plus de souligner les difficultés engendrées par la pandémie, les IMF ont révélé la manière dont les priorisaient initiatives digitalisation pour y faire face.

Les conclusions du rapport confirment que la pandémie a rendu beaucoup plus difficile pour le maintien des activités habituelles des IMF. Plus de 50 % des institutions interrogées n'ont pas pu rencontrer les clients en personne pendant le COVID-19.



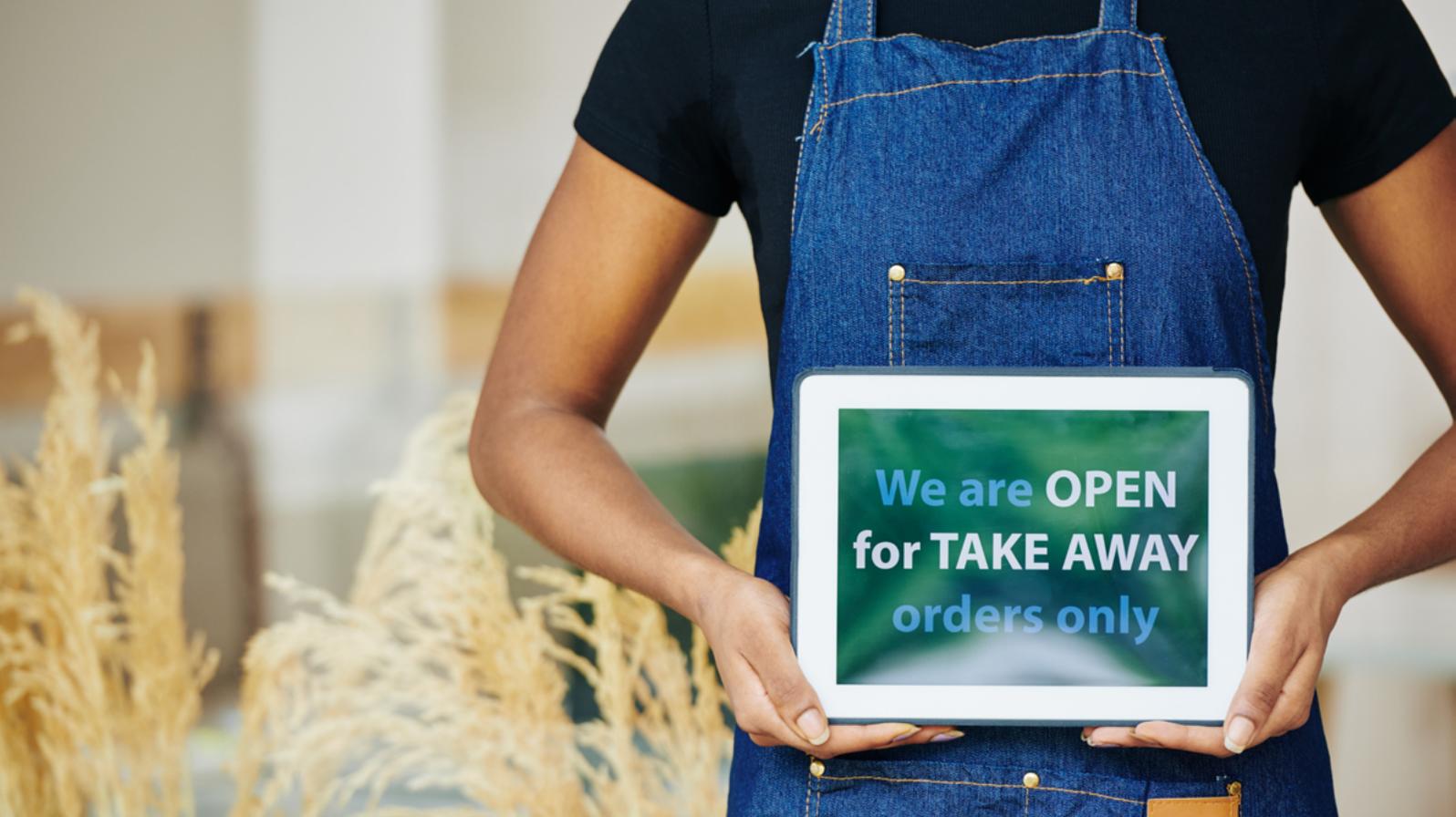


Beaucoup d'entre elles ont vu les demandes de prêt chuter et la charge de travail des agents de crédit diminuer. D'autres ont suspendu l'intégration de nouveaux clients et les remboursements de prêts, car la situation économique dans son ensemble reste floue.

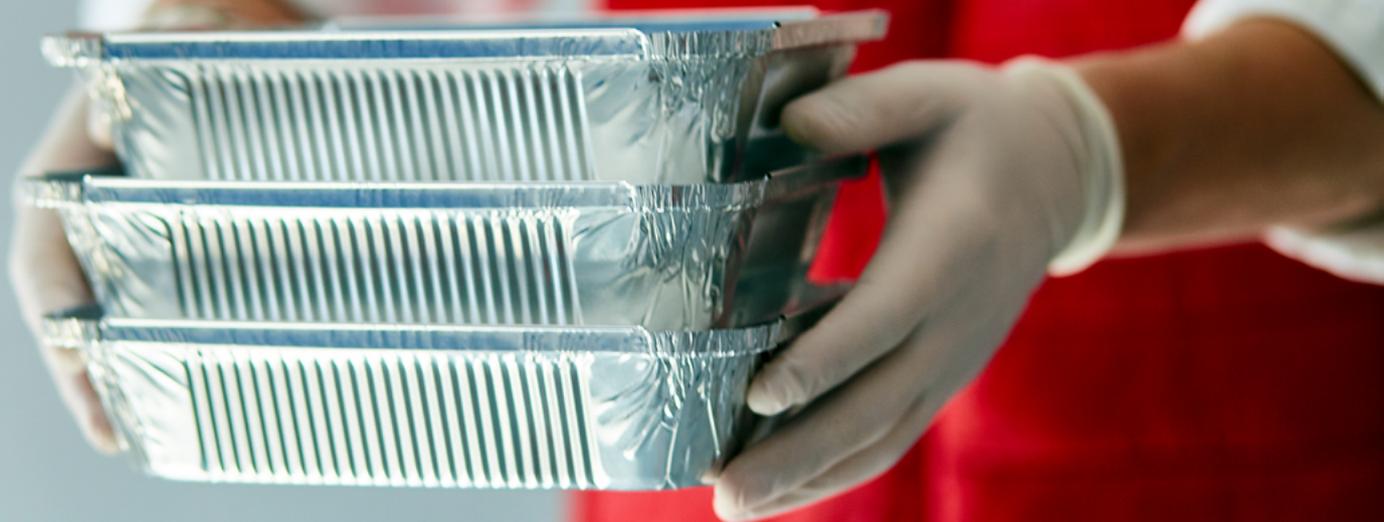
Face à ces défis, les IMF intensifient leurs efforts de digitalisation. 85 % des sondés prévoient désormais d'introduire des solutions de demande de prêt numérique et 69 % d'entre eux accélèrent la mise en œuvre d'un portefeuille électronique. Bien que les obstacles à la digitalisation persistent, les participants à l'enquête reconnaissent qu'une base numérique solide sera la clé de la survie pendant la pandémie et au-delà.

