

<<耐克>>

图书基本信息

<<耐克>>

内容概要

本书让运动迷如获至宝，您会知道飞人乔丹如何帮助耐克重新登上运动产业霸主，巴克利为何不愿意上台领取奥运篮球金牌，侠客奥尼尔为何和耐克公司翻脸，耐克又是怎样帮助波·杰克逊重振运动生命..... 本书讲述了耐克结合名人推荐广告和行销活动的完美技巧。使您了解耐克在竞争激烈的全球运动用品市场中，如何和REEBOK、ADIDAS、L·A GEAR、AVIA展开恶战，如何杀出重围，改造企业，维持耐克运动王朝于不坠。

<<耐克>>

作者简介

<<耐克>>

书籍目录

第一章 耐克、乔丹、梦第二章 巴塞罗那的梦幻第三章 耐克的崛起第四章 亚特兰大会战第五章 耐克的灵魂——创意第六章 一鞋功成万骨枯第七章 点燃漫天烽火第八章 照规矩来，但是要狠第九章 乔丹退隐、耐克潮落第十章 重振耐克

<<耐克>>

章节摘录

书摘 耐特认为，如果企业能够结合本身对运动的强烈喜好，加上对天才型运动员知名度的塑造，必将产生神奇的效应。

大约就在乔丹成为耐克人的同时，耐特也开始全力推动这早已存在于他脑海的预感。

如果能让一般人像他一样，把运动员视为人类的最佳产物，那么运动员将会享有如同古代或书中英雄的待遇。

耐特相信，人们会围绕在这些英雄身旁，听取他们的一言一行。

因为在一般人的认知中，超乎寻常的运动能力，正代表一种原始的、真实的卓越。

而在现实生活中，则因为处处是妥协、挫折和琐事，这种感觉已经逐渐被淡忘了。

人们对于产品的情感，还不如运动迷对偶像球员的热情崇拜。

但耐特认为，那些优秀运动员所不能缺少的优良产品，同样可以创造出像运动迷一般忠诚的顾客。

“没有人会永远固定买一种产品。

”耐特这么说。

所以，产品必须和其他更有吸引力、更深层的意义结合在一起。

现在，在耐克展示间的荧幕上，乔丹飞越过弧型的荧幕，吐出来的舌头在空中移动，就像是一条粉红色的鱼；布勃卡(Sergei Bubka)正起身飞过了他的第三十四项世界纪录，布勃卡还在半空中，即将要过杆之前，背后有一大堆屏气凝神的在场观众，耐克展示间里的观众可以看到、甚至亲身感受到布勃卡所感受到的完全喜悦。

这一连串的伟大镜头并不止于此：超级跳高选手迈克·鲍威尔(Mike Powell)的飞跃，最有风格的美式足球捕接手杰里·赖斯(Jerry Rice)高高跨出的那一步，与杰里·赖斯同队的四分卫史蒂夫·扬(Steve Young)的传球神技和他指挥接球员的炯炯眼神，还有迪安·桑德斯达阵得分后，因高兴而在得分区所表演的小舞。

名流推荐产品，可以说是一种消费者的外在表现形式，这可以回溯到18世纪末期，当时皇室和产品是连接在一起的，但是，耐克已经把这种名人推荐和因而产生的行销过程，转化成一种极其高“贵”的艺术形式。

