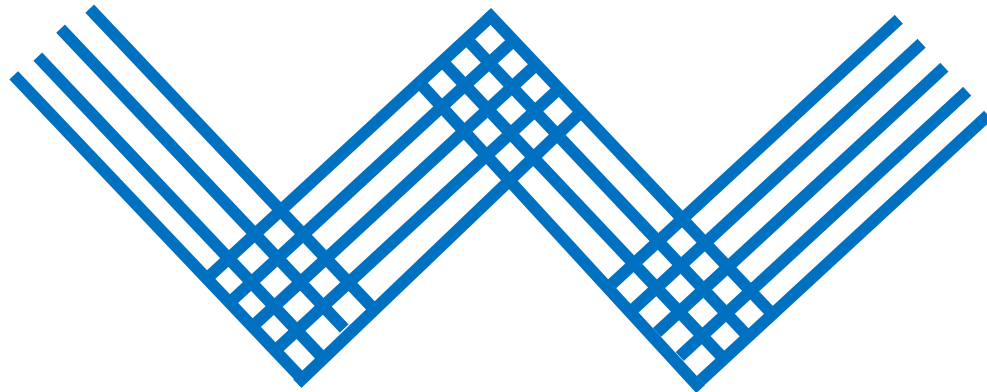


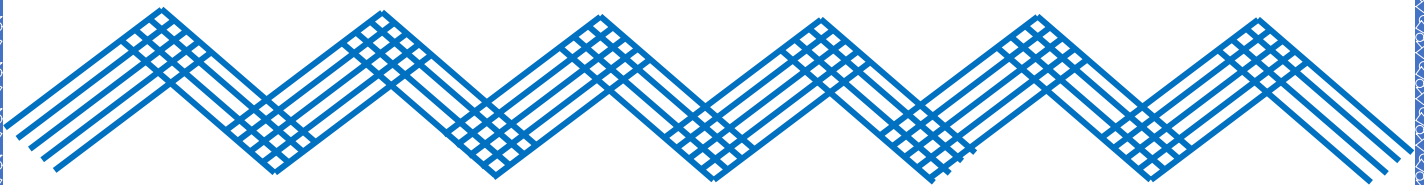


U-CMECS

Union des Caisses Mutuelles d'Épargne et Crédit des Savanes
Siège social : Dapaong, quartier Kombonloaga sur la route de la CEET
BP : 247 ; Tél. 27 70 04 37
E-mail : ucmeecs@gmail.com
Arrêté N°207/MEFP/CAB/CAS-IMEC
Agrément N°T/5/TODA/2005



RAPPORT DE L'ENQUETE DE SATISFACTION 2018 DE LA CLIENTELE DU RESEAU U-CMECS



Février 2019

SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
SIGLES ET ACCRONIMES	2
INTRODUCTION	3
1. RAPPEL DES OBJECTIFS DE L'ENQUETE	4
1.1. L'objectif global	4
1.2. Objectifs spécifiques	4
2. RESULTATS ATTENDUS.....	4
3. METHODOLOGIE DE L'ENQUETE.....	4
3.1. Phase préparatoire.....	4
3.1.1 <i>Elaboration et validation du questionnaire d'enquête</i>	4
3.1.2 <i>Ciblage et échantillonnage</i>	5
3.1.3 <i>Recrutement et formation des enquêteurs</i>	5
3.2 Phase de collecte de données	6
3.3 Phase de traitement des données et de rapportage.....	6
4. PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE.....	7
4.1. Description de l'échantillon.....	7
4.2. Opinions des clients sur l'offre des services du réseau U-CMECS.....	9
4.3. Opinions des clients sur l'accessibilité des caisses et points de service du réseau U-CMECS....	11
4.4. Opinions des clients sur le personnel des caisses du réseau U-CMECS	12
4.5. Opinions des clients sur les coûts et rémunérations des produits et services du réseau U-CMECS	14
4.6. Détermination du taux global de satisfaction de la clientèle.....	15
CONCLUSIONS.....	17
RECOMMANDATIONS.....	18

SIGLES ET ACCRONIMES

AT	: Assistant Technique
BCEAO	: Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest
BRS	: Belgische Raiffeisen Stichting
CFA	: Communauté Financière d'Afrique
CMEC	: Caisse Mutuelle d'Epargne et de Crédit
LC	: Louvain Coopération
RAFIA	: RAFIA (Recherche, Action et Formation aux Initiatives d'Auto développement)
SAE	: Sécurité Alimentaire et Economique
SFD	: Système Financier Décentralisé
U-CMECS	: Union des Caisses Mutuelles d'Epargne et de Crédit des Savanes

INTRODUCTION

L'U-CMECS est un réseau de huit (08) Caisses né en 2004 du regroupement des Caisses mutuelles d'épargne et de crédit issues de l'autonomisation du volet « épargne et crédit » de l'ONG RAFIA. Démarré en 2003, ce processus de structuration des caisses de base et d'institutionnalisation du réseau U-CMECS a été conduit avec l'accompagnement technique, financier et méthodologique du partenaire Louvain Coopération.

Consciente de ce que le marché de la microfinance est aujourd'hui dès plus concurrentiels avec un foisonnement et une professionnalisation accrue des systèmes financiers décentralisés (SFD), U-CMECS a fait le choix d'asseoir une stratégie d'amélioration durable de sa compétitivité et sa capacité de fidélisation de la clientèle. A cet effet, elle commande en 2014 une mission de développement de nouveaux produits et se dote en 2016 d'un plan marketing. S'appuyant sur ces documents stratégiques et avec l'appui technique de ses partenaires (BRS et LC), U-CMECS a développé de nouveaux produits et pris plusieurs initiatives de rapprochement et d'adaptation de ses services/produits aux besoins des clients.

La présente enquête de satisfaction s'inscrit dans la même démarche caractéristique de la volonté de l'U-CMECS d'amélioration et d'adaptations continues de ses services et produits financiers et non financiers dans l'objectif d'optimisation de la satisfaction de sa clientèle.

Cette enquête de satisfaction répond également aux objectifs du programme quinquennal 2017 – 2021 de sécurité alimentaire et économique (SAE) de Louvain Coopération qui a techniquement et financièrement soutenu sa réalisation. Elle porte sur quatre (04) principaux centres d'intérêt de satisfaction de la clientèle à savoir :

- Satisfaction par rapport à l'offre
- Satisfaction par rapport à l'accessibilité
- Satisfaction par rapport au personnel
- Satisfaction par rapport au coût des produits et services.

Le présent rapport rappelle les objectifs, les résultats attendus et la méthodologie de l'enquête ; présente et analyse les principaux résultats et formule in fine, des recommandations pour une amélioration durable de la satisfaction de la clientèle du réseau U-CMEC. Par souci de digestibilité, les résultats de l'enquête ont été présentés sous forme de graphiques.

1. RAPPEL DES OBJECTIFS DE L'ENQUETE

1.1. L'objectif global

Recueillir et analyser l'opinion de la clientèle du réseau U-CMECS sur sa satisfaction des produits et services offerts par les caisses de base du réseau.

1.2. Objectifs spécifiques

Il s'agit plus spécifiquement de :

- Evaluer le niveau de satisfaction ou d'insatisfaction et les attentes des clients des caisses de base du réseau U-CMECS par rapport à/au :
 - l'offre des services et produits au sein du réseau
 - l'accessibilité de ses caisses et points de services
 - la qualité de l'accueil et du traitement réservé aux clients
 - le coût des services et produits
- Recueillir et analyser objectivement les motifs de satisfaction et d'insatisfaction des clients des caisses de base du réseau U-CMECS.
- Identifier des mécanismes et astuces pour améliorer la satisfaction des clients du réseau U-CMECS.

2. RESULTATS ATTENDUS

Ci-après, déclinés les résultats attendus de l'enquête :

- Le niveau de satisfaction et d'insatisfaction des clients des caisses de base du réseau U-CMECS est connu et mesuré par rapport à/au :
 - l'offre des services et produits au sein du réseau
 - coût des services et produits
 - la qualité de l'accueil et du traitement réservé aux clients
 - l'accessibilité de ses caisses et points de services
- Les motifs de satisfaction et d'insatisfaction des clients du réseau U-CMECS sont connus et analysés en toute objectivité
- Des recommandations pratiques sont formulées en vue d'améliorer la satisfaction des clients du réseau U-CMECS.

