

RETAILERS

El Grupo Perfume's Club cierra 2018 en positivo

El ecommerce de productos de perfumería y cosmética aumentó un 28% su facturación hasta superar los 120 millones de euros.



El Grupo Perfume's Club cierra 2018 en positivo

REDACCIÓN 14/02/2019 - 13:23h

El [Grupo Perfume's Club](https://www.perfumesclub.com/) (<https://www.perfumesclub.com/>) ha registrado unos **ingresos globales** superiores a **120 millones** de euros en **2018**, lo que supone un aumento del 28% en su facturación respecto al ejercicio anterior, informa el ecommerce de productos de perfumería y belleza.

De esa facturación total, la participación de **Perfume's Club**, la división B2C del grupo, ha alcanzado el **33%** con más de 43 millones de euros facturados, lo cual implica un crecimiento del 27% con respecto al ejercicio pasado.

La compañía ha apostado por incrementar su inversión en personal y en la dotación de recursos cualificados para cada uno de sus proyectos

La compañía explica estos datos al alza como "fruto de una **mayor profesionalización** en todos sus canales" y su apuesta por incrementar su inversión en personal y en la dotación de recursos cualificados para cada uno de sus proyectos. Al mismo tiempo, han tenido una influencia decisiva la expansión internacional de la compañía y los nuevos acuerdos alcanzados con [L'Oréal \(https://www.loreal.com/\)](https://www.loreal.com/), [Kenzo \(https://www.kenzoparfums.com/es\)](https://www.kenzoparfums.com/es), [Givenchy \(https://www.givenchy.com/es/en/homepage\)](https://www.givenchy.com/es/en/homepage), [Shiseido \(https://www.shiseido.es/\)](https://www.shiseido.es/) o GHD, entre otras marcas.

MÁS PEDIDOS

De este modo, el ecommerce hizo frente en 2018 a un **26% más de pedidos** que en el año anterior, situándose en una cifra anual superior a los 575.000. Para lograr este resultado, fue "determinante" el volumen de negocio generado durante las principales campañas de rebajas.

La campaña de verano generó más de 36.000 pedidos, cifra un 33% superior a la de 2017

Así, la campaña de verano generó más de 36.000 pedidos (cifra un 33% superior a la de 2017), mientras que durante el fin de semana correspondiente al **Black Friday** y al **Cyber Monday** se superaron los **33.000 pedidos**, lo que se traduce en un aumento del 88% respecto al mismo periodo del año anterior. Otro evento clave para Perfume's Club fue la primera campaña del Día Sin IVA en Francia, donde consiguió multiplicar por 10 la facturación media diaria que obtiene en el país.

España representa el **foco principal de actividad** de la firma ya que aglutina la mitad del total facturado. No obstante, cabe destacar que los países donde se ha experimentado un mayor crecimiento han sido Portugal, Alemania y Francia.

La marca ha explorado nuevos caminos en el mercado europeo y ya está **presente en 14 países** diferentes, incluidos los seis nuevos países en los que ha comenzado a operar este último año: Bélgica, Austria, Eslovaquia, Letonia, Estonia y Lituania.