耐克这部英雄制造机的内部人士观察指出，如果菲尔·耐特从小是在古典音乐或是诗词中耳濡目染长大，而不是在运动环境中成长的话，流行文化会变成什么样子？

耐特警告过史蒂夫·米勒，他会亲自督促他，米勒现在了解，耐特在观察过程中发掘运动英雄潜力的能力，是他人很难捉摸的一种感应能力。

现在47岁的米勒曾经是底特律狮子会的会员、堪萨斯州立大学的体育主任、大学与高中的田径教练以及耐克与田径界来往的公关负责人。

米勒是一位超级外向的人，所有北美洲的田径教练，几乎都在某个场合与他见过面。

古板的发型，再加上一副古板的宽肩，米勒看起来就像还在干老本行，活脱就是一名严厉却很关心选手的教练。

两年前，这个世界最大的体育行销组织决定聘任米勒时，耐特对他说：“你将要接下这家公司最好、也是最坏的一份工作。

最好，是因为你几乎可以在这里为所欲为；最坏，是因为我会时时刻刻、分分秒秒地盯着你。

”耐克的公共形象几乎就是旗下运动员的半个生活缩影——跟这些人的健康、运动场上的表现、是否继续受欢迎有关。

因此对耐克而言，要一直保持巅峰，意思就是要在每一项运动范围内、每一场比赛里，都找到最有天分的运动员当作形象大使。

每一队都必须要有耐克的运动员，所以米勒管理的这个部门就有60多位体育行销专家，每一位专家都要明白属于自己范围之内所有事情。

“运动服事件对建立公共关系而言，我们已经输定了。

”米勒对乔丹说。

“喂！我们是一国的，”乔丹看着怀特，回答说，“我们花了很多时间谈道德和面子。

<<耐克>>

对我来说，这件事情就关系到道德和面子，我对这件事情的看法就是这样，我们应该解决这件事情...一起解决！”但是随着奥林匹克运动会的比赛一项项上场，就算耐克队伍所赢的奖牌持续上升，甚至超过了独联体(前苏联)整个队伍所得到的奖牌数，但是锐步得奖制服与耐克签约球员之间的问 题，仍然难以解决。

几位专门替NBA撰写文章的美国运动专栏作家，走进美国奥林匹克委员会公关负责人麦克·莫兰(Mike Moran)在巴塞罗那的办公室。

这些记者再次提起乔丹和他的队友拒绝穿领奖制服的事情，莫兰引述了奥林匹克运动会的规章，并提醒这些记者，锐步支付给美国奥林匹克委员会的金额，可以支持一些赚不到几百万美金的运动员。这些钱将资助剑术运动与摔跤运动，这两项运动的选手过去一直在卖便当的柜台后面长时间工作，只有晚上才能偷空受训。

他们的父母为了支持这些孩子的决心，都必须做非常大的牺牲。

媒体记者很快地就披露了莫兰所说的话，严厉指责乔丹和他的耐克队友贪婪。

悬挂着48面不同国家国旗的旗杆后面，是一座大理石水池，实际上耐克已攻下了90多个国家。穿过大理石水池，可以看到年轻的员工快速地在各大楼间的连接通道上穿梭。

这些大楼都是为了纪念一些未满35岁的杰出运动员，例如：麦克安诺大楼、艾伯特·萨拉查(Alber to Salazar)大楼、丹·福茨(Dan Fouts)大楼、迈克尔·乔丹大楼、波·杰克逊运动中心等。

萨拉查是耐克历史中的传奇人物，现在则是运动企划部门的员工。

他曾经是1980、1981及1982年纽约马拉松的金牌盟主，那段时间正是俄勒冈鞋厂崛起的黄金年代，耐克也是在那段时间营造了国际慢跑热。

福茨是美式足球的天才四分卫，1972年帮助耐克促销一种外形很奇怪的鞋子，这种鞋外观有点像松饼

。1972年也正是耐克这个名字刚开始为人知晓的一年，所以福茨就像迈克尔、约翰跟波一样，都有一栋以他们名字命名的大楼以资纪念。

这些突出的建筑物，傲立在足足有7英亩宽的人工湖旁边。

湖的另一边，沿着宽宽的红砖道，再经过好几座雕像跟一些古朴的石椅，便是一座精心设计的日式花园。

耐克总部种植了许多高耸的树木，树上都横绑着外面包了橡树皮的慢跑发带。

耐克的年轻一代员工，在经过董事长面前时，只会流露出简短的微笑或微微颌首，没有人会像老板一样穿着“笔挺”的西装或领带衬衫。

以一般企业的观点来看，有些人的头发甚至太长了点。

至少有一半的员工，背着印有Just Do It或Nike字样的背袋，在耐克的世界里神采奕奕地走来走去，另外还有很多人穿着由耐克研发部所发明的各种奇形怪状的鞋子——不是颇具异国情调的运动凉鞋，就是前卫的原型(Prototype)鞋子，有些人把鞋带绑到小腿肚上，就像罗马人的绑腿一样。

