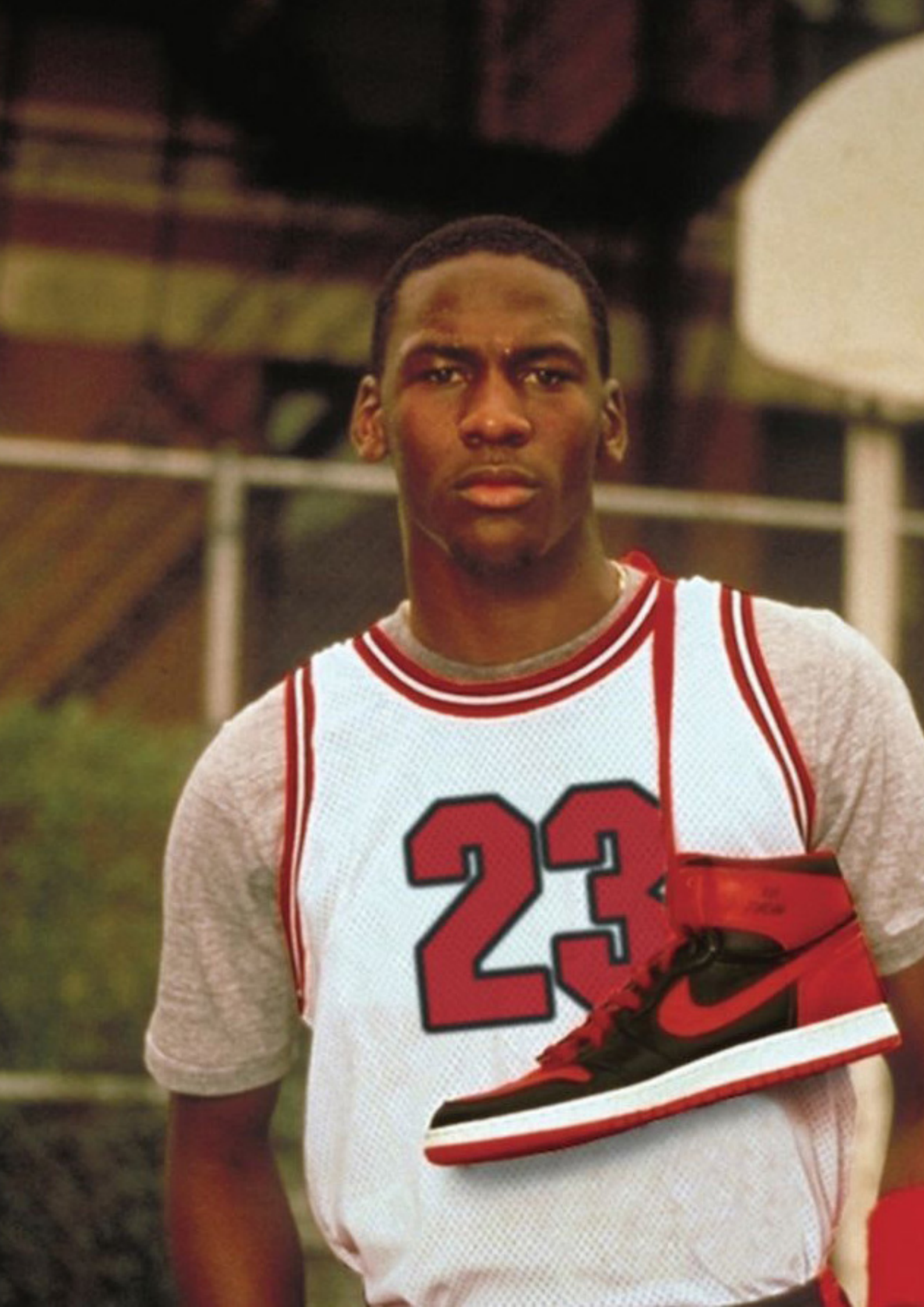




LOS MEJORES ANUNCIOS DE NIKE

MARKETING MAGAZINE
eslogan



Los anuncios más influyentes de Nike.

La **relación de Nike en la publicidad** no se entiende sin su agencia principal, **Wieden+Kennedy**. Una colaboración con **más de 40 años de historia** que empezó con **Dan Wieden** creando famoso eslogan **“Just Do It”**.

