



SleepingMoney lance un nouveau service gratuit :
des alertes email pour ne plus oublier les dates
d'expiration des titres prépayés et en finir avec
les titres cadeaux périmés.

Le concept

Comment ça marche ?

Annonces



S'inscrire

Se connecter

DÉPOSER UNE ANNONCE

PEUR DE ZAPPER LA DATE DE FIN DE VALIDITÉ ET DE PERDRE VOTRE ARGENT ? **CRÉEZ GRATUITEMENT JUSQU'À 3 ALERTES !**

Nous vous enverrons des emails de rappel 90 jours / 45 jours / 15 jours avant la date d'expiration de votre titre prépayé.

Pour enfin en finir avec les cartes cadeaux et les box périmées.



La société ayant émis votre titre ne vous proposera jamais ce service : elle n'a aucun intérêt à le faire...

Alors chez SleepingMoney, on a décidé de vous l'offrir 🌟🔥🚀

Pourquoi SleepingMoney lance ce service d'alertes ?

Les cartes cadeaux, les chèques cadeaux, les box sont depuis plusieurs années sur le podium des cadeaux les plus appréciés par les Français en période de fêtes, juste derrière l'argent. En France, le marché des titres cadeaux représente un chiffre d'affaires d'environ 5 milliards d'euros par an. Cependant, ces titres prépayés dont la validité est limitée dans le temps périssent parfois avant leur utilisation ou finissent oubliés dans les tiroirs. Ils sont très souvent non échangeables et non remboursables auprès des enseignes qui les ont émis. En 2019, on estime le taux de "non utilisation" de ces titres à environ 20%, soit un milliard d'euros qui disparaît des poches des consommateurs. Un pourcentage que les consommateurs ignorent souvent et sur lequel les enseignes communiquent rarement.

Aux États-Unis, les associations de consommateurs ont fait voter une loi en 2009 (le CARD Act) pour encadrer les titres prépayés et assurer aux consommateurs une durée de validité minimum de 5 ans (variable selon les états) pour leur laisser suffisamment de temps pour les utiliser. Le Canada a tout simplement interdit ces dates d'expiration et une nouvelle loi en Australie, entrant en vigueur au 1^{er} novembre 2019 prochain, fixe cette durée minimum à 3 ans.

En France, ce type de loi n'existe pas encore et la durée de validité d'une carte cadeau est généralement d'un an, voire 2 ans dans de rares cas. Seul Amazon propose une durée de 10 ans pour ses chèques cadeaux.

Il est malheureusement encore trop courant d'entendre des personnes se plaindre d'avoir dépassé la date d'expiration par inadvertance ou par simple oubli. Les enseignes ne relancent quasiment jamais leurs clients pour leur rappeler d'utiliser leurs titres avant qu'ils ne soient périmés. Elles n'y ont aucun intérêt puisqu'une fois périmé, le solde leur revient de plein droit. Le « perdu-périmé » fait partie intégrante de leur business modèle. Les forums de consommateurs et les réseaux sociaux sont ainsi remplis de clients mécontents ayant perdu leur argent à l'expiration de leur titre et à qui on refuse un remboursement.

« Même si ces titres n'ont pas le statut légal de l'argent (ce sont des créances ou de la monnaie électronique), cette différence est inexistante dans l'esprit des consommateurs. Et imaginer que cet argent puisse être périssable est très difficilement concevable. Ce système d'obsolescence programmée est très rentable pour les enseignes mais il génère beaucoup de frustration et de mécontentement de la part des clients. En termes d'image, l'effet est catastrophique sur la marque. Cette approche financière court-termiste est une grave erreur car elle ne tient pas du tout compte de la satisfaction client. » Arnaud Leplet, CEO de SleepingMoney.

Comment créer une alerte pour ne plus oublier ?

Afin d'éviter aux clients d'oublier la date d'expiration de leurs titres prépayés, SleepingMoney lance un nouveau service gratuit leur permettant d'enregistrer jusqu'à 3 titres prépayés et leurs dates de fin de validité. Des emails de rappel seront ensuite envoyés automatiquement 90 jours, 45 jours et 15 jours avant l'expiration des titres pour inciter les clients à les utiliser.

« Cela permet de se libérer de ce couperet, d'éviter de devoir se forcer à utiliser les titres au dernier moment juste parce qu'ils vont expirer ou pire, de les oublier dans un tiroir et de se rendre compte trop tard qu'ils ne sont plus utilisables. La charge mentale du quotidien est déjà suffisamment lourde pour ne pas s'en ajouter en plus. En relançant les clients régulièrement, la probabilité de ne pas utiliser un titre prépayé sera très réduite.

A l'approche de Noël, qui est le pic annuel de vente de titres cadeaux, nous permettons aux consommateurs d'enregistrer leurs cartes cadeaux, chèques cadeaux et autres box qu'ils auront reçus pendant les fêtes pour éviter qu'ils ne partent à la poubelle au bout d'un an, faute de les avoir utilisés à temps. A l'heure où le pouvoir d'achat est l'une des préoccupations principales des français, ce service visant à le préserver a toute sa place. » Arnaud Leplet, CEO de SleepingMoney.

En proposant ce nouveau service, complémentaire de sa marketplace d'achat revente sécurisé de titres prépayés entre particuliers, SleepingMoney souhaite couvrir toutes les étapes du cycle de vie des produits prépayés et proposer à ses utilisateurs des solutions adaptées à leurs besoins.

Alerte date d'expiration : <https://www.sleepingmoney.com/alerte-rappel-date-expiration>

Blog post : <https://www.sleepingmoney.com/blog/comment-ne-plus-oublier-la-date-d-expiration-de-mes-cartes-cadeaux-20191028>

A propos de SleepingMoney

Lancée en avril 2019, SleepingMoney est une marketplace sécurisée d'achat revente de titres prépayés entre particuliers. En tant que tiers de confiance, la totalité des transactions réalisées sur la plateforme sont vérifiées et garanties. Le nom "SleepingMoney" fait référence à cette masse insoupçonnée d'argent qui dort et que la plateforme souhaite aujourd'hui réactiver en aidant les consommateurs à réveiller leur pouvoir d'achat.

Plus d'informations : <https://www.sleepingmoney.com>

A propos du fondateur

Arnaud Leplet est le CEO de SleepingMoney. Il est diplômé en Économie Internationale de l'université Paris 1 - Panthéon Sorbonne. Arnaud a commencé sa carrière en 2000 chez Ciao.com (site d'avis de consommateurs) avant de rejoindre plusieurs agences de marketing relationnel pour la mise en place de programmes de fidélité de grandes banques européennes. Il a ensuite travaillé pendant 12 ans sur la transformation digitale de la filiale bancaire de General Electric avant de créer SleepingMoney en septembre 2018.

Profil LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/arnaudleplet/>

Contact Presse

Arnaud Leplet | +33 9 72 15 23 17 | presse@sleepingmoney.com