

Nike

ترجمه : سینا شفیع پور

مربی سابق دو میدانی دانشگاه Oregon و سرمایه گذار شرکت Nike Bill Bowerman یکبار گفت: "اگر شما یک بدن دارید ، پس ورزشکارید". این نوع تفکر شیوه ایست که Nike در اداره همه جنبه های تجارت خود از آن ایده میگیرد. هر شخصی به طور بالقوه میتواند یک مصرف کننده و ورزشکار باشد. این عبارتی رایج در قلمرو قهرمانی است ولی وقتی که Bill Bowerman آنرا گفت در واقع اشاره ای مستقیم به صنعت کفش داشت. شرکت Nike از استراتژیهای بازاریابی گرفته تا فلسفه فروش و توسعه محصول خود یکی از شناخته شده ترین و پر تقاضا ترین نام ها را تا کنون از آن خود کرده است.

Nike یا به نوعی الهه پیروزی ، در سال ۱۹۷۲ متولد شد. دقیقاً وقتی که Blue Ribbon Sports شروع به تجاری سازی اولین کفش های ورزشی خود در المپیک ایالات متحده در حوزه

دو میدانی نمود. عضو سابق رشته دو میدانی دانشگاه Oregon آقای Phil Knight مؤسس Blue Ribbon Sports بود. در دانشگاه Oregon آقای Knight تحت مربیگری Bill bowerman افسانه ای قرار گرفت و سپس به عنوان فارغ التحصیل دانشگاه Stanford از آنجا خارج شد. BRS در سال ۱۹۶۲ وقتی Knight قراردادی با شرکت Onitsuka Tiger بست پا به عرصه گذاشت. Onitsuka Tiger یک شرکت کفش سازی ژاپنی بود که کفش های تولیدی خود را به ایالات متحده وارد میکرد. ایده آقای Knight این بود که کفش های با کیفیت عالی را با قیمت پایین به فروش برساند. آرمان آقای Knight آن بود که نام تجاری Adidas را به بالاترین نقطه ممکن در بازار کفش برساند. در سال ۱۹۶۴ آقای Bill Bowerman تصمیم گرفت که به عنوان شریک تجاری BRS به Knight بپیوندد تا به طور هم پیمان حرف اول را در این بازار بزنند . Bowerman اقدام به طراحی مجدد کفش های Tiger نمود در حالی که در آن زمان Knight عنوان حسابداری فروش را بر عهده داشته و به دنبال فروش کفش های ورزشی در دیدارهای دو میدانی و مغازه های کفش فروشی بود. تا سال ۱۹۶۶ شرکت Blue Ribbon Sports اولین مغازه خود را در Portland Oregon باز کرد. Knight و Bowerman به همراه تنها کارمند مغازه که جزو دوندگان سابق دانشگاه Stanford بود کار مدیریت مغازه را انجام میدادند.^۱

در طول سال ۱۹۷۱ شرکت BRS دچار افول موقتی شد تا اینکه یک شرکت تجاری به نام Nissho Lwai باعث ایجاد اعتبار مالی برای BRS گشت تا قراردادهای پیمانکاری جهت ایجاد اولین خط تولید کفش خود را تا سال ۱۹۷۲ ببندد. این خط کفشی با مارک Nike تولید میکرد . تا دهه بعدی Nike در وسعت خود به میزان دو برابر رشد کرد و

^۱ Story/chrono

هرسال این رشد نسبت به سال قبل دیده میشد. این شرکت به طور رسمی از سال ۱۹۷۸ به عنوان Nike خوانده شد و قراردادهایی را با بزرگان تنیس از جمله Alberto Salazar و John Mc Enroe قهرمان دو ماراتن نیویورک و مدال طلای دو ماراتن زنان به نام Joan Beniot و ستاره دو میدانی المپیک یعنی Carl Lewis امضاء کرد.^۲ همچنین در این مدت Nike اقدام به تاسیس کارخانجات تولیدی در سراسر ایالات متحده نمود. تا سال ۱۹۸۰ Nike یک نام آشنا و خانگی برای اکثر ورزشکاران بود.

