

People **input** _

Innovation Provider

ABIDJAN • DAKAR • DOUALA

La technologie : un outil au service de l'éducation financière

SOMMAIRE

- **People Input : qui sommes-nous ?**
- **Etat des lieux du Digital dans l'UEMOA**
- **Panorama des technologies existantes**
- **Obstacles et contraintes pour les populations rurales**
- **Facteurs clés de succès de l'éducation financière numérique**

People input



Qui sommes-nous ?

People input

Notre offre

Consulting



- Stratégie digitale
- Transformation digitale
- Formations

Développement Web & Mobile



- Portail web
- Application mobile Applications (*iOs, Android,*) & multi devices (*Smartphone, Tablette*)
- Site e-commerce
- Intranet

Services à Valeur Ajoutée



- Contenus à valeur ajoutée pour mobiles
- Contenus USSD
- Contenus SMS
- Services de paiement (*billing*)

_Une parfaite compréhension du métier des opérateurs télécoms

People Input a été un des premiers fournisseur de SVA (Services à Valeur Ajoutée) en Afrique francophone. Depuis 2004, nous avons établi des partenariats avec les plus grands opérateurs de la région.

Cette expérience acquise depuis + de 15 ans avec les opérateurs mobiles nous permet d'avoir une **excellente connaissance de leurs environnements technologiques et donc une parfaite maîtrise de la faisabilité de certaines solutions.**



Cameroun



Senegal



Mali



Côte d'Ivoire



Guinée



Senegal



Senegal



Niger



Cameroon



Cote d'Ivoire

_Une équipe d'experts digitaux dans 3 bureaux



SENEGAL



**COTE
D'IVOIRE**



CAMEROON

Conseil en Transformation Digitale

People input

_Nos références Transformation Digitale



> Objectif

Optimiser l'expérience clients de la BHS

> Notre valeur ajoutée

Conception d'outils digitaux alignés aux standards internationaux : Ebanking, SMS Banking, Application mobile banking

> Objectif

Dématérialiser le paiement de ciments par les distributeurs

> Notre valeur ajoutée :

Mise en place d'une plateforme de commande et de paiement mobile

> Objectif

Réduire le trafic dans les points de paiements et développer l'usage des cartes rapido

> Notre valeur ajoutée

Conception d'un portail web et d'une APP mobile intégrant une solution de paiement pour les recharges de cartes Rapido

> Objectif

Centraliser les activités de négoce d'acier réalisées dans les filiales Afrique

> Notre valeur ajoutée

Conception d'une plateforme extranet centralisant toutes les activités de trading en interne

> Objectif

Améliorer la productivité du département distribution

> Notre valeur ajoutée

Fournir un outil de gestion commerciale mobile : géolocalisation des points de vente, gestion des stocks, gestion des ventes

Nos références web & Apps

People input



- ▶ Ebanking
- ▶ SMS Banking
- ▶ APP Mobile Banking



_Fonctionnalités de la plateforme Ebanking / SMS Banking



E-banking

- Solde de son compte dépôt et prêt
- Historique des transactions sur ses comptes
- Exportation des données aux formats standards (xls, csv, pdf...)
- Effectuer un virement
- Consultez le statut de sa demande de virement
- Envoi de mails à son gestionnaire de compte
- Modification de ses coordonnées personnelles
- Simulateur de crédit



SMS
banking

- Réception du solde son compte
- Alertes opérations (débit, crédit)
- Rappel d'échéances de prêts



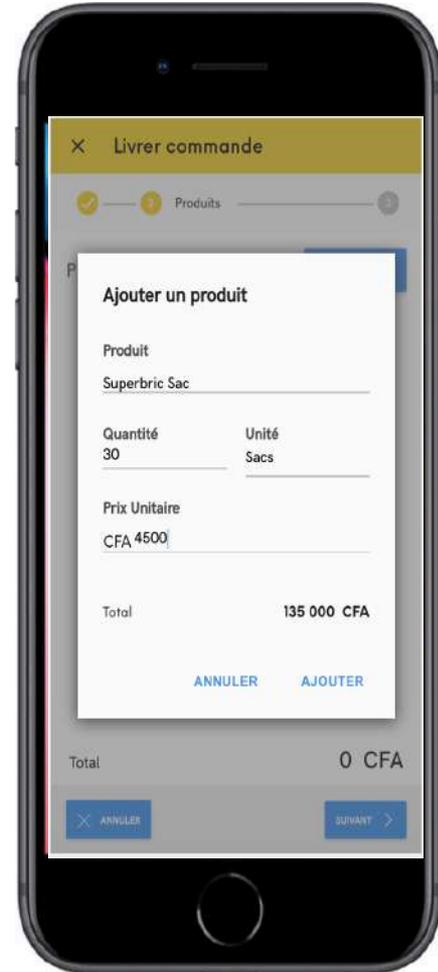
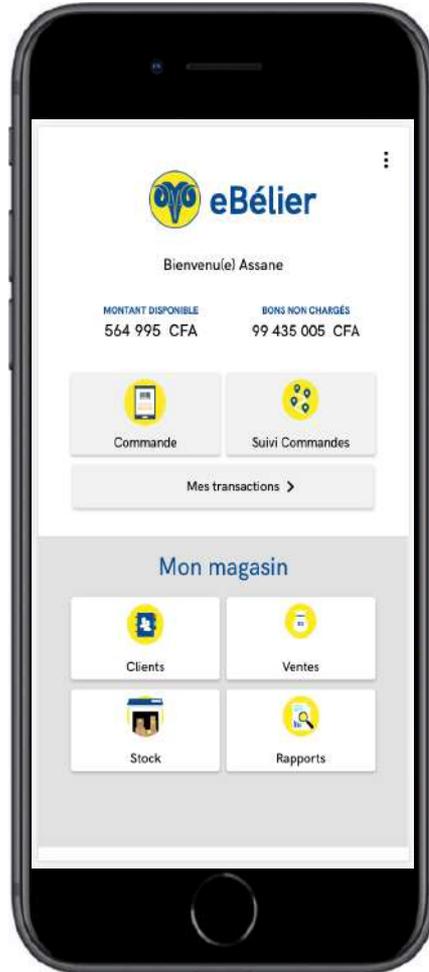
_Ebelier Lafarge Holcim

- ▶ Interfaçage ERP
- ▶ Interfaçage avec plateformes Mobile Money



- ▶ Commande en ligne

En savoir plus [ici](#)



_Ebelier Lafarge Holcim

Directeur Digital LHCI :

“...alors que cette application commerciale (eBélier) a été lancée il y a 6 mois, on a déjà plus de 60% des commandes qui se font via cette plateforme digitale. Cela, vous le voyez aussi en termes de paiements mobiles.

