



Keeping clients first in microfinance

The Smart Campaign

Robin Ratcliffe
Campaign Director

VIII National Conference on
Microfinance

November 19, 2009



The Smart Campaign: глобальная инициатива

- Сотрудничество лидирующих в отрасли компаний
 - более 700 сторонников
 - целевые рабочие группы
 - международный оргкомитет
- Измерение результатов деятельности МФ с позиций экономической прибыли и социальной ответственности
- Обмен информацией и передовыми методами
- Головной офис в Центре финансовой вовлеченности в ACCION International

Стратегическая цель и задачи кампании

- Интересы клиентов превыше всего
- Предоставление финансовых услуг на основе прозрачности, уважения и добросовестности
- Позиционирование МФ в качестве лидера в финансовой отрасли
- Повышение осведомленности среди тысяч организаций, работающих в сфере МФ
- Добиться, чтобы к 2013 году к Кампании подключились 500 крупнейших институтов МФ - членов MIX

Шесть принципов защиты клиентов

1. Недопущение чрезмерной задолженности
2. Прозрачное ценообразование
3. Надлежащие методы взыскания долгов
4. Этичное поведение персонала
5. Механизмы удовлетворения жалоб
6. Конфиденциальность данных клиентов

Преуспевание за счет добротности: экономическое обоснование защиты потребителя

- Обеспечение лояльности клиентов
- Содействие сохранению клиентов
- Укрепление репутации
- Формирование крепкого портфеля

Почему сейчас?

- Выдвигаются требования контролируемости и прозрачности
- Кризис микрофинансирования в некоторых странах
- Обеспокоенность общественности и политических сил в отношении высоких процентных ставок
- Ужесточение конкуренции и агрессивных методов потребительского кредитования

Кампания в действии

- Информационно-разъяснительная работа
 - Привлечение сторонников и налаживание партнерства
 - Сети и ассоциации
 - Послы
 - Ресурсонасыщенные веб-сайты
- Исследования + Разработка инструментов и ресурсов
 - Самооценка институтов МФ
 - Smart Notes (сборник передовых методов)
 - Инструменты для реализации
- Эволюция принципов и сертификация
 - Целевые рабочие группы

Действия институтов микрофинансирования

1. Побуждать высшее руководство и исполнительные советы к одобрению принципов
2. Поддержать кампанию на веб-сайте www.smartcampaign.org
3. Провести оценку института
4. Внедрять новые, улучшенные, методы
5. Направлять отчеты в оргкомитет Кампании

Роль ассоциаций и сетей

- Поддержать Кампанию
- Побуждать институты МФ к участию
- Взаимодействовать с регулируемыми органами
- Принять и проводить программы обучения клиентов
- Возглавить процесс учреждения бюро кредитных историй
- Содействовать разработке инструментов и процедур сертификации

Роль инвесторов и доноров

- Поддержать Кампанию
- Включать ее принципы в инвестиционные критерии
- Использовать инструменты CGAP (консультативная группа по оказанию помощи беднейшим слоям населения) для инвесторов
- Поддержать цели Кампании по привлечению средств

Поддержать Кампанию и шесть ее принципов

www.smartcampaign.org

Спасибо!