

WEBINAIRE FINDEV

La protection du consommateur à l'ère digitale

MERCREDI 9 FEVRIER 2022

15H GMT (heure Dakar) / 16H GMT+1 (heure
Paris)



Mercredi 9 février 2022

15h – 16h15 GMT (Dakar, Abidjan)

16h – 17h15 GMT+1 (Yaoundé, Paris)

RAPPELS TECHNIQUES



Il s'agit d'une diffusion audio. Vos microphones resteront muets.



Vous avez des questions ?
Posez-les dans le tchat à tout moment pendant le webinaire.



Durée : 1h15



L'enregistrement du webinaire
vous sera envoyé par mail.

PANÉLISTES



Amelia Greenberg
SPTF



Moussa Mamadou
OQSF-CI



Gaëtan Nzali Wega
Advans Cameroun

PROGRAMME

15:00 GMT	Introduction et rappels techniques
15:02 GMT	Présentation des panélistes
15:05 GMT	Amelia Greenberg - SPTF
15:20 GMT	Moussa Mamadou – Observatoire de la Qualité des Services Financiers de Côte d’Ivoire
15:35 GMT	Gaëtan Nzali Wega – Advans Cameroun
15:50 GMT	Questions & réponses
15:15 GMT	Conclusion



Crédit photo : CGAP Photo (Nicolas Réméné via Communication for Development Ltd.)

Des normes pour une offre responsable des services financiers numériques

Amelia Greenberg - SPTF



Des Normes pour une Offre Responsable des Services Financiers Numériques

Amelia GREENBERG

Directrice Adjointe de la SPTF

9 février 2022



Cerise + SPTF



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra



AFD



**European
Investment
Bank**

The Ed bank

**LUXEMBOURG
AID & DEVELOPMENT**



Les objectifs du jour

- Comprendre ce qu'est la SPTF
- Découvrir les Normes gérées par la SPTF :
 - Les Normes Universelles pour la gestion des performances sociales et environnementales
 - Les Normes pour des services financiers numériques (SFN) responsables
- En savoir plus sur le groupe de travail sur les services financiers numériques responsables
- Echanger sur des solutions pour certains des principaux risques liés à la protection des consommateurs de services financiers numériques.

Qu'est-ce que la SPTF?

- Une initiative à but non-lucratif, basé aux Etats-Unis mais travaillant à travers le monde
- Ses membres proviennent de plus de 125 pays et représentent toutes les parties prenantes du secteur de la finance inclusive responsable
- Elle a établi des normes de gestion des performances sociales pour le secteur de la finance inclusive responsable, soit, les « Normes Universelles » qui sont actualisés tous les 5 ans
- Elle est en train d'identifier des normes pour une offre responsable des services financiers numériques
- Elle est en train de fusionner avec CERISE, qui conçoit des outils d'évaluation

La SPTF travaille avec tout type d'acteurs pour développer, diffuser et promouvoir des normes et des pratiques qui placent les clients au centre de toutes les décisions opérationnelles et stratégiques.

Processus d'élaboration de normes

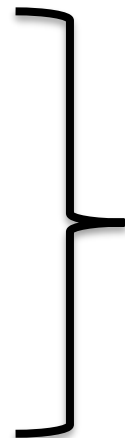
- 2020-21 - nombreuses discussions avec le CFI (Center for Financial Inclusion) concernant leurs recherches sur les normes de crédit numérique.
- Mai – Août 2021 - revue des documents, y compris les ressources de CGAP, GSMA, Women's World Banking, BTCA, FINCA, UNCDF, IPA, USAID et IFC.
- Septembre – Janvier 2022 – environ 40 experts interviewés
- 15 Février 2022 – Réunion de lancement
- 2022 – Réunions périodiques du groupe de travail SFN

En savoir plus : <https://sptf.info/working-groups/dfs-standards>

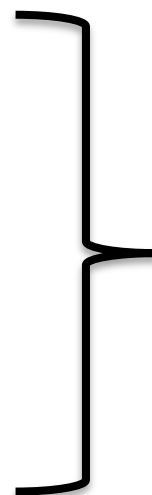
A ce jour, les normes pour des SFN responsables comportent 13 thèmes principaux

1. Gestion des agents
2. Partialité des algorithmes
3. Mécanisme de plainte
4. Droits des données / Confidentialité des données
5. Sécurité des données
6. Traitement équitable et respectueux des clients
7. Fraude
8. Résultats
9. Partenariats
10. Prévention du surendettement
11. Conception/livraison de produits
12. Tarification responsable
13. Transparence

Les normes universelles constituent la base ; les normes SFN traitent des risques supplémentaires.



