SPI4, Универсальные Стандарты и маркетинг

Вебинар 29 марта 2016 3 раунд Фонда СВ







CERÍSE

- Ассоциация, фокусирующаяся на распространении знаний и инструментов для этического финансирования.
- Основатели: пять французских организаций, специализирующихся на микрофинансировании.
- Партнёры: МФО, сети, провайдеры техподдержки, инвесторы, доноры и исследователи по всему миру.
- Сферы деятельности: социальное воздействие и влияние, управление, сельское и сельскохозяйственное финансирование.

www.cerise-microfinance.org







Фонд социального воздействия – 3 раунд

Целевая аудитория?

 МФО, национальные сети, органы местного самоуправления, инвесторы.

Предложение Фонда СВ для заинтересованных лиц из сферы микрофинансирования

- Онлайн обучение (на английском, испанском и русском языках) для представителей сетей, менеджеров МФО, кредитных аналитиков и аудиторов SPI4 по сбору данных и применению инструмента SPI4.
- Дистанционная техническая поддержка для отдельных МФО, сетей и кредитных аналитиков.
- Стипендии на участие в ежегодной встрече РГСВ в 2016 и 2017 гг.

Первая подача заявок с января 2016 года

Подробнее: http://www.mfc.org.pl







Цели вебинара

- 1. Обсудить ключевые моменты связанные с маркетингом в рамках УСВ
- 2. Понять основные показатели связанные с маркетингом в рамках Универсальных Стандартов (и опцию фильтрации в SPI4)
- 3. Рассмотреть примеры улучшения практик в области маркетинга
- 4. Определить технические ресурсы для маркетингового департамента







Основные темы связанные с маркетингом в области УСВ







Аспект 1 : Определение и мониторинг социальных целей



- Маркетинг отвечает за:
 - выявление необходимых данных по клиентам
 - сбор данных по профилю клиента и его удовлетворённости
 - обнародывание данных (клиентам) и распространение (внешним заинтересованным лицам)







Аспект 3: Продукты, отвечающие потребностям клиентов

- Маркетинг обеспечивает:
 - Достаточное и непрерывное исследование рынка для предоставления информации разработчикам продуктов с целью их улучшения
 - Сбор данных об удовлетворённости клиентов
 - Стратегический анализ продуктов/услуг/моделей и каналов их предоставления, чтобы понять насколько они:
 - Гарантируют охват финансовыми услугами
 - Снижают риски и незащищённость клиентов
 - Предоставляют экономические возможности







Аспект 4: Ответственное

отношение к клиентам



- Маркетинг и защита клиентов
 - Прозрачность и эффективность коммуникаций с клиентами
 - Персональные данные клиентов: письменное согласие на использование информации или фотографий в маркетинговых материалах
 - Использование информации, полученной из жалоб для улучшения операций/продуктов/коммуникаций организации







Как проводить оценку практик в области маркетинга?

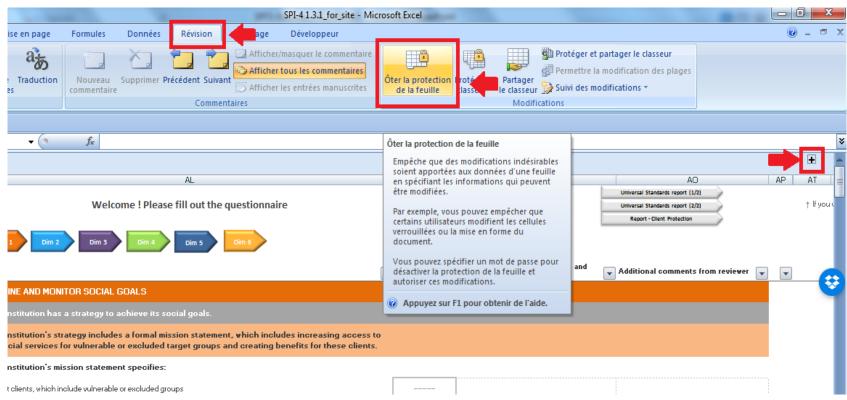






Как оценивать маркетинговые вопросы при помощи SPI4?

Краткое демо по опциям фильтров для маркетинга:
 мы ищем ключевые вопросы рассмотренные ранее.









Вопросы/сложные и неясные показатели?







