

FUERA DE JUEGO

Más que un atleta: Nike fía a LeBron su línea de productos más reivindicativa

El distribuidor estadounidense se ha asociado con el portal Uninterrupted, fundado por LeBron James y su socio Maverick Carter, para impulsar un ecommerce propio del medio.

Palco23
8 oct 2019 - 10:00



Nike vuelve a apostar por utilizar la voz de sus atletas como imagen de marca. En su última iniciativa se ha asociado con Uninterrupted, el portal de contenidos fundado por LeBron James y su socio Maverick Carter, para lanzar un ecommerce propio del medio.

La temática central será usar la libertad de expresión, que pone en valor el empoderamiento de los deportistas para influir en asuntos sociales. Como parte del acuerdo, en la web fundada por James se podrá adquirir un modelo de sneakers personalizado, camisetas, sudaderas y otros artículos con dichos motivos.

“Empezamos con los atletas, pero lo que pretendemos es que sea la gente la que se empodere y genere un eco global”, ha asegurado Carter al medio FastCompany. “Estamos creando una relación emocional con nuestros consumidores a través de artículos deportivos que quieren lucir por lo que representan para ellos”, ha afirmado.

El distribuidor estadounidense, cuyo año fiscal transcurre de junio a mayo, ha cerrado el primer trimestre con un alza en las ventas del 7%, hasta 10.660 millones de dólares (9.689 millones de euros). El beneficio neto, por su parte, se disparó un 25%, hasta 1.367 millones de dólares (1.242,5 millones de euros). Recientemente, además, homenajó a LeBron poniendo su nombre a su nuevo centro logístico.