

5 consejos de Phil Knight (fundador de Nike)

Phil Knight, el fundador y presidente de Nike, sin duda la marca de deporte más famosa del mundo, es un personaje controvertido, y conocido por su fe en el marketing. Fue el primero en pensar en usar a los deportistas más famosos para vender sus productos, y al parecer, le ha ido muy bien. Las 5 frases que compartiremos en este artículo tratan mayoritariamente de comunicación.

No basta con hacer productos buenos. Tienes que hacer que la gente se entere de lo que estás haciendo.

Phil Knight creyó durante muchos años que bastaba con hacer un buen producto para venderlo, pero se dio cuenta que no era cierto. En un mundo donde el consumidor recibe una avalancha de información por todos los lados (carteles, televisión, dispositivos móviles, radio, prensa escrita), si no encuentras una forma de hacerle llegar la información sobre tu producto no podrás vender, por muy bueno que sea.

No puedes explicar muchas cosas en 60 segundos. Pero cuando muestras a Michael Jordan, no tienes que hacerlo. Es así de sencillo.

Nike a escogido muy bien a los atletas que iban a representar la marca. Knight es un deportista frustrado (quería ser jugador de baseball profesional), y siente una gran admiración por los atletas. Entendió muy bien las emociones asociadas al deporte, y ha sabido usar el carisma de algunos grandes deportistas para canalizar esta emoción en anuncios cortos pero efectivos. Jordan es sin duda el mejor ejemplo. Desconocido cuando fichó por Nike, se convirtió en un mito del deporte, y aportó mucho a la imagen de la compañía.

No importa a cuantas personas ofendas, siempre que tu mensaje llegue a tus consumidores. Les digo a los que no quieren ofender a nadie: Vais a pasar tiempos muy muy difíciles intentando obtener una publicidad con significado.

Ayer publicamos en el blog un artículo sobre las estrategias de comunicación basadas en la provocación, pero con esta frase Phil Knight nos recuerda que a no ser que queramos hacer una publicidad muy neutra, siempre vamos a molestar. Lo importante es no molestar al público objetivo, sino conseguir evocarle las emociones que se quieren transmitir. Si hay personas fuera del objetivo que se molestan, da igual.

Respetar las reglas del juego, pero se feroz.

No es de extrañar encontrarnos con una metáfora comparando los negocios con el deporte. Es un consejo muy sencillo pero a la vez muy potente. Respetar las normas no significa ser bueno. Para ganar hay que luchar con todas las armas legales a nuestra disposición, y no tener piedad.

Tienes que saber lo que va a pasar si quieres seguir estando un paso por delante.

Muchos emprendedores hablan de la necesidad de no conformarse y seguir mirando hacia el futuro. Las empresas nacen, crecen y mueren, y según la velocidad de los negocios aumenta en el mundo, esos cambios se hacen cada vez más rápidos. Recuerda como hace pocos años Nokia era el líder incontestable en telefonía móvil. Recuerda como Apple ha sido líder, empresa en decadencia, y de nuevo líder en pocas décadas. El éxito no es duradero, y siempre hay que mirar hacia adelante.

Como conclusión, y aunque no sea una frase de Phil Knight, me parece adecuado terminar con la frase más famosa de Nike: "*Just do it*" (simplemente hazlo), que podría ser una buen mantra para emprendedores.

|Enseñanzas de Phil Knight, el creador de Nike.

1. No importa cómo te vean los demás.

A sus 24 años a Phil le encantaba correr, lo entrenaba Bill Bowerman (entrenador de medallistas olímpicos) pero su nivel no era tan alto, así que decidió enfocarse en su carrera. Mientras hacía su MBA escribió un plan de negocios para una clase de emprendimiento, el cual, tenía como base importar desde Japón zapatillas para corredores; con el fin de hacerle competencia a la marca que tenía el mercado en ese momento: Adidas.

2. La entrada al hall de la fama es por el callejón de los fracasos.

No todo fue color de rosa. Antes de pasar a ser pública, Blue Ribbon Sports (posteriormente Nike) estaba constantemente en deuda y el hecho de que los compañeros que estudiaron con Phil tuvieran excelentes trabajos y carreras prometedores no ayudaba a la moral. Phil sabía que si iba a fracasar debía hacerlo rápido para aprender de sus errores y continuar; esa mentalidad le permitió tomar acción más allá de sus miedos. Resalta que fueron muchas las oportunidades que perdió y malas las decisiones que tomó, pero eso le permitió alcanzar el éxito.

3. Su pasión no fué el dinero.

Phil entendía que el dinero era necesario para mantener el negocio, pero también sabía que perseguir el dinero no era su objetivo. Él y su grupo de trabajo iban en busca de algo que hiciera historia, en ofrecer al público cada vez mejores productos, en innovar, en ofrecer calidad.

En un punto de la historia, Phil cuenta que un joven emprendedor se acercó a él con una "idea loca": poner bolsas de aire en las zapatillas. Al enterarse que ninguna otra marca de la competencia estuvo de acuerdo en cambiar sus modelos tan drásticamente, no dudó en incorporar la idea y ese fue el origen de la tecnología 'Nike Air'.