LabDD Energy Group

Workshop #4 – The lean data approach

Atelier #4 – L'approche lean data

01/07/2021

zoom

- Please **mute** your microphone
- Please write your **Name, Country and Organization** in the Conversation tab
- Ask your **questions** in the Conversation tab
- **Raise your hand** if you want to intervene
- You can activate your **camera** when you intervene
- You will receive the **minute** after the meeting

- Merci de **couper votre micro**
- Merci de préciser votre **nom, pays, organisation** dans la conversation
- Posez vos questions dans l'onglet de **Conversation**
- **Levez la main** si vous souhaitez intervenir
- Vous pouvez activer votre **caméra** lorsque vous intervenez
- Vous recevrez le **compte-rendu** après la réunion.

Where do we stand?
Où en sommes-nous ?

LabODD Energy Group

Cerise

PHASE 1 – EXCHANGES AND BRAINSTORMING

PHASE 1 – ECHANGES ET REFLEXIONS

1. Theories of change and SDG framework

1. Théorie du changement et cadre des ODD

2. Needs and expectations of different stakeholders

2. Les besoins et attentes des différentes parties prenantes

3. Existing data and how to use them

3. Les données existantes et leur utilisation

4. The « lean data » approach

4. L'approche « lean data »

Objectives of the workshop
Objectifs de l’atelier

- **Get familiar with the “lean data” approach, share experiences, discuss the advantages and limitations of this approach**
  1. Presentation of the lean data approach
  2. Experience-sharing (WeLight)
  3. Brainstorming / discussions
  4. Focus on 60 dB Impact Index
  5. Conclusions and next steps

- **Se familiariser avec l’approche lean data, partager les expériences des uns et des autres, discuter des avantages et limites de cette approche**
  1. Présentation de l’approche lean data
  2. Témoignage de WeLight
  3. Brainstorming / discussion
  4. Focus sur l’outil 60 dB Impact Index
  5. Conclusions et prochaines étapes

2h

miro

Who’s who?
Tour de table

- *In the chat box – **Your name, organization, country***
- *Dans la conversation – **Votre nom, organisation, pays***

The lean data approach
L’approche lean data

What is lean data?
A fast, reliable customer-centric approach to impact measurement

Qu’est-ce que le lean data ?
Une approche de la mesure d’impact rapide, fiable, centrée sur le client

Why a lean data approach?
Because data collection is often:
- Done with little regard for people behind the numbers
- Seen as a reporting requirement by SB, rarely helping them to improve day-to-day operations
- Designed to satisfy researchers and donors

Pourquoi l’approche lean data ?
Parce que la collecte de données est souvent :
- Faite avec peu d’égards vis-à-vis des personnes derrière les chiffres
- Vue comme une exigence de reporting par les entreprises sociales, aidant peu à améliorer leurs opérations quotidiennes
- Conçue pour satisfaire les chercheurs et bailleurs

The lean data approach
L’approche lean data

Main principles / Principes clés

1. Customer first:
Away from reporting and compliance, toward creating value for customers and the company that serves them

1. Le client d’abord :
S’éloigner du reporting conforme aux exigences, pour créer de la valeur pour les clients et les entreprises qui les servent

The lean data approach
L’approche lean data

Main principles / Principes clés

2. Low-cost technology:
Use of remote survey techniques for data collection for efficiency, speed, and still rigor (phone, SMS, IVR…)

2. Technologie à bas coût :
Utiliser des techniques de sondage à distance pour collecter des données de manière efficace, rapide et rigoureuse (téléphone, SMS, répondeur vocal interactif…)

The lean data approach
L’approche lean data

Main principles / Principes clés

3. Decision-driven:
Collecting feedback at multiple, continuous stages that can rapidly inform decisions

3. Orienté vers la prise de décision :
Collecter des informations à plusieurs reprises et en continu pour informer rapidement la prise de décision

The lean data approach
L'approche lean data

THEORY OF CHANGE

THEORIE DU CHANGEMENT

LEAN DATA

Profiles / *profils*

Satisfaction

Outcomes /*changements*

The lean data approach
L’approche lean data

Keep it short!

