

**LabODD Energy Group****Workshop #4 report  
The lean data approach**July 1<sup>st</sup>, 2021**LabODD Groupe Energie****Compte-rendu de l'atelier #4  
L'approche lean data**1<sup>er</sup> juillet 2021

[Registrez-vous ici](#) to receive LabODD newsletters and invitations  
[Inscrivez-vous ici](#) pour recevoir les futures lettres d'info et invitations du LabODD

---

**Participants (13)**

First Name	Last Name	Organization
Marion	Allet	CERISE - Head of Environment
Cécile	Lapenu	CERISE - Director
Lina	Sayegrih	CERISE – Intern
Tsanta	Rabekoto	Welight Africa
Fatoumata	Cisse	Investisseurs et Partenaires
Elodie	Hanff	Investisseurs et Partenaires
Léa	Diani	Solarly
Marina	Abboud	ADA
Jurgen	Hammer	SPTF
Sixtine	Martial	FAIR
Khadija	El Hantali	Consultante (Maroc)
Aïda	Gueye	Auditeur SPI4
Moïse	Mulongo	Auditeur SPI4

---

**Workshop Report – Compte rendu de l'atelier****Objective of the workshop**

- *Get familiar with the “lean data” approach, share experiences, discuss the advantages and limitations of this approach.*
- *As a 4<sup>th</sup> step (after the workshops on “Theories of Change and SDGs”, “Needs and expectations of stakeholders”, “Existing data and how to use them”) to work on a common framework of outcome measurement.*

**Objectifs de l'atelier**

- Se familiariser avec l'approche lean data, partager les expériences des uns et des autres, discuter des avantages et limites de cette approche.
- Une 4<sup>ème</sup> étape (après les ateliers « Théories du Changement et ODD », « Besoins et attentes des parties prenantes », « Les données existantes et leur utilisation ») pour réfléchir à un cadre commun de mesure des résultats.

### Introduction to lean data

During this workshop, CERISE presented the key principles of the lean data approach, an approach formalized and promoted by [Acumen](#) for “a fast, reliable customer-centric impact measurement.” The approach is often used to better understand customer profiles, assess satisfaction level, and measure specific outcomes. It is based on three pillars: customer first, use of low-cost technologies (call centers, SMS, IVR...), and decision-driven measurement.

Please refer to [presentation slides](#) for more details.

### Experience-sharing – WeLight

[WeLight](#) is a social enterprise in the energy sector based in Madagascar, which offers solutions for access to electricity through solar mini-grids.

Since March 2021, WeLight has decided to work with a **call center** to manage customer relationship (after-sales services, complaints, etc.), a service made necessary by the size now reached by the company (> 4000 customers). WeLight saw this as an opportunity to assess the satisfaction of their customers and collect social impact data.

**Satisfaction is measured** at three levels: (i) during a systematic **welcoming call** to all customers (3-5 min), 15 days after the first connection, with 5 evaluation questions on the access to the service; (ii) via a **satisfaction survey** of 20 questions (8-18 min), including the NPS, with a sample of customers; (iii) during a **wakeup call** to customers who have been inactive for 1 month to understand the reasons for their inactivity.

This information allows WeLight to inform business results in terms of customer satisfaction levels, and to adjust their promotion and communication strategy.

**Social impact is measured by collecting testimonials** from a representative sample of customers. The interview is semi-structured, with open questions to let clients express themselves (10-20 min). 25 testimonials are collected every semester (for clients > 6 months).

### Introduction au lean data

Lors de cet atelier, CERISE a présenté les principes clés de l'approche lean data, une approche formalisée et promue par [Acumen](#) pour permettre une « mesure d'impact rapide, fiable, centrée sur le client ». L'approche est souvent utilisée pour mieux cerner les profils des clients, évaluer leur niveau de satisfaction, et mesurer certains changements. Elle repose sur 3 piliers : le client d'abord, l'usage de technologies à bas coût (call centers, SMS, IVR...), et une mesure orientée vers la prise de décision.

Se référer au [support de présentation](#) pour plus de précisions.

### Partage d'expérience – WeLight

[WeLight](#) est une entreprise sociale du secteur de l'énergie basée à Madagascar qui propose des solutions d'accès à l'électricité par la mise en place de mini-réseaux solaires.

Depuis mars 2021, WeLight a décidé de travailler avec un **call center** pour la gestion des relations clients (SAV, réclamations...), une prestation rendue nécessaire par la taille désormais atteinte par l'entreprise (> 4000 clients). WeLight a considéré que c'était alors l'occasion d'évaluer la satisfaction de leurs clients et collecter des données d'impact social.

La **mesure de la satisfaction** se fait à trois niveaux : (i) lors d'un **welcoming call** systématique auprès de tous les clients (3-5 min), 15 jours après la première connexion, avec 5 questions d'appréciation sur l'accès au service ; (ii) via une **enquête de satisfaction** de 20 questions (8-18 min), dont le NPS, auprès d'un échantillon de clients ; (iii) lors d'un **wake up call** auprès des clients inactifs depuis 1 mois pour comprendre les raisons de leur inactivité.

Ces informations permettent à WeLight d'éclairer les résultats commerciaux au regard du niveau de satisfaction des clients, et d'ajuster leur stratégie de promotion et communication.

La **mesure d'impact social** se fait à travers la **collecte de témoignages**, auprès d'un échantillon représentatif de clients. L'entretien est semi-directif, avec des questions ouvertes pour laisser le client s'exprimer (10-20 min). 25 témoignages sont collectés chaque semestre (clients > 6 mois).

The choice of this lean data approach, with regular, rapid, customer-centric data collection carried out via a call center, costs between €500 and €600 per month. However, WeLight considers that this brings real added value to the company, **as a decision-making tool** allowing them to adjust their offer, services and strategy with efficiency and agility.

Please refer to [presentation slides](#) for more details.

### Controversy #1 – For or against a lean data approach?

Participants then shared their thoughts on the advantages and limitations of the lean data approach:

- Advantages:
  - **Speed:** access to information, for decision-making;
  - **Simplicity:** less restrictive than more academic approaches, reduces the weight of data collection;
  - **Lower cost** ;
  - **Useful for decision-making**, strategy tool, regular data to feed decision-making, to improve the products and services offered;
  - **Proximity** to the customer;
  - **Less intrusive** than door-to-door;
  - **Promotion of standard indicators**, such as the Net Promoter Score (NPS).
- Limitations:
  - **Less detailed analysis**, lack of information, small sample, little possibility of analysis by segment, to be completed by more in-depth studies or focus groups;
  - **Not so "lean" and "low cost"**: requires a trained team, cost of a call center, open questions making the analysis more complex;
  - **Connectivity sometimes limited**, risk of sampling bias if only from customers with mobile phones;
  - **Phone number database not always up to date**;
  - **Felt intrusive**, in the case of some PPI questions used to assess clients' profiles;

Le choix de cette approche lean data, avec une collecte de données régulière, rapide, centrée sur les clients, et réalisée via un call center, coûte entre 500€ et 600€ par mois. WeLight considère toutefois que cela apporte une véritable valeur ajoutée à l'entreprise, **en tant qu'outil de prise de décision** leur permettant d'ajuster leur offre, services et stratégie avec efficacité et agilité.

Se référer au [support de présentation](#) pour plus de précisions.

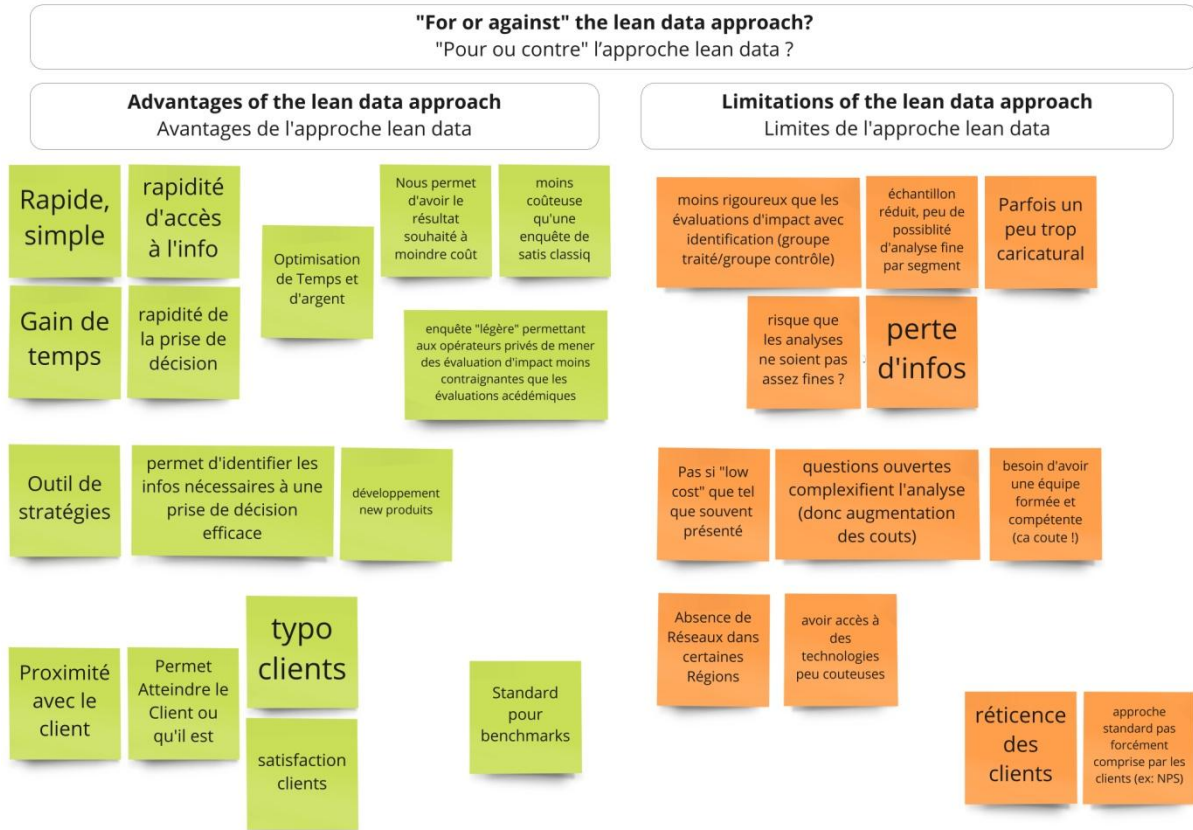
### Controverse #1 – Pour ou contre une approche lean data ?

Les participants ont ensuite partagé leurs idées sur les avantages et les limites de l'approche lean data :

- Avantages :
  - **Rapidité** : d'accès à l'information, pour la prise de décision ;
  - **Simplicité** : moins contraignant que les approches plus académiques, réduit le poids de la collecte des données ;
  - **Moindre coût** ;
  - **Utile à la prise de décision**, outil de stratégie, données régulières pour alimenter la prise de décision, pour améliorer les produits et services offerts ;
  - **Proximité** avec le client ;
  - **Moins intrusif** que du porte-à-porte ;
  - **Promotion d'indicateurs standards**, tel que le Net Promoter Score (NPS).
- Limites :
  - **Analyse moins fine**, manque d'information, échantillon réduit, peu de possibilité d'analyse par segment, à compléter par des études plus poussées ou des focus groups ;
  - **Pas si « lean » et « low cost » que cela** : nécessite une équipe formée, coût d'un call center, questions ouvertes complexifiant l'analyse ;
  - **Connectivité parfois limitée**, risque de biais dans l'échantillonnage si uniquement clients avec téléphone mobile ;
  - **Base de données des téléphones pas toujours à jour** ;
  - **Ressenti comme intrusif**, dans le cas de certaines questions du PPI utilisées pour établir le profil des clients ;

- **Difficulty of understanding:** on questions such as NPS, local dialects not mastered by the call center.

