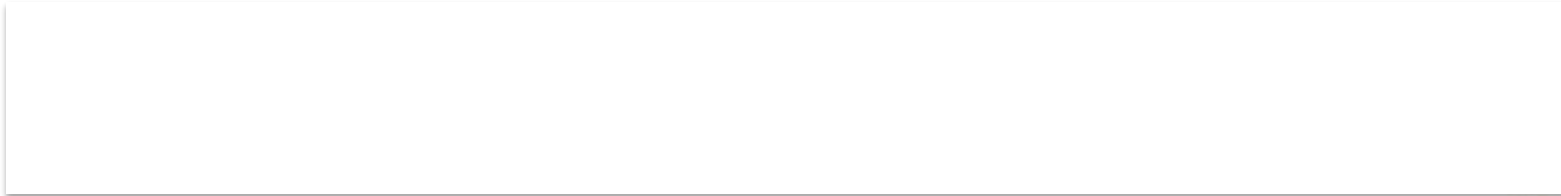




# **Gérer la formation du réseau d'agents**

**Déploiement de Réseaux d'Agents - Fondamentaux**



## Objectif de la session

**Comprendre l'importance et les aspects clés de la formation des agents, de manière à concevoir une stratégie de formation efficace.**



# Plan de la session

**Importance de la formation**

**Considérations stratégiques et opérationnelles pour la formation des agents**

**Les cibles et les besoins de formation**

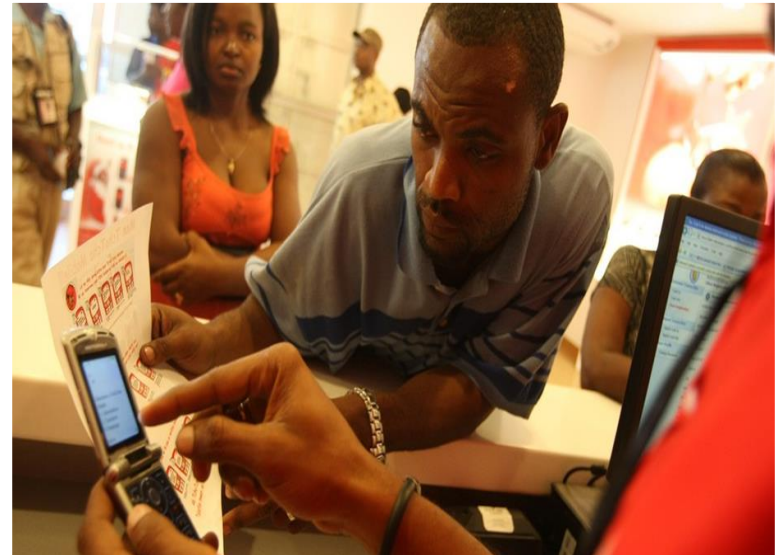
**Mesure de l'impact de la formation**

# L'importance de la formation

# Dialogue :

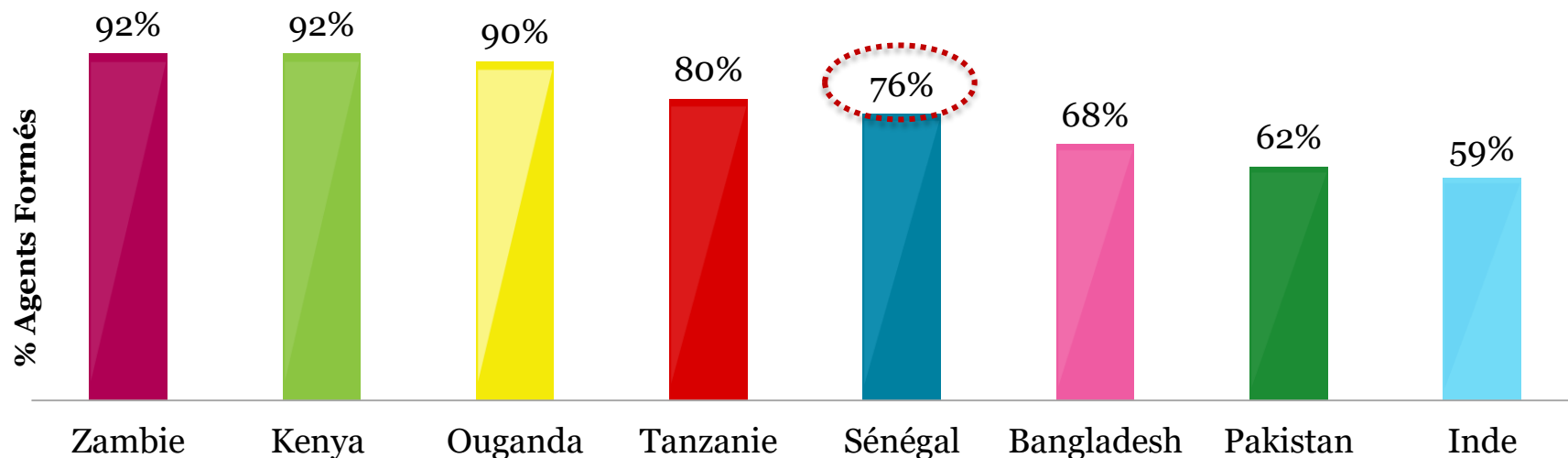
**En quoi la formation des agents est importante?**

