



**FONDATION GRAMEEN
CRÉDIT AGRICOLE**



Microfinance & Social Business

DOSSIER DE DEMANDE DE PROPOSITION SELECTION DE CONSULTANT

**DEFINIR L'APPROCHE MARKETING A L'ERE
DIGITALE POUR AMELIORER LE
POSITIONNEMENT CONCURRENTIEL**

**ACEP
BURKINA, MADAGASCAR**

JUILLET 2025

Table des matières

Section 1. Lettre d'invitation	3
Section 2. Note d'information aux Consultants	4
Section 3. Termes de référence	7

Section 1. Lettre d'invitation

Montrouge, le 04/07/2025

Madame, Monsieur,

La Fondation sollicite des propositions en vue de la fourniture des services de consultants ci-après : Mission Assistance Technique « **Définir l'approche Marketing à l'ère digitale pour améliorer le positionnement concurrentiel** » pour ACEP Burkina et ACEP Madagascar. Pour de plus amples renseignements sur les services en question, veuillez consulter les Termes de référence à la Section 3 du présent document.

Le Consultant sera choisi par la méthode de sélection fondée sur la qualité et le coût (« SFQC ») et conformément aux procédures décrites dans la présente DP. Le budget relatif à cette mission ne pourra pas excéder **80 000 EUR HT** (quatre-vingt mille euros HT).

4. La présente DP comprend les sections suivantes :
- Section 1 - La présente Lettre d'invitation
 - Section 2 - Note d'information aux Consultants
 - Section 3 - Termes de référence

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'assurance de notre considération distinguée.

Hanadi TUTUNJI & Maria FRANCO
Responsables de programme Assistance Technique

Section 2. Note d'information aux Consultants

- 1.1 Nom du Maître d'Ouvrage : Grameen Crédit Agricole Microfinance Foundation représentée par Mesdames Hanadi TUTUNJI et Maria FRANCO, Responsables de programme Assistance Technique
Mode de sélection : Sélection fondée sur la qualité et le coût (« SFQC »)

- 1.2 Nom, objectifs et description de la mission : **Mission « Définir l'approche Marketing à l'ère digitale pour améliorer le positionnement concurrentiel »** pour ACEP Burkina et ACEP Madagascar.

Le Maître d'Ouvrage fournit les intrants suivants : Tout document disponible qui pourrait être utile à la bonne conduite de la mission

- 1.3 Des éclaircissements peuvent être demandés jusqu'à 2 (deux) jours avant la date de soumission.
Les demandes d'éclaircissement doivent être envoyées par courrier électronique aux adresses suivantes :
- maria.franco@credit-agricole-sa.fr
 - hanadi.tutunji@credit-agricole-sa.fr

Les propositions seront soumises dans la langue suivante : Français

- 2.1 i) Le personnel clé doit posséder au minimum l'expérience suivante :
- Analyse de marché et positionnement stratégique des institutions financières (expérience microfinance incontournable, connaissances approfondies des marchés burkinabé et malgache seraient un plus)
 - Élaboration et mise en œuvre des stratégies marketing, capacités prouvées de transfert des compétences (expérience dans la formation marketing digital incontournable, maîtrise du contexte de finance digitale serait un plus)
 - Expérience pratique dans la conception des stratégies d'acquisition et de fidélisation des clients (orientation résultats hautement recherchée).

L'équipe chargée de l'assistance technique sera composée d'experts avec des expériences concrètes et des résultats probants.

- ii) Langue(s) de rédaction des rapports afférents à la mission : Français

- 2.2 i) La formation constitue un élément important de cette mission : oui

- 2.3 La composante du prix correspondant à des dépenses locales doit être libellée en Euro et si nécessaire dans la monnaie nationale.

Le Consultant soumissionnaire qui compte engager des dépenses dans d'autres monnaies pour la réalisation des prestations, dénommées "monnaies étrangères" ci-après et dans le Marché, indiquera en Euro le montant de l'offre nécessaire pour couvrir les besoins en monnaies étrangères.

- 2.4 Les propositions doivent demeurer valides 60 jours après la date de soumission.

- 2.5 Les Consultants doivent soumettre une version électronique de chaque proposition (une version pour la proposition technique et une version pour la proposition financière).

Une seule proposition est attendue pour le périmètre décrit dans ces TDR, couvrant la totalité des livrables pour les deux institutions ACEP.