Le secteur de la microfinance peut sortir plus fort de la crise du COVID-19, mais cela nécessitera un changement significatif, y compris une transition plus rapide et plus poussée vers le numérique. Les IMF qui continuent de s'appuyer sur des opérations en face-à-face et des processus manuels auront du mal à servir efficacement les clients, à poursuivre le montage et le décaissement de prêts et à assurer la sécurité de leur personnel et de leurs communautés. En saisissant cette opportunité pour investir dans un avenir numérique, la microfinance peut résister à la tempête du COVID-19 et soutenir les communautés du monde entier qui ont plus que jamais besoin d'une finance inclusive.

Ce rapport examine l'impact du COVID-19 sur quatre domaines clés des opérations des IMF : 1) le service client, 2) les demandes de prêts, 3) le traitement de prêts et 4) les paiements de prêts. Pour chaque domaine, le rapport détaille les problèmes communs affectant les institutions pendant la pandémie et les mesures qu'elles prennent pour y faire face. La dernière section présente comment les IMF prévoient d'exploiter les solutions numériques pour renforcer les opérations à la suite du COVID-19.



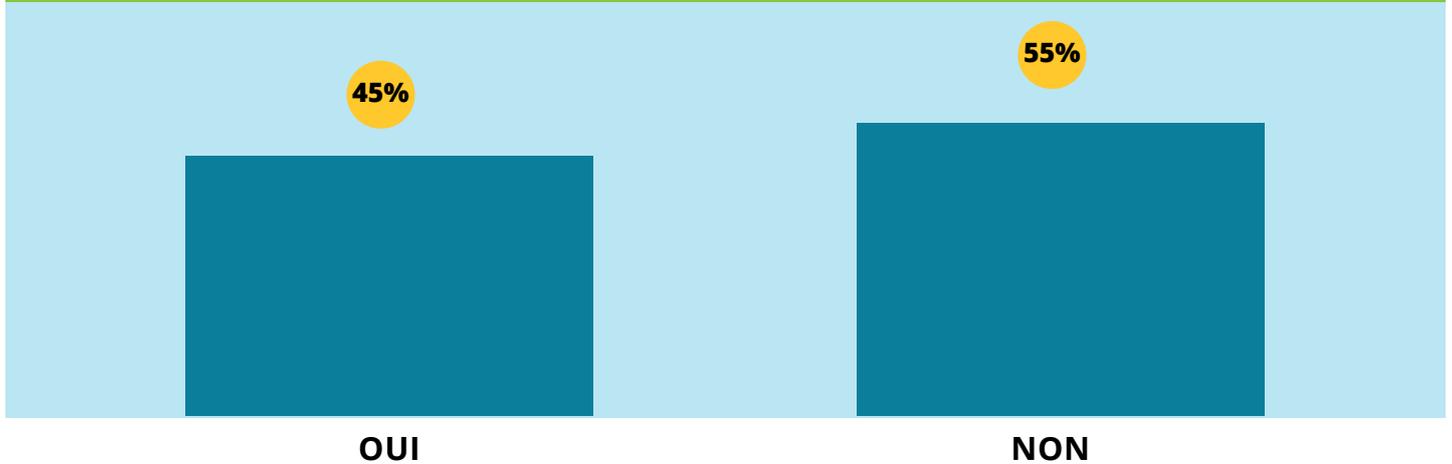
02 SERVICE DES CLIENTS



SERVICE DES CLIENTS

Les confinements et les règles de distanciation sociale ont entravé les opérations de microfinance, en particulier les interactions avec les clients. Avant la pandémie, 76 % des sondés comptaient sur des visites en personne comme principal canal de prestation de service, dans des agences ou sur le terrain. Pendant le COVID-19, plus de 50 % des IMF n'ont pas pu rencontrer les clients en personne.

LES AGENTS DE CREDIT SONT-ILS EN MESURE DE RENCONTRER LEURS CLIENTS PENDANT LE COVID-19?



QUELS ÉTAIENT VOS PRINCIPAUX CANAUX POUR SERVIR LES CLIENTS AVANT LE COVID 19?

« En personne à l'aide d'une application de terrain numérique sur une tablette avec une imprimante. »

« Appels, SMS, visites sur le terrain, WhatsApp. »

« Nous utilisons des services numériques comme le dépôt, le retrait et la demande de prêts à l'aide de téléphones mobiles. »

« Réseau d'agences ; centre d'appels et réseaux sociaux. »

« Les canaux bancaires électroniques comme les points de vente, les distributeurs automatiques, les services bancaires mobiles et les services bancaires squelettiques. »

« Produits de prêt de microfinance traditionnels dans nos agences physiques. »

« Visites sur le terrain sur le lieu de travail des clients, collecte manuelle de paiements sur le terrain et dans des agences. »

« Ventes traditionnelles en face à face. »



Le flux de travail normal des agents de crédit a été considérablement perturbé pendant la pandémie. Étant incapables de rencontrer directement les clients en raison de confinements ou autrement gênés par des exigences strictes de distanciation sociale et de sécurité, les IMF ont dû adapter leurs pratiques de travail. De nombreuses équipes sont passées au travail à distance, contactant les clients virtuellement ou par téléphone. Plusieurs sondés ont indiqué qu'ils ne disposaient pas des outils et de l'infrastructure numériques nécessaires pour assurer le fonctionnement normal des opérations. Dans l'ensemble, les IMF ont ressenti un ralentissement lié au COVID-19 : certaines institutions ont signalé une baisse de 50 à 80 % de la charge de travail des agents de crédit pendant la pandémie, tandis que d'autres agents de crédit ont vu leurs activités s'arrêter complètement. Certaines IMF ont décidé d'arrêter entièrement l'intégration de nouveaux clients pour se concentrer sur le service aux clients existants.



COMMENT LE FLUX DE TRAVAIL DES AGENTS DE CRÉDIT A-T-IL CHANGÉ PENDANT LE COVID 19?

« Les horaires ont été modifiés. Les agents de crédit ont dû réduire leurs déplacements en raison des restrictions gouvernementales. »

« Le flux de travail a considérablement changé ; ils comptent sur les appels téléphoniques et tous travaillent à distance chez eux. »

« Réduit. Les demandes de prêt sont reçues sur des canaux numériques. Nous ne proposons pas de formations. Le suivi se fait via WhatsApp. »

« Ils peuvent rencontrer des clients à condition que tous les protocoles nécessaires soient respectés. Certains agents de crédit travaillent à domicile mais ne disposent pas des outils nécessaires pour faciliter leur travail. »

« Leur flux de travail a considérablement diminué. Les agents de crédit n'ont pas travaillé pendant la période de confinement. »

« Accent sur le suivi des performances opérationnelles, mise en œuvre de nouvelles stratégies pour les décaissements de prêts et la conception des produits. Nous avons tiré profit de la productivité réduite (et d'une capacité supérieure) pour prospecter de nouveaux clients. »

« Après une période de travail à domicile, la plupart des collaborateurs visitent de nouveau les clients. Le transport est difficile et ils doivent souvent rencontrer des groupes plus petits. »

Dans ce nouveau contexte, les canaux numériques sont devenus plus utiles que jamais pour trouver de nouveaux clients. Pour de nombreuses IMF, les réseaux sociaux sont déjà une voie essentielle pour atteindre des clients potentiels. 75 % des sondés confirment qu'ils comptent sur la publicité via les réseaux sociaux pour développer leurs activités. Cette tendance se développer.

