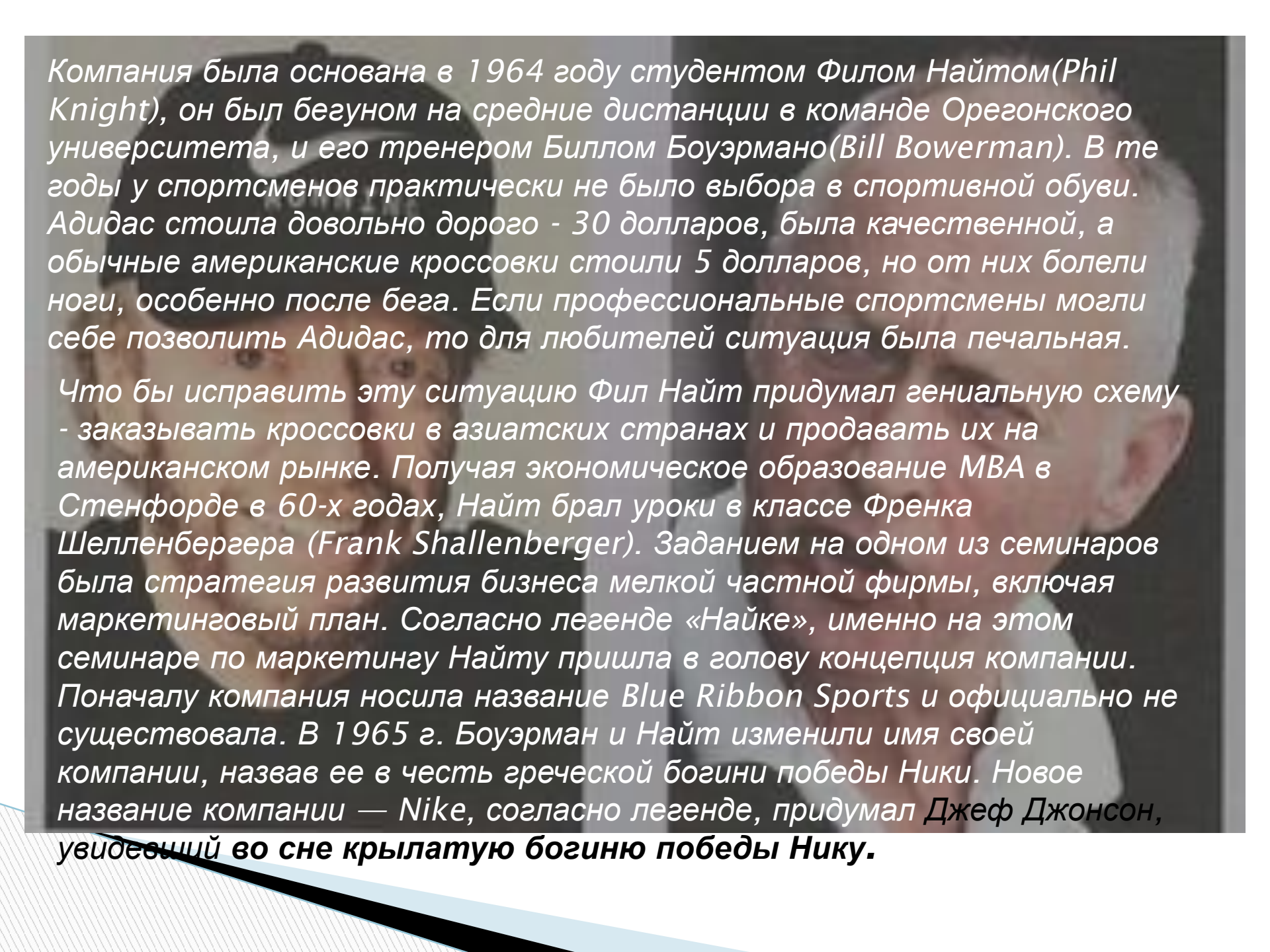


История бренда «Nike»

Выполнила презентацию
Студентка группы 2-ТВ-62
Ракшина Софья

Проверил преподаватель
Григорьева Т.В.