Je prends le cas d'un détaillant que j'ai rencontré A Bouaké. Ce dernier m'a expliqué qu'avec le paiement mobile, il n'est plus obligé de passer à la banque pour s'assurer que le virement a été fait. Et en plus, avec l'application eBélier, il peut passer sa commande, la suivre et gérer son stock directement avec son smartphone, de sorte qu'il a pu libérer 50 % du temps qu'il consacrait aux tâches administratives à autres choses notamment du conseil à ses propres clients. »

The screenshot shows the Financial Afrik website with the following elements:

- Header:** Financial Afrik logo, TASKTOP logo, and a green banner: "Most Digital Transformations Fail. Learn How to Make Yours a Success. Learn More".
- Navigation:** FINANCE, INSTITUTIONS, LEADERS, SECTEURS, TOURISME, PREMIUM, DINDEX 20, ENGLISH.
- Article Title:** «2019 sera l'année du Digital chez LafargeHolcim»
- Author:** par Rédaction - 20 mars, 2019
- Image:** Portrait of Emmanuel Rigaux.
- Text:** Diplômé de l'ENIC (École Normale Supérieure) et de Sciences Po Paris, Emmanuel Rigaux a dirigé Lafarge Zambie et Lafarge Congo avant de prendre, il y a 2 ans et demi, les rênes de LafargeHolcim Maroc-Moyens (LHMA), la joint-venture du groupe LafargeHolcim et du fonds marocain Al Madiv (investissement SMI).
- Tasktop Banner:** Most Digital Transformations Fail. Learn How to Make Yours a Success.
- Text:** Nommé depuis le début de l'année à la tête du département digital de LHMA dans la région Afrique et Moyen Orient, Emmanuel Rigaux revient pour Financial Afrik sur les implications que peut avoir les technologies du numérique sur un secteur industriel comme celui du ciment.
- Text:** Quelle peut bien être la place du digital dans une industrie comme la vôtre ?
- Text:** Pendant longtemps cette place était faible, pas seulement chez LafargeHolcim mais dans l'industrie en général où le numérique était considéré comme un gadget. La transformation engagée depuis 2 ans nous permet d'établir qu'il s'agit d'un moyen pour nous non seulement de mieux servir nos clients, d'être encore plus réactif mais aussi de proposer une offre qui est différente de celle de tous nos concurrents.
- Text:** En visitant nos clients, en particulier ceux les plus éloignés des agences bancaires ou de nos points de ventes, on se rend vite compte que le digital n'est pas du tout un gadget mais qu'il permet à nos clients, occupés jusqu'ici par toutes sortes de tâches administratives autour de leur commande, de se recentrer sur leurs propres clients. La Côte d'Ivoire représente à bien des égards le pays sur lequel nous voulons nous appuyer notamment en Afrique francophone pour accélérer notre transformation digitale compte tenu du lancement réussi d'E-Bélier et de la part très importante des paiements mobiles chez nos clients.
- Right Sidebar:** S'ABONNER À LA NEWSLETTER (35 957 abonnés), ARTICLES PREMIUM (La Tchad "défaxe" les produits de base, Côte d'Ivoire: une croissance toujours insolente..., Cameroun: la SNH se maintient à la tête des entreprises..., Une nouvelle compagnie aérienne pour le Ghana, Tunisie: l'automobile, moteur du secteur de l'assurance, Algérie: pas de restriction de mouvements pour les banquiers).
- Footer:** MY PREMIUM, LE BLOG.

_Archives d'Afrique – Alain Foka (RFI)

Two smartphones are shown side-by-side. The left one is an iPhone displaying the app's home screen with sections for "Accueil", "Podcasts audios", and "Coffrets vidéos". The right one is an Android phone displaying a "Coffrets vidéo" section with a grid of video thumbnails featuring African leaders.

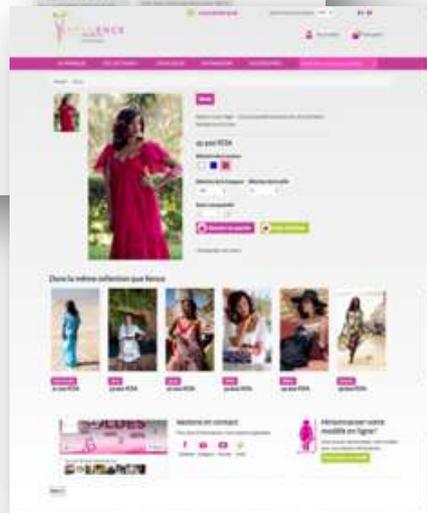
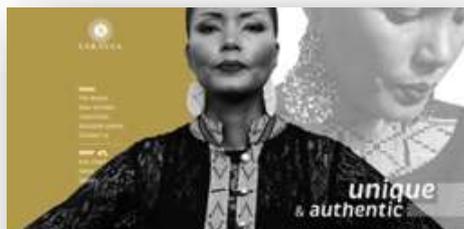
**ARCHIVES
D'AFRIQUE**

La mémoire du continent africain
sur votre smartphone

Two logos are positioned at the bottom right of the app interface: the Google Play logo and the "Available on the iPhone App Store" logo.