- Pour le fournisseur
- Pour les agents
- Pour les clients



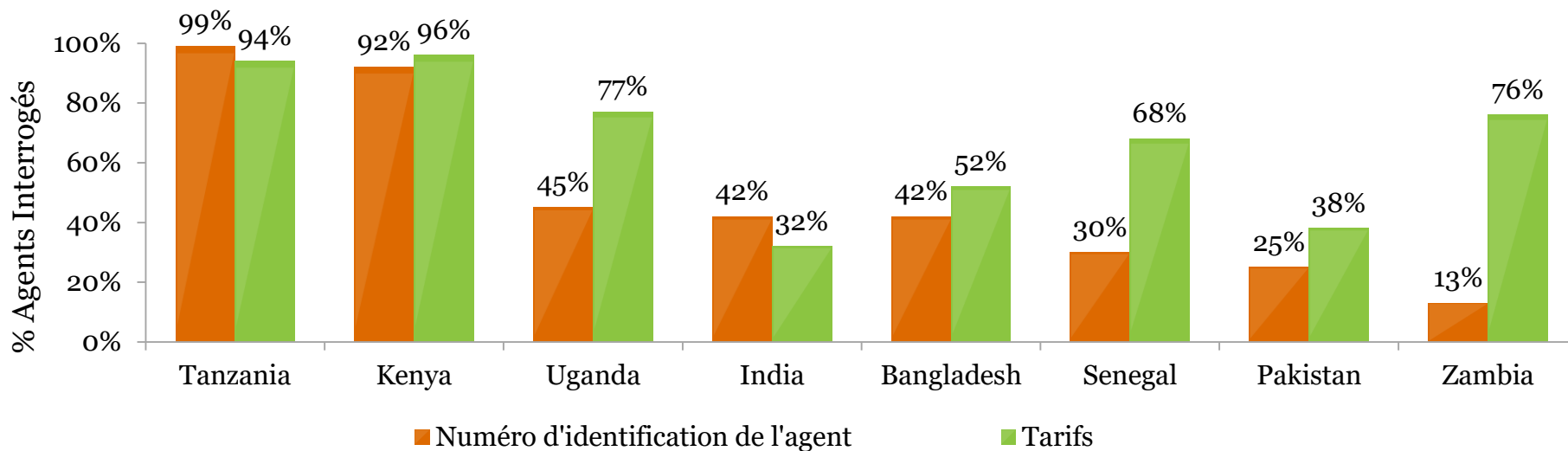
# Recherche ANA Sénégal: L'état de la formation des agents

## Agents Formés: Pays de Recherche ANA



- ▶ Seulement 36% des agents sénégalais reçoivent une formation de recyclage contre 73% en Tanzanie, 47% en Zambie, 45% en Ouganda.
- ▶ Plus d'agents en milieu rural reçoivent cette formation que ceux situés dans les centres urbains .

## Recherche ANA Sénégal: La formation compte



**Les agents formés sont davantage conformes:** ils sont plus susceptibles d'afficher leur numéro d'identification (34%), les grilles tarifaires (72%) et le numéro du service réclamation (24%) que les agents non formés.

