

# **Session 8: Maintenir actifs les clients une fois qu'ils sont liés aux IF**

Jeff Abrams, Bankable Frontier  
Associates (BFA)

3 mars, 2016

Accra, Ghana

# ICICI Bank a considérablement amélioré le taux de comptes actifs, en comparaison avec d'autres produits similaires

## 2 stratégies pour baisser le taux d'inactivité:

- Le client paie (\$2) pour ouvrir un compte, ce n'est pas gratuit. Cela peut être une barrière d'accès pour certains clients mais c'est un filtre efficace pour garantir que le client n'ouvre un compte que si il/elle veut vraiment l'utiliser
- Activités financières régulières "près du point de service du PSF" (groupes de microcrédit hebdomadaires) créent des opportunités et augmente la volonté d'épargner régulièrement (de plus les clients sont encouragées à épargner pour repayer leur prêts.)



Active ratio was > 70%, compared to typical Indian ratio of < 20%!

# Juntos Finanzas

- Ils travaillent avec les banques, pour augmenter le taux d'activité et accroître le niveau de l'épargne.
- Ils ont créé des messages SMS, personnalisés pour le client: communication simultanée!
- ➔ Résultat (compare avec un groupe de control):
  - Numéro de comptes actifs a augmenté de 33%
  - Montant d'épargne a augmenté de 50%.



Les messages suivants incluent ces sujets parmi d'autres:

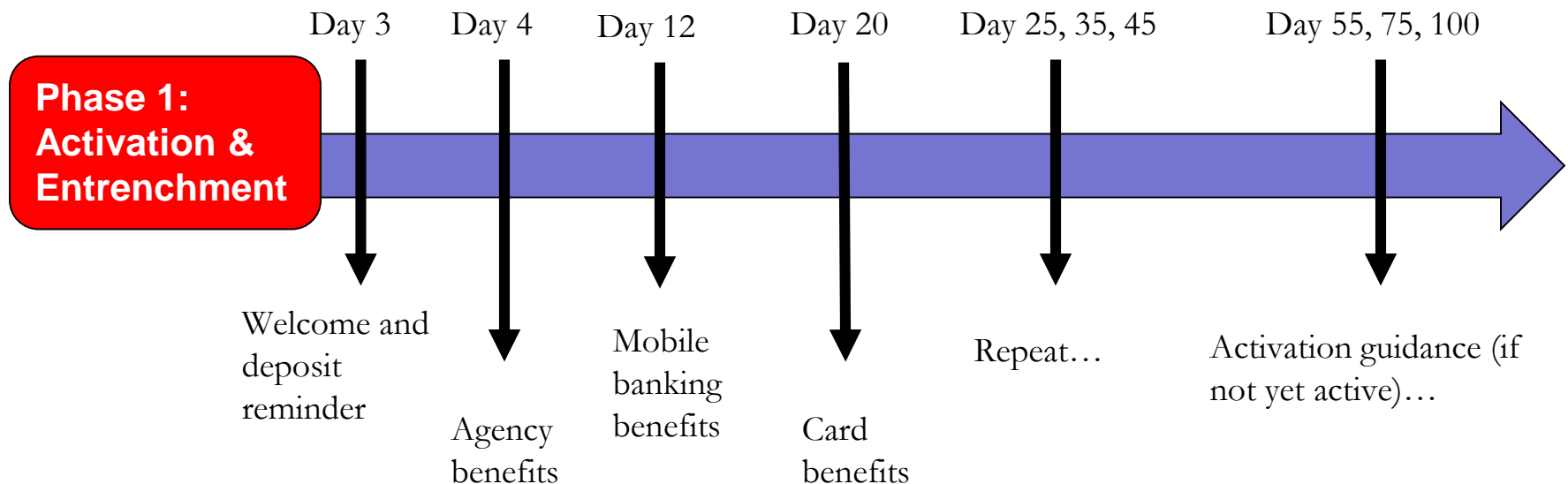
- "Discussion" sur le objectifs d'épargne.
- Memo et encouragements pour atteindre les objectifs
- Messages personnalisés

Une relation a été établie.

