

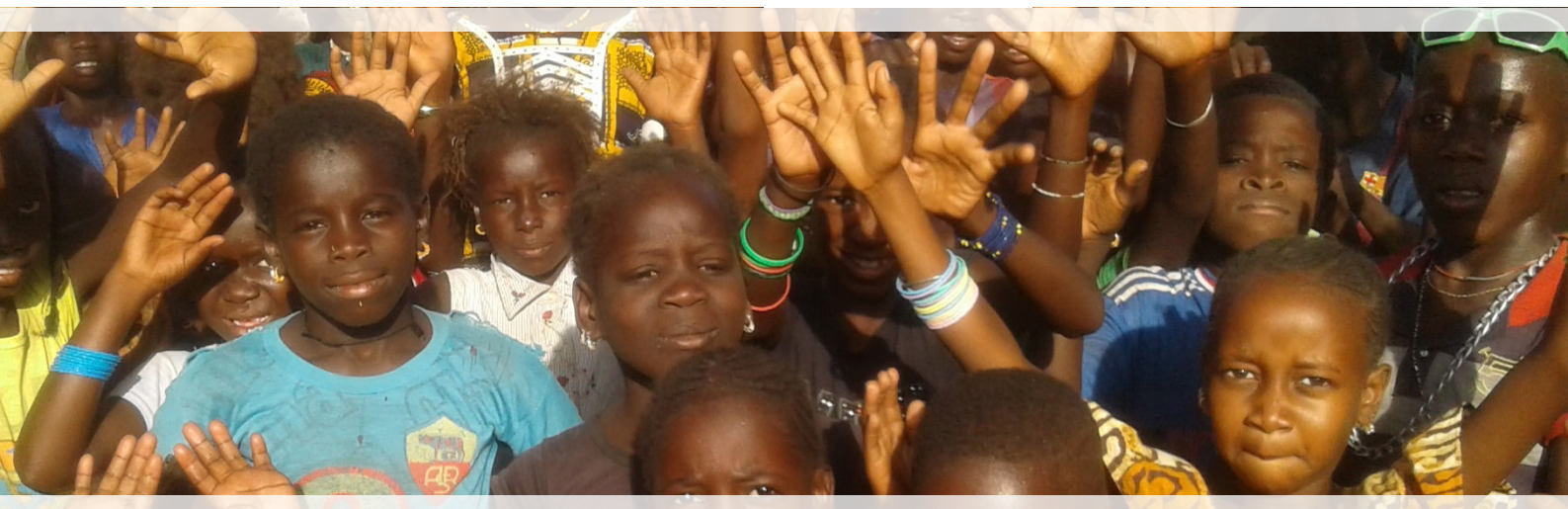


ACCES

*Projet Assainissement, Changement de
Comportement et Eau pour le Sénégal*

BULLETIN # 8 | Avril 2020

- 01 CHRONIQUE COVID-19: COMMENT ACCES
S'ADAPTE FACE A LA CRISE ?
- 02 MATAM: DES PERFORMANCES DANS LA FORCE
DE VENTE
- 03 INTERVIEW AVEC KHADIM DIENG, DIRECTEUR
GÉNÉRAL « LA SOTONI »
- 04 USAID/ACCES: UNE LATRINE SAGAL POUR
LUTTER CONTRE LE COVID-19



CHRONIQUE COVID-19: COMMENT ACCES S'ADAPTE FACE A LA CRISE ?

Le Sénégal, à l'instar de bon nombre de pays africains et du monde, est en crise sanitaire. Comme le montre l'évolution de la pandémie, celle-ci, a des effets notoires sur les activités économiques du pays en général, et en particulier avec des conséquences pas reluisantes sur tous les secteurs et sous-secteurs de la vie économique.

Les acteurs des secteurs de l'assainissement rural, de l'eau et de l'hygiène sont durement touchés par la crise et doivent trouver de nouvelles stratégies pour continuer de jouer leur partition pour l'assainissement total pour tous et pour un accès à une eau de qualité partout et en tout lieu. Autrement dit chacun cherche la meilleure stratégie d'adaptation pour se maintenir professionnellement tout en ne prenant aucun risque de contamination.

Le modèle de USAID/ACCES

Pour s'assurer que l'activité économique se poursuit, USAID/ACCES a adopté un nouveau mode de travail qui appelle à une adaptation récurrente pour des résultats probants. C'est ainsi qu'au niveau stratégique, ACCES a développé un plan de travail en donnant toutes les mesures de précautions et dispositions à prendre par les équipes dans la conduite des activités, pour que le travail continue en tout lieu et pour tout le monde. Des réunions hebdomadaires deux fois par semaine sont initiées pour maintenir la performance des agents et l'activité.