• Max15 min
• Around 5-7 short questions (150 characters per question)

⇒ Focus on what is essential and drives to decision-making

Faîtes court !

• Max 15 min
• Environ 5-7 questions (150 caractères par question)

⇒ Concentrez-vous sur ce qui est essentiel et conduit à la prise de décision

The lean data approach
L'approche lean data

Opt for open-ended questions!

• Ask customers why they purchased this energy product / service and what made it meaningful

Optez pour des questions ouvertes !

• Demandez aux clients pourquoi ils ont acheté ce produit / service énergie et ce que cela leur a apporté

Table 1: What Impacts Are Most Important To Customers

Product Type	Top Positive Change	2nd Positive Change	3rd Positive Change
Solar Lanterns	Access to (better) lighting	Reduced energy expenditure	Reliability
Solar Home Systems	Access to (better) lighting	Health improvements	Reduced energy expenditure
Mini-Grids	Access to (better) lighting	Reliability	Access to appliances e.g. radio, TV
Solar TVs	Families are better informed	Improvements to family connectedness	Ease & convenience of having a TV at home
Off-Grid Refrigerators	Increased income	Health improvements	Increased productivity e.g. sales
Solar Water Pumps	Reduced agricultural input expenditure	Increased income	Greater resilience
Clean Cooking	Reduced fuel consumption	Time savings	Health and well-being improvements

The lean data approach
L’approche lean data

Embed data collection in existing operations

• Find the points in your customer journey where it makes the most sense to collect impact data:

- ✓ When the experience with the product is still recent => customers more likely to share observations;
- ✓ When logistically possible.

Intégrez la collecte des données dans vos opérations existantes

• Trouvez les points dans l’expérience client où cela a le plus de sens de collecter des données :

- ✓ Quand l’expérience avec le produit est encore récente => les clients sont plus susceptibles de partager leurs observations ;
- ✓ Quand cela est possible logistiquement.

The lean data approach
L'approche lean data

The experience of Solar Now, Uganda

- SHS + financing
- Wanted insights on customer profile (PPI) + satisfaction (qualitative feedback) + outcomes (i.e. household energy expenditures)

- Embed data collection in existing operations:
  - During loan repayment meetings? => NO
  - Call center for after-sales services => YES!

- Data collected with 200 clients (random sample) over 2 months

L'expérience de Solar Now, Ouganda

- Systèmes solaires + financement
- Voulaient des informations sur le profil de leurs clients (PPI) + satisfaction (retours qualitatifs) + changements (ex : dépenses énergétiques du ménage)

- Intégrer la collecte des données dans les opérations existantes :
  - Pendant les réunions de remboursement ? => NON
  - Call center pour SAV => OUI !

- Collecte de données auprès de 200 clients (échantillon aléatoire) pendant 2 mois

The lean data approach
L'approche lean data

The experience of Solar Now, Uganda

- Cheaper than external surveyors

- Results:
  - 49% living on less than $2.50 per person per day
  - +2h of light per day
  - -5h use of dirty fuel (from 6h to 1h)
  - Pbs with faulty parts and installation
  - Clients ready to pay extra for more and varied types of appliances.

- Now, survey every quarter to better understand clients' needs and value gained

L'expérience de Solar Now, Ouganda

- Moins cher que des enquêteurs externes

- Résultats :
  - 49% vivant avec moins de 2,50$ par personne par jour
  - +2h d'éclairage par jour
  - -5h d'utilisation de sources d'énergie sales
  - Pbs avec des pièces défectueuses et installation
  - Des clients prêts à payer plus pour des appareils supplémentaires et variés.

