

La Campagne de Réponse Vocale Interactive d'OISL — Un Essai Randomisé Qui a Presque Doublé l'Usage de la Banque Mobile Chez des Emprunteurs Ghanéens Peu Lettrés

Digital Inclusion · Bonne pratique · Ghana

Score de qualité : 68/100

Niveau de preuve : Modérées

Résumé

Un essai randomisé a donné à 5 000 clients ruraux de microfinance au Ghana dix appels vocaux automatisés hebdomadaires sur la banque mobile. Les transactions mensuelles ont presque doublé et les retards de remboursement ont chuté de 8 %, pour un coût de 0,28 USD par client et par mois — sans toutefois augmenter l'épargne.

Dimensions clés

Dimension	Score
Innovation level	2/5
Sustainability (ongoing)	0/1
Evaluation evidence	1/1
Demonstrated reach	1/1
Documented learning	1/1

Évalué par C-NAPSE

Sources de données

[C-NAPSE web research](#) — consulté le 2026-09-24

[Opportunity International Savings and Loans \(OISL\), with Innovations for Poverty Action / J-PAL](#) — consulté le 2026-09-24

[Riley & Shonchoy \(2025\), Economic Development and Cultural Change](#) — consulté le 2026-09-24

[AEA Social Science Registry: pre-registered trial](#) — consulté le 2026-09-24

[Emma Riley: research page](#) — consulté le 2026-09-24

Citer — Evidoria. *La Campagne de Réponse Vocale Interactive d'OISL — Un Essai Randomisé Qui a Presque Doublé l'Usage de la Banque Mobile Chez des Emprunteurs Ghanéens Peu Lettrés*. ID persistant : 4eb8bd3c-e281-4ceb-9e89-3a3f92094924.