



94

Premiers pas en franchise

De franchisés à franchisés

"La polyvalence des équipes améliore l'accueil client"

Évoluant dans le réseau Cash Express depuis 17 ans en tant que directeur de magasin, Kim Tauv est devenu franchisé en mai 2019 en reprenant le point de vente de la rue Monge à Paris (5^e arrondissement). Pour lui, la performance de la boutique repose avant tout sur la bonne gestion des stocks mais aussi sur la polyvalence des équipes.

Camille Boulate

Lorsqu'il est devenu franchisé Cash Express en mai 2019, Kim Tauv connaissait déjà toutes les facettes du métier et du secteur de la vente d'occasion. "J'ai été directeur du plus gros magasin Cash Express de France pendant 17 ans, situé dans le quartier de Beaubourg à Paris (3^e)", indique-t-il. L'ancien salarié a décidé de quitter son poste pour se lancer à son compte. "Initialement, je voulais m'installer à Vincennes,

mais je ne trouvais pas de local. À cette époque, mon ancien patron, franchisé depuis longtemps et à la tête de plusieurs magasins, me fait part de son projet de céder celui de la rue Monge (5^e arrondissement). J'ai donc saisi l'occasion", explique Kim Tauv. Lorsqu'il reprend le magasin au printemps 2019, l'ancienne gérante avait mis davantage l'accent sur la maroquinerie et les bijoux. "Ce n'était pas une mauvaise idée car nous sommes dans un quartier touristique et il faut ce type de produits car ils se vendent bien, insiste-t-il. Mais nous restons une enseigne de produits d'occasion et nous devons avoir une diversité de références."

Rééquilibrer les rayons

Dans un premier temps, son objectif fut donc de redonner une homogénéité dans les différentes familles de produits présentes dans le magasin. Kim Tauv décide alors de renforcer voire de complètement développer certaines offres qui étaient délaissées. "La high-tech et l'électroménager par exemple étaient des références que le magasin n'avait pas ou peu. Aujourd'hui, ce sont les familles de produits qui se vendent le plus", insiste-t-il. Autre défi : référen-

cer davantage de produits neufs vendus moins chers qu'ailleurs et essentiels pour pallier l'absence de certains produits en rayon. "C'est également une manière de montrer aux clients qu'ils peuvent nous apporter ce types de références pour nous les vendre, car le stock attire le stock. C'est la politique que j'ai eue sur les produits ménagers mais aussi sur les figurines à collectionner."

Polyvalence des équipes

Pour Kim Tauv, l'autre aspect essentiel dans la réussite d'un commerce comme le sien est de

déléguer et d'accorder de l'autonomie à ses équipes. Le franchisé explique qu'il était essentiel pour lui que ses trois salariés soient polyvalents et sachent conseiller les clients tant pour le rachat que pour la vente d'un produit. "Quand j'étais directeur de Beaubourg, les vendeurs étaient spécialisés par rayons. Il y a des côtés positifs, c'est certain, mais sur un format de magasin comme le mien ce n'était pas tenable. J'ai vraiment à cœur que mes collaborateurs soient les plus polyvalents possibles et connaissent toutes les facettes du métier. Cela permet aussi qu'ils ne s'ennuient pas !", indique le franchisé. ●

