

ФИЛ НАЙТ

История успеха основателя Nike.

Фил Найт (Phil Knight) начинал с продажи кроссовок из багажника автомобиля. Сейчас Nike - легенда не только в мире бизнеса, но и в мире спортивной одежды. На начало 2022 г. рыночная капитализация компании составляла 255.4 млрд долларов. В автобиографической книге «Продавец обуви» Найт называет себя «атлетом-неудачником, который поверил в Безумную идею и ни на шаг не отступил от ее реализации». Что еще помогло бизнесмену достичь такого невероятного успеха?

Наш герой родился в 1938 г. в городе Портленд, штат Орегон, США. Во время обучения в Орегонском университете и Стэнфордской школе бизнеса увлекался бейсболом и бегом. Выдающегося спортсмена из него не получилось, но зато именно отсюда родилась идея всей жизни - популяризация бега. В 60-е гг. 20 в. бег не был таким популярным занятием, как сейчас. Скорее к нему относились как к экстравагантному и даже смешному хобби. Идею Найта о том, что можно бегать просто ради удовольствия, разделяли немногие.

В 1963 г. Найт работает простым бухгалтером и решает начать собственный бизнес. Для этого он взял денег у отца, уважаемого издателя, и закупил первую маленькую партию кроссовок в японской фирме Onitsuka своего любимого бренда Tiger. Причем при заключении сделки выдумал на ходу компанию Blue Ribbon Sports, которая якобы уже продает спортивную обувь. Поставки пришлось ждать несколько месяцев! Казалось бы, начало просто катастрофическое. Но это ничуть не смущает Найта.

Он удачно распродает всю партию в среде хорошо знакомой ему и тем людям, которым кроссовки действительно необходимы - спортсменам.

Следующим важным шагом Найта было привлечение к работе в компании его тренера по бегу - Билла Бауэрмана (Bill Bowerman). Человек, воспитавший многих чемпионов, был по-настоящему увлечен новыми разработками и

Е.В. СТАРОДУМОВА

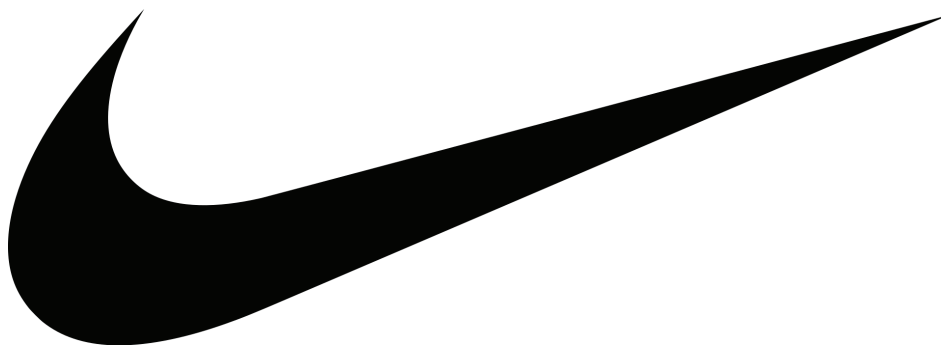
отлично знал, что именно нужно спортсменам. В своем гараже он вручную изготавливал новую форму подошвы и другие детали кроссовок, которые улучшали бы их свойства, помогающие спортсменам побеждать, и тут же испытывал их на своих подопечных. Успехи спортсменов на соревнованиях подтверждали правильность его изысканий и значительно популяризировали компанию Blue Ribbon.

Попробовав продать свой товар в спортивные магазины, Найт получил от ворот поворот. Это были всего лишь еще одни трековые кроссовки. Тогда он окончательно утвердился в плане продавать обувь непосредственно тренерам и спортсменам на соревнованиях. Успех был ошеломляющим.

Но тут Найт получает письмо от человека из другого города, который заявил, что именно он является эксклюзивным продавцом Onitsuka в США и обвинил Найта в контрабанде. Так, едва начав бизнес, Найт оказался втянутым в юридические разборки. Тогда он поехал в Японию, чтобы выяснить все на месте. Оказалось, что менеджер, с которым он работал давно уволился. Все же Найту удается встретиться с самим основателем фирмы г-ном Оницукой и даже заключить с ним новый контракт на огромную для молодого бизнесмена сумму - 30000 долларов.