La Proposition technique doit se limiter à 10 pages (limite hors annexes ; merci de fournir les références projet détaillées, les CVs des membres de l'équipe ainsi que toute autre information utile en annexe) et doit couvrir, a minima :

- La compréhension du contexte et les suggestions aux Termes de référence
- Les références de projets pertinentes, justifiant le niveau d'expertise
- La méthodologie proposée, les activités et les livrables
- Les profils des intervenants et les niveaux d'effort respectifs attendus
- Le calendrier d'exécution (rappel : livrables finaux avant le 30 nov. 2025)

Les CV envoyés par les Consultants ne devront pas excéder 5 pages et les expériences/précédentes missions en lien avec la présente proposition devront être indiquées clairement.

La proposition financière des Consultants devra clairement distinguer les lignes budgétaires suivantes :

- **Les honoraires ou frais de consultance**
- **Les frais de voyage**
- **Autres frais logistiques liés à la mission**

- 3.1 Les propositions doivent être soumises au plus tard par mail aux adresses suivantes, à la date et à l'heure suivantes :

- maria.franco@credit-agricole-sa.fr
- hanadi.tutunji@credit-agricole-sa.fr

au plus tard le 18/07/2025 à 18h (heure locale de Paris)

- 4.1 Le nombre de points attribué pour chaque critère et sous critère d'évaluation est le suivant : (valeurs indicatives)

4.2

Points

i) Profil du/des Consultants Principaux :

- Connaissance et expérience (voir point 2.1 de la « Note d'information aux Consultants ») [0 – 20]
- Connaissance et expérience en renforcement des capacités techniques [0 – 10]
- Expériences similaires dans le pays de la mission et la région [0 – 10]

Sous- total : [0 - 40]

ii) Proposition technique :

- Compréhension globale des TDR [0 – 5]
- Degré d'analyse critique de la prestation demandée [0 – 5]
- Clarté de la proposition [0 – 10]
- Méthodologie proposée [0 – 35]

Sous total : [0 - 55]

iii) Niveau de participation locale [0 – 5]

Total : [0 – 100]

Le score technique minimum requis est de :

60 points

Monnaie utilisée pour la conversion des prix : Euro

4.3 Les poids respectifs attribués aux Propositions technique et financière sont :

Proposition technique = ____0,8____, et

Proposition financière = ____0,2____

4.4 Les négociations ont lieu par mail, téléphone ou plateforme digitale (Zoom, Skype, Webex, Teams, etc.).

5.1 **Le début de la mission est prévu pour début août 2025 mais la date précise sera à définir avec ACEP.**

Au moins une mission sur place devra être prévue, pour chaque entité concernée (ACEP Burkina et ACEP Madagascar respectivement).

Section 3. Termes de référence

1. Présentation générale

La mission d'ACEP est de soutenir l'économie en fournissant des services financiers simples et adaptés aux micro, petites et moyennes entreprises. ACEP travaille en étroite collaboration avec ses clients pour comprendre leur situation et leurs besoins individuels, afin de leur proposer une solution sur mesure qui assure leur réussite. Elle valorise leurs efforts et respecte la diversité de ses clients et de leurs parcours. ACEP s'engage à aider les entrepreneurs et leurs familles à prospérer grâce à son expertise financière et à son engagement envers leur réussite.

Les institutions de microfinance ACEP opèrent depuis plus de deux décennies dans 4 pays africains : le Burkina, le Cameroun, Madagascar et le Niger.

ACEP est avant tout une marque locale, le Groupe ACEP ayant été construit pour fédérer les ambitions de chaque institution dans son pays respectif, où elles ont développé une connaissance approfondie du terrain et des attentes spécifiques de leurs clients. Les institutions ACEP sont des acteurs financiers de référence au parcours éprouvé, qui ont bâti leur réputation sur des marchés difficiles grâce à leur approche pragmatique, gérant avec expertise des environnements complexes grâce à des méthodes d'analyse des risques éprouvées.

Les Termes de Référence ci-après concernent particulièrement deux des quatre institutions ACEP, à savoir ACEP Burkina et ACEP Madagascar.

2. Contexte

ACEP traverse une phase de transformation importante dans le cadre de son programme ACEP >> NEXT. A cette date, ACEP a adopté des nouvelles technologies de pointe ainsi que des nouvelles pratiques organisationnelles et opérationnelles efficaces, lui permettant de s'approcher davantage de ses clients et de mieux répondre à leurs besoins. Ces développements sont actuellement les plus avancés au sein d'ACEP Burkina et d'ACEP Madagascar.

Faisant partie intégrante du programme et afin de capitaliser sur ces investissements, il est nécessaire d'approfondir l'approche marketing pour s'aligner sur les nouvelles dynamiques du marché, en mettant en avant les valeurs et l'image de marque d'ACEP tout au long de l'engagement client.

3. Objectif et portée des travaux

L'objectif principal de cette assistance technique est de redéfinir l'approche marketing d'ACEP pour valoriser efficacement sa proposition de valeur dans l'ère numérique.

