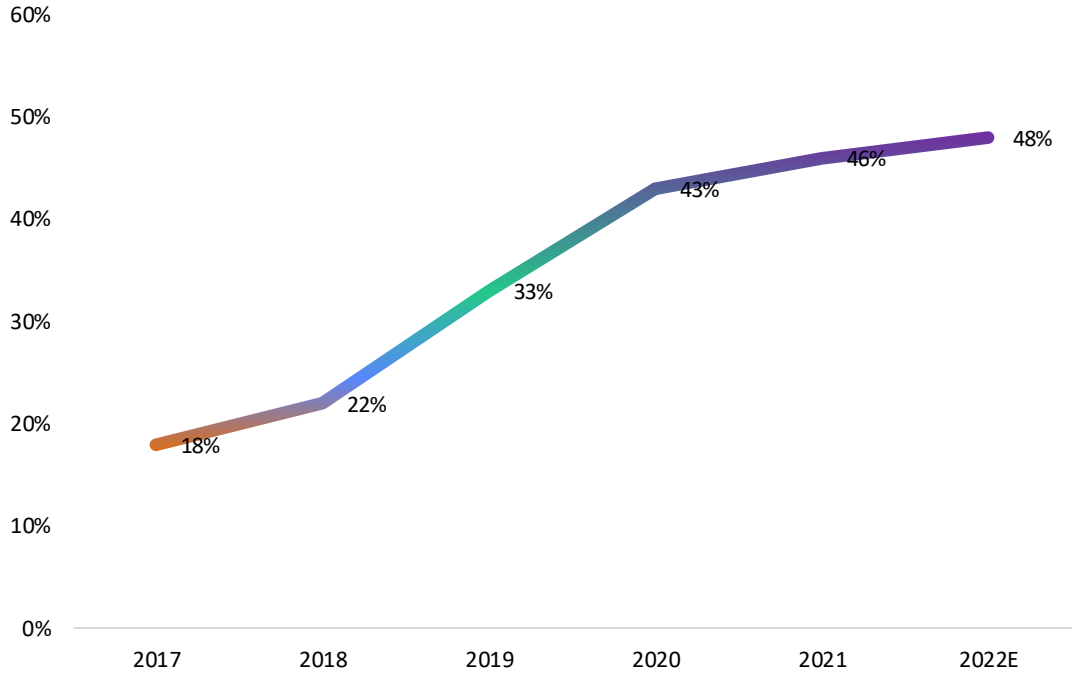
搭载头条搜索快车，付费用户逆势增长

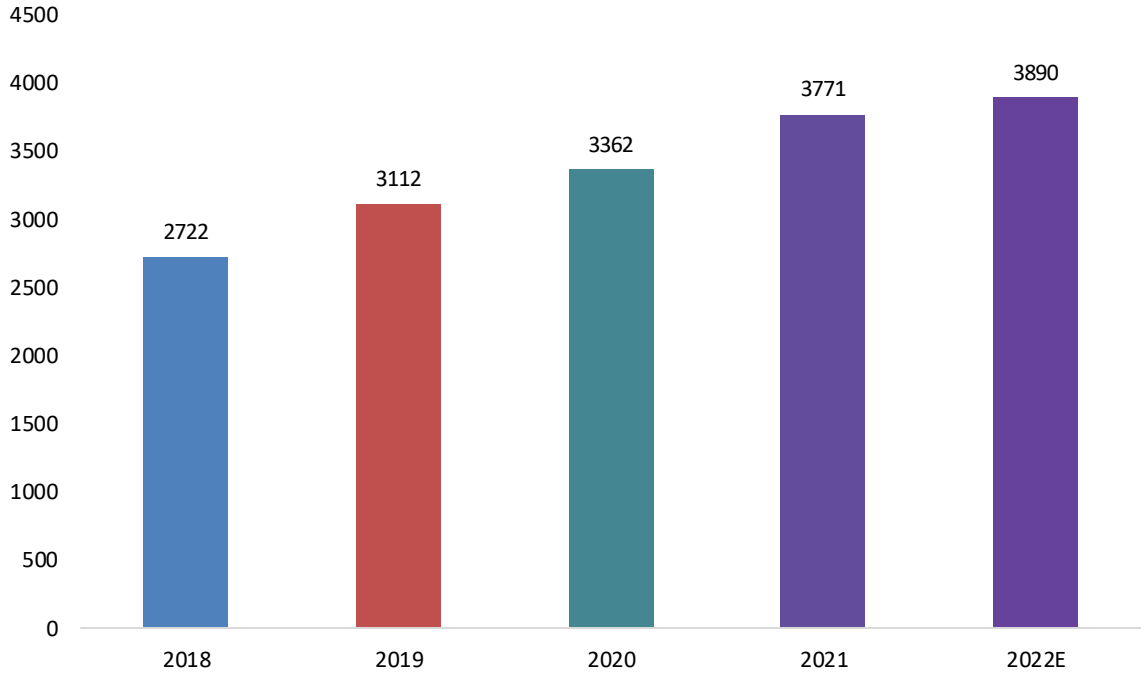
- **品牌名称：**Keep
- **所属行业：**运动健身
- **执行时间：**2022.01.01-06.30
- **参选类别：**效果类-效果广告

