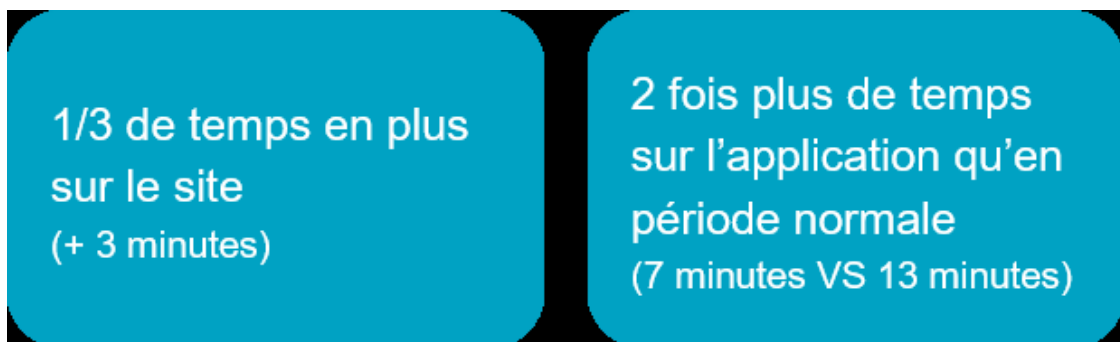


Dealabs, 1er réseau social de partage de bons plans en France, partage les tendances pour le Black Friday 2018

À l'image des autres acteurs incontournables du Black Friday, **Dealabs se prépare, depuis plusieurs mois, à ce rendez-vous des Français, désormais bien ancré dans les pratiques.** Reflet des tendances de consommation nationales, Dealabs observe chaque année, l'engouement de ses 470 000 membres pour cette journée intense de promotions commerciales. Cette jeune entreprise, devenue en moins de 7 ans le réflexe shopping des Français a intégré en 2013 le groupe mondial Pepper.com. Ce dernier regroupe **14 plateformes communautaires de partage de bons plans comme Dealabs** et influence 12 000 décisions d'achat par minute[1].

Pendant le Black Friday, un membre Dealabs passe en moyenne :



Le jour J, ils sont 81% à être connectés à minuit sur le site web pour ne rater aucun bon plan.

Édition 2018 du Black Friday : zoom sur les produits et marchands phares

L'année dernière, Dealabs a multiplié par 3 le nombre de bons plans postés : lors du Black Friday, la plateforme a enregistré 3 500 bons plans en 2017, contre 500 sur une journée normale.[1]

À une semaine du début de l'édition 2018, cette dernière se dessine sous les meilleurs augures.

D'après l'étude Dealabs réalisée en 2017, "mode et accessoires" reste la catégorie d'achats plébiscitée par les Français. Cependant, sur la plateforme communautaire ce sont les achats de la catégorie informatique qui restent les plus actifs. Pour cette édition 2018, de nombreuses promotions sur le matériel high-tech et audiovisuel, ainsi que sur l'électroménager et la mode sont attendues. D'après Jean-Michael Martin et Xavier Poli, modérateurs de Dealabs, les consommateurs attendent des promotions sur l'audiovisuel, mais également sur l'électroménager (petits et gros).

Certains produits et marques sont particulièrement scrutés pour cette semaine de shopping comme :



Quels sont les marchands à suivre ?

Pour le Black Friday, il n'y a pas que les internautes qui s'investissent : les marchands aussi seront bien présents pour cette édition 2018.

Sébastien Ducelliez, directeur des partenariats de Dealabs, souligne que *“pour les marchands, le Black Friday est un événement phare et stratégique : ils construisent tardivement leurs offres pour éviter d'éventuelles fuites. L'objectif pour nous est donc d'identifier les offres les plus intéressantes qui plairont à la communauté, avec les marchands partenaires. Nous les accompagnons pour que ces offres trouvent leur juste place sur la plateforme. Certaines sont partagées par l'équipe éditoriale qui s'assure de l'intérêt qu'elles ont pour la communauté.”*

En premier, la communauté Dealabs reste attentive à ce qui se passe sur **Cdiscount qui va proposer des bons plans toutes les heures**. Elle rappelle également qu'il ne faut pas oublier les **sites spécialisés en codes promotionnels** et que, trop souvent, les **deals informatiques et high-tech sont sous-estimés en grandes surfaces**, alors qu'ils sont pourtant extrêmement intéressants.