Después de graduarse en 1967 en Periodismo y Comunicación por la Universidad de Oregón, Dan Wieden pasó unos años dedicado al campo de las relaciones públicas. Todavía no era consciente del talento que tenía como copy. Comenzó su andadura por el mundo publicitario como redactor en la oficina de Portland de **McCann Erickson**, donde conoció a **David Kennedy** trabajando conjuntamente en la cuenta de una nueva marca: **Nike**.

Cuando **Phil Knight** comenzó a trabajar con **Dan y David** les dijo: **“Odio la publicidad”**. La respuesta de la agencia fue que ellos también odian la publicidad, pero **odian la publicidad que parece publicidad**.

Poco a poco se fue forjando una relación de confianza y amistad. Tanto que fue **Phil Knight** quien propuso a **Dan y David** formar su propia agencia. En 1982, pusieron en marcha **Wieden + Kennedy** con tres empleados más, llevándose consigo a su primer cliente: **Nike**.

Apostaron por dotar a Nike de un **estilo novedoso, con una publicidad fresca y diferente** a todo lo visto en el mercado. Apostaron por patrocinar iconos del deporte y más tarde de la cultura, buscando aquellas personas que inspiran a las demás a cambiar el mundo.

Las campañas de publicidad creadas a lo largo del tiempo han marcado tendencia y el paso a seguir por aquellas marcas que buscaban diferenciarse de la competencia. Vamos a repasar los **cinco anuncios más influyentes de Nike en los 40 años de relación con Wieden+Kennedy**.

5

LOS ANUNCIOS MÁS INFLUYENTES DE NIKE

Just Do It



Ver en nuestro blog



Ver en Youtube

El primer anuncio televisivo con el lema **“Just Do It”** de Nike debutó el 1 de julio de 1988 y contó con la presencia de **Walt Stack**, de 80 años de edad. Stack corrió durante toda su vida unos **100.000 kilómetros** convirtiéndose en un icono en la comunidad de corredores de San Francisco.

El anuncio nos muestra como Walt Stack cruza el icónico puente de San Francisco para realizar sus kilómetros diarios. Lo vemos como sonriente, habla a cámara para acabar con un chascarrillo: “La gente me pregunta cómo evito en invierno que mis dientes castañeen...Los dejo en casa.”

Un **anuncio simple, fresco e innovador** para la época, que finalizaba con el eslogan “Just Do It”.

4

LOS ANUNCIOS MÁS INFLUYENTES DE NIKE

Michael Jordan y Spike Lee



Ver en nuestro blog



Ver en Youtube

La colaboración de **Nike con Michael Jordan** no se hizo esperar y a principios de los 90 Nike comenzó a publicar anuncios una serie de historias con Michael Jordan y su compañero ficticio **Mars Blackmon**, que fue interpretado por **Spike Lee** en su película de 1986, **She's Gotta Have It**.

Cada año, Michael Jordan lucía su nuevo modelo de bambas en el **All Star Game** y la marca aprovechaba para promocionarla a través de un anuncio televisivo. La participación de Lee ayudó a la marca a explorar nuevas culturas más allá del deporte.

Gracias a ello, las bambas y prendas Nike llegaron a la cultura urbana y pop, sentando las bases de lo que hoy llamamos **"Sneaker Culture"**.

3

LOS ANUNCIOS MÁS INFLUYENTES DE NIKE

Agassi vs Sampras



Ver en nuestro blog



Ver en Youtube

Antes de que Nike decidiera asaltar el territorio europeo y lanzarse así a la globalización, solo firmaba por deportistas estadounidenses para promocionar su marca en su país.

Así consiguió firmar a dos de las grandes estrellas del momento en el mundo del tenis: **Pete Sampras y André Agassi**. Ambos vivieron una rivalidad en los años 90 que dejó encandiló a medio mundo y Nike no dudó en aprovecharlo.

Innovó en la campaña creando el “**Marketing de Guerrilla**”, acciones de publicidad llevadas al mundo real. Ambos tenistas simulaban cortar las calles de Nueva York para realizar un partido de tenis clandestino.

2

LOS ANUNCIOS MÁS INFLUYENTES DE NIKE

Airport



Ver en nuestro blog



Ver en Youtube

A finales de los años 90 Nike se lanzó a patrocinar equipos y estrellas de un deporte exótico para ellos, del que prácticamente no entendían nada: **El Soccer.**

Para ello creó la división **Nike Football** y estudió la cultura futbolística en cada país donde el deporte rey levantaba pasiones, realizando así campañas de publicidad adecuadas a cada país.

Pero en vísperas del mundial de Francia 98 realizaron **“Airport”**, una evolución del “Marketing de Guerrilla” visto en el anuncio de **Sampras y Agassi.**

En el vemos a la totalidad de la selección brasileña de fútbol divertirse en un aeropuerto mientras su vuelo ha sido cancelado.



1

LOS ANUNCIOS MÁS INFLUYENTES DE NIKE

Good vs. Evil



Ver en nuestro blog



Ver en Youtube

Y llegamos al **anuncio más influyente de Nike** en toda su historia. No es otro que el mítico **“Good vs. Evil”** que marcó un antes y un después en la publicidad deportiva. Un salto al S.XXI y que pilló a contrapie a todas las marcas, forzadas a seguir el paso de la multinacional americana.

Nike era una marca líder en el sector del deporte profesional americano. Sus campañas de publicidad con **Michael Jordan** eran admiradas especialmente en Estados Unidos y, si teníamos la suerte de que llegaran a Europa, admirábamos y soñábamos la forma de hacer de los norteamericanos.

Todo eso cambió cuando **Nike decidió asaltar al fútbol europeo** y tratarlo de la misma manera que hacía con los equipos y jugadores de baloncesto de la NBA. Crearon una nueva división llamada **“Nike Football”** y se empaparon de la cultura deportiva europea. Ya con experiencia en la gestión de contratos de grandes estrellas, fueron fichando poco a poco a los talentos europeos de la época.

Nike no dudó un segundo en echar toda la carne en el asador creando una superproducción más digna

de Hollywood que de una campaña publicitaria. En vísperas de la **Eurocopa de 1996 en Inglaterra**, Nike fue caldeando el ambiente con pequeños teasers que se emitieron en todas las cadenas europeas. La expectación era máxima para saber qué había preparado Nike para su desembarco en Europa.

Nike desembarcó en Europa con un anuncio digno de una superproducción más propia de Hollywood.

En Abril se estrenaría el anuncio, creado por **Wieden+Kennedy** donde veíamos a una selección de jugadores europeos al más puro **All-Star de América: Wright, Rui Costa, Davids, Kluivert, Jorge Campos, Tomas Broli, Maldini, Figo, Ronaldo y el abanderado de la marca, Eric Cantona.**

Estos se enfrentaban al apocalipsis surgido en la tierra, en partido de fútbol en el Coliseo de Roma para devenir el futuro de la humanidad.

El anuncio si tituló **“Good vs. Evil”** y dejó a todos los espectadores boquiabiertos. Se realizaron programas

especiales en las televisiones para comentar la campaña, y analizarla detalladamente. En casa, los que eramos pequeños fuimos con entusiasmo al colegio para comentarlo con nuestros amigos, para más tarde empezar a patear un balón sintiéndonos como aquellos míticos jugadores.

Y no es para menos la excitación frente a la campaña de Nike. El anuncio era narrado por **Max Von Sydow** y rodado por el director de Hollywood **Tarsem**. A nivel técnico el anuncio fue rodado en exteriores y todos los efectos especiales fueron recreados artesanalmente. Desde el fuego marcando el campo, la vestimenta de los esbirros y los movimientos del diablo protagonista, un ser gigante, alado y temible.

Es un anuncio que ya empezaba a tener algo de storytelling, con una historia épica, de lucha clásica entre el bien y el mal. Hay suspense, humor, está rodado con maestría y la música apoya y eleva cada momento, todo para llegar al mítico final: El de **Eric Cantona subiéndose el cuello** de la camiseta y pronunciando unas palabras que pasarían a la historia de la publicidad: **Au Revoir.**



eslogan

MARKETING MAGAZINE

 @esloganmagazine

 @esloganmagazine

 /EsloganMagazine

 /eslogan-magazine

 /esloganmagazine

Hey! El contenido de este ebook se ha realizado con mucho esfuerzo y cariño por el equipo de Eslogan Magazine para ofrecerte una información detallada y de calidad. Si quieres utilizar el contenido y usarlo en algún trabajo escolar, te recomendamos usarlo como “guía” para redactar tu texto en base a tu personalidad. Si lo usas para una página web no lo copies tal cual y adapta a tu gusto.