UTILISEZ-VOUS LA PUBLICITE VIA LES RÉSEaux SOCIAUX POUR TROUVER DE NOUVEAUX CLIENTS?

75%



OUI

25%



NON





03 DEMANDES DE PRÊTS



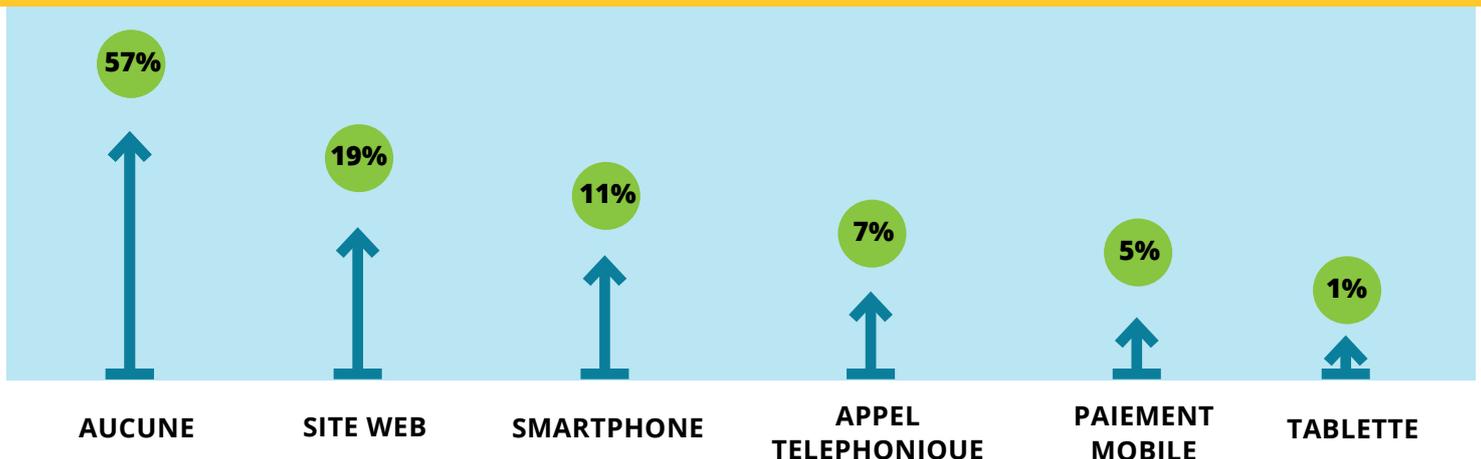
DEMANDES DE PRÊTS

Les demandes de prêts ont fortement chuté à cause du COVID-19. Un grand nombre d'IMF ont rapporté une réduction considérable du nombre de demandes de prêts, tandis que d'autres ont suspendu les demandes. Ces constats pourraient dû à une instabilité économique plus conséquente et à une plus grande réticence des clients à s'endetter davantage. Cependant, compte tenu des confinements économiques, la baisse des demandes de prêts est plus susceptible d'indiquer l'incapacité des processus existants à faire face aux nouvelles exigences induites par

la pandémie.

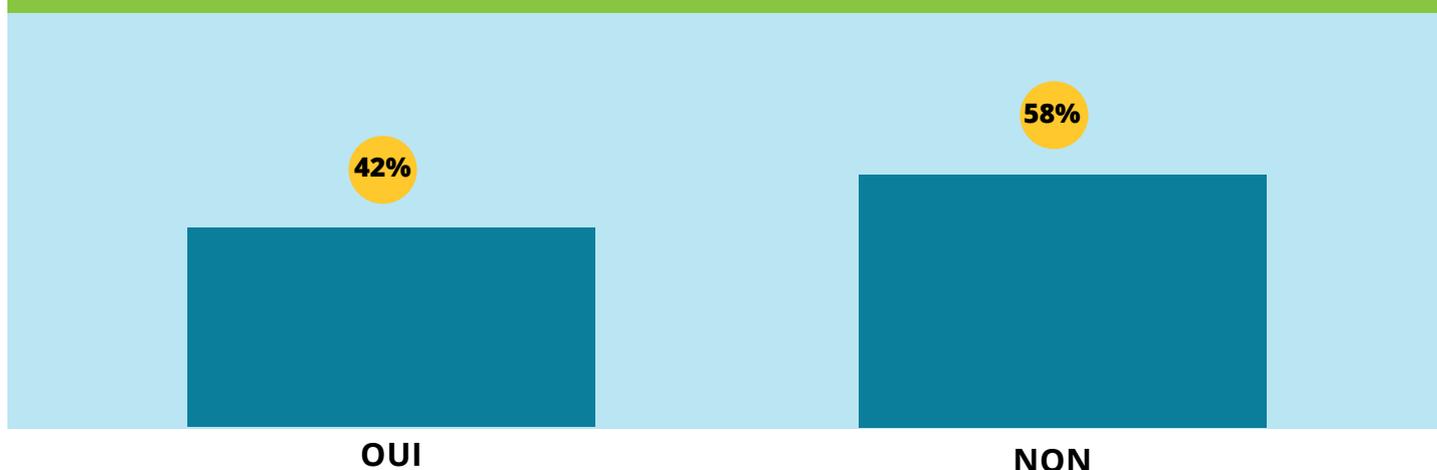
Avant l'épidémie de COVID-19, les demandes de prêts manuelles étaient la norme pour les clients de la microfinance. Plus de 55 % des sondés ont révélé qu'ils n'avaient pas utilisé de solutions numériques de demande de prêts avant la pandémie. Encore une fois, l'absence de canal numérique pourrait expliquer pourquoi certaines IMF ont connu une si forte baisse des volumes de demandes de prêts, car il leur est plus difficile de travailler avec les restrictions du COVID-19.

QUELLES ÉTAIENT VOS SOLUTIONS NUMÉRIQUES EN PLACE POUR QUE LES CLIENTS FASSENT DES DEMANDES DE PRÊTS AVANT LE COVID-19?



Les confinements du COVID-19 dans certaines régions ont limité l'efficacité des applications numériques de terrain (ANT). Plus de 40 % des sondés ont équipé leurs équipes d'ANT pour le traitement des demandes de prêts sur le terrain, mais beaucoup n'ont pas pu exploiter ces outils pendant la pandémie en raison de restrictions de déplacement. Lorsque le contact client en face à face n'est pas possible, les ANT ne sont tout simplement pas efficaces. Dans ce cas particulier, une solution basée à 100% sur internet est nécessaire pour contrebalancer les restrictions du COVID-19. Un tel exemple montre également pourquoi il est important pour les IMF d'adopter des flux de travail entièrement numériques et pas seulement des solutions ponctuelles. La pandémie a profondément perturbé les opérations normales, de ce fait la digitalisation complète est souvent le seul moyen de surmonter les limites des contacts en personne et de contribuer à l'efficacité du travail à distance.

VOS AGENTS DE CREDIT UTILISENT-ILS DES APPLICATIONS NUMÉRIQUES DE TERRAIN?



COMMENT L'UTILISATION DE L'APPLICATION NUMÉRIQUE DE TERRAIN A-T-ELLE ÉTÉ AFFECTÉE PENDANT LE COVID-19 ?