+ de 200 000
downloads

_E-commerce



_Références web

DIRECTION GENERALE DES IMPOTS ET DES DOMAINES

etax Centre d'appel 818021111 ENG

Présentation Service aux usagers Procédures & Démarches Documentation Espace communication

ACTUALITÉS

Suivi mutations foncières indicateurs doing business avril 2018
suivi des mutations foncières indicateurs doing business avril 2018
[LIBRE PLUS](#)

Suivi délivrance états de droits réels indicateurs doing business avril 2018
suivi délivrance des états de droits réels indicateurs doing business du mois d'avril...
[LIBRE PLUS](#)

Etat des réponses adressées aux contribuables en 2016
état des réponses adressées aux contribuables au cours de l'année 2016, réponses aux...
[LIBRE PLUS](#)

Rapport dépenses fiscales 2014

MINUTE DGID

La minute DGID N°1 - La déclaration d'existence 2ème Partie

Pièces :

Registre de commerce

> Demander un état de droits réels (ou une attestation du Conservateur de la Propriété et des Droits Fonciers)

> Demander la transformation d'un bail (droit de superficie, autorisation d'occuper) en titre foncier

Bureau Opérationnel du Suivi du Plan Sénégal Emergent

Rechercher par mots

VISION **MISE EN ŒUVRE** **RÉALISATIONS**

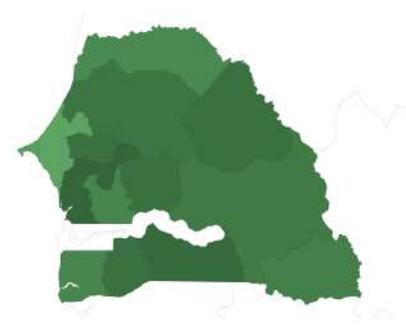
Service universel de l'énergie

Description
Le projet phare vise la densification et l'extension du réseau.
[Lire la suite](#)



RÉPARTITION TERRITORIALE DES PROJETS PHARES DU PSE

Pour plus de détails, consulter ou cliquer.



- DOCUMENTATION
- MÉDIATHÈQUE
- NEWSLETTER
- AGENDA
27 JAN
Déroulement du Lab Agropôle Sud et littorales
- RAPPORTS
Situation Economique du SÉNÉGAL en 2014

CONTACT

Bureau Opérationnel de Suivi du Plan Sénégal Emergent - BOS
167, Avenue Lamine Gueye x Place Soweto, Immeuble Rivonia - Dakar - Sénégal
Email: contact@senegal-emergence.com

SUIVEZ-NOUS

f

Contacts | Plan du site | Mentions légales | Liens utiles

Références web

BRVM Bourse Régionale des Valeurs Mobilières

Mercredi, 11 juillet, 2016 - 10:05

Portefeuille boursier FR

Séance Ouverte Différée de 15 minutes

BOB 4 980 -0,63% | BOBPF 4 885 0,10% | BOAC 4 185 2,44% | BOAH 3 180 0,00%

Rechercher

À propos Courtiers (SGI) Journée de cotation Données et Services Rapports sociétés cotées Annonces émetteurs Publications Média centre

LA BRVM ACCUEILLE UNE SESSION D'ÉCHANGES SUR LA DIGITALISATION DES MARCHÉS DE CAPITAUX AFRICAINS

Le lundi 18 juin 2016 s'est tenue à Dakar le Conseil d'Administrateur de...
Monsieur Prévère TCHM A

Intérêts et / ou remboursement de capital le 31 juillet 2016, 1908 CE | Paiement de dividendes le 17 juillet 2016, 585 FCFA FCFA par action (CE CE : Paiement de d

| TOP 5 | Cours | Variation | FLOP 5 | Cours | Variation |
|----------------------------|-------|------------------------|--------|-------|-----------|
| ACTIVITÉS DU MARCHÉ | | | | | |
| Valeur des transactions | | 812 352 938 FCFA | | | |
| Capitalisation Actions | | 6 125 484 810 930 FCFA | | | |
| Capitalisation Obligations | | 3 228 212 827 865 FCFA | | | |
| BRVM-10 | | 204,36 -0,01% | | | |
| BRVM-C | | 217,79 0,00% | | | |

Investissons pour une croissance économique plus forte et mieux partagée

Je suis un Débutant

Je suis un débutant et je m'intéresse à la bourse, son fonctionnement et comment investir.

[Entrer](#)

Je suis un Emetteur

Je suis une entreprise (privée ou publique) ou un Etat et je souhaite obtenir des informations sur comment être coté ou lever des fonds sur le marché boursier régional.

[Entrer](#)

Je suis un Financier

J'exerce dans la finance et je souhaite obtenir des informations financières sur les sociétés cotées.

[Entrer](#)

Je suis un Investisseur

Je suis un investisseur de la BRVM et souhaite suivre le marché et mon portefeuille boursier.

[Entrer](#)

GIM-UEMOA

Groupement Interbancaire Monétaire de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

5 pays de l'UEMOA
100 établissements interconnectés
4 000 000 de cartes GIM-UEMOA

Le GIM-UEMOA Solutions & Services Points de services Membres Partenaires Politique Sécurité Actuelles

MOBILE BANKING

Nos Solutions & Services

Mobile Banking

C'est une solution proposée par le GIM aux membres, leur permettant d'offrir différents produits et services bancaires et financiers sur le téléphone portable. Elle apporte une réelle réponse à la problématique de la proximité des services financiers, l'inclusion financière et à l'augmentation du taux de bancarisation.

Actualités / Evénements GIM UEMOA

Centre d'Appels

Nos membres :

Copyright GIM-UEMOA 2015. | Contacts | Liens utiles | Mentions Légales | Donnez votre avis | Plan du site

Powered by peopleinput

_Références web



Site **Groupe** et déclinaisons sites des **14 filiales**: Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Djibouti, Ghana, Kenya, Madagascar, Mali, Niger, RDC, Rwanda, Sénégal, Tanzanie et Togo.



PEOPLE



Etat des lieux du Digital dans l'UEMOA

People input

_UEMOA : Chiffres clés (1/6)

POPULATION
TOTALE



125,58
Millions

POPULATION URBAINE



40%

TAUX ALPHABETISATION
(Adultes de 15 ans et +)



44%

AGE MEDIAN



18
ans

People input

_UEMOA : Chiffres clés (2/6)