- Enquête chaque trimestre pour mieux cerner les besoins des clients et les bénéfices générés

The lean data approach
L’approche lean data

MOOC

Lean Data Approaches to Measure Social Impact

Use low-cost technology to gain high-quality customer data and insights

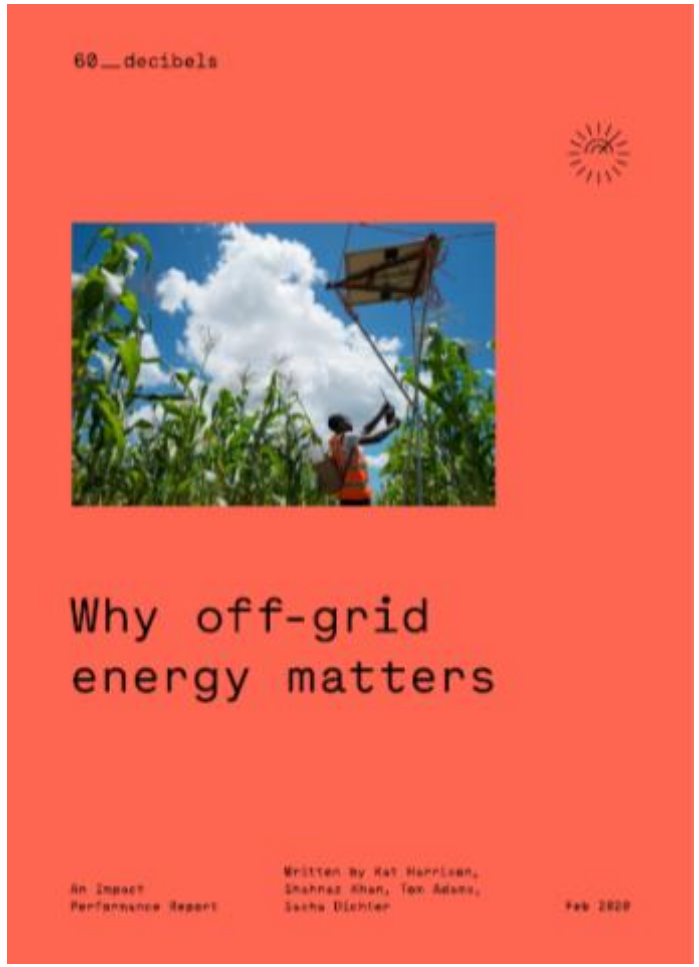
Imagine and Develop Your Idea | Free | July 6, 2021 | 5 Weeks

Enroll Now

https://acumenacademy.org/course/lean-data-approaches-measure-social-impact

The lean data approach
L’approche lean data

Publications



https://60decibels.com/energy-report

Experience-sharing
Partage d’expérience

Any question?

Des questions ?

Experience-sharing
Partage d’expérience

WeLight experience on measuring client satisfaction
and collecting client stories via a call center

L’expérience de WeLight dans la mesure de la satisfaction client
et la collecte de témoignages clients via un call center

WE LIGHT
Light my Village

WE LIGHT
Light my Village

MESURES DE LA SATISFACTION CLIENTS ET COLLECTE DES TEMOIGNAGES

MESURES DE LA SATISFACTION CLIENTS VIA LE CALL-CENTER

WELCOMING CALL

- 15 jours après l'accès au service
- 5 questions d'appréciation sur l'accès au service
- Durée moyenne: 3 à 5 minutes

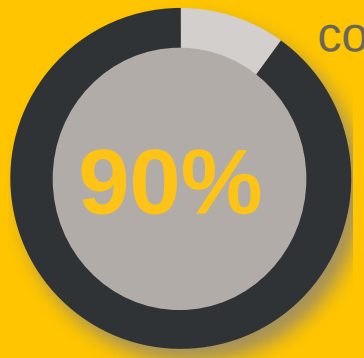
WAKE UP CALL

- Questions sur les motifs d'inactivité/baisse de consommation
- Durée moyenne : 4 à 12 minutes

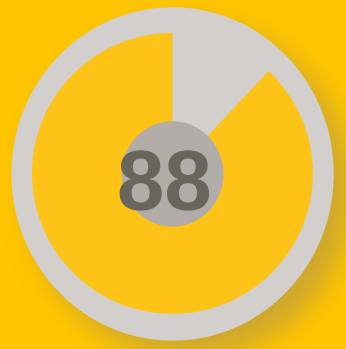
ENQUÊTE SATISFACTION CLIENTS

- Questionnaire de 20 questions (Satisfaction Clients, Services d'accompagnement, Perspective Clients/Recommandation)
- 150 clients enquêtés depuis 2021
- Durée moyenne : 8 à 18 minutes