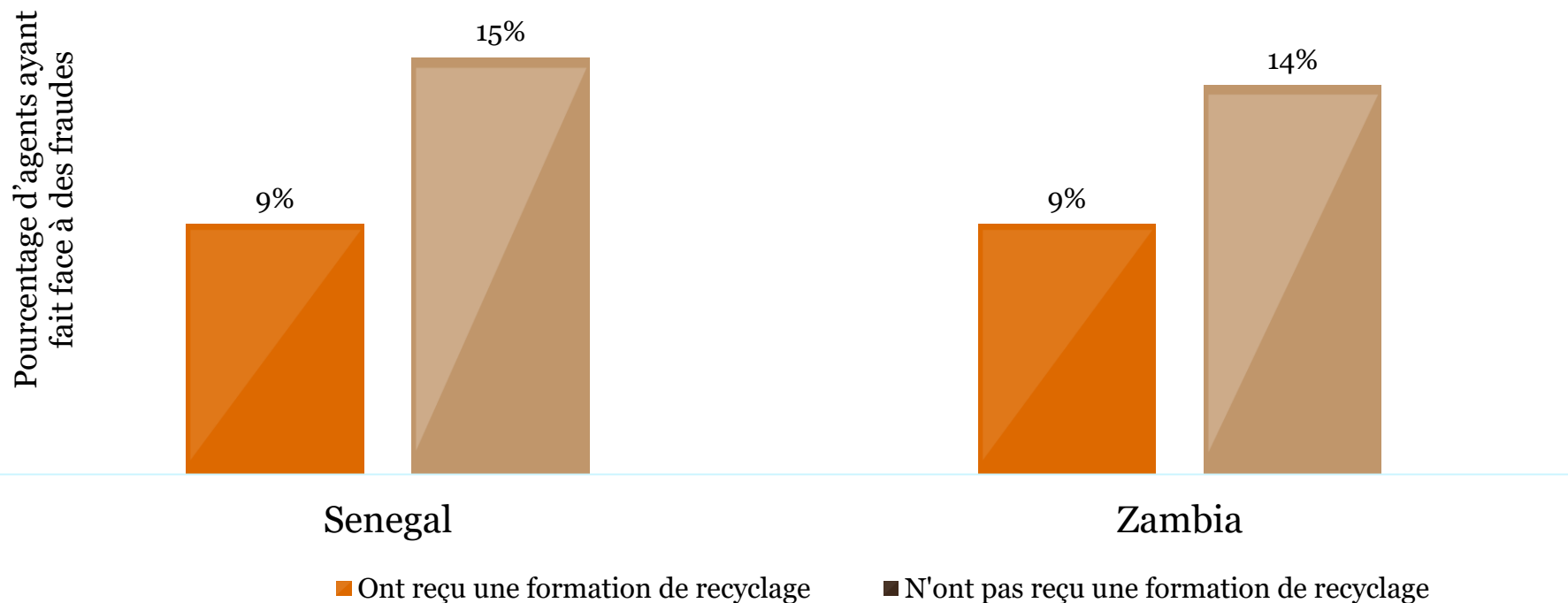
**Les agents sont plus conformes en milieu rural** (74% affichent les tarifs), où plus d'agents reçoivent une formation initiale (83% contre 76% à l'échelle du pays).

Les agents qui affichent les tarifs et/ou leur numéro d'identification effectuent en moyenne **trois transactions de plus par jour** que les autres agents.

Dans un marché dominé par les transactions au guichet, ne pas afficher les tarifs augmente le **risque de surfacturation des clients**.

# Une formation d'agents régulière est efficace pour minimiser les fraudes

Les agents ayant bénéficié d'une formation de recyclage du fournisseur ont expérimenté moins de cas fraudes que leurs homologues non formés.