3. METHODOLOGIE DE L'ENQUETE

L'enquête a été conduite suivant la méthodologie ci-après déclinée en trois (03) phases principales : i) la phase préparatoire, ii) la phase de collecte de données et la iii) la phase de traitement de données et de rapportage

3.1. Phase préparatoire

3.1.1 Elaboration et validation du questionnaire d'enquête

Elle a été consacrée à l'élaboration/validation du questionnaire et du budget et à la détermination de l'échantillon de l'enquête. Elaboré avec l'appui de l'AT SAE de Louvain Coopération, le questionnaire d'enquête a été amendé et adopté par le comité de direction du réseau U-CMECS élargi à la chargée marketing du réseau, en novembre 2018.

3.1.2 Ciblage et échantillonnage

L'enquête a ciblé les clients « personnes physiques » disposant d'un compte ouvert dans l'une des Caisses de base du réseau U-CMECS. Les clients « personnes morales » n'ont pas été couvertes par l'enquête.

Une double approche d'échantillonnage associant les techniques d'échantillonnage raisonné pour le choix des Caisses de base et les techniques d'échantillonnage aléatoire pour le choix des clients enquêtés dans chaque Caisse de base.

L'échantillonnage raisonné au niveau des Caisses de base a permis de retenir, pour les besoins de l'enquête et en considérant notamment les critères géographiques et le volume du portefeuille crédit/épargne, les six (06) Caisses ci-après, suffisamment représentatives des huit (08) Caisses du réseau U-CMECS :

La CMEC Bandassound-Lipo de Dapaong ville,
La CMEC Cinkassé de Cinkassé,
La CMEC Monfuod de Tambonga,
La CMEC Lantodtim de Tamonga,
La CMEC Falagben de Tammongue,
La CMEC Banléman de Kkpong.

En tout, un échantillon de trois cent un (301) unités statistiques correspondant aux membres adhérents personnes physiques a été défini et couvert par l'enquête à l'échelle des six Caisses sus évoquées du réseau U-CMECS sur une population mère d'environ 18 000 membres personnes physiques pour l'ensemble du réseau.

Faite au prorata de la taille du sociétariat par Caisse, la répartition par Caisse de l'échantillon se présente comme suit :

Tableau 1 : Répartition des clients interviewés par caisse

Noms des caisses	Taille de l'échantillon
CMEC Bandassound-Lipo de Dapaong ville	91
CMEC Cinkassé de Cinkassé	83
CMEC Monfuod de Tambonga	41
CMEC Lantodtim de Tamonga	25
CMEC Falagben de Tammongue	34
CMEC Banléman de Kpong	27
TOTAL	301

3.1.3 Recrutement et formation des enquêteurs

Un appel à candidature lancé après définition du profil des enquêteurs a permis le recrutement, sur étude de dossiers, de neuf (09) enquêteurs externes pour assurer la collecte de données sur le terrain. Avant leur déploiement sur le terrain, les enquêteurs ont bénéficié d'une formation d'une journée sur les techniques d'enquête et le mode d'administration du questionnaire, déroulée le 05 décembre 2018 et facilitée par l'Assistant Technique de Louvain Coopération.

Cette formation a présenté de façon détaillée et à travers des simulations, le questionnaire d'enquête et a permis aux enquêteurs de le comprendre à suffisance. Les outils suivants ont été mis à la disposition de chaque enquêteur à l'issue de la formation :

- Les copies du questionnaire d'enquête,
- La fiche de répartition des effectifs des enquêtés par Caisse et par localité/canton

- Le mini glossaire des termes techniques de la microfinance, contenus dans le questionnaire
- Le calendrier de déroulement de l'enquête
- Le kit de l'enquêteur composé de stylo, crayon, gomme, cahier, chemise à sangle et de papiers rame.

3.2 Phase de collecte de données

Sous la coordination du chef service exploitation et supervisée par la chargée marketing et le chargé au recouvrement du réseau U-CMECS, la phase de collecte de données sur le terrain s'est déroulée du 06 au 13 décembre 2018 et a été conduite par les neuf (09) enquêteurs externes recrutés et formés à cet effet.

Pour assurer un déroulement harmonisé de l'enquête sur le terrain et éprouver le questionnaire, un test de collecte de données a été organisé à Dapaong ville avec l'ensemble des enquêteurs. Ce test a permis aux enquêteurs et superviseurs de se pencher sur les difficultés de traduction de certains termes spécifiques du questionnaire en langues locales. Il (ce test) a enfin permis la répartition des enquêteurs en fonction de leur maîtrise des langues locales.

3.3 Phase de traitement des données et de rapportage

Il s'est essentiellement agi d'un travail réalisé au bureau à l'aide des logiciels Excel et Word. Dans un premier temps, les données collectées ont, après un travail de codification, été dépouillées, épurées puis transcrites à l'aide du logiciel Excel, en résultats analysables sous forme de tableaux et de graphiques.

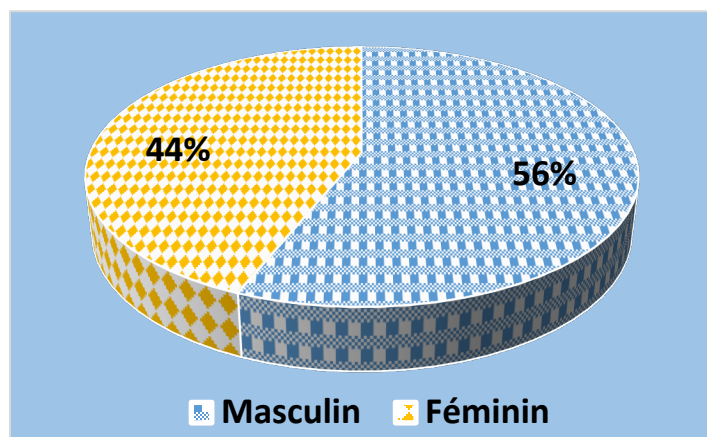
Les résultats ainsi présentés ont ensuite été analysés et interprétés au logiciel Word qui a également servi à la rédaction du rapport de l'enquête.

Co-rédigé par Damien KOLANI, Chef service exploitation du réseau U-CMECS et Michel GNON, Assistant Technique de Louvain Coopération, le présent rapport a été restitué au personnel des Caisses de base et de la Direction du réseau U-CMECS et Conseil d'Administration du réseau qui l'ont respectivement amendé et validé.

4. PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

4.1. Description de l'échantillon

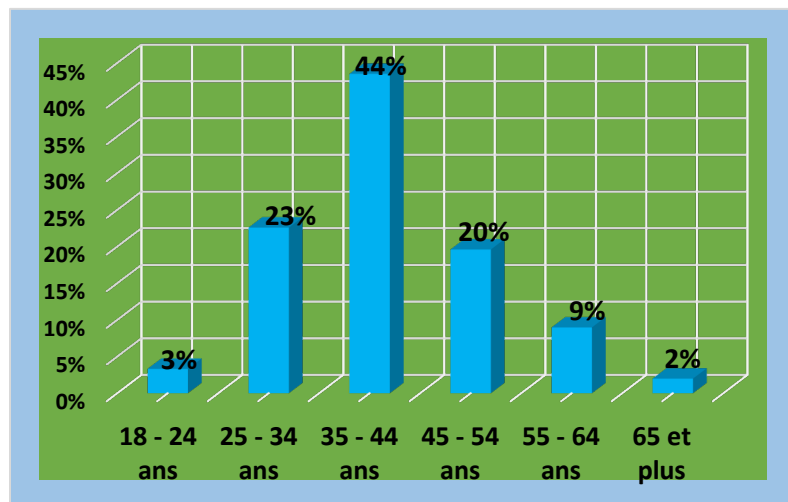
Graphique 1 : Répartition des enquêtés selon leur sexe



L'échantillon de l'enquête est composé à 56% d'hommes (soit 169 hommes) et 44% de femmes (132 femmes). Il ressort donc que malgré les instructions données aux enquêteurs et superviseurs pour le respect de l'équité de la représentativité du genre, on note que les femmes qui représentent 57%¹ des clients du réseau U-CMCES sont sous représentées au sein de l'échantillon de

l'enquête. Après analyse, la représentativité des hommes et des femmes au sein de l'échantillon d'enquête a finalement été jugée acceptable pour une enquête qui a exclusivement porté sur les clients « personnes physiques » en majorité des hommes, la majorité des femmes à l'échelle du réseau étant plutôt portée par les effectifs des coopératifs et des groupes solidaires.