The background of the text is a faded, black and white photograph of two men. On the left is Phil Knight, wearing a dark cap and a light-colored shirt. On the right is Bill Bowerman, wearing a light-colored shirt and a dark tie. The text is overlaid on this image.

Компания была основана в 1964 году студентом Филом Найтом (Phil Knight), он был бегуном на средние дистанции в команде Орегонского университета, и его тренером Биллом Боуэрманом (Bill Bowerman). В те годы у спортсменов практически не было выбора в спортивной обуви. Аدیدас стоила довольно дорого - 30 долларов, была качественной, а обычные американские кроссовки стоили 5 долларов, но от них болели ноги, особенно после бега. Если профессиональные спортсмены могли себе позволить Аدیدас, то для любителей ситуация была печальная.

Что бы исправить эту ситуацию Фил Найт придумал гениальную схему - заказывать кроссовки в азиатских странах и продавать их на американском рынке. Получая экономическое образование MBA в Стенфорде в 60-х годах, Найт брал уроки в классе Френка Шелленбергера (Frank Shallenberger). Задачей на одном из семинаров была стратегия развития бизнеса мелкой частной фирмы, включая маркетинговый план. Согласно легенде «Найке», именно на этом семинаре по маркетингу Найту пришла в голову концепция компании. Поначалу компания носила название Blue Ribbon Sports и официально не существовала. В 1965 г. Боуэрман и Найт изменили имя своей компании, назвав ее в честь греческой богини победы Ники. Новое название компании — Nike, согласно легенде, придумал Джеф Джонсон, увидевший во сне крылатую богиню победы Нику.

Продажи начали расти, и потихоньку бизнес стал перерастать из простой перепродажи чужих кроссовок в производство своих под брендом Nike.

В 1971 году студентка Портлендского университета - Каролин Дэвидсон придумывает логотип Найк (в простонародье - сопля). Она это сделала за смешные деньги по нынешним временам - 30 долларов. Правда позднее, когда компания выросла, Фил Найт подарил ей статуэтку логотипа Найк с бриллиантами и некоторое количество акций компании, что делает ему честь. Этот логотип до сих пор используется брендом компании и называется «Swoosh», что значит «пролетающий со свистом». На нем изображено крыло богини Ники, которая приснилась Джонсону на рассвете его карьеры.

ВАФЕЛЬКИ

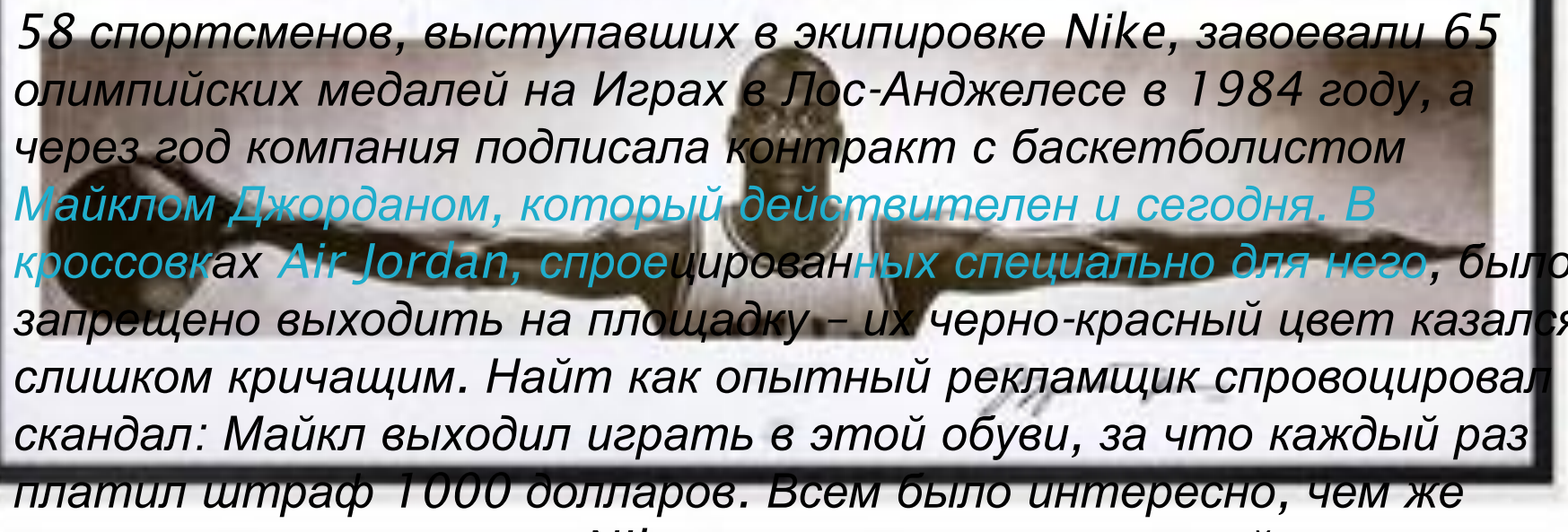
- В 1975 году была создана знаменитая вафельная подошва Nike. Во время завтрака, как всегда погруженный в мысли о работе, Билл Боуэрман рассматривал вафельницу жены, и в этот момент в голову ему пришла ассоциация: если сделать подошву рифленой, то это улучшит толчок и, в то же время, сделает обувь более легкой по весу. Вскоре после этого кроссовки с рифленой, или, как ее еще называли, «вафельной» подошвой стали самой продаваемой моделью в Америке, и к концу 70-ых гг. Nike завоевал половину рынка спортивных товаров.



Фрэнк Руди, изобретатель знаменитой подушки **Nike Air** был ученым-авиаинженером из NASA. Поставив на стол баллон с полиуретановой пленкой, он предложил разработчикам и руководству «амортизацию для обуви, которая будет служить вечно», на что получил отказ. Он обратился к конкурентам и тоже получил отказ. Тогда он снова вернулся в Nike со своей идеей, на которую руководство все-таки согласилось. Как впоследствии выяснилось, совсем не зря. Изобретение воздушной системы амортизации стало революцией в истории бренда. В 1979 году в магазинах появилась модель Nike Tailwind, изготовленная с использованием полиуретана, накачанного газом. В это же время в компании появляются новые талантливые дизайнеры, которые работают над внешним видом обуви.



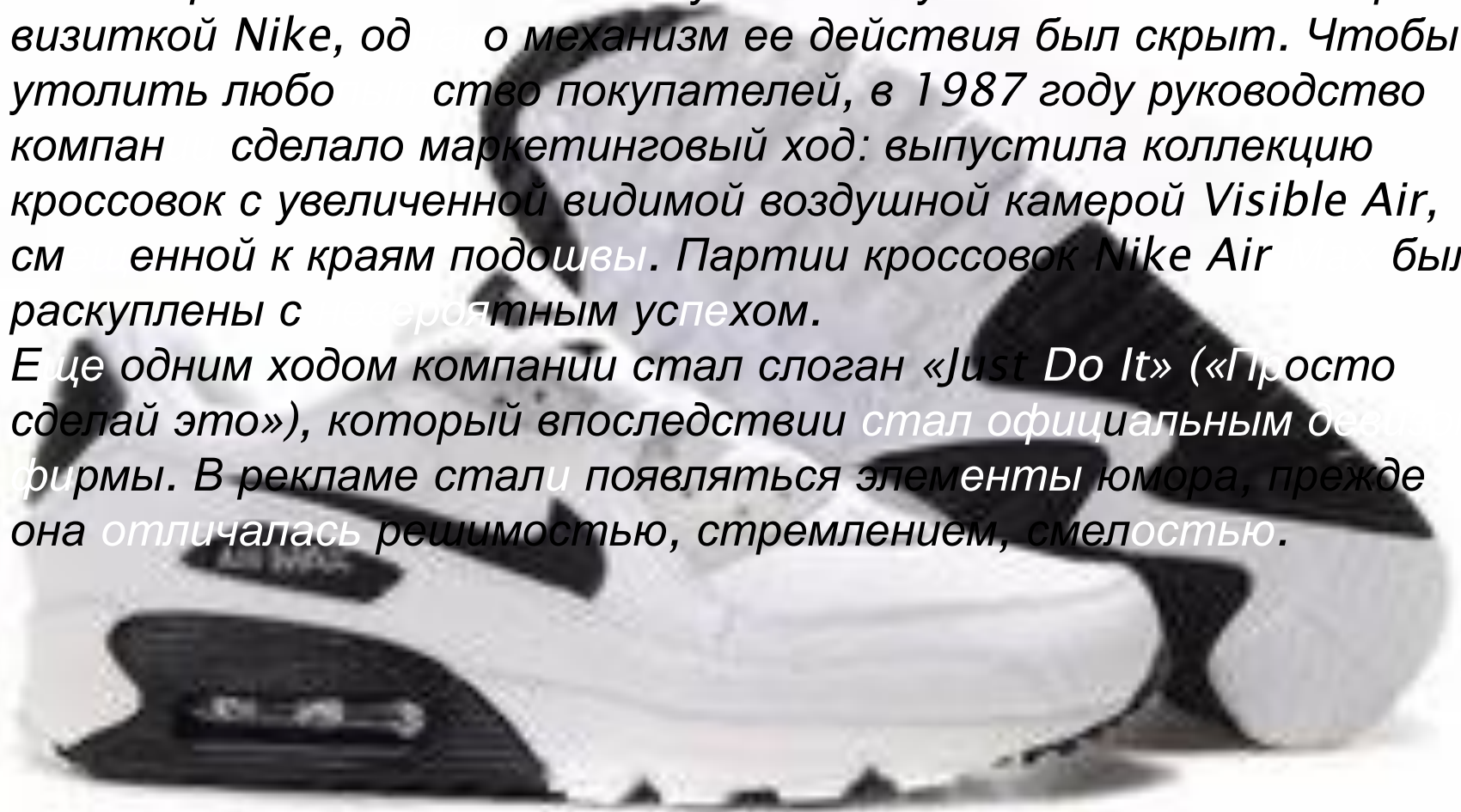
31 декабря 1981 года компания **Blue Ribbon Sports** была официально переименована в **Nike**. Общая численность сотрудников предприятия составляла **2700** человек.



58 спортсменов, выступавших в экипировке Nike, завоевали 65 олимпийских медалей на Играх в Лос-Анджелесе в 1984 году, а через год компания подписала контракт с баскетболистом Майклом Джорданом, который *действителен и сегодня*. В кроссовках *Air Jordan*, спроецированных специально для него, было запрещено выходить на площадку – их черно-красный цвет казался слишком кричащим. Найт как опытный рекламщик