ABONNES
MOBILES



113,76

Millions

Pénétration

90,6%

INTERNAUTES



44,38

Millions

Pénétration

35,3%

UTILISATEURS
RESEAUX SOCIAUX



13,9

Millions

Pénétration internautes

31,32%

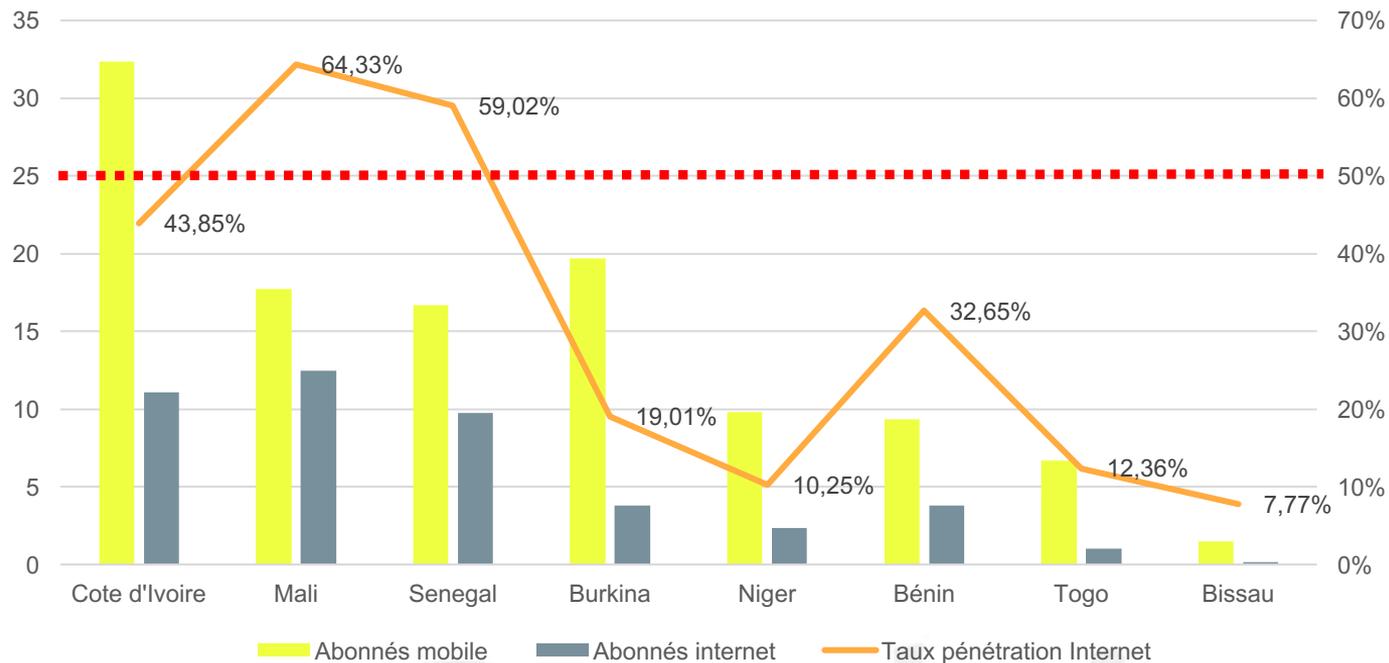
% DE CONNECTIONS
MOBILES HAUT DEBIT
(3G & 4G)



31%

_UEMOA : Chiffres clés (3/6)

Pénétration Internet



_UEMOA : Chiffres clés (4/6)

TAUX BANCARISATION



19,3% (Strict : Banques)

41,1% (Elargi : Banques + IMF)

TAUX EQUIPEMENT
CARTE BANCAIRE



4%

TAUX DETENTION
COMPTE MOBILE
MONEY



24 %

EFFECTUENT DES ACHATS
EN LIGNE / PAIENT DES
FACTURES EN LIGNE



6 %

TAUX INCLUSION (2)

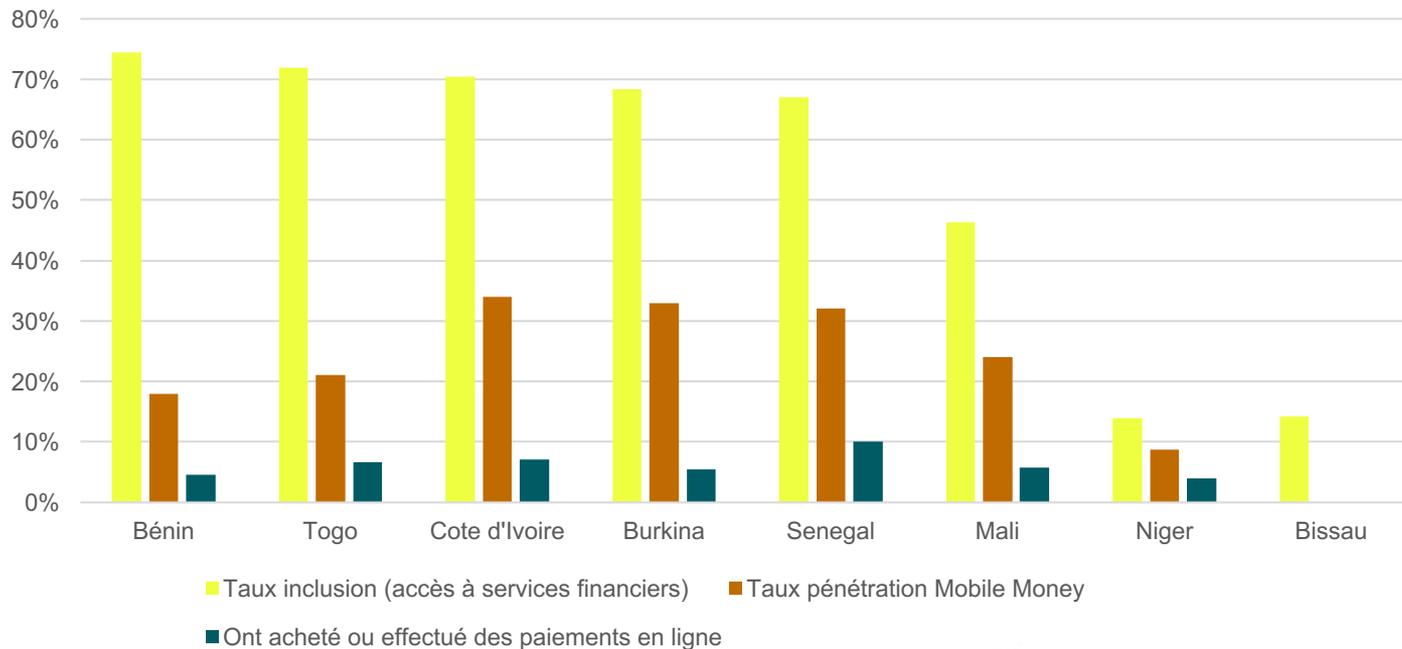
57,1% (Banques + IMF + EME)

* Sources : BCEAO, InternetWorldStats, UIT, Banque Mondiale, CIA Factbook, Agences de Régulation des Télécoms

(2) : Taux global d'utilisation de services financiers, corrigé de la multibancarité (TGUSF)

_UEMOA : Chiffres clés (5/6)