Graphique 2 : Répartition selon leur âge

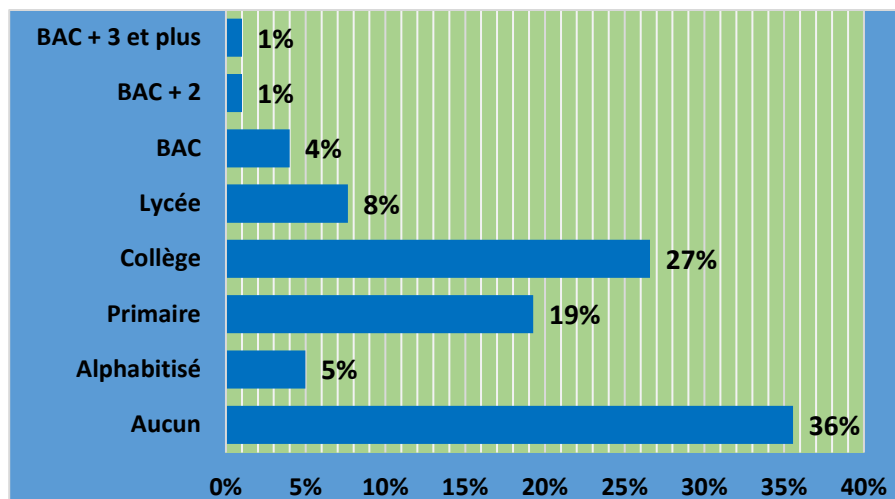


Il n'existe pas de données officielles sur la répartition des clients du réseau U-CMECS selon l'âge, mais il est admis que l'échantillon est suffisamment représentatif avec 70% d'enquêtés de moins de 45 ans. Plus précisément, l'échantillon de l'enquête est composé de 3% de personnes d'âges compris entre 18 et 24 ans, 23% d'âges compris entre 25 et 34 ans, 44% d'âges compris

entre 35 et 44 ans, 20% d'âges compris entre 45 et 54 ans, 9% d'âges compris entre 55 et 64 ans et 2% de personnes âgées de 65 ans et plus.

¹ Données du Factsheet U-CMECS au 31/12/2018

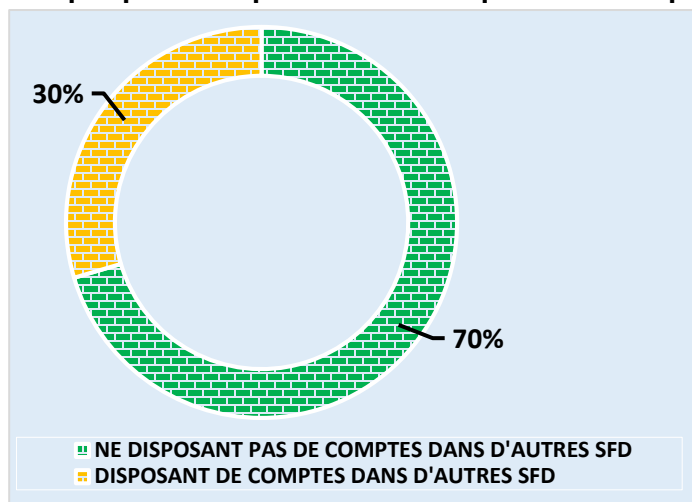
Graphique 3 : Répartition des enquêtés selon leur niveau d'instruction



L'échantillon de l'enquête est constitué à 36% d'analphabètes (sans aucun niveau d'instruction), 5% d'alphabétisés (sachant lire et écrire en une au moins des langues locales), 19% de niveau primaire, 27% de de niveau collège (niveau 1 du secondaire), 8% de niveau lycée (niveau 2 du secondaire), 4% de niveau BAC, 1% de niveau BAC +2 et 1% de niveau BAC + 3 et plus. Pour pallier les

difficultés d'administration du questionnaire du fait du fort taux d'analphabètes et de personnes à faible niveau d'instruction, des dispositions ont été prises en amont à travers des critères de recrutement des enquêteurs maîtrisant les langues locales et des exercices de traduction du questionnaire en langues locales.

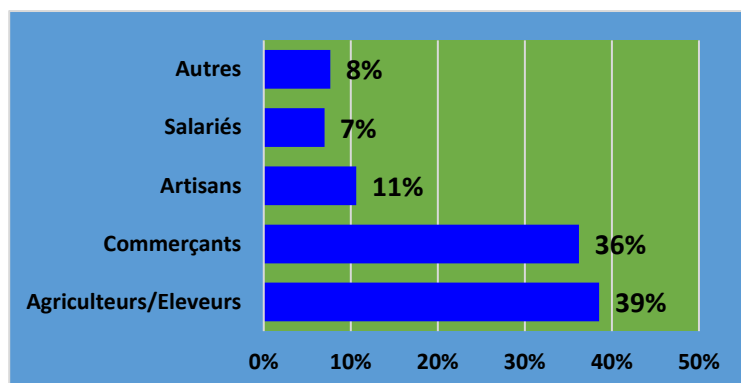
Graphique 4 : Répartition des enquêtés selon qu'ils sont ou non membres d'autres SFD



L'échantillon de l'enquête est constitué à 70% de clients/U-CMECS ne disposant pas de compte dans aucun autre SFD et à 30% de clients/U-CMECS disposant de compte dans au moins un autre SFD.

A noter que cette répartition s'en tient aux déclarations des enquêtés au moment de l'enquête.

Graphique 5 : Répartition des enquêtés selon leurs professions



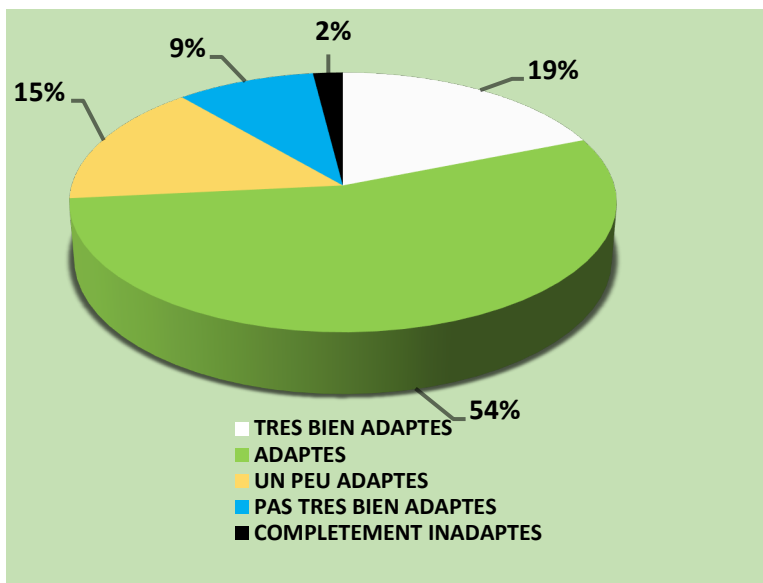
L'échantillon de l'enquête est constitué à 39% d'agriculteurs/éleveurs, 36% de commerçants, 11% d'artisans, 7% de salariés (des secteurs public et privé) et 8% d'autres professions.

A noter que la répartition ci-contre de l'échantillon, comme toutes les autres qui ont précédé, n'a pas été prédéterminée en amont, elle a été obtenue de façon aléatoire et est de facto représentative (comme

toutes les autres répartitions ci-dessus déclinées).