هنوز هم تمرکز شرکت Nike روی ورزش دومیدانی است و بخش اعظم بازار هدف آنرا ورزشکاران این رشته تشکیل می دهند. یکی از اولین افرادی که بر محصولات Nike صحنه گذاشت و آنرا تایید کرد و باعث سرعت گرفتن تجارت آنها شد شخصی بنام Steve Prefontaine بود. Prefontaine در طول هفتاد سال گذشته یک نام خانگی و آشنا بوده و نام وی در طول تاریخ به عنوان یکی از بهترین قهرمانان رشته دو و میدانی به جا مانده است. وی دوست آقای Knight بود و آقای Bowerman مربیگری وی را در دانشگاه Oregon بر عهده داشت. Prefontaine هر آنچه که شرکت Nike به عنوان مزیت متمایزکننده نسبت به سایر شرکتهای داشت را به دلیل نگرش متحورانه و استعداد بالای خویش و ذهنیت زیبا و ظریف، مجسم ساخت. شرکت Nike روشهای بازاریابی خود را با طراحی کفش های جدید و نوآورانه توسعه داده و پیوسته عملکرد ورزشکاران را عامل پیشرفت و تبلیغ خود قرار داد. در حالی که سایر شرکتهای رقیب بیشتر بر ظاهر و دوام محصولات خود تمرکز می کردند. Nike محصولات خود را با رنگهای روشن و طرحهای جدید و نیز اطلاعات تکنولوژیکی مربوط به محصولات خود رونق بخشید. به همین دلیل از Nike و Prefontaine به عنوان دو چرخ همکار و خارق العاده در اوایل سالهای شکل گیری این شرکت یاد میگردد.

تا سال ۱۹۸۴ شرکت Nike جای شرکت adidas را که به عنوان فروشنده رتبه اول کفشهای ورزشی بود گرفت اما این برای Nike کافی نبود. در این زمان Nike به عنوان شرکتی قابل توجه برای نیازها و خواسته های بازار شناخته شده بود. Brand شناخته شده Nike به خودی خود و نیز ترویج و ترفیع این شرکت توسط Knight و پرسنل شرکت، همگی از عوامل فروش این شرکت پیش از این بودند و کیفیت و راحتی و طرح کفشها نیز مزید بر علت بود. در دوره بین سالهای ۱۹۸۵ تا ۱۹۸۷ شرکت Nike به رتبه دوم شرکتهای تولید کننده کفش سقوط کرد. فروش به دلیل رکود اقتصادی اواخر دهه هفتاد و اوایل هشتاد و رشد قیمتها شروع به نزول کرد. خوشبختانه در سال ۱۹۸۵ ستارگان ورزشی Nike خوش درخشیدند. یک بازیکن اسطوره ای با استعداد خیره کننده ای به نام مایکل جردن.

پس از اینکه Nike با مایکل جردن قرارداد بست شروع به ایجاد بازار جدیدی آراسته به نام AIR JORDAN نمود. این آغازی برای شروع برند JORDAN و محصولات Jordan Jumpman ۳۳ بود. ویژگی مهم محصولات AIR JORDAN علامت و نشان مخصوص Nike بود. جردن زمانی به Nike آمد که قابلیت NBA برای عرضه در بازار

^۲ Story/chrono

در حال رشد بود. بازیهای NBA به طور رسمی در ساعات رسمی و آخر هفته ها از تلویزیون پخش میشد و این باعث ایجاد یک سکوی توسعه برای Nike شد تا ستاره جدید خود را به همراه محصولی که وی از آن حمایت میکرد در بازار معرفی کند.

