



## Le réseau Cash Express teste de nouveaux services en ligne



Souhaitant concurrencer les pure players, le réseau Cash Express a décidé de **compléter son offre de services en ligne** en lançant l'estimation et l'achat en ligne. Le nouveau service est encore en phase de test et devrait être accessible au grand public dans les prochaines semaines.

Cash Express, site en ligne" width="900" height="344"

data-lazy-srcset="https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2023/03/Cash-Express-sit  
e-en-ligne-300x115.jpg 300w,

https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2023/03/Cash-Express-site-en-ligne-1024x  
392.jpg 1024w,

https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2023/03/Cash-Express-site-en-ligne-768x2  
94.jpg 768w,

https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2023/03/Cash-Express-site-en-ligne-1536x  
587.jpg 1536w,

https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2023/03/Cash-Express-site-en-ligne.jpg

1901w" data-lazy-sizes="(max-width: 900px) 100vw, 900px"

data-lazy-src="https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2023/03/Cash-Express-site-  
en-ligne-300x115.jpg" id="43880a">

Cash Express accélère sa transformation digitale

Aujourd'hui, alors que nous vivons une véritable révolution numérique, on voit immerger **une nouvelle vision du commerce** : les stratégies d'achat en magasin et d'achat en ligne ne s'affrontent plus mais misent sur leur complémentarité intrinsèque dans le but de créer une meilleure cohérence de l'offre tout en acquérant un avantage concurrentiel significatif.

Voulant accompagner l'essor du commerce en ligne en adoptant une position compatible avec son ADN de réseau de magasins physiques, Cash Express décide justement de **renforcer son identité de marque** et d'**améliorer son expérience client** en complétant son offre par **des prestations omnicanal**.

Concept basé sur le commerce physique, l'enseigne s'est développée d'année en année pour mettre en place **une stratégie de cross canal** : de la simple consultation du stock en ligne au programme de fidélité au lancement d'un outil e-commerce, plus vaste et performant, permettant de vendre, d'estimer et d'acheter les produits en ligne tout en offrant aux franchisés la capacité de garder la main.

« La gestion de notre transformation digitale est un facteur de compétitivité. Elle nous permet une approche stratégique plus fine, incitant chaque franchisé à réfléchir à



*l'opportunité de mettre ou non en ligne un produit et à la cadence à laquelle le faire. Le discernement est le maître-mot de notre activité. Il nous invite à prendre en compte le volume ou la rareté des produits dont certains sont susceptibles de séduire une clientèle nationale », a confié Arnaud Guérin, co-président de **Cash Express**.*

Pour le développement de ses outils de vente en ligne, l'enseigne a dû **investir 450 000 euros**. Elle attend d'ailleurs énormément de cette initiative, surtout si l'on prend en compte le « **Bilan du e-commerce 2022** » de la Fevad : le secteur du e-commerce représente **près de 147 milliards d'euros**, soit 12.5 % du commerce de détail.

Ce nouvel outil à plusieurs vitesses propose 3 parcours client :

- 1. L'expérience d'achat digitale ou le tout en ligne** (estimation, achat, vente, paiement, envoi) : cette solution concerne principalement les produits high tech, téléphones portables, consoles de jeux, ordinateurs... Ces produits représentent actuellement plus de 50 % du CA des magasins franchisés.
- 2. L'expérience phytigale ou l'achat partiellement en ligne**: l'estimation se fait en ligne et la finalisation se réalise en magasin.
- 3. L'expérience physique ou le tout en magasin**: cette option, comme pour la précédente, concerne des produits dont la rareté ou la technicité nécessitent l'expertise d'un acheteur qualifié qui procédera à un audit physique du produit en présence du client vendeur.

*« L'expérience client est une donnée fondamentale : elle se doit d'être toujours plus poussée, plus fluide, simple, intuitive et sécurisante, poursuit Arnaud Guérin. Associer les pratiques de la vente traditionnelle avec celles de l'e-commerce nous permet d'attirer un plus grand nombre de clients potentiels, de les fidéliser tout en créant une relation plus forte, celle de l'appartenance à une communauté ».*

Actuellement, le **chiffre d'affaires de vente en ligne Cash Express** est de l'ordre de 7 à 8 %, voire 15 % pour les franchisés les plus actifs. Son but est d'atteindre, à l'horizon 2026, les 25 %.

Vous êtes intéressé(e) par la franchise **CASH EXPRESS** ?

**CASH EXPRESS** " decoding="async" data-lazy-srcset="https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2018/03/Logo-franchise-cash-express300x300-150x150.png 150w, https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2018/03/Logo-franchise-cash-express300x300.png 300w" data-lazy-sizes="(max-width: 150px) 100vw, 150px" data-lazy-src="https://ac-franchise.com/wp-content/uploads/2018/03/Logo-franchise-cash-express300x300-150x150.png" id="217235c2">

### **CASH EXPRESS**

*Troc, achat-vente de produits d'occasions*

La franchise **Cash Express** a été créée en 2001. Ce spécialiste de l'achat-vente de produits d'occasions se base sur la rapidité, la facilité, la ...

Contactez l'enseigne

#### **Pourquoi choisir cette enseigne ?**

- CA moyen : **600 000€**
- Formation : **Oui**
- Aide pour le dossier de financement : **Oui**

Voir la fiche

x

Notre recommandation