Resumo do Livro A Marca da Vitória, de Phil Knight,

Como criar um negócio bilionário do nada? Essa é a história da poderosa Nike, que nasceu do sonho de Phil Knight, enfrentou inúmeras dificuldades, inclusive, financeiras, mas encontrou o caminho do sucesso. No livro A Marca da Vitória você vai conhecer um pouco dessa trajetória e se inspirar num exemplo de persistência e empreendedorismo.

A autobiografia do criador da Nike é marcada por altos e baixos. Investimento reduzido, problemas com fornecedores, mercado acirrado, ameaça de falência, enfim, uma série de obstáculos. No entanto, o sonho de Phil Knight, mais conhecido como Buck, falou mais alto.

Buck construiu o seu império e, em 2013, esteve no ranking da Forbes das pessoas mais ricas do mundo, com um patrimônio de 18,4 bilhões de dólares. Seu patrimônio líquido cresceu e hoje

está nos 35,2 bilhões de dólares.

Você quer saber mais sobre a marca da vitória e a autobiografia do criador da Nike? Então, fique com a gente!

Onde tudo começou

Praticamente todo mundo já ouviu falar da Nike, mas pouca gente conhece a história por trás dessa icônica marca e seu criador.

Tudo começou em 1962, em Oregon. Buck não sabia ao certo o que fazer da vida, mas tinha certeza que queria ser uma pessoa bem-sucedida. Seu sonho de se tornar um atleta famoso ficou impossível de se conquistar, então, ele começou a pensar em como o seu trabalho poderia fazê-lo sentir o que os atletas sentem.

O livro A Marca da Vitória revela que Buck se convenceu de que isso era possível. No entanto, as pessoas ao seu lado consideravam uma ideia louca. Mas ele não se importou com a opinião dos outros e decidiu seguir adiante.

Uma ideia inusitada

Buck estava convencido de que importar tênis do Japão seria um ótimo negócio. Seu plano era viajar até aquele país para investigar a viabilidade da sua ideia e experimentar outras culturas. Entretanto, ele precisava da aprovação e ajuda financeira de seu pai. E, para sua surpresa, ele concordou com o projeto do filho.

Por algumas semanas, Buck planejou a viagem e se dedicou a ler o máximo possível sobre o Japão, sua cultura, sua forma de fazer negócios etc. Dedicou-se a isso sem deixar de lado o seu maior hobby, que era a corrida.

Enquanto se preparava para sua viagem ao Japão, Buck decidiu

convidar um colega de classe, Carter, para ser o seu sócio no negócio. Assim, em setembro de 1962, ambos partiram para realizar o sonho.

No caminho para o Japão, o livro A Marca da Vitória conta que eles pararam em São Francisco e de lá seguiram para Honolulu. Ambos se encantaram com o Havaí e decidiram ficar por mais tempo do que o planejado. Conseguiram um emprego como vendedores de enciclopédias e adiaram a ida ao oriente.

Negócios no Japão

Carter decidiu ficar no Havaí, mas Buck mantinha em mente o seu projeto e seguiu viagem para o Japão. Seu pai o ajudou a encontrar hospedagem e o colocou em contato com alguns amigos. Foram eles que, após ouvirem sobre os seus planos, o direcionaram para algumas pessoas que poderiam ensiná-lo como fazer negócios no Japão.

Buck então conversou com os donos de uma empresa de Tóquio,

que lhe explicaram sobre negócios internacionais. Ele contou sobre sua ideia e uma empresa japonesa se interessou. Buck foi então se encontrar com Onitsuka, uma fabricante de tênis.

O projeto ganha vida

O livro A Marca da Vitória conta que, o escritório da Onitsuka, Buck abriu a reunião dizendo: “Prezados, eu represento a Blue Ribbons Sports de Portland, Oregon. O mercado de tênis americano é enorme e tem muito potencial. Se a Onitsuka entrar nesse mercado com preços menores que a Adidas, que é a marca mais usada pelos atletas americanos, atualmente, podemos criar um negócio muito lucrativo”.

Ele de fato impressionou os executivos presentes, porque dali surgiram as primeiras vendas. Buck deixou o Japão com a sua empresa Blue Ribbons representando os tênis Onitsuka Tiger, na América.

Perto do Natal, chegaram para Buck as primeiras amostras do tênis japonês. Então, ele enviou dois dos cinco pares para seu treinador na universidade, Mr. Bowerman, que mais tarde interessou-se em ser sócio de Buck no negócio. Buck ficou com 51% da empresa e o treinador com 49%.

Depois disso, Buck encomendou outros 300 pares para a Onitsuka e pediu para ser o distribuidor no Oeste. Dessa vez, os tênis chegaram imediatamente e Buck abandonou seu emprego e começou a vender tênis.