« Elle est toujours utilisée, mais moins fréquemment en raison de restrictions de déplacement. »

« Efficacité limitée de l'application numérique de terrain pendant que le personnel travaillait à domicile. L'impact à long terme de l'utilisation des ANT doit encore être déterminé, car les agents de crédit viennent tout juste de revenir sur le terrain au cours des 2 à 3 dernières semaines. »

« L'utilisation a décliné, mais est de retour sur la bonne voie. »

« Certaines communautés ont fermé leurs frontières, donc aucun agent de crédit n'a été autorisé à entrer. »

Dans l'ensemble, les IMF considèrent le numérique comme la voie à suivre. Interrogés sur de nouvelles initiatives numériques en réponse au COVID-19, les participants à l'enquête ont très largement souligné la nécessité de digitaliser leurs opérations. Des demandes de prêts et évaluations aux décaissements et remboursements, il existe un appétit considérable pour la transformation numérique tout au long du processus de prêt.



QUELLES SOLUTIONS NUMÉRIQUES METTREZ-VOUS EN ŒUVRE EN RAISON DU COVID-19?

«Evaluation en ligne des crédits par les agents et formation.»

« Liaison des portefeuilles d'argent mobile des clients à leurs comptes bancaires pour leur permettre de déposer de l'argent de leur portefeuille sur leur compte, et vice versa. »

« Montage de prêts en ligne pour les PME. »

« Fonctionnalités supplémentaires pour notre application numérique de terrain et intégration de services d'argent mobile. »

« Nous prévoyons d'introduire une solution numérique à 3 PIN pour permettre aux membres épargnants des groupes d'effectuer des retraits sans avoir à se rendre dans les agences. »

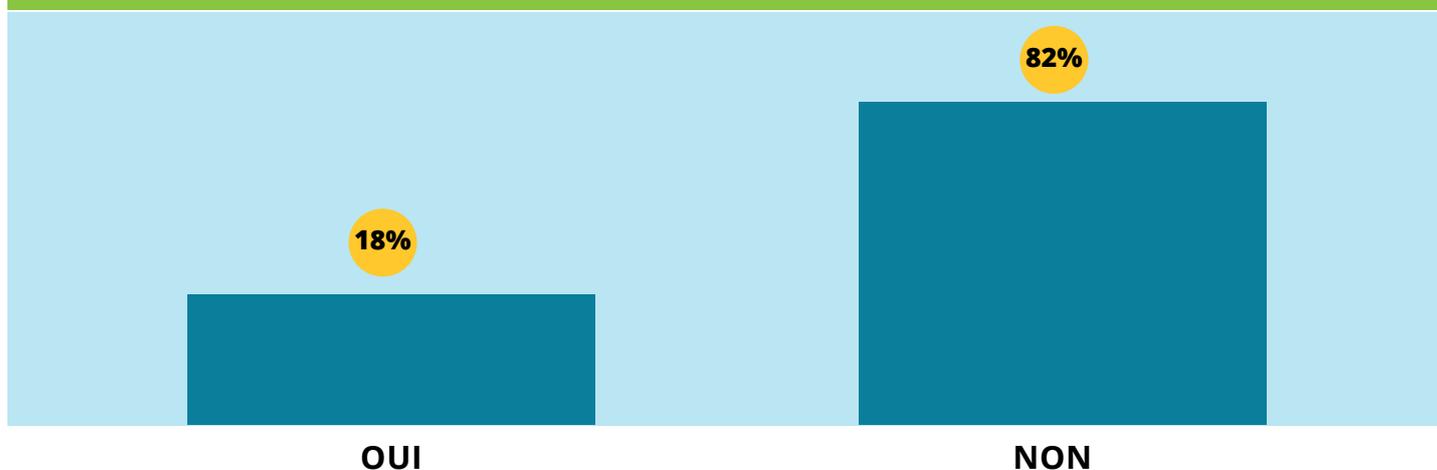
« Une application qui nous permet de suivre le travail des agents de crédit avec les clients. »

« Créer des applications mobiles (demandes de prêt et références des prêts ruraux) pour les agents de crédit et les responsables de comité de crédit. »

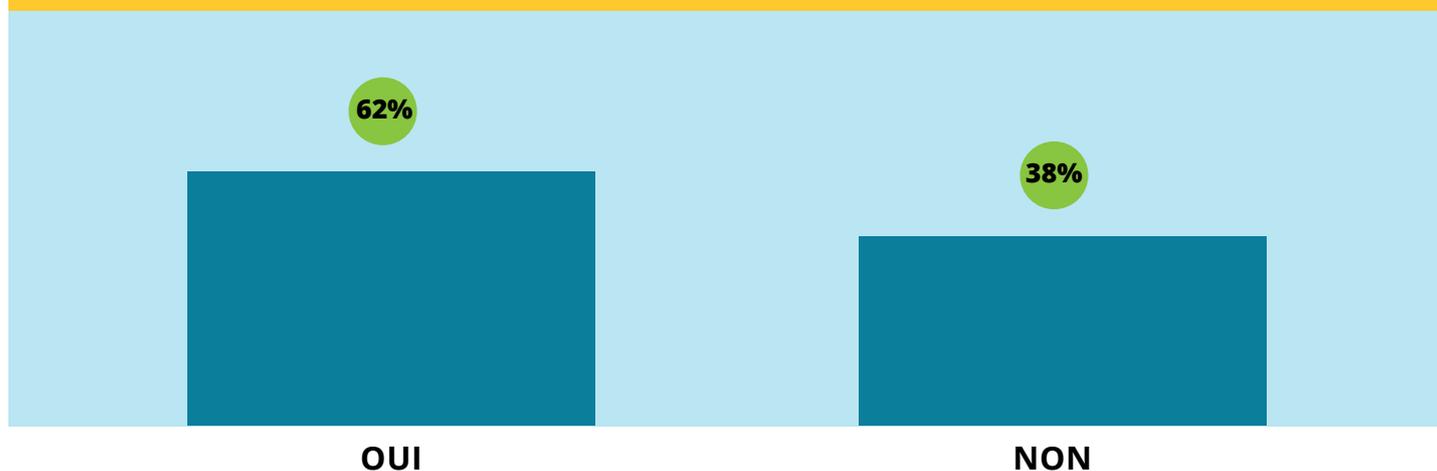
« Gestion de la relation client contrats numériques. Demande de prêt en ligne. »

Les IMF souhaitent offrir aux clients davantage d'options en libre-service pour les demandes de prêts. Avant la pandémie, plus de 80 % des IMF interrogées ne proposaient pas de demandes de prêts en libre-service en ligne. Plus de 60 % confirment désormais qu'elles prévoient d'introduire des options de libre-service pour les clients à la suite du COVID-19. Non seulement cela aiderait les IMF à surmonter les restrictions actuelles sur les transactions en personne, mais cela aiderait également à réaliser des demandes de prêts plus rapides et plus rentables - des avantages précieux pour n'importe quelle institution.

PROPOSIEZ-VOUS DES DEMANDES DE PRÊTS EN LIBRE-SERVICE AUX NOUVEAUX CLIENTS VIA VOTRE SITE WEB AVANT LE COVID-19?



SI CE N'EST PAS ENCORE LA CAS, PRÉVOYEZ-VOUS D'INTRODUIRE DES DEMANDES DE PRÊTS EN LIBRE-SERVICE PENDANT LE COVID-19?