Économie collaborative : une communauté dans les starting blocks

Dès son arrivée en France, le Black Friday a été plébiscité par la communauté Dealabs. Depuis le mois de juillet, le premier réseau social de bons plans en France a constaté une **augmentation des alertes et des sujets de discussion sur le Black Friday**.

La communauté anticipe et prépare ce rendez-vous shopping. D'après les modérateurs, *“une chose est sûre, (les membres) attendent davantage du Black Friday que des soldes. À une semaine du lancement, l'excitation commence à monter mais la véritable euphorie- et folie- se produira le jour J.”* Des fils de discussions dédiés se sont créés afin de permettre aux consommateurs de demander l'avis de la communauté sur un produit donné ou de partager des conseils sur la bonne stratégie un fois le 23 novembre arrivé.

Les modérateurs le soulignent, l'entraide et le partage reflètent l'ADN de Dealabs.

En effet, la force de Dealabs, ce sont ses 470 000 membres. Ils sont nombreux à inonder le forum de conseils et de recommandations pour se préparer et être le plus rapide pour profiter des meilleurs bons plans.

Voici le Top 5 pour cette édition 2018 :

#1 – Faire une liste

Rédiger une liste avec tous les produits que l'on souhaite acheter. Cela permet de s'organiser et de faire des recherches en amont sur les marques souhaitées, les prix pratiqués, etc.

#2- Se créer des alertes sur Dealabs

Se créer des alertes (mots-clés ou marques) sur Dealabs permet d'être informé en temps réel des bons plans puisque ce dernier scanne et recense les bons plans de plus de 1 500 marchands (en ligne et en magasins), offrant ainsi une vision globale sur les promotions.

#3- Se coucher tard - ou se lever tôt - :)

De nombreuses offres seront publiées **à partir de minuit le 23/11**. Nombreux seront les membres connectés, prêts à se saisir des meilleurs bons plans.

#4- Scruter les votes de la communauté

Plus un bon plan est chaud, plus il est apprécié par la communauté. Il est donc recommandé de se fier aux retours et votes des 470 000 dénicheurs de bons plans pour être certain de faire une bonne affaire.

#5- Entraînez-vous à déchiffrer le langage “Black Friday”

ODR : Offre de remboursement

BDR : Bons de réduction

FDP : Frais de port

Black Week/ cyber week : semaine de promotion intégrant le Black Friday

Cyber Monday : promotions spéciales lancées le lundi suivant le Black Friday

... et celui de Dealabs ! Voici les 3 expressions à connaître pour naviguer efficacement le forum :

La Flaaaammme / ça va chauffer / buuuuuurn ! : une petite flamme apparaît dès que le deal reçoit un grand nombre de votes dans un court laps de temps de la part des membres.

Ça gèle : “deal” qui n’a pas convaincu la communauté, autrement dit, c’est un flop !

Prix gonflé sur Dealabs, les membres scrutent le meilleur prix et n’hésitent pas à faire savoir si le prix a été gonflé et donc qu’il ne s’agit pas d’un vrai bon plan.

[1] Chiffres Dealabs

À PROPOS DE DEALABS

Fondé en 2011, Dealabs est le premier réseau social de bons plans en France et un véritable observatoire de la consommation online. Avec une communauté de plus 470 000 membres inscrits,

20 millions de visites par mois entre le site et l’application et 15 000 deals postés par mois, Dealabs rassemble les meilleures offres dénichées en ligne ou en magasin (codes promos, ventes flash, bon plans). En 2013, Dealabs a rejoint le groupe international Pepper.com.

Pour plus d’informations : www.dealabs.com

À PROPOS DE PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberger and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in twelve countries on three continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as [BuenosDeals](#) (North America), [Dealabs](#) (France), [DesiDime](#) (India), [HotUKDeals](#) (United Kingdom), [mydealz](#) (Germany), [Pelando.com.br](#) (Brazil), [Pelando.sg](#) (Singapore), [Pepper.co.kr](#) (South-Korea), [Pepper NL](#) (The Netherlands), [Pepper PL](#) (Poland), [Preisjaeger](#) (Austria) and [PromoDescuentos](#) (Mexico). These platforms are currently used by more than 25 million smart shoppers and influence 12,000 buying decisions every minute.

 pr.co



Pepper Media Holdingsalle de presse