

CeX apuesta por un modelo de tienda más reducido

La enseña pretende implantar puntos de venta a partir de 30 metros cuadrados

Madrid, 24 de junio de 2019. CeX, la enseña especializada en la compraventa de productos tecnológicos y entretenimiento digital de segunda mano, ha desarrollado un formato de tienda más pequeño, que pretende implantar en España a medio plazo.

Para ello la enseña está realizando una prueba piloto a través de puntos de venta propios en el mercado italiano, donde está consiguiendo un alto índice de rentabilidad, gracias a la adaptación del modelo de negocio a superficies a partir de 30 metros cuadrados.

CeX ha ajustado con éxito todos los factores que influyen en la cuenta de resultados para garantizar el buen funcionamiento de estos espacios, objetivo que ha conseguido y que en breve extrapolará a Australia, España, Holanda, India, Irlanda, Italia, México, Polonia, Portugal y Reino Unido, países en los que está presente con una red superior a las 500 franquicias.

Este paso representa un paso adelante en el plan de crecimiento que la compañía tiene establecido a nivel internacional, mediante el que pretende consolidarse entre las primeras cadenas especializadas en su sector.

En la Península Ibérica CeX cuenta con 78 tiendas operativas, cifra que pretende ampliar con nuevas aperturas antes de que termine el ejercicio. Un plan que ahora se ve reforzado en base a esta nueva estrategia que ofrecerá a los franquiciados la posibilidad de unirse a la marca con una inversión a partir de los 60.000€ euros.

Modelo de negocio CeX

La actividad de CeX se centra en la compra y venta de productos tecnológicos y entretenimiento digital de segunda mano. Con esta base, la enseña ha logrado establecer un sistema comercial en la que multiplica el rendimiento de sus clientes, de manera que son ellos mismos quienes compran y venden en sus tiendas, es decir, cliente y proveedor en una misma persona.

Para que sus tiendas funcionen todo el personal está altamente formado con un amplio conocimiento del producto para asegurar un excelente servicio al cliente (comprador y vendedor). Del mismo modo, la experiencia de la enseña garantiza fijar el precio más competitivo, transparente y con un método muy ágil para la liquidación de artículos. Para ello utiliza la tecnología más avanzada del mercado, a través de un software de gestión propio.

Para más información:

Allegra Comunicación · 911 338 891

Pura de Rojas · 619 983 310 · projas@allegra-comunicacion.es

Sara Rodríguez · 606 054 737 · srodriguez@allegra-comunicacion.es

Génova 21 · 28004 Madrid

Datos de contacto:

Pura de Rojas
ALLEGRA COMUNICACION
91 434 82 29

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>