

Lorem Ipsum



ANALYSE CONCURRENTIELLE SUR LES OFFRES DE CRÉDIT POUR BGFIBANK CONGO

OFFRE TECHNIQUE ET FINANCIERE

Lorem Ipsum



CONTEXT ET OBJECTIF

Contexte

Le secteur bancaire congolais est marqué par une concurrence accrue, avec des acteurs comme Ecobank, UBA, BCI et Crédit du Congo qui innovent constamment dans leurs offres de crédit. Dans ce contexte, BGFIBank Congo cherche à consolider sa part de marché en alignant ses produits sur les attentes spécifiques des particuliers, professionnels et entreprises, tout en intégrant les innovations digitales observées chez ses concurrents.

Pour y parvenir, la banque désire s'appuyer sur **une analyse fine des offres concurrentes** pour dégager les meilleures pratiques, **une évaluation précise du parcours client** afin de détecter et corriger les points de friction, ainsi qu'**une collecte d'insights consommateurs** pour identifier les besoins spécifiques et niches non satisfaites.

Par cette combinaison rigoureuse entre données qualitatives et quantitatives, BGFIBank souhaite adapter rapidement ses offres et à maintenir sa position de leader dans un environnement en constante évolution.

Objectif général

L'**objectif général** de cette étude est de permettre à BGFIBank Congo de disposer d'une vision claire, actualisée et comparative des offres de crédit sur le marché bancaire congolais et sous-régional, afin d'orienter efficacement sa stratégie commerciale et d'optimiser la compétitivité de ses produits auprès des particuliers, professionnels et entreprises.

Objectifs spécifiques

De manière plus détaillée, l'étude visera à :

Cartographier l'ensemble des offres de crédit disponibles au Congo et dans les pays voisins.

Comparer les conditions commerciales (taux, délais, garanties) et les processus (digitalisation, expérience client).

Identifier les tendances et attentes émergentes (niches) en matière de crédits innovants (microcrédits, crédits verts, solutions blockchain).

Analyser en profondeur le parcours client sur tous les canaux pour déceler les points de friction et améliorer la qualité du service.

Proposer un plan d'optimisation stratégique pour BGFIBank Congo, incluant une feuille de route de mise en œuvre

METHODOLOGIE : APPORCHES

APPROCHE QUANTITATIVE

L'objectif de cette approche est de collecter et analyser des données chiffrées afin de mesurer les paramètres des offres de crédit (taux, délais, garanties, conditions...) et d'évaluer leur positionnement dans un environnement concurrentiel via l'analyse de données internes et externes.

APPROCHE QUALITATIVE

L'objectif de cette approche est d'obtenir une compréhension fine et nuancée des perceptions, motivations, freins et attentes des bénéficiaires en s'appuyant sur des retours d'expérience détaillés.

BENCHMARK CONCURRENTIEL

L'objectif ici est de comparer de manière détaillée l'offre de crédit de BGFI Bank Congo aux meilleures pratiques du marché et identifier les tendances émergentes pour orienter l'innovation.

Lorem Ipsum



METHODOLOGIE : APPROCHE QUANTITATIVE

METHODOLOGIE : APPORCHE QUANTITATIVE

Cette approche sera structurée en trois grands axes :

A. Analyse des Données Internes

Processus de Traitement des Dossiers :

- ✓ La description des différentes phases du processus (soumission du dossier, analyse de risque, validation, octroi et suivi post-octroi).
- ✓ L'identification des étapes clés pouvant influencer sur la performance (vérification de pièces, prise de décision, validation managériale, etc.).

Mesure des Délais de Traitement des Dossiers :

- ✓ temps moyen entre la réception d'un dossier et sa décision finale.
- ✓ La répartition des temps de traitement en fonction des segments (particuliers, professionnels, entreprises).
- ✓ Analyses comparatives selon les agences géographiques (BZV, PNR, Dolisie, Oyo).

Évaluation des Taux Appliqués Selon les Offres :

- ✓ Comparaison des taux pratiqués en fonction du profil client et du montant octroyé.
- ✓ Analyse des écarts de taux et éventuelles corrélations avec la rapidité de traitement.
- ✓ Revue périodique des ajustements de taux en fonction de l'évolution du marché interne.

Indicateurs à analyser :

- ✓ Temps moyen de traitement (jours/heures).
- ✓ Écart moyen des taux appliqués et leur évolution.
- ✓ Nombre total de dossiers traités et taux d'acceptation/refus.

