

Lululemon × 百度营销

Lululemon AIA-GROW以数字经济科学化赋能新品出圈

- ◆ **品牌名称:** LULULEMONATHLETICACANADA INC.
- ◆ **所属行业:** 服饰
- ◆ **执行时间:** 2022.03.29
- ◆ **参选类别:** 服饰类

一 品牌背景



lululemon

1998年——

第一家lululemon诞生于加拿大温哥华。与一家瑜伽工作室共同合作迈出了成长的第一步。从此，lululemon逐渐成为瑜伽服装品牌的领导者并成功走向世界。

2000年——

第一家实体店正式诞生，在温哥华的基斯朗兰奴海滩附近。

2019年——

lululemon已在加拿大、美国、澳大利亚、新西兰、欧洲、及亚洲拥有超过400家门店，正逐步引领者走向世界。

项目目标：新品全域触达、下沉客户深耕、品牌破圈渗透

产品

通过新品全域触达
打破固有印象



用户

通过深耕下沉用户
扩容目标客户增量

品牌

通过提升品牌形象
破圈渗透心智种草

Lululemon 远不止是黑色紧身运动裤.....

lululemon的消费者:



年龄: 25-45岁



地域: 一二线城市高端女性为主



兴趣标签:
瑜伽、专业训练、旅游、财经、时尚



大众运动消费品牌消费者 (Nike; Adidas, etc):



年龄: 15-35岁



地域: 覆盖一到三四线消费群体



兴趣标签:
健身、游戏、饮食、社交、美妆



凭借自身专业性和高端定位，**三四线高端人群**也是Lululemon希望触达并沟通的对象。但是在运动服饰行业中，像Nike、阿迪达斯、斯凯奇、李宁等检索量均高于Lululemon，竞争十分激烈。况且这些品牌早已先行下沉覆盖，Lululemon想要顺利获得用户信任，突破下沉市场，并非易事。