Cyber sécurité
Prévention des fraudes
Gestion des agents
Partenariats
Mes clients ont-ils une culture numérique ?



Conception d'une stratégie,
Leadership engagé,
Traitement responsable des employés,
Produits et services centrés sur le client,
Protection des clients,
Gestion de la performance environnementale

Prenons un exemple : Les plaintes des clients

Le prestataire reçoit et résout les plaintes des clients.

Le prestataire dispose d'un mécanisme de plainte facilement accessible aux clients et adapté à leurs besoins.

Les clients ont un moyen de soumettre des plaintes à des personnes autres que leur agent de crédit/agent leur ayant fourni le produit et le superviseur de cette personne.

Le prestataire dispose d'au moins deux canaux de réclamation gratuits et accessibles aux clients.

Le prestataire informe les clients sur la manière de déposer une plainte.

Si le mécanisme de plainte traite initialement les plaintes par des moyens automatisés, le prestataire met à disposition des clients un canal avec une interaction humaine en direct.

Le prestataire résout efficacement les réclamations.

La politique de plaintes du prestataire identifie les niveaux de gravité et exige que les plaintes graves soient immédiatement transmises à l'équipe de direction.

Le mécanisme de résolution des plaintes du prestataire garantit que toutes les réclamations formelles sont enregistrées dans un système sécurisé qui parvient au personnel chargé du traitement des plaintes et/ou à l'équipe de direction.

Le prestataire résout les plaintes des clients rapidement.

Le personnel chargé du traitement des plaintes a accès aux données pertinentes sur les clients, y compris les détails des transactions et les notes des conversations précédentes sur les plaintes.

Le prestataire utilise les informations provenant des plaintes pour gérer les opérations et améliorer la qualité des produits et des services.

Le système de plaintes crée un rapport pour la direction et le personnel de service à la clientèle. Fréquence minimale : mensuelle

L'équipe de direction examine les rapports de plaintes et les indicateurs de performance clés (p. ex., délai moyen de résolution, pourcentage de résolution) et prend des mesures correctives pour résoudre les problèmes systématiques menant à des plaintes. Fréquence minimale : annuelle

Si le prestataire s'associe à des tiers, le prestataire aide ses clients à résoudre les plaintes qu'ils ont avec ces tiers.

**Les Normes
Universelles
de la GPS :
les plaintes
des clients**

Prenons un exemple : Les plaintes des clients (suite)



Les
Normes
des
SFN:

- Le PSF doit aider les clients qui ont une plainte, même si celle-ci concerne un problème que seule la structure partenaire peut résoudre.
- Former les employés du service clients au fonctionnement du mécanisme de traitement des plaintes de votre partenaire.
- Former les employés du service clients sur la manière de répondre aux clients qui expriment des plaintes liées aux services offerts par un partenaire. La réponse ne doit pas être passive, comme "appelez le numéro de téléphone X pour joindre le service des plaintes de l'organisation partenaire", mais doit être active pour aider le client à trouver une solution.
- Former les agents sur la manière de répondre aux plaintes. (NB : Certains clients préfèrent se plaindre aux agents).
- Encourager vos clients à venir vous voir pour se plaindre de leurs partenaires.
- Dès le début d'un partenariat, déterminer qui sera votre point de contact au sein de la structure partenaire, pour vous aider à résoudre les plaintes de vos propres clients, mais qui sont liées aux services fournis par le partenaire.
- Équiper le mécanisme de traitement des plaintes afin qu'il puisse enregistrer les plaintes des agents.

Nous espérons que vous collaborerez avec la SPTF !

Il existe de nombreuses façons de rester en contact avec la SPTF et de contribuer à notre travail :

Inscrivez-vous sur notre liste de diffusion pour recevoir notre bulletin mensuel, des informations sur les ressources gratuites, les événements à venir, etc.

Devenez membre de la SPTF pour apporter un soutien financier à la SPTF et bénéficier de remises et d'inscriptions préférentielles aux événements de la SPTF.

Envoyez-nous un courriel pour rejoindre le groupe de travail SFN, pour partager vos expériences ou pour poser des questions.





