

La venta online de primeras marcas de belleza tiene nombre y apellidos: Perfume's Club

Según el estudio de Netquest que, a través de un panel de consumidores, analiza datos del sector del último año, Perfume's Club lidera con clara diferencia el mercado de las tiendas online en la venta de marcas de lujo. Entre octubre de 2018 y octubre de 2019, el 78% de las ventas totales de Perfume's Club corresponde a marcas de lujo como Carolina Herrera, Yves Saint Laurent o Hermes

El valor de la cesta media de los compradores de Perfume's Club es de 60€, lo que supera en casi 20€ a su más inmediato competidor.

La última década ha supuesto un cambio en la tendencia de compra de los consumidores, que han ido relegando la adquisición de productos en tiendas físicas a favor del e-commerce y todas sus ventajas. Así lo confirman datos de Eurostat, que señalan que el crecimiento de las compras online en la Unión Europea es de un 12% interanual mientras que el del retail tradicional se ralentiza con una subida de entre el 2% y 3% desde 2014. De igual manera, los datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) confirman la línea ascendente de las ventas por Internet en España, que crecieron un 29,9% en el tercer trimestre de 2018.

Esta transformación también ha dejado huella en el comercio de productos de belleza, donde han jugado un papel clave en España aquellas compañías del sector que apostaron decididamente por la tecnología y por el canal de venta online, como es el caso de la Mallorquina Perfume's Club, único pure player de perfumería y cosmética en nuestro país. Su estrategia es, además, una apuesta clara hacia potenciar las marcas más selectivas del mercado, en contra de una industria que se está acercando al mass Market (gran consumo).

Perfume's Club ha conseguido sobreponerse, en apenas 10 años -desde su nacimiento-, a las reticencias de un mercado tradicional que se mueve al son de las marcas de lujo y que no se decidía a apostar firmemente por la distribución online. En su intento de revolucionar el sector, la compañía democratizó la posibilidad de comprar en cualquier momento y desde cualquier lugar, con envíos en 24/48 horas y una atención totalmente personalizada producto de su gran inversión en desarrollo tecnológico. De esta forma, la compañía pasó de ser el gran enemigo de la industria a ser su cliente estratégico por el posicionamiento de estas firmas a nivel de distribución en su canal online.

En este contexto, la empresa Netquest de investigación de mercados, a través de un panel de consumidores, acaba de publicar un estudio en el que analiza la relación de venta de las principales tiendas online del sector con hasta 180 marcas de lujo que comercializan productos de maquillaje, perfumería, productos para el cuidado de la piel y el cabello, y de higiene personal. Las webs de venta online participantes del informe son: Perfume's Club, Arenal, Douglas, Druni y Primor.

Dicho estudio, que toma indicadores del periodo comprendido entre octubre de 2018 y octubre de

2019, postula a Perfume's Club como la tienda online más valiosa en término de venta para las marcas más lujosas. De hecho, del volumen total de venta de productos de belleza del e-commerce basado en Palma de Mallorca, el 78% corresponde a marcas de lujo. Le siguen de cerca Douglas (72%) y, más lejos, Primor (17,5%).

Atendiendo a la cesta media de los consumidores que compran productos de belleza en tiendas online, si bien tienden a adquirir mayor número de productos por ticket en Primor (6,5 unidades por pedido) y Arenal (5 unidades por pedido), el desembolso es ampliamente superior en Perfume's Club, donde el precio medio de la cesta asciende a 60,2€ para una media de 3 productos comprados. Su inmediato perseguidor en este indicador es Arenal, con casi 20€ menos de valor en la cesta (40,7€ de media).

Estos resultados de Netquest sugieren que Perfume's Club es la opción preferida del consumidor para hacerse con aquellos artículos de belleza que tienen un mayor valor. En esta tendencia influye también su amplio catálogo, compuesto por más de 25.000 referencias de las principales marcas de lujo, lo que eleva el precio medio de producto hasta los 20,22€, convirtiéndose en su distribuidor número uno. Por detrás asoman Douglas (17,23€), Promofarma (12,42€), el rey del retail Amazon (11€), Maquillalia (6,40€), Kikocosmetics (5,88€) y Primor (5,64€).

Sobre Perfume's Club

Perfume's Club es una perfumería on-line que ofrece productos englobados en el sector de la belleza en 14 países europeos. La compañía pertenece a una empresa familiar con sede en Palma de Mallorca (Beauty Luxe Distributions S.L.U.) que cuenta con una larga trayectoria en el campo de la alta perfumería.

Con más de 60 años de experiencia, Perfume's Club ha crecido hasta situarse en una posición privilegiada, no sólo en su sector, sino en toda la red, recibiendo importantes menciones como el premio E-Commerce a la Mejor Tienda de Venta de Producto Online. El Grupo Perfume's Club facturó 120 millones de euros en 2018, lo que supone un crecimiento del 28% respecto al ejercicio anterior. Para obtener más información, visitar: <https://www.perfumesclub.com/>

Datos de contacto:

Comunicación Perfume's Club
971 756 727

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Mujer](#) [Hombre](#) [Internet Marketing](#) [Balears](#) [Gran consumo y distribución](#)

NotasdePrensa

<http://www.notasdeprensa.es>