

E-commerce : Faire ses soldes d'été sans se tromper grâce aux tchats communautaires !

25 millions de Français font actuellement leurs soldes d'été sur Internet. Solution inédite de crowd marketing, [TokyoWoky](#) permet pour la première fois à ce vivier de consommateurs de se conseiller directement entre eux sur leurs achats, sans passer par la case vendeur. Une innovation hors pair pour acheter en toute confiance, sans faire de mauvais choix pendant ses emplettes...

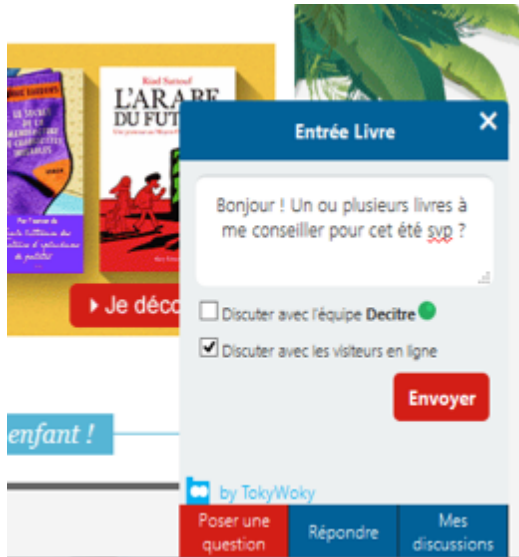


245 euros de budget pour les soldes estivales

Depuis une dizaine de jours, la chasse aux bonnes affaires est lancée sur les sites e-commerce à l'occasion des soldes d'été.

Selon une étude réalisée par le site de ventes privées Brandalley^[i] pour *Le Figaro*, le budget moyen alloué aux soldes est de **245 euros**. Une somme importante qui nécessite une bonne préparation de la part des marques quand on sait que **91% des internautes en phase de pré-achat se renseignent directement sur le site marchand avant de se décider** (CCM Benchmark)^[ii].

Gagnante des E-Commerce Awards 2014, [TokyoWoky](#) permet à ces internautes en quête d'informations de chatter en live avec d'autres visiteurs du site pour obtenir des conseils.



Gain de confiance pour achat futé

TokyWoky, c'est ce petit outil présent sur certains sites e-commerce et qui a permis d'aider **plus de 400 000 internautes** depuis son lancement. Lors des soldes d'été **TokyWoky** permet donc de répondre aux questions des personnes à la recherche de conseils en tous genres.

Si Camille, 26 ans, a prévu plusieurs heures de trajet cet été et qu'elle désire un livre pour passer le temps, elle peut se rendre sur Decitre.fr afin d'échanger avec les visiteurs présents sur le site et de tout savoir sur la sélection de livres qu'ils recommandent.

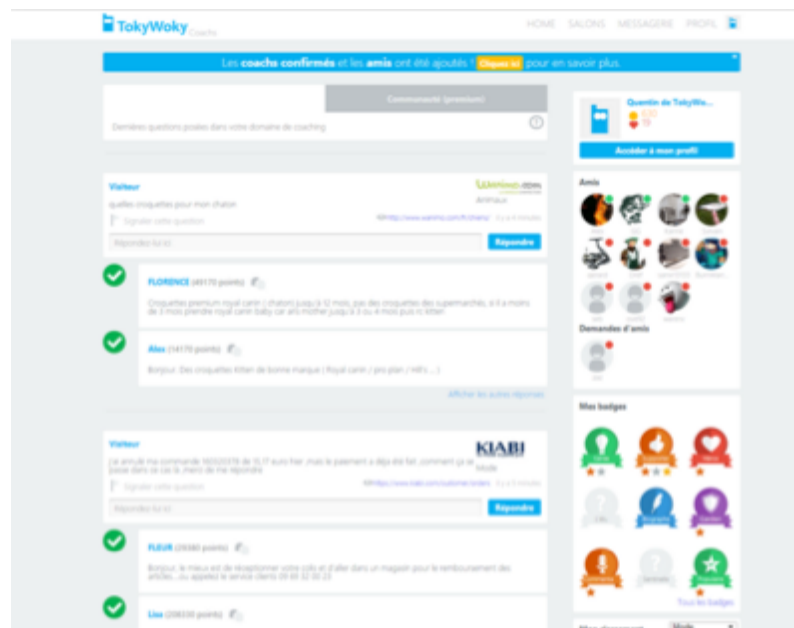
TokyWoky rassemble ainsi plus de **12 000 coachs passionnés au service des autres**. Chaque mois, **50 à 60 000 questions** sont posées à la communauté et ce sont **150 à 180 000 réponses** qui sont apportées en moyenne tous les mois.

Wanimo, Kiabi, Decitre, Ma Vie en Couleurs, Kalenji Running, La Fourmi Creative, Lancome, L'Oréal Paris, Beaba, Top Achat, Growshop, Verygames, Hawaii Surf, Easypharmacie et Modz... Autant de marques qui ont déjà adopté le TokyWoky pour leur site E-Commerce.

Une communauté experte et sympathique

En période de soldes, **ToyWoky** représente un **excellent atout pour dénicher des bons plans, grâce aux coachs** qui connaissent très bien les sites des marques sur lesquels ils sont souvent connectés.

Qu'ils soient experts en sport, mode, animaux, beauté, hi-tech, voyages, musique ou culture, les coachs, élus par les visiteurs grâce à leurs précieux conseils, sont finalement des personnes comme tout le monde à qui l'on peut faire confiance au moment de réaliser ses achats.



De leur côté, ils peuvent échanger sur une plateforme dédiée, sorte de réseau social ludique mettant en valeur les plus efficaces... et les plus sympathiques !

A Propos de TokyWoky

Fondée en Mars 2013 par Quentin Lebeau, Timothée Deschamps et Raphaël Prat, la startup TokyWoky met en place son premier Toky live sur Wanimo.com le 1^{er} Janvier 2014. En mars de la même année, l'entreprise rejoint l'accélérateur parisien 50partners. Et remporte les e-commerce awards en septembre 2014. En janvier 2015, la startup lève 150 000 euros de fonds auprès de 50partners capital.

Quentin Lebeau, PDG de TokyWoky a un parcours atypique ! Après des études de droit en France et en Angleterre et un master d'affaires publiques à Sciences-Po Paris, il renonce à son projet initial de préparer l'ENA. Il décide de partir en Patagonie à traverser durant deux mois la terre de feu à pied en solo puis trois mois à remonter la *carretera austral* en VTT.

En revenant en France, Quentin Lebeau travaille dans la start-up d'une amie de lycée à qui il donne un coup de main en *business development* international. Trouvant l'expérience passionnante, il décide de monter sa propre start-up.

Après avoir appris à coder, il s'associe avec son ami de lycée Timothée Deschamps au profil financier, et recrute un troisième associé au profil ingénieur, Raphaël Prat. Ensemble, ils commencent à monter plusieurs projets de start-up et un an plus tard, fondent TokyWoky.

Pour tout renseignement : <http://tokywoky.com>



CONTACTS PRESSE

Dominique Fresnaye :

Tel. 06 25 78 54 54

Mail : dominique@diffusis.com

Julie Dalsace:

Tél. 06 78 70 96 05

Mail : julie@diffusis.com