Credit photo : CGAP Photo (Temilade Adelaja via Communication for Development Ltd)

Etat des lieux de la protection du consommateur en Côte d'Ivoire et missions de l'OQSF-CI

Moussa Mamadou – OQSF CI

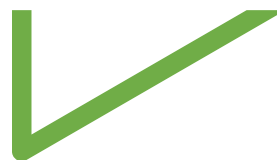


Ministère de l'Économie et des Finances



OQSF-CI

Observatoire de la Qualité
des Services Financiers
de Côte d'Ivoire

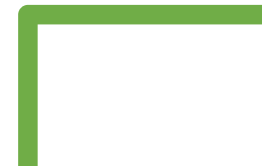


PORTAIL-FINDEV

WEBINAIRE AUTOUR DE « LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR A L'ERE DU DIGITAL »

**« ETAT DES LIEUX DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR DE SERVICES
FINANCIERS NUMERIQUES EN COTE D'IVOIRE ET MISSIONS DE L'OQSF-CI »**

9 FEVRIER 2022



SOMMAIRE



1. UN CONTEXTE REVELATEUR DE VULNERABILITES

2. LES PRINCIPAUX ENJEUX A L'AUNE DES PRIORITES DU WEBINAIRE




3. UNE ESQUISSE D'ETAT DES LIEUX DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR





4. L'OQSF-CI : MISSIONS, COMPETENCES ET PRINCIPALES REALISATIONS





1. UN CONTEXTE REVELATEUR DE VULNERABILITES

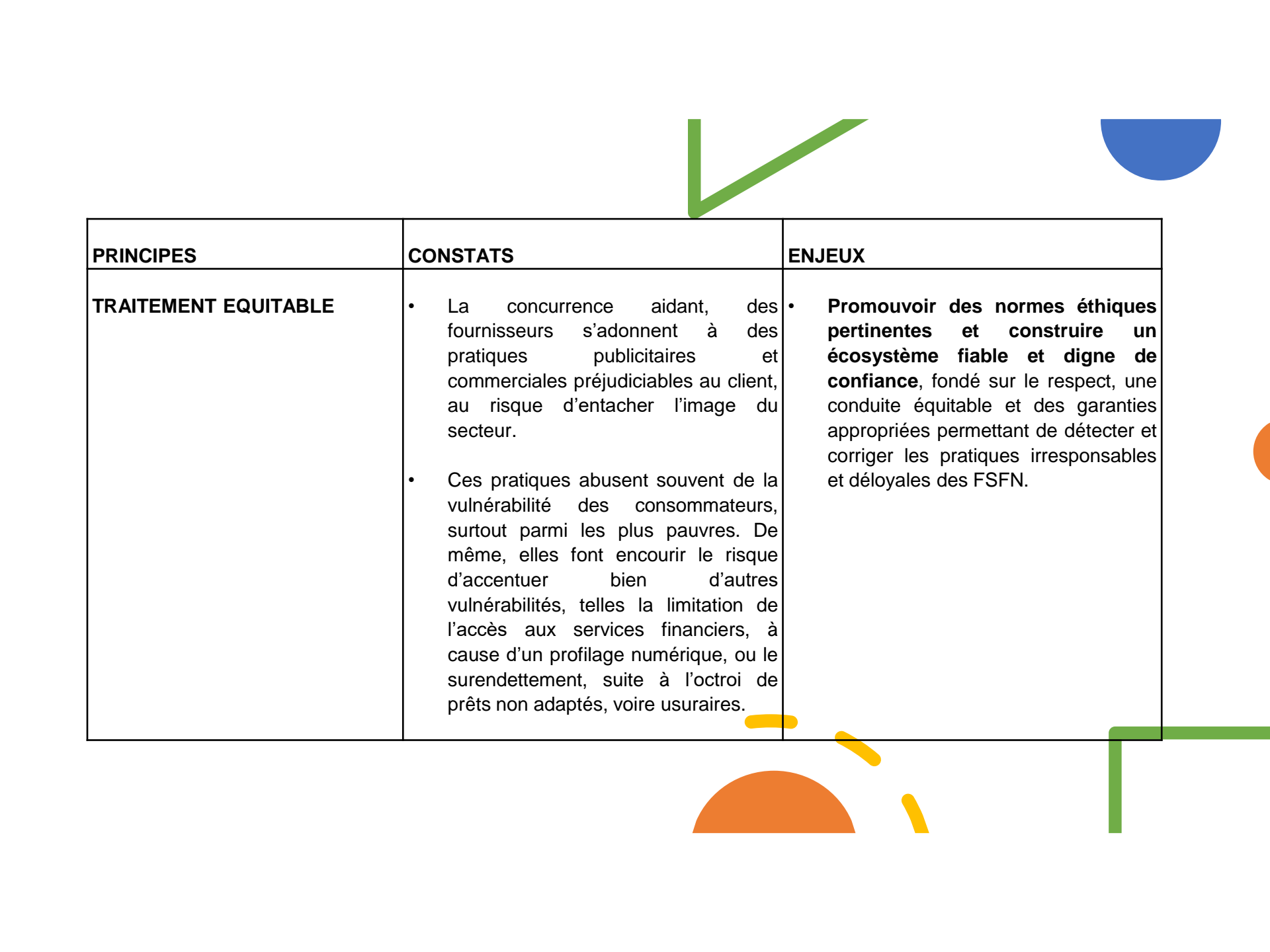
- Rapporté aux ambitions du Gouvernement ivoirien, **le système financier du pays reste embryonnaire**. Entre autres, **des coûts de transaction élevés nuisent à son essor et il reste encore fortement dominé par les banques**, qui concentrent plus des 3/4 des actifs financiers.
 - L'apparition des premiers cas de contamination au COVID-19, au début de l'année 2020, et son corollaire de restriction de la mobilité ont emporté des incidences sur l'activité économique. **D'importantes pertes de revenus ont été signalées, en rapport notamment avec la clientèle des banques** ; toute chose qui a engendré, dans certains cas, des cessations d'activités.
 - Face à la pandémie, **le Gouvernement ivoirien a lancé un ambitieux plan de soutien économique de l'ordre de 1700 milliards FCFA (2,9 milliards USD)**, notamment à travers des fonds d'urgence (fonds en soutien au secteur privé, fonds de solidarité...). Le plan visait, principalement, à soutenir les populations défavorisées et les entreprises en difficulté.
- 
- 
- 