در طول چندین سال اول Nike، جردن را به عموم مردم معرفی ساخته و جردن اقدام به آشنا ساختن خود به جامعه عمومی آمریکا نمود. همچنین Nike اقدام به ساختن تیزرهای تلویزیونی با کمک جردن نمود که کارگردانی آنرا آقای Spike Lee بر عهده داشت، این برنامه ها در ساعت نخستین و بهترین زمان ها پخش می شد و هدف اصلی آن ترغیب دانش آموزان نوجوان مدارس بود. این تیزرها نشان دهنده پیام روشنی با عنوان "Stay in school" بود. این تیزرها بچه ها را توسط شخصیت ملی با محصولات خود آشنا کرده و محصولات خود را به آنها ارائه مینمود. چگونه والدین میتوانند فرزندان خود را از کفشهای سخنگوی چنان با فضیلتی برحذر دارند؟ جردن شخصیتی بود که کودکان به وی عشق ورزیده و می پرستیدندش و وی را به عنوان الگویی برای تقلید و رسیدن به توانایی هایش دنبال میکردند. Nike از این راه برای مثبت جلوه دادن شرکت خود و نیز فروش محصولاتش استفاده می نمود. Nike می خواست به طور متهورانه ای بازار را از آن خود نماید. Nike قصد داشت هدف خود را بر ورزشهای روز قرار داده و اقدام به توسعه یک استراتژی پیشتاز برای صنعت خود نماید. Nike به ترفیع و پیشرفت مایکل جردن از طریق تیزرهای تلویزیونی خود ادامه داد و به این ترتیب جردن نیز اقدام به ترویج محصولات این شرکت نمود. معرفی و مطرح شدن AIR JORDAN موجب ایجاد ردیف جدیدی از کفش های بسکتبال شد که شامل AIR FORCE و AIR FLIGHT و لباس بسکتبال بود و همچنین این به همراه یک تکنولوژی بدیع و جدید در ایجاد لایه ای از هوای تشک مانند در کفش های آنان بود. این موضوع واقعا به عنوان یک فاکتور متمایز کننده Nike از سایر شرکتهای کفش سازی قلمداد میشد و نهایتا فروش Nike با جهشی قابل توجه به میزان در کل ۳ میلیارد دلار رسید و کفش های AIR JORDAN شرکت Nike به عنوان پر فروش ترین و شناخته شده ترین کفش های بسکتبال مطرح شد. در اواسط سالهای نود میلادی زمانی که عکسی کوچک از مایکل جردن در حال تمرین با کفشهای متفاوت عرضه شد این محصولات به نقطه ای رسید که مانند جرقه در تمام شیکاگو توسعه پیدا کرد به طوری که یک فروشگاه به تنهایی به میزان ۳۰۰ تلفن روزانه جهت سوال از موجود بودن این مارک از کفش ها داشت. بازار هدف شرکت Nike عرضه کفشهای ورزشی در همه مقاطع سنی بود و در این راستا شرکت شروع به تولید کفش در سایز اطفال و سنین بالاتر نمود. Nike با ایجاد آگهی های تجاری باعث تجلیل هر چه بیشتر جردن شده و موجب شناساندن وی به عنوان شخصیتی متواضع گشت. مایکل در این آگهی های تجاری به شکلی بود که همه مردم چه پیر و چه جوان همواره در آرزوی آن بودند که همانند وی باشند .

اکثر این آگهی ها طوری بود که در آن مایکل در حال پرواز در هوا و سپس فرود از آسمان بود که این با همسرایی خوانندگان همراه می شد " کاش میتوانستم همانند مایکل باشم ". سپس در این آگهی ها جردن از آسمان بر زمین آمده و شروع به بازی بسکتبال مینمود . در یکی از آگهی های تجاری که با هدف جوانتر ها طراحی شده بود جردن در نقش برادران Warner و Loony toons بازی میکرد. در یکی دیگر از این آگهی ها که برای نسل مسن تر بود مایکل در یک زمین ورزشی تاریک بود و صدایی می آمد که میگفت " چه میشد اگر اسم من در روشنایی نبود ؟ می توانی تصورش را بکنی...؟ من می توانم؟ " این آگهی باعث جلوه گر شدن مایکل به عنوان یک نمونه کامل انسان دست نیافتنی شد . این آگهی بیشتر جهت آن بود که افراد متوسط در نقل حال مایکل از آن بهره جویند .