Cette adaptation permet aux équipes de développer de nouveaux outils, de re-tester d'anciens outils de travail jugés par moment inefficaces pour tout simplement mieux consolider le travail et l'esprit d'équipe.

Ces adaptations épousent parfaitement l'appel d'un Manager auteur de cet écrit du 29 Mars 2020, au moment où le Sénégal venait d'enregistrer son Nième cas positif :

« Nous sommes tous touchés par cette pandémie et ACCES fera son maximum pour s'adapter afin de continuer à appuyer les ménages ruraux dans l'amélioration de leur niveau d'hygiène, l'assainissement et l'accès à l'eau potable »





MATAM: DES PERFORMANCES DANS LA FORCE DE VENTE

Quand tout le monde pensait qu'il était impossible de faire des résultats, la force de vente du projet ACCES l'a fait et cela, de la plus belle des manières.

Dans la région de Matam, les agents du projet ont très tôt compris que la vente et la prise en charge des commandes devraient être dans une certaine mesure, maintenues pour permettre aux collaborateurs que sont les maçons et les entrepreneurs de continuer à avoir des revenus pour subvenir aux besoins de leur famille pendant et après cette crise sanitaire.

Ils ont su développer une capacité d'adaptation bâtie sur une autonomisation anticipée et la mise en place d'instruments très simples qui garantissent la durabilité dans la génération de la demande.

En mi-Avril 2020, des performances avaient été notées au niveau des ventes avec soixante pour cent (60%) des objectifs de la région déjà atteints, grâce à des stratégies simples comme :

- La prospection ou le suivi des rendez-vous par téléphone : Pour les commerciaux, la limitation des déplacements, les a amenés à suivre davantage les rendez-vous, par téléphone pour leur concrétisation.
- La vente CLEAR adossée aux technologies digitales, WhatsApp pour la communication et Orange Money pour le paiement : ici de combiner l'utilisation d'outils numériques pour réaliser des ventes sans aucun risque de contamination.

- La circonscription de la sphère de vente par les apporteurs d'affaires : Si les apporteurs d'affaires étaient par moment dispersés dans la génération de la demande, l'auto-confinement a permis à ces derniers de mieux maîtriser leur territoire de travail en y consacrant plus d'intérêt pour leurs bénéfices..

- La prospection à distance ou l'utilisation de notre Customer Relationship Management : La distance sociale jouerait un rôle clé dans la protection des agents et du personnel contre le COVID-19 et la limitation de la progression de l'épidémie. Cette stratégie est surtout orientée vers la force de vente afin de maintenir la communication permanente, soit par téléphone, soit par WhatsApp à travers des messages dans le groupe de contacts pour stimuler de la motivation.

« En mi-Avril 2020, des performances avaient été notées au niveau des ventes avec soixante pour cent (60%) des objectifs de la région déjà atteints, grâce à des stratégies simples. »

INTERVIEW AVEC KHADIM DIENG, DIRECTEUR GÉNÉRAL « LA SOTONI »

KHADIM DIENG EST UN ENTREPRENEUR QUI VIT À KÉDOUGOU ET PARTENAIRE DU PROJET USAID/ACCES. GRÂCE À CE PARTENARIAT, SON ENTREPRISE « LA SOTONI » EST PARVENUE À AMÉLIORER L'ACCÈS À DES SANITAIRES HYGIÉNIQUES POUR LES MÉNAGES DÉMUNIS EN MILIEU RURAL ET URBAIN.

Pouvez-vous vous présenter ?

Je m'appelle Khadim DIENG, entrepreneur résidant à Kédougou depuis 1993 et où je me suis formé en gestion commerciale dans l'entreprise familiale qui évolue dans le commerce ce qui m'a permis d'acquérir beaucoup de connaissances et de maîtriser les ficelles du métier. Fort de cette expérience, j'ai créé NIBODJI TRADE CENTER (NTC) en 2006, une entreprise qui évolue dans le secteur commercial. En 2015, j'ai créé « La SOTONI » une entreprise beaucoup plus organisée et structurée en termes de visions et d'objectifs, évoluant dans plusieurs secteurs.



Voulez-vous nous présenter davantage l'entreprise « La SOTONI » ?

« La SOTONI » est une société qui évolue dans la vente de produits et de services dans les BTP, l'industrie et l'automobile. Son objectif est de permettre à la région de Kédougou d'apporter de réelles valeurs ajoutées sur les plans économique et social. Elle se propose d'être une plateforme qui collabore avec les acteurs de développement locaux, nationaux voire internationaux ayant les mêmes visions.

Qu'est-ce qui vous a poussé à travailler dans le secteur de l'assainissement rural ?

