



© 14 novembre 2019, 11:45 (CET)

Black Friday: les consommateurs se tournent de plus en plus vers les plateformes de social commerce

Lyon, le 14 novembre 2019. Soldes, French Days, Black Friday... Désormais sollicités en permanence, les consommateurs se tournent massivement vers les plateformes de *social commerce* pour optimiser au mieux leurs potentiels achats : une tendance qui se confirme un peu plus chaque année. Décryptage de Dealabs, expert de la consommation en ligne.

DE PLUS EN PLUS DE SITES D'E-COMMERCE ET D'OFFRES ...

Avant l'avènement d'Internet, les consommateurs se contentaient de faire leur shopping dans quelques grandes enseignes préalablement choisies.

Aujourd'hui, la FEVAD (Fédération du E-commerce et de la Vente À Distance) recense **plus de 180 000 sites d'e-commerce** actifs, et des milliards de produits accessibles en ligne.

Avec autant de choix disponibles, le consommateur associe assez facilement l'e-commerce à "bonne affaire". À la différence des magasins physiques, l'internaute est à un clic d'un site concurrent où il pense pouvoir faire une meilleure affaire. Cette concurrence ne se fait que plus accru à l'occasion d'un événement comme le Black Friday.

Dealabs est la première plateforme de partage de bons plans en ligne : celle-ci regroupe à la fois les deals disponibles en ligne sur les sites d'e-commerce, et ceux en magasins physiques.

Pendant le Black Friday 2018, **Dealabs a vu le nombre de visites bondir de 50%**, pendant que **le nombre de clics a augmenté de 20%** entre l'édition 2017 et l'édition 2018.

... QUI RÉVÈLENT UN VÉRITABLE ENJEU DE CONFIANCE POUR LES CONSOMMATEURS

Sur Dealabs, c'est **la communauté de 690 000 membres** qui publie les deals : une fois validés par les modérateurs, chacun est libre de les noter et de les commenter. Ce véritable système anti-arnaques rassure l'utilisateur qui obtient un véritable retour d'expérience, avant de passer à l'acte d'achat.

- 150 000 commentaires sur Dealabs le jour du Black Friday 2018
- +38% de visiteurs uniques sur Dealabs durant le Black Friday 2018, par rapport à l'édition 2017

Pour Hugues de Buyer-Mimeure, CEO et co-fondateur de Dealabs, cet engouement pour les plateformes de *social commerce*, qui génère des pics prononcés de fréquentations, a tout à voir avec le manque de confiance des consommateurs envers les sites d'e-commerce :

Hugues de Buyer-Mimeure, CEO et co-fondateur de Dealabs: « *La démultiplication de l'offre grâce à l'expansion d'Internet a amené son lot de mauvaises surprises : arnaques, fausses promotions...Le véritable enjeu pour les e-commerçants aujourd'hui est de développer une relation de confiance avec les consommateurs afin que ce dernier ne clique pas ailleurs.* »

Sur Dealabs, la bienveillance et les conseils avisés de la communauté attire de plus en plus d'internautes. En l'espace d'un an, elle a gagné plus de 200 000 membres.

Le social commerce, kezako ?

Le social commerce récupère les codes des réseaux sociaux, et les applique à la vente en ligne. Il soutient l'interaction sociale et les contributions d'utilisateurs pour aider l'achat et la vente de produits ou de services.

--

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 690 000 membres inscrits, 25 millions de visites par mois entre le site et l'application et 20 000 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.COM

Pepper.com a été créé en juin 2014 par Paul Nikkel et Fabian Spielberger, en fusionnant leurs plateformes respectives de bons plans HotUKDeals (UK) et mydealz (Allemagne). 4 ans après, avec 25 millions d'utilisateurs, Pepper.com est la plus grande communauté de partage de deals au monde, employant 200 personnes dans 11 pays différents. Pepper.com donne aux consommateurs avertis une voix pour partager des offres, des conseils et des idées.

--

Contact presse



France

TBWA\CORPORATE

Célia Jacquemond

celia.jacquemond@tbwa-corporate.com

+33 4 37 47 35 44

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 eleven countries on four 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 [Dealabs](#) (France), [DesiDime](#) (India), [HotUKDeals](#) (United Kingdom), [mydealz](#) (Germany), [Pelando.com.br](#) (Brazil), [Pepper NL](#) (The Netherlands), [Pepper PL](#) (Poland), [Pepper.ru](#) (Russia), [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 Holding