



۳ کمپین خلاقانه نایک در مسیر جهانی شدن

محصولات نایک قدرتی می‌دهد تا آینده خود را بسازند، درست مثل اسطوره‌هایشان. بدون شک نایک بخش بزرگی از محبوبیت خود را مدیون این آگهی است.

۴ استعداد خود را کشف کن

تصویر آدم‌های معمولی که مشغول دویدن و تلاش برای رسیدن به اندام دلخواه خود هستند چیزی است که قطعاً توجه بینندگان را به خود جلب می‌کند. «استعداد خود را کشف کن» نام این کمپین است که به یکی از موفق‌ترین تبلیغات نایک تبدیل شد. این کمپین با افرادی که به روش خود سعی داشتند گام‌هایی در مسیر زندگی بهتر، سالم‌تر و فعال‌تر بردارند ارتباط برقرار کرد و برای بسیاری از آدم‌ها انگیزه‌بخش شد. پیام آگهی این بود که افتخار صرفاً متعلق به ورزشکاران مشهور یا دارای استعداد ژنتیکی نیست؛ در واقع، هر کسی می‌تواند به آن دست پیدا کند فقط کافی است که بخواهد و در راه هدفش خستگی ناپذیر کار کند و مصمم باشد. این تبلیغات یک دقیقه‌ای همزمان با المپیک ۲۰۱۲ لندن ساخته و در ۲۵ کشور مختلف اجرا شد. این کمپین علاوه بر موفقیت چشمگیری که برای نایک به همراه داشت، افراد را تشویق کرد تا موانعی که بین خود و هدفشان می‌دیدند را به چالش بکشند و متفاوت فکر کنند. تمام کمپین‌هایی که گفته شد باعث شدند فروش نایک به طور شگفت‌انگیزی روز به روز بیشتر شود و هر کدام برای خود یک اثر هنری محسوب می‌شوند.

منبع: آینه‌نگر

بی‌تردید، نایک به عنوان یکی از موفق‌ترین برندهای ورزشی در جهان شناخته می‌شود و موفقیت بی‌سابقه خود را مدیون کمپین‌های تبلیغاتی هدفمند و خلاقانه‌اش است که از طریق اینها توانسته با مشتریان خود ارتباط خوبی برقرار کند. اما چرا این کمپین‌ها تا این اندازه تاثیرگذار بودند و چگونه توانستند نایک را به یکی از برندهای نمادین تبدیل کنند؟

۴ انجامش بده

«شجاعانه انجامش بده»، این یکی از ماندگارترین شعارهای تاریخ است که در سال ۱۹۷۸ آژانس تبلیغاتی ویدین کندی آن را برای نایک خلق کرد و طولی نکشید که یک کمپین بزرگ با همین نام راه‌اندازی شد. اولین مخاطبان مردان جوان و ورزشکار بودند اما به سرعت گسترش یافت و اقشار مختلف با هر سن و سالی اضافه شدند. برای همین ما در این تبلیغ شاهد افراد متفاوتی هستیم. از مردم عادی گرفته تا فوتبالیست‌ها، دوندگان و حتی ستاره‌های تنیس. به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین دلایلی که این تبلیغ را جهانی کرد همین است که در آن زن و مرد، پیر و جوان از نژادهای مختلف حضور داشتند. جالب است بدانید شعار این کمپین الهام گرفته از حرف‌های آخر گری گلیمور قاتل محکوم به اعدام بود. به هر حال این شعار، غوغا به پا کرد و به یک هشتگ مهم در شبکه‌های اجتماعی تبدیل شد به طوری که در اینستاگرام بیش از ۱۵ میلیون پست را به خود اختصاص داد و به زبان‌های زیادی ترجمه شد. به علاوه خود شرکت هم تصمیم گرفت این سه کلمه را به عنوان امضای خود انتخاب کند و تا به امروز که بیش از ۴۰ سال می‌گذرد همچنان ادامه دارد و ردپایش را در تبلیغات نایک می‌بینیم.

۴ آینده در دستان توست

تبلیغ «آینده در دستان توست» همزمان با جام جهانی ۲۰۱۰ اکران شد و هنوز که هنوز است یک شاهکار به حساب می‌آید. فیلمبرداری این کار چند ماه طول کشید. در ابتدا ما فوتبالیستی را می‌بینیم که در زمین بازی مدام شکست می‌خورد، اما ناامید نمی‌شود، اراده و عزمش را جمع می‌کند و به میدان بازمی‌گردد. درست وقتی که کفش‌های برند نایک را به پا دارد همه چیز تغییر می‌کند و یک گل دیدنی می‌زند. در ادامه نایک از فوتبالیست‌های معروف و موفق مثل وین رونی، دیدیه دروگبا، کریستیانو رونالدو و رونالدینیو کمک گرفت و از هر کدام خواست تا داستان منحصر به فرد و خاص خود را برای مخاطبان به نمایش بگذارند. وقتی فیلمبرداری تمام شد فقط یک چیز کم داشت: موسیقی! یکی از عوامل آن می‌گوید: این تبلیغ مثل یک ترن هوایی است، نمی‌توانستیم یک موسیقی معمولی اضافه کنیم، ما به چیزی نیاز داشتیم که فراز و نشیب داستان را نشان دهد. همین کار را هم کردند، موسیقی متن دیوانه‌کننده بود و همه را به وجد آورد. این آگهی به سرعت در سرتاسر اینترنت پخش شد و پس از آن تعداد دنبال‌کننده‌های نایک در فیسبوک از یک میلیون به بیش از چهار میلیون نفر رسید. مردم به باور کردند که