疫情时代下，线上健身付费用户上涨

2017-2022年中国在线健身市场渗透率统计预测



2018-22年中国健身行业市场规模预测（亿元）



疫情爆发以来，运动健身日益受到人们重视，健身行业加速向线上渗透，由2017年的18%快速增至2021年的46%，预计2022年我国在线健身市场**渗透率将达48%**；2020年中国健身行业市场规模达3362亿元，同比增长8.03%，预计2022年市场规模将进一步增长至3890亿元。

数据来源：中商情报网

健身直播走红，变现更快，形成新的威胁

伴随刘畊宏《本草纲目》毽子操，一股直播健身热潮刮遍大江南北，直播或成为线上健身的主流？

形式简单

吸粉迅速

变现快

成本低

对Keep形成新的威胁！

Keep在健身APP中，活跃用户数居首

对比	排名	APP名称	行业	活跃人数(万)	活跃人数环比(%)
	1	Keep	体育 > 运动健康	2,867.16 ↓	-6.51%
	2	糖豆	体育 > 运动健康	1,177.51 ↓	-0.67%
	3	步多多	体育 > 运动健康	1,013.25 ↓	-7.33%
	4	小米运动	体育 > 运动健康	938.99 ↑	12.02%
	5	咕咚	体育 > 运动健康	770.02 ↑	1.60%
	6	猫扑运动	体育 > 运动健康	586.60 ↓	-13.91%
	7	运动健康	体育 > 运动健康	441.84 ↓	-3.58%
	8	悦动圈	体育 > 运动健康	422.34 ↑	0.68%
	9	华为穿戴	体育 > 运动健康	349.24 ↓	-1.10%
	10	薄荷健康	体育 > 运动健康	343.70 ↓	-2.19%