- 
- 
- Concomitamment, **la BCEAO, le régulateur « bancaire »**, a pris un ensemble de mesures en faveur des banques, des entreprises et des ménages (i.e. la couverture totale des besoins de liquidité sur le guichet de refinancement, l'allègement d'exigences prudentielles, l'instauration d'un mécanisme de report d'échéances en faveur de la clientèle affectée des banques et SFD de grande taille...).
 - **En matière de protection du consommateur**, nonobstant la faiblesse du cadre et des lignes directrices spécifiques aux services financiers numériques (SFN), **le contexte a favorisé l'adoption**, certes de façon dispersée, **de mécanismes de règlement externe des différends (RED) ou le renforcement de dispositifs existants**. Ces mécanismes ont concerné **les banques, les SFD de grande taille et les EME** (cf. Circulaire du 18 septembre 2020 relative au traitement des réclamations des clients des établissements assujettis au contrôle de la Commission Bancaire), **mais également les assurances** (cf. Médiation de l'assurance).
- 
- 

2. LES PRINCIPAUX ENJEUX A L'AUNE DES PRIORITES DU WEBINAIRE

En rapport avec le canevas retenu, à savoir **la transparence, le traitement équitable et le recours efficace**, les principaux enjeux de la protection du consommateur de SFN en Côte d'Ivoire se résument ainsi qu'il suit.

PRINCIPES	CONSTATS	ENJEUX
TRANSPARENCE	<ul style="list-style-type: none">Certains fournisseurs ont recours à des pratiques commerciales et publicitaires non responsables, qui peuvent consister en un démarchage agressif, des actions promotionnelles d'incitation, des ventes liées ou des informations trompeuses. En rapport avec la publicité, il peut s'agir d'informations insuffisantes sur les prix, caractéristiques ou conditions associées à une offre.	<ul style="list-style-type: none">Vulgariser les principes d'information et de transparence commerciale, afin de réduire les asymétries d'information et aider les consommateurs, notamment les plus vulnérables, à décider en toute connaissance de cause.



PRINCIPES	CONSTATS	ENJEUX
TRAITEMENT EQUITABLE	<ul style="list-style-type: none">• La concurrence aidant, des fournisseurs s'adonnent à des pratiques publicitaires et commerciales préjudiciables au client, au risque d'entacher l'image du secteur.• Ces pratiques abusent souvent de la vulnérabilité des consommateurs, surtout parmi les plus pauvres. De même, elles font encourir le risque d'accentuer bien d'autres vulnérabilités, telles la limitation de l'accès aux services financiers, à cause d'un profilage numérique, ou le surendettement, suite à l'octroi de prêts non adaptés, voire usuraires.	<ul style="list-style-type: none">• Promouvoir des normes éthiques pertinentes et construire un écosystème fiable et digne de confiance, fondé sur le respect, une conduite équitable et des garanties appropriées permettant de détecter et corriger les pratiques irresponsables et déloyales des FSFN.