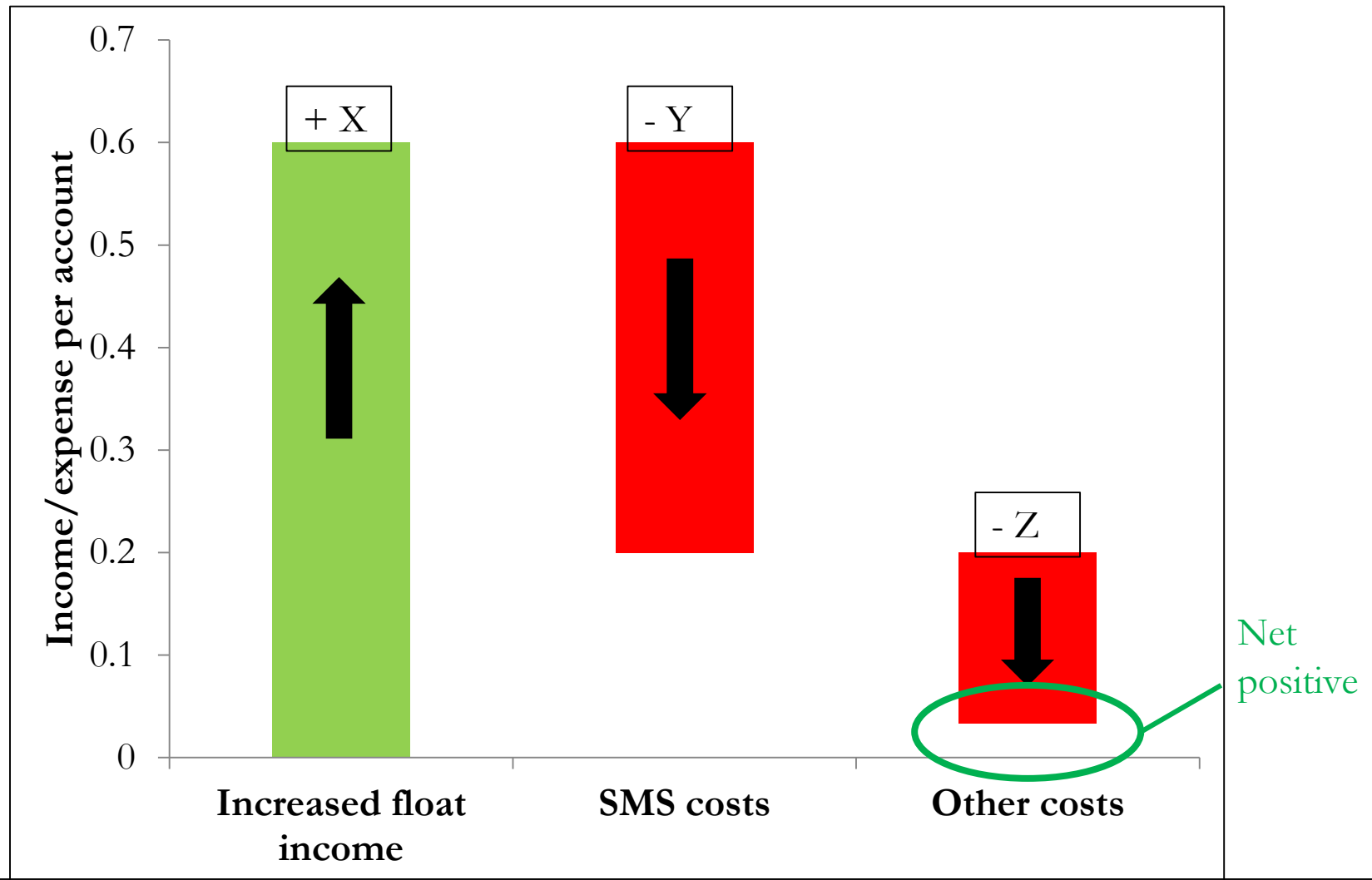
Les clients se sentent souvent isolés dans la gestion de leur finances et des textos personnalisés les fait sentir accompagnés. Plusieurs interagissent avec les textos comme si c'était une vraie personne – certains clients ont texté "Joyeux Noël" à Juntos!

