

# Arnaques ou bonnes affaires ? Dealabs et sa communauté partagent leur savoir-faire pour mieux consommer lors du Black Friday !

Quatre ans après avoir été importé en France, le Black Friday s'est imposé comme un **rendez-vous incontournable pour les consommateurs**. Les marques sont de plus en plus nombreuses à casser leurs prix, souvent sur une durée plus longue que le vendredi seul, et les Français sont de plus en plus à l'affût des bons plans. En 2017, la plateforme a enregistré un **bilan record en termes de visites, d'offres et de commentaires partagés** : par rapport à une semaine classique, Dealabs a vu une **augmentation du nombre total de visiteurs uniques de 91%**<sup>1</sup> au cours de la semaine du Black Friday. Face à ce phénomène, Dealabs s'arme pour mieux accompagner sa communauté dans leurs achats.

*Chaque année, 5 fois plus de deals sont postés durant le Black Friday sur Dealabs.*

## Black Friday : comment éviter les arnaques et optimiser ses achats ?

**Véritable arnaque ou bon plan ?** Le Black Friday et ses promotions alléchantes s'affichent de partout, mais comment déceler les vraies bonnes affaires ? **La communauté aguerrie des Dealabsiens** répondra présente cette année encore pour **guider les consommateurs** dans leurs achats.

**14,5%**

de deals négatifs pendant le Black Friday

Grâce à son **armée de modérateurs**, Dealabs vérifie 100% des offres soumises et réalise un premier tri. **Véritable gage de qualité**, cela permet d'éliminer les fausses bonnes affaires pour instaurer un **vrai climat de confiance**. Les membres sont **engagés dans cette veille contre les arnaques** et toute l'équipe de modération est **composée d'anciens membres actifs**.

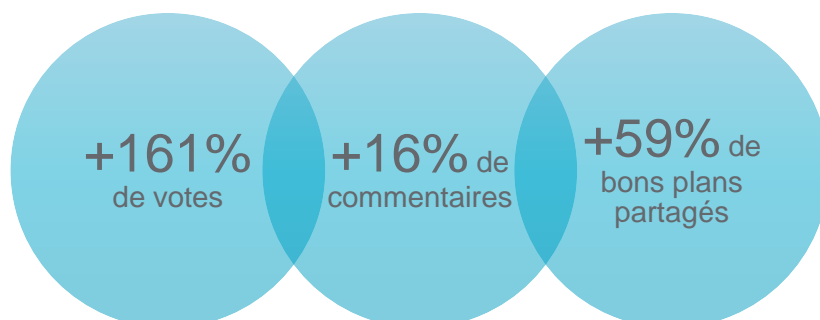
Pour Hugues de Buyer-Mimeure, co-fondateur de Dealabs, *"il est essentiel pour nous de préserver l'esprit communautaire de Dealabs. En tant qu'anciens membres actifs, les modérateurs sont les mieux placés pour répondre aux membres qui partagent, commentent des "deals" au quotidien, ils connaissent très bien le fonctionnement du site et les différentes situations parmi lesquelles chaque membre peut se trouver lorsqu'il poste un bon plan par exemple. Pour nous, c'est un gage de qualité ! D'autre part, c'est également une manière de les remercier d'avoir fait grandir le site."*

Force numéro 1 de Dealabs, sa communauté de chasseurs de bons plans dynamique et investie regroupe **aujourd'hui plus de 470 000 membres**. **Exigeante et pointilleuse**, elle évalue chaque

<sup>1</sup> Données Dealabs

proposition, donnant ainsi un véritable **gage de qualité dans la sélection des offres**. Plus un bon plan est plébiscité, plus il gagnera en visibilité sur le site. Les utilisateurs commentent également les offres, faisant profiter de **leur expérience à la communauté**.

L'analyse de la plateforme prouve que les consommateurs sont **de plus en plus sensibles aux échanges des internautes**. Par rapport à l'édition 2016, le jour du Black Friday 2017, c'était :



## Plusieurs mois de préparation pour une journée de records !

Chaque année, Dealabs **anticipe de nouveaux records de connexion pour le Black Friday**. En 2017, l'application a vu son nombre de visiteurs uniques **augmenter de 64%, le jour J<sup>2</sup>**. En ce qui concerne le site web, les visites uniques ont **triplé le temps d'une journée**.

Pour répondre à cet afflux, Dealabs travaille chaque année pour **refondre ses outils et ses fonctionnalités** afin de **faciliter toujours plus** l'utilisation du site et de l'application pour les utilisateurs.

*“La hausse de fréquentation sur la plateforme était exceptionnelle l'année dernière, cette année, nous nous attendons à une hausse de la fréquentation d'au moins 50%. C'est pourquoi l'un de nos objectifs durant ces derniers mois a surtout été de*



*développer toutes les ressources nécessaires en interne pour accueillir un flux de visiteurs multiplié par deux en quelques jours seulement. Notre deuxième objectif, être reconnu comme acteur référent sur le Black Friday à la fois, dans nos catégories phares (high-tech, jeux vidéos, téléphonie) mais aussi dans celles qui connaissent un certain succès ces derniers mois sur Dealabs : mode, sportswear, alimentation, maison et décoration, services... Enfin, du côté des marchands, nous voulons travailler avec des partenaires clés, référents et les accompagner dans leur stratégie de visibilité sur cette période.”* Hugues de Buyer-Mimeure

Sur le site, **une page dédiée aux offres du Black Friday sera affichée sur la durée de l'évènement**. Pour parer à toutes les éventualités, des **serveurs de secours** sont également mis en place. Si l'afflux de connexion doit surcharger un serveur, **l'équipe de Dealabs se tient prête** à pallier à ce problème. Les **outils de modération sont également repensés** afin d'être **plus réactifs** – *“nous savons que le temps est toujours compté lorsqu'il s'agit d'attraper les meilleurs prix !”*

---

### 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](http://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 14 pays différents. Pepper.com donne aux consommateurs avertis une voix pour partager des offres, des conseils et des idées.

Pour plus d'informations : [www.pepper.com](http://www.pepper.com)

## Contact

### DEALABS

Hélène Long  
+33 (0)6 46 56 65 19  
helene@pepper.com

### TBWAICORPORATE

Célia Jacquemond  
+33 (0)4 37 47 35 44  
celia.jacquemond@tbwa-corporate.com