04 TRAITEMENT DE PRÊTS

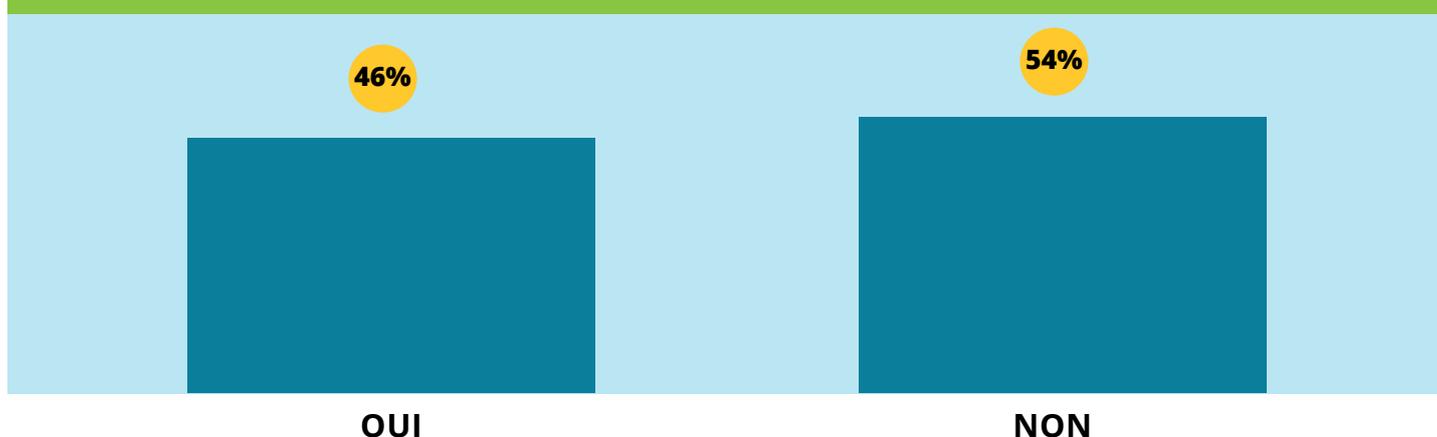


04

TRAITEMENT DE PRÊTS

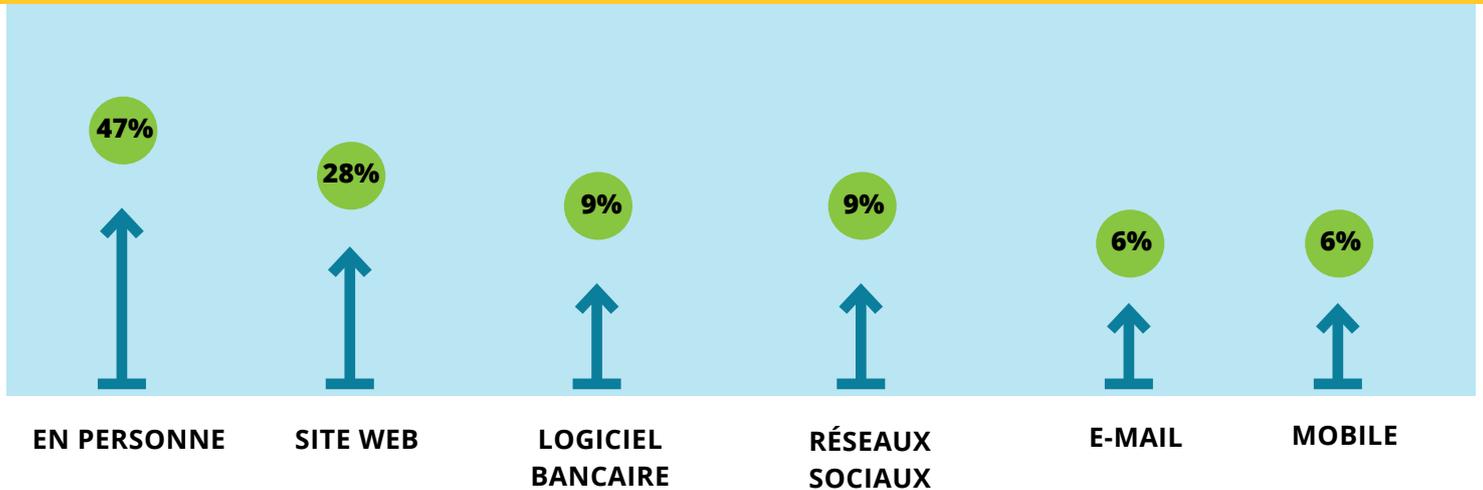
De nombreuses IMF n'ont toujours pas de capacités numériques de traitement de prêts. Plus de la moitié des institutions interrogées ne disposaient pas de plate-forme de traitement de prêts en ligne. De ce fait, les agents de crédit ne sont pas en mesure de traiter les prêts à distance. Cela pourrait être un facteur contribuant à la baisse des volumes d'opérations que de nombreuses IMF ont connu pendant le COVID-19. Sans capacités de service de prêt en ligne et avec des restrictions de déplacement qui limitent les contacts en personne, certaines institutions ont jugé nécessaire de réduire ou de suspendre le traitement des prêts pendant la pandémie.

DISPOSEZ-VOUS D'UNE PLATE-FORME DE TRAITEMENT DE PRÊTS EN LIGNE QUI PERMET AUX AGENTS DE TRAITER LES PRÊTS À DISTANCE?



De nombreuses IMF se sont retrouvées avec des options limitées pendant la pandémie en raison de leurs recours à un système de prospection de nouveaux clients en personne. Avant l'épidémie de COVID-19, 47 % des sondés ont intégré de nouveaux clients à l'aide de méthodes traditionnelles (face à face). Ces mêmes institutions ont constaté que l'intégration des clients était limitée par des confinements et des mesures de distanciation sociale. Certaines IMF ont pu passer à des pratiques d'intégration virtuelle, mais une majorité a signalé une interruption significative des opérations. Plusieurs institutions ont vu beaucoup moins de clients visiter les agences, d'autres n'ont pas été en mesure d'envoyer des agents sur le terrain pour accueillir de nouveaux clients et certaines ont choisi de suspendre l'intégration de nouveaux clients et le montage de prêts tant que des restrictions étaient en place.

COMMENT INTÉGRIEZ-VOUS LES NOUVEAUX CLIENTS AVANT LE COVID-19?



COMMENT L'INTÉGRATION DES CLIENTS A-T-ELLE CHANGÉ PENDANT LE COVID-19 ?

