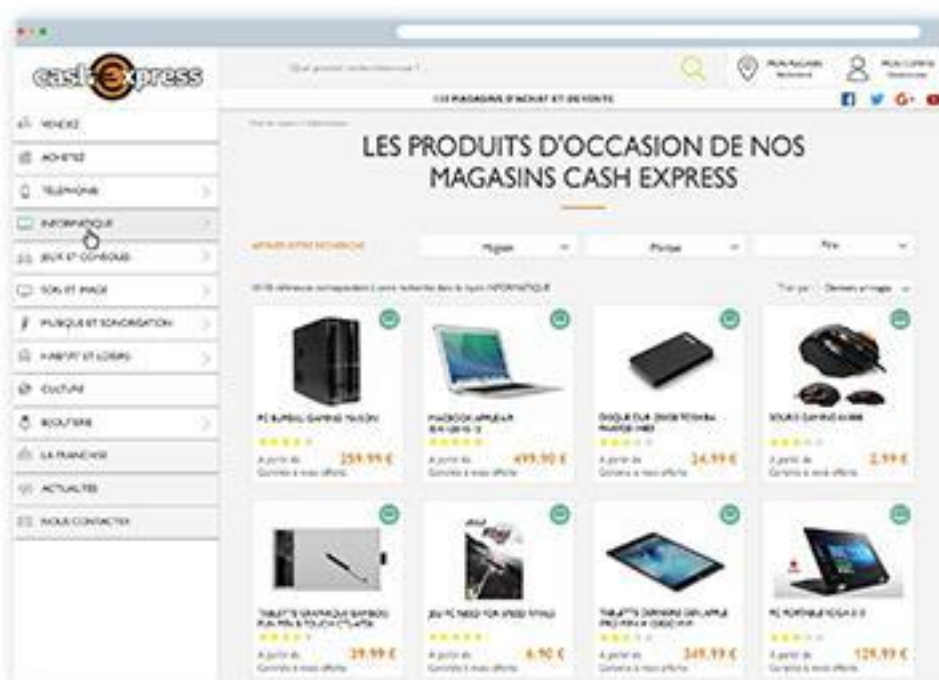




Réussir son projet grâce aux outils de la franchise Cash Express !

La franchise **Cash Express** a été lancée en 2001 pour se spécialiser dans l'achat et la vente de produits d'occasion. Rapidement, l'enseigne s'est imposée comme leader de son secteur. Pour maintenir sa position, le réseau veille constamment à innover et à offrir à ses franchisés des services performants leur permettant de se démarquer de la concurrence.



Une multitude d'outils performants en faveur de la réussite de chaque franchisé **Cash Express** met à la disposition de ses franchisés de nombreux services contribuant à la réussite de leurs projets.

Un logiciel exclusif :

Parmi ces services, son logiciel exclusif dont les fonctionnalités ont été pensées par une commission de franchisés et qui répondent, par conséquent, aux attentes des franchisés. Ce logiciel entièrement connecté en réseau et relié au site internet de l'enseigne, permet aux acheteurs d'accéder à l'argus interne exclusif **Cash Express**, avec des millions de références d'articles répertoriées, indexées.

Un service de stock en ligne en temps réel :

Adoptant une stratégie Cross Canal, **Cash Express** contribue à apporter du trafic dans les magasins de ses franchisés à partir de son site internet. L'enseigne a donc mis en place le service du stock en ligne en temps

ac-franchise.com

Pays : France

Dynamisme : 5

[Visualiser l'article](#)

réel et de la réservation avec retrait en 15 minutes ainsi que l'organisation logistique et informatique nécessaire pour faire réussir ce service.

Aujourd'hui, grâce à une logistique parfaitement maîtrisée et à un outil informatique performant, 95 % des réservations peuvent être traitées et confirmées dans les 15 minutes à l'internaute (pendant les heures d'ouverture des magasins), soit le délai de traitement le plus rapide de l'ensemble des acteurs du retail en Europe.

Un extranet performant :

Chaque franchisé a aussi accès à un Extranet offrant de nombreuses fonctionnalités très utiles telles que:

Consultation des statistiques hebdomadaires, mensuelles et annuelles du réseau

Inscription aux formations

Lancement des campagnes d'emailing et des promotions types

Téléchargement des outils publicitaires et des documents type

Gestion et administration de la page de son magasin sur le site internet de l'enseigne

Une carte de fidélité :

Cash Express est aussi connu pour avoir été le 1er réseau à proposer une carte de fidélité personnelle, dotée d'un code barre, entièrement gérée par informatique.

La carte Eco-Réflexe de Cash Express est utile aussi bien pour les clients vendeurs que les clients acheteurs, grâce à un programme de fidélisation adapté.

Une communication d'envergure :

Couvrant une bonne partie du territoire national, le réseau Cash Express s'offre une visibilité sur les supports les plus en vue et ce en parrainant de multiples émissions telles que The Wall, La météo BFM, Les guignols de l'info, Salut les Terriens, Le tirage du Loto...

L'enseigne lance aussi régulièrement des spots de publicité classique et des campagnes digitales (replay) adossées à de grandes chaînes telles que TF1 et M6.

Cash Express met aussi à la disposition de ses franchisés de nombreux outils de communication locaux: créations publicitaires annuelles, positionnement marketing, aide à la réalisation du plan média d'ouverture et du plan média annuel des magasins, fourniture et gestion des PLV, ILV, annonces...

Une centrale de référencement :

Les franchisés Cash Express bénéficient également des conditions avantageuses de la centrale de référencement de leur réseau. Les conditions tarifaires sont négociées pour l'ensemble du réseau annuellement permettant de cette manière à chaque franchisé de profiter de la puissance d'achat de tous les magasins du réseau.

Un service Après-Vente :

ac-franchise.com

Pays : France

Dynamisme : 5

[Visualiser l'article](#)

Le réseau gère le Service après-Vente de façon entièrement informatisée, grâce à un module de gestion relié au programme Cash Express et à la base de données.

Une animation des points de vente :

Cash Express met à la disposition de ses franchisés une radio exclusive et une chaîne de télévision Cash Express TV (Service CashExpressRadio et CashExpressTV optionnels et payants, souscrits auprès d'un prestataire indépendant), avec une programmation adaptée aux magasins, à la période de la journée, et de l'année.

Les franchisés peuvent donc diffuser au sein de leurs magasins des vidéos de quelques minutes, entrecoupées de messages spécifiques Cash Express.

Une forte présence sur les réseaux sociaux :

Cash Express prend la parole de façon moderne et interactive sur Facebook, twitter, Youtube avec sa webTV...

Le réseau fait d'ailleurs appel à des professionnels et des experts en réseaux sociaux pour communiquer avec les outils sociaux du web 2.0.

Cash Express peut aussi proposer à ses franchisés de gérer leur référencement local, avec Google Adwords et Google Adresse.