Mes activités m'ont permis de tisser des liens familiaux, amicaux, fraternels et professionnels avec la population de Kédougou. Cette complicité avec les populations m'a permis de percer certains tabous et de découvrir qu'une bonne partie des familles étaient dépourvues de lieux ou endroits pour satisfaire leurs besoins naturels, précisément de latrines dignes et appropriées, mais également qui respectent les normes. Dans le souci de changer les comportements et d'améliorer les conditions d'assainissement, la SOTONI a pu mettre en exergue un prototype de latrine mobile moderne depuis 2016 aussi bien en zone urbaine que rurale.

Notre motivation principale est d'essayer d'accélérer le développement du secteur de l'assainissement en milieu urbain et rural en modifiant les comportements avec une bonne technique de communication et des produits et services d'assainissement abordables et satisfaisants pour les populations. En ce sens, « La SOTONI » en parfaite collaboration avec les structures locales travaille avec USAID /ACCES pour améliorer l'accès à des sanitaires hygiéniques pour les ménages démunis en milieu rural comme urbain.

Pouvez-vous nous parler de votre collaboration avec USAID/ACCES pour la construction de latrines Sagal ?

« La collaboration avec USAID/ACCES nous a permis d'atteindre nos objectifs sociaux pour aider la population en milieu rural en construisant des latrines aux normes. »

"Khadim DIENG, DG LA SOTONI"

La collaboration avec USAID/ACCES nous a permis d'atteindre nos objectifs sociaux pour aider la population en milieu rural en construisant des latrines aux normes. Lorsque les pouvoirs publics à travers les ONG, travaillent avec le secteur privé local et les communautés pour mener des programmes d'assainissement à grande échelle, cela permet à des milliers de personnes et foyers démunis d'avoir accès à des sanitaires améliorées, hygiéniques.

Qu'est-ce qui vous rend fier dans cette collaboration ?

Notre fierté est le fait de partager la même vision et les mêmes objectifs avec USAID/ACCES et de les concrétiser ensemble. Nous sommes également dans les dispositions de pérenniser les actions entreprises ensemble.

Quels sont les défis auxquels vous faites face actuellement dans cette crise sanitaire liée au COVID-19 ?

Face à cette pandémie, notre principal défi est de mettre en place des stratégies pour poursuivre nos activités afin de garder nos employés.

Quelles sont les mesures et les actions entreprises pour faire face à cela ?

L'entreprise a sensibilisé ses employés sur la maladie et leur a demandé de respecter les mesures de prévention et d'hygiène, les instructions et conseils édictés par les autorités sanitaires pour éviter la propagation de la maladie. L'entreprise a également signé un protocole d'accord de mise en œuvre de chômage technique. Pour le personnel et les travailleurs concernés par le chômage, ils conserveront 70 % de leur salaire pendant la période d'inactivité.



"Un maçon en train de construire une latrine"

Quel est votre mot de la fin ?

Si la situation actuelle nous a affaiblis, nous devons néanmoins sortir de cette période de tourments beaucoup plus forts. Réveiller et stimuler les consciences de tout un peuple. Être prêt pour la création de nouvelles opportunités de développement à partir des expériences tirées de la crise pandémique du COVID-19, car nous l'aurons tous vécu.

Cette crise a aussi un impact positif et c'est d'exploiter au maximum nos ressources humaines et naturelles, de croire à nos potentiels et capacités intellectuelles pour un seul objectif : celui d'être indépendant et voler de nos propres ailes et sur ce, par anticipation, « La SOTONI » ne ménagera aucun effort.

USAID/ACCES: UNE LATRINE SAGAL POUR LUTTER CONTRE LE COVID-19



Dans le cadre de la lutte contre le COVID-19, USAID/ACCES déploie une campagne de communication digitale sur les différentes plateformes de sa marque de latrine Sagal (Facebook-Twitter-Instagram) pour sensibiliser les populations sur le coronavirus et sur les règles d'hygiène à adopter pour se protéger et protéger son entourage.

Plusieurs actions digitales sont mises en œuvre comme la production et la diffusion par les agents du projet d'une vidéo collective de sensibilisation sur le coronavirus en différentes langues locales.

Ces conversations permettent des échanges. Chaque semaine, les agents du projet animent à tour de rôle, des facebook live pour renforcer les connaissances des communautés sur des thématiques précises comme la distanciation sociale, l'hygiène à la maison, etc.

Ces conversations permettent des échanges entre notre communauté digitale et les agents du projet. La campagne prévue pour une durée de deux mois a déjà atteint plus de 180 000 interactions après seulement deux semaines de mise en œuvre.

Suivez-nous sur :

-  SagalSamaNjaboot
-  @njaboot
-  sagal_kaarange_la_naatange_la
-  #Sagal

USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE