



AC Franchise Tout sur les franchises	Accueil	Annuaire des enseignes	Enseignes qui recrutent	Services aux franchiseurs
Faire de cette page votre page de démarrage	Espace abonnés	Actualité des enseignes	Profils recherchés	Services aux franchiseés
Ajouter ce site à vos Favoris	News Letter	Actualité des affaires	Club ac-franchise.com	Liens utiles à la création

CASH EXPRESS : Objectif 2010

Le 12/11/2005

[Services à la personne » Ouverture de réseau](#)



Cash Express, n°1 français de l'achat-vente aux particuliers, compte désormais 35 magasins sur l'ensemble du territoire, avec 6 nouvelles ouvertures depuis le mois de juin : Colombes (92), Brive La Gaillarde (19), Blois (41), Balaruc (34), Bourges (18) et Cannes (06).

Les ouvertures de Toulon et Reims vont permettre à l'enseigne *de dépasser les objectifs 2005 avec 36 magasins ouverts* à la fin de l'année. Quatre autres contrats sont d'ores et déjà signés : Bayonne, Dunkerque, Marseille et Sainte Geneviève des Bois. Cash Express débutera 2006 avec plus de 40 unités.

Lors de sa convention nationale annuelle, Cash Express a présenté à ses franchiseés le plan de développement de l'enseigne. **Un objectif de développement à 5 ans a été planifié selon des critères réalistes** : augmentation des moyens mis en place grâce à un investissement et des ressources humaines mais aussi l'amplification du plan de communication. L'objectif de développement annoncé est de 100 magasins en 2010 !

L'évolution du concept a été réalisée et porte principalement sur le nouvel Espace Achat, ont été instaurés un espace attente plus convivial, un comptoir d'achat préservant l'intimité et la promesse d'une attente maximum de 20 mn. Le but est de donner au consommateur l'envie de rester et ... de revenir. L'espace de vente a donc été revu avec un décor novateur et chaleureux, un mobilier à base de bois et métal, un parquet et un éclairage travaillé. De plus l'enseigne utilise les outils d'aujourd'hui : écrans plats, vidéos permettant à chaque magasin Cash Express de diffuser sa propre information, radio musicale avec un programme spécifique et des messages commerciaux, ... Le nouveau leitmotiv est : Espace Achat = Efficacité & Confort.

Autre innovation : Cash Express développe un logiciel spécifique ayant pour objectif un service rapide aux achats pour satisfaire sa clientèle. Le client vendeur va pouvoir s'identifier directement, dès son arrivée aux achats, en saisissant le code de sa carte de fidélité, la carte boomerang, ou ses coordonnées clients. Le principe de la carte Boomerang : Vous vendez ? gagnez 50 € de bons d'achat - Vous achetez ? Cash Express vous remet 15 € par tranche de 500 €.

Le système interactif permet une gestion de la file d'attente et un gain de temps appréciable pour le client. Les magasins ouverts cet été, bénéficient déjà de ce nouvel aménagement de l'Espace Achat. L'ensemble du réseau se mettra aux normes d'ici à 2007. La nouvelle campagne de communication des magasins du réseau est orientée vers l'Achat Cash, avec un parti pris humoristique. **" Il y a plus simple pour empocher du cash rapidement ! "** accroche qui accompagne des visuels très explicites. Les visuels vont être déclinés en annonces presse, dépliants et bien entendu affichage.

La Formation Continue n'est pas en reste. En effet, **Cash Express a créé un organisme interne de formation**. L'objectif est d'organiser des cycles de formations en techniques de ventes, techniques de management et techniques d'achats spécifiques au métier de l'achat-vente. Ces formations sont les bases pour faire comprendre le métier.

