

# RAPORT

## Perfumy damskie i męskie na Amazon

Analiza kategorii na rynku niemieckim

raport przygotowany przez EUBRAND Partners | luty 2021 | [eubrand.pl](https://eubrand.pl)

---



## Polskie przedsiębiorstwa dynamicznie rozwijają e-eksport

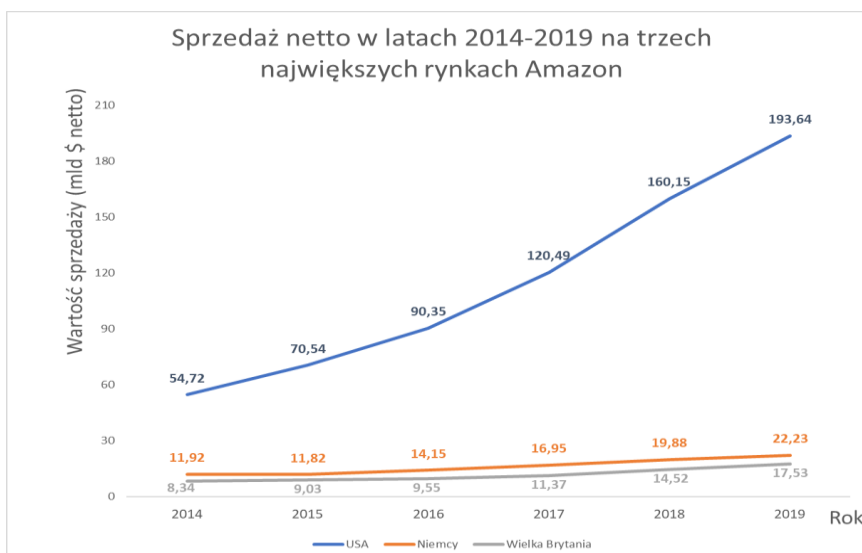
Według raportu przygotowanego przez PwC „Cyfrowy eksport – szanse i perspektywy dla polskich przedsiębiorstw” ok. 36% polskich przedsiębiorstw prowadzi eksport w tradycyjnej formie do innych krajów Unii Europejskiej, a ponad połowa firm prowadzących działalność e-commerce na rynku krajowym, planuje rozpoczęcie sprzedaży za granicę przy wykorzystaniu kanałów online.

Obserwując wyraźny trend wzrostowy, szacuje się, że wartość polskiego e-eksportu, po osiągnięciu średniej UE, może wzrosnąć do blisko **110 mld zł**. Kluczem do dalszego rozwoju jest zoptymalizowanie wykorzystania kanałów internetowych w celu dotarcia do nowych klientów. Zwraca uwagę fakt, że polskie firmy wykazują większy optymizm w kwestii perspektyw rozwoju e-eksportu niż eksportu tradycyjnego. [1].

Już teraz przedsiębiorcy z powodzeniem mogą eksportować za granicę swoje produkty i usługi dzięki przystępnym, a co najważniejsze - niezwykle popularnym w dzisiejszym świecie, platformom e-commerce.

**W Europie wiodącą rolę ma Amazon, który stanowi blisko 30% całego rynku sprzedaży** internetowej generowanej w Niemczech [2], i w Wielkiej Brytanii [3]. Oba rynki mogą pochwalić się trendem wzrostowym w ciągu ostatnich kilku lat pod względem obrotów i plasują się w top 3 największych rynków Amazon, zaraz po USA.

W 2019 na amerykańskim Amazon.com obroty wyniosły 194 miliardy dolarów, rosnąc rok do roku średnio o 29%. Na drugim miejscu uplasował się Amazon.de z łączną sprzedażą 22 miliardów dolarów (wzrosty największe wzrosły o 20% w latach 2016 i 2017). Na trzecim miejscu znalazła się Wielka Brytania z wynikiem 18 miliardów dolarów, z dynamiką wzrostu w 2018 roku bliską rynkowi amerykańskiemu (odpowiednio +28% i +33% względem 2017).



Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu Nethansa [4]

## Zakupy online w Niemczech

W drugim kwartale 2020 r. 94% niemieckich użytkowników Internetu robiło zakupy online. Największa popularność takich zakupów jest w grupie wiekowej 16+. Odpowiada to 79% populacji Niemiec, co przekłada się na ok. 55 mln obywateli [5]. Rynek e-commerce dodatkowo przyspieszył z uwagi na pandemię koronawirusa. Niemieckie Stowarzyszenie Handlu Elektronicznego i Sprzedaży Wysyłkowej w drugim kwartale 2020 zaobserwowało wzrost niektórych kategorii nawet o 51%, a w całym pierwszym półroczu ubiegłego roku - wzrost rzędu 35%. Te dane dotyczą przede wszystkim

żywności, artykułów dla zwierząt domowych, towarów codziennego użytku, leków czy produktów drogerijnych [6,7].