# “Project Activate”

- Enjeu des banques: de nombreux nouveaux comptes à peine ouverts ne sont pas actifs, cela a pour résultat des couts superflues pour la banque et le fait que le client ne peut pas bénéficier du produit.
- Project Activate est une façon d’interagir avec le client très active qui a comme but de recruter des nouveaux clients pour les comptes d’épargne et de les pousser à commencer les transactions.
- Il s’agit d’une série de texto, bien planifiés, pendant les premiers 100 jours après l’ouverture du compte...
- Résultat: diminutions des comptes inactifs chaque année (Annee 0 = 33%, Annee 1 = 21%).



# Coûts de la croissance des montants (exemple GAFIS)



Les chiffres ne sont pas réels. Mais les résultats de l'initiative SMS montrent une hausse de ~ 50% en solde moyen et de ~ 33% en % de comptes actifs

# Il faut considérer les couts de création des comptes pour évaluer le taux d'inactivité

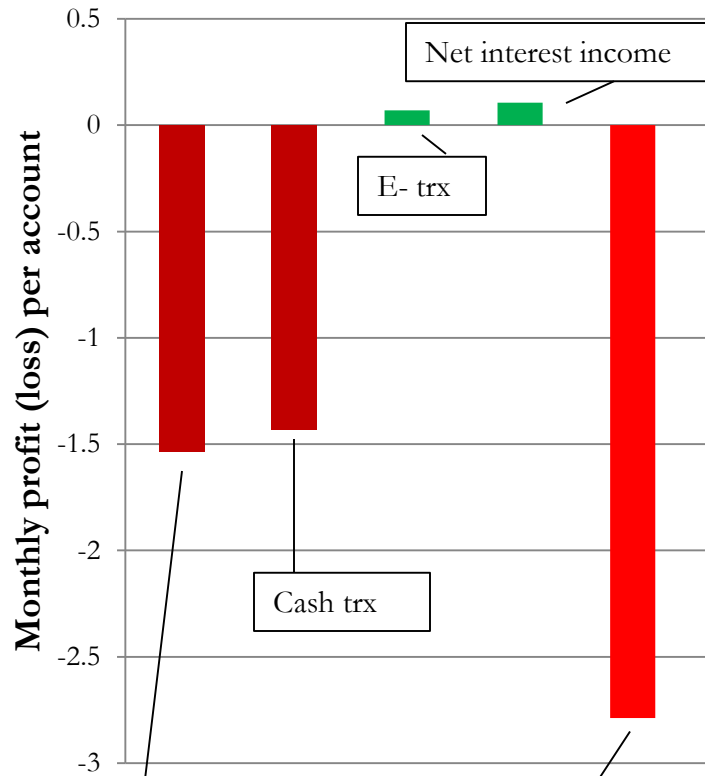
- Pour atteindre la durabilité, il est important de considérer le cout de création des compte. Cela peut fortement affecter la durabilité.
- Une manière de diminuer l'impacte de l' inactivité est de baisser les couts de création des comptes, par exemple en adoptant des canaux de distributions alternatif.
- Même si cela ne peut éliminer le cout de créations d'un compte inactif, cela peut aider à diminuer le temps perdu.

Agent ouvre un compte dans une communauté rurale



Système de libre-service par portable pour ouvrir un compte

# Le business case pour les petits comptes d'épargne n'est pas évident



Le focus n' était que sur la filiale bancaire.