METHODOLOGIE : APPORCHE QUANTITATIVE

B. Analyse des Données Externes et Recherche Documentaire

Indicateurs à analyser :

Collecte et Analyse des Rapports du Secteur Bancaire :

- ✓ Rapports annuels et bilans des banques concurrentes.
- ✓ Documentation des organismes de régulation et des associations bancaires.

Entretiens et Enquêtes Clients

organiserons des enquêtes structurées auprès d'un panel représentatif afin de mesurer :

- ✓ L'expérience des clients sur les offres de crédit.
- ✓ Leur perception comparative en termes de délais, de taux et de conditions d'octroi.
- ✓ Leur satisfaction et leurs attentes pour de nouvelles offres.

- ✓ Écart moyen des taux et comparaisons avec les offres concurrentes.
- ✓ Durée affichée et réelle des processus d'octroi chez la concurrence.
- ✓ Taux d'adhésion et satisfaction client via questionnaires.
- ✓ Nombre d'éléments innovants recensés dans les supports publicitaires

METHODOLOGIE : APPORCHE QUANTITATIVE

C. Sondages et Questionnaires en Ligne

Indicateurs à analyser :

Déploiement de Questionnaires Standardisés :

- ✓ Recueil de données sur la fréquence d'utilisation des offres de crédit.
- ✓ Identification des niveaux de satisfaction, des points de friction, et des attentes concernant de nouvelles offres.

Analyse Statistique des Réponses :

- ✓ Les réponses seront agrégées et analysées pour dégager des tendances :
- ✓ Établissement de scores de satisfaction (NPS, échelles de Likert).
- ✓ Identification des facteurs récurrents en cas de réclamation ou d'abandon de la démarche.

- ✓ Fréquence d'utilisation des services de crédit.
- ✓ Taux de satisfaction globale et par fonctionnalité.
- ✓ Pourcentage de réclamations et retours négatifs.
- ✓ Taux de complétion et de participation aux enquêtes.

Lorem Ipsum



METHODOLOGIE : APPORCHE QUALITATIVE

METHODOLOGIE : APPROCHE QUALITATIVE

L'objectif de cette approche est d'obtenir une compréhension fine et nuancée des perceptions, motivations, freins et attentes des bénéficiaires en s'appuyant sur des retours d'expérience détaillés.



Entretiens Individuels et Focus Groups

Organisation d'Entretiens Semi-Directifs :

Nous réaliserons des entretiens approfondis avec des clients cibles (particuliers, professionnels, entreprises) et avec des collaborateurs opérationnels :

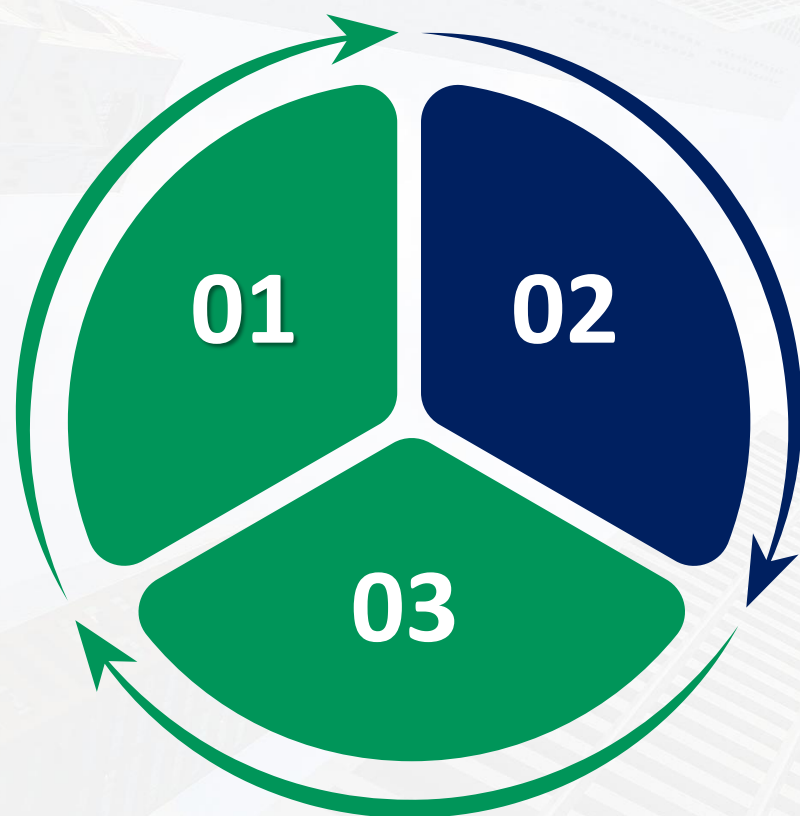
- ✓ Utilisation d'un guide d'entretien couvrant la satisfaction générale, les points de friction et les attentes spécifiques.
- ✓ Enregistrement et transcription des discussions pour une analyse thématique détaillée.

Mise en Place de Sessions de Focus Groups :

- ✓ Réunions de groupe visant à confronter différentes perceptions et à enrichir la compréhension des enjeux spécifiques à la souscription aux offres de crédit.

METHODOLOGIE : APPROCHE QUALITATIVE

L'objectif de cette approche est d'obtenir une compréhension fine et nuancée des perceptions, motivations, freins et attentes des bénéficiaires en s'appuyant sur des retours d'expérience détaillés.



Observation du Parcours Client

Cartographie Complète du Parcours Client :

Observation directe et reconstitution des parcours de souscription :

- ✓ Étude des phases de contact, de la présentation des offres à la finalisation de l'octroi.
- ✓ Identification des étapes critiques où le client peut rencontrer des difficultés (temps d'attente, complexité des formulaires, manque de transparence sur les critères).

Tests Utilisateurs sur Site et en Agence :

Réalisation de sessions d'observation où des clients seront invités à suivre leur parcours habituel, permettant ainsi de noter précisément :

- ✓ Les zones d'hésitation et les abandons.
- ✓ Les interactions avec le personnel de support et la qualité du suivi.

METHODOLOGIE : APPROCHE QUALITATIVE

L'objectif de cette approche est d'obtenir une compréhension fine et nuancée des perceptions, motivations, freins et attentes des bénéficiaires en s'appuyant sur des retours d'expérience détaillés.



Analyse de la Satisfaction et des Attentes

Recueil des Suggestion d'Amélioration et des Retours d'Expérience :

Au travers d'interviews et de questionnaires qualitatifs, nous identifions :

- ✓ Les besoins non couverts.
- ✓ Les améliorations concrètes à apporter pour fluidifier le parcours client.
- ✓ Les innovations perçues comme nécessaires pour répondre aux attentes modernes (ex. digitalisation accrue, accompagnement personnalisé).

Synthèse et Triangulation des Données Qualitatives :

Intégration des retours issus des entretiens, focus groups, et observations afin de :

- ✓ Construire une cartographie des irritants.
- ✓ Prioriser les attentes selon leur fréquence et impact rapporté par les clients.

METHODOLOGIE : APPORCHE QUALITATIVE

Échantillons

Afin d'assurer la richesse des retours, nous proposons les échantillons suivants pour la phase qualitative (entretiens) :

Segment	Type de collecte	Nombre d'entretiens	Lieu
Particuliers	Individuels + groupes	15 à 20	BZV, PNR, Dolisie, Oyo
Professionnels	Individuels	15	BZV, PNR, Dolisie, Oyo
Entreprises	Individuels (dirigeants)	10 à 12	BZV, PNR

BZV = Brazzaville ; PNR = Pointe-Noire

Intégration des retours issus des entretiens, focus groups, et observations afin de :

- ✓ Construire une cartographie des clients.
- ✓ Prioriser les attentes selon leur fréquence et impact rapporté par les clients.

Lorem Ipsum



METHODOLOGIE : BENCHMARK CONCURRENTIEL

METHODOLOGIE : BENCHMARK

L'objectif ici est de comparer de manière détaillée l'offre de crédit de BGFIBank Congo aux meilleures pratiques du marché et identifier les tendances émergentes pour orienter l'innovation.

Recensement et Analyse des Offres Concurrentes

Identification des Principaux Concurrents :

Sélection systématique des établissements clés (**Ecobank, UBA, BCI, Crédit du Congo, Banque postale du Congo, BCH, La congolaise des banques**) pour constituer l'échantillon du benchmark.

Recueil des Caractéristiques des Offres :

Pour chaque concurrent, nous recueillerons :

- ✓ Les taux d'intérêt pratiqués.
- ✓ Les délais moyens d'octroi.
- ✓ Les types de garanties demandées et autres conditions spécifiques.
- ✓ Les dispositifs de digitalisation et les outils complémentaires proposés.

