

Cash Express parachève sa transformation digitale et lance un nouveau service en ligne

Cash Express annonce une rentrée sous le signe du digital. L'enseigne, acteur majeur de l'occasion, précurseur de la réservation et de la vente en ligne, complète son offre e-commerce avec l'estimation et l'achat en ligne. Ce nouveau service, lancé en phase test début 2023, est désormais accessible au grand public. Une (r)évolution qui apporte de nombreux avantages tels qu'une efficacité accrue, une meilleure expérience client et une plus grande compétitivité sur le marché.

Pour Arnaud Guérin et Lionel Logiacco, les deux coprésidents de Cash Express, *“Ce virage numérique s'est imposé comme un facteur incontournable d'attractivité et de performance. Face à l'essor du commerce en ligne, nous nous devons d'innover en proposant de nouveaux services au plus proche des attentes de nos clients. Pionnière sur le marché de la seconde main avec un réseau de plus de 130 magasins physiques, Cash Express offre désormais des prestations omnicanal qui viennent renforcer son identité de marque engagée et parfaire l'expérience client.”*



Un outil ergonomique, performant et fiable

“Vendez vos objets d'occasion depuis votre canapé ! Cash Express rachète vos articles en ligne.” C'est avec ce slogan, synonyme d'efficacité, de souplesse et de simplicité d'utilisation, que Cash Express invite tout un chacun à rejoindre ses nouveaux services. L'estimation et l'achat en ligne viennent améliorer l'expérience client tout en soulignant l'agilité d'une enseigne à la pointe de l'innovation.

“Nous avons longuement mûri ce projet car nous voulions un outil de dernière génération, précise Arnaud Guérin. Puissant et intuitif, ce dernier permet d'acheter et de revendre en quelques clics.” Autre atout de la plateforme e-commerce Cash Express : sa fiabilité et sa transparence. *“La cotation des articles est directement liée à notre base argus. Elle ne dépend pas d'une loterie. La transparence et la rigueur de notre réseau d'achat professionnel sont garants du meilleur tarif que l'enseigne peut proposer.”* Un atout de poids pour ce réseau qui entend demain concurrencer les Pure Players.

Au total, Cash Express a investi 450 000 € dans ce nouveau dispositif qui lui permet, grâce aux algorithmes, de maintenir son avantage concurrentiel, d'explorer de nouveaux marchés, de fidéliser davantage ses clients actuels et d'élargir sa clientèle avec une offre diversifiée. Le suivi des performances, l'analyse des données et l'adaptation aux besoins du marché sont des éléments clés pour assurer la réussite à long terme de la transformation numérique et des nouveaux services.

Une stratégie omnicanal responsable et performante

Forte d'un réseau de plus de 130 magasins, Cash Express mise sur la complémentarité des points de vente physiques et du e-commerce pour asseoir son rayonnement. Les services en ligne créent une meilleure cohérence de l'offre. La mutualisation des stocks favorise une proposition plus riche et une garantie de disponibilité tout en conservant l'aspect rassurant de la proximité locale.

Pour Arnaud Guérin, co-président de Cash Express, « **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.** »

Dans le même temps, cette complémentarité permet également de booster l'image de marque en proposant une expérience client basée sur l'humain, en magasin. « **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.** »

Référencement, traçabilité et fiabilité des produits, transparence, rigueur de l'offre, qualité du SAV, sécurité des transactions..., les prestations e-commerce de Cash Express ont tout pour séduire et fidéliser. Avec ce nouvel outil, l'enseigne, dont le chiffre d'affaires de vente en ligne est aujourd'hui de l'ordre de 7 à 8%, voire 15% pour les franchisés les plus actifs, vise un objectif de 25% à l'horizon 2026.

Quelques dates clés

. 2016 : Mise en place de la consultation du stock des magasins en ligne.

Lancement d'un service inédit de E-réservation avec une promesse de réponse sous 15 minutes !

. 2020 : Mise en place de la vente en ligne.

Toujours soucieux de privilégier les circuits les plus courts, ce service fait la part belle au retrait magasin (click & collect) tout en permettant des expéditions « classiques »

2023 : Mise en place de l'estimation et de l'achat en ligne.

Cette prestation vient compléter celle de la vente en ligne. La proposition E-commerce de Cash Express est ainsi tout à fait en phase avec le concept accessible physiquement.

A propos de Cash Express :

Cash Express est un des acteurs majeurs historiques de l'achat-vente de produits et d'objets d'occasion installé sur le marché français depuis 2002. L'enseigne compte plus de 130 magasins répartis entre la France, la Belgique et le Portugal. Cash Express prône l'Ecoréflexe, nouveau mode de consommation développé par l'enseigne, qui allie économie et écologie en donnant une seconde vie aux produits.

<https://www.cashexpress.fr/>

Visuel sur l'espace Presse Infinités

Pour accéder à l'Espace Presse des clients d'Infinités, merci de vous identifier une fois :

Mail : presse@infinites.fr / MDP : [infinitesRP](#) / www.infinites.fr



CONTACT PRESSE : Infinités Communication

Véronique BONNET : veronique@infinites.fr

Tél : 01 30 80 09 23 - www.infinites.fr