В это же время Найту удается привлечь к работе еще одного своего знакомого, который тоже продавал кроссовки, но Адидаас. Джефф Джонсон был истинным энтузиастом своего дела и бега, и он с радостью согласился работать с Найтом. Именно он разработал систему почтовых рассылок для клиентов, от которой те просто впали в зависимость. Таким образом, круг клиентов постоянно увеличивался.

Продажи росли, но Найт хотел каждый раз их удваивать. Для этого брал кредит за кредитом, что не очень нравилось банкирам, считающим что у его компании слишком быстрый рост и недостаточно своего капитала. (Понятия венчурного капитала тогда еще не было.) Также дело



Символ «свуш», созданный дизайнером Кэролин Дэвидсон и используемый компанией Nike

осложнялось тем, что Onitsuka постоянно опаздывала с поставками. Это было действительно серьезной проблемой.

Все это время Фил Найт хранил товар в подвале своего дома, а сам продолжал работать аудитором. Лишь когда продажи достигли 3250 пар, а число сотрудников 40 человек, он уволился, а компания Blue Ribbon сняла помещение под офис и открыла свой первый магазин в Санта-Монике. Джонсон сразу же превратил этот магазин в особенное место, где можно просто посидеть и поболтать. В те времена это было совершенно новым и необычным делом.

В этот момент компания Onitsuka снова предъявляет юридические претензии, Найт едет в Японию, и снова идет на хитрость, убедив менеджеров Оницуки, что у его компании есть отделения на восточном побережье. Срочно отправляет туда Джонсона создавать эти самые отделения. Одновременно вербуются все новые спортсмены-бегуны как продавцы кроссовок.

В 1967 г. Бауэрман разрабатывает новую модель кроссовок - Cortez. Она выглядела как пришелец из будущего и вскоре становится культовой. (Нам всем она знакома по фильму «ФоррестГамп»).

В этом же г. Бауэрман выпустил в свет свою книгу о беге «Джоггинг», которая просто перевернула представления американцев о беге, как о смешном чудачестве. Бегать стало модно. И хотя в книге ни разу не упоминалась фирма Blue Ribbon, тем не менее она здорово поспособствовала росту продаж кроссовок.

Однако Найт почувствовал, что с японцами снова что-то неладно и организовал собственного шпиона в компании Оницука.

В 1968 г. объем продаж уже достиг 150 тысяч долларов, 70% продаж кроссовок среди бегунов составлял Tiger. Но конкуренты - Пума и Адидас - вели активную рекламную компанию, перема-

нивая спортсменов на свою сторону. А Onitsuka по-прежнему относилась к Blue Ribbon пренебрежительно и постоянно задерживала поставки. Как всегда, денег катастрофически не хватало, и Найт снова отправился на поиски кредитора. После множества отказов, ему наконец посчастливилось попасть в банк японской торговой компании «Nissho Iwai», владелец которой разглядел золотую жилу в быстро растущем предприятии Найта и предоставил кредит.

В это же время шпион в Onitsuka сообщил, что компания собирается разорвать отношения с Blue Ribbon. На встрече в Оницукой Найт попросту украл папку с документами, и обнаружил, что у компании есть еще 18 поставщиков в Америке. Не придумав ничего лучшего, взбешенный бизнесмен разослал письма с угрозами конкурентам, в надежде, что это хотя бы временно их притормозит.

Чтобы избежать зависимости от Onitsuka, Найт нашел фабрику в Мексике и заказал там партию кроссовок. Возникла необходимость в собственном логотипе, и Найт делает заказ молодой художнице Каролин Дэвидсон, студентке Портлендского университета. Идея Найта состояла в том, чтобы логотип ассоциировался с движением. Из множества вариантов выбрали всем известный логотип, который получил название «swoosh» (1971 г.).

Теперь оставалось придумать название. Это была идея Джонсона - от греческой богини победы Ники, Nike. Думать было некогда, и название сразу приняли и отправили заказ на фабрику. Когда он был готов, качество обуви оказалось отвратительным. Здесь снова помогла Nissho Iwai, предоставив на выбор пять фабрик в Японии. На этот раз качество было превосходным.

Тем временем Бауэрман не переставал совершенствовать конструкцию кроссовок. На этот раз он изобрел «вафельную» подошву, которая

стала знаменитой, с большим протектором, на поминающим шишки, имеющую прекрасное сцепление с землей. Найт немедленно направил их в производство.