Analyse Fonctionnelle et Ergonomique

Étude des Processus de Souscription en Ligne et en Agence :

Par le biais d'une analyse fonctionnelle, nous comparerons l'ergonomie et la fluidité des parcours de souscription :

- ✓ Évaluation des interfaces digitales (sites web, applications mobiles) via des tests utilisateurs.
- ✓ Recueil des avis et commentaires dans les stores (Google Play, App Store) sur l'ergonomie, la rapidité et la simplicité d'utilisation.

Identification des Fonctionnalités Innovantes :

Nous listerons les fonctionnalités différenciatrices proposées par les concurrents telles que :

- ✓ L'intégration de chatbots, notifications
- ✓ personnalisées ou services de conseil en ligne.
- ✓ Les innovations en matière de sécurité (double authentification, biométrie).

Suivi des Tendances et Menaces Émergentes

Veille Stratégique sur les Innovations du Secteur :

En utilisant des sources spécialisées (rapports, études de marché, publications en ligne), nous identifierons :

- ✓ Les évolutions technologiques dans le domaine du crédit (paiement QR code, offres personnalisées, digitalisation totale du parcours).
- ✓ Les stratégies marketing innovantes déployées par les concurrents.

Analyse des Retours et Avis en Ligne :

Collecte des retours clients sur diverses plateformes afin de repérer :

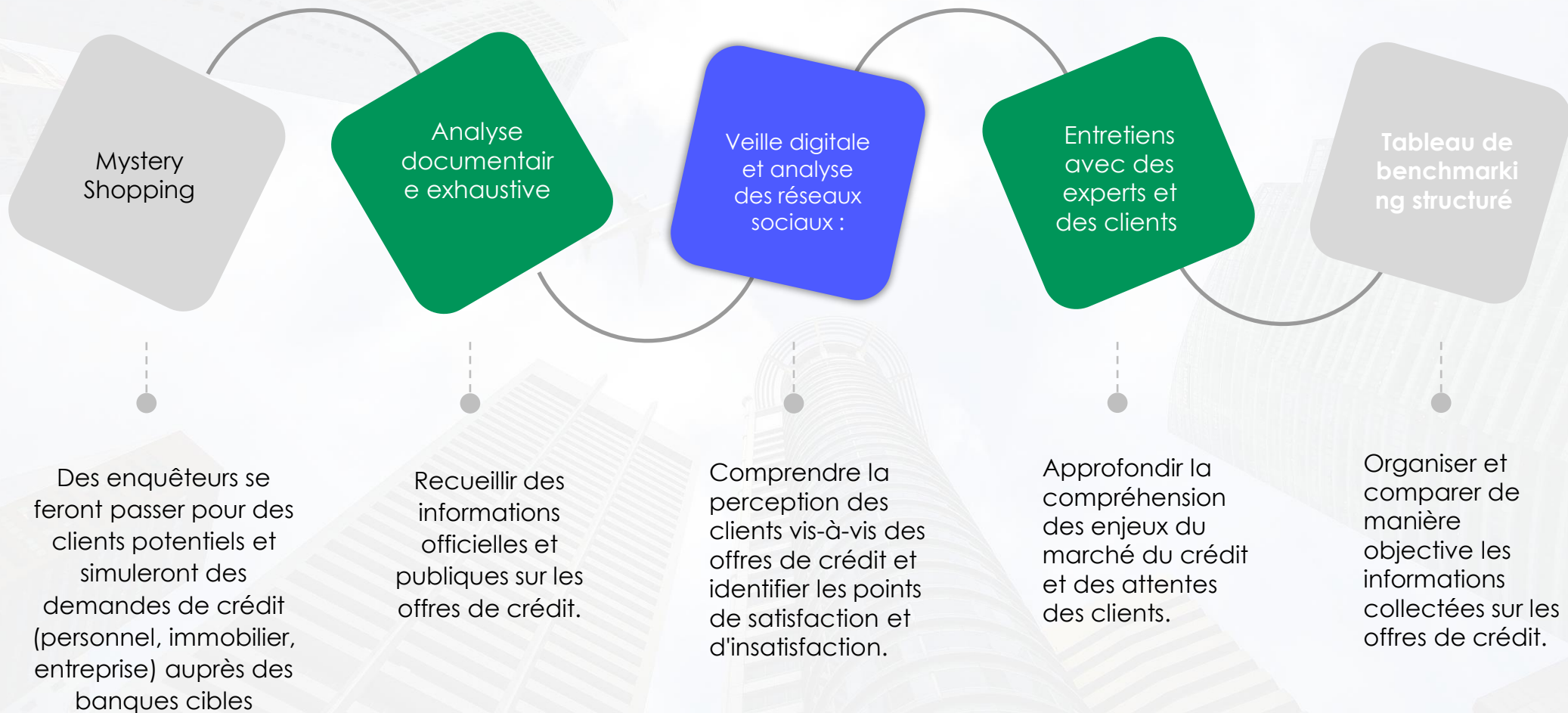
- ✓ Les tendances en matière de satisfaction et d'insatisfaction.
- ✓ Les menaces potentielles liées à l'entrée de nouveaux acteurs ou de fintechs.