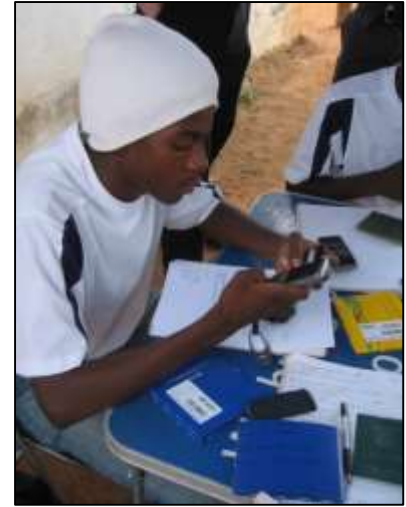
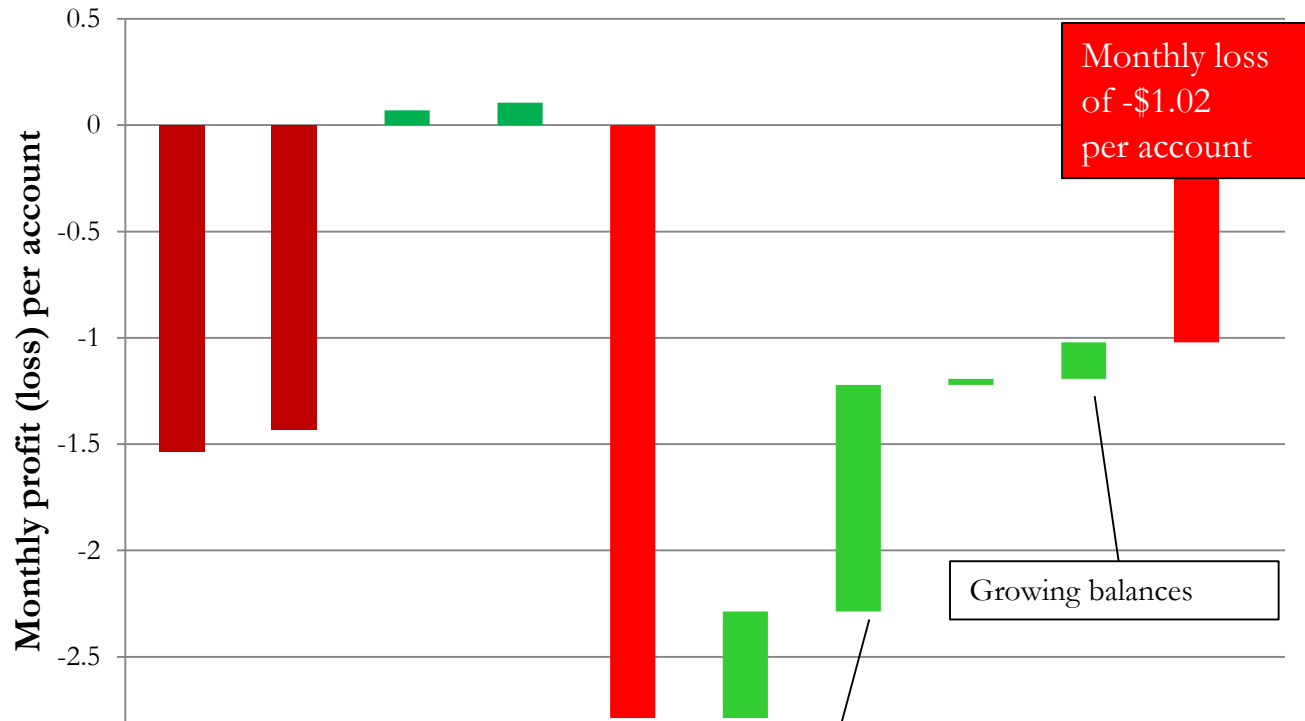


Account opening  
& maintenance

Net result:  
Monthly loss of  
-\$2.79 per account

Couteux et pas pratique!