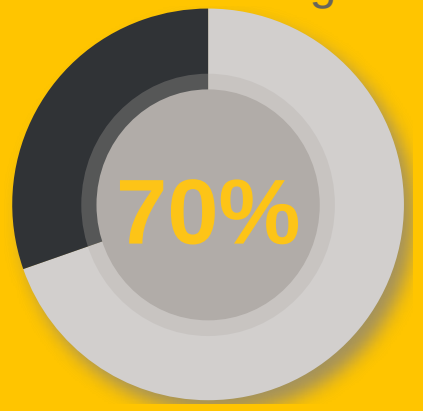
Raccordement : Taux de satisfaction de l'installation du compteur



NPS : Taux de recommandation des clients



CSAT : Taux de satisfaction général



INTERETS

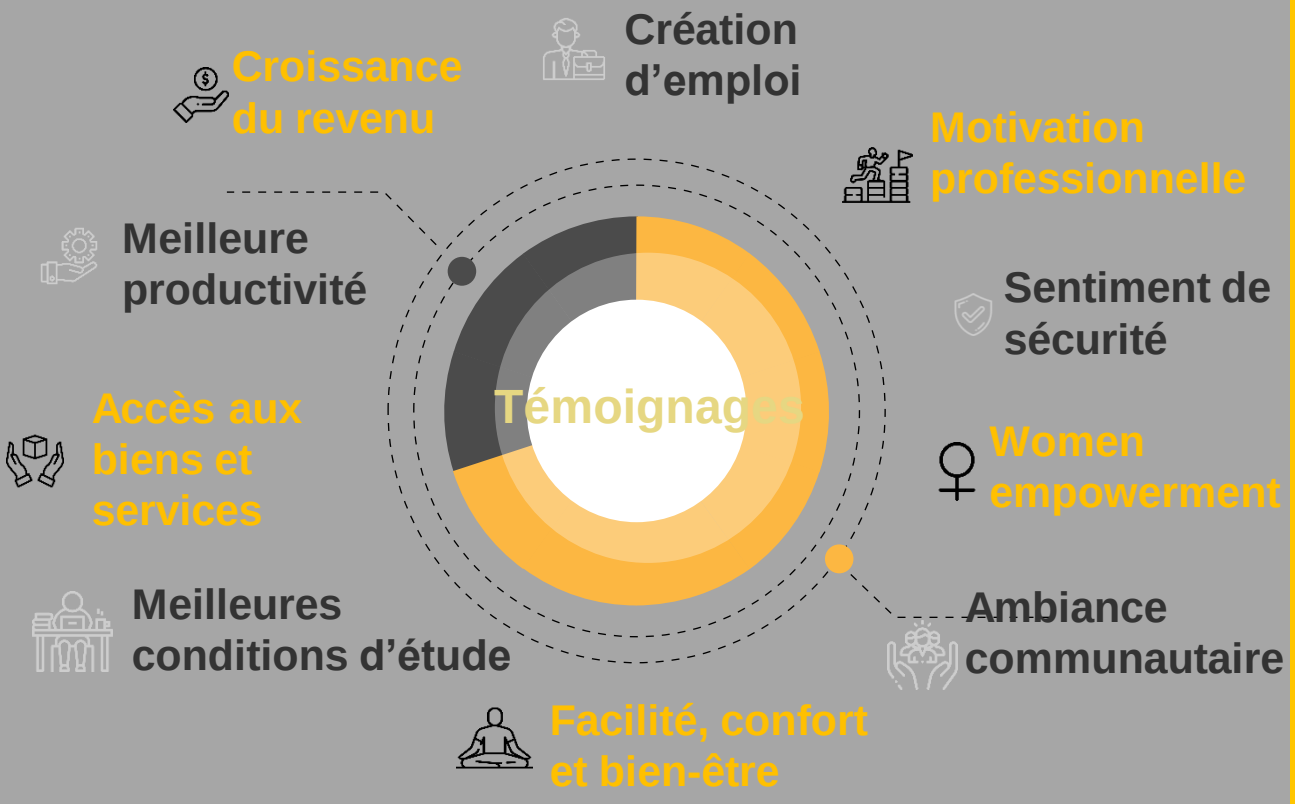
- ✓ Proximité avec les clients
- ✓ Ecoute des besoins et de la satisfaction globale des clients
- ✓ Mesure du niveau de facilité d'utilisation des dispositifs WeLight
- ✓ Mesure de la note de recommandation de WeLight
- ✓ Recueil des opinions des clients
- ✓ Recueil des avantages et des axes d'amélioration
- ✓ Analyse de la consommation