Lorem Ipsum



METHODOLOGIE DE COLLECTE

METHODOLOGIE DE COLLECTE



Population Cible



La population cible de l'étude est constituée des **clients des agences BGFIBank Congo** situées à **Brazzaville (BZV), Pointe-Noire (PNR), Dolisie et Oyo**.



Elle couvre l'ensemble du territoire national



Elle englobe trois catégories de clientèle : **les particuliers, les professionnels** (commerçants, artisans, indépendants) et **les entreprises** (PME et grandes structures).

METHODOLOGIE DE COLLECTE

Phase 1 : Préparation et conception (Semaine 1)

Phase 2 : Collecte des données (Semaines 2-4)

Phase 3 : Analyse et traitement des données (Semaines 5-6)

Phase 4 : Préparation et présentation des résultats (Semaines 7-8)

Phase 1 : Préparation et conception

- 1. Réunion de cadrage** avec l'équipe de BGFIBank Congo
 - Validation des objectifs et du périmètre
 - Identification des points focaux et des interlocuteurs clés
 - Finalisation du calendrier d'exécution
 - 2. Élaboration des outils de collecte**
 - Conception des questionnaires d'enquête
 - Élaboration des guides d'entretien
 - Création des grilles d'observation pour le mystery shopping
 - 3. Recrutement et formation des enquêteurs**
 - Sélection d'enquêteurs expérimentés dans le secteur bancaire
 - Formation spécifique aux outils et objectifs de l'étude
- Organisation logistique des interventions sur le terrain

Phase 2 : Collecte des données (Semaines 2-4)

- 1. Collecte des données internes**
 - Revue documentaire des procédures et offres de BGFIBank Congo
 - Analyse des statistiques de traitement des dossiers de crédit
 - Entretiens ciblés avec les responsables produits et crédits
 - 2. Enquête clients**
 - Administration des questionnaires aux 200 clients ciblés
 - Réalisation des entretiens qualitatifs avec les 30 clients sélectionnés
 - Contrôle qualité des données collectées
 - 3. Analyse concurrentielle sur le terrain**
 - Visites mystère dans les agences bancaires prioritaires
 - Collecte des supports commerciaux des concurrents
 - Test des parcours de demande de crédit en ligne
 - 4. Recherche documentaire**
 - Collecte des rapports sectoriels et publications spécialisées
 - Analyse des rapports annuels des concurrents
- Revue des sites web et plateformes digitales

Phase 3 : Analyse et traitement des données (Semaines 5-6)

- 1. Traitement des données quantitatives**
 - Nettoyage et validation des données collectées
 - Analyse statistique des résultats d'enquête
 - Élaboration des tableaux comparatifs
 - 2. Analyse qualitative**
 - Analyse thématique des entretiens
 - Synthèse des observations de mystery shopping
 - Identification des tendances et bonnes pratiques
 - 3. Analyse comparative approfondie**
 - Comparaison systématique des offres et conditions
 - Benchmarking des processus et délais de traitement
 - Évaluation des niveaux de digitalisation
 - 4. Formulation des recommandations**
 - Identification des axes d'amélioration
 - Élaboration de propositions stratégiques
- Priorisation des actions recommandées

LIVRABLES ATTENDUS



Rapport d'étude complet

- ✓ Présentation des résultats d'enquête (quantitatifs et qualitatifs).
- ✓ Analyse détaillée sur l'offre et les attentes en matière de crédit
- ✓ Recommandations pratiques



Presentation

- ✓ Résumant et restituant les principaux enseignements et recommandations stratégiques de l'étude.