4.2. Opinions des clients sur l'offre des services du réseau U-CMECS

Graphique 6 : Répartition des enquêtés selon leur opinion sur l'adaptation des produits de crédits du réseau U-CMECS à leurs activités



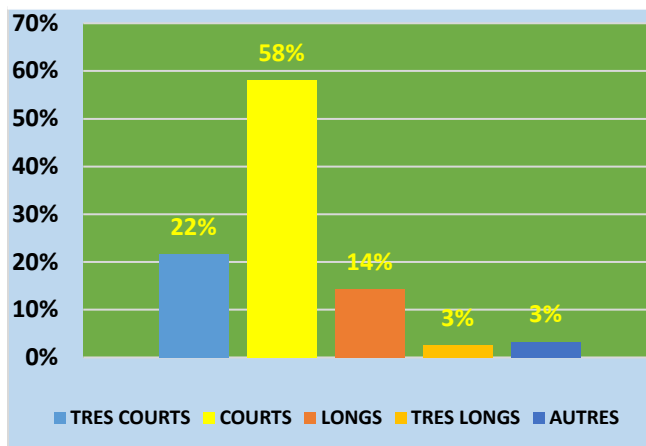
73% des enquêtés ont une opinion favorable sur l'adaptation des produits de crédits du réseau U-CMECS à leurs activités (ils les trouvent « très adaptés » et « adaptés », respectivement à 19% et 54%).

15% des enquêtés trouvent que les crédits sont un peu adaptés à leurs activités et devraient l'être davantage.

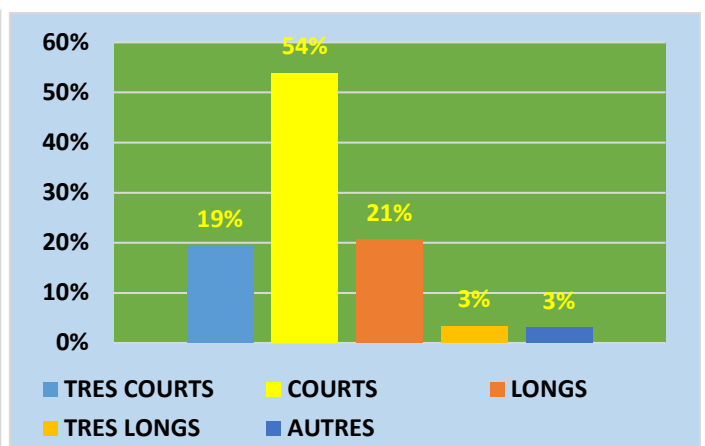
9% des enquêtés estiment que les produits de crédit du réseau U-CMECS ne sont pas très bien adaptés à leurs activités.

Pour 2% des enquêtés, les produits de crédits du réseau U-CMECS sont complètement inadaptés à leurs activités.

Graphique 7 : Opinions sur les délais d'attente pour les opérations de dépôt



Graphique 8 : Opinions sur les délais des opérations de retrait



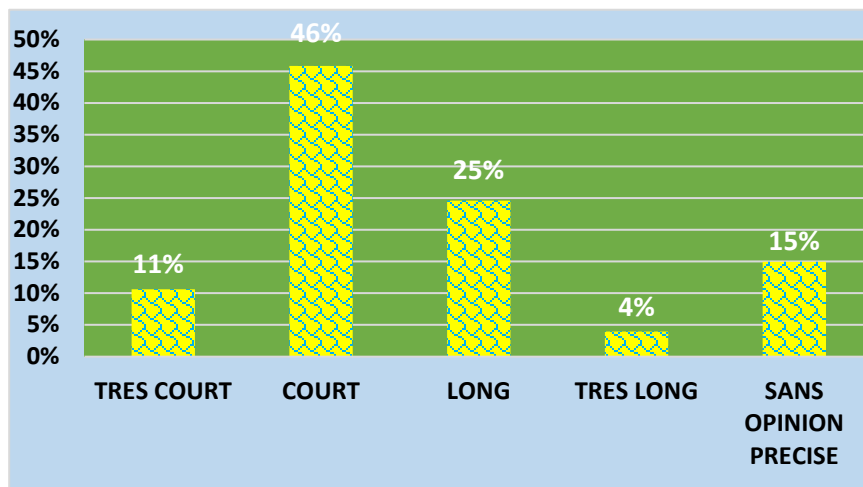
Les données des graphiques ci-dessus indiquent que les clients ont majoritairement une opinion favorable sur les délais d'attentes pour les opérations de dépôt et de retrait aux différents guichets du réseau U-CMECS. En effet, 80% des enquêtés ont une opinion favorable sur les délais d'attentes pour les opérations de dépôt au sein du réseau U-CMECS contre 73% pour les opérations de retrait.

Par rapport à l'opinion sur les délais d'attente des opérations de dépôts, 22% des enquêtés estiment qu'ils sont très courts, ils sont estimés courts pour 58% des enquêtés, longs pour 14% des enquêtés et très longs pour 3% des enquêtés.

Par rapport à l'opinion sur les délais d'attente des opérations de retrait, 19% des enquêtés estiment qu'ils sont très courts, ils sont estimés courts pour 54% des enquêtés, longs pour 21% des enquêtés et très longs pour 3% des enquêtés.

Pour 3% des enquêtés, les opinions sur les délais d'attentes pour les opérations de dépôt et/ou de retrait n'ont pas été très clairement exprimées à travers leurs réponses du genre, « je ne sais pas trop », « ça dépend » etc.

Graphique 9 : Répartition des enquêtés selon leur opinion sur les délais d'instruction des dossiers de crédit



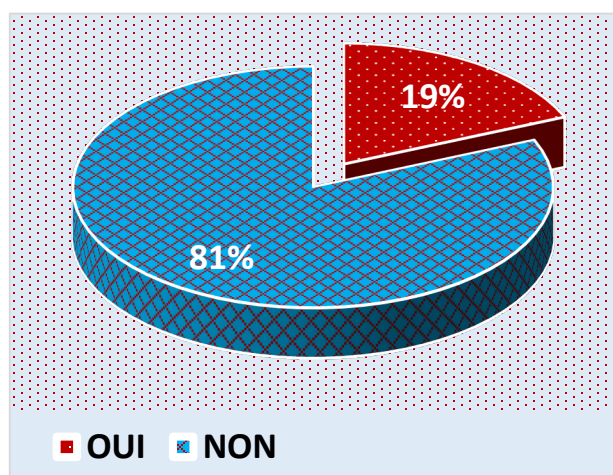
Il ressort des données du graphique ci-contre que 57% des enquêtés ont une opinion favorable des délais d'instructions des dossiers de crédits : 11% des enquêtés estiment que ces délais sont « très courts » et 46% des enquêtés les estiment « courts ».

En revanche, 29% des enquêtés estiment que les délais d'instruction des dossiers de crédits sont longs (25% des enquêtés) et même très longs (4%

des enquêtés).

15% des enquêtés ont plutôt des opinions mitigées, non tranchées, sur les délais d'instruction des dossiers de crédits qu'ils trouvent globalement « acceptables ».

Graphique 10 : Répartition des enquêtés selon qu'ils aient déjà ou jamais pensé à quitter U-CMECS

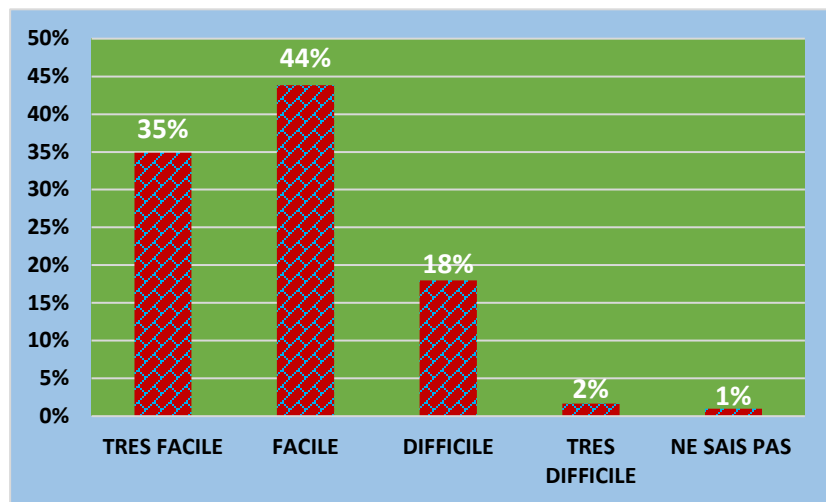


A la question « Vous est-il déjà arrivé de penser à quitter U-CMECS ? », 19% des enquêtés ont répondu par l'affirmative contre 81% de réponses négatives.

L'enquête relève, par ailleurs, que les principales raisons évoquées par les enquêtés ayant affirmé avoir déjà songé quitter U-CMECS se rapportent aux difficultés d'accès au crédit, au coût du crédit et aux pratiques de recouvrement.