PRINCIPES	CONSTATS	ENJEUX
<p>RECOURS EFFICACE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un dispositif de gestion des réclamations et des recours à la fois accessible, rapide et efficace renforce la confiance du consommateur dans les SFN. C'est un facteur clé de promotion de l'inclusion financière, car l'accès des personnes non bancarisées, surtout les plus pauvres, aux services financiers formels, passent de plus en plus par les SFN. • En Côte d'Ivoire, le régulateur financier (BCEAO), l'Etat, à travers l'Observatoire de la Qualité des Services Financiers (OQSF-CI) et les FSFN ont mis en place différentes approches de gestion des réclamations et recours. Toutefois, il importe d'assurer l'utilisation optimale de ces dispositifs par les clients et d'en garantir une gestion efficace, fondée sur les résultats. 	<ul style="list-style-type: none"> • Au-delà de la création de dispositifs de gestion des réclamations et des recours, mener des actions d'envergure, afin de sensibiliser les consommateurs, et offrir des mécanismes faciles d'accès, pertinents et rapides, dont l'efficacité est évaluée à l'aune des résultats

3. UNE ESQUISSE D'ETAT DES LIEUX DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

3.1. PRINCIPE 1 : LA TRANSPARENCE

OBJECTIFS	EVALUATION			
	Satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt non satisfait	Non satisfait
1. Œuvrer à la pertinence des communications numériques grâce, notamment, à des fonctionnalités orientées client, un langage adapté et des outils numériques pertinents (ex. calculatrice numérique).		X		
2. Fournir des orientations fondées sur des principes concernant la forme et les pratiques à respecter pour des actions de marketing, publicité et de vente responsables (i.e. une transparence et une divulgation effectives, l'utilisation d'un langage adapté, des mesures proportionnées qui ne contrarient pas la créativité dans les actions promotionnelles ou publicitaires et dont la mise en œuvre n'entraîne pas de coûts excessifs).			X	
3. Envisager ou inclure des dispositions relatives à la transmission de rapports normalisés sur les prix vers une base de données centrale et publique afin de promouvoir une comparaison transparente des FSFN.		X		

3.2. PRINCIPE 2 : LE TRAITEMENT EQUITABLE

OBJECTIFS	EVALUATION			
	Satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt non satisfait	Non satisfait
1. Favoriser l'élaboration d'un code de conduite applicable au secteur.				X
2. Veiller à ce que ledit code promeuve les principes et pratiques éthiques.				X
3. Mettre en place des pratiques d'octroi de prêt responsables pour la fourniture de crédit numérique (i.e. mandat juridique et cadre réglementaire clairs, des capacités institutionnelles appropriées, des fichiers de crédit exhaustifs et efficaces pour lutter contre le surendettement, des initiatives de lutte contre les prêts à conditions abusives, avec la fixation de plafonds d'intérêt, et des régimes innovants en matière de taux d'intérêts)				X
4. Prévoir des dispositions en matière de transparence et de divulgation pour s'assurer que l'octroi du crédit soit assorti de la divulgation appropriée des conditions y relatives (i.e. durée du prêt, taux d'intérêt effectif, frais et charges, modalités de recouvrement, partage des données sur les consommateurs, pénalités...).			X	

3.3. PRINCIPE 3 : LE RECOURS EFFICACE

NB : En l'occurrence, vu la faible maturité de l'écosystème ivoirien, la grille élude les aspects visant à « ...*envisager la création d'une unité dédiée aux SFN au sein d'un organisme national indépendant de règlement des différends ou du département de RED du secteur/régulateur financier* ».