Em 1964, os primeiros 300 pares que Buck havia pedido tinham se esgotado. Ele encomendou então outros 900 pares e fez um empréstimo em um banco para pagá-los. Os negócios iam bem e Buck estava expandido sua empresa para São Francisco e Los Angeles.

Mais tarde, ele assinou novos contratos e fez um pedido ainda maior, de 3.500 dólares.

O primeiro funcionário em tempo integral

Um dia Buck recebeu uma carta de Jeff Johnson, dizendo que havia gostado muito do tênis e que algumas pessoas queriam saber onde poderiam comprar pares semelhantes.

Buck ofereceu a ele uma oportunidade como vendedor e Johnson se demitiu do seu emprego para se dedicar em tempo integral à Blue Ribbon.

Nessa época, o banco de Buck argumentou que o negócio estava se expandindo rapidamente e não podia se sustentar com tão pouco capital. Buck estava determinado a crescer ainda mais e garantiu à Onitsuka que seria o melhor distribuidor de tênis no Oeste.

Buck não queria depender do banco e os atrasos de Onitsuka em suas entregas não estavam ajudando. O tempo para vender as encomendas e pagar os empréstimos era curto demais e, por isso, o livro A Marca da Vitória conta que Buck começou a procurar outro emprego, caso a Blue Ribbon fracassasse.

Buck conseguiu um emprego na Price Waterhouse e investia grande parte do seu salário na Blue Ribbon. Por ser um contador, estudava a operação de outras empresas e, assim, ele aprendeu que a maior causa do fracasso nos negócios era a falta de capital.

Nessa época, Johnson tinha clientes em 37 estados. A empresa seguia crescendo. Buck então deu a ele uma meta de vendas de 3250 pares de tênis. Caso atingisse o patamar, estaria autorizado a abrir uma nova loja, gerenciada por ele. Johnson chegou lá.

Mais uma vez, Buck viajou para o Japão, renovou seu contrato por três anos e fez um pedido de 5 mil pares de tênis a um preço de 20 mil dólares.

Correndo atrás de recursos

O livro A Marca da Vitória conta que, com o passar do tempo, as vendas crescentes da Blue Ribbon permitiram a Buck receber um salário. Ele viajou novamente para no Japão e renovou o contrato por mais três anos.

Buck estava focado em expandir sua empresa e, por isso, pediu ao banco que o emprestasse $1.2 milhões, o que foi recusado. Ele então começou a procurar por outras fontes de capital e tudo que conseguiu foi um empréstimo por parte de um amigo, no valor de 80 mil dólares.

O nascimento da Nike

A empresa japonesa não estava impressionada com o crescimento da Blue Ribbon e Buck estava insatisfeito com seu fornecedor. E ele sabia que sua empresa precisava de uma solução de longo prazo para a fabricação dos tênis.

Assim, Buck decidiu procurar outras fabricantes. A Marca da Vitória lembra que essa não foi uma tarefa difícil, pois, logo apareceu uma substituta para a Onitsuka. Ou seja, uma fábrica mexicana, chamada Canada.

Ele assinou um novo contrato com a Canadá e encomendou três mil pares de tênis. A empresa desenvolveu um novo design e um novo nome, Nike.

Mas a Blue Ribbon precisava aumentar o capital. Então, surgiu a ideia de fazer um IPO, vendendo ações da empresa ao público geral. Entretanto, Buck preferiu buscar mais empréstimos, que poderiam ser convertidos em ações pelos credores.

A Blue Ribbon estava endividada e com outro problema: os tênis da Canadá não eram muito bons e isso refletiu nas vendas – com queda expressiva. Era imprescindível buscar por um fornecedor melhor.

Foi nessa época, segundo A Marca da Vitória, que Buck conheceu a Nippon Rubber. A empresa concordou em fazer amostras antes de um pedido maior. Essas amostras tinham qualidade aceitável. Então, Buck encomendou milhares de tênis.

Em 1972, ocorreu a primeira edição da exposição da Associação Nacional de Chicago de Artigos Esportivos. Lá, foi lançada a nova linha de tênis Nike, fabricada pela Nippon Rubber. Mas Buck ainda enfrentava o problema da baixa qualidade dos produtos, em comparação com os seus concorrentes.

O livro A Marca da Vitória conta que Buck seguiu em frente e, nos testes de corrida para as Olimpíadas de 1972, a Blue Ribbon doou camisetas Nike e pares de tênis para os atletas. Essa era uma maneira de apresentar a nova marca para um público especial.