4.3. Opinions des clients sur l'accessibilité des caisses et points de service du réseau U-CMECS

Graphique 11 : Répartition des enquêtés selon leur opinion sur l'accessibilité physique des caisses et points de service du réseau U-CMECS

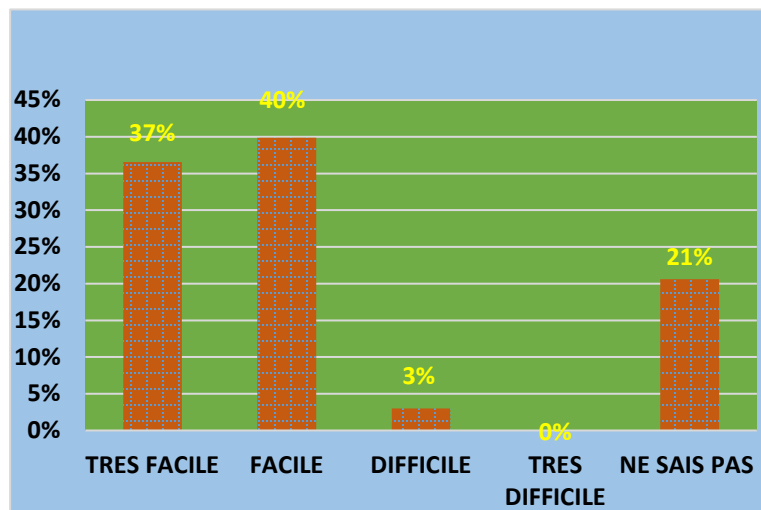


Les données du graphique ci-contre indiquent que 79% des enquêtés ont une opinion favorable (dont 35% très favorable et 44% favorable) quant à ce qui concerne l'accessibilité physique, c'est-à-dire, la place ou l'emplacement géographique et l'aménagement des lieux des Caisses et points de service du réseau U-CMECS (la considération des voies d'accès y compris). 79% des clients sont donc satisfaits de

l'accessibilité physique des Caisses et points de services du réseau U-CMECS contre 20% d'opinions défavorables recensées essentiellement parmi les clients des Caisses de Cinkassé, Tammongue et Kpong, qui ont estimé que les lieux de services du réseau U-CMECS sont difficiles d'accès (pour 18% des enquêtés) et même très difficiles d'accès pour 2% des enquêtés.

1% des enquêtées (3 personnes) ne se sont pas clairement prononcés sur cette accessibilité physique des Caisses et points de services du réseau U-CMECS qu'ils trouvent globalement « acceptables ».

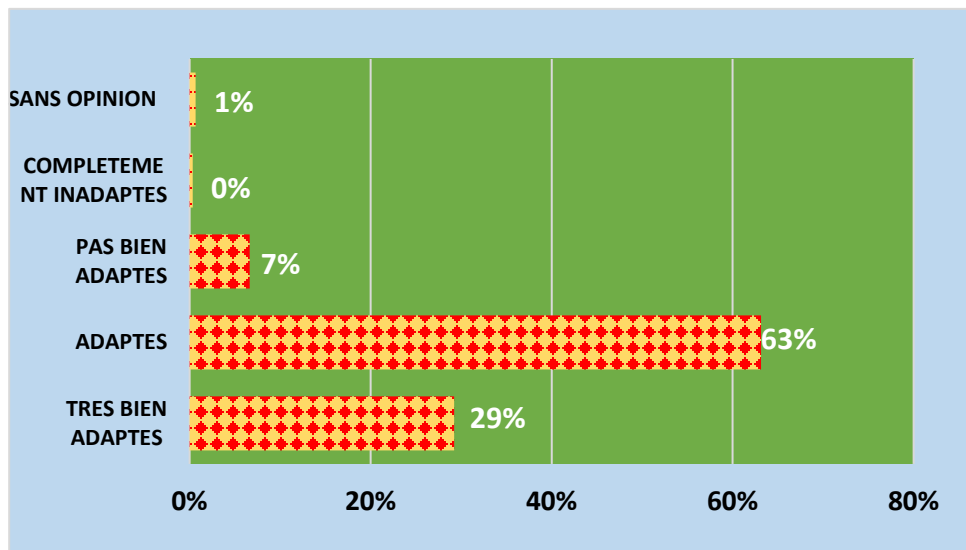
Graphique 12 : Répartition des enquêtés selon leur opinion sur l'accessibilité par téléphone du réseau U-CMECS et de son personnel



Il ressort des données du graphique ci-contre que 77% des enquêtés ont une opinion favorable sur l'accessibilité par téléphone du réseau U-CMECS et de son personnel : Ils (U-CMECS et son personnel) sont « très faciles » ou « faciles » d'accès par téléphone pour respectivement 37% et 40% des enquêtés. Seulement 3% des enquêtés (9 personnes), clients des caisses de Dapaong, Cinkassé, Tambonga et Tammongue estiment que l'U-CMECS et son personnel sont difficiles d'accès par téléphone ; mais aucun enquêté (0%) ne

pense qu'ils sont très difficiles d'accès par téléphone. En outre, 21% des enquêtés qui, pour n'avoir jamais eu besoin de contacter par téléphone U-CMECS et son personnel, ne se sont pas prononcés sur leur accessibilité par téléphone.

Graphique 13 : Répartition des enquêtés selon leur opinion sur les horaires de service des caisses et points de service du réseau U-CMECS

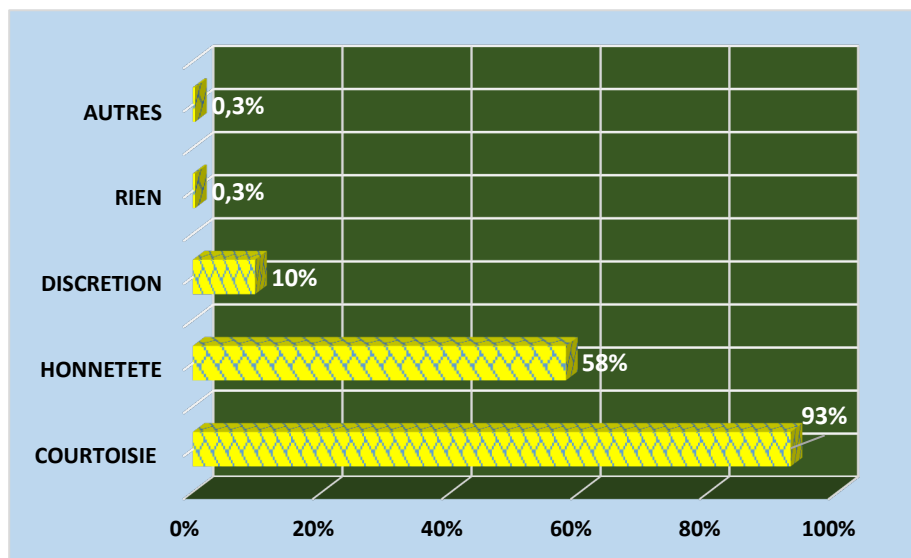


92% des enquêtés ont une opinion favorable quant à l'adaptation des horaires de services des Caisses et points de service du réseau U-CMECS. En effet, selon les résultats de l'enquête, les horaires de service au sein du réseau U-CMECS sont estimés « adaptés » pour 63% des enquêtés et « très bien adaptés » pour 29% des enquêtés. Cependant, 7% des enquêtés estiment que

ces horaires de service ne sont pas bien adaptés. Il faut rappeler que les Caisses et points de services du réseau U-CMECS ouvrent de 08 heures à 16heures pour les Caisses implantées en milieu rural et 07 heures à 12heures la matinée et de 14 heures 30mn à 17 heures 30mn l'après-midi. A noter qu'aucun enquêté (0%) n'a estimé que les horaires de services fussent complètement inadaptés.