OBJECTIFS	EVALUATION			
	Satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt non satisfait	Non satisfait
1. Prévoir des dispositions spécifiques aux SFN dans les directives réglementaires sur les réclamations et les recours.		X		
2. Exiger des FSFN la mise en place d'un mécanisme de règlement interne des différends			X	
3. Établir les directives concernant la présentation des rapports sur le règlement interne des différends (RID) et le règlement externe des différends (RED).				X
4. Œuvrer à la coopération en matière de traitement des réclamations et recours.			X	
5. Envisager l'adoption d'une technologie pour la gestion des réclamations (i.e. chat, vidéos interactives...).			X	



4. L'OQSF-CI : MISSIONS, COMPETENCES ET PRINCIPALES REALISATIONS

4.1. LES INTERETS, MISSIONS ET COMPETENCES DE L'OQSF-CI

La création de l'OQSF-CI, le 21 décembre 2016, participe de l'adoption de normes internationales et de meilleures pratiques en matière de réglementation financière et d'éducation du consommateur.

Seconde initiative d'un pays membre de l'UEMOA, après celle du Sénégal, l'expérience ivoirienne vise, essentiellement, à **améliorer l'inclusion financière et à renforcer la protection du consommateur de services financiers.**

Dispositif indépendant, impartial et gratuit d'accès, l'OQSF-CI est le fruit d'un partenariat entre le Gouvernement ivoirien et la Banque Mondiale. **Il se place au cœur de la relation entre les fournisseurs et les consommateurs de services financiers.**



Ses principales missions tiennent à :

- **l'amélioration de la qualité de l'offre de services financiers de détail,**
- **la protection du consommateur, notamment dans le cadre de la médiation,**
- **la diffusion de la culture financière et le renforcement de la confiance du public.**

Les **fournisseurs de services** regroupent **les établissements de crédit, les SFD, les EME, les assurances et les services financiers de la Poste**. Les **consommateurs** sont constitués des **personnes physiques, des organisations de consommateurs et des TPE-PME**.

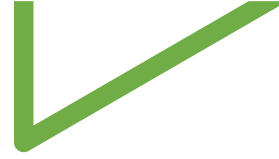
Organe inclusif, **le Conseil de l'OQSF-CI est composé de 15 membres**, choisis parmi les acteurs clés de l'écosystème de la finance (fournisseurs et consommateurs, Etat, Banque Centrale...). Il est présidé par le Directeur Général du Trésor et de la Comptabilité Publique.

4.2. LES PRINCIPALES REALISATIONS DE L'OQSF-CI

Depuis le lancement officiel de ses activités, en date du **25 avril 2019**, l'Observatoire a :

- **opérationnalisé son dispositif de protection des consommateurs ;**
- **conduit plusieurs activités de communication et de promotion ;**
- **offert au public un site comparateur des principaux services financiers¹ ;**
- **entrepris de renforcer l'interaction entre fournisseurs et consommateurs ;**
- **mobilisé des ressources auprès de partenaires financiers.**

¹ En mai 2021, l'OQSF-CI a mis en service le premier site comparateur des principaux services financiers de détail offerts par les banques, les SFD, les assurances et les EME exerçant en Côte d'Ivoire. Disponible en versions web (<https://comparateur.oqsf.ci>) et mobile, il est facile d'accès et gratuit.

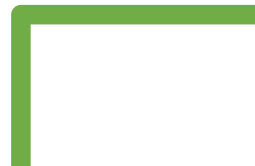


JE VOUS REMERCIE DE VOTRE AIMABLE ATTENTION !

Observatoire de la Qualité des Services Financiers de Côte d'Ivoire (OQSF-CI)

Tél. : (225) 27 22 490 490 - Centre d'appel : (225) 27 22 528 100

Email : infos@oqsf.finances.gouv.ci - Site internet : www.oqsf.ci





Crédit photo : CGAP Photo (Temilade Adelaja via Communication for Development Ltd)

Retour d'expérience d'une institution financière qui a implémenté des pratiques de protection du consommateur

Gaëtan Nzali Wega – Advans Cameroun





ADVANS
Growing together

**Webinaire sur la protection des clients à
l'ère du digital**

ADVANS CAMEROUN

Advans Cameroun

En quelques mots

QUI SOMMES NOUS?

Advans Cameroun est un établissement de microfinance agréé de deuxième catégorie et leader depuis plus de 13 ans au Cameroun. Doté d'un capital de 2.358.265.000 FCFA, Advans Cameroun fait partie du groupe international Advans, présent dans 9 pays en Afrique et en Asie.

NOTRE MISSION

Créer un meilleur avenir financier pour nos clients entrepreneurs, particuliers, agriculteurs et leurs familles, en offrant des services financiers adaptés et innovants, de manière durable et responsable.