Taux d'inclusion (1) / Mobile Money / Ecommerce

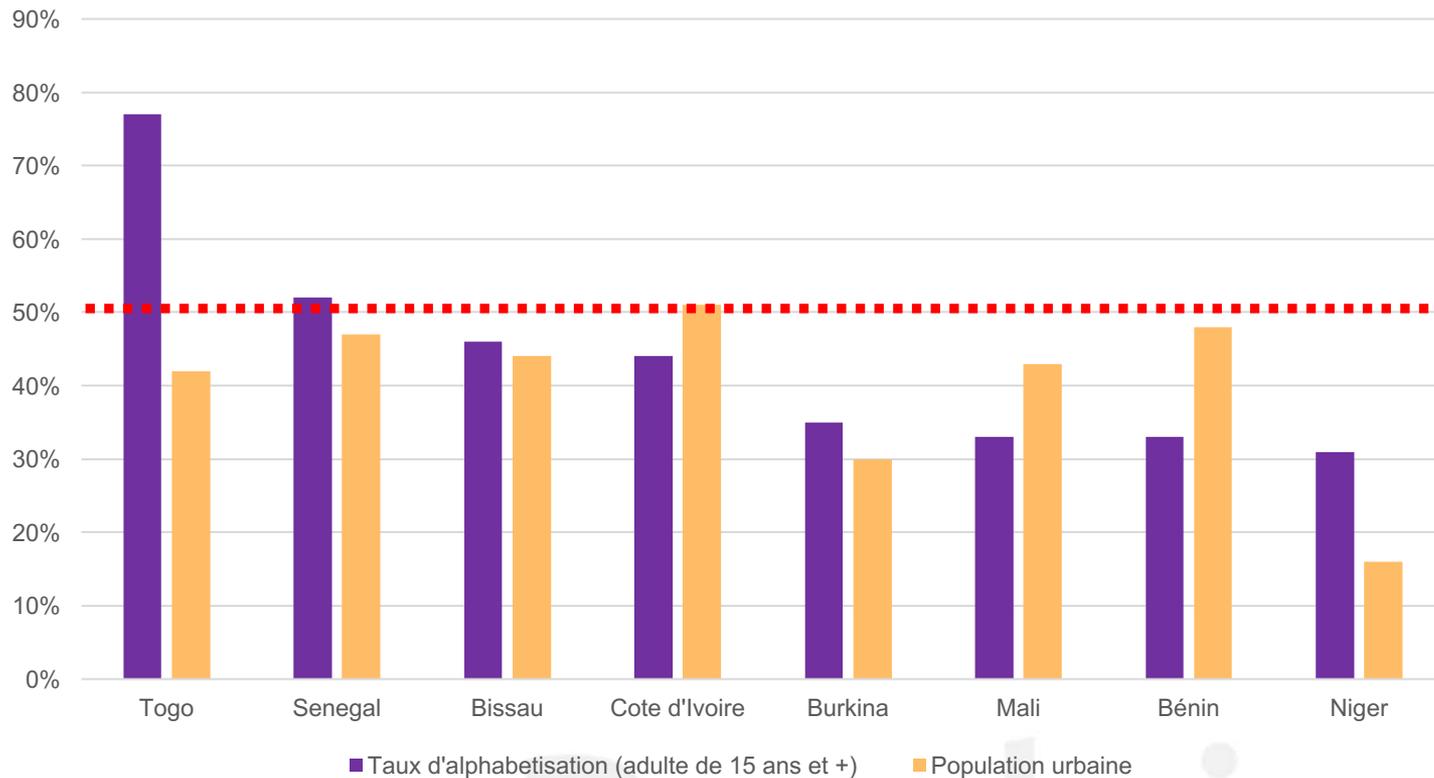


(1) : Taux global d'utilisation de services financiers, corrigé de la multibancarité (TGUSF)

* Sources : BCEAO, InternetWorldStats, UIT, Banque Mondiale, CIA Factbook, Agences de Régulation des Télécoms

_UEMOA : Chiffres clés (6/6)

Alphabétisation / Population urbaine



_Synthèse

- Le mobile est indiscutablement l'outil technologique le + répandu dans la zone UEMOA (+ de 90% de pénétration)
- L'accès à internet via le mobile est largement plébiscité par les populations
- Cependant, le taux de pénétration d'internet reste faible dans certains pays (Benin, Bissau, Burkina, Niger, Togo), et particulièrement dans les zones rurales
- Les populations de l'UEMOA restent majoritairement rurales (60%)
- Taux d'alphabétisation relativement faible dans la zone UEMOA (44%)
- Le parc de features phones (téléphones basiques) reste important sur le marché
- Les usages e-commerce (achat en ligne, paiement de factures) restent encore timides (seulement 6% des populations de la zone UEMOA ont effectué de telles transactions)
- Le taux d'inclusion financière (57,1% en 2018), pourrait largement être stimulé par une éducation financière plus importante



Panorama des technologies existantes

People input

_Timeline des technologies



1991

1^{er} site web



1993

SMS



USSD



2004

1ers réseaux sociaux (FB)



2008

Applications mobiles
Android / iOS

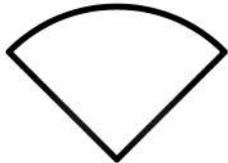


2009

Messageries
instantanées
(WhatsApp)

People input

_Technologies online / offline



Offline



Online

People input

_Mapping des technologies

Richesse contenu

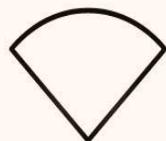


Online



Adéquation avec la cible

Facilité accès aux contenus



Offline



People input

_Exemple campagne sensibilisation

> Assainissement Fondation Bill & Belinda Gates



- Stratégie / conseil
- Design & Brand content
- Motion design (animations video courtes)
- Community management
- Activations digitales
- Achat d'espace digital

CENTRE D'APPEL
SERVICE DE VIDANGE MÉCANIQUE

818 00 12 12

PROMOTION

Votre vidange mécanique à
16 500 FCFA

Offre valable pour les 2000 premiers appels.
Centre ouvert du lundi au samedi de 8h à 18h30.

Ministère de l'Hydraulique
et de l'Assainissement
PROGRAMME
BOUES DE VIDANGE

AAAS

SpeakUpAfrica.

