\*\*Lịch Sử Thành Lập:\*\*

Công ty giày nổi tiếng, do Blake Mycoskie sáng lập, ra đời từ trải nghiệm của anh ở Argentina, nơi anh gặp nhiều trẻ em không có giày, đối mặt với nguy cơ bệnh tật do đi chân trần. Từ đó, anh hình thành ý tưởng bán một đôi giày và tặng một đôi cho người thiếu thốn, giúp công ty phát triển mạnh mẽ với sự ủng hộ của công chúng và người nổi tiếng.

\*\*Phát Triển Mô Hình và Phong Trào:\*\*

Ban đầu, công ty chỉ bán giày kiểu Alpargata nhưng dần mở rộng sang các dòng khác như giày Vegan, giày cưới, và kính mắt. Nhờ mô hình kinh doanh độc đáo, công ty không chỉ cung cấp giày mà còn tài trợ chăm sóc mắt và nước sạch cho các cộng đồng khó khăn, cùng các dự án như chăm sóc y tế cho bà mẹ trẻ em và chiếu sáng năng lượng mặt trời.

\*\*Chuỗi Cung Ứng:\*\*

Ban đầu, công ty gặp khó khăn về cung ứng khi nhu cầu vượt quá dự kiến. Sau một bài báo nổi tiếng, công ty nhanh chóng điều chỉnh sản xuất và chuỗi cung ứng để đáp ứng nhu cầu tăng cao.

\*\*Dòng Sản Phẩm:\*\*

Giày Alpargata là sản phẩm đầu tiên, sau đó là giày Vegan, giày cưới và một số sản phẩm phụ khác. Công ty mở rộng mô hình hỗ trợ sang các lĩnh vực khác như kính mắt và nước sạch thông qua công ty cà phê của mình.

\*\*Văn Hóa Doanh Nghiệp và Các Chiến Dịch Xã Hội:\*\*

Công ty chú trọng thu hút người trẻ đam mê sứ mệnh, tổ chức chiến dịch Ngày Không Mang Giày để nâng cao nhận thức, đồng thời tận dụng mạng xã hội để lan tỏa giá trị của mình.

\*\*Tác Động:\*\*

Trong năm đầu, công ty tặng 10.000 đôi giày ở Argentina và đã hỗ trợ hàng trăm triệu đôi giày trên thế giới, góp phần vào nhiều vấn đề xã hội như bạo lực học đường và bạo lực súng.

\*\*Điều Chỉnh Mô Hình Cho-Tặng và Thách Thức:\*\*

Công ty cho phép khách hàng chọn vấn đề để đóng góp từ lợi nhuận. Tuy nhiên, cũng có ý kiến phê bình về việc chỉ tập trung tặng giày có thể tạo sự phụ thuộc. Để cải thiện, công ty đã chuyển một phần sản xuất về địa phương nhằm thúc đẩy kinh tế địa phương.

\*\*Tương Lai:\*\*

Mô hình của công ty đã tạo ảnh hưởng lớn trong giới kinh doanh xã hội. Để duy trì bền vững, công ty tiếp tục điều chỉnh chiến lược và cải tiến sản phẩm, đồng thời tạo ra các chiến dịch nhằm giữ vững hình ảnh thương hiệu và đáp ứng nhu cầu xã hội mới.