I to właśnie Amazon jest najchętniej odwiedzanym serwisem wśród niemieckich internautów. Uruchomienie sprzedaży na niemieckim Amazonie to szansa na dotarcie do ponad 40 milionów klientów. Dodatkowo Amazon DE obejmuje także szerokie grono odbiorców - klientów niemieckojęzycznych z Austrii, Szwajcarii, Luxemburga, czy państw sąsiadujących, którzy chętnie dokonują zakupów na niemieckim rynku. [8]

## Zoom na kategorię zapachów

Jedną z kategorii z ogromnym potencjałem na rynku niemieckim są perfumy. **Szacujemy wartość całej kategorii zapachów damskich i męskich na Amazon.de na ponad 53,8 mln euro.** W przeliczeniu daje to sprzedaż o wartości ponad 230 mln zł rocznie.

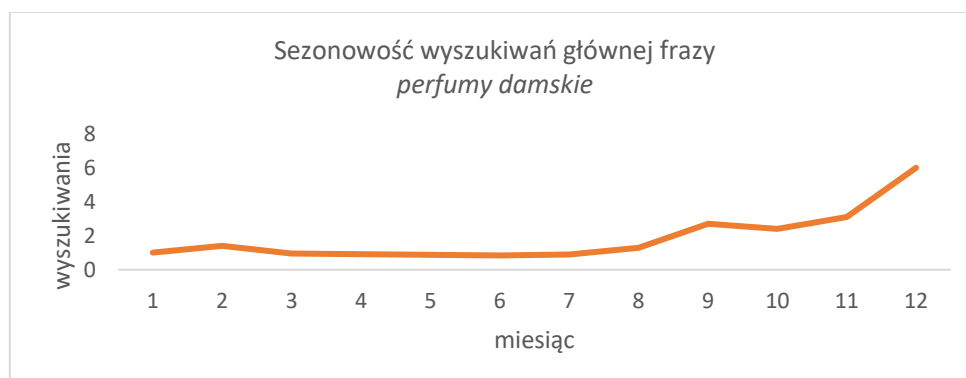
Jest to cenna wiedza zwłaszcza z perspektywy polskiej branży kosmetycznej, która jest 6. największym rynkiem w Europie pod względem przychodów ze sprzedaży. Lata 2014-2018 to okres, w którym eksport kosmetyków z Polski wzrósł o ponad 47% z poziomu 2,2 mld EUR do 3,5 mld EUR w 2019 r., a największym odbiorcą były właśnie Niemcy, do których trafiło 13,8% polskiego eksportu kosmetyków. W kategorii perfum i wód toaletowych ten potencjał nie jest jeszcze w pełni wykorzystany, bo stanowi on niecałe 15% w strukturze polskiego eksportu w tej kategorii [9].

Prezentacja swojej marki na Amazon to ogromna szansa dla polskich produktów i możliwość powalczenia o pozycję z największymi producentami. Na razie polskie firmy nie korzystają aktywnie z tej szansy. **W zebranych przez nas danych, spośród bestsellerowych top 100 produktów w kategorii zaznacza się jedynie obecność perfum męskich Chopin firmy Miraculum, które zbierają bardzo dobre oceny wśród klientów. W kategorii perfum damskich dobrze oceniana jest polska marka NOU z ofertą 7 zapachów.**

## Charakterystyka kategorii zapachów męskich i damskich

W raporcie skupiliśmy się na analizie **zapachów damskich i męskich**, topowych marek, cen produktów, ich pojemności. Przeanalizowane zostały także sezonowość poszukiwań zapachów, słowa kluczowe i top wybieranych marek.

W kategorii widać wzrosty wyszukiwań fraz związanych z kategorią perfum w kilku kluczowych okresach w roku, które przekładają się na najwyższą sprzedaż w roku. Oprócz okresu przedświątecznego czy listopadowego Black Friday, kiedy konsumenci poszukują okazji, ale też chcą kupić wcześniej prezenty dla najbliższych, większe zainteresowanie można zauważyć w lutym z okazji Walentynek i we wrześniu podczas tzw. *Back to School*, kiedy sprzedawcy oferują promocje na swoje produkty.



Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

Rynek perfum damskich jest niemal 2x większy od perfum męskich, co widać już po styczniowych danych. Nic więc dziwnego, że w tej kategorii należy się liczyć z większą konkurencją – produkty z kategorii perfum damskich oferowane są u ponad 30% więcej sprzedawców niż w przypadku męskich zapachów. Co ciekawe, ilość marek w kategorii jest niemal na równym poziomie, odpowiednio 99 w kategorii damskiej i 89 w kategorii męskiej.

Damskie perfumy, w porównaniu do męskich, osiągają niższą średnią cenę (37 EUR), co też może być wynikiem większej konkurencji w kategorii. Spośród damskich perfum, zdecydowanie częściej wybierane są te o mniejszych pojemnościach (50 ml, w zestawieniu bardzo często pojawiają się także pojemności 30 ml, które dobrze układają się w dłoni i są niezbędnym elementem w damskiej torebce). Mniejsze pojemności są też wybierane, jeśli konsumentka chciałaby przetestować dany zapach. Odwrotnie jest w przypadku męskich perfum, gdzie widać, że chętniej kupowane są duże pojemności, a konsument jest skłonny wydać więcej.

| Kategoria      | Sprzedaż w styczniu 2021 [tys. EUR] | Sprzedaż w styczniu 2021 [%] | Liczba sprzedawców w kategorii | Liczba marek w kategorii | Średnia cena [EUR] | Średnia pojemność [ml] |
|----------------|-------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------------|------------------------|
| <b>damskie</b> | 955                                 | 67%                          | 751                            | 99                       | 37                 | 55                     |
| <b>męskie</b>  | 468                                 | 33%                          | 551                            | 89                       | 52                 | 79                     |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

## Ceny, opakowania i ranking

W przypadku damskich perfum, mediana ceny za opakowanie wynosi 30 EUR, a najwyższa cena to 82 EUR. Najczęściej sprzedawane są perfumy w cenach pomiędzy 20 a 30 EUR – łącznie jest 20 takich marek w analizowanym top 100 w kategorii. Można zaryzykować stwierdzenie, że konsument zainteresowany męskimi zapachami może zapłacić za nie więcej – rośnie średnia cena i mediana, a w przedziale cenowym 51-70 EUR jest aż 11 marek.

| Kategoria      | Najniższa średnia cena [EUR] | Najwyższa średnia cena [EUR] | Średnia cena [EUR] | Mediana [EUR] |
|----------------|------------------------------|------------------------------|--------------------|---------------|
| <b>damskie</b> | 3€                           | 82€                          | 36€                | 30€           |
| <b>męskie</b>  | 4€                           | 199€                         | 53€                | 45€           |

|                              | damskie                                |                                            | męskie                                 |                                            |
|------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|
| Przedział cenowy [od-do EUR] | Ilość marek w danym przedziale cenowym | Ilość marek w danym przedziale cenowym [%] | Ilość marek w danym przedziale cenowym | Ilość marek w danym przedziale cenowym [%] |
| <b>0-10</b>                  | 6                                      | 12%                                        | 5                                      | 9%                                         |
| <b>11-20</b>                 | <b>10</b>                              | <b>20%</b>                                 | 5                                      | 9%                                         |
| <b>21-30</b>                 | <b>9</b>                               | <b>18%</b>                                 | <b>9</b>                               | <b>17%</b>                                 |
| <b>31-40</b>                 | 5                                      | 10%                                        | 4                                      | 8%                                         |
| <b>41-50</b>                 | 7                                      | 14%                                        | 5                                      | 9%                                         |
| <b>51-60</b>                 | 4                                      | 8%                                         | <b>6</b>                               | <b>11%</b>                                 |
| <b>61-70</b>                 | 2                                      | 4%                                         | <b>7</b>                               | <b>13%</b>                                 |
| <b>71-80</b>                 | 5                                      | 10%                                        | 4                                      | 8%                                         |
| <b>81-90</b>                 | 2                                      | 4%                                         | 3                                      | 6%                                         |
| <b>91-100</b>                | 0                                      | 0%                                         | 3                                      | 6%                                         |
| <b>101-200</b>               | 0                                      | 0%                                         | 2                                      | 4%                                         |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

Sądząc po ilości zostawionych opinii widać, że zdecydowanie chętniej oceniane są zapachy damskie – niemal 27 tysięcy zrecenzowanych zakupów vs. 17,3 tysięcy w kategorii męskich zapachów. Z jednej strony wynika to z wielkości sprzedaży tych dwóch kategorii (damskie 2 razy większy obrót niż

męskie), natomiast liczba opinii nie jest proporcjonalnie mniejsza. Zapachy męskie mogą być oceniane także przez kobiety, które zdecydowanie częściej są odpowiedzialne za zakupy w tej kategorii i tym samym - są bardziej skłonne zostawić opinię. Męskie zapachy są też poddawane ostrzejszej ocenie.

