



Semaine de l'inclusion financière dans l'UEMOA – Edition 2019

Thème : « *La digitalisation au service de l'inclusion
financière : enjeux pour le secteur financier et les Etats
membres de l'UEMOA* »

SESSION 1 : Education
financière des populations

Education financière des populations

Education financière et Gestion de la valeur du client Free MONEY

Objectives & guidelines		Obj.	Actions
1 Segmentation	Customer profiling & segmentation	<ul style="list-style-type: none"> Intégrer des segmentations sur la valeur, le comportement et la durée de vie du client. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifier les variables pour faire l'analyse sur la valeur, le comportement et la durée de vie du client pour avoir une visibilité sur les micro segments.
2 Acquisition Nursery	Onboarding new customers	<ul style="list-style-type: none"> Faire connaître les produits et créer une relation de confiance avec le client 	<ul style="list-style-type: none"> Développer un welcome pack Mettre en place des campagnes d'éducation sur les produits et services
3 ARPU boost Campaigns	Segmented offers	<ul style="list-style-type: none"> Développer l'usage et augmenter la valeur 	<ul style="list-style-type: none"> Développer des offres customized selon les comportements des clients Développer des services à valeur ajoutée (Add on) pour favoriser le Upsell – Ex: paye ta facture et bénéficie de la semaine généreuse...
4 Dormancy Campaigns	Inactive base/ Multisimers	<ul style="list-style-type: none"> Réveiller les clients inactifs 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place des modèles de churn qui permettent d'anticiper l'inactivité du client Développer des offres de Win back
5 Loyalty Campaigns	Value management	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un programme de fidélisation 	<ul style="list-style-type: none"> Identifier les différents types de segments Conception des offres de fidélisation <ul style="list-style-type: none"> HVC (services de distinction) – MVC (services additionnels) – LVC (service stickiness) Mettre en place un plan de communication

Education financière des populations

Pédagogie point de ventes et client

A travers sa “sales school”, Free Money a mis en place des initiatives de formations pour sa force de vente et le client final.

Celles ci permettront aux commerciaux d’être mieux outillés pour pouvoir mener à bien leurs activités sur le terrain.

Ces actions s’inscrivent dans un plan global d’éducation financière pour une meilleure connaissance et une utilisation sécurisée de nos produits et services.



Merci