NOS PARTENAIRES



2007 création



93 000 clients



12 Agences



150 Advans Points



Contexte

La protection des consommateurs à l'ère digitale, un challenge permanent

Au regard des innovations de digitalisation des services bancaires, la protection des consommateurs et de leurs données est devenue un challenge permanent.



Advans Cameroun implémente en continu les pratiques et actions afin de toujours mettre les attentes des consommateurs en priorité n° 1. Cela s'articule en :

1. La définition et déploiement d'une politique sociale et environnementale, qui comprend le respect des principes de protection des consommateurs

2. Accompagnement des régulateurs et participation à tous les projets de définition du cadre réglementaire de la protection des consommateurs

3. Mise en conformité réglementaire sur la protection des consommateurs

Microfinance , inclusion financière et digitalisation

Besoin d'assurer que nos services sont adaptés à notre cible

Objectif de la microfinance : Apporter des services et produits adaptés aux populations qui sont peu ou pas accompagnés par les institutions bancaires traditionnelles. La venue du Covid-19 a contribué à une adhésion plus facile aux produits digitaux. Leur mise en place s'articule toujours autour des 4 principes ci-dessous:

Transparence

Accompagner le client pour l'aider à faire un choix éclairé

Traitement équitable

Ouverture à tous, adaptation des services à tous les besoins

Protection des données clients

Assurer que la confidentialité des données est garantie

Amélioration continue de l'expérience

Qualité de service client et réclamations

Advans Cameroun est « CLIENT CENTRIC » et fournit des services adaptés sur 4 univers de besoin :



CRÉDIT



EPARGNE



ASSURANCE



BANQUE DU QUOTIDIEN

Services digitaux

La digitalisation est une transformation du métier qui améliorera l'inclusion financière et qui permet une accessibilité permanente des services ainsi qu'une présence géographique plus large. Advans poursuit un modèle hybride humain/digital avec ses partenaires clés :



Transparence et tarification responsable

Accompagner le client pour l'aider à faire un choix éclairé



Transparence

Accompagnement du client **et explication de leurs droits et obligations**

Obtention préalable du consentement du client pour l'**utilisation éventuelle des données personnelles**

Droit à la rétractation : Délai de 3 à 14 jours de réflexion après la présentation de l'offre au client



Tarification responsable

Application effective des **14 services bancaires minimum garantis**

Application effective des **taux effectifs globaux des crédits**

Aucun coût caché

ADVANS
POINT

Qualité de service et confidentialité garanties

EFFECTUEZ VOS OPÉRATIONS ADVANS EN TOUTE SÉRÉNITÉ

- Demande d'information (solde et mini relevé) à 100FCFA
- Modification information client (CNI, N° de téléphone)
- Transfert compte à compte
- Ouverture de compte
- Réactivation des comptes dormants
- Souscription aux services digitaux

GRILLE TARIFAIRE

- Vos dépôts à 0,5 % plafonné à 2000FCFA
- Vos retraits à 2 % plafonné à 2000FCFA

MONTANTS (FCFA)	FRAIS VERSEMENTS CLIENT (FCFA)	FRAIS RETRAITS CLIENT (FCFA)
5 000	25	100
15 000	75	300
30 000	150	600
40 000	200	800
50 000	250	1 000
100 000	500	2 000
200 000	1 000	
300 000	1 500	
400 000	2 000	4 000*
500 000		
1 000 000		

* Seuil de retrait à 500 000FCFA, retrait 1 000 000FCFA = 500 000 *2>= 4 000FCFA



SMS automatisés à chaque opération



Localisations et informations disponibles sur notre site internet, en agence et au 80977



RAPPEL
Votre numéro de compte est nécessaire pour toute opération Advans Point
Par ex. : 1010000000 ou 2010000000

Horaires d'ouverture (Jours fériés inclus)
LUN-VEN : 08H-19H SAM : 10H-15H

www.advanscameroun.com

699 190 368

Traitement équitable

Ouverture à tous, adaptation des services à tous les besoins

Traitement équitable

La même qualité d'accueil pour tout le monde sans discrimination quel que soit le canal

Code éthique et formation régulière des staffs (utilisation des données, secret bancaire...)