O primeiro patrocínio da marca da vitória

Um dos atletas mais famosos do time americano de corrida, Steve Prefontaine, ou “Pre” para os íntimos, usava os tênis da Nike. Ele estava sem dinheiro e Buck lhe ofereceu um emprego e uma casa. Assim, Pre começou a ser patrocinado pela Blue Ribbon.

Nessa época, Buck enfrentou um processo judicial da Onitsuka, mas a Blue Ribbon ganhou os direitos de manter os nomes dos tênis. Além disso, recebeu uma quantia de $400.000 da denunciante.

Mas, problemas não faltaram na trajetória da Nike, até o sucesso. O preço crescente do trabalho no Japão tornou a fabricação dos tênis muito cara. Isso levou Buck a comprar uma velha fábrica, que custaria $250,000 para ser reformada. Assim, de acordo com A Marca da Vitória, Buck manteve seu projeto de expansão, buscando alcançar U$ 8 milhões em vendas. E, ainda, ele seguia assinando patrocínios com novos atletas.

O recomeço

Nos planos de Buck, o banco era a primeira fonte de capital e pagá-lo corretamente garantia um bom relacionamento. No entanto, uma explosão recente dos ativos tornou o cumprimento dos compromissos mais difícil.

Em 1975, a Blue Ribbon devia ao banco $1 milhão. Buck explicou a situação e pediu mais dinheiro para o negócio. Mas o banco quis verificar os livros-caixa da Blue Ribbon e identificou que a empresa corria sérios riscos de quebrar.

Mais tarde, Buck foi notificado de que o Banco da Califórnia havia informado o FBI da situação e Buck poderia ir para a prisão se não resolvesse o problema. E, ainda, a sua empresa

teria que declarar falência.

Depois de evitar a prisão, Buck discutiu os objetivos do negócio com seus sócios. Eles então tiveram a ideia de pegar $1 milhão emprestado com outro banco e seguiram por este caminho. No entanto, o dólar começou a perder valor contra o iene, combinado com o aumento nos custos de produção no Japão. Isso fez com que a fabricação dos tênis ficasse cara.

Embora a Blue Ribbon tivesse outras empresas de fabricação, a maior parte dos produtos estava no Japão.

Por outro lado, a demanda seguia crescendo, especialmente, por causa dos atletas patrocinados. Com o aumento da popularidade dos Nikes, eles decidiram que a empresa mudaria seu nome para Nike Inc.

Para manter o crescimento na popularidade e nas vendas da Nike, Buck procurou por empresas de fabricação em Taiwan. Nas Olimpíadas de 1976, a Nike recebeu muita exposição, porque três atletas olímpicos usaram seus tênis e ganharam medalhas de ouro. Isso fez com que a Nike vendesse $14 milhões, Entretanto, a empresa ainda estava com pouco dinheiro em caixa.

Consolidando-se entre os atletas

Ainda em 1976, Buck recebeu a visita de Frank Rudy e Bob Bogert, que traziam um novo design de tênis de corrida, com uma bolha de ar na sola. Buck então aceitou a proposta e começou a utilizar esse design em alguns tênis da Nike.

Naquele ano, Buck enviou funcionários para diversos times universitários de basquete e futebol americano no país. A meta era para fechar contratos de patrocínio. A Marca da Vitória lembra que a Nike continuou a patrocinar atletas e jogadores, investindo alto em publicidade. Assim ela conseguiu aumetar a demanda por seus tênis.