DIFFICULTES

- ✓ Base de données des Contacts clients
- ✓ Contraintes des dialectes locaux
- ✓ Absence des clients
- ✓ Contraintes de réseau

COLLECTE DES TEMOIGNAGES CLIENTS VIA LE CALL-CENTER

Principaux indicateurs d'impact témoignés



Méthodologies des enquêtes témoignages

- **Questionnaire subdivisé en 3 grandes thématiques:**
  - Impacts socio-économiques
  - Impacts sur les conditions et la qualité de vie
  - Impacts sur la communauté/Impacts environnementaux
- **Type d'interrogation: questions ouvertes**
- **Echantillonnage représentatif des clients** (75% entrepreneurs et 25% de clients à moyenne consommation ; 60% hommes et 40% de femmes)
- **Echantillonnage aléatoire simple (et stratifié par village)**
- **Durée de l'enquête: 10 à 20 minutes par enquêté**
- **Fréquence: semestrielle**
- **50 témoignages collectés par an**

QUELQUES EXEMPLES DE TEMOIGNAGES CLIENTS

ANDRIANJATOVO Jean Etienne

- Village de Mahambo
- Homme, 35 ans
- Soudeur
- Marié, 3 enfants
- 5 personnes dans le ménage
- Matériels utilisés: Poste de soudure, meule électrique, TV.
- Vit dans une maison avec 2 pièces et 3 ampoules.

✓Des avantages pour chacun des villageois et pour tous
✓Stabilité du travail
✓Augmentation régulière des clients
✓Projets d'expansion d'activité
✓Plus d'activités de loisirs
✓De meilleures conditions de vie
✓Sécurité du village
✓Sécurité environnementale

«La principale motivation pour moi d'acheter le compteur WeLight était le changement de mon village bien-aimé. Et ce fut un changement vraiment sympa (…) Je suis convaincu que l'arrivée de l'électricité présente de nombreux avantages pour chacun des villageois et pour tous. »

«Personnellement, j'ai remarqué que mon travail est plus stable et j'ai pu développer mon entreprise. J'ai aussi plus de clients et je constate une augmentation constante »

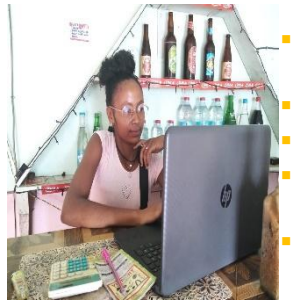
«Nous avons d'autres projets à venir et prévoyons d'aller plus loin. »

«Pour ma famille, mes enfants en particulier, nous avons vu de meilleures conditions de vie. Par exemple, mes enfants peuvent étudier tard le soir pour faire leurs devoirs, et pouvoir regarder la télévision a été un grand loisir pour toute ma famille. »

«Côté communauté, il est évident que l'arrivée de l'électricité est très bénéfique d'un point de vue sécurité, notamment grâce à l'éclairage public. »

«Pour l'environnement, il n'y a pas de souci, c'est nettement plus sécurisé»

AVIZARA Michel Claudio



- Village d'Ampasina Maningory
- Homme, 23 ans
- Gérant d'un bar
- Célibataire, 0 enfant, 7 personnes dans le ménage
- Matériels utilisés: congélateur, TV, canalsat, baffles, ordinateur portable
- Vit dans une maison de 5 pièces et 9 ampoules.