В 1972 г. у Найта появился отличный шанс продемонстрировать свои кроссовки всему свету - Чикагская выставка производителей. Успех превзошел все ожидания. Возмущенная тем, что Найт нашел другого производителя, Onitsuka разорвала контракт и предъявила судебный иск.

В то же время Найт спонсировал бегуна Стива Префонтейна. Этот шаг привел тысячи его поклонников в магазины. В 1972 г. он установил новый рекорд США в беге, и сделал это в кроссовках Nike.

В 1973 г. объем продаж достиг уже 4.8 миллиона долларов. Спрос на кроссовки стремительно рос, и хотя новые производители справлялись с заказами значительно лучше Onitsuka, все же полки в магазинах часто оставались пустыми, а Найт по-прежнему утопал в кредитах.

В 1974 г. начался суд по иску Onitsuka. Очевидно, что компании было что предъявить Blue Ribbon, помня о краже документов и прочих уловках Найта. Однако в японской компании удалось найти свидетеля, который убедил суд в том, что именно Onitsuka первой решила расторгнуть контракт с Blue Ribbon. И суд вынес вердикт в пользу Найта, да еще обязал японцев выплатить 400 тысяч долларов за нецелевое использование товарного знака. Найт сохранил все права на свои знаменитые модели «Kortez» и «Boston».

В 1975 г. компания продолжила бешеный рост, так же увязая в кредитах и пользуясь помощью Nissho Iwai. Найт говорил «либо ты растешь, либо умираешь». В те времена это не было еще обычной практикой, большинство предпочитало более спокойное ведение дел.

В 1976 г. кроссовки с вафельной подошвой превратились в культовую вещь, обогнав по популярности множество конкурентов, в том числе и Пуму. Спортсмены в кроссовках Nike одерживали все новые победы, а прибыль компании продолжала расти, достигнув 14 миллионов долларов.

В это время в компанию обратился инженер космических технологий Фрэнк Руди с проектом подошвы, в которую закачан воздух. Эта на первый взгляд безумная идея оказалась абсолютным успехом. Так возникли кроссовки Nike Air с новыми выдающимися качествами для бега.

Затем в компанию приходит еще один уди-

вительный изобретатель - Сонни Ваккаро. Организатор турнира «Даппер Дэн Классик» привел в Nike массу баскетбольной публики. Чем, конечно же, были страшно недовольны конкуренты. И нашли способ насолить Найту. С помощью довольно грязного трюка они убедили правительство США предъявить Найту иск на 25 млн долларов как таможенный сбор за 3 года. Найт вступил в борьбу с бюрократами и тоже подал иск, обвинив конкурентов в сговоре с целью выжать его с рынка. В итоге бизнесмену удалось снизить выплаты до 9 млн долларов.

Чтобы перестать зависеть от кредитов, Найт решает на выпуск акций компании. 2 декабря 1980 г. компания становится публичной и оценивается фантастической цифрой в 178 млн долларов. Найт сохраняет за собой привилегированные акции.

В 1984 г. Сонни Ваккаро привлекает для рекламы компании знаменитого баскетболиста Майкла Джордана. Специально для него разрабатывается модель черно-красного цвета Air Jordan. Эту рекламную компанию сопровождают всевозможные скандалы, что еще сильнее привлекает внимание как болельщиков, так и покупателей. Впервые модной становится не сама вещь, а то, как ее носят - идея революционная на тот момент времени. Прибыль компании возросла с 870 млн до 4 миллиардов долларов.

В 1993 г. Sporting News признает Найта самым влиятельным человеком года в мире спорта.

В 2004 г. Найт оставляет пост главного управляющего и президента компании Nike, но продолжает работу в качестве почетного председателя правления. Он сделал много открытий, которые сейчас кажутся обычными способами ведения бизнеса: умение рисковать и брать ответственность на себя, подбирать мотивированную команду энтузиастов и профессионалов, правильно вести переговоры с заведомо невыгодных позиций и выигрывать, искать неочевидные способы рекламы и продвижения.

И вот какой совет знаменитый бизнесмен дает всем нам: «Ищите свое призвание. Если следовать призванию, легче будет переносить усталость, а неудачи будут вас только подогревать, а прилив энергии будет таким, какого вы никогда не испытывали. Никогда не бывает просто бизнеса. И никогда не будет. А если будет, значит этот бизнес плохой».