- 健身行业APP，Keep用户数已经遥遥领先同类产品
- 在广告投放上已经过了激进拓量期
- **投放目标为高质量-付费用户**

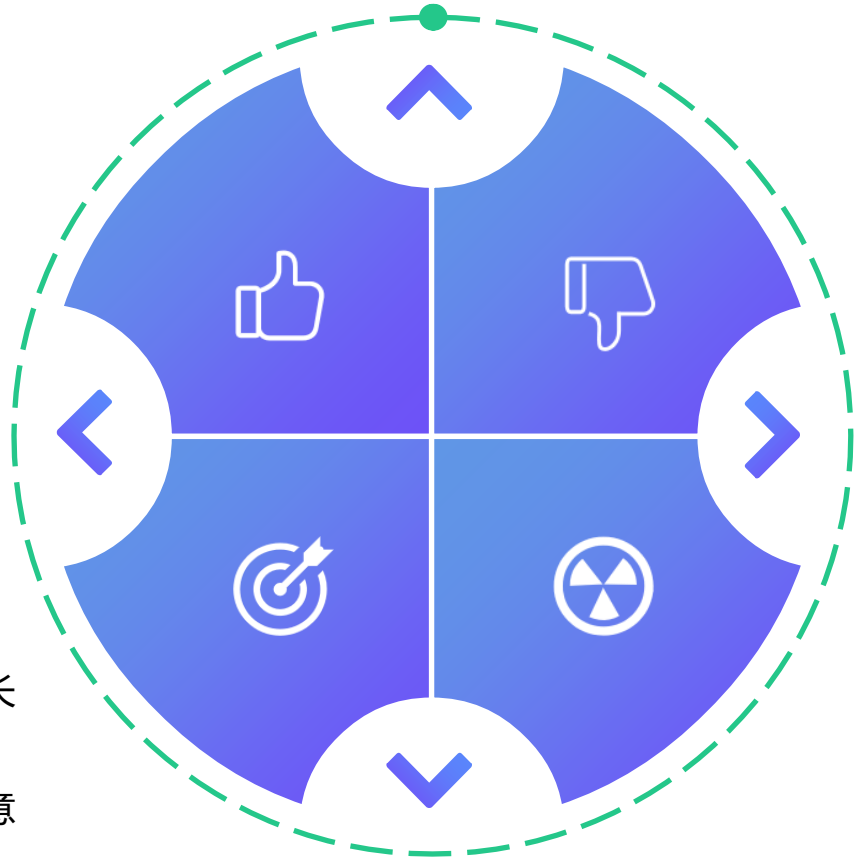
数据来源：易观千帆

优 势

(1) 用户人数多，市场占用率高
(2) 活跃人数高，社区较活跃
(3) 课程较全面系统
(4) 适用场景广泛，不受时空限制
(5) 产品功能逻辑较为完整

机 会

（1）疫情下，国内健身市场规模持续增长
（2）国内直播健身仍处于发展期
（3）线上健身付费用户逐步增长，付费意愿增强



劣 势

(1) 流量变现能力相对硬件出身的Peloton较弱
(2) 中年群体、高收入人群参与度低
(3) 用户粘性不高

威 胁

（1）健身行业同类产品竞争激烈
（2）健身直播行业兴起，且发展迅速，圈粉变现更快
（3）疫情影响，经济下行，企业更需要有长期商业变现的

信息流-抖音

- **100%**投放占比
- 注册成本低，用户量大
- 抖音高质量用户竞争激烈，付费成本高

100%

注册

- **100%注册**
- 注册成本低，获取用户量大
- 付费成本高，用户粘性不高，开练率低于20%；

搜索广告