| Kategoria | Ilość opinii [tys.] | Średnia ocena |
|-----------|---------------------|---------------|
| damskie   | 26,9                | 4,57          |
| męskie    | 17,3                | 4,36          |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

## Sprzedaż zapachów

Zarówno w kategorii damskich, jak i w męskich zapachów występuje wysoka koncentracja marek. 18 największych, topowych marek odpowiada za ok. 80% obrotu.

| Marka damskich perfum      | Przychód [tys. EUR] | Udział w sprzedaży [%] | Średnia cena [EUR] |
|----------------------------|---------------------|------------------------|--------------------|
| <b>Hugo Boss</b>           | 98                  | 10,2%                  | 34,3               |
| <b>Lancôme</b>             | 77                  | 8,1%                   | 57,4               |
| <b>Jil Sander</b>          | 56                  | 5,9%                   | 27,6               |
| <b>Thierry Mugler</b>      | 53                  | 5,6%                   | 75,8               |
| <b>Calvin Klein</b>        | 49                  | 5,1%                   | 22,9               |
| <b>Joop!</b>               | 48                  | 5,0%                   | 18,4               |
| <b>Carolina Herrera</b>    | 45                  | 4,8%                   | 80,4               |
| <b>Lacoste</b>             | 43                  | 4,5%                   | 27,2               |
| <b>Yves Saint Laurent</b>  | 42                  | 4,4%                   | 70,0               |
| <b>Dolce &amp; Gabbana</b> | 39                  | 4,1%                   | 40,6               |
| <b>Paco Rabanne</b>        | 34                  | 3,6%                   | 53,4               |
| <b>DKNY</b>                | 32                  | 3,4%                   | 34,9               |
| <b>Chopard</b>             | 32                  | 3,3%                   | 19,3               |
| <b>Chloé</b>               | 33                  | 3,3%                   | 50,4               |
| <b>Roberto Cavalli</b>     | 22                  | 2,3%                   | 24,3               |
| <b>Jean Paul Gaultier</b>  | 19                  | 2,0%                   | 70,3               |
| <b>Shiseido</b>            | 19                  | 2,0%                   | 56,5               |
| <b>Narciso Rodríguez</b>   | 18                  | 1,9%                   | 46,8               |
|                            | <b>766</b>          | <b>80,2%</b>           | <b>45,3</b>        |
| Inne marki                 | 187                 | 19,8%                  | 31,2               |

Wśród tych marek obserwujemy zdecydowanie wyższe ceny, odpowiednio w damskich zapachach jest to 45 EUR (średnia 36 EUR), w męskich 61 EUR (średnia 53 EUR).

W obu zestawieniach, na tle pozostałych marek, wyróżnia się zawsze jeden lider, który ma zdecydowanie wyższe przychody od konkurentów. Hugo Boss osiąga najwyższy przychód w kategorii damskich perfum, podczas gdy w męskich zapachach marka ta musi ustąpić ekskluzywnemu graczowi – marce Dior.

| Marka męskich perfum | Przychód [tys. EUR] | Udział w sprzedaży [%] | Średnia cena [EUR] |
|----------------------|---------------------|------------------------|--------------------|
| Christian Dior       | 98                  | 20,9%                  | 96,2               |
| Gisada               | 47,9                | 10,2%                  | 79,5               |
| Prada                | 35,3                | 7,5%                   | 66,9               |
| Dolce & Gabbana      | 33,6                | 7,1%                   | 62,1               |
| Hugo Boss            | 33,5                | 7,1%                   | 59,1               |
| Lacoste              | 21,5                | 4,5%                   | 29,5               |
| Montblanc            | 17,8                | 3,8%                   | 39,0               |
| Bvlgari              | 14,5                | 3,1%                   | 66,2               |
| Giorgio Armani       | 13,2                | 2,8%                   | 80,1               |
| Hermés               | 11,2                | 2,3%                   | 74,9               |
| Versace              | 11,1                | 2,3%                   | 52,9               |
| Jean Paul Gaultier   | 10,7                | 2,3%                   | 84,7               |
| Molecule Scent 01    | 10,0                | 2,1%                   | 26,9               |
| Davidoff             | 9,8                 | 2,1%                   | 21,4               |
| LR                   | 12,7                | 2,7%                   | 28,8               |
|                      | <b>381,3</b>        | <b>81,4%</b>           | <b>57,9</b>        |
| Inne marki           | 87,3                | 18,6%                  | 50,3               |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