偶尔也会看到耐克的高级主管在“校园”里穿着两只完全不一样的鞋子。

在耐克每个人见了面、打过招呼之后，都会不由自主地朝对方的脚上猛瞧。

刚开始，外人还以为他们丢了什么东西，甚至以为是肠胃不适想呕吐。

耐克人把“校园”外的世界取名叫“生物圈”、“真实的世界”或“狭路之外”——狭路之内指的是那面茂密的绿草墙，墙里不分日夜都可以看到那些不穿袜子、认真奉献的赛跑选手。

这儿就是美国耐克以运动与健身服务世界、让世界更“多彩多姿”的地方。

在“校园”里，几乎每个人都拥有既健康又健美的身体，这里不准任何人抽烟，老板出钱鼓励员工以骑脚踏车、溜轮鞋取代开车，大伙儿会利用午饭时间到波·杰克逊健身中心去做上两小时的运动，绝对不会有人说闲话——因为任何部门的人今天都有可能工作到晚上9点。

因为大学超级杯的比赛必须经由大学运动联盟(NCAA)的批准，所以正式而详尽的动作计划与说明也就得交给NCAA做一番慎重研究，因为这样的决定同时会影响到全美国900所大学院校，所以申请过程会这么慎重严谨。

奥维兹与耐特同意负责电视转播方面的事情，同时耐克也开始动员耐克系统里的教练和运动指导员。

全盘方案简称“胜利计划”，目标是6月份在堪萨斯城(Kansas City)召开NCAA委员会议前把计划完

<<耐克>>

整地呈现出来。

委员会的结论将交给NCAA中144所第一级学校来表决。

早在1989年的时候，校长委员会已经否决掉一个类似的申请，所以游说关键教练、重要的运动主管、主要的大学校长，以及有影响力的NCAA头头，将是一场极为耗费体力和精力的大事。

耐特指派斯鲁歇尔负责这件事。

在耐特的眼中，这项工作的安排方式和奥维兹的“好莱坞式作风”截然不同，但是他仍然对迈克尔·奥维兹开疆拓土式的热情感到印象深刻。

媒体记者对于NCAA动向的反应也勾起耐特的兴趣。

“耐克已经完全陶醉在成功里了，”《洛杉矶时报》引述伯恩斯名流实业(Burns Celebrity Service)总裁戴维·伯恩斯(David Burns)的话说，“我认为这种情况对耐克支配未来的企图助益极大。

”那天在波士顿面包餐厅吃午餐的时候，迈克尔·多尔蒂叽叽喳喳地述说前一天晚上与耐特和霍华德·怀特的比赛情况。

多尔蒂是比佛顿少数的好莱坞派代表人物，是“摩夫与格里芬时间”(Merv and Griffin Show)节目的总策划，也一度是美国知名益智性节目《危机重重》(Jeopardy)的制作人。

后来他在加州卡默城荒野大镖客克林特·伊斯特伍德(Clint Eastwood)所开的酒店里帮忙经营。

多尔蒂在1982年到耐克工作，在“校园”内的艺术制片厂制作了1400多部影片，其中大多数是荒诞的有争议性作品，把戏剧性的音乐曲调及带有强烈感情的幻想式摇滚融合在一起，中间穿插由数英里长胶卷中剪接出来的精彩比赛的慢镜头。

.....

<<耐克>>

编辑推荐

"世界500强"企业不仅促进了整个世纪的工业革命与技术创新，推动了全球经济的飞速发展，而且在创造巨大物质财富的同时，创造了卓越的企业文化，成为全球企业的可贵借鉴的范例。

耐克公司作为体育用品行业的巨人，世界五百强公司之一，其成功的秘诀何在？

本书讲述了其成长和发展的过程，很值得一读。

<<耐克>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>