Примеры улучшения практик в области маркетинга







1. Сбор данных о клиентах

Стандарты использования РРІ

- Уровень бедности клиентов
- www.progressoutofpoverty.org

Голос клиента от Smart Campaign

• Удовлетворённость и защищённость клиентов

Гибкие данные от ACUMEN

 Примеры быстрого получения данных: СМС и телефонные звонки







Голос клиентов Опросы клиентов от Smart Campaign Отчёт за февраль 2016

http://smartcampaign.org/storage/documents/Synthesis_Report_ENG_FINAL.pdf







Ключевые исследовательские вопросы к клиентам

- В чем заключаются основные проблемы и наиболее негативный опыт во взаимоотношениях с МФО?
- Какие составляющие в процессе определения положительного клиентского опыта являются наиболее важными для клиентов?







Качественные методики

Упражнение по типу «ранжирование»

 Понимание, восприятия клиентами хорошего и плохого обращения к ним со стороны различных организаций, с которыми он взаимодействовал

Обсуждения в фокус группах

 Участие в ролевых упражнениях с обыгрыванием позитивного и негативного опыта

Индивидуальные интервью

 Более детальное обсуждение финансовых вопросов, которые нельзя было бы обсудить в группе

• Упражнение с фотографиями

 Иллюстрирование негативных и позитивных ассоциаций с микрофинансированием

















Если бы Ваша МФО была животным, то

каким?

- МФО А, Центральная Азия
- Слон
 - Сильная
 - Властная
 - Большая, не агрессивная одомашненная
- Медведь
 - Уверенность, сила
 - Борьба за своих клиентов
- Лев
 - Стабильность
 - Мудрость



- МФО В, Кавказ
- Лошадь, корова
 - Полезная и дружественная
 - Оказывающая поддержку
 - Полезная в получении дохода





Вопросы для обсуждения в фокус-группе Оценка жилищного микрофинансового продукта пример МФЦ

- Типичные жилищные вмешательства
 - Каковы типичные виды ремонта жилья?
 - С какими типичными проблемами сталкиваются люди?
- Изменения на уровне домохозяйства
 - Какие улучшения Вы произвели благодаря кредиту?
 - Как эти изменения повлияли на Вас и Вашу семью?
 - Имеются ли негативные изменения в Вашей семье/домохозяйстве из-за того, что Вы взяли кредит?
- Использование кредита
 - Завершили ли Вы работы? Почему нет?
 - Использовали ли Вы дополнительные средства для проведения ремонтных работ?







Гибкие данные от ACUMEN – Советы по сбору данных клиентов для построения более значимого бизнеса

Отчёт за ноябрь 2015 http://acumen.org/ideas/lean-data/







	1. Лично	2. Дистанционно
Число вопросов	Необходимость большого числа вопросов (>15)	<15 вопросов
Типы вопросов	Необходимость широкого ряда открытых и детализирующих вопросов, которые требуют объяснений	Вопросы с выбором вариантов ответа без необходимости детального пояснения
Необходимость удостоверения личности	Необходимость личного подтверждения личности опрашиваемого	Не требуется подтверждение личности со 100% точностью
Необходимый охват	Требуется большое число ответов (напр., 80%+) или 95%+ для целей регистрации или проверки соответствия	Требуется достаточная выборка, но нет необходимости в очень высоком охвате







How would you rate the value for money of (product/service)?

A. It is expensive

B. It is fair

C. It is cheap

Please explain your answer

What feature do you like best?

Please explain your answer

Have you ever recommended (product/service) to your friends?

- **A.** Yes, I have told many friends What have you told them?
- **B.** Yes, I have told some friends What have you told them?
- C. No, I have not Why not?









Did you use any additional funding to complete work you have mentioned?

1	YES	if 'Yes', go to question #8
2	NO	if 'No', go to question #9
	Don't	
	know/hard to	
	say (do not	
99	read)	Go to question #9

What was the source of additional funding? Please select all answers applicable Note for interviewer - please read all the answers and tick those selected by respondent. Multiple response possible

1	Another loan
2	Savings
3	Borrowed money from relatives/friends
4	Sold assets (e.g. car, cow, furniture)
	Other
5	Please specify:

IF THERE WAS A POSITIVE IMPACT, In which areas the repair/renovation impacted the quality of your life and your family? Please choose all answers applicable, by saying 'yes' or 'no' as I read the answers.