_Exemple campagne sensibilisation

Infographies relayées sur les réseaux sociaux



**Optez pour la vidange
MECANIQUE**

SpeakUpAfrica. **A CHAQUE SA FOSSE**
Adaptez votre fosse de résidents de votre

Fosse à 3 usagers

Plus
Plu

SpeakUpAfrica

This infographic illustrates the importance of mechanical septic tank emptying. It features a blue truck on a cliff edge, symbolizing the risk of structural failure. Below, a family of four stands next to a septic tank. The text encourages regular mechanical emptying and provides the SpeakUpAfrica logo.



FAITES ATTENTION...

X

✓

Stop aux serviettes hygiéniques, tampons, lingettes, cigarettes, jouets, préservatifs, etc. dans vos toilettes

Jetez les dans une poubelle pour un meilleur entretien de vos fosses septiques

Boues de vidange, je suis concerné

SpeakUpAfrica.

This infographic provides a clear visual guide on how to dispose of hygiene products. It shows a hand dropping a wipe into a toilet (marked with a red 'X') and a hand dropping a wipe into a trash bin (marked with a green checkmark). The text emphasizes that such products should be thrown in the trash to maintain septic tank health. It also includes the SpeakUpAfrica logo and a tagline for septic tank emptying services.

_Exemple de Campagne de sensibilisation

> Objectif : **sensibiliser les jeunes ivoiriens et sénégalais sur les dangers de la dépigmentation de la peau.**

> Dispositif : **campagne online et offline principalement axée sur de la sensibilisation, les bonnes pratiques et une formation. Implication du Gouvernement et des établissements scolaires** qui ont rajouté ce programme dans leur système éducatif.



_Dispositif de la campagne > logo



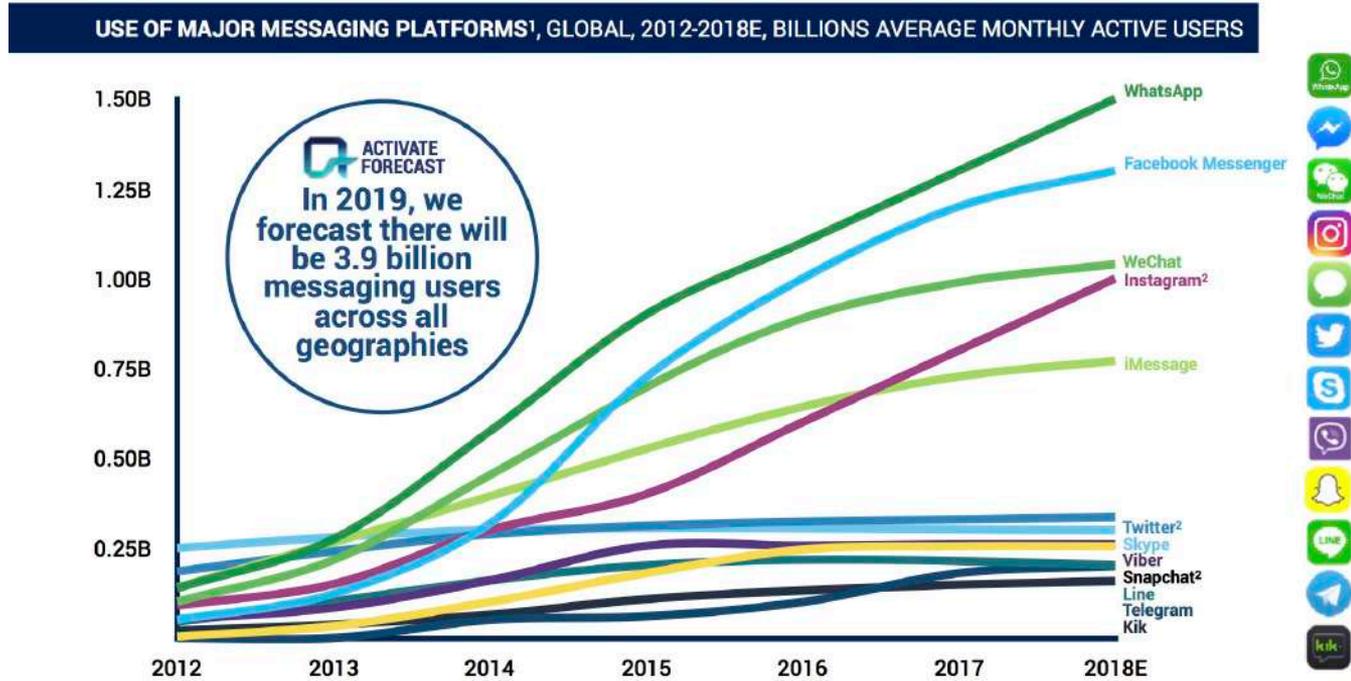
People input

_Dispositif de la campagne > Site web dédié

- Quiz
- Contenus pédagogiques
- Videos
- Photos
- Témoignages

The screenshot shows a website interface for a skin health campaign. At the top, there is a navigation bar with links for '#BIENDANSMAPEAU', 'Programmes', 'Témoignages', 'partenaires', and a search icon. There are also buttons for 'Connexion' and 'Inscription'. The main header features the text 'ACNE' and a question: 'Tu veux savoir pourquoi tu as de l'acné, comment l'éviter, comment la traiter ? Tu te demandes si un produit est utile, dangereux ? Tu veux éviter les tâches cernes ?'. Below this is an illustration of a woman applying cream to her face. The main content area is titled '#BIENDANSMAPEAU' and includes a paragraph about acne: 'Pratiquement tout le monde a de l'acné à l'adolescence et elle se prolonge à l'âge adulte chez certains. C'est normal. Cela n'a rien à voir avec l'hygiène ou l'activité sexuelle. L'acné est le résultat de changements corporels. Elle a des causes biologiques indépendantes du mode de vie, mais on peut la limiter et, surtout, bien la traiter pour éviter que les boutons ne s'infectent et ne laissent, à vie, des tâches noires sur la peau.' Below this is a 'Savoir plus' button. To the right, there are three interactive cards: 'COURS' (Apprends comme la prévenir et la traiter), 'QUIZZ' (Teste tes connaissances), and 'MEDIATHEQUE' (Des vidéos explicatives et humoristiques). The bottom section is titled 'TEMOIGNAGES' and contains three placeholder boxes for testimonials.