Le contexte de marché spécifique à chacune des institutions concernée (ACEP Burkina et ACEP Madagascar respectivement) sera pris en compte dans le cadre des travaux ; tout en visant à harmoniser globalement les pratiques, chaque institution saura capitaliser sur ses forces et ses opportunités uniques. De ce fait, chaque institution ACEP recevra des recommandations spécifiques, structurées autour d'une approche cadre marketing commune.

L'assistance technique couvrira les activités clés suivantes :

- **Évaluation concurrentielle des modèles innovants** : analyse approfondie du paysage concurrentiel, dont notamment des modèles commerciaux et opérationnels innovants (ie, n° vert, applis mobiles, externalisation d'agents commerciaux, partenariats Banque/ Fintech/ Télécom, ...) et des stratégies de présence en ligne (site web, réseaux sociaux, SEO, campagnes, ...).

- **Opportunités et positionnement** : identification des facteurs clés de différenciation d'ACEP et recommandation des priorités d'évolution pour consolider un avantage concurrentiel durable en tenant compte des tendances du marché, ainsi qu'en considérant les capacités et les outils acquis par ACEP à ce jour.
- **Stratégie Marketing et Formation** : élaboration d'une stratégie marketing et d'un plan de mise en œuvre intégrant les valeurs fondamentales et les objectifs d'impact d'ACEP, visant à récompenser la fidélité et l'engagement récurrent des clients ; formation aux équipes marketing internes et appui à l'implémentation initiale.
- **Appui à la mise en œuvre des tactiques d'acquisition clients** : conception des tactiques proactives et réactives d'entrée en relation avec des clients potentiels, à travers une approche multi-canal (ie, réseau d'agents, média sociaux, téléphone, parrainage, etc...) adaptée au niveau de maîtrise des segments de clientèle visés ; privilégier des solutions simples et efficaces.

4. Méthodologie

La centricité client guidera fortement l'intervention, avec le but d'ancrer les recommandations dans les réalités des bénéficiaires et des utilisateurs des services financiers d'ACEP.

L'assistance technique s'appuiera sur une approche structurée et collaborative :

- Exploitation des études de marché existantes, complétée par des recherches ciblées du contexte de marché, de la concurrence directe et indirecte, etc.
- Organisation d'ateliers et de consultations avec les parties prenantes (ie, clients, agents de crédit, responsables marketing, etc.).
- Co-construction des stratégies avec les équipes marketing d'ACEP, en respectant et en capitalisant sur les valeurs, l'image de marque et les chartes graphiques d'ACEP.

5. Livrables attendus

Une attitude pragmatique doit influencer le contenu des livrables, afin de les rendre opérationnels au plus vite ; l'accompagnement dans l'implémentation, sur une période de 6 mois, devrait être considéré en option dans la proposition.

Les livrables attendus dans le cadre de cette assistance technique sont les suivants :

- Rapport d'évaluation du paysage concurrentiel et focus notes des modèles innovants (2x par pays), mettant en évidence la valeur apportée aux clients
- Rapport de recommandations d'évolutions prioritaires et de positionnement : tronc commun + spécificités ACEP Burkina/ ACEP Madagascar
- Stratégie marketing et plan de mise en œuvre, en considérant les objectifs stratégiques de transformation (ie, acquisition client, fidélisation et parrainage grâce au service simple, fiable et à forte valeur ajoutée)
- Analyse coûts/ bénéfices des initiatives proposées, ainsi que le cadre de suivi d'implémentation (ie, indicateurs clés et valeurs cibles)
- Formation marketing digital (y compris des outils tels que Meta Ads, Google Ads, Whatsapp Business,..), aux équipes marketing/ front des Institutions ACEP
- **En option** : Accompagnement à l'implémentation de la Stratégie marketing et à la mise en œuvre des tactiques d'acquisition clients (dont au moins une campagne via les réseaux sociaux), sur une période de 6 mois

6. Indications supplémentaires

Le projet devra démarrer au plus vite. Des points d'étape réguliers seront organisés toutes les 2 semaines pour assurer le bon avancement des travaux.

Tous les livrables (hors accompagnement) devront être achevés au plus tard le 30 novembre 2025, pour les deux institutions. Un planning détaillé tenant compte de ces contraintes est attendu dans la proposition technique.

Ces Termes de référence peuvent se cumuler, si les qualifications et l'expertise le justifient, avec les TDR : « **Amélioration de l'engagement client** ».

Les conditions des deux TDR cumulées s'appliqueront dans la sélection des candidats, ainsi que dans l'exécution de la mission prévue. Les candidats peuvent soumettre une seule application consolidée, tout en précisant bien les synergies attendues d'une contractualisation unique.