« Nous avons limité le nombre de clients autorisés dans les agences à un maximum de trois personnes pour respecter la distanciation sociale. »

« Les réunions de groupe et l'incorporation de nouveaux clients se sont déroulées via des conférences Zoom. »

« Les heures de travail des agences et la fréquentation des clients ont diminué. »

« Les prêts ont été différés jusqu'à ce que les restrictions soient assouplies. »

« Le client a la possibilité de restructurer son prêt (2 mois de paiements différés). »

« Nous avons mis en place un service WhatsApp pour les demandes de crédit, puis les agents ont effectué des visites clients en personne, en suivant des protocoles stricts d'hygiène et de distanciation sociale. »

« Aucun effort marketing pour cibler/identifier de nouveaux clients. »

« L'intégration des clients était très limitée pendant les périodes de confinement. »



05 PAIEMENTS DE PRÊTS

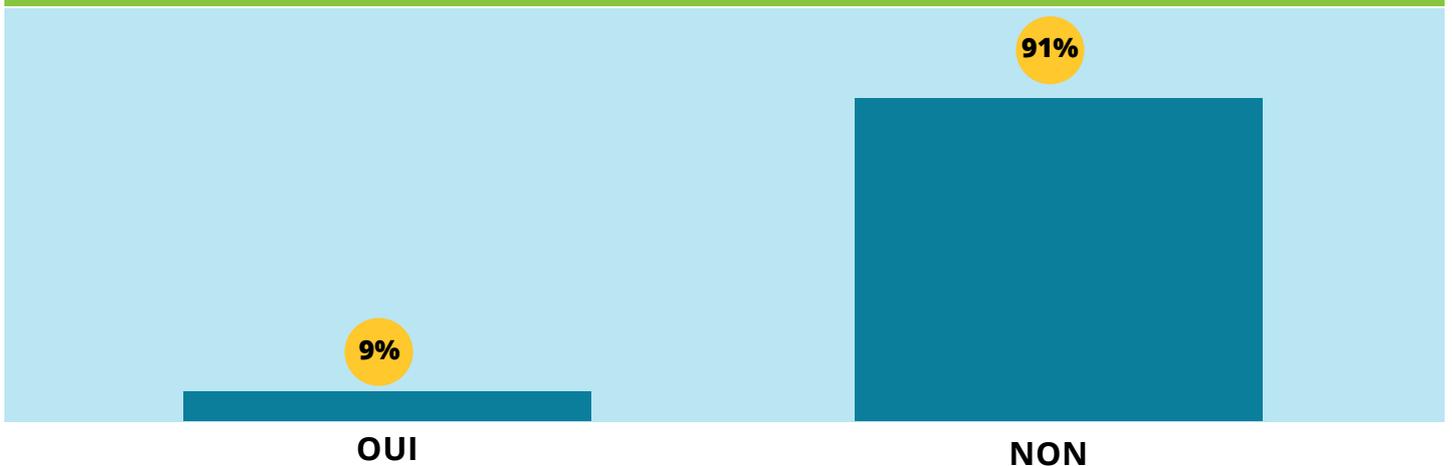


05

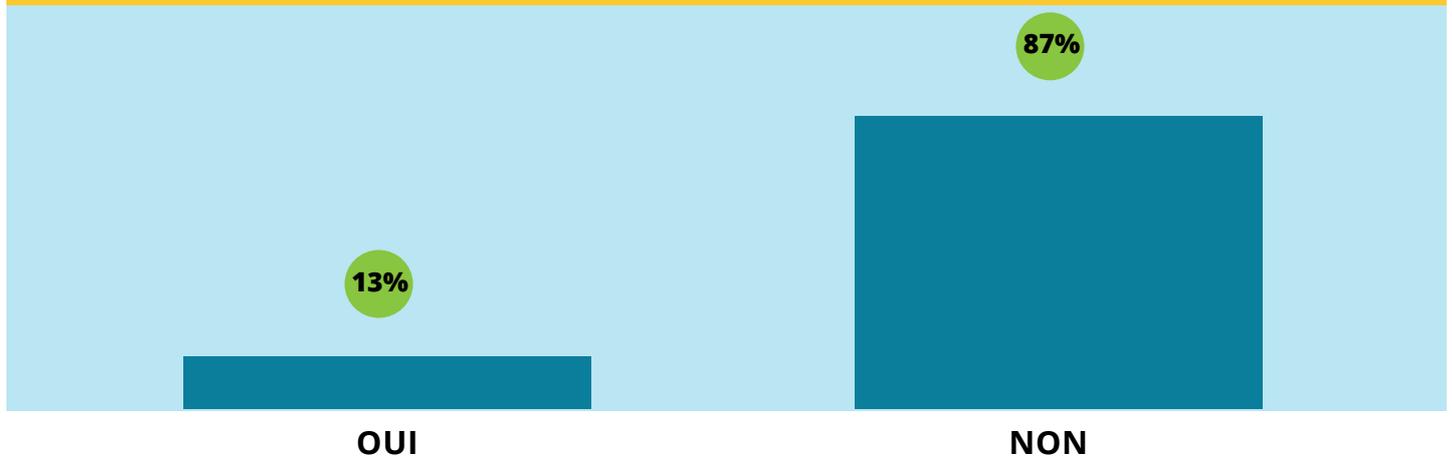
PAIEMENTS DE PRÊTS

L'utilisation des portefeuilles électroniques n'était pas répandue avant le COVID-19, mais cela devrait changer. La majorité des sondés ont admis qu'ils ne proposaient pas de paiements de prêts automatisés par portefeuille électronique avant la pandémie. Aujourd'hui, 69 % des IMF s'efforcent d'accélérer la mise en œuvre du portefeuille électronique, reconnaissant la valeur de cette technologie pour l'emporter sur les restrictions de déplacement engendrées par le COVID-19, ainsi que sa capacité à optimiser l'expérience de remboursement pour les clients et les prêteurs.

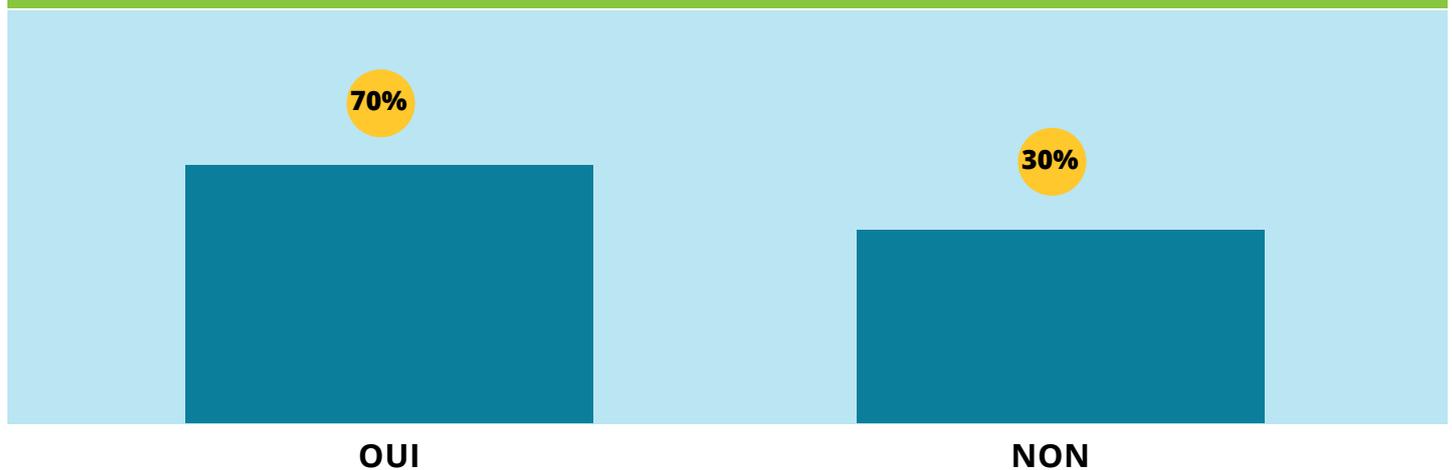
PROPOSIEZ-VOUS DES PAIEMENTS AUTOMATISÉS DE PRÊTS PAR PORTEFEUILLE ELECTRONIQUE AVANT LE COVID-19?