- **Difficulté de compréhension :** sur des questions telle que NPS, dialectes locaux non maîtrisés par le call center.



### Focus on the 60 dB Impact Index

CERISE then presented the 60 dB Impact Index tool proposed and tested by [60 decibels](#) to allow **benchmarking of results between enterprises**. The access to energy sector has the particularity of encompassing a wide variety of products and services, with different expected impacts. For their benchmarking tool, 60 dB therefore decided to focus on 5 indicators only, linked to the **clients' profile** (level of poverty), to the **contribution** of enterprises in accessing new services (first access, no good alternatives), and to clients' **perceptions of the change in their quality of life**.

### Focus sur l'outil 60 dB Impact Index

CERISE a ensuite présenté l'outil 60 dB Impact Index proposé et testé par [60 decibels](#) pour permettre un **benchmarking des résultats entre entreprises**. Le secteur de l'accès à l'énergie a la particularité de regrouper une grande variété de produits et services, aux impacts attendus différents. Pour leur outil de benchmarking, 60 dB a donc décidé de se focaliser sur 5 indicateurs uniquement, liés au **profil des clients** (niveau de pauvreté), à la **contribution** des entreprises dans l'accès à de nouveaux services (premier accès, pas de bonnes alternatives), et à la **perception des clients concernant le changement dans leur qualité de vie**.



## Controversy #2 – For or against using the 60 dB Impact Index?

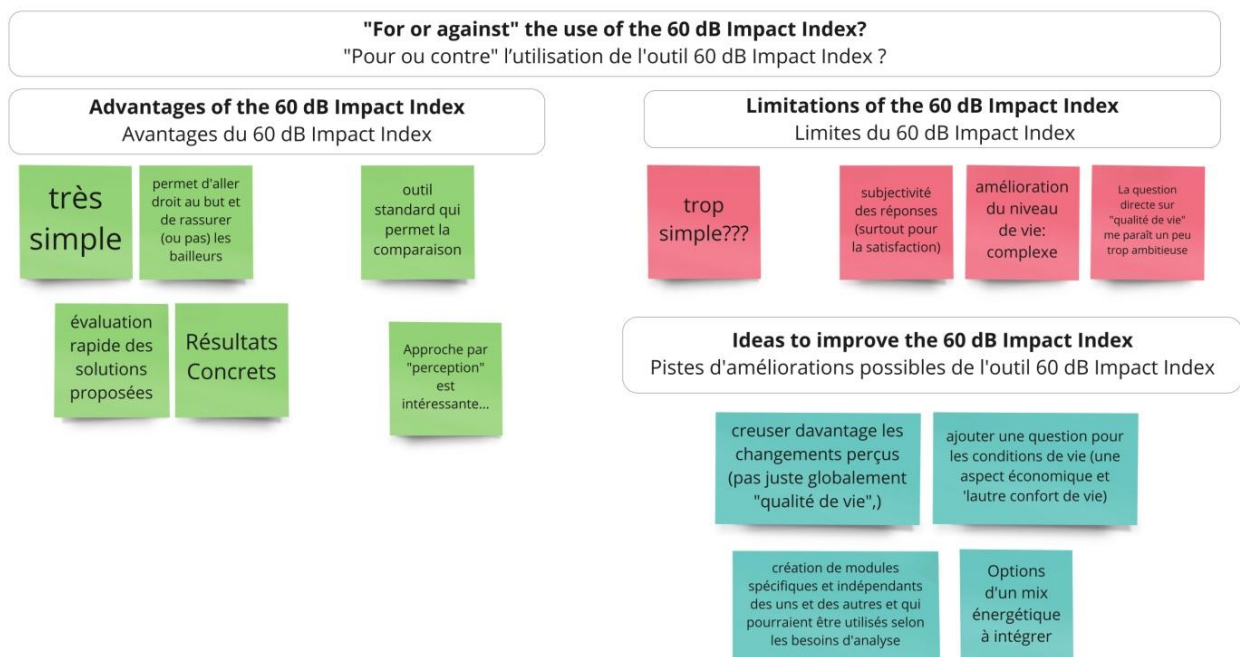
Participants then shared their thoughts on the advantages and limitations of the 60 dB Impact Index:

- Advantages:
  - **Simplicity**, speed;
  - **Standard tool** allowing comparison;
  - **Perception approach is interesting**, we do not prejudge what is positive for the client, he/she is to express his/her feelings.
- Limitations:
  - **Too simple...**
  - **Limit of the perception approach:** subjectivity of responses, does not allow us to identify the complexity behind a change in quality of life, objective of change in quality of life seems too ambitious;
  - **Not precise enough to be useful for decision-making** (whereas the objective of benchmarking is to improve).
- Possible areas for improvement:
  - **Dig deeper into perceived changes**, beyond “quality of life”;
  - **Create optional modules** to be used according to the energy product/service offered and to the desired analysis.

## Controverse #2 – Pour ou contre l'utilisation de l'outil 60 dB Impact Index ?

Les participants ont ensuite partagé leurs idées sur les avantages et les limites de l'outil 60 dB Impact Index :

- Avantages :
  - **Simplicité**, rapidité ;
  - **Outil standard** permettant la comparaison ;
  - **Approche par la perception** intéressante, on ne préjuge pas de ce qui est positif pour le client, c'est lui qui exprime son ressenti.
- Limites :
  - **Trop simple...**
  - **Limite de l'approche par la perception :** subjectivité des réponses, ne permet pas de cerner la complexité derrière un changement de qualité de vie, objectif de changement de qualité de vie semblant trop ambitieux ;
  - **Pas assez précis pour être utile à la prise de décision** (alors que l'objectif du benchmarking est de s'améliorer).
- Pistes d'améliorations possibles :
  - **Creuser davantage les changements perçus**, au-delà de la « qualité de vie » ;
  - **Créer des modules optionnels** à utiliser selon le produit / service énergie proposé et selon les l'analyse souhaitée.



### Shared resources

- 60 decibels (2020), [Why off-grid energy matters](#)
- [MOOC on lean data](#) (Acumen Academy)

### Next steps

- **Synthesis of the first 4 workshops** (reflections, experience-sharing and lessons learned) through the **publication of an article and a restitution** in September 2021;
- Entry into **Phase 2 of the Energy Group - Experimentation**, during which the LabODD can guide and support members in outcome data collection, analysis and use. In particular, the following activities will be offered:
  - **Co-development workshops**: a member submits his/her current issue in terms of outcome measurement (eg defining a questionnaire), the others support him/her.
  - **Experience-sharing workshops** (testimonials) on data collection and analysis.

**Members of the Energy Group wishing to benefit from the support of the LabODD (co-development workshop) from September on can now contact CERISE team!**

**Thank you for your participation!**

### Ressources partagées

- 60 decibels (2020), [Why off-grid energy matters](#)
- [MOOC sur le lean data](#) (Acumen Academy)

### Prochaines étapes

- **Synthèse des 4 premiers ateliers** (réflexions, partages d'expériences et leçons tirées) à travers la **publication d'un article** et une **restitution** en septembre 2021 ;
- Entrée dans la **Phase 2 du groupe Energie – Expérimentation**, au cours de laquelle le LabODD peut guider et accompagner les membres dans la collecte, l'analyse et l'utilisation de données de résultats. Il sera notamment proposé les activités suivantes :
  - **Des ateliers de co-développement** : un membre soumet sa problématique actuelle en matière de mesure des résultats (ex : définir un questionnaire), les autres l'appuient.
  - **Des ateliers de partage d'expériences** (témoignages) sur la collecte et l'analyse des données.

**Les membres du Groupe Energie souhaitant bénéficier de l'appui du LabODD (atelier de co-développement) à partir de septembre peuvent dès à présent contacter l'équipe de CERISE !**

**Merci de votre participation !**