- **100%**投放占比
- 搜索位为主动搜寻意愿用户
- 通过关键词匹配精准人群，后端用户粘性

100%

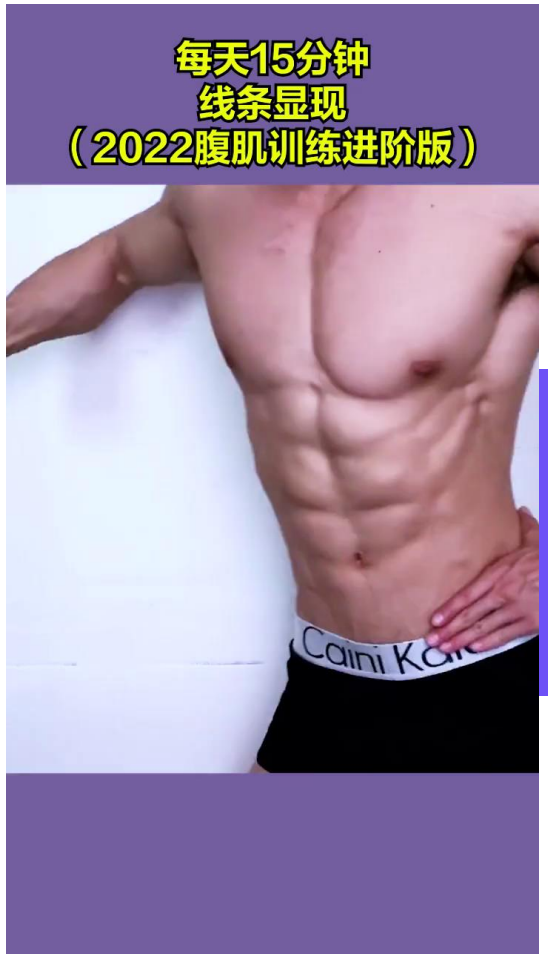
付费&开练行为

- **80%付费+20%开练**
- 付费成本下降一倍
- 用户开练率提至35%+，完练率提至25%+，用户质量提升，付费增加；

数据来源：21年&22年投放数据

类目	占比	分类	使用目标
健身	85%	短课程	新人小白、纠正错误、免费指导、瘦全身等
		专业课程	高效瘦全身、塑性、专业指导、针对性运动、量身定制等
		直播	运动更有趣、瘦全身、科学运动、轻松流汗等
		跑步	音乐燃脂跑、跑步路线、体育考试跑步秘籍、跑步节拍等
		社交	一个人健身孤单、鸡汤打卡、难以坚持、记录生活等
健身器材	5%	商城	运动手环，家庭器械、运动服饰等
		推荐	不知道去哪买专业的健身用品、如何正确使用等
饮食	5%	减肥餐、科学饮食、饮食规划、营养分析和建议等	
其他	5%	助眠课程、体重预测、奖牌、舞蹈等	

搜索广告素材倾向原生混剪，结合关键词突出产品买点，加深用户认知；



01

关键部位特写
突出锻炼效果
数字增强记忆

02