Wśród tych najbardziej popularnych marek, które odpowiadają za największą sprzedaż w kategorii, tylko cztery z nich sprzedaje się jednocześnie w wariantach dla kobiet i dla mężczyzn. Konsumenci, niezależnie od płci, mają zaufanie do tych producentów i po wypróbowaniu na sobie – chętniej kupią sprawdzony zapach dla bliskiej osoby. W pozostałych przypadkach dominują marki z wariantami kobiecymi.

| Marka              | kategoria | Przychód [tys. EUR] | Średnia cena [EUR] |
|--------------------|-----------|---------------------|--------------------|
| Hugo Boss          | damskie   | 98,3                | 34,3               |
| Hugo Boss          | męskie    | 33,5                | 59,1               |
| Dolce & Gabbana    | damskie   | 39,7                | 40,6               |
| Dolce & Gabbana    | męskie    | 33,6                | 62,1               |
| Lacoste            | damskie   | 43,1                | 27,2               |
| Lacoste            | męskie    | 21,5                | 29,5               |
| Jean Paul Gaultier | damskie   | 19,3                | 70,3               |
| Jean Paul Gaultier | męskie    | 10,7                | 84,7               |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

## Wyszukiwania fraz

Ciekawą zależność można zauważyć w wyszukiwanych przez klientów frazach. Damskie zapachy są wyszukiwane przede wszystkim po generycznych frazach – frazy takie jak *perfumy dla kobiet*, *damskie perfumy* stanowią ponad 70% wyszukiwań. Natomiast męskie zapachy w niemal 80% wyszukiwane są po konkretnych brandach. W przypadku damskich zapachów wpływ na to może mieć duże zatłoczenie marek konkurencyjnych. Liczne badania konsumenckie wskazują na to, że kobiety są też zdecydowanie bardziej skłonne współużytkować kilka produktów jednocześnie. Mężczyźni natomiast cechują się odmienną ścieżką konsumencką w przypadku wyboru kosmetyków, najczęściej

wybierają zazwyczaj jeden-dwa sprawdzone zapachy. Perfumy są też doskonałym upominkiem i nie znając dokładnych preferencji, generyczne hasła mogą naprowadzić użytkownika na dobrą i wysoko ocenianą ofertę w określonym zakresie cenowym.

| Kategoria | Wyszukiwane frazy |            |
|-----------|-------------------|------------|
|           | brandowe          | generyczne |
| damskie   | 29,84%            | 70,16%     |
| męskie    | 78,29%            | 21,71%     |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

Analizując top wyszukiwanych fraz widzimy, jakie marki zapachów zajmują tzw. *top of mind* konsumentów – te marki mają bardzo wysoką świadomość wśród użytkowników robiących zakupy na niemieckim Amazonie. Wyszukiwania męskich zapachów w większości pokrywają się z markami, które są najczęściej sprzedawane na Amazonie. Już na drugim miejscu znajduje się marka Hugo Boss - marka ze średniej półki, jednak jak widać – bardzo popularna. Przez wzgląd na opakowania i bardziej widoczną drugą część marki, Hugo Boss wyszukiwany jest także jako „*boss parfüm herren*”. Wśród często wyszukiwanych marek znajdują się także Tom Ford, Bruno Banani czy Gammon, jednak finalnie te marki nie są tak często wrzucane do zakupowego e-koszyka. Być może wpływa na to porównanie z innymi markami, które Amazon.de wyświetla pod danymi ofertami produktów.

