

کارزار تبلیغاتی برندها در صنعت کفش



شرکت آمریکایی آندر آرمور که از نام‌های تجاری حوزه‌ی پوشاک و پایپوش است تابستان امسال بزرگ‌ترین کارزار تبلیغاتی راجع به پایپوش را آغاز کرد. پایپوش هنوز از لحاظ فروش جزو تولیدات درخشان این شرکت نیست. سال پیش فروش پایپوش این شرکت با ۷ درصد افت به ۱۲۷/۲ میلیون دلار رسید ولی کوین پلانک مدیر عامل شرکت آندر آرمور در ماه مه امسال به سهام‌داران قول داد که در پایپوش هم وضعیت خوبی پیدا کنند به طوری که از وضعیت پایپوش این شرکت هم بهتر شود. در پایان سال ۲۰۱۰ سازمان پژوهشی اسپورتس‌وان سورتس اعلام کرد ۹۵ درصد بازار کفش بسکتبال ایالات متحده از نایک و نام‌های تجاری وابسته به آن است. اما شرکت آندر آرمور با عرضه کفش بسکتبال میکروچی در صدر پرفروش‌ترین کفش‌های بسکتبال قرار گرفت و جین مک‌کارتی قائم مقام این شرکت گفت هیچ‌کدام از ما به کم‌تر از صدر نشینی رضایت نمی‌دهد چرا وارد میدانی شویم که در آن مقام نهم را به دست آوریم؟ چه کسی از این مقام خوشش می‌آید؟ تلاش‌های این شرکت در حوزه‌ی پایپوش در حال ثمر دادن است و در سه ماهه‌ی دوم سال جاری میلادی درآمد این شرکت از پایپوش با ۳۹ درصدی افزایش به ۴۶/۹ میلیون دلار رسید و آندر آرمور با اجرای کارزار تبلیغاتی تازه‌اش شانه به شانه‌ی رقبای اش در حوزه‌ی پایپوش به جلو می‌رود. کارزار تبلیغاتی جدید این شرکت معطوف به مدل‌های جدید اسپلیت و چارج RC است و قهرمانانی چون تام برادی، کم نیوتن، جرج سنت پیر در آن حضور دارند که با کفش‌های جدید این شرکت به پا و پوشاک‌های این شرکت به تن، تمرین می‌کنند. استیو باتیتا یکی از مقامات آندر آرمور می‌گوید: این کارزار تبلیغاتی، جهش بی‌سابقه‌ای برای بخش پایپوش شرکت است و با استعدادترین افراد در جلو و پشت دوربین حضور یافته‌اند تا از کفش‌های کارآمد، سخن بگویند. ورزشکاران را در حین تمرین به تصویر کشیده‌ایم و کارایی و نوآوری شرکت را به نمایش گذاشته‌ایم. در کفش‌های دو میدانی آندر آرمور بالشتک سبک و پایداری به کار رفته‌است و در رویه‌اشان هم ماده‌ی عرق‌گیر «هیت‌گیر» مجهز است. این برای نخستین بار است که این شرکت از فناوری‌های پوشاک خود در پایپوش‌ها استفاده می‌کند. استیو باتیتا می‌گوید: این بزرگ‌ترین تبلیغات پایپوشی ما است.

فروش از ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۰ بیش از ۱۰۰ درصد افزایش داشته است. این شرکت سال پیش باری مک گیافرا به ریاست بخش پایپوش خود برگزید و مجموعه‌ی جدیدی از پوتین‌ها را تولید کرد. بر گهاوس انرژی زیادی را صرف مجموعه‌ای مکمل از پایپوش‌های بیرون از خانه کرد و سریع‌ترین رشد فروش را نیز در کفش‌های چند کاره به دست آورد که در بازار محبوبیت فزاینده‌ای دارند به طوری که بر گهاوس قصد دارد در سال ۲۰۱۲ مجموعه‌ی پایپوش‌های خود را بیش تر گسترش دهد و به سراغ صندل و کفش‌های دومیدانی هم برود.

شرکت آلمانی بالتس در تولید کفش‌های کار تخصص دارد اما امسال برای نخستین بار به سراغ تولید پوتین‌های راه‌پیمایی رفت و در نمایشگاه فردریک‌هافمن نیز آن‌ها را به نمایش گذاشت. این کفش به سامانه‌ی منحصر به فرد BOS مجهز هستند که آمیزه‌ای از فناوری ضد آب سیمپاتکس و تنظیم حرارت اوت‌لست این شرکت است. بالشتک ضربه‌گیر و لفوت هم در این پوتین‌ها تعبیه شده‌است.

افزایش گزینه، افزایش فروش

چرا بسیاری از نام‌های تجاری به پایپوش‌های ورزشی و پایپوش‌های بیرون از خانه اولویت داده‌اند؟ یکی عوامل مهم افزایش گزینه‌ها است و دیگر استفاده از یک کفش برای تمام کاربردها، محلی از اعراب ندارد.

زمانی بود که با یک جفت کفش ورزشی تمرین می‌کردند، می‌دیدند، سگ را به گردش می‌بردند و تنیس هم بازی می‌کردند ولی اکنون کفش‌ها حالت تخصصی پیدا کرده‌اند تنوع کفش‌ها نیز افزایش یافته‌است. دویدن در جاده با دویدن در پیست فرق دارد و به کفش‌های متفاوتی نیاز دارد. بین کفش تمرین و مسابقه هم تفاوت وجود دارد. مصرف کنندگان هم به این تفاوت‌ها آگاهی یافته‌اند و هر چه بیش تر کفش بخرند بخت امثال آندر آرمور برای افزایش سهم بازار نیز افزایش می‌یابد.

توجه همگانی به پایپوش

فقط آندر آرمور نیست که متوجه قابلیت‌های عظیم بازار پایپوش‌های ورزشی شده‌است. شرکت ASICS اروپا که از نام‌های تجاری حوزه‌ی پوشاک و پایپوش ورزشی است در سه ماهه‌ی نخست سال ۲۰۱۱ میلادی ۲۱ درصد افزایش فروش داشت و این رشد حاصل قوی‌ترین فروش پایپوش‌ها در سال‌های اخیر بود که ۳۴ درصد افزایش گردش مالی را به ثبت رساند. فروش نایک هم در سه ماهه‌ی چهارم با ۱۹ درصد افزایش به ۳/۳ میلیارد دلار رسید که خیلی بیش تر از رشد فروش پوشاک (۸ درصد، ۱/۴ میلیارد دلار) و تجهیزات (۵ درصد، ۲۷۱ میلیون دلار) این شرکت بوده است. بازار پایپوش‌های بیرون از خانه هم وضع مشابهی داشته‌است به طوری که فروش شرکت سورل و شاخه‌ای از شرکت کلمبیا اسپورتس‌ویر آمریکا با ۱۰۶ درصد افزایش به ۳/۷ میلیارد دلار رسید. فروش پایپوش شرکت کلمبیا هم با ۲۹ درصد افزایش به ۵۰ میلیون دلار رسید. طبق گزارش شرکت انگلیسی برگ‌هاوس طی سه سال گذشته، پایپوش بالنده‌ترین محصول این شرکت بوده‌است و تعداد