✓Un des premiers clients de WeLight
✓Aucun problème à utiliser des matériels
✓88% de l'économie sauvée
✓Meilleures affaires
✓De meilleures conditions de vie
✓Vie facile
✓Célébrité du bar
✓Célébrité du village

«Je suis l'un des premiers clients de WeLight et j'en suis très fier»

«Je n'ai plus de problème à utiliser des matériels. Je suis une personne qui aime beaucoup Internet, la télévision et la technologie, et je suis entièrement satisfait. »

«Avant, nous utilisons un groupe électrogène et dépensions généralement environ 30 000 Ar par jour, alors que maintenant nous consommons 10 000 Ar tous les 3 jours. J'ai beaucoup bénéficié et amélioré mon entreprise »

«Mes conditions de vie ont changé, je suis plus heureux et je pourrais rénover ma maison. (…) Pour illustrer l'évolution, les enfants allaient à l'école en pousse-pousse et maintenant ils y vont par bajaj et ils ont obtenu le double de leur ancien argent de poche »

«Personne n'a plus de problème, la vie est plus facile. »

«Nous avons des poteaux avec éclairage public dans le village, il n'y a pas de délestage. Tout le monde est plus heureux »

«J'ai rendu notre village célèbre grâce à mon bar»

Experience-sharing
Partage d’expérience

Any question?

Other experiences to share?

Des questions ?

D’autres expériences à partager ?

Controversy #1
Controverse #1

« For or against » having a lean data approach?

What advantages? What limitations?

« Pour ou contre » adopter une approche lean data ?

Quels avantages ? Quelles limites ?

The 60 dB Impact Index
L’outil 60 dB Impact Index

A simplified tool for benchmarking

To « provide us with a standard to judge performance, understand what is possible, see opportunities and gaps, and push us to improve. »

Challenge: variety of sectors and sub-sectors in the energy access industry => focus on common impact dimensions

Un outil simplifié pour comparer

Pour « nous donner un standard pour juger la performance, comprendre ce qui est possible, voir les opportunités et les écarts, et nous pousser à nous améliorer. »

Le défi : grande variété des secteurs et sous-secteurs dans l’industrie de l’accès à l’énergie => focus sur dimensions de l’impact communes

The 60 dB Impact Index
L’outil 60 dB Impact Index

WHO
- Inclusivity ratio (poverty level compared to national poverty lines)
- % customers beneath $3.20

CONTRIBUTION
- First access
- No access to good alternatives

WHAT
- Quality of life - Customers reporting that their lives have « very much improved »

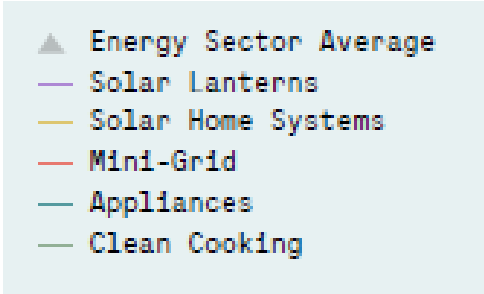
QUI
- Ratio d’inclusivité (niveau de pauvreté comparé au seuil de pauvreté national)
- % clients en-dessous de 3,20$