融合经典
趣味剧情
增强体验

明星代言，代言人关键词增加，代言效应触达

用户搜索

明星达人关键词

达人专业分享

明星效应

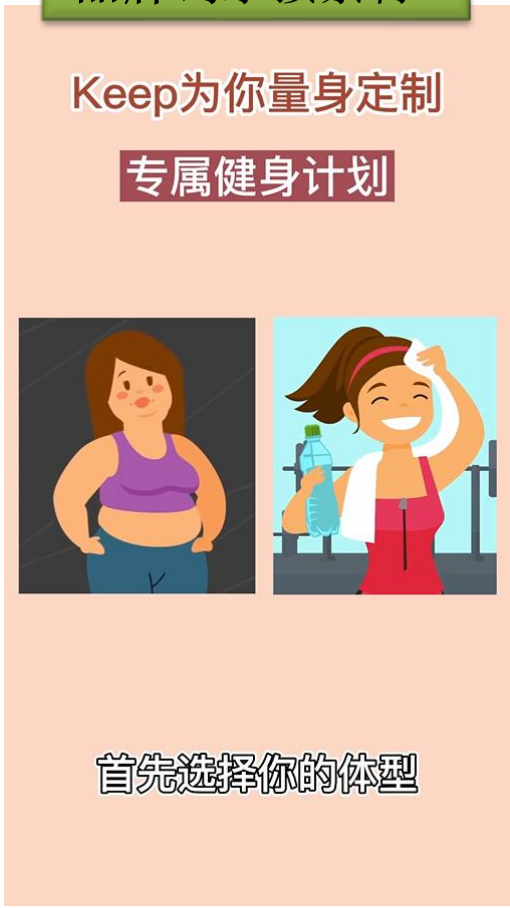
转化率
提升40%

做好关键词优化，卡好流量入口

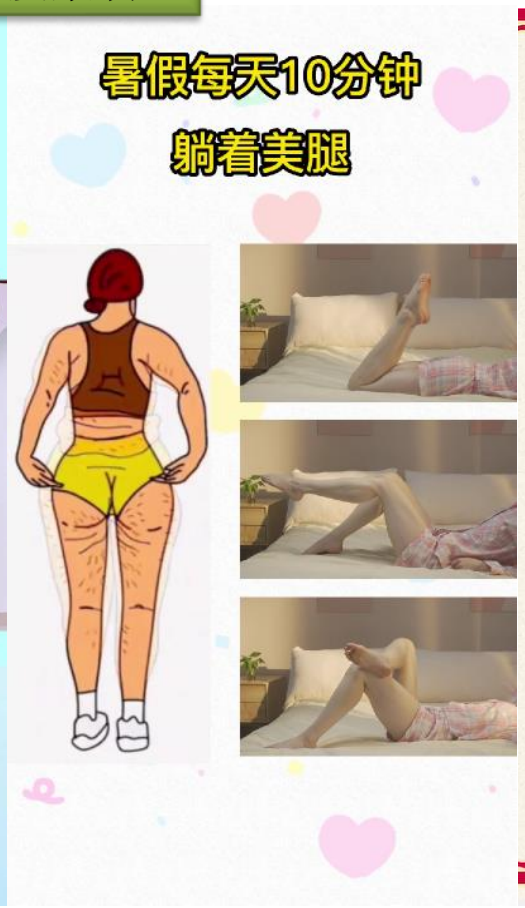
词类	关键词	投放占比	在投计划数	匹配方式	优化细节
品牌词	Keep、 Keep健身、Keep软件、Keep下载、Keep官方，……	**15%**	5-10 保持每日更新	精确匹配为主	➢ **选词**：根据关键词词类和关键词推荐工具拓词，并开启智选流量； ➢ **匹配方式**：保持定期测试，结合数据调 ➢ **删词**：根据关键词投放报告每周更新词库，删除低转化，关注高转化
品类词	瘦腰、瘦腿、瘦胳膊、瘦肚子、美背，……	**50%**	40-50 保持每日更新	短语匹配为主	
通用词	健身、运动、健身软件、零基础健身、健身训练、……	**25%**	20-30 保持每日更新	短语&广泛为主	
明星达人词	帕梅拉、易烊千玺、彭昱畅、……	**10%**	5-10 保持每日更新	精确匹配为主	

