گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۴۸۵۱
سه شنبه ۹ تیر ۱۴۰۵ ۱۸:۴۷

راز نبوغ نایکی؛ چگونه یک روایت، جهان را تسخیر می‌کند؟

جدیدترین کمپین تبلیغاتی نایکی برای جام جهانی فوتبال ۲۰۲۶ تنها یک آگهی ورزشی نیست؛ این ویدئو با حضور ستاره‌هایی مانند کریستیانو رونالدو، کیلیان امباپه، لبرون جیمز، کیم کارداشیان، وینیسیوس جونیور، زلاتان ابراهیموویچ، چنینگ تیتوم، لیزا، ارلینگ هالند و فدریکو والورده، نمونه‌ای کم‌نظیر از قدرت روایت، برندسازی و مدیریت تجربه مخاطب در مقیاس جهانی است.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه کمپین جدید نایکی برای جام جهانی ۲۰۲۶ تنها مجموعه‌ای از تصاویر ستاره‌های مشهور نیست. این برند تلاش کرده روایتی خلق کند که مخاطب را نه فقط به فوتبال، بلکه به احساس رقابت، جاه‌طلبی، اعتمادبه‌نفس و رؤیاپردازی پیوند بزند.

در این ویدئو، حضور هم‌زمان چهره‌هایی از دنیای فوتبال، بسکتبال، موسیقی و سرگرمی نشان می‌دهد که نایکی همچنان بر یک اصل قدیمی تکیه دارد؛ ساختن یک روایت جهانی که مرز میان ورزش، فرهنگ و سبک زندگی را از بین ببرد.

چرا این کمپین اهمیت دارد؟

از نگاه بازاریابی، کنار هم قرار گرفتن نام‌هایی مانند رونالدو، امباپه، هالند، لبرون جیمز و کیم کارداشیان یک انتخاب تصادفی نیست.

ایکی به جای معرفی محصول، مخاطب را وارد داستانی می‌کند که هر شخصیت بخشی از آن را روایت می‌کند. در چنین کمپین‌هایی، محصول در مرکز توجه نیست؛ بلکه تجربه‌ای که برند در ذهن مخاطب می‌سازد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

همین تفاوت است که برندهای بزرگ را از تبلیغات معمولی متمایز می‌کند.

درس‌هایی برای مدیران و کارآفرینان

کمپین جام جهانی ۲۰۲۶ نایکی چند پیام مهم برای مدیران دارد:

- برندهای قدرتمند، احساس می‌فروشند نه صرفاً محصول.

- روایت‌سازی از تبلیغات مستقیم اثرگذارتر است.

- انتخاب سفیران برند باید بر اساس تکمیل یک داستان انجام شود، نه صرفاً شهرت افراد.

- همکاری میان چهره‌های متفاوت می‌تواند دامنه مخاطبان یک برند را چند برابر کند.

نبوغ در ساخت یک روایت جهانی

دلیل وایرال شدن این ویدئو فقط حضور ستاره‌های مشهور نیست. آنچه مخاطب را جذب می‌کند، شیوه روایت، تدوین سریع، موسیقی، هیجان و انتقال یک پیام واحد است؛ اینکه هر فرد می‌تواند قهرمان داستان خود باشد.

این همان رویکردی است که بسیاری از برندهای موفق جهان سال‌هاست برای ساخت وفاداری مخاطبان از آن استفاده می‌کنند.

کمپین جدید نایکی برای جام جهانی ۲۰۲۶ نمونه‌ای موفق از تلفیق خلاقیت، مدیریت برند و روایت‌سازی است. این ویدئو نشان می‌دهد در دنیای امروز، موفقیت یک برند تنها به کیفیت محصول وابسته نیست؛ بلکه توانایی آن در ساختن داستانی ماندگار است که میلیون‌ها نفر خود را بخشی از آن بدانند.

منبع: ویدئوی رسمی کمپین Nike برای جام جهانی فوتبال ۲۰۲۶.