| TOP wyszukiwanych fraz - męskie zapachy |                              | TOP wyszukiwanych fraz - damskie zapachy |                              |
|-----------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------|------------------------------|
| Fraza                                   | Ilość wyszukiwań miesięcznie | Fraza                                    | Ilość wyszukiwań miesięcznie |
| <i>parfüm herren</i>                    | 23 601                       | <i>parfüm damen</i>                      | 28 820                       |
| <i>hugo boss parfüm männer</i>          | 10 868                       | <i>parfüm damen</i>                      | 14 199                       |
| <i>herren parfüm</i>                    | 10 768                       | <i>alien parfüm damen</i>                | 9 713                        |
| <i>parfüm herren</i>                    | 8 524                        | <i>damen parfüm</i>                      | 8 153                        |
| <i>tom ford parfüm herren</i>           | 5 526                        | <i>parfüm damen sale angebote</i>        | 3 877                        |
| <i>bruno banani herren parfüm</i>       | 5 339                        | <i>gucci parfüm damen</i>                | 3 663                        |
| <i>männer parfüm</i>                    | 4 994                        | <i>chloe parfüm damen</i>                | 3 297                        |
| <i>joop parfüm herren</i>               | 4 451                        | <i>frauen parfüm</i>                     | 2 648                        |
| <i>boss parfüm herren</i>               | 3 911                        | <i>chanel parfüm damen</i>               | 2 628                        |
| <i>armani code parfüm herren</i>        | 3 693                        | <i>lacoste parfüm damen</i>              | 2 493                        |
| <i>gammon parfüm männer</i>             | 3 548                        | <i>burberry parfüm damen</i>             | 2 384                        |
| <i>perfume men</i>                      | 1 961                        | <i>perfume women</i>                     | 2 347                        |
| <i>eau de parfüm herren</i>             | 1 916                        | <i>parfüm damen angebote</i>             | 2 215                        |
| <i>parfüm männer</i>                    | 1 157                        | <i>escada parfüm damen</i>               | 1 939                        |
| <i>parfüm herren sale angebote</i>      | 1 132                        | <i>damen parfüm sale angebote</i>        | 1 919                        |
| <i>herren parfüm sale angebote</i>      | 1 003                        | <i>bulgari parfüm damen</i>              | 1 643                        |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

## Najczęściej kupowane warianty

W męskich zapachach dominują marki ekskluzywne takie jak Prada (powtarza się ten sam wariant, różni je tylko pojemność), Dolce&Gabbana, Dior czy Versace. Podobnie jak Prada, w dwóch wariantach wybierany jest zapach niemieckiej firmy Montblanc, która do tej pory oferowała wysokiej jakości artykuły piśmiennicze, a w ostatnim czasie poszerzyła portfolio o m.in. zegarki, biżuterie czy właśnie wysokogatunkowe zapachy. Analizując *packshoty* widać, że konsumenci chętnie wybierają zapachy we flakonach o mocnych, ciemnych kolorach i mocno zarysowanych kształtach, co też może kojarzyć się z bardziej męskim stylem i w konsekwencji rzutować na wybór konkretnego produktu.