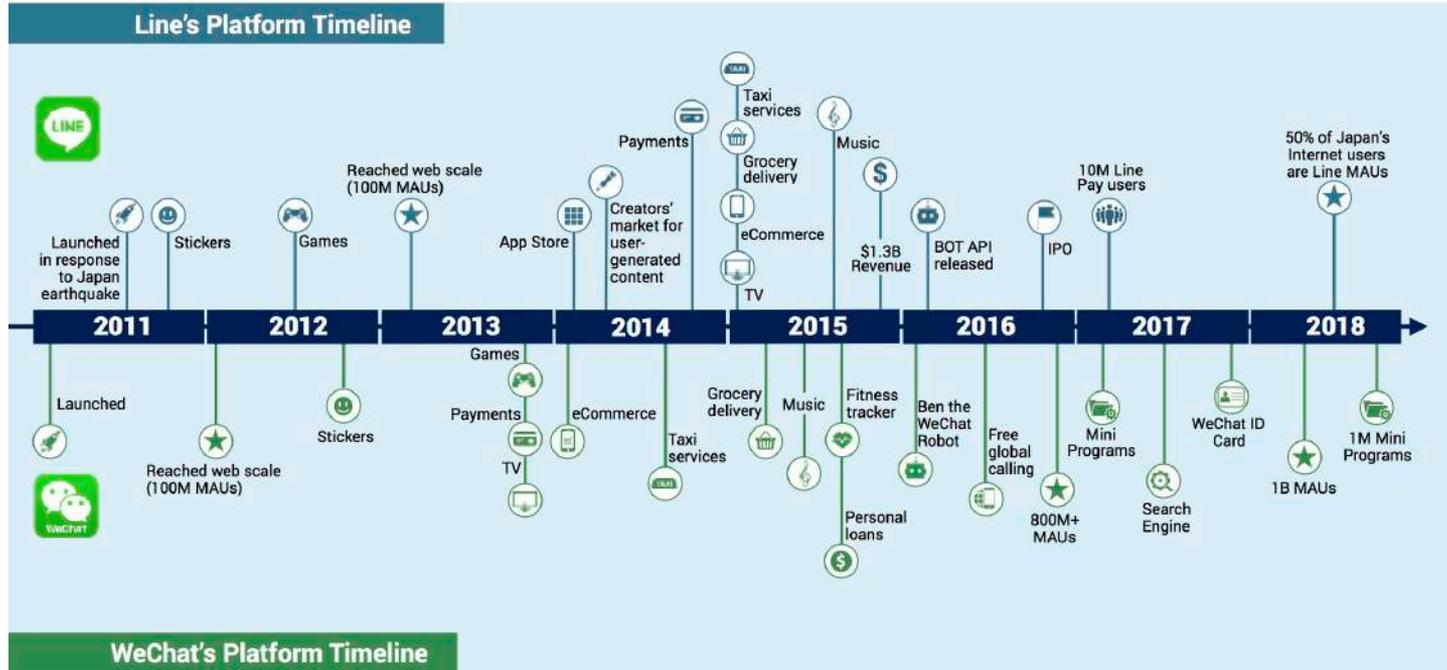
_En 2019, il y a 3,9 Milliards d'utilisateurs de messageries instantanées dans le monde



_En Afrique, 90% des internautes utilisent WhatsApp



_WhatsApp ne fait que répliquer les modèles de Wechat (Chine) et Line (Japon)



_Case study : WhatsApp banking

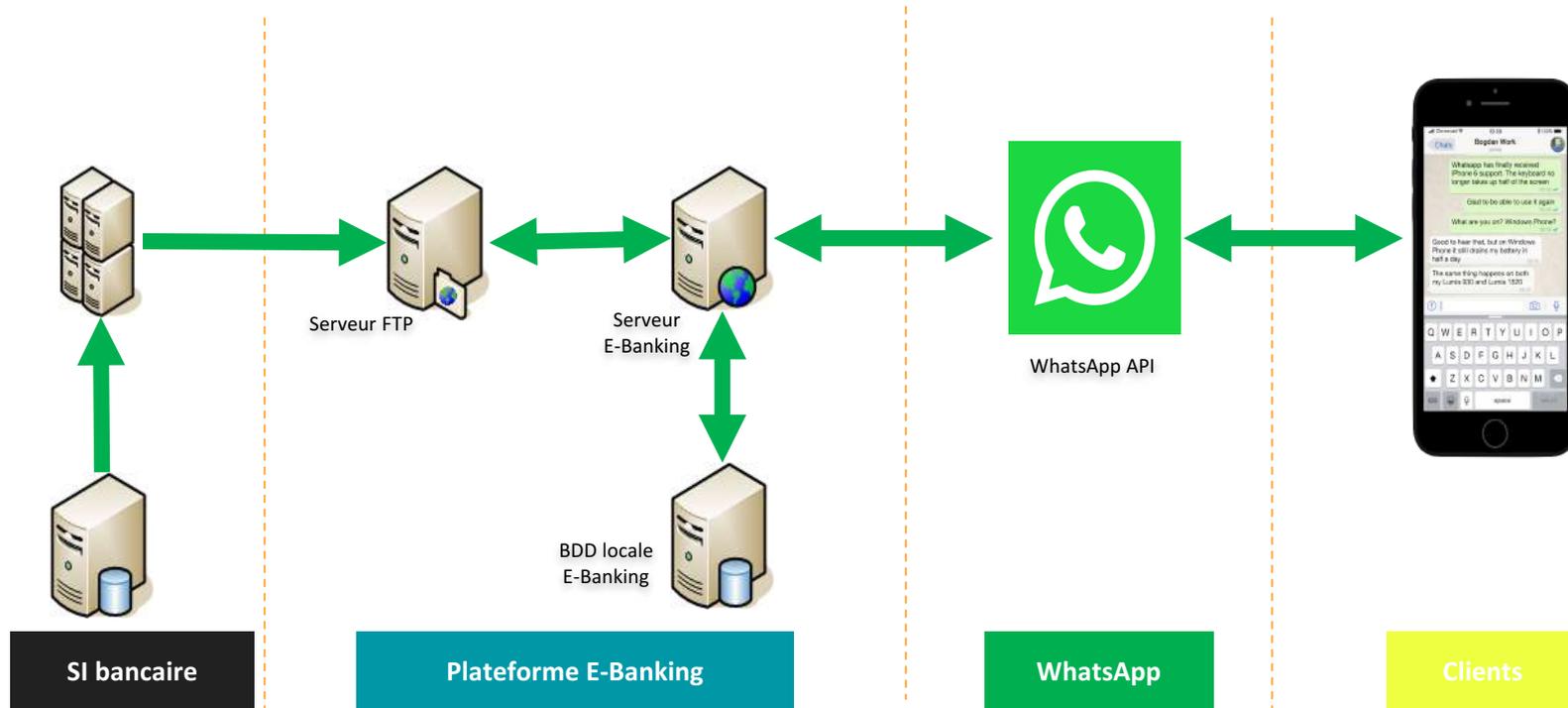
- ▶ Interfaçage avec un SI Bancaire
- ▶ Push/Pull dans WhatsApp
- ▶ Service client dans WA : chat avec des conseillers clientèle