Formation des agents tiers pour appliquer les mêmes principes



Développer et proposer des services adaptés

Chaque client a un interlocuteur dédié en agence qui le conseille et l'accompagne sur ses besoins

Mise en place de produits et canaux adaptés et spécifiques à notre cible pour garantir l'accessibilité

Partir des besoins et retours clients dans la conception et amélioration des services

Elle Advans: programme destiné aux femmes afin qu'elles accèdent plus facilement et à des coûts plus avantageux à tous les services et produits, elles seront accompagnées sur l'utilisation des services, y compris les services digitaux

Protection des données clients

Assurer que la confidentialité des données est garantie

Pour gérer les risques de la digitalisation, on travaille sur trois axes clés :



SENSIBILISATION

Formation collaborateurs

Accompagner les collaborateurs sur les principes de protection des données, l'importance, comment en parler avec le client, quelles informations donner etc.

Formation client

Éduquer les clients à la bonne utilisation de chaque canal et expliquer les risques possibles, Éduquer les clients sur la notion d'utilisation de leurs données et obtention de leur consentement



SYSTEMES

Mettre en place des outils adéquats

Advans Cameroun dispose des outils permettant la collecte, l'enregistrement, le traitement, le stockage et le partage sécurisé des données personnelles des consommateurs

L'agence Nationale des Technologies d'Information et de la Communication (ANTIC) a évalué nos outils IT comme appropriés et sécurisés



CONFORMITE

Mise en Conformité sur la protection des consommateurs

Chantier transversal piloté par la Direction Générale

Échanger régulièrement avec les régulateurs pour définir les exigences réalistes (Exemple : Règlement N°01/20/CEMAC/UMAC/COBAC relatif à la protection des consommateurs des services et produits bancaires dans la CEMAC)

Amélioration continue de l'expérience

Qualité des services et réclamations client

Centre Relation Client (CRC) devient un canal clé pour accompagner les clients sur les services digitaux

- 5 staffs dédiés + 1 manager
- Suivi quotidien des réclamations enregistrées **plus de 700 réclamations reçues et résolues en 2021 sur nos services digitaux (Délai max de traitement 14 jours)**
- Analyse à postériori des réclamations, pour améliorer les produits/services sur lesquels on enregistre des réclamations récurrentes
- Affichage du contact du service CRC (8097) sur tous les supports/tous les canaux et affichage des numéros des directeurs d'agence
- Possibilité aussi de faire les réclamations via plusieurs canaux (en agence, par mail, réseau sociaux etc.)

Qualité de service client

- Volonté d'Advans Cameroun d'améliorer l'expérience client via la dissociation de la gestion des réclamations, des actions commerciales
- Création prochaine d'une Fonction « **Qualité Client** » rattachée à la Direction Générale

Suivi de la satisfaction de la clientèle

- Enquête de satisfaction, d'impact et benchmark régulier (rencontre client et journées portes ouvertes) pour évaluer le niveau de satisfaction des clients et identifier les axes d'amélioration



Conclusion

« Client Centric », éducation des consommateurs, et veille des exigences réglementaires



Chaque fournisseur de services financiers doit conditionner l'atteinte des objectifs financiers à l'atteinte des objectifs sociaux

- Mettre l'intérêt du client pour la conception de tout service: Un produit doit répondre à un besoin bien identifié et avoir une tarification responsable
- Définir des outils de reporting et d'évaluation des objectifs sociaux/ de l'impact de l'entreprise
- Formation et suivi continu auprès des collaborateurs, partenaires, des clients

Être en veille sur les exigences réglementaires

- Recueil réglementaire (local/international) sur la protection des consommateurs
- Action concertée avec les associations professionnelles pour implémenter les meilleures pratiques.
- **S'inspirer des meilleures pratiques internationales, et anticiper sur la réglementation via des propositions aux autorités de régulation**
- Mettre en place des actions permanentes de rencontre client et d'éducation financière

QUESTIONS & RÉPONSES



Amelia Greenberg
SPTF



Moussa Mamadou
OQSF-CI



Gaëtan Nzali Wega
Advans Cameroun

Pour poser vos questions, utilisez le tchat Zoom

ET APRÈS ?

1

Nous vous enverrons un e-mail lorsque l'enregistrement du webinaire et la présentation PDF seront disponibles sur Portail FinDev.

2

Pour en savoir plus sur la protection du consommateur, visitez notre [page thématique dédiée](#).

3

Pour plus de ressources sur la finance inclusive, visitez notre site www.portailfindev.org. Vous souhaitez proposer du contenu ? Contactez-nous : contact@portailfindev.org

Merci !

www.portailfindev.org



[@Portail_FinDev](https://twitter.com/Portail_FinDev)



[Portail FinDev](https://www.linkedin.com/company/portail-findev)