

EQUIPAMIENTO

Nike entra en el negocio de las suscripciones con sus 'sneakers' para niños

El servicio estará disponible para el público infantil de dos a diez años, y pondrá al alcance del público un centenar de zapatillas. El objetivo es llegar al público rural para alcanzar a los clientes que no viven cerca de una tienda de la marca estadounidense.

Palco23

13 ago 2019 - 09:50



Nike se lanza al modelo de venta por suscripción. La compañía estadounidense de equipamiento deportivo ha anunciado la puesta en marcha de Nike Adventure Club, una iniciativa por la que comercializará sus *sneakers* para el público infantil. La idea es que los padres se suscriban para recibir en el hogar cuatro, seis o doce pares de zapatillas al mes. Los precios oscilan entre veinte, treinta y cincuenta dólares al mes, y los suscriptores podrán elegir entre un centenar de zapatillas para niños y niñas de entre dos y diez años.

Nike creó un proyecto piloto de envío de *sneakers* para el público infantil hace dos años y, tras alcanzar los 10.000 miembros, ha decidido dar un paso adelante y crear el Nike

Adventure Club, una iniciativa que la compañía considera clave para atraer a los clientes del futuro y atender a un segmento que vive en áreas rurales, lejos de las tiendas de la empresa.

Esta iniciativa puede ser la antesala de la creación de una suscripción para adultos y *runners*, una posibilidad en la que Nike lleva año planteando, aprovechando que los corredores de maratón deben renovar sus zapatillas con frecuencia. “Empezamos a ver que hay otros atletas que tienen problemas que podrían resolverse fácilmente a través el modelo de suscripción; esta iniciativa es el inicio de algo muy emocionante para la marca”.

Nike cerró el ejercicio fiscal de 2019 con un incremento en su facturación de un 7% hasta 39.100 millones de dólares (34.300 millones de euros), que atribuye al posicionamiento de la marca Jordan y a la venta directa al consumidor. Asimismo, el beneficio neto se duplicó en el ejercicio que va de junio a mayo, hasta 4.029 millones de dólares (3.544 millones de euros).