



Casi di innovazione nel commercio

COINVOLGIMENTO ED ESPERIENZA IN NEGOZIO. LULULEMON

a cura di Fabrizio Valente - Aprile 2023

Il punto vendita diventa spazio per la costruzione di esperienze e community grazie alla proposta di nuovi servizi e partnership con altri operatori.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/strategia/coinvolgimento-ed-esperienza-in-negozio-lululemon/>

Lululemon è una catena canadese nata nel 1998, specializzata in abbigliamento fitness con una forte specializzazione sullo yoga.

Ha costruito il suo successo grazie alla **capacità di costruire relazioni di fiducia con i propri clienti comunicando con chiarezza le proprie scelte e ascoltando con attenzione i *feedback* dei clienti**, sia nei negozi che online.

I negozi per quanto non molto grandi, sono progettati per poter creare uno spazio all'interno dove poter fare lezioni di yoga e i negozi sono anche il punto di partenza per il **running** dei clienti e soprattutto delle clienti che si possono sentire più sicure di fare questa attività in gruppo.

Spesso i negozi creano delle **partnership con le palestre locali** e facilitando la creazione di *community* locali.

Lululemon conta su quasi 500 negozi in vari Paesi del mondo e recentemente ha aperto a Chicago un *flagship* integrato nella proposta di benessere a 360°.



Sono 1.800 mq su due piani, con una serie di novità che si affiancano all'assortimento tradizionale *fitness*: è presente una linea di prodotti per la cura della pelle, uno **shop in shop di un fiorista** e sono stati lanciati una serie di vari **servizi facilmente accessibili con i canali digitali, come i workout da seguire a casa**.

Per la prima volta c'è l'**inserimento della ristorazione**, e questo è un *trend* sempre più presente nel *retail* internazionale.

Fuel Space offre un menù salutistico, senza escludere però un'opzione ancora molto popolare negli USA come l'hamburger, in cui l'ordine viene effettuato in modo digitale con *touch screen*. Il ristorante è stato sviluppato in collaborazione con Blue Plate, un noto servizio di catering e società di eventi a Chicago, per sviluppare un business integrato anche al di fuori del negozio.

Il nuovo *flagship* amplia il livello di coinvolgimento dei clienti.

Oltre alle famose lezioni di yoga offerte gratuitamente in negozio, in genere nel fine settimana, e i gruppi di *running* che si ritrovano per partire dai punti vendita Lululemon, questo *flagship* offre sale di meditazione, con cuffie e audio per facilitare la concentrazione, e anche esperienze particolari come i 'bagni' di gong e campane tibetane.

È disponibile inoltre uno spazio di *coworking* e i due studi di *fitness* ospitano corsi gestiti da istruttori esterni che lavorano in partnership con Lululemon.

Come tutti i leader autorevoli, Lululemon continua a sperimentare formule innovative. Il *flagship* di Chicago rafforza il posizionamento del brand nel settore del benessere con l'integrazione di prodotti e servizi e la capacità di coinvolgere *partner* e *community* locali.

Sfida: mantenere nel tempo la coerenza qualitativa dei servizi offerti, inclusi quelli gestiti da *partner* esterni.

Stimoli per gli imprenditori

- La fedeltà dei clienti è sempre più preziosa: oggi è strategico riuscire a **creare delle community con i clienti**, basandosi sugli elementi chiave della propria attività e sulle passioni in cui possiamo coinvolgerli
- La base delle *community* è il **passaggio dalla semplice vendita di servizi alla proposta di servizi ed esperienze integrate**, come in questo caso le lezioni di yoga
- Lo sviluppo delle innovazioni di formato, ad esempio l'inserimento della ristorazione, anche piccola, si realizza sempre meglio con **partner esterni specializzati**.



Fonti per le immagini:

fizkes da shutterstock.com

[SCOPRI DI PIÙ](#)



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [Co-Retail. Collaborare nell'era digitale](#) scritta da Confcommercio, Gennaio 2020.

[Collana Le Bussole](#)

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.