

Mission « Banquiers Solidaires » – Termes de référence –

Evaluation, actualisation et / ou mise en place de la politique de communication et marketing

Localisation: Dakar

Durée et date: 20 jours, dont 10 jours de missions terrain

Organisation: VisionFund Sénégal Microfinance S.A., Sénégal

Thématique: Communication et Marketing

CONTEXTE

Le secteur de la finance inclusive a pour mandat de donner un accès aux services financiers aux populations qui en sont exclues, leur donnant ainsi l'opportunité de financer leurs besoins, notamment leurs activités génératrices de revenus. Acteur reconnu du secteur, la **Fondation Grameen Crédit Agricole** a pour vocation de travailler dans des pays où la pauvreté et l'exclusion financière sont les plus fortes. Investisseur, prêteur, coordinateur d'assistance technique et conseiller de Fonds, la Fondation finance et accompagne les institutions de microfinance, les entreprises et les projets qui promeuvent une finance inclusive et le développement des économies rurales. La Fondation soutient à ce jour 80 partenaires dans 37 pays avec plus de 90 millions d'euros d'engagements.

VisionFund Sénégal est une institution de microfinance établie par World Vision International et VisionFund International, elle-même organisation de microfinance de World Vision International. La mission de VisionFund Sénégal est de faciliter aux populations rurales et vulnérables l'accès à un système financier conventionnel, l'accès à des services financiers de proximité, l'opportunité de lancer ou développer des activités génératrices de revenus et, de façon générale, la possibilité d'améliorer leurs conditions de vie.

VisionFund Sénégal sert des clients à faible revenu vivant dans des communautés vulnérables et rurales en offrant des solutions financières et de subsistance. Les produits et services proposés se répartissent en cinq grandes catégories : microcrédits, microassurance, formation, éducation et très prochainement des programmes d'épargne. Les avantages comprennent des moyens de subsistance pérennes, un bien-être économique accru, un bien-être communautaire, en particulier celui des enfants, amélioré, une diminution de la dépendance à l'égard de l'aide extérieure et la restauration de l'espoir et de la dignité. Au 30 Septembre 2022, l'institution compte plus de 44 000 emprunteurs actifs dont environ 95% de femmes et 90% de clients en zone rurale. Elle gère un portefeuille de 10,80 millions d'euros et est présente dans six des quatorze régions du pays à travers un réseau de 8 agences et 137 salariés. Le siège social est basé à Dakar.

CADRE DE LA MISSION

Dans le cadre du développement de ses activités, VisionFund Sénégal souhaite évaluer et améliorer sa politique de communication et marketing. L'institution a pour ambition d'élargir sa clientèle et gagner en visibilité dans l'environnement sénégalais de la microfinance, notamment en analysant ses avantages concurrentiels. Pour ce faire, VisionFund Sénégal souhaite explorer et maximiser l'utilisation des médias sociaux et traditionnels, développer sa communication institutionnelle, mieux marquer ses produits et

former son personnel, mais aussi améliorer dans un futur proche le branding de ses agences et points avancés.

Les objectifs et le périmètre de la mission des Banquiers Solidaires listés ci-dessous peuvent être modulés en fonction du profil de l'expert et de ses recommandations sur la manière d'obtenir les meilleurs résultats.

Le/la Banquier (ère) Solidaire aura à conduire les actions suivantes :

ACTION 1 : Réaliser un diagnostic des outils de communication et marketing existants

- Analyser les outils et supports de communication existants (charte graphique, supports de communication institutionnelle, site internet, présence sur les réseaux sociaux, ...)
- Évaluer le niveau de communication entre les départements /agences, identifier les lacunes et les domaines d'image de marque spécifique
- Analyser la politique marketing existante
- Analyser le positionnement concurrentiel de VisionFund Sénégal, notamment sur le plan de son offre de produits
- Recueillir les retours de certains clients pour mieux définir leurs besoins et attentes et comprendre le marché de VisionFund Sénégal [identité de marque, concurrence et niches de marché]

Livrables :

- Diagnostic concis des outils et de la stratégie communication et marketing existants, y compris ses forces et ses faiblesses dans le contexte du marché de la microfinance au Sénégal.

ACTION 2 : Ébauche d'une nouvelle stratégie communication et marketing (incluant le branding des agences et points avancés) ainsi que du plan d'action à mettre en place

- Définir les bases d'une stratégie communication et marketing solide, avec un fort accent sur les nouvelles technologies et les nouveaux supports de communication (notamment les réseaux sociaux)
- Recommander des outils et des processus pour une mise en œuvre efficace
- Donner des orientations sur l'élaboration, le cas échéant, d'une charte graphique et d'outils de communications qui permettent d'assoir l'identité visuelle et identitaire de VisionFund dans le paysage de la microfinance au Sénégal
- Définir une stratégie marketing adaptée pour mieux positionner l'offre de VisionFund dans le paysage de la microfinance au Sénégal
- Donner des orientations sur une stratégie de branding efficace donnant plus de visibilité aux agences et points avancés de VisionFund Sénégal en milieu rural.