# Le business case évolue: on commence a évoluer vers les canaux alternatifs



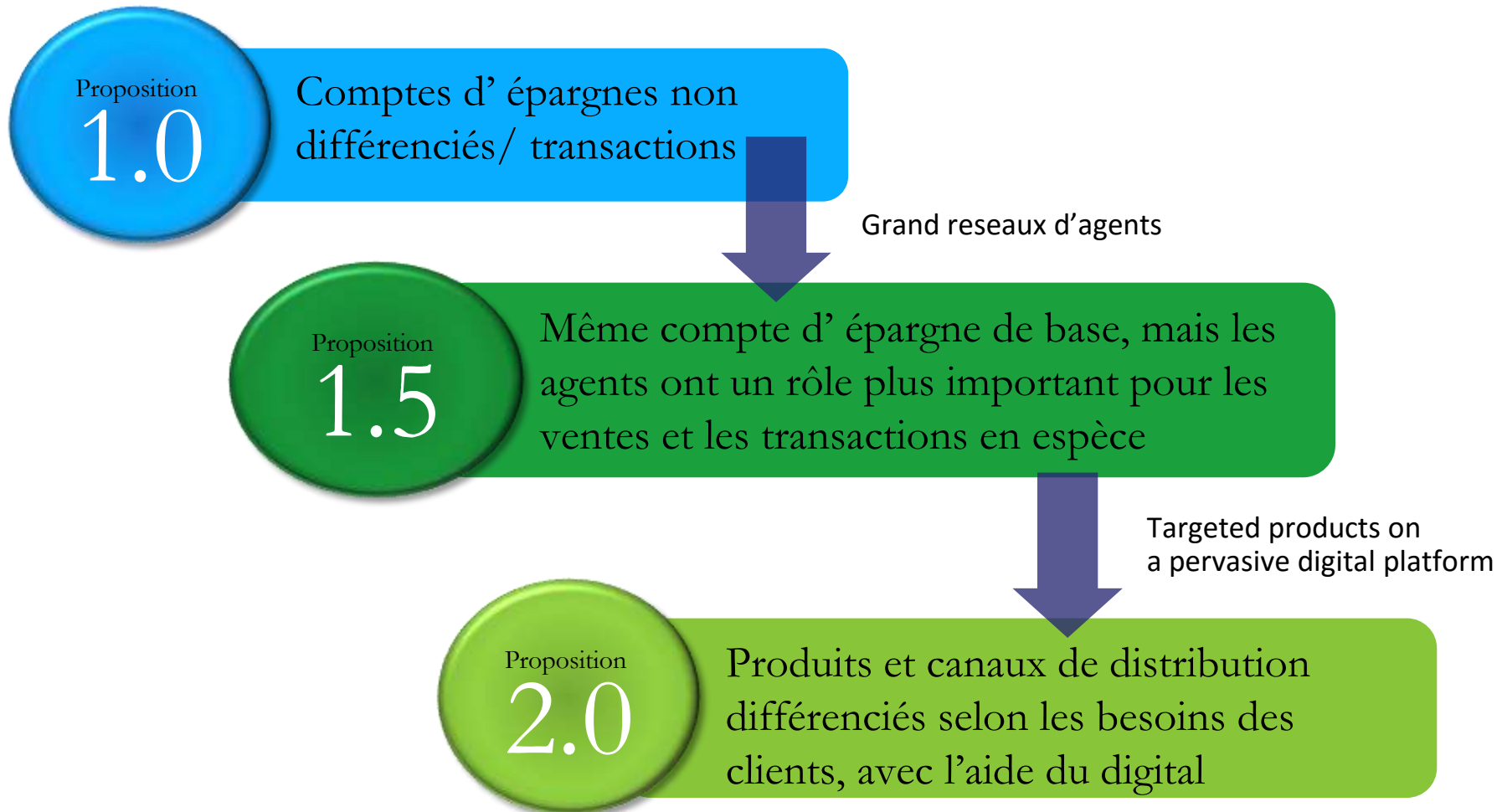
Agents & technology reduce costs for account opening and cash trx



# Le business case évolue: l'arrivée du digital



# Le progres du projet GAFIS





MICROLEAD

---

# THANK YOU