Note for interviewer - Please read each category and tick the answer whenever the client says 'yes'. Multiple answers possible

	_
1	Improved access to running water
2	Hot and cold running water
3	Toilet inside the house
4	Increase in usable space / privacy
5	Energy saving eg. on heating
6	Warmer house
7	I can invite guests with no shame
8	Cleaner (less dusty) living space
9	Less humid house
10	Income generated increase
11	 Security and safety

Could you please say how convenient were the following product features, using the scale from 1 to 5. 1 means that the product feature is very much not convenient and 5 means that the product feature is very much convenient

Note for interviewer - Please read each category and ask teh respondent how convenient it is. Tick the answer selected by respondet (from 1to 5) next to the each category

Convenience	1 (very much not convenient)	2 (not convenient)	3 (neutral)	(convenie	5 (very convenient)
Loan amount	1	2	3	4	5
Interest rate	1	2	3	4	5
Monthly instalment	1	2	3	4	5
Easiness of receiving the					
Ioan	1	2	3	4	5
Speed of procedures	1	2	3	4	5
Relationship with Credit					
Officers	1	2	3	4	5



Вопросы по теме опроса клиентов?

Хотите поделиться собственным опытом?







2. Прозрачное ценообразование и маркетинг

- Отсутствие важной информации по клиентам, а методики, основанные на раскрытии информации, не работают
 - Фокус на соблюдении требований обнародования: детальная, техническая и сложная информация
 - Изменение цели от обнародования информации в сторону продвижения и проверки понимания со стороны клиента







Что должны знать клиенты, прежде чем подписать договор?

- Общую стоимость кредита (проценты, платежи)
- Размер единовременного платежа и дату платежа
- Другие условия
- Штрафы и когда они начисляются
- Что будет, если не выплатить кредит
- Практики взыскания долга в организации
- К кому обращаться в случае вопросов и жалоб
- Права клиентов







Прозрачность: инструменты

- Таблица с ключевыми данными продукта
- Список вопросов для клиентов







Таблица с ключевыми данными продукта



MacroDreams Loan Summary & Repayment Schedule

Table 1. Loan summary

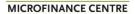
Loan size and currency	Total no. of installments	
Interest rate	Installment frequency	
Commission fee	Disbursement date	
Other fees	Mandatory savings	
Purpose of loan	Maturity date	
Grace period (if applies)	Type of guarantee	
Penalty for late payment	Maturity of the loan (in months)	
Penalty for pre-payment	Total cost of loan (principle + int.+ fees)	

Table 2. Repayment Schedule

Date	Disburse- ment amount	Principle Repayment	Interest Repayment	Commission Payment	Fees	Tax payment	Total Repayment	Total Balance Outstanding
								- Carrier Carr
Total								
Total								

Client Signature	Date
Loan Officer Signature	Date
Branch Director Signature	Date

Please contact the MacroDreams Customer Service Line if you have questions or complaints about our products, services, or staff: 555-555. Open Monday to Saturday 7:00-20:00. All calls are free.



Согласятся ли клиенты вашей МФО со следующим?



Я могу легко понять процентную ставку и сравнить её с другими организациями.



Я знаю размер моего единовременного платежа и когда его следует платить.



Я никогда не сталкивался с неожиданными: пенями за просрочку и досрочный платёж, платой за пользование счётом, изменениями процентной ставки или условий кредита.



Организация объяснила мою ответственность за просрочку платежа членами группы.



Я могу легко узнать оставшийся остаток моего долга и баланс моего сберегательного счёта.



У меня всегда есть возможность задать вопросы во время взаимодействия с организацией.







Пример обнародования цены – Мі-Воѕро - БиГ





MI-BOSPO: Bosne srebrene bb, 75 000 Tuzla, Bosna i Hercegovina Tel: +387 35 270 283 Fax: +387 35 252 448 BESPLATNA INFO LINIJA: 0800 20 253 E-mail: mi-bospo@mi-bospo.org www.mi-bospo.org