VOS CLIENTS AVAIENT-ILS LA POSSIBILITE D' EFFECTUER DES REMBOURSEMENTS AUTOMATISÉS À L'AIDE DE PORTEFEUILLES ÉLECTRONIQUES AVANT LE COVID-19?



AVEZ-VOUS ENVISAGÉ D'ACCÉLÉRER LA MISE EN ŒUVRE DU PORTEFEUILLE ÉLECTRONIQUE EN RAISON DU COVID-19?



Cependant, des barrières plus larges à l'adoption du portefeuille électronique demeurent. De nombreuses IMF ont rapporté plusieurs obstacles qui les ont empêchées de mettre en place un portefeuille électronique. Celles-ci incluent le manque de sensibilisation et éducation des clients, les faiblesses de l'infrastructure bancaire locale, le manque d'options technologiques sur le marché local et des coûts de mise en oeuvre élevés. Tant que ces problèmes plus larges ne seront pas résolus, il est difficile d'entrevoir les portefeuilles électroniques devenir une partie répandue et durable du paysage de la microfinance sur certains marchés.



POURQUOI N'AVEZ-VOUS PAS ENCORE MIS EN OEUVRE LES PAIEMENTS DE PRÊTS AUTOMATISÉS PAR PORTEFEUILLE ÉLECTRONIQUE?

« Nous disposons d'autres canaux électroniques actuellement acceptés par des banques locales. »

« Pas couramment utilisés dans notre pays. »

« Implications des coûts de mise en œuvre et de maintenance. »

« Aucune entreprise locale ne propose ce service. »

« Les outils ne sont pas bien développés pour notre niche de marché. »

« Les clients sont opposés à l'utilisation du portefeuille électronique en raison d'un niveau élevé d'analphabétisme. »

« Coûts élevés et limites du montant de décaissement de prêt en raison de limites de gestion des flux de trésorerie. »

« Nos clients sont pour la plupart des commerçants. Nous interagissons avec eux sur leurs marchés. »





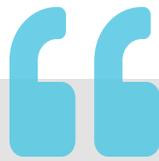
06

DÉFIS ET OPPORTUNITÉS DU COVID-19



DÉFIS ET OPPORTUNITÉS DU COVID-19

Le COVID-19 représente un risque réel pour la pérennité de la microfinance ainsi qu'une opportunité d'évolution pour les institutions. La microfinance a déjà résisté à des crises difficiles, mais l'ampleur de cette pandémie en fait une menace sans pareille. Les IMF reconnaissent que le défi auquel elles sont confrontées est grand et qu'elles auront besoin de nouveaux outils pour le surmonter. De nombreuses institutions reconnaissent qu'une transformation numérique sera essentielle pour soutenir les clients et effectuer les opérations dans ces circonstances extrêmes. Elles estiment également que l'introduction de nouvelles solutions numériques doit aller de pair avec une formation adéquate des employés et une éducation des clients pour être vraiment réussie.



QUELS AUTRES DÉFIS RENCONTRES PENDANT LE COVID 19 SOUHAITEZ-VOUS RESOUDRE EN ACCELERANT VOTRE DIGITALISATION?

« Nous voulons utiliser des solutions numériques pour avoir une approche centrée sur le client, augmenter les canaux de paiement dans les zones rurales et lancer la mise en œuvre du portefeuille électronique. »

« De meilleurs services et temps de traitement. Réduire les risques et les frais de déplacement. »

« Un remboursement différé, un accès à des informations telles que les taux d'intérêt, les documentations et les processus à suivre pour accéder à un prêt. Tous ces éléments peuvent être numérisés. »

« Un autre défi concerne la sensibilisation au numérique et l'éducation des clients. La plupart de nos clients n'ont aucune connaissance des services numériques, ils ont donc besoin d'une formation. Ils doivent également lui être en confiance et commencer à utiliser ces services, en particulier les clients des zones rurales. »

« Formation sur la transformation numérique pour les clients. Beaucoup d'entre eux n'ont ni e-mail ni compte bancaire. »

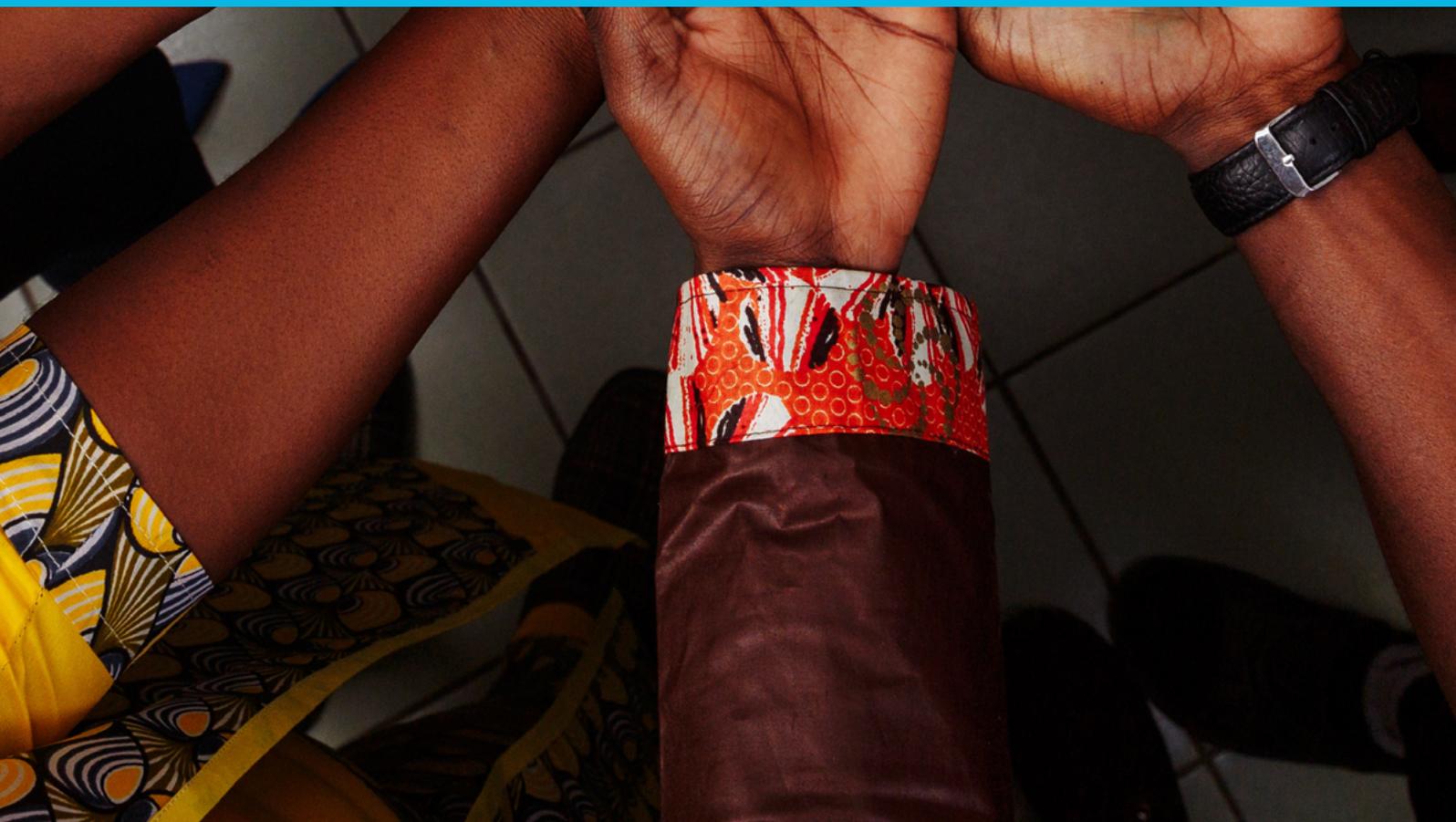
« Un défi majeur est que notre type de client est moins adapté à la technologie et a moins accès aux ressources/outils technologiques. »