4.4. Opinions des clients sur le personnel des caisses du réseau U-CMECS

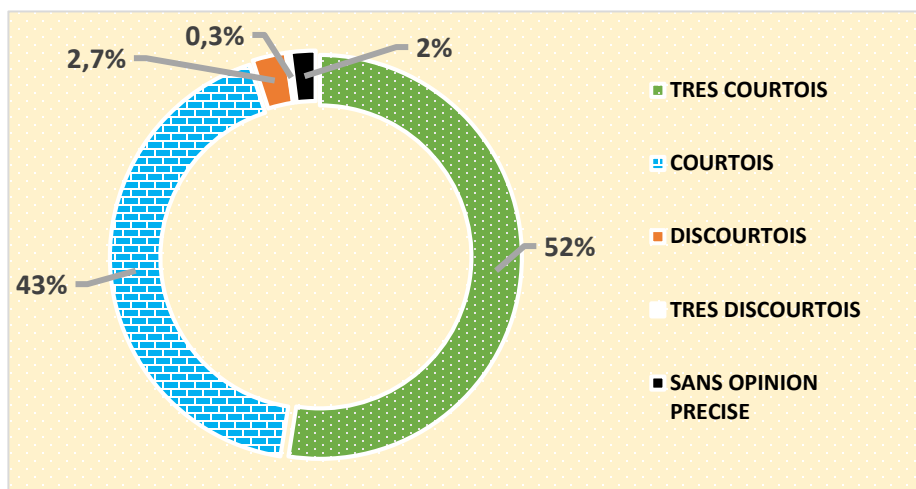
Graphique 14 : Répartition des enquêtés selon leur opinion sur les principales qualités appréciées chez le personnel des caisses du réseau U-CMECS



A la question « quelles sont les qualités que vous appréciez chez le personnel de votre Caisse », la courtoisie, l'honnête et la discrétion ont été respectivement citées par 93%, 58% et 10% des enquêtés comme étant une qualité caractéristique du personnel de leurs caisses. Seulement un enquêté (0,3%) a cité une autre qualité distincte de ces trois principales et un autre enquêté (0,3%) a répondu ne rien apprécier comme qualité chez

le personnel des Caisses du réseau U-CMECS.

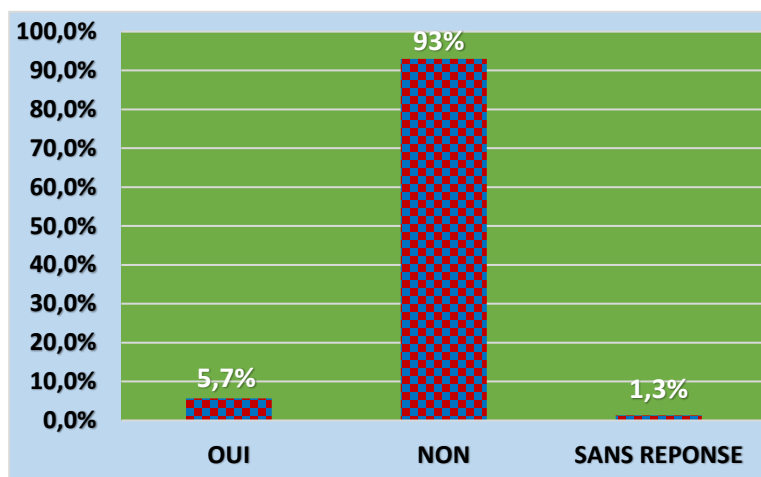
Graphique 15 : Répartition des enquêtés selon leur opinion sur l'accueil et l'écoute des clients par le personnel des caisses du réseau U-CMECS



95% des enquêtés ont une opinion favorable sur la qualité de l'accueil et de l'écoute du client par le personnel des Caisses du réseau U-CMECS. En effet, 52% et 43% des enquêtés estiment que le personnel U-CMECS est, respectivement « très courtois » et « courtois » en ce qui concerne l'accueil et l'écoute des clients. Cependant, 2,7 % (8 personnes) et 0,3% (1

personne) des enquêtés ont estimé que le personnel U-CMECS est respectivement, « discourtois » et « très discourtois » en ce qui concerne l'accueil et l'écoute des clients. A noter que 2% des enquêtés (6 personnes) n'ont pas clairement exprimé leur opinion sur la question.

Graphique 16 : Répartition des enquêtés selon qu'ils aient eu des litiges ou pas avec le personnel des caisses du réseau U-CMECS



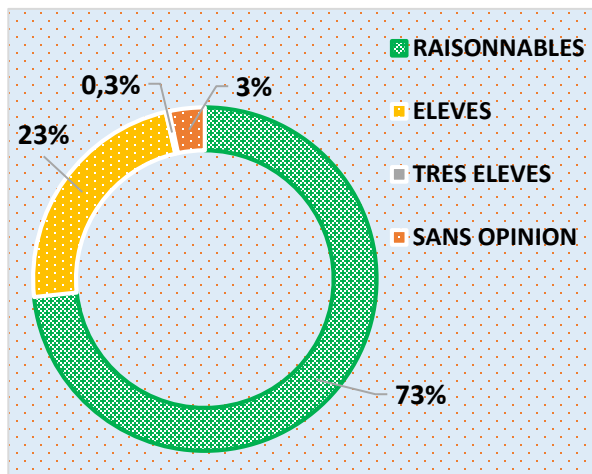
5,7% des enquêtés ont déclaré avoir déjà eu de litige avec le personnel de leurs Caisses dans l'exercice de leur fonction contre 93% des enquêtés qui ont affirmé n'avoir jamais eu de litige avec le personnel de leurs Caisses dans l'exercice de leur fonction. Il n'y a pas eu de réponse à cette question pour un total de quatre (04) enquêtés sur les 301 clients de l'échantillon de l'enquête (soit 1,3%).

Aussi, les résultats de l'enquête ont permis de relever les principales causes des litiges évoqués ; liés, par ordre de

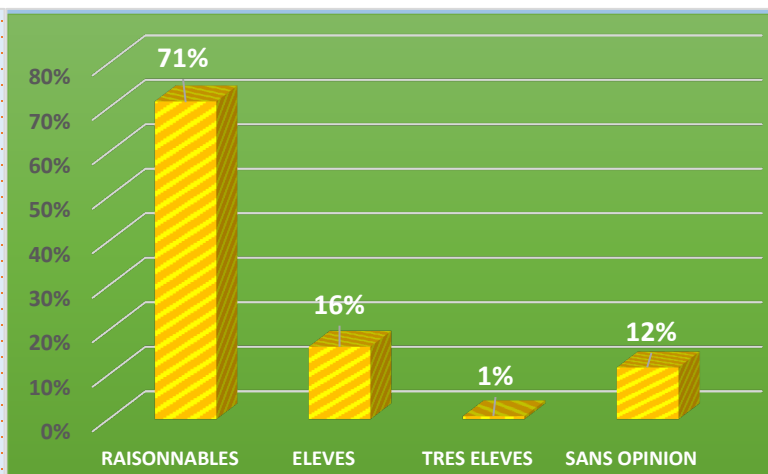
récence, i) au déficit d'information/communication en temps réel sur les services/produits et leurs caractéristiques ; ii) aux situations de confusions créées par des prélèvements indus ou mal compris des clients et iii) au mauvais accueil.

4.5. Opinions des clients sur les coûts et rémunérations des produits et services du réseau U-CMECS

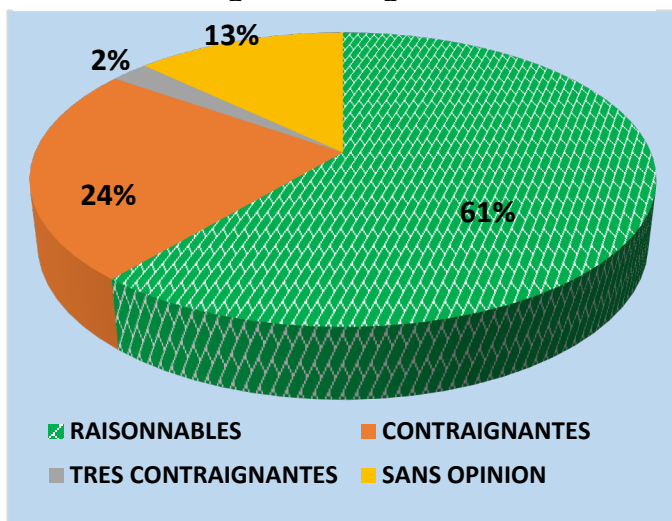
Graphique 17 : Opinion des enquêtés sur les frais d'ouverture de compte