спровоцировал скандал: Майкл выходил играть в этой обуви, за что каждый раз платил штраф 1000 долларов. Всем было интересно, чем же закончится эта эпопея. Nike привлекала покупателей, и товарообороты достигли 4 миллиардов долларов в год!

Легендарная подошва «на воздушной подушке» стала своего рода визиткой Nike, однако механизм ее действия был скрыт. Чтобы утолить любопытство покупателей, в 1987 году руководство компании сделало маркетинговый ход: выпустила коллекцию кроссовок с увеличенной видимой воздушной камерой Visible Air, смещенной к краям подошвы. Партии кроссовок Nike Air были раскуплены с невероятным успехом.

Еще одним ходом компании стал слоган «Just Do It» («Просто сделай это»), который впоследствии стал официальным девизом фирмы. В рекламе стали появляться элементы юмора, прежде она отличалась решимостью, стремлением, смелостью.



- ▣ *Однако есть и темные стороны репутации Nike. Как известно, кроссовки этого бренда производятся в странах третьего мира. Здесь-то и возникают неприятные ситуации: бренд ругают за крайне низкие зарплаты (\$40 в месяц) и использование детского труда. Фирма, конечно, борется с этим, но не очень успешно. Не так давно на производстве Nike в Китае возникла проблема с токсичными веществами. Руководство старается контролировать подобные ситуации, однако для этого требуются огромные капиталовложения.*