MI-BOSPO CJENOVNIK

20 godina Vaš prvi izbor

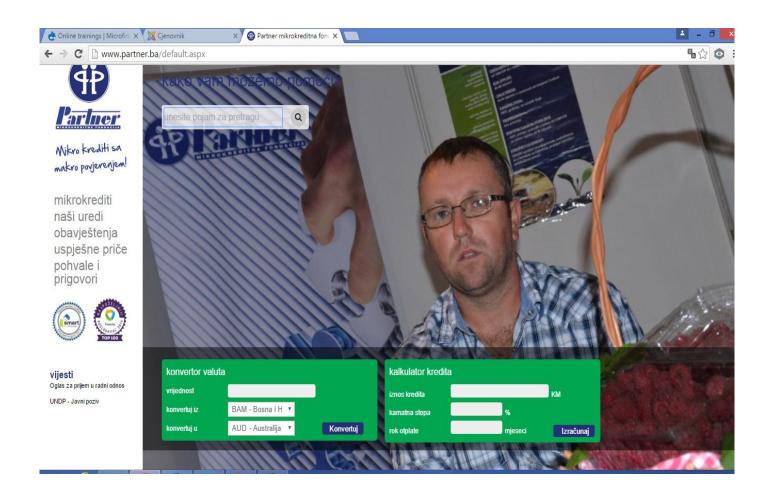
KREDITNI PROIZVODI	GLAVNE KARAKTERISTIKE KREDITNIH PROIZVODA Iznos kredita: od 500 de 5.000 KM Rok otplate: do 24 mjeseca za isznose do i 3000 KM Rok otplate: do 24 mjeseca za isznose do i 3000 KM Rok otplate: 36 mjeseca za insnose do 3001 do 5000 KM Kominialne kamatne stope: 28% paz iznose od 500 do 1.499 KM 26% paz iznose od 1500 do 2.999 KM Provisija za obradu kredita: nema		1500 do 5.000 KM	ROK OTPLATE	TROŠAK OBRADE	NKS	EKS	IZNOS MJESEČNE RATE
					%	%	%	KM
KREDIT ZA POČETAK POSLOVNE AKTIVNOSTI					0	22	24,47	155,63
	Iznos kredita: do 10.000 KM Rok otplate: do 60 mjeseci Grace period: do 9 mjeseci Nominalne kamatne stope: 28% za Iznose do 99KM							, ,
KREDIT ZA RAZVOJ POSLOVNE AKTIVNOSTI	26% as impose od 1.000 do 1.499 KM 24% as impose od 1.500 do 2.999 KM 22% as impose od 3.000 do 3.999 KM 20% as impose od 3.000 do 3.999 KM 10% as impose od 4.000 do 4.999 KM 10% as impose od 5.000 do 5.999 KM 18% as impose od 6.000 do 9.999 KM 17% as impose od 6.000 do 9.999 KM 17% as impose od 6.000 do 9.999 KM	Primjer	10.000	36	0	17	18,44	356,53
KREDIT ZA FINANSIRANJE POSLOVNE AKTIVNOSTI	Iznos kradilita do 10.000 KM Roko ofpalter, do 60 mijeneci Grace periodi: do 9 mijeneci Niminalne komantine stope: 30% do 999 KM 30% do 999 KM 26% as Iznose: od 1.500 do 1.499 KM 26% as Iznose: od 1.500 do 3.999 KM 22% as Iznose: od 5.000 do 5.999 KM 21% as Iznose: od 5.000 do 5.999 KM 21% as Iznose: od 5.000 do 5.999 KM Provizija zo bordadu kredita: mema	Primjer	5.000	24	0	23	25,65	261,87
	Iznos kredita: od 3.000-10.000 KM Rok otplate: do 24 mjeseca Grace period: 6, 9 ili 12 mjeseci							Tokom 6
POLJOPRIVREDNI KREDIT	Nominalne kamatne stope: 27% za Iznose od 3.000d 0.399 KM 20% za Iznose od 4.000 do 4.999 KM 19% za Iznose od 4.000 do 4.999 KM 19% za Iznose: 0d 5.000 do 5.999 KM 1.7% za Iznos: 10.000 KM NISS na 019wiste tokom grace perioda: 1.8% za Iznose: 0d 3.000 do 3.999 KM 16% za Iznose: 0d 3.000 do 3.999 KM 1.4% za Iznose: 0d 3.000 do 5.999 KM 1.4% za Iznose: 0d 5.000 do 5.999 KM	Primjer	5.000	12	2,5	19, a tokom grace perioda 15	20,86	mjeseci grace perioda: 67,12 Tokom preostalih 6 mjeseci:







Partner, БиГ – расчёт продукта









Вопросы по теме прозрачности и понимания?

Хотите поделиться собственным опытом?