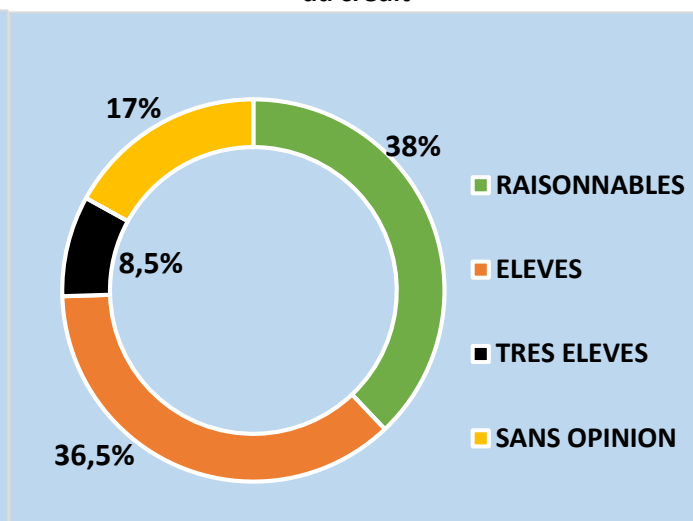
Graphique 18 : Opinion des enquêtés sur les frais de tenue



Graphique 19 : Opinion des enquêtés sur les garanties exigées



Graphique 20 : Opinion des enquêtés sur le coût du crédit



Opinions sur les frais d'ouverture de compte

73% des enquêtés estiment que les frais d'ouverture de compte pratiqués au sein du réseau U-CMECS sont raisonnables. Ces coûts sont estimés élevés et très élevés pour respectivement 23% et 3% des enquêtés. 0,3% (soit un enquêtés sur les 301) n'a pas clairement exprimé son opinion sur la question.

Opinion sur les frais de tenue de compte

71% des enquêtés estiment que les frais de tenue de compte (100 F CFA par mois) pratiqués au sein du réseau U-CMECS sont raisonnables contre 16% et 1% des enquêtés qui estiment que ces frais sont respectivement élevés et très élevés. L'enquête a enregistré 12% des enquêtés sans opinion exprimée sur la question.

Opinions sur les garanties exigées

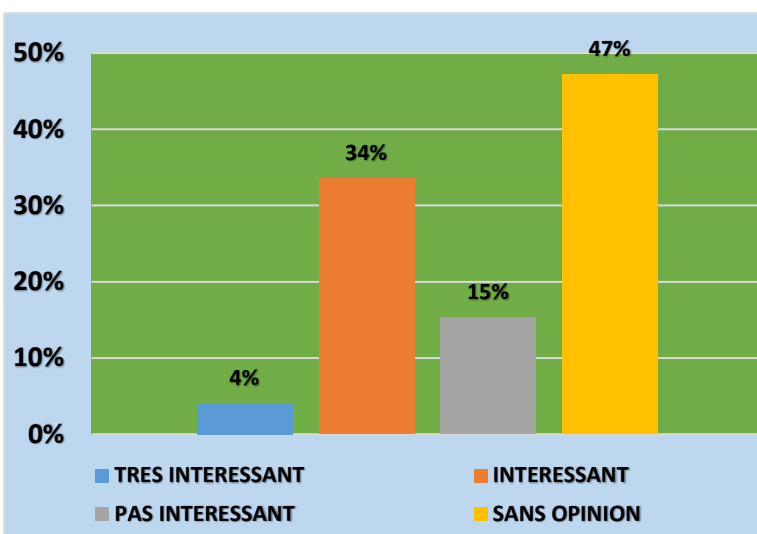
61% des enquêtés estiment que les garanties exigées par les Caisses du réseau U-CMECS sont raisonnables contre 24% et 2% des enquêtés qui estiment que ces garanties sont respectivement élevées et très élevées. 13% des enquêtés n'ont pas exprimé leurs opinions sur la question.

Opinions sur le coût du crédit

38% des enquêtés estiment que le coût du crédit pratiqué par les Caisses du réseau U-CMECS est raisonnable contre 36,5% et 8,5% des enquêtés qui estiment que ces frais sont respectivement élevés et très élevés. 17% des enquêtés n'ont pas exprimé leurs opinions sur la question.

Il ressort de l'ensemble des quatre (04) graphiques ci-dessus que, ce sont les frais d'ouverture de compte qui sont les plus raisonnables, de l'avis des enquêtés, avec 73% d'avis favorables, suivis des frais de tenue de compte, des garanties exigées et du coût du crédit avec respectivement 71%, 61% et 38% d'opinions les estimant raisonnables. Aussi, la proportion des enquêtés n'ayant pas souhaité donner leur opinion sur ces questions a augmenté avec la diminution de la proportion d'opinions favorables : 73% d'avis favorables pour 3% de sans opinion pour les frais d'ouverture de compte ; 71% d'avis favorables pour 12% de sans opinion pour les frais de tenue de compte ; 61% d'avis favorables pour 13% de sans opinion pour les garanties exigées et 38% d'avis favorables pour 17% de sans de sans opinion pour ce qui est du coût de crédit.

Graphique 21 : Répartition des enquêtés selon leur opinion sur le taux de rémunération de l'épargne



Le graphique ci-contre indique que 38% des enquêtés ont une opinion favorable sur le taux de rémunération de l'épargne pratiqué au sein du réseau U-CMECS, estimant à 34% et 4% que ce taux de rémunération de l'épargne est respectivement « intéressant » et « très intéressant ». 15% des enquêtés estiment que la rémunération de l'épargne au sein du réseau U-CMECS n'est pas intéressante. 47% des enquêtés n'ont pas clairement exprimé leur opinion

estimant, pour la plupart ne pas vraiment savoir comment apprécier ce taux.

4.6. Détermination du taux global de satisfaction de la clientèle

L'enquête a donné lieu à la détermination, non sans difficulté, d'un taux global de satisfaction de la clientèle du réseau U-CMECS. Appréhendé comme étant une sorte d'opinion synthétique de l'ensemble des enquêteurs sur l'ensemble des indicateurs de satisfaction abordés par la présente enquête, ce taux global de satisfaction reste, malgré les réserves légitimes que nous avons eues sur la commutativité des opinions des enquêtés sur les différentes variables de la satisfaction, valide notamment eu égard à son utilité pour la modélisation d'un concept de la satisfaction à suivre.

Le mode de calcul du taux global de satisfaction s'est fait en deux temps :

- i) Pour chacun des quatre (04) principaux aspects de la satisfaction ci-après abordés dans le cadre de la présente enquête, un taux moyen de satisfaction a d'abord été déterminé sur la base d'une moyenne arithmétique des taux d'opinions favorables obtenus pour chaque question fermée de la rubrique. Les quatre (04) principaux aspects de satisfaction abordés dans le cadre de l'enquête sont : a) la satisfaction par rapport à l'offre de service, b) la satisfaction par rapport à l'accessibilité, c) la satisfaction par rapport au personnel et d) la satisfaction par rapport au coût des produits et services.
- ii) Le taux global de satisfaction a ensuite été déterminé sur la base de la moyenne arithmétique des taux de satisfaction des quatre (04) principaux aspects de satisfaction sus évoqués.

Tableau : Synthèse du taux de satisfaction du réseau U-CMECS

N°	Aspects de satisfaction de la clientèle U-CMECS	Taux
01	Satisfaction par rapport à l'offre de services	73%
02	Satisfaction par rapport à l'accessibilité	83%
03	Satisfaction par rapport au personnel	82%
04	Satisfaction par rapport au coût des produits et services	44%
Taux global de satisfaction de la clientèle U-CMECS		71%

Il ressort des données du tableau ci-dessus, un taux global de satisfaction de la clientèle du réseau U-CMECS de **71%**, intégrant par ordre décroissant, la satisfaction estimée par la clientèle par rapport au niveau d'accessibilité du réseau, à son personnel, à son offre de services et au coût de ses produits et services ; pour respectivement 83%, 82%, 73% et 44%.

CONCLUSIONS

Comme illustré plus haut, les constats issus de l'enquête font état d'une grande satisfaction des clients du réseau U-CMECS pour son niveau d'accessibilité (83% de taux de satisfaction) et pour le rendu professionnel de son personnel (82% de taux de satisfaction) ; d'une satisfaction assez bonne de l'offre de services du réseau (73% de taux de satisfaction) et d'une insatisfaction sans ambages en ce qui concerne les coûts des produits et services du réseau (44% de taux de satisfaction).

