

Het Black Friday handboek: Tien tips om de koopjesgekte heelhuids te doorstaan



Een winkel met Black Friday reclame. Persfoto's voor gratis redactioneel gebruik vindt u [hier](#).

Berlijn, 22 november 2019. Over slechts een paar dagen is het zover: Op maandag 25 november begint het koopjesjachtseizoen. Zoals elk jaar verlagen duizenden winkeliers hun prijzen ter gelegenheid van Cyber Week, een koopjesweek dat culmineert in Black Friday op 29 november en eindigt met Cyber Monday op 2 december – net op tijd voor Sinterklaas en ruim op tijd voor Kerst.

Als men de reclame moet geloven kunnen consumenten profiteren van “kortingen tot wel 90%” bij de aankoop van elektronica, parfum, fashion items en zelfs vliegtickets. Maar zijn de aanbiedingen wel zo scherp als winkeliers de consument doen geloven? De sociale shopping community Pepper.com weet raad en heeft tien tips samengesteld die wegwijs bieden in de soms misleidende wereld van online shopping.

1. Maak een verlanglijstje

Tijdens Black Friday zijn er talloze aanbiedingen op een zeer breed scala aan producten. Om de oorspronkelijke wensen niet uit het oog te verliezen en overzicht te houden is het aan te raden om van tevoren een verlanglijstje te maken. Op het lijstje staan de producten of artikelen waar men tijdens Black Friday een oogje op houdt. Het is over het algemeen slimmer om open te staan voor meerdere verschillende productsoorten om teleurstelling te voorkomen.

2. Doe prijsonderzoek

Zodra het verlanglijstje af is wordt het tijd voor een prijsonderzoek. Tijdens Black Friday wordt er namelijk veel gestunt met kortingspercentages. Soms wordt het oude bedrag in de aanloop naar Black Friday nog even verhoogd of wordt de korting berekend op basis van de niet-bindende adviesprijs in plaats van de lagere marktprijs. Bekijk daarom vóór Black Friday wat de prijzen zijn van de producten die je graag wilt hebben. Zo weet men tijdens Black Friday wat het daadwerkelijke kortingspercentage is.

De volgende websites zijn betrouwbare prijsvergelijkers:

Elektronica: [Tweakers Pricewatch](#)

Overig: [Google Shopping](#)

Duitse webshops: [Idealo](#)

3. Ontvang nieuwsbrieven

Als de consument een bepaalde winkel of merk op het oog heeft is het slim om vóór Black Friday op de nieuwsbrief van het desbetreffend verkooppunt te abonneren. Indien relevant kan de consument ook lid worden van bijvoorbeeld een bijbehorend loyaliteitsprogramma. Naast reguliere kortingen staan er namelijk soms ook exclusieve kortingen of kortingscodes voor leden in de nieuwsbrief. Op die manier profiteert men van de laagst mogelijke prijs.

4. Stel deal alerts in

Consumenten platformen zijn een krachtig middel om tijdig de juiste aanbiedingen te lokaliseren. De populairste producten met de scherpste kortingen zijn meestal razendsnel uitverkocht. Via apps van deze consumenten platformen heeft men de mogelijkheid om alerts te zetten. Een goed voorbeeld hiervan is de Pepper app. Door een deal alert in te stellen krijgt de gebruiker een notificatie zodra er een aanbieding op het gewenste product op Pepper wordt geplaatst. Wie bijvoorbeeld op zoek is naar een iPhone kan een trefwoord alert voor “iPhone” instellen. Zodra een consument een iPhone aanbieding op een consumenten platform plaatst wordt er een pushbericht naar de smartphone van de gebruiker gestuurd.

