Lululemon probeert abonnementsmodel uit

14-12-2018 16:49



Lululemon test in Canada een betaald membership voor kleding, cursussen en gratis snelle verzending. Voor 128 Canadese dollar per jaar (85 euro) krijgen klanten onder meer een yogabroek en kunnen ze elke maand een les volgen in een yoga- of fitnessstudio.

Het abonnementsmodel was bij de eerste pilot in Edmonton een succes en het idee is om de test naar andere markten uit te rollen. De yogaformule denkt erover om de prijs te verhogen, omdat haar community bereid lijkt om meer dan 128 dollar te betalen. Dat heeft topman Calvin McDonald laten weten bij de bekendmaking van de kwartaalcijfers.

Lululemon zag zijn omzet in het derde kwartaal met 21 procent groeien en stevent af op een jaaromzet van zo'n drie miljard dollar. Het bedrijf heeft wereldwijd 426 vestigingen en opent binnenkort een flagshipstore in Amsterdam.

Het membershipmodel past goed binnen de opkomst van omzetbundels, die marketingprofessor Scott Galloway voor de komende tien jaar voorspelt. "Denk aan Emirates Airlines dat voor een jaarlijkse bijdrage je

vluchten, hotels en toeristische attracties regelt, allemaal onder één vlag", zegt hij ze in het decembernummer van RetailTrends.

Voor Lululemon ziet hij kansen in een samenwerking met Nike. "Dat Nike bijvoorbeeld tegen Lululemon zegt: 'We zijn tegenstanders van elkaar, maar geen vijanden. Laten we een groep vrouwen vertellen dat we voor een vast bedrag per jaar zorg dragen voor al hun schoenen en athleisure'."

Lees op RetailTrends meer over Lululemon en de kracht van een community.