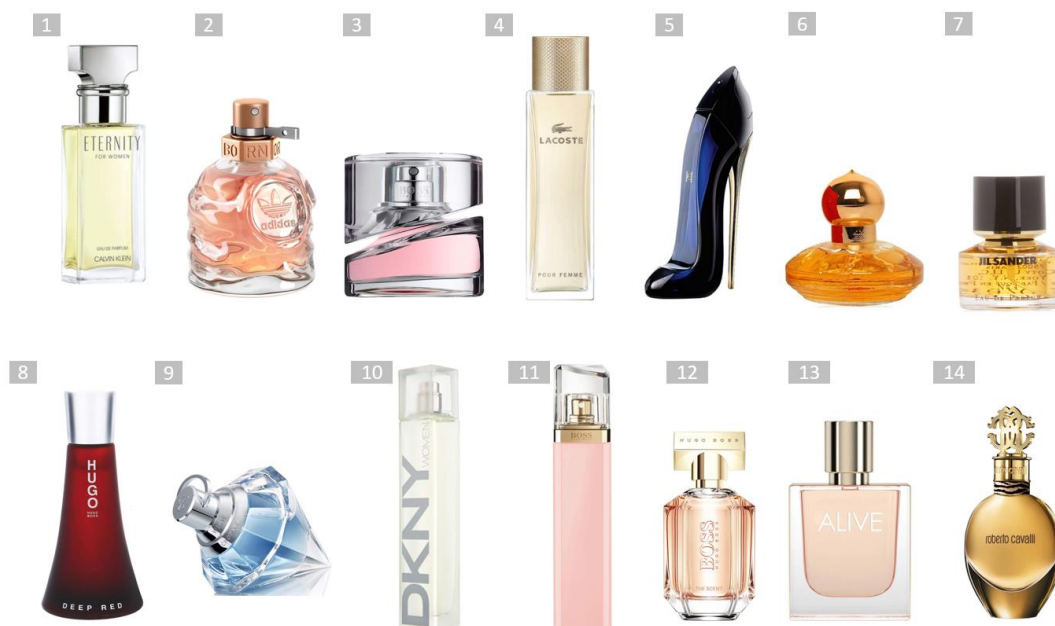


| TOP ZAPACHÓW MĘSKICH |                                                        |            |                     |       |             |
|----------------------|--------------------------------------------------------|------------|---------------------|-------|-------------|
| nr                   | Nazwa                                                  | Cena [EUR] | Przychód [tys. EUR] | Ocena | Liczba ocen |
| 1                    | DAVIDOFF Cool Water Intense Man Eau de Parfum          | 21,49      | 9,89                | 4,5   | 704         |
| 2                    | GISADA Ambassador Men, 50 ml                           | 79,57      | 47,90               | 4,5   | 252         |
| 3                    | Montblanc Explorer homme/man Eau de Parfum, 30 ml      | 25,35      | 11,03               | 4,5   | 693         |
| 4                    | Prada Luna Rossa Black homme/man Eau de Parfum, 100 ml | 66,75      | 13,48               | 4,5   | 1424        |
| 5                    | Molecule Duft 01 - Iso E Super von TRIBUTE8, 100ml     | 26,9       | 10,09               | 4     | 1858        |
| 6                    | BOSS Extreme Eau de Parfum homme man, 60 ml            | 52,95      | 17,16               | 4,5   | 669         |
| 7                    | Bentley For Men Intense Eau de Parfum, 100 ml          | 32,8       | 6,56                | 4,5   | 2,824       |
| 8                    | Mont Blanc Parfümwasser für Männer, 100 ml             | 52,65      | 6,85                | 4,5   | 1,719       |
| 9                    | Prada Luna Rossa Black homme/man Eau de Parfum, 50 ml  | 57,67      | 5,88                | 4,5   | 471         |
| 10                   | James Bond 007 Seven Intense, Eau de Parfum, 75 ml     | 14,5       | 638,00              | 4,5   | 506         |
| 11                   | Dior Sauvage Eau de Parfum für Herren, 100 ml          | 99,95      | 38,48               | 4,5   | 1,889       |
| 12                   | Musc Love 5ml Parfum Duft - El Nabil Misk Musk Moschus | 6,39       | 1,46                | 4     | 145         |
| 13                   | Versace Eros Flame Edp Spray, 100ml                    | 52,93      | 11,12               | 4,5   | 2,857       |
| 14                   | Dolce & Gabbana The One for homme/men, 100 ml          | 67         | 21,44               | 4,5   | 1,624       |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

Wśród zapachów damskich przeważają delikatniejsze opakowania, a na pierwszy rzut oka dostrzegalna jest różnorodność zapachów. Pomimo tego, że w tym zestawieniu najczęściej pojawia się Hugo Boss, to jest to pięć, całkowicie różnych wariantów – odwrotnie niż w męskich zapachach, gdzie powtarzały się warianty, ale odróżniała pojemność flakonu. Zauważalna jest także różnica w cenie – najdroższą marką jest Carolina Herrera (blisko 70 EUR), pozostałe pozycje w większości nie przekraczają 30 EUR.





| TOP ZAPACHÓW DAMSKICH |                                                          |            |                     |       |             |
|-----------------------|----------------------------------------------------------|------------|---------------------|-------|-------------|
| nr                    | Nazwa                                                    | Cena [EUR] | Przychód [tys. EUR] | Ocena | Liczba ocen |
| 1                     | CALVIN KLEIN ETERNITY Eau de Parfum for her              | 15,7       | 22,78               | 4,5   | 7,844       |
| 2                     | adidas Born Original Eau de Toilette, 30 ml              | 14,95      | 16,21               | 4,5   | 1,959       |
| 3                     | Hugo Boss Femme Eau de Parfum, 30 ml                     | 28,8       | 14,66               | 4,5   | 3,163       |
| 4                     | Lacoste Pour Femme femme/woman, Eau de Parfum, 50 ml     | 29,58      | 21,56               | 4,5   | 3,229       |
| 5                     | Carolina Herrera Good Girl Eau De Parfum, 50 ml          | 69,57      | 34,99               | 5     | 3,287       |
| 6                     | Chopard Casmir, EDP Vapo, 30 ml                          | 19,4       | 9,95                | 4,5   | 217         |
| 7                     | Jil Sander Woman No.4 femme /woman, Eau de Parfum, 30 ml | 25,65      | 16,62               | 4,5   | 1,642       |
| 8                     | HUGO Hugo Deep red, Eau de Parfum, femme /woman, 50 ml   | 27,5       | 19,06               | 4,5   | 6,044       |
| 9                     | Chopard Wish femme/woman, Eau de Parfum Spray, 75 ml     | 19,6       | 19,62               | 4,5   | 4,119       |
| 10                    | DKNY New York DKNY femme/woman, Eau de Parfum, 30 ml     | 29,35      | 16,58               | 4,5   | 212         |
| 11                    | Hugo Boss Ma Vie Femme/ woman Eau de Parfum Vapo, 75 ml  | 43,15      | 19,25               | 4,5   | 1,335       |
| 12                    | Hugo Boss The Scent for Her Eau de Parfum Spray, 30 ml   | 24,8       | 3,17                | 4,5   | 385         |
| 13                    | BOSS Alive Femme/woman Eau de Parfum, 30 ml              | 51,28      | 20,41               | 5     | 564         |
| 14                    | Roberto Cavalli Damendüfte, Eau de Parfum, 30 ml         | 18,7       | 8,25                | 4,1   | 435         |

