

Marché de l'occasion Performances démontrées pour *Cash Express*

Cash Express, n°1 français de l'achat-vente de produits d'occasion, fait un pas de plus pour marquer son avance sur la concurrence. Un réseau toujours plus performant en terme de chiffre d'affaires et de fréquentation des magasins.

Avec 38 magasins ouverts, le réseau *Cash Express* a connu une progression de son chiffre d'affaires au cours du 1er semestre 2006 de 5,11% à périmètre constant et de 34,78% en incluant les magasins ouverts depuis moins d'un an.

C'est aux achats aux particuliers que l'on constate la plus forte envolée, de 10,46% à périmètre constant. La politique de communication franchisée, axée sur les clients vendeurs, porte donc véritablement ses fruits. Mais c'est aussi les efforts du réseau pour rendre les magasins plus accueillants et plus attractifs qui sont aujourd'hui récompensés.

La carte de fidélité *Boomerang* joue pleinement son rôle de fidélisation auprès d'une clientèle captive, qui bénéficie ainsi d'avantages importants (remises et bons d'achats offerts). Plus de 150 000 clients

The image shows a screenshot of the Cash Express website. At the top, there's a navigation bar with the logo and a link to 'voir la liste des magasins'. Below that, a banner announces the opening of a new store in Marseille with 150,000 clients. The main content area features a 'Bienvenue chez Cash Express' section with a 'Vendez vos objets, CASH !' button and a map of France. To the left, there's a sidebar with 'INFORMATIONS ADRESSES MAGASINS', 'Accueil Cash Express', and 'Ouvrez une franchise'. On the right, there's a vertical banner for 'Mille Balles SANS RIEN' and 'Faire ?' with the website URL 'www.cashexpress.fr'.

de *Cash Express* sont aujourd'hui porteurs de la carte.

Après l'ouverture début juillet du magasin de La Valentine à Marseille par Monsieur Dominique Daugey, l'enseigne annonce 9 nouveaux franchisés : Bordeaux (33), Brest (29), Charleville-Mézières (08), Martignes (13), Pau (64), Rennes (35), Savigny le Temple (77), Verdun (55), et dans le Nord

Actuellement en formation dans les magasins pilotes du réseau *Cash Express*, ces franchisés ayant récemment rejoint le réseau et signé leur

contrat de franchise, devraient tous ouvrir avant la fin 2006. Ce nouveau développement portera à 47 le nombre d'implantations du réseau.

Arrivée d'un animateur de réseau

C'est dans ce cadre, et conformément aux objectifs de développement annoncés il y a un an, que l'enseigne va s'enrichir d'un animateur de réseau, chargé de visiter les franchisés sur l'ensemble du territoire et de faire un suivi régulier pour toujours améliorer les performances des franchisés.

Véritable lien entre les magasins, les responsables régionaux et la tête de réseau, il aura pour rôle d'aider les franchisés dans leur quotidien, de faire passer l'information du réseau, mais aussi de remonter les demandes, souhaits et idées du terrain.

Roger Beille, Président.



Jusqu' alors l'animation du réseau était relayée par chaque responsable régional, mais l'enseigne a souhaité nommer un animateur national avec une vision globale de tous les franchisés en temps réel. Bien entendu, les responsables régionaux conservent leur rôle de « parrain » vis-à-vis des nouveaux arrivants, et restent aussi le relais du franchisé sur sa région. De son côté, Roger Beille, Président de *Cash Express*, maintient son rôle de responsable de développement en France comme à l'étranger.

Vérifier la performance de chaque site

Le souhait de l'enseigne de toujours améliorer l'organisation du réseau et le contact avec ses franchisés avait, dès le mois de mars, amené *Cash Express* à mettre en place des visites de clients mystères dans l'ensemble de ses magasins. Voici un

Plus de 600 000 clients ont fréquenté les magasins *Cash Express* au cours du 1^{er} semestre 2006. 9 nouveaux magasins en cours d'ouverture

outil indispensable qui permet de mesurer la performance et le suivi des normes de chaque site. C'est un audit trimestriel, ou mensuel pour les franchisés qui le souhaitent, qui porte sur différents points de contrôle, notamment, l'accueil téléphonique et l'accueil en magasin, la tenue du magasin, l'espace achat, le service achat, la vente et la caisse... Le choix de *Cash Associés* s'est porté sur l'un des leaders du conseil en entreprise, qui effectue aussi des visites mystères pour la *Fnac*, *Darty*, *Celio*, *Sport 2000*...



Par la mise en place de ces outils et actions, *Cash Express* prouve sa volonté d'améliorer encore les services que l'enseigne apporte à ses fran-

chisés et sa détermination à les aider dans leur développement. ■ J.B. Retrouvez toute l'information sur l'enseigne sur le site

Les franchisés ont la parole



Interview de Marc et Fanny Voisin, nouveaux franchisés *Cash Express* Brest (29)

• Pouvez-vous nous expliquer votre parcours ?

« Après avoir été ambulancier salarié pendant 7 ans, j'ai créé en 1998 un fond de commerce de transports sanitaires à Paris que j'ai exploité avec mon épouse jusqu'en juin 2005.

Un rapprochement familial en Bretagne était souhaité depuis plusieurs années. Nous avons donc cédé notre activité d'ambulances et, après 15 années passées dans ce métier, nous aspirions à changer de secteur professionnel. »

• Pourquoi avoir choisi le système de la franchise ?

« Notre création d'activité en 1998 ne fut pas

simple, aussi avons-nous préféré nous tourner vers le commerce en franchise afin d'être conseillés, encadrés et soutenus. D'autre part, une formation nous paraissait nécessaire pour optimiser notre virage professionnel. »

• Pourquoi ce secteur de l'achat vente de produits d'occasion aux particuliers ?

« Après une longue réflexion sur les opportunités du commerce en franchise, notre choix s'est porté sur l'achat vente de produits d'occasion aux particuliers. D'une part, parce que nous sommes des clients (acheteurs et vendeurs) convaincus, d'autre part parce que nous avons préféré un métier « neuf » afin de bénéficier de réelles opportunités d'affaires. »

• Pourquoi avez-vous choisi *Cash Express* ?

« Nous avons contacté les enseignes en phase de développement, rencontré les principaux responsables du développement et visité un ou plusieurs magasins de chaque enseigne. Là, notre choix s'est tout naturellement porté sur *Cash Express*.

Cash Express est composé d'un groupe de personnes dynamiques, ravies de partager leur savoir-faire, soucieuses de faire progresser leur outil de travail (agencement de magasin, logiciel de gestion, base de données, carte de fidélité...), qui veulent aller de l'avant et souhaitent conforter la position de leader de l'enseigne et ces objectifs et méthodes nous conviennent parfaitement. » ■