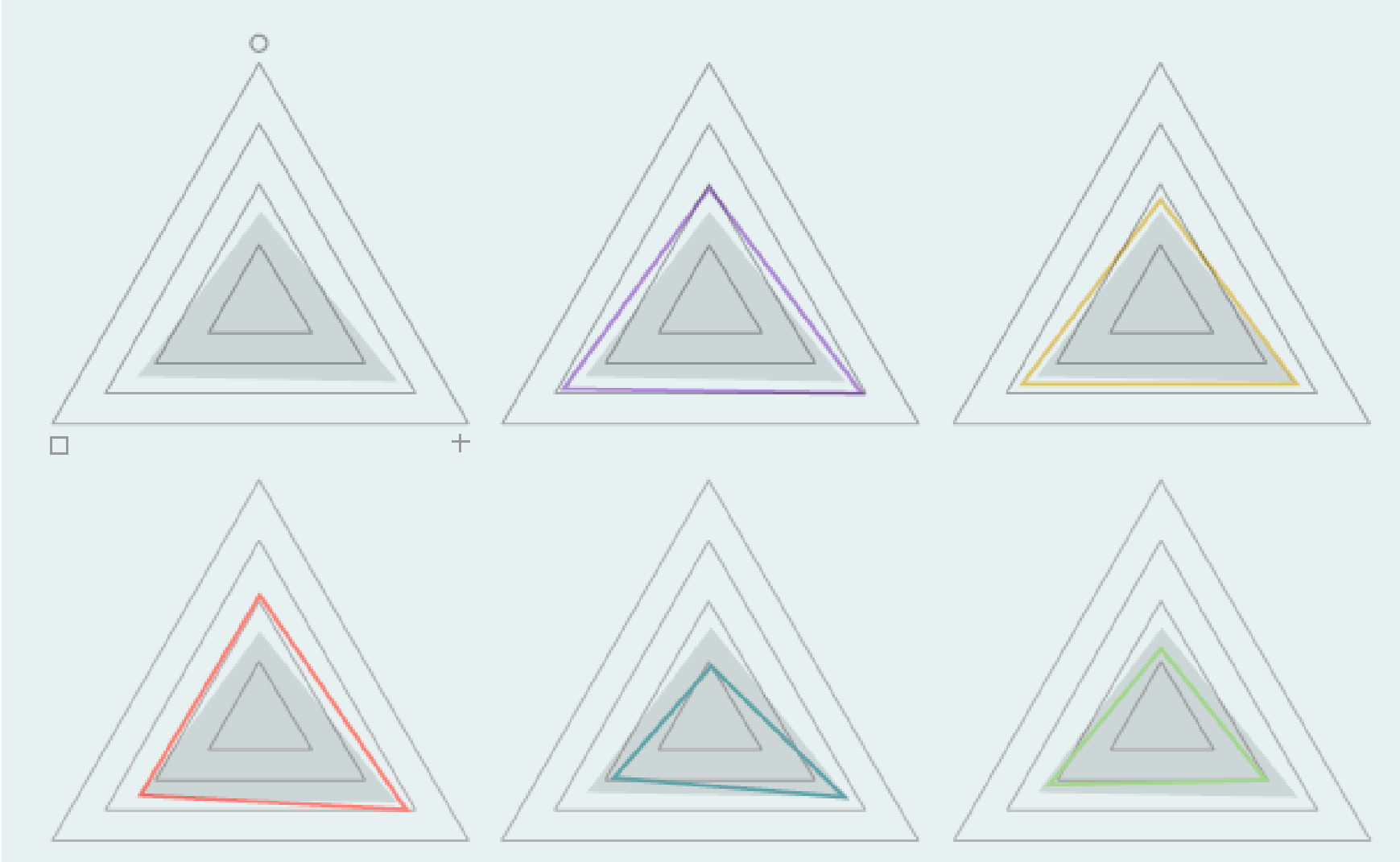
CONTRIBUTION
- Premier accès
- Pas d’accès à de bonnes alternatives

QUOI
- Qualité de vie – Clients affirmant que leurs vies se sont « beaucoup améliorées »

The 60 dB Impact Index

L’outil 60 dB Impact Index





https://60decibels.com/energy-report

The 60 dB Impact Index

L'outil 60 dB Impact Index

Company #	Product Category	60dB Impact Index*	Inclusivity Ratio	Relative Poverty	Female Customers	Disability Prevalence	Quality Of Life
39	Mini-Grid	**0.75**	1.22	82%	10%	–	82%
40	Mini-Grid	**0.72**	0.77	58%	39%	0.0%	73%
41	Mini-Grid	**0.68**	1.55	71%	24%	–	48%
42	Mini-Grid	**0.59**	1.01	70%	17%	0.8%	30%
43	Mini-Grid	**0.53**	0.50	31%	–	–	30%
44	Mini-Grid	**0.49**	0.38	20%	31%	–	63%
45	Mini-Grid	**0.42**	0.58	29%	26%	3.6%	50%
	Average	**0.60**	**0.86**	**51%**	**25%**	**1.5%**	**54%**