Quelques références

Analyse de l'expérience et la satisfaction client en Agence
Afriland First Bank
Mars-2025

Enquête de notoriété, image, perception et satisfaction client
CBC
déc-24

Benchmark des produits et services bancaires
Nov-2024

Etude bilan de l'image et de positionnement de BGFI Bank dans
le marché de la banque au Congo
Août-2018 et juil-2019

Éléments distinctifs de notre approche

- ❖ Couverture terrain directe à Brazzaville, Pointe-Noire, Dolisie et Oyo.
- ❖ Analyse croisée des données internes et concurrentielles.
- ❖ Segmentation précise des clients (particuliers, pros, entreprises).
- ❖ Entretiens qualitatifs ciblés et observation en agence.
- ❖ Benchmark structuré des pratiques du marché.
- ❖ Méthodologie mixte (quantitatif, qualitatif, terrain).
- ❖ Recommandations concrètes, priorisées et opérationnelles.

Notre cabinet s'engage à fournir à BGFI Bank Congo une feuille de route claire, pragmatique et directement exploitable pour ajuster et renforcer son offre de crédits dans un environnement bancaire en constante évolution.

BUDGET GLOBAL DE

L'ETUDE

	Phase	Actions	Description	Qté	PU (HT)	PT (HT)	Commentaires
Média Intelligence SARL	Phase de conception	Élaboration des outils	Conception méthodologique et outils de collecte	1	600 000	600 000	Inclut la réunion de cadrage
		Formation	Formation des enquêteurs et testeurs	1	400 000	400 000	5 enquêteurs, 2 jours
Média Intelligence SARL	Phase de collecte	Enquête quantitative	Administration de questionnaires	350	12 000	4 200 000	Échantillon optimisé
		Entretiens qualitatifs	Réalisation d'entretiens approfondis	30	35 000	1 050 000	30 entretiens ciblés
		Mystery shopping	Visites mystère en agences	27	40 000	1 080 000	9 banques × 3 agences
		Collecte documentaire	Recherche et analyse documentaire	1	550 000	550 000	9 banques congolaises
Média Intelligence SARL	Phase d'analyse	Traitement statistique	Analyse des données quantitatives	1	1 200 000	1 200 000	
		Analyse qualitative	Analyse thématique des entretiens	1	650 000	950 000	
		Benchmark	Analyse comparative des offres	1	900 000	1 100 000	9 banques congolaises
	Phase de restitution	Rapport final	Rédaction des livrables complets	1	1 050 000	1 050 000	3 livrables principaux
	Logistique et divers	Déplacements	Transports enquêteurs	1	500 000	800 000	
Média Intelligence SARL		Locations	location de la plateforme	1	300 000	300 000	
		Matériel	Impression, reproduction, matériel d'enquête badges, questionnaires	1	300 000	300 000	
		Total HT				13 280 000 FCFA	

CONDITIONS

COMMERCIALES

Dans le cadre de cette collaboration, les conditions suivantes s'appliquent :

1 Validité de l'offre

La présente offre est valable pour une durée de 30 jours à compter de sa date d'émission.

2 Confidentialité

Media Intelligence SARL s'engage à respecter la plus stricte confidentialité concernant toutes les informations et données recueillies dans le cadre de cette étude.

3 Propriété intellectuelle

L'ensemble des livrables produits dans le cadre de cette mission sera la propriété exclusive de BGFIBank Congo.

Les méthodologies, recommandations, et tout autre élément fourni par Media Intelligence dans le cadre de cette offre sont protégés par des droits d'auteur. Par conséquent :

- Toute utilisation de ces éléments par un autre cabinet ou tiers sans l'accord écrit de Media Intelligence est strictement interdite.
- En cas de rupture de collaboration et d'engagement avec un autre cabinet, le client s'engage à **ne pas réutiliser les idées, recommandations, ou solutions proposées par Media Intelligence** dans le présent cadre contractuel.

4 Échéancier de paiement

Nous proposons l'échéancier de paiement suivant :

- 40% à la signature du contrat : 5 312 000 FCFA
- 30% à mi-parcours (après la phase de collecte) : 3 984 000 FCFA
- 30% à la livraison des livrables finaux : 3 984 000 FCFA

5 Modifications et ajustements

Toute modification significative du périmètre ou des objectifs de l'étude fera l'objet d'un avenant au contrat et pourra entraîner une révision du budget.

Ces conditions visent à garantir un partenariat transparent et respectueux des droits des parties impliquées.



Competitive Business Intelligence – Media Research - Business Research - Digital

Since 2011

Yaoundé ; Elig-Essono pont de la gare

BP.:11115 Yaoundé

Tel. Yaoundé:

- **Fixe: (237) 222 23 44 01**
- **Portable: (237) 677 43 10 13**

Mail : info@Mediaintelligence.fr

Web site : www.mediaintelligence.fr