# Considérations stratégiques et opérationnelles de la formation des agents

## Discussion de groupe :

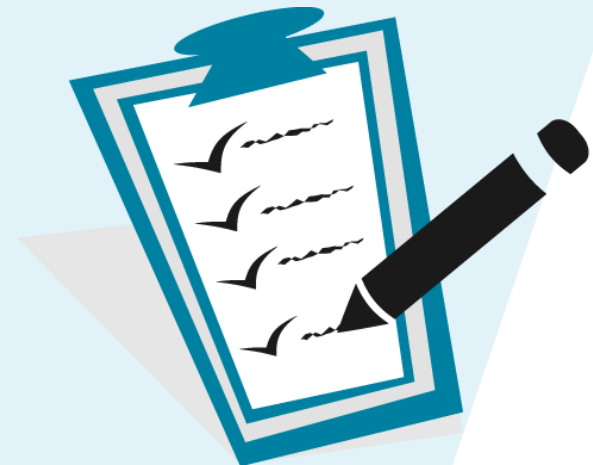
Quels sont les facteurs qui peuvent influencer la stratégie de formation des agents ?



# Les considérations clés en matière de formation des agents

## Considérations clés

- ▶ **Budgets et ressources humaines**
- ▶ **Étape du cycle de vie du produit**
- ▶ **La démographie du marché**
- ▶ **Taille du marché**
- ▶ **Type de produit et plateforme**
- ▶ **Activité concurrentielle**
- ▶ **Réglementation**



# Définir une stratégie de formation des agents

1

**Responsabilité de la formation**

**Cible de la formation**

2

**Suivi et évaluation de de la formation**

7

**Stratégie de formation des agents**

**Besoins de formation**

3

**Méthodologie de formation**

6

4

**Contenus de formation**

5

**Fréquence de formation**

# Les cibles et les besoins de formation

## Exercice : identifier les besoins et la cible de la formation

### En groupes de discussion

- **Qui a besoin d'une formation au sein de votre organisation ?**
- **Quels sont leurs besoins respectifs en termes de formation ?**
- **Qui est en charge de leur formation ?**



Exemple...

Cible	Besoins de la formation	Fréquence de la formation	Qui devrait donner la formation ?
<b>Interne</b>			
Personnel sur le terrain/ Superviseurs des agents	Produits ; recrutement, gestion et contrôle des agents		Équipe de formation
<b>Externe</b>			

**Durée : 10 minutes**

## Qui a besoin d'une formation ?

Propriétaires des  
points de vente

Employés des  
points de vente

Master Agents

Super Agents

Prestataires

Personnel du  
fournisseur au  
siège

Personnel du  
fournisseur sur le  
terrain



# Développer le programme de formation des agents





## Définir les rôles et responsabilités de la formation

- ▶ Une équipe de formation doit être créée et tenue responsable de la gestion de la formation sur la gestion de réseaux d'agents.

- ▶ Lorsque le fournisseur dispose déjà d'une fonction de formation, les rôles et responsabilités doivent être clairement définis pour les formations liées à la gestion de réseaux d'agents.