Технические ресурсы для отдела маркетинга







Где найти ресурсы связанные с SPI4? www.cerise-spi4.org







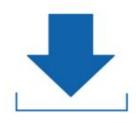
FAQ

Support

Funding

Publications

Contact



DOWNLOAD SPI4



CONDUCT AN AUDIT



GET TRAINED



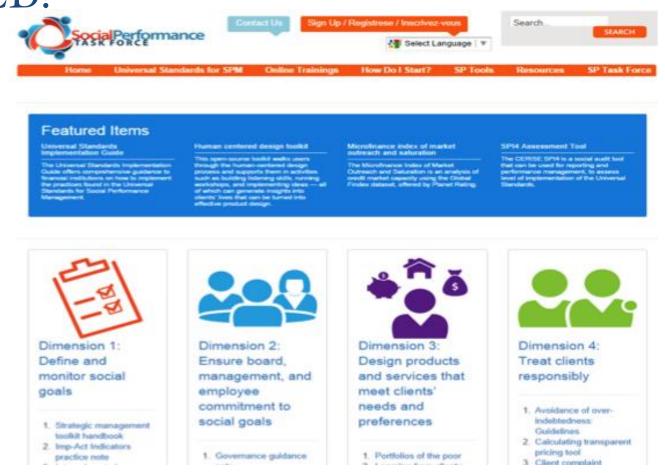
SPI4 IN NUMBERS

version 1.3 released FEB 2016

NEWSLETTER ALINUS SPI4 FOR INVESTORS SPI4 BENCHMARKS OCT 2015

QUALIFIED AUDITORS LIST

Проконсультируйтесь с Ресурсным центром РГСВ!



http://sptf.info/resources/resource-center







Конкретные ресурсы для маркетинга

- Руководство по внедрению Универсальных Стандартов
 - http://sptf.info/spmstandards/universal-standards
- Операционная деятельность Smart: см. раздел о маркетинге: Соответствующие роли для 11 сфер операционной микрофинансовой деятельности
 - http://www.smartcampaign.org/tools-a-resources/796
- Видео
 - □ Прозрачность: Тётушке нужен кредит:
 <u>https://www.youtube.com/watch?v=k0uv7n591as</u>
- Инструкция Imp-Act по QUIP: Исследовательские шаги по проведению опросов клиентов
 - http://sptf.info/images/pn2_quip.pdf
- Руководство по гибким данным от ACUMEN
- Стандарты использование PPI
- Голос клиента от SMART Campaign







Конкретные ресурсы для маркетинга

 Фонд СВ разработал ряд примеров на тему маркетинга и разработки продукта

http://www.mfc.org.pl/en/content/sp-fund-case-studies

- FINCA Azerbaijan: Превращение жалоб клиентов в пожизненную лояльность
- FINCA Azerbaijan: Защита личных данных клиентов, повышение доверия клиентов
- Vision Fund Uganda: Пилотирование и использование PPI
- Обучающее руководство банковской группы Muktinath Bikas (Непал):
 Поддержка информированных решений клиентов
- Опрос об удовлетворённости клиентов и опрос при уходе клиента от AI Мајтоиа (Ливия)
- Банк Peoples Bank of Caraga (Филиппины) прислушивается к своим членам:
 Опрос об удовлетворённости клиентов
- AMK Cambodia: Использование данных клиентов при разработке стратегии
- Arvand Tajikistan: Использование метода «тайного покупателя» для понимания клиентов
- CREZCAMOS Colombia: Предоставление прозрачной информации клиентам









The Universal Standards for Social Performance Management Implementation Guide

Social Performance Task Force Lead Author: Leah Wardle



Practice Notes

IMPROVING THE IMPACT OF MICROFINANCE ON POVERTY: ACTION RESEARCH PROGRAMME

ISSN: 1740-4711 • NUMBER TWO • 2004

QUIP

Understanding clients through in-depth interviews

PROGRESS OUT OF POVERTY INDEX® (PPI®) STANDARDS OF USE



Basic Standards

The **Basic PPI Standards of Use** are best practices that an organization should adhere to in order to accurately report its PPI data. Compliance with all basic standards is required to achieve Basic PPI Certification.



My Turn to Speak:

Voices of Microfinance Clients in Benin, Pakistan, Peru and Georgia

February 2016

CAR ARTHURS

Sushmita Meka and Caitlin Sanford

INCOME.

Justin Grider, Laura Cojocaru, Wajiba Ahmed

MICH 18967 188

Alexandra Ricci, Elisabeth Rhys Isabelle Burree, Fablo Anton Dia







Если вам требуется помощь...

- Фонд СВ может предложить дистанционную техническую поддержку на английском, испанском и русском языках.
 - Предоставление поддержки в проведении аудита и достижении понимания показателей
 - Предоставление консультации по имеющимся инструментам, которые могут помочь сократить пробелы в области СВ







Контакты CERISE: spi4@cerise-microfinance.org www.cerise-spi4.org

Контакты МФЦ: kdabrowska@mfc.org.pl