打造创意功能高匹配关键词，直击用户痛点

品牌词承接素材



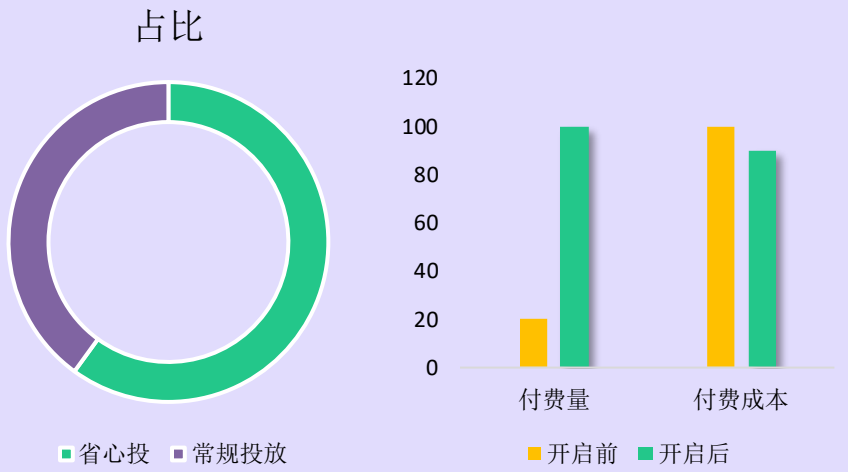
品类词承接素材



通用词承接素材

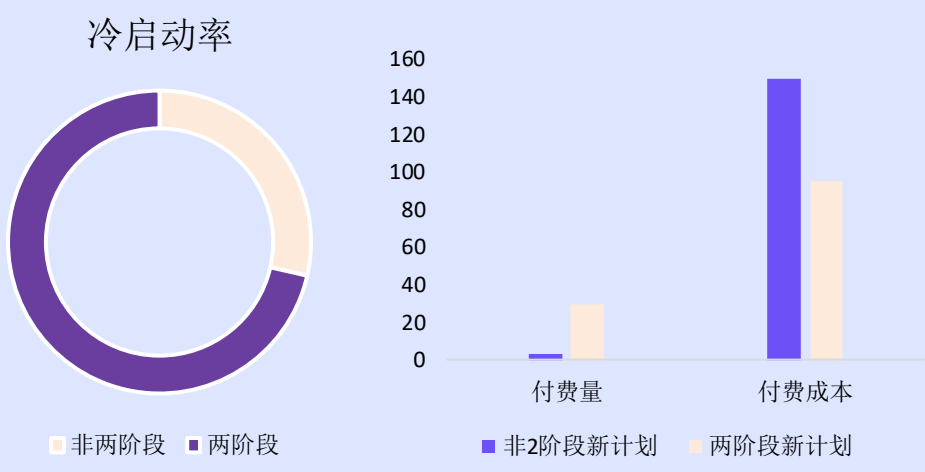
明星词承接素材

搜索省心投，提效100%



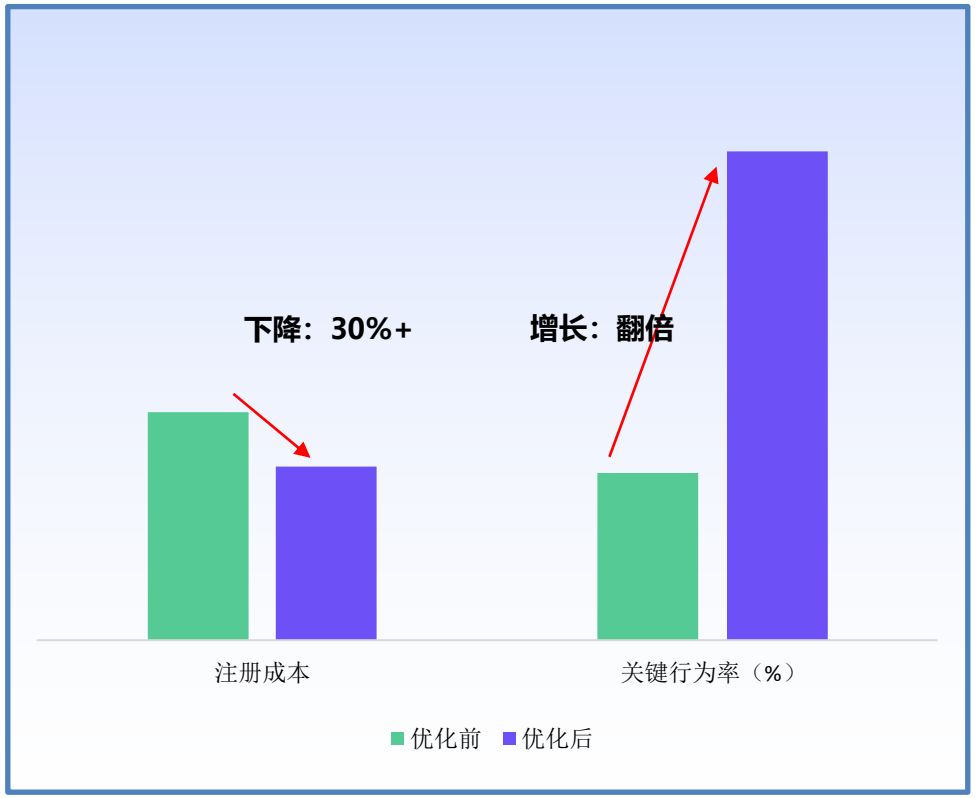
- 拓量瓶颈期账户新建省心投广告组，数据正向
- 逐步提升投放占比，新账户也逐步测试该功能
- -稳定期后，省心投能够保持占比在60%
  整体量级增长5倍，成本下降10%