Le COVID-19 a montré que la digitalisation n'est pas seulement une tendance passagère pour la microfinance. Des solutions numériques sont nécessaires pour relever les défis immédiats posés par le COVID-19 et elles constituent également une question de survie à long terme pour les IMF. Les organisations qui adoptent la transformation numérique seront bien mieux placées pour fournir des services plus pratiques et plus pertinents à leurs clients, de manière plus flexible et plus rentable.



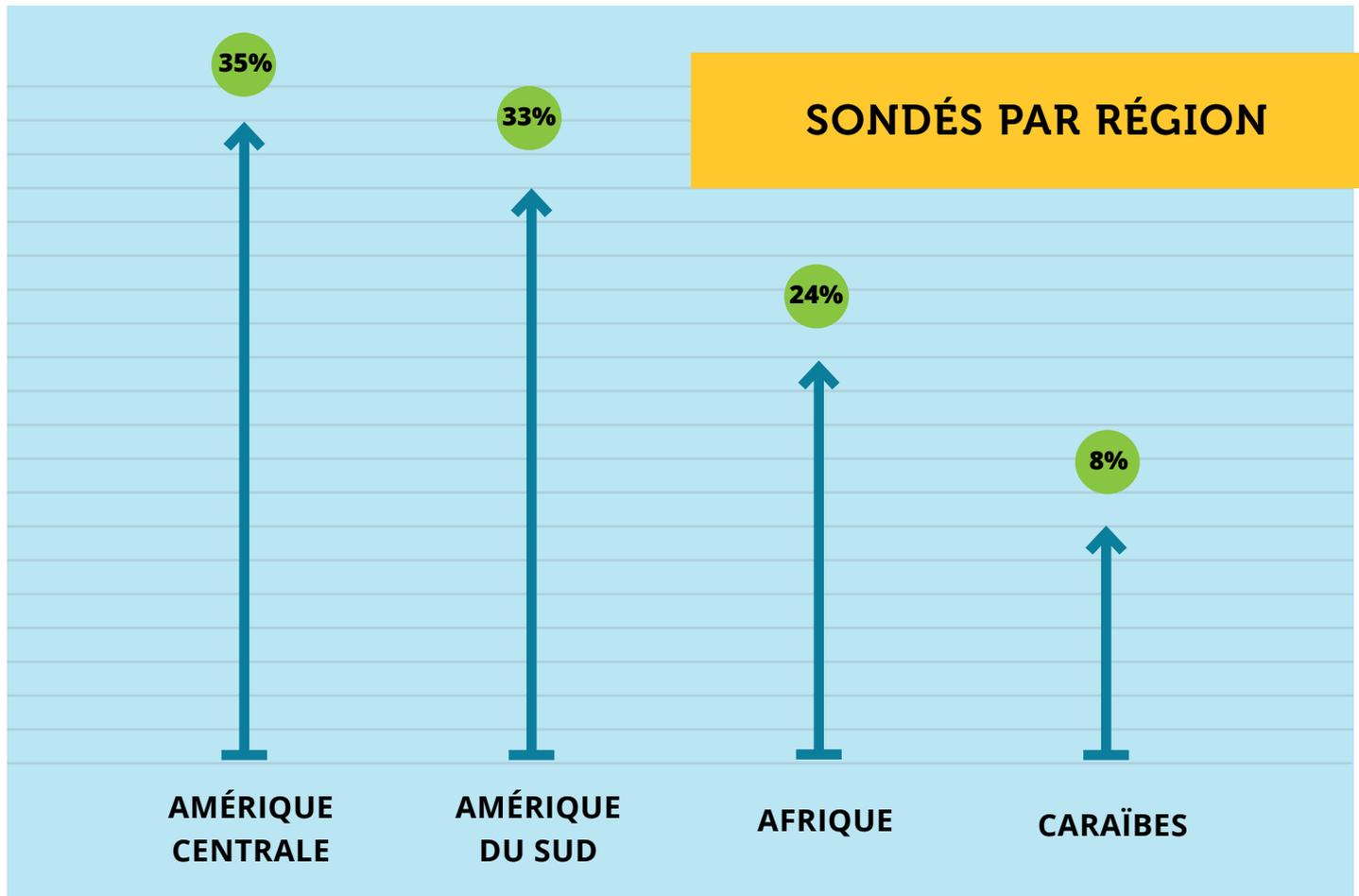


07 PORTÉE DE L'ENQUÊTE



PORTÉE DE L'ENQUÊTE

L'enquête s'est concentrée sur des institutions basées en Amérique latine, en Afrique et dans les Caraïbes. Au total, 56 IMF ont répondu à l'enquête, 46 d'entre elles en ligne et 10 par téléphone.



Les sondés venaient principalement de pays d'Amérique latine. Les IMF du Mexique et du Brésil représentaient 23 % du nombre total de sondés.

SONDÉS PAR PAYS

BOLIVIE
BRÉSIL
BURKINA FASO
CAMEROUN
COLOMBIE
COSTA RICA
ÉQUATEUR

GHANA
GUATEMALA
HONDURAS
MEXIQUE
NIGERIA
OUGANDA
PANAMA

PARAGUAY
PÉROU
RÉPUBLIQUE DOMINICAINE
RWANDA
SALVADOR
TCHAD
TUNISIE

08 À PROPOS DE MONEYPHONE

La mission de MoneyPhone est de donner des moyens d'action aux 2 milliards d'habitants de notre planète qui ne sont pas ou peu bancarisés. Nous déployons une technologie de pointe qui permet aux IMF et aux banques de PME de fournir aux emprunteurs un accès au crédit facile et le moins cher possible, à tout moment et n'importe où.

La solution de montage de prêts numérique MoneyPhone est une plate-forme basée sur le cloud qui numérise le processus de prêt complet.



Avec MoneyPhone, les institutions financières peuvent:

- ✓ Proposer des demandes de prêt en libre-service directement sur leur site Web.
- ✓ Soutenir les agents de crédit dans le traitement de prêts à distance.
- ✓ Permettre aux emprunteurs de recevoir des décaissements et d'effectuer des remboursements sur leur smartphone.

Si vous cherchez à atténuer l'impact du COVID-19 sur vos activités de montage de prêts, contactez l'équipe MoneyPhone dès aujourd'hui. Nous aimerions en savoir plus sur vos objectifs et discuter de la manière dont nous pouvons optimiser vos opérations de crédit.

Pour commencer, consultez: www.money-phone.com/contact-us ou envoyez-nous un e-mail à info@money-phone.com