_Bénéfices du service

- ▶ Service PULL & PUSH interactif connecté à un SI bancaire
- ▶ Expérience utilisateur dans l'ère du temps (conversation WhatsApp)
- ▶ Possibilité d'envoyer du texte, des fichiers PDF, images, liens, vidéos
- ▶ Totalement sécurisé (authentification renforcée)
- ▶ Menu personnalisable à souhait
- ▶ Service interfaçable avec tous les SI Bancaires

_Une plateforme interfaçable avec tous les SI bancaires





Obstacles et contraintes pour les populations rurales

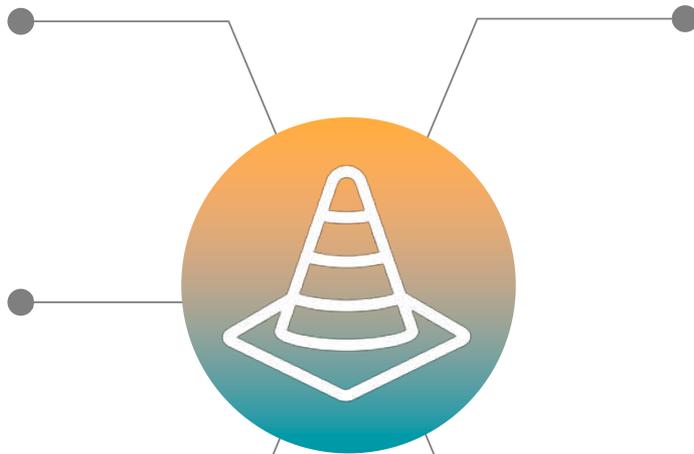
People input

_Obstacles en milieu rural

Accès à internet dans les localités :
haut débit ? (3G/4G) – Wifi ?

Prix de la connexion internet / des équipements (smartphones)

Accès à l'information sur les outils digitaux d'éducation financière existants : comment informer les populations ciblées de l'existence de services éducation financière numérique ?



Compréhension des messages diffusés par les populations ciblées : taux d'alphabétisation faible (seulement 44%)

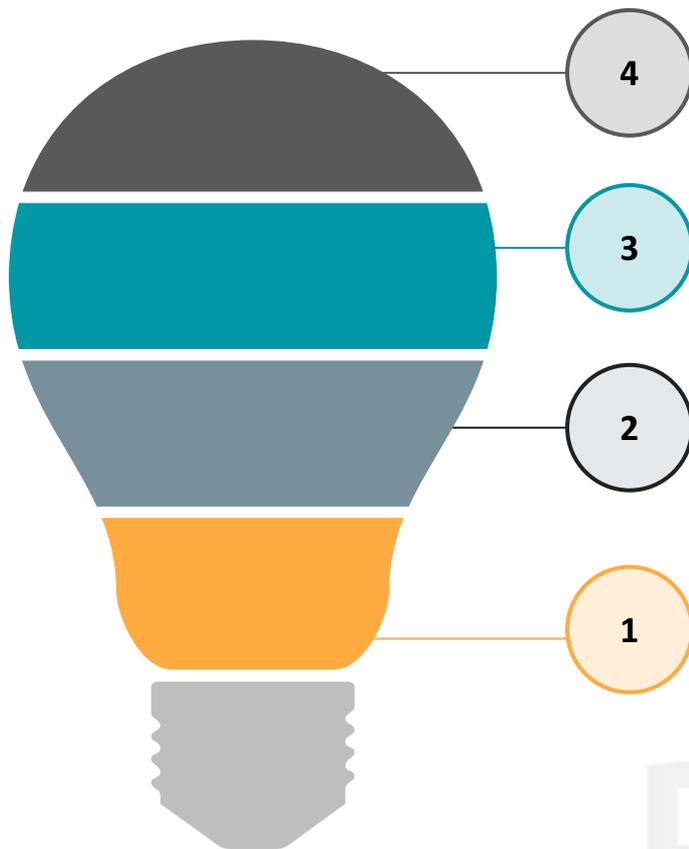
Poids des contenus diffusés : prévoir des contenus légers pour faciliter leur téléchargement dans des zones mal desservies par l'internet haut débit



Facteurs clés de succès de l'éducation financière numérique

People input

_Facteurs clés de succès



COMMUNICATION GRAND PUBLIC D'ENVERGURE

Mettre en place un plan de communication intégrant des campagnes communication Grand public (Pub digitale, Radio, Tv, Affichage ?) pour faire connaître les différents outils d'éducation financière aux cibles : entrepreneurs, populations rurales, enfants/adolescents....

CONTENUS LUDIQUES & DIDACTIQUES

Proposer des contenus pédagogiques, didactiques, ludiques pour éduquer le marché (Quiz, jeux concours...). Utiliser les langues nationales (wolof...)

IMPLICATION DES ACTEURS

Impliquer les acteurs financiers (Banques, SFD, Telcos, Fintech) et autres (Gouvernements, Ministères, Ecoles, Universités...) pour faire connaître et promouvoir les services d'éducation financière

APPROCHE MULTICANAL

Mettre en place une approche utilisant différents canaux (sms, USSD, APP mobile, Web, WhatsApp) afin de proposer des formats de contenus adaptés aux réalités technologiques (texte ? voix ? video ?) des populations ciblées - ex : pour les populations rurales, non équipées en smartphones privilégier les formats SMS / pour les ruraux équipés en smartphones plutôt le web, WhatsApp....

A background graphic consisting of a network of grey dots connected by thin grey lines, forming a complex web-like structure that resembles a map of Africa.

#QuestionsRéponses

Serigne BARRO

sbarro@peopleinput.com

+221 77 637 82 01 