УДК: 338.1

**Дробот Е.Р.**

jane010601@gmail.com

Россия, Санкт-Петербург

Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета)

Третьяк В.В., д.э.н., профессор – научный руководитель

Аннотация: в данной статье были рассмотрены цифровизация компании Nike, вступление в метавселенную и внедрение автоматизации цепи поставок. Сочетая физический и цифровой опыт, компания создает решения на рынке для каждого спортсмена.

Ключевые слова: цифровизация, Nike, автоматизация, внедрение.

Цифровая трансформация Nike

**Drobot E.R.**

jane010601@gmail.com

Russia, Saint Petersburg

Saint-Petersburg State Institute of Technology (Technical University)

Treriak V.V., doctor of economics, professor - supervisor

Abstract: this article looked at Nike’s digitalization, entry into the meta-universe and implementation of supply chain automation. By combining physical and digital experiences, the company creates solutions in the market for every athlete.

Keywords: digitalization, Nike, automation, implementation.

Nike’s digital transformation

В современных условиях Nike, используя искусственный интеллект и машинное обучение, применяет технологии для опережающего позиционирования продуктов, которые больше всего нравятся потребителям, и поставляет их быстрее, точнее и без ущерба экологии [8].

Основным направлением и источником доходов Nike является разработка спортивной обуви и одежды. Современные реалии диктуют необходимость пересмотра подхода компании к своим клиентам. В основе нового подхода - цифровые инструменты, вдохновляющие партнерства и новые возможности, помогающие Nike создавать рынок, который лучше взаимодействует с клиентами.

Сегодня Nike смог успешно осуществить совмещение онлайн и офлайн услуг. Баланс розничных услуг и цифровых инструментов позволил получать клиентам товар в ближайшем магазине после заказа через интернет, самостоятельно осуществлять поиск товаров в магазине и оформлять заказ с помощью приложений Nike.

Семейство приложений Nike - NIKE, SNKRS, Nike Training Club, Nike Run Club – это пути, позволяющие клиентам стать ближе к бренду. Если человек любит заниматься бегом, NRC помогает ему связываться с другими бегунами для совместных пробежек, устанавливать свои цели и приглашать бегунов, находящихся поблизости, присоединиться. Предоставляя персонализированный контент для спорта и шопинга, цифровое присутствие Nike дает понять, что спортивная культура – это разнообразный, инклюзивный мир, включающий моду, фитнес, музыку и многое другое, и предлагает каждому значимый способ участия и вовлечения.

Согласно отчету о доходах компании, цифровые каналы и приложения теперь составляют 26% доходов Nike, о чем свидетельствуют данные о доходах за третий квартал 2022 года, при этом цифровые продажи США выросли на 33% по сравнению с тем же кварталом прошлого года. Кроме того, доходы Nike за квартал составили 10,9 млрд. долл. Чистая прибыль составила 1,39 млрд. долл., что на 4% меньше, чем за аналогичный период 2021 года [2].

До пандемии компания Nike осуществила ряд цифровых инвестиций, включая запуск своих мобильных приложений (NIKE, SNKRS, Nike Training Club, Nike Run Club). Так, например, только благодаря приложению Nike Training Club для тренировок во время пандемии продажи в Китае выросли на 30%.

В партнерстве с поставщиком интеллектуальных средств автоматизации Laiye компания запустила чат-бота, который не только помогает клиентам электронной коммерции найти то, что они ищут, но и предлагает покупателю персональные рекомендации по товарам [4].

В ноябре 2021 года компания Nike представила миру Nikeland, свою метаверсию, расположенную в Roblox [6]. С тех пор ее посетили 7 миллионов человек, которые просматривали товары, создавали аватары, разрабатывали дизайн кроссовок, играли в игры и бродили по захватывающему 3D-ландшафту.

Позже, в том же году, Nike приобрела компанию RTFKT, специализирующуюся на цифровых кроссовках, чтобы помочь ей выйти на рынок NFT, и на сегодняшний день это партнерство оказалось успешным. В апреле 2022 года Nike и RTFKT Studio выпустили CryptoKicks Dunk Genesis, коллекцию из 20 000 неиграбельных токенов (NFT), которые можно купить и носить на своем аватаре в метавселенной. В общей сложности 600 пар кроссовок NFT были распроданы всего за 6 минут, принеся общий доход в размере 3,1 миллиона долларов [7].

Сегодня компания Nike работает над разработкой следующего поколения фитнес-приложений, которые будут использовать биометрические данные для предоставления пользователям тренировок, специально разработанных с учетом их уникальных привычек, предпочтений и потребностей.

Nike пересматривает цепочку поставок, чтобы отразить свою все более цифровую стратегию D2C. В этой связи компания открыла десятки новых региональных распределительных центров и запустила «единственный поезд» (высокоскоростной поезд Лос-Анджелес – Мемфис) для транспортировки товаров из крупнейших контейнерных портов страны и омниканальных центров компании.

Nike также расширили использование физических роботов (ко-ботов, или «совместных роботов»), передовых технологий определения спроса и платформ оптимизации запасов. Это позволило увеличить скорость обработки заказов в праздничный сезон и повысило точность прогнозирования спроса и минимизировало воздействие на окружающую среду.

Таким образом, компания Nike, ставшая пионером в сфере розничной торговли, за последнее десятилетие превратилась в настоящего цифрового визионера [1]. Использование передовых технологий в сочетании со стратегией «прямого ускорения потребителей» (CDA) позволило Nike не только пережить потрясения последних лет, но и продолжить свое активное развитие.

Список литературы:

1. Nike News[Электронный ресурс] – Режим доступа – свободный. – URL: <https://news.nike.com/news/nike-supply-chain-innovation> (дата обращения: 18.11.2022).
2. The Stack. Nike Digital now accounts for 26% of revenue amid membership focus [Электронный ресурс] – Режим доступа – свободный. – URL: <https://thestack.technology/nike-digital-revenue-q3-earnings-digital-transformation/> (дата обращения: 18.11.2022).
3. Nike’s new VP of digital design hails from Twitter and Netflix [Электронный ресурс] – Режим доступа – свободный. – URL: <https://www.fastcompany.com/90741691/nikes-new-vp-of-digital-design-hails-from-twitter-and-netflix> (дата обращения: 18.11.2022).
4. Laiye [Электронный ресурс] – Режим доступа – свободный. – URL: [https://laiye.com/en/blog/buying-into-the-future:-how-intelligent-automation-will-transform-retail](https://laiye.com/en/blog/buying-into-the-future%3A-how-intelligent-automation-will-transform-retail) (дата обращения: 18.11.2022).
5. AI, Data and Predictive Analytics [Электронный ресурс] – Режим доступа – свободный. – URL: <https://www.aidataanalytics.network/business-analytics/articles/ai-data-and-predictive-analytics-a-look-into-nikes-formula-for-growth> (дата обращения: 18.11.2022).
6. How Nike Is Using The Metaverse [Электронный ресурс] – Режим доступа – свободный. – URL: <https://egamers.io/how-nike-is-using-the-metaverse/> (дата обращения: 18.11.2022).
7. CNET. These Nike NFT 'Cryptokicks' Sneakers Sold For $130K [Электронный ресурс] – Режим доступа – свободный. – URL: <https://www.cnet.com/personal-finance/crypto/these-nike-nft-cryptokicks-sneakers-sold-for-130k/> (дата обращения: 18.11.2022).
8. The New York Times. How Nike Won the Cultural Marathon [Электронный ресурс] – Режим доступа – свободный. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/06/15/style/nike-culture.html> (дата обращения: 18.11.2022).