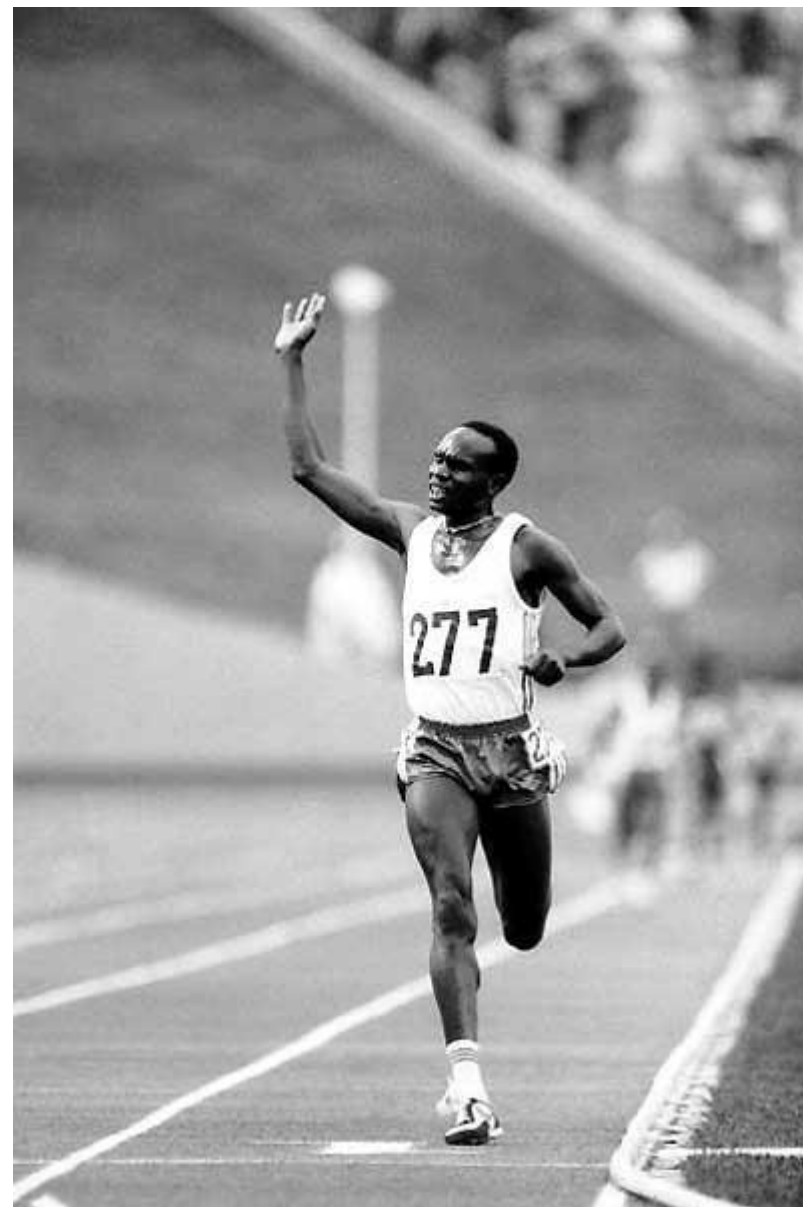
Интересно вспомнить другие рекламные компании бренда, ведь это всегда интрига, неожиданность и эпатаж:

- 1992 год. Олимпиада в Барселоне. Баскетболисты американской «команды-мечты» (Dream Team), главной которой был Майкл Джордан, а главным спонсором отказались выйти на церемонию награждения в олимпийской форме, потому что на ней Reebok. Без комментариев.

- 1994 год. Nike перечислила 25 тысяч долларов в Фонд Тони Хардинг - фигуристки, обвиняемой в на свою главную соперницу на льду говорить, что спонсором последней

- 1999 год. Силы НАТО бомбят Югославию. На улицах разрушенного Белграда появляются рекламные щиты Nike - привычные логотип и слоган «**Just Do It**» и совершенно неожиданная фраза «**Stop the bombs!**» Получается недвусмысленно: «**Останови бомбежки! Просто сделай это!**»

Легендарный марафонец Генри Роно из Кении установил четыре мировых рекорда именно в кроссовках этой компании.



THE END



1971



1978



1985



Solo Swoosh