همان اندازه که Nike باعث مشهور شدن و بازار پسند شدن مایکل گشت به همان اندازه مایکل باعث مشهور شدن خود و محصولات معرفی کننده خود شد. جردن همیشه فردی خوش پوش ، خوش برخورد و با ذوق و قابل احترام بود. این یک تغییر پسندیده بود چرا که سایر شرکتها اغلب برای گویندگان خود از چهره خالکوبی شده و مشبک استفاده مینمودند . همه اینها عاملی شد که بسیاری از افراد جذب در مایکل گردند و از سویی دیگر استعداد بی نظیر وی باعث تبدیل شدن وی به یک چهره جهانی گردد . مایکل جردن در سطحی از رقابت های حرفه ای بازی میکرد که هرگز قابل مقایسه با هیچ رقابت ورزشی حرفه ای نبود . استعداد وی به تنهایی در فروش هر چه بیشتر محصولات کافی بود و وقتی این استعداد قرین سایر فعالیتهای تجاری شد باعث گشت که این محصولات حتی هر چه بهتر و بیشتر نیز به فروش برسند . هر چه مایکل بیشتر در مجامع ملی بازی میکرد به همان اندازه Nike بیشتر جای خود را در بازار پیدا می نمود و بازار بهتری کسب می کرد . جردن می تواند به هر میزان از مشهوریت که میخواهد برسد و این به دلیل واقعیت مطلق است که در تقاضا و میل به او و محصولاتش وجود دارد . هر کس می خواهد بداند که جردن چه می پوشد و چه می کند.مصرف کنندگان این محصولات احساس می کردند که با پوشیدن این لباسهای ورزشی هر چه بیشتر به مایکل نزدیک می گشتند.

با وجود اینکه مایکل جردن از بسکتبال بازنشسته شده است با این حال موفقیت وی ادامه دارد . در سال ۱۹۹۷ جردن تاسیس یک برند جدید و امضای آنرا با نام " جردن " اعلام کرد. برند Jordan یک واحد تجاری مجزا از برند Nike است. آن قادر خواهد بود مسیرهای محصولی را توسعه دهد که ضرورتا تحت نام تجاری Nike نباشد. برخلاف اکثر شرکتها برند جردن (Jordan Brand) لازم نیست که نسبت به استراتژی های بازار یابی خود یا در مورد بازار هدف خود نگران باشد. جردن برند می تواند از تحقیقات دست دوم و تجارب Nike و همچنین اطلاعات توسعه یافته از آن شرکت استفاده نماید . برند Jordan نه تنها شهرت کفشهای با مارک AIR JORDAN را داشته بلکه در زمینه ردیف لباسهای ورزشی تحت برند Jordan نیز فعالیت دارد.

حوزه ای که برند Jordan در آن موفق شد در حالی که شکست Nike را به همراه داشت عبارت بود از سیستم قیمت گذاری آن. در زمینه محصول، موقعیت و ترقی شرکت Nike پیروز بود ولی در حوزه قیمت، Nike محصولاتی در بالاتر از قدرت خرید اکثر مصرف کنندگان تولید میکرد. کفش های Nike به نسبت جردن در هر جفت حدود ۱۳۰ دلار بالاتر بود ولی برند جردن محصولاتی با مارک ۲۳ Jumpman و نام جردن عرضه می نمود که با قیمت‌های بسیار پایین عرضه می شد. با وجود اینکه این تنها یک جانشین برای مارک AIR JOERDAN میتوانست باشد با این حال برند Jordan این امکان را برای اقبال با درآمد کمتر امکان پذیر می نمود تا با خرید آنها خود را هر چه بیشتر به قهرمان رویایی خویش نزدیکتر کند.

نام تجاری جردن هنوز هم حامی تیم هایی از جمله دانشگاه Penn state دانشگاه ایالت فلوریدا و دانشگاه کالیفرنیا شمالی می باشد. بسیاری از سایر بازیکنان NBA که با جردن رشد کردند در سایه وی به رتبه های عالی و نقاط قابل توجهی ترقی کردند. شرکت Nike همچنین از افرادی چون Eddie Jones, Ray Allen, Michael Finley, Scottie Pippen, Kevin Garnett حمایت کرده و آنها را تایید می نماید. نام تجاری جردن همچنین سایر رشته های ورزشی را احاطه کرده و باعث نفوذ در آنها شده. در سایر رشته ها نیز ورزشکارانی از قبیل Randy Moss و Golfer Tiger woods و Boxer Roy Jones مورد تایید این شرکت می باشند. هر کدام از این ورزشکاران در حرفه ورزشی خود صاحب نام بوده و همانند مایکل جردن در رشته بسکتبال می باشند. بسیاری از طرفداران هنوز هم به دنبال این چهره ها بوده و همانند جردن مورد ستایش طرفداران خود می باشند که این امر باعث افزایش هر چه بیشتر قابلیت عرضه محصولات شرکت Nike در بازار گشته است.