Nous pouvons, sur la base des résultats de l'enquête, affirmer que les efforts de multiplication des points de services du réseau U-CMECS dans l'objectif de rapprocher et de sécuriser ses services financiers pour les populations bénéficiaires, sont très bien appréciés par les clients et plus généralement, par la population locale ; en témoigne le niveau élevé de satisfaction de la clientèle pour l'accessibilité du réseau. Aussi, le personnel des Caisses du réseau U-CMECS, très majoritairement natif du milieu et maîtrisant les langues locales, est globalement bien apprécié par les clients, ce qui renforce le capital confiance du réseau auprès des populations et prédispose la facilité de son ancrage culturel. Dans un tel contexte, le constat de 5,7% des enquêtés déclarant avoir déjà eu de litige avec le personnel U-CMECS, doit être pris au sérieux car il indique de toute évidence des manquements professionnels de la part du personnel du front office dans la gestion globale de la relation client et notamment au niveau de l'accueil, de l'écoute et de l'information des clients. En ce qui concerne l'offre de services au sein du réseau U-CMECS, les résultats de l'enquête démontrent qu'elle est assez satisfaisante pour la clientèle et indiquent la nécessité d'un travail d'adaptation mais surtout de communication des/sur caractéristiques des produits et services adressés à la clientèle. Malgré les efforts de réduction de son taux d'intérêt pratiqué sur les crédits au sein du réseau U-CMECS qui est passé, il y a seulement 4 ans, de 18% à 16% (dégressif), l'enquête indique que la clientèle est dans sa majorité, insatisfaite du coût/rémunération pratiqué(e) sur les produits et services au sein du réseau. L'enquête a révélé, par ailleurs, que 33% des enquêtés (soit 1 client enquêté sur trois) n'ont pas d'information sur ce qui entre dans la détermination du coût du crédit. Il transparait alors que, si la nécessité de travailler à réduire, dans la limite du possible, le coût de ses produits et services s'impose aujourd'hui au réseau U-CMECS, il est davantage nécessaire qu'il (le réseau) fasse un véritable travail d'information et de communication sur ses coûts avec sa clientèle.

A noter, par ailleurs, que 19% des enquêtés ont déclaré avoir déjà songé, au moins une fois, quitter le réseau U-CMECS pour diverses raisons évoquées dont la difficulté d'accès au crédit, le coût du crédit et aux pratiques de recouvrement. Au même moment, la confiance des clients au réseau U-CMECS restent impressionnante ; 70% des clients enquêtés ne disposent pas de comptes dans aucune autre institution de microfinance malgré le foisonnement de ces dernières dans la région des Savanes.

Somme toute, l'enquête a mis en exergue des constats suffisamment clairs démontrant des atouts non négligeables mais aussi des limites préjudiciables pour l'accroissement et la fidélisation durables de la clientèle du réseau U-CMECS.

RECOMMANDATIONS

Au vu de ces différents constats mis en exergue par l'enquête, les recommandations ci-après ont été formulées dans la perspective de consolider et de remettre au point les vecteurs de performance du réseau U-CMECS pour une amélioration significative et durable de la satisfaction de sa clientèle :

- **R1. S'inscrire dans une dynamique d'effort permanent d'adaptation des produits aux besoins des clients**

26% des enquêtés estiment que les produits de crédits proposés par les Caisses de base du réseau U-CMECS sont, au mieux, peu adaptés à leurs activités. Ce résultat pose la problématique de l'orientation de l'effort d'adaptation qui jusqu'ici va du client vers les produits standardisés du réseau : C'est au client d'adapter son besoin, son activité ou encore son projet aux types de produits prédéfinis, c'est le sens inverse de l'effort d'adaptation qui est ainsi souhaité par les clients. Pour fidéliser sa clientèle, U-CMECS devra, entre autres, travailler à rendre davantage flexibles et adaptés ses produits de crédit et d'épargne tout en restant dans la limite du risque opérationnel maîtrisable en interne. Il s'agira d'un effort permanent soutenu par un choix stratégique d'orientation de l'effort d'adaptation des produits vers les activités et projets spécifiques des clients. A cet effet, l'actualisation amorcée de la politique d'épargne et de crédit intégrant un mécanisme de différenciation tarifaire est très importante mais elle doit être soutenue par des outils opérationnels de pilotage et de suivi régulièrement mis à jour pour assurer une capacité réelle d'adaptation des produits aux besoins des clients.

- **R2. Renforcer les capacités du personnel sur la gestion de la relation client**

2,7% des enquêtés estiment que les personnels des Caisses du réseau U-CMECS sont discourtois et 5,7% déclarent avoir déjà eu de litige avec un personnel dans l'exercice de ses fonctions. C'est peu mais U-CMECS doit déjà prendre cela au sérieux et développer une stratégie pour circonscrire et éradiquer cette tendance avant tout effet boule de neige. Nous recommandons le renforcement des capacités du personnel du front office des Caisses du réseau U-CMECS sur la bonne gestion de la relation client. Pour commencer, des sessions d'échanges et de formation par les pairs peuvent être organisées pour répertorier et partager les bonnes pratiques en matière de gestion de la relation client.

- **R3. Intégrer les TIC dans le dispositif de déclaration et de gestion des déconvenues, réclamations et litiges**

5,7% des enquêtés ont, au moins une fois, déjà eu de litige avec un personnel dans l'exercice de ses fonctions et 19% ont déjà songé, au moins une fois, quitter le réseau U-CMECS pour diverses raisons. Malgré l'existence des boîtes à suggestion, ces cas de déconvenues des clients ne sont quasiment jamais déclarés et ne font donc l'objet d'aucun règlement ou suivi spécifique. Nous recommandons, parallèlement au dispositif de boîte à suggestion dont l'objectif et le mode d'usage doivent être continuellement rappelés aux clients par tous les moyens possibles et notamment lors des assemblées générales, que le réseau dispose d'un numéro téléphonique spécifique pour toutes les déclarations de déconvenues, réclamations ou litiges, par les clients. Ce numéro devra être largement diffusé et accessible par appel, SMS et WhatsApp. Sa gestion et la gestion des informations qu'il permettra de recueillir devront être décidées par le Comité de Direction du réseau.

- **R4. Améliorer la communication sur les coûts et rémunération des produits et services**

33% des enquêtés soit un (01) enquêté sur trois (03) méconnaissent totalement les éléments de coût du crédit dans les pratiques du réseau U-CMECS mais ils s'accordent pour dire que ce coût est, au mieux élevé. Il y a, de toute évidence un problème de déficit d'information des clients qui est soit lié à la nature, à la manière ou au moment de la communication de l'information au client ou encore lié au

peu d'intérêt des clients pour des informations financières parfois relativement complexes. Dans tous les cas la réaction du réseau U-CMECS s'impose pour limiter les risques de désinformation et d'intoxication sur les coûts et rémunérations des produits et services du réseau. Nous recommandons, à ce sujet, une communication plutôt personnalisée et approfondies sur les coûts et rémunérations des produits et services avec des clients directement concernés et ayant un intérêt avéré pour l'information au moment précis où elle lui est donnée. Une communication de masse sur ce sujet devra plutôt mettre l'accent sur les caractères négociable et flexibles des coûts et rémunérations des produits et services.

- **R5 : Perpétuer les enquêtes de satisfaction de la clientèle et du personnel du réseau**

Vu l'importance de cette enquête pour le réseau U-CMECS, il est souhaité qu'il en (le réseau) en commandite à fréquence régulière et l'étendre à celle (enquête de satisfaction) du personnel. Pour celle dernière, les outils pour la réaliser devront être élaborés au dernier quadrimestre de l'année 2019.

- **R6 : Réaliser une étude d'impacts des interventions du réseau U-CMECS sur ses clients**

Au-delà des enquêtes de satisfaction, l'étude d'impacts pour être envisager tous les cinq (5) ans afin de mesurer l'effet de l'intervention de l'U-CMECS sur les populations de sa zone d'intervention. Pour cela il faudra travailler à mettre en place une base line des informations sur lesquelles portera l'étude.

Ces recommandations, pour être efficaces, requièrent une volonté et un engagement manifestes du personnel et des élus des Caisses de base et de la Direction du réseau U-CMECS de porter et de suivre leur mise en œuvre.