https://60decibels.com/energy-report

Company #	First Access	Access To Alternatives	Challenge Rate	Unresolved Challenges	Productive Use	CES	Value For Money	NPS
39	100%	41%	17%	61%	19%	4.7	99%	96
40	100%	72%	70%	88%	17%	2.7	64%	19
41	71%	90%	14%	–	6%	1.3	81%	-5
42	95%	78%	36%	52%	–	3.0	36%	38
43	99%	74%	7%	84%	70%	4.0	43%	42
44	38%	94%	36%	92%	18%	2.2	73%	15
45	65%	43%	41%	60%	–	3.4	66%	2
	81%	**70%**	**32%**	**73%**	**26%**	**3.1**	**66%**	**30**

Controversy #2
Controverse #2

« For or against » using 60 dB Impact Index?

What advantages? What limitations? What areas of improvement?

« Pour ou contre » utiliser l'outil 60 dB Impact Index?

Quels avantages ? Quelles limites ? Quelles piste d'amélioration ?

Conclusions
Conclusions

What we have achieved…

… during this workshop:
- Got familiar with the lean data approach;
- Discussed about its advantages and limitations.

… during Phase 1 of the Energy Group:
- Some first experience-sharing;
- Laid the foundation for a common reflection, around a common framework of outcome measurement, in connection with the SDGs

Ce que nous avons réalisé…

… pendant cet atelier :
- Familiarisés avec l’approche lean data ;
- Discuté de ses avantages et limites.

… pendant la Phase 1 du Groupe Energie :
- De premiers partages d’expérience ;
- Posé les bases d’une réflexion commune, autour d’un cadre de mesure des résultats commun, en lien avec les ODD.

Conclusions
Conclusions

PHASE 1 – EXCHANGES AND BRAINSTORMING

PHASE 1 – ECHANGES ET REFLEXIONS

1. Theories of change and SDG framework

1. Théorie du changement et cadre des ODD

2. Needs and expectations of different stakeholders

2. Les besoins et attentes des différentes parties prenantes

3. Existing data and how to use them

3. Les données existantes et leur utilisation

4. The « lean data » approach

4. L'approche « lean data »

Next steps
Prochaines étapes

PHASE 2 – EXPERIMENTATION

- **Guide and support energy access social businesses** in outcome data collection, analysis and use
- **Share experiences** on data collection, analysis and use **through regular workshops**

PHASE 2 – EXPERIMENTATION

- **Guider et accompagner différentes entreprises sociales d'accès à l'énergie** dans la collecte, l'analyse et l'utilisation de données de résultats
- **Partager les expériences** en matière de collecte, analyse et utilisation des données de résultats à travers des **ateliers réguliers**

Next steps
Prochaines étapes

PHASE 3 – CAPITALIZATION

Depending on the objectives that the Energy Group will set and on field experience feedback:

- co-creation of a harmonized tool (focus on productive use of energy?)
- operational guides
- review of good practices
- case studies
- Etc.

PHASE 3 – CAPITALISATION

En fonction des objectifs que se fixera le groupe Energie et des retours d'expérience terrain :

- co-construction d'un outil harmonisé (focus sur l'usage productif de l'énergie ?)
- guide opérationnel
- revue des bonnes pratiques
- études de cas
- Etc.

Next steps
Prochaines étapes

Would you be interested in the following activities ?

(A) Co-development workshops

(B) Experience-sharing workshops

Seriez-vous intéressés par les activités suivantes ?

(A) Ateliers de co-développement

(B) Ateliers de partage d’expérience

Next steps
Prochaines étapes

See you in September for a synthesis workshop!

RDV en septembre pour un atelier de synthèse !

LabDD Energy Group

Cerise
POUR UNE FINANCE ÉTHIQUE

Thank you!

Merci !

m.allet@cerise-spm.org
c.fernandez@cerise-spm.org