用户破圈是此次营销需要突破的关键点。

轻奢品牌

作为轻奢运动品牌，在国内拥有广阔的市场前景

用户需求增长

随着近几年的全民健身风潮，用户对运动服饰的需求增长明显

竞争激烈

搜索用户品牌认知竞争激烈，竞品在鞋类已有较高市场份额



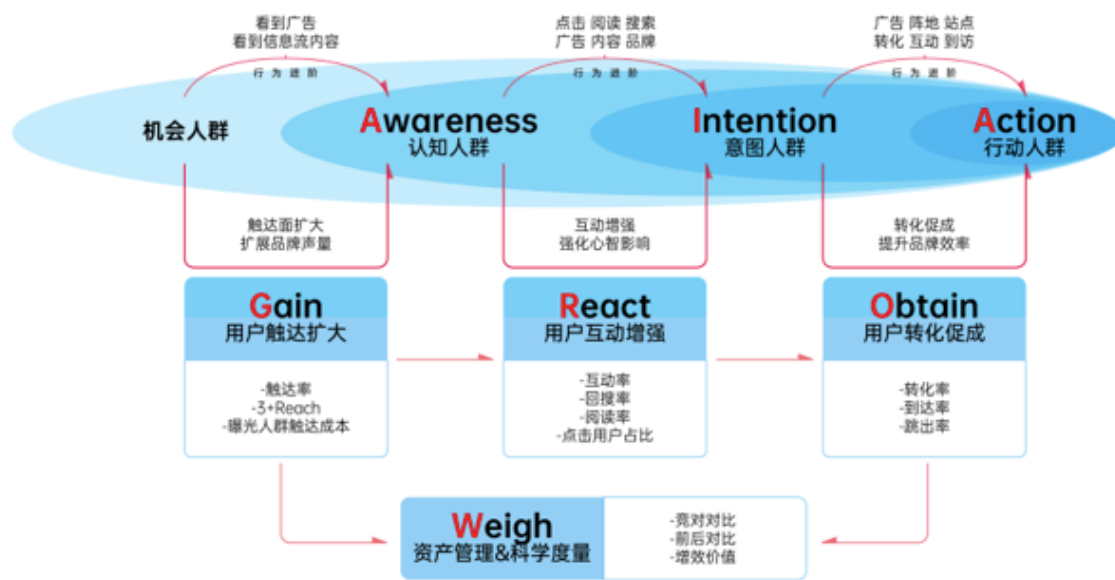
挑战：如何打破固有印象，树立全新品牌认知，进行更深、更广的高端人群触达？

策略：百度平台海量用户及其立体的人群画像和百度营销科学化的服务体系，成为解锁Lululemon新品上市的“金钥匙”。

AIA-GROW度量：度量营销价值，链接简洁高效

AIA
人群分层

GROW
营销度量



强势曝光
开屏引流



手百开屏

Awareness

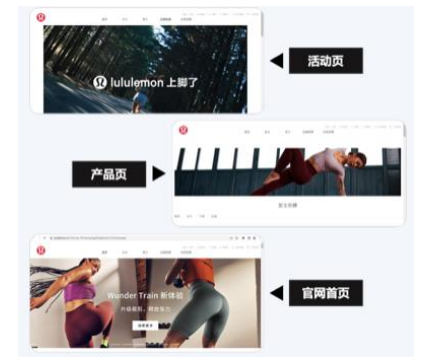
搜索+信息流+品专
锁住核心流量



信息流、高级品专
搜索SEM

Intention

缩短购买路径
优化用户体验
百度统计
(强化版)



明星开屏吸引+
多形式强势输出

Action

强势曝光，建立认知

“ Awareness ”

3.29 Big Day

开屏 精准锁定
配合热点明星
目标人群强势引流

IMP 5200W+

品牌关注度



“

Intention

”

优质内容搜索沉淀，涵盖多类词，
多频道铺量覆盖

多素材内容呈现
原生场景触达目标用户



新品上市KOL集中发
生，实现强品牌曝光，
多维解读新品

下沉用户增长 12%↑



观星盘专属定制人群包
(行业中高消费人群) 等
+
优选词包
(行业搜索热词)
(搜索账户历史转化关键词) 等

信息流 + 观星盘 精准触达目标用户
加深用户印象

“ Action ”

强化流量收口

表现力 MAX

CTR 380% ↑

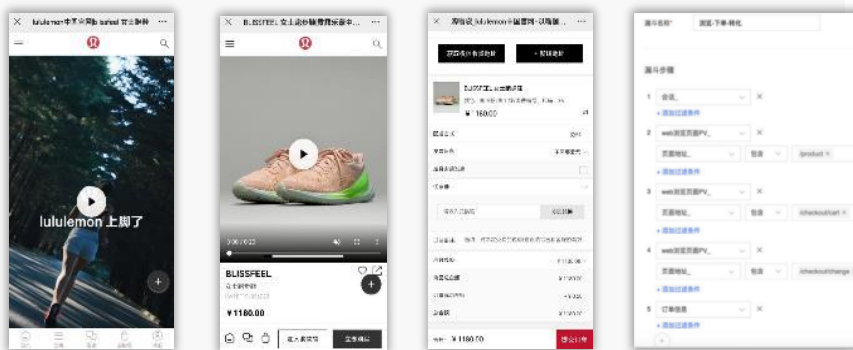


“ Action ”

深度运用百度分析云
采集用户转化路径

及时复盘分析
洞察用户行为
减少目标用户流失

驱动新用户增长 40W+ ↑



百度统计通过一站式分析和管
理数据，助力Lululemon实现
全域数据的打通及智能应用。



- FTW campaign, blissfeel 新鞋上市, 前置布局品牌营销链路, 撬动品牌增量**40W+**, **新品sales占全品类36%**
- **场景力创新**: 品专曝光+开屏引流+信息流+分析云整合营销, 覆盖目标用户营销推广全场景, 下沉用户增长**21%**
- **产品力升级**: 度星选达人营销+高级品专+分析云投后体验及产品提升, 售前+售后全面提升品牌产品力

Gain 用户触达

全域实现覆盖-多形式触达

整体曝光5200w+

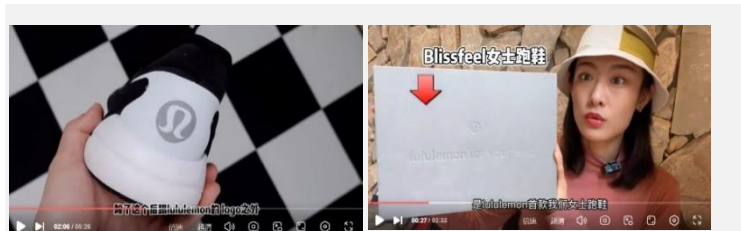


Awareness
认知人群

React 用户互动

阵地化用户运营-强互动夯实心智

CTR 提升380%



Intention
意图人群

Obtain 用户转化

内容激发用户参与持续影响

品牌增量40w+
新品sales占全品类36%



百度分析
云统计

Action
行动人群

场景力创新落地

产品力升级整合



 lululemon

高级PC+无线品牌专区+SEM