بدین ترتیب محصولات Nike با نام تجاری Jordan در کفشیهای ورزشی که توسط ورزشکاران مشهور آراسته می گشت در طول چند دهه ادامه یافته و باعث فراگیر شدن هر چه بیشتر آن در بازار می شد. نه تنها کیفیت مارک جردن بسیار شناخته شده بود بلکه حتی خود نام آن نیز یک فاکتور متمایز کننده در هنگام خرید به شمار می رفت. سایر شرکتها در مقابل چنین رقیبی هیچ گونه نام و نشانی کسب نکرده و از اعتبار قابل ملاحظه ای برخوردار نمی باشند. هنگامی که نام تجاری Jordan از Nike جدا شد باعث به همراه آوردن وفاداری مشتری ها نیز گشت. همه این فاکتورها باعث شدند تا فرآیند معرفی نام Jordan برای مصرف مشتریان تسهیل گردد. بدین ترتیب نام تجاری Jordan از نظر رتبه بازار و نفوذ در آن به رتبه سود آور ترین نام تجاری جهش نمود. Jordan به نقطه بلوغ خود نزدیک شد.^۳

وقتی Nike بخش سود آور فروش بازار جامه و کفش های ورزشی را از دست داد هنوز هم از لحاظ کل فروش در رتبه اول بود. حتی بعد از اینکه مایکل جردن تصمیم به بازنشستگی گرفت (از حرفه بسکتبال) شرکت Nike نسبت به او

^۳ Armstrong ۲۹۰-۲۹۲

وفادار ماند. آنها شروع به تجاری ساختن یکی از چالش های گذشته خود نمودند که بسیار هم متداول گشت. این مجموعه "retro" باعث تداعی سری قدیمی کفش های جردن بود که بسیار هم گران قیمت بودند با این وجود به خوبی فروش رفت. شرکت Nike همچنین شروع به فروش مدل جدیدی از لباسهای کالج جردن نمود از جمله کفش، پیراهن و شورت های ورزشی. این کار باعث شد رنگ لباسهای دانشگاه کارولینای شمالی بسیار رایج و متداول گردد.

در نهایت اهداف Nike دقیقا همانند آنچه Steve Prefontaine و Bill bowerman بر آن بودند دنبال شد و باقی ماند. مدیر عامل شرکت Nike آقای Phil Knight روند نزولی را طی نمی کرد بلکه هر روز کالج های بیشتری را جزو کالج های مورد حمایت و تایید شرکت خود ثبت کرده و حتی اقدام به خرید بخشی از NFL's Dallas Cowboys نمود. در هر صورت Nike به نقطه ای رسید که دیگر می توانست تنها با نام Nike زمینه رشد و ترقی آتی خود را تضمین نماید. با این حال اقدام به ایجاد ایده های نو آوری جدید همانند چالش جدیدی به نام BOING مینمود. این ایده ها بسیار باعث بهره وری گشته و جزو ابزارهای رشد و ترقی شرکت بودند. Nike شروع به گرفتن بازار در تمامی رده های سنی نمود تا توجه همه کسانی که قصد داشتند بسیار فعال و در ضمن راحت باشند را جلب نماید.

نام تجاری Jordan در انتظار ادامه موفقیت های خود در آینده با امید به بازگشت جردن به میادین بسکتبال است. بازگشت وی باعث تحریک قشر بیشتری از مردم در اغلب موارد جهت مصرف لوازم ورزشی وی می گردد. همچنین چنین کاری از سوی وی باعث شناخته شدن بیشتر و بیشتر وی گشته و عمل موفقیت آمیز دوباره وی در میادین در سنین بالاتر باعث تاریخی شدن نام او در عرصه بازار اقلام ورزشی شده و نیز موجبات ترغیب سایر ورزشکاران به تقلید از وی می گردد (همانند Tiger woods). این طرفداران مادام العمر جردن باعث وفاداری ابدی آنها به Nike و محصولاتش گشته است.

بازگشت مایکل جردن به عرصه بسکتبال و اشاعه آن توسط رسانه های بصری باعث زنده نگه داشتن فروش و قوت گرفتن Nike و نام تجاری لباسهای ورزشی Jordan خواهد شد. با شیوه های جالب و نو آورانه پرسنل بازار یابی شرکت Nike و نیز همراهی خدای بسکتبال (جردن) این کفش ها به طور حتم سبب پرواز شرکت به نقطه اوج خواهد شد. همانند مایکل جردن در پرش خود از خط فول با هدف داخل حلقه.