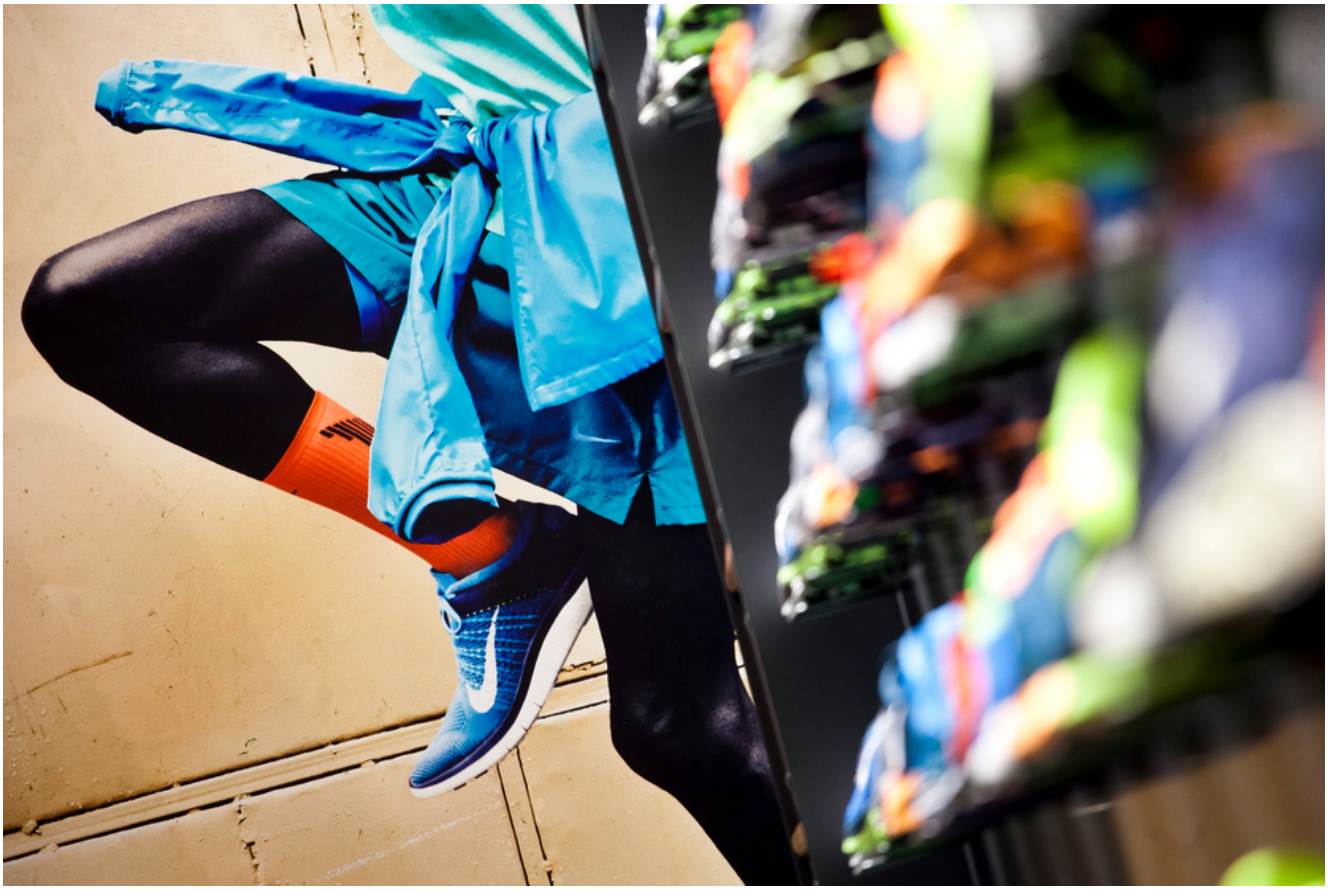
O Nike e o mercado chinês

Em 1977, as vendas da Nike atingiram 70 milhões de dólares. No entanto, a empresa vinha sendo pressionada pelos credores. Foi aí que Buck conheceu Chang, famoso por levar empresas americanas para o mercado chinês.

A Nike assinou acordos com duas fábricas chinesas. Isso fez com que ela fosse a primeira empresa americana a ter permissão para realizar negócios na China, em 25 anos.

Nessa época, a ideia do IPO ressurgiu e foi logo aceita. Assim, segundo A Marca da Vitória, em 2 de dezembro de 1980, a Nike fez sua oferta pública de ações. O preço das ações estava em $22 no dia do IPO.

A Nike hoje



Quarenta anos depois, aos trancos e barrancos, Phil Knight se tornou uma dos maiores bilionários dos Estados Unidos. E ele

já não é mais o CEO da Nike. As vendas da empresa passam das dezenas de bilhões. As roupas e tênis da Nike estão em todo o mundo e a marca conta com milhares de atletas patrocinados.

Buck aprendeu que a sorte tem um papel no sucesso, mas o trabalho duro, um bom time e a determinação são inestimáveis.

Você curtiu o resumo da história da Nike? O pdf do livro A Marca da Vitória está no 12min, nos formato microbook e audio book.

E se você quer conhecer outras histórias como essa, aqui no blog temos um post interessante sobre 10 Empreendedores de sucesso para você se inspirar.

Mas você tem muitas outras opções de leitura no 12min, a sua plataforma de desenvolvimento pessoal. Veja a sugestão de leitura que nós selecionamos para você hoje:

Paixão por Vencer – Jack Welch

Se existem pessoas que conhecem muito bem a receita do sucesso, uma delas é Jack Welch. Ex-CEO da General Electric (GE), ele aposentou-se com o maior bônus da história: 417 milhões de dólares. As suas estratégias, no comando dessa indústria e que o levaram ao topo do pódio, você vai conhecer no resumo do livro Paixão por Vencer. Imperdível!

Boa leitura e ótimos aprendizados!

E se você curtiu esse post, comente e compartilhe com os seus amigos!