Źródło: Raport EUBRAND Partners, 2021

## Podsumowanie

- Zauważalny jest dynamiczny trend wzrostowy w polskim e-eksporcie. Ekspertów szacują, że w ciągu najbliższych kilku lat osiągnie średnią unijną, rosnąc z 4% do 7%, co przełoży się na wzrost do nawet 110 mld zł.
- Jednym z kluczowych rynków, do których polskie firmy mają dostęp poprzez platformę Amazon są Niemcy z rocznym obrotem na poziomie ponad 30 mld euro. Niemiecki Amazon stanowi 30% rynku e-commerce.
- Badania rynkowe wskazują, że z platformy korzysta minimum 40 milionów klientów z Niemiec, nie wliczając w to klientów państw sąsiadujących czy niemieckojęzycznych. 47% konsumentów w Niemczech deklaruje, że często robi zakupy na Amazon. To ogromne źródło wzrostu dla polskich przedsiębiorców i szansa na wybiecie się na tle największych, światowych konkurentów.
- Niemcy są dla nas największym odbiorcą produktów branży kosmetycznej a zapachy w strukturze rynku zbytu stanowią 15%.

- Kluczowy jest dalszy rozwój polskich firm w kierunku działalności e-commerce i odważniejsze wychodzenie z ofertą do zagranicznych klientów. Rozszerzenie dystrybucji na największe kanały handlu internetowego wpływa na wzrost świadomości produktu za sprawą wzrostu częstotliwości kontaktu z konsumentem. Dalej przekłada się to też na sprzedaż w kanałach offline.
- Amazon jest obecny na całej ścieżce zakupowej – od wyszukania produktów (szacuje się, że ponad połowa internautów rezygnuje z wyszukiwarki Google na rzecz Amazona), przez przeczytanie opinii, porównywanie cen, a kończąc na zakupie.
- Jedną z ważniejszych kategorii na platformie są kosmetyki. Szacuje się, że kategoria perfum w 2021 na niemieckim Amazon.de będzie warta niemal 54 mln euro. Stanowi to ogromny potencjał, zwłaszcza dla eksportu polskich zapachów.
- Marki, decydując się na dotarcie do zagranicznego klienta, powinny opracować strategię sprzedaży w tym rosnącym kanale sprzedaży. Możliwości, jakie oferuje platforma, w połączeniu z przemyślanym planem działania są szansą na wybiecie się polskim marek na tle liderów kategorii.

Źródła:

- [1] <https://www.pwc.pl/pl/media/2019/2019-09-24-polski-e-eksport.html>
- [2] <https://ecommercenews.eu/27-of-german-ecommerce-generated-on-amazon/>
- [3] <https://ecommercenews.eu/amazon-and-ebay-account-for-40-of-uk-ecommerce/>
- [4] <https://www.nethansa.com/pl/wp-content/uploads/2020/04/Nethansa-Sprzedaż-na-Amazonie-wiedza-na-start-ebook.pdf>
- [5] <https://ecommercenews.pl/e-commerce-w-niemczech-wszystko-co-musisz-wiedziec-o-handlu-online-i-o-kupujacych-w-niemczech-w-q2-2020-roku/>
- [6] <https://www.dlahandlu.pl/e-commerce/wiadomosci/mintel-zakupy-online-w-niemczech-niemal-powszechne-nawet-wsrod-seniorow,72720.html>
- [7] <https://ecommercenews.pl/84-niemcow-kupujacych-online-robi-zakupy-na-amazonie/>
- [8] <https://gogler.pl/news/77/34/Jak-dzialaja-niemieckie-aukcje-internetowe-typu-Amaon-i-Ebay/>
- [9] [https://wspieramyeksport.pl/api/public/files/1712/BRANZA\\_KOSMETYCZNA\\_2019.pdf](https://wspieramyeksport.pl/api/public/files/1712/BRANZA_KOSMETYCZNA_2019.pdf)