

סיפור ההצלחה של נייקי

הסיפור מתמקד באיש המכונה פיליפ נייט, פיליפ נולד ב-1938 ביוג'ין, אורגון. מאז ומתמיד, שאף להיות ספורטאי מצטיין, והשתתף בתחרויות ריצה בבית הספר שלו וכן באוניברסיטת אורגון. למרות שהתאמן אצל אחד מהמאמנים הטובים בארה"ב, ביל באורמן, לא זכה נייט לשבור את מחסום הבינוניות כאצן.

נייט לא שיער, כי למרות הישגיו הממוצעים בריצה, הוא יצליח תוך כמה עשרות שנים לחדור ללב הפנתיאון של הספורט בארה"ב ובעולם, בזכות נעלי הריצה שפיתח - נייקי. מותג הנעליים של נייט הפך להצלחה בינלאומית אדירה, וזוהה עם אחד הספורטאים הפופולאריים בעולם - מייקל ג'ורדן..

החלום

בין אימון לאימון חיפש נייט בקדחתנות אחר רעיון עסקי שישפר את נעלי הריצה הקיימות בשוק. הוא היה משוכנע, כי נעלי ריצה שמשקלן קל יותר, יבטיחו לאצנים הישגים גבוהים יותר במרוצים. המובילה בתחום נעלי הספורט בעולם משנות ה-30 היתה אדיס הגרמנית. לפיל נייט היה חלום - להתחרות יום אחד באדיס הגדולה ולהביס אותה. ב-1960 קיבל נייט תואר במינהל עסקים מאוניברסיטת סטנפורד. בעבודת הגמר גרס כי יפאן, המעצמה הכלכלית העולה, תעשה לנעלי האתלטיקה מה שעשתה למצלמות ותיכנס לתחרות בשוק העולמי. נייט יצא ליפאן, וקיבל מחברת אוניטסוקה - שייצרה את נעלי הספורט טייגרס - זיכיון בלעדי לשווק את הנעליים בארה"ב. נייט חזר לאורגון ויחד עם המאמן שלו לשעבר, ביל באורמן, הקים את חברת בלו-ריבון-ספורטס, ששיווקה את נעלי טייגרס. השניים השקיעו בחברה 500 דולר כל אחד.

בשנת פעילותם הראשונה, 1964, מכרו 8,000 זוגות נעליים, ובמקביל המשיכו בניסיונות לייצר את נעל הספורט האולטימטיבית.

ההתחלה:

בהשראת הוואפל ב-1971 החלו השניים לייצר נעלי ספורט בקבלנות אצל יצרני נעליים קטנים ביפאן, בעלות נמוכה. הם בחרו לחברה החדשה את השם NIKE (נייקי, ולא נייק), כשם אלת הניצחון היוונית. הנעליים השתתפו לראשונה בתחרויות אולימפיות שנערכו ביוג'ין, אורגון. לאכזבת נייט ובאוורמן, הגיעו הרצים בנעלי נייקי למקומות ה-4 וה-7, ונאלצו לצפות באצנים לובשי אדידס חולפים על פניהם למקומות ה-1, ה-2 וה-3. נייט ובאוורמן המשיכו לחפש את הנוסחה הנכונה לסוליות משוכללות וקלות. בשנת 1975, הכניס באוורמן - שערך ניסיונות בסוליות גומי - פרוסת גומי לתוך מתקן הוואפל החשמלי בביתו. הסוליה התחממה במתקן וקיבלה את צורת הוואפל, עם ריבועים שקועים שהפכו את משטח הגומי לקפיצי יותר. נייט ובאוורמן הימרו על הסוליה החדשה, ולא טעו. הנעל הפכה לפופולארית מסוגה. בשנת 1976 זינקו המכירות ל-14 מיליון דולר - עלייה של כ-100% לעומת המכירות בשנה הקודמת.

ההצלחה

בזכות אופנת הג'וגינג בתחילת שנות ה-80 הפכו נעלי נייקי לסיפור הצלחה ענק. הלקוחות דרשו את הנעליים, וחנויות כלבו בארה"ב המתינו לסחורה עד 6 חודשים מיום ההזמנה. נייקי הונפקה בבורסה בניו-יורק, ומניותיה החלו לטפס. ב-1982 דירג מגזין "פורבס" את נייקי כחברה הרווחית ביותר במשך 5 שנים ברציפות. הסיבה העיקרית להצלחתה היתה האופנה החדשה בארה"ב - שמירה על כושר ובריאות. נייקי השתלבה מייד בטרנד החדש. במקביל, הרחיבה החברה את מבחר

המוצרים, והציעה נעלי כדורסל, נעלי טניס ומחבטים, נעלי ילדים, הלבשת ספורט, ציוד ספורט וגם נעליים ובגדים לשעות הפנאי.

נייט ובאוורמן החלו להשתמש בספורטאים מפורסמים כדי לפרסם את מוצריהם; ג'ון מקנרו, נולן ראיין, סבסטיאן קו ועוד. נייט האמין בהשפעת הספורטאים על הקהל הרחב. "הסוד בעסקים הוא לבנות את סוג הנעליים שינעלו אתלטים מקצועיים", אמר, "אחרי שהם נועלים אותן - כל השוק הולך בעקבותיהם".

הפסגה

ב-1984 חתמה נייקי חוזה פרסום עם צעיר בן 22, ששיחק כדורסל בקבוצת שיקאגו-בולס. השחקן, מייקל ג'ורדן, שהתאכזב מההצעה הכספית של אדיס חתם לבסוף חוזה עם נייקי, שהציעה לו 2.5 מיליון דולר ל-5 שנים, בתוספת הכנסה מהמכירות. הנעליים שפרסם ג'ורדן נקראו אייר-ג'ורדן, והיו בעלות סוליות קלות עם בועיות המכילות גז בעל מולקולות גדולות מאלה של האוויר, שדואגות כי לא ידלוף.

ב-1985 החל מייקל ג'ורדן לנעול את נעלי נייקי, בצבעי שחור ואדום, במשחקי ליגת ה-NBA. תוך שנה נמכרו נעלי אייר-ג'ורדן ב-100 מיליון דולר, במחיר של 110 דולר לזוג. ג'ורדן הפך לספורטאי מס' 1 בעולם, והחיבור שלו עם נייקי הקפיץ את החברה להצלחה בינלאומית.