

Programme de Formation Boulder MFT 2019 Syllabus du Cours

Information du cours

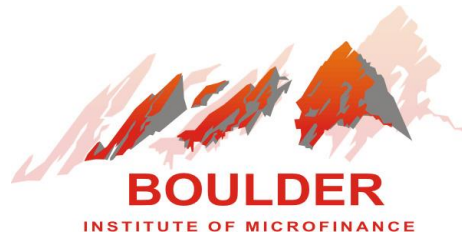
Cours :	Le financement des PME par la microfinance et l'apport des technologies digitales
Professeur :	André Oertel
Dates :	8 au 12 juillet 2019
Session :	Cours optionnel de l'après-midi (14:30 - 17:30)
Langue :	Français

Description du cours

Les petites et moyennes entreprises sont encore fréquemment confrontées à un accès difficile à des financements externes et notamment au crédit. Alors que certaines banques ont identifié le potentiel de ce créneau et tentent de « descendre » vers cette clientèle, des institutions de microfinance font le mouvement inverse, en « montant » vers ce segment du marché, pour accompagner leurs clients actuels dans leur croissance, augmenter la taille de leur portefeuille de prêts et/ou améliorer leur rentabilité. Cette démarche ne représente cependant pas qu'un simple changement d'échelle mais aussi un saut qualitatif, qui demande à être bien réfléchi et préparé : à partir d'une bonne vision du marché et des forces et faiblesses de l'institution elle-même, il conviendra de définir des objectifs clairs, d'identifier la clientèle recherchée, de développer des produits de financement adaptés et de mettre en place les ressources humaines et technique nécessaires pour développer une offre attractive dans des conditions de risque maîtrisées.

Cette démarche ne peut s'effectuer aujourd'hui sans prendre en compte les perspectives qu'offrent les technologies digitales : amélioration de la qualité de l'offre du point de vue de la clientèle, acquisition de clients, meilleure maîtrise des coûts de l'administration des prêts et du risque-crédit notamment. Là encore, les options qui se présentent doivent être mûrement réfléchies en considérant les technologies disponibles, les coûts, les risques et les termes des partenariats envisageables.

Les participants au cours seront invités à réfléchir aux différents aspects du lancement et/ou du développement d'une offre de financement destinée aux PME : stratégie, marketing, organisation, gestion du risque-crédit. L'apport des technologies digitales sera examiné de manière critique (coûts, visibilité et contrôle du parcours client, contrôle des données, contrôle des canaux de distribution, maîtrise du risque). La démarche pédagogique s'appuiera sur des exemples tirés de cas réels desquels les participants seront invités à discuter et qui mettront en lumière les questions essentielles à se poser.



A la fin du cours, les participants seront invités à construire une stratégie et un plan d'action pour le lancement d'une offre de crédit destinée aux PME.

Objectifs

L'objectif du cours est de permettre aux participants de maîtriser les principaux éléments d'une réflexion structurée sur l'opportunité de développer une offre de financement pour les PME et ensuite d'identifier les chantiers nécessaires pour préparer et déployer cette offre. Les participants comprendront en outre les avantages et les contraintes de l'utilisation de données et de technologies digitales dans les différentes étapes du cycle de crédit.

Exigences préalables

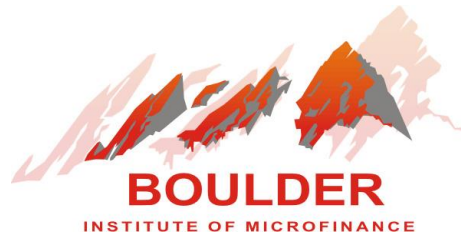
-

Auditoire / Participants

Le cours s'adresse prioritairement à des dirigeants et cadres des institutions de microfinance susceptibles de mener ou de participer à des travaux de développement d'une offre de crédit à destination des PME. Il peut donc s'agir de membres de la direction, de responsables de l'exploitation, du marketing, de l'organisation, de la gestion des risques ou de tout autre responsable concerné. Il peut aussi intéresser les gérants et cadres des structures et organismes d'appuis aux IMF et les bailleurs et investisseurs.

Méthodologie

Le cours est bâti sur des présentations des différents aspects du financement des PME (stratégie, marketing, organisation, gestion du risque-crédit, options digitales) et de cas exemplaires, suivies de discussions des cas présentés. La dernière séance (jour 5) est consacrée à l'élaboration par les participants de plans d'actions pour le lancement d'une activité de financement des PME. En fonction de la composition du groupe de participants, ces plans d'actions pourront être élaborés soit pour les institutions pour lesquelles les participants travaillent, soit à partir d'énoncés de cas fictifs.



Bibliographie (lecture suggérée, veuillez inclure l'adresse Internet)

[sera complété]

Plan du cours

Jour 1 :	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction du cours et des participants • Situations dans vos institutions: Objectifs et challenges du financement des PME • Pourquoi viser le marché des PME? - Considérations stratégiques
Jour 2 :	<ul style="list-style-type: none"> • Se préparer pour le marché des PME - Marketing (produits, process et modèles de distribution) • Présentation et discussion de cas exemplaires • Se préparer pour le marché des PME - Appréciation du risque crédit
Jour 3 :	<ul style="list-style-type: none"> • Se préparer pour le marché des PME - Organisation et outils • Présentation et discussion de cas exemplaires
Jour 4 :	<ul style="list-style-type: none"> • L'apport des technologies digitales - Les options • L'apport des technologies digitales - Considérations stratégiques • L'apport des technologies digitales - Présentation et discussion de cas exemplaires • Quelle stratégie digitale pour vos activités PME?
Jour 5 :	<ul style="list-style-type: none"> • SWOT, stratégie et plan d'action - introduction • Ateliers (construction d'un plan d'action à partir d'un énoncé ou pour votre institution) • Restitutions et discussions