

# SCOTT BEDBURY

LONDON  
SPEAKER  
BUREAU

- **Marketing genius who helped pioneer the Starbucks and Nike brands**



## Topics

- Branding
- Innovation
- Innovators
- Marketing

Scott Bedbury menjadi salah satu pakar pemasaran paling terkenal di dunia dengan membantu membawa Nike dan Starbucks ke posisi kepemimpinan ikonik selama periode pertumbuhan penting mereka. Sejak meninggalkan sisi klien dan mendirikan Brandstream, sebuah perusahaan konsultan pengembangan merek di Seattle, ia telah memberi saran kepada puluhan perusahaan dan startup Fortune 500. Pada tahun 2002 ia menerbitkan *A New Brand World*, dan sejak itu telah berbicara di lebih dari 20 negara tentang strategi bisnis, inovasi pemasaran, kepemimpinan merek, budaya perusahaan, wawasan konsumen, dan melepaskan potensi organisasi.

Mr. Bedbury bergabung dengan Nike pada tahun 1987 sebagai Direktur Periklanan Seluruh Dunia di mana membantu memosisikan Nike di luar merek olahraga aspirasional yang elit untuk atlet pria muda Amerika menjadi merek olahraga dan kebugaran yang lebih inklusif dan inspiratif untuk semua. Upaya pertama Scott adalah untuk mengarahkan agensi Nike dalam penciptaan kampanye "Just Do It", salah satu pencapaian industri yang paling dikenal dan bertahan lama.

Dalam tiga tahun, Nike pindah dari tempat ke-3 ke pemimpin dunia, menetapkan standar baru untuk penentuan posisi merek, pengukuran merek (monitor pelacakan ekuitas merek milik industri yang pertama di tahun 1988), wawasan konsumen, komunikasi, promosi, dan inovasi produk. Saat ini, Nike adalah salah satu merek yang paling dihormati dan dihargai dengan kapitalisasi pasar lebih dari \$40 miliar AS.

Pada 1995 Scott Bedbury meninggalkan Nike untuk bergabung dengan perusahaan kopi regional kecil, Starbucks, sebagai Chief Marketing Officer-nya. Dimulai dengan anggaran pemasaran hanya \$2,5 juta dan beberapa ratus toko di 14 pasar AS, ia dan CEO Howard Schultz berangkat untuk mendefinisikan kembali dan membentuk kembali salah satu komoditas tertua di dunia sebagai pengalaman, bukan produk.

Dengan sedikit periklanan tradisional, Starbucks membangun mereknya dengan cara yang berbeda – satu pelanggan, satu cangkir, satu toko, satu komunitas sekaligus. Ini juga memelopori studi kasus untuk pemasaran pengalaman, desain ritel, kustomisasi massal dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam tiga tahun pembukaan toko Starbucks meningkat dari satu toko per minggu menjadi tiga toko per hari. Saat ini, merek ini memiliki 17.000 toko di 40 negara yang melayani lebih dari 12 juta pelanggan setiap hari. Kapitalisasi pasar Starbucks saat ini adalah lebih dari \$30 miliar AS.

Scott Bedbury meninggalkan Starbucks pada tahun 1995 untuk mendirikan Brandstream yang berbasis di Seattle, sebuah perusahaan pengembangan merek internasional yang berkonsultasi dengan P&G, Coca-Cola, Google, NASA, Facebook, airbnb, Samsung, Microsoft, Standar Rusia, Visa, Kaiser Permanente,

Tellme Networks, Pabrik Bir Afrika Selatan, Angkatan Laut AS, Hotel Starwood,  
Nokia, UniCredit, Corona, dan Volkswagen AG.

*info@londonspeakerbureau.my +603 2301 0988*