Download hier de gratis Pepper app:

[Google Play voor Android](#)

[Apple Store voor iOS](#)

5. Begin op tijd

Officieel begint Black Friday om 00:00 ‘s nachts tussen donderdag 28 november en vrijdag 29 november, maar steeds meer Nederlandse en buitenlandse winkels hebben de hele week speciale Black Friday aanbiedingen. Zo zouden Amazon en MediaMarkt er goed aan doen om de koopjesacht Cyber Weeks te noemen – de twee winkeliers bijten op 22 november namelijk het spits al af en bieden tot maar liefst 2 december speciale kortingen aan. Om te profiteren van de beste deals moet de consument er snel bij zijn, maar wel het hoofd koel houden. Veel webshops proberen namelijk middels tijdsrestrictie de consument over de streep te trekken. Door een aanbieding bijvoorbeeld “Flash Sale” te noemen creeert de winkelier de indruk dat de consument snel moet beslissen. Het is in dit soort gevallen beter om eerst terug te vallen op een gedegen prijs- en winkelonderzoek

6. Let op verborgen kosten

Verborgen kosten zoals verzend- en betaalkosten kunnen de prijs van een anders aantrekkelijke aanbieding flink omhoog brengen. Bij webwinkels uit de Verenigde Staten en China heeft de consument ook nog eens te maken met importkosten en belastingen. In dit artikel staat extra uitleg over het importeren van artikelen uit bijvoorbeeld China: "[Tips & Tricks bestellen in China | Douanekosten, BTW en importhellingen](#)".

7. Onderzoek de webshop

De prijs is niet de enige belangrijke factor. Het is sterk aan te raden om ook de betrouwbaarheid van de webshop in kwestie te controleren voordat de koopjesjager tot aankoop overgaat. Heeft de webshop een keurmerk van bijvoorbeeld Thuiswinkel Waarborg en zijn er reviews over de webshop te vinden? Reviews van klanten op externe websites zoals Trustpilot en Kiyoh geven vaak een goede indruk van de betrouwbaarheid van de webshop. Keurmerken staan meestal boven- of onderaan de homepage van de webwinkel. De website bezoeker kan eventueel ook op de site van het keurmerk zelf kijken of de webwinkel er echt bij aangesloten is. Daarnaast kan de koper bij Nederlandse webshops controleren of het bedrijf een Nederlands adres heeft en geregistreerd staat bij de Kamer van Koophandel.

8. Check de levertijd

Wie met tijdsdruk te maken heeft door bijvoorbeeld een Sinterklaassurprise doet er goed aan de beloofde levertijd te achterhalen. Die is meestal op de productpagina terug te vinden. Door het aantal bestellingen kan de bezorging van een online bestelling soms ook langer duren dan verwacht. Omdat veel webwinkels ook een fysieke winkel hebben is het soms sneller om naar de fysieke winkel te gaan.

9. Combineer kortingen

Er zijn twee manieren om op het nippertje nog van extra korting te profiteren. Zo kan de koopjesjager onderzoeken of er een actuele kortingscode voor de desbetreffende webwinkel geldt waardoor bijvoorbeeld de verzendkosten gratis zijn. Op diverse online aanbiedingenplatforms staan lijsten met actuele kortingscodes, coupons en vouchers. Ten tweede kan de consument controleren of de webwinkel samenwerkt met een cashback portaal. Hiermee krijgt de koopjesjager na het afronden van de bestellingen een deel van het aankoopbedrag terug.

10. Betaal veilig

Online winkeliers kunnen het best gebruik maken van een creditcard zoals Visa of MasterCard, of PayPal. Deze betaalmethodes bieden namelijk extra bescherming bij het online shoppen. Zo zijn gebruikers van PayPal bijvoorbeeld beschermd tegen oplichting en verschaffen creditcard verstrekkers soms een aantal maanden extra verzekering op de aankoop. Daarnaast is het verstandig om te controleren of er via een gecodeerde internetverbinding wordt afgerekend. Aan onder andere het kleine hangslot-icoontje in het adresveld kan men zien dat de internetverbinding gecodeerd is.

--

Persfoto's

Persfoto's voor gratis redactioneel gebruik vindt u [hier](#).

--

Perscontact



The Netherlands

Eric Vis Dieperink
Pepper Netherlands

eric@pepper.com

+31 478 788 160

OVER 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 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