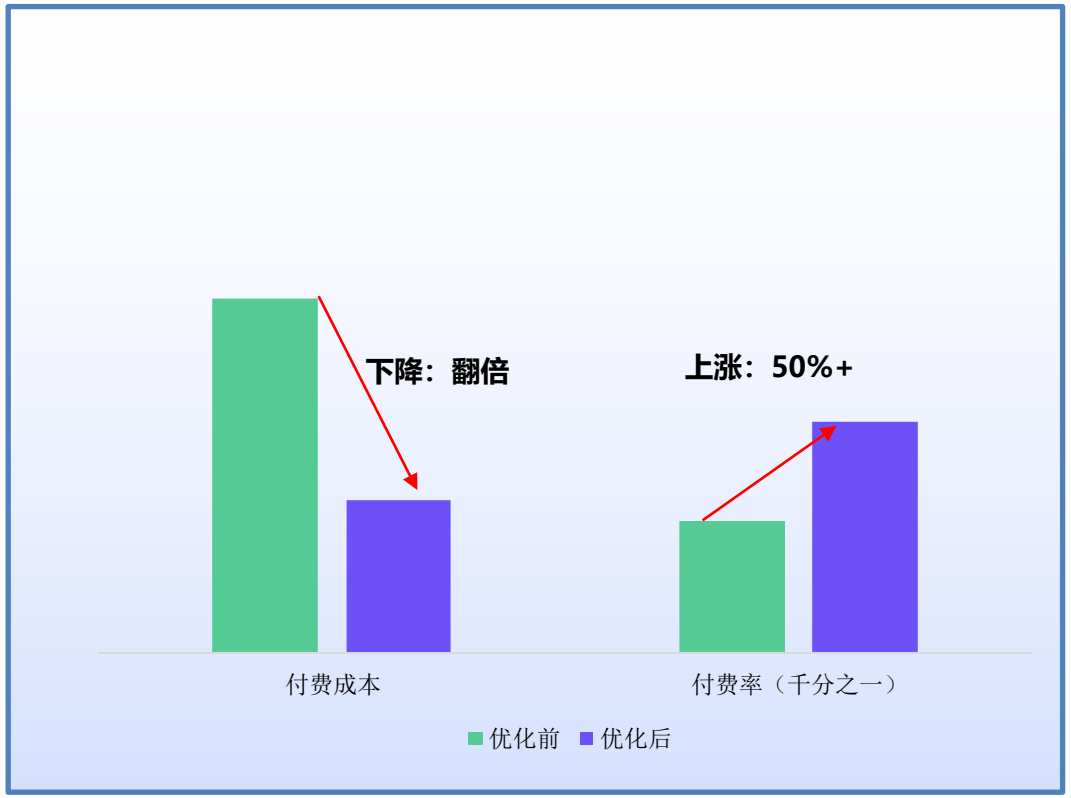
搜索两阶段，提升冷启动



- 账户冷启动过低，曝光不出去，尝试两阶段投放
- 数据正向后，加大使用率，新计划使用两阶段占比80%
- 测试稳定后，账户冷启动率提升1.5倍，效果显著

从未开启搜索到全量搜索广告的投放，客户整体注册成本下降32%，
关键行为率翻倍提升，付费率上涨，付费成本翻倍下降。

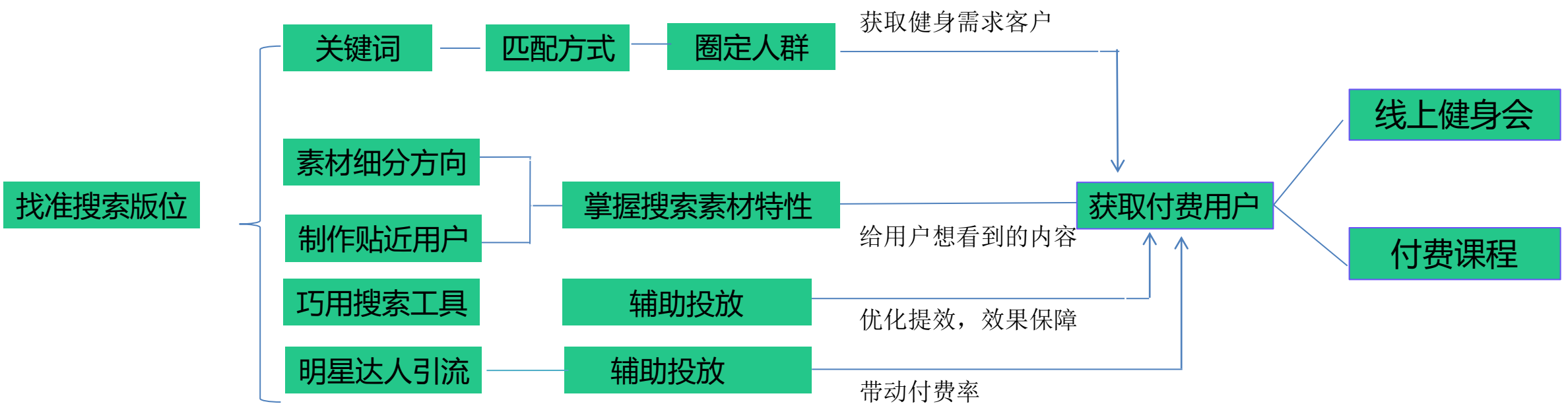




Top Mobile Awards

搭 载 搜 索 快 车 ， 付 费 用 户 逆 势 增 长

效果&反馈



背 景

- 线上健身行业突飞猛进，且付费意识增强
- 健身直播兴起，变现快，构成危险
- Keep已是同类龙头，痛点是变现
- 投放核心目标为付费用户

解决痛点

- 聚焦搜索版位，锁定主动用户
- 词+匹配+账户结构=精准流量
- 词类&素材承接+搜索素材特性
- 明星达人引流+搜索工具刺激

效果展示

- 付费成本翻倍下降
- 付费率上涨50%+
- 注册成本下降30%+
- 开练行为率翻倍提升