Livrables :

- Recommandations sur les processus et les outils à développer pour améliorer non seulement la stratégie communication et marketing, mais aussi le branding des agences et points avancés
- Feuille de route pour la mise en œuvre de la nouvelle stratégie (priorités, plan opérationnel, organisation, outils)

ACTION 3 : Animation d'une formation sur la mise en place de la politique communication et marketing

- Dispenser une formation à destination du personnel clé de VisionFund Sénégal pour la mise en place de la politique marketing et communication d'une part, et des techniques de commercialisation de produits financiers et non financiers de manière spécifique d'autre part.

Livrables :

- Rapport sur la formation réalisée, incluant une évaluation de la formation par les participants et les recommandations du / de la Banquier (ère) Solidaire.

LOGISTIQUE ET CALENDRIER

DUREE DE LA MISSION

- **20 jours** répartis comme suit :
 - Préparation : 5 jours pour préparer la mission
 - Mission : 10 jours mission terrain. Deux jours pourront être consacrés à la formation éventuelle des équipes. Cette formation peut, le cas échéant, se faire en dehors de la mission terrain, sous forme de webinaire.
 - Post-mission : 3 à 5 jours pour finaliser les livrables, répartis sur une période de 2 semaines à l'issue de la mission principale. La formation pourrait être organisée sur cette période.
- **La mission peut avoir lieu pendant le temps de travail du / de la Banquier (ère) Solidaire (mécénat de compétences) ET / OU pendant les vacances du salarié (bénévolat de compétences). Un mix des deux possibilités est envisageable (volontariat de compétences).**

CALENDRIER

- **PROCESSUS DE SELECTION (décembre 2022 / janvier 2023)**
 - Publication des termes de référence
 - Sélection du ou de la bénévole par Crédit Agricole SA et la Fondation Grameen Crédit Agricole
- **SIGNATURE DE LA CONVENTION ET PRÉPARATION DE LA MISSION (environ 1 mois)**
 - Une convention est signée entre l'organisation bénéficiaire, la/le Banquier Solidaire, la Fondation et l'employeur (dans le cas d'un mécénat ou volontariat de compétences). En cas de bénévolat de compétences, l'employeur du salarié n'est pas impliqué dans la partie contractuelle de la mission.
- **PRÉPARATION DE LA MISSION (février / mars 2023)**
 - Signature de la convention et préparation (appels à prévoir avec l'organisation, documents à lire avant le début de la mission)
 - Préparation de la mission par le/ la Banquier (ère) Solidaire, VisionFund Sénégal et la Fondation Grameen Crédit Agricole (5 jours répartis sur une période de 1 mois). Le / La candidat (e) sélectionné (e) et les responsables de VisionFund Sénégal seront amenés à discuter des termes de référence et à les ajuster ensemble afin de préparer au mieux la mission.
- **MISSION TERRAIN (avril / mai 2023)**
 - Mission terrain de 10 jours.
- **LIVRABLES DE LA MISSION**
 - Envoi des livrables de la mission par le / la Banquier (ère) Solidaire dans les 2 semaines qui suivent la mission terrain.

LOGISTIQUE, FRAIS DE MISSION ET ASSURANCE

- La formation en amont de la mission et la coordination logistique de la mission sont assurées par la Fondation Grameen Crédit Agricole.
- Les billets d'avion pour le Sénégal et l'assurance sont pris en charge par Crédit Agricole SA.
- L'hébergement, les transports locaux et les frais de restauration sont pris en charge par l'organisation bénéficiaire.
- Tout autre dépense est à la charge du / de la Banquier (ère) Solidaire

LOCALISATION

- La mission terrain se déroulera principalement à Dakar. Des déplacements en dehors de Dakar pourront être organisés, notamment pour rencontrer d'autres salariés et des clients de l'institution.

PROFIL RECHERCHE

- Expérience d'au moins trois ans dans le domaine de la communication et du marketing
- Expérience en matière de marketing, technique de vente et de branding
- Connaissance en gestion des sites internet et bonne maîtrise des réseaux sociaux
- Appétence pour la finance inclusive, se traduisant par une curiosité accrue pour les spécificités du secteur
- Une première expérience dans le secteur de la microfinance est un plus
- La connaissance du Wolof est un plus
- Sens de l'écoute
- Force de proposition
- Pragmatique et rigoureux/se

CONTACTS

Pour toute information sur le programme [Banquiers Solidaires](#) et sur la mission, veuillez contacter :

Maria FRANCO
Responsable de Programme Assistance Technique
maria.franco@credit-agricole-sa.fr

Julien LEROY
Conseiller en investissement
julien.leroy@gca-foundation.org