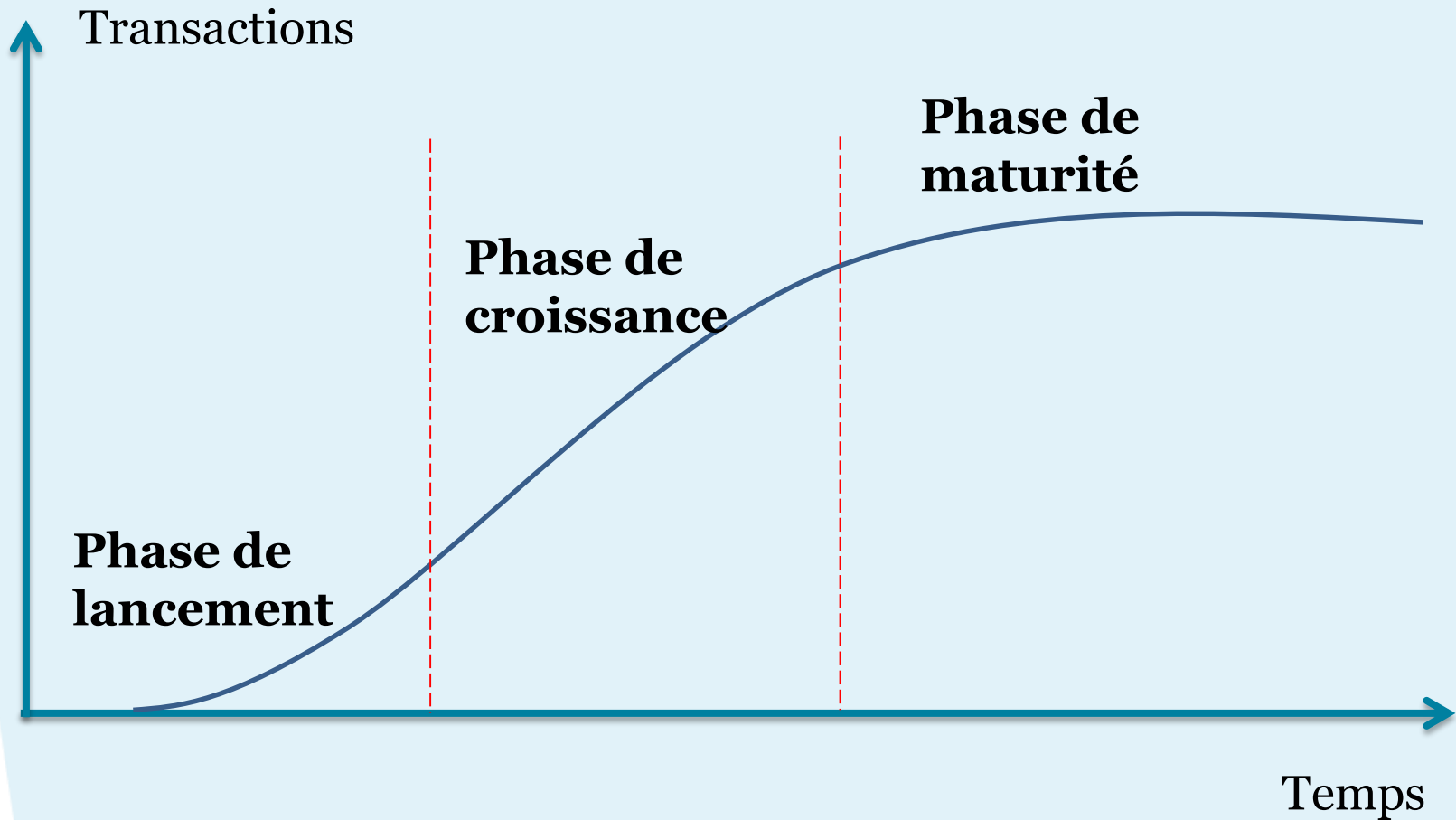


## Internaliser ou externaliser ?

**Débat:** proposer des formations d'agents en interne est généralement une meilleure option que d'externaliser cette fonction à une tiers-partie.



# Formation des agents et cycle de vie du produit



# Formation des agents et cycle de vie du produit

## **Phase de lancement :**

formations de groupe, mise au point sur le plan de rentabilisation, souscription et produit phare, suivi de formations personnalisées.

## **Phase de croissance :**

formations de groupe, mise au point sur les fonctionnalités et les produits secondaires, davantage de valeur et de retours sur investissements, formations de remise à niveau.

## **Phase de maturité :**

formations de groupe et interaction avec les agents existants, produits et service clientèle, rétention et utilisation des leviers.

# Mesurer l'impact des formations

## Mesurer l'impact des formations

Évaluez - Chaque personne a-t-elle appris ce qu'elle devait apprendre ? Si non, pourquoi ?

L'évaluation par les agents du contenu, de la méthodologie, et de l'efficacité générale est un bon premier pas.

Test de suivi pour déterminer si les agents ont retenu les informations, et quelles informations leur manquent.

Les rapports informatisés sont également un bon indicateur de l'efficacité de la formation des agents.



## Qu'est-ce que cela signifie ?

- 1. Toutes les parties prenantes au réseau d'agents ont besoin d'être formées.**
- 2. Les formations décentralisées sur les points de vente sont efficaces pour adapter la pédagogie en fonction du niveau de compréhension des agents.**
- 3. La formation des agents est un processus continu.**
- 4. Il est nécessaire d'avoir des personnes dédiées à la formation des agents, avec des indicateurs de performance clés clairement définis.**
- 5. Le programme de formation doit aller au-delà du simple mode opératoire des transactions.**