

SCOTT BEDBURY

LONDON
SPEAKER
BUREAU

- Marketing genius who helped pioneer the Starbucks and Nike brands



Topics

- Branding
- Innovation
- Innovators
- Marketing

Scott Bedburyは、NikeとStarbucksを重要な成長期に象徴的なリーダーシップの地位に導いたことで、世界で最も有名なマーケティング専門家の一人となりました。クライアント側を離れてシアトルにブランド開発コンサルティング会社のブランドストリームを設立して以来、彼はフォーチュン500社の何十もの企業やスタートアップに助言してきました。2002年にA New Brand Worldを発表して以来、20カ国以上でビジネス戦略、マーケティングの革新、ブランドのリーダーシップ、企業文化、消費者の見識、そして組織の潜在的な可能性について語ってきました。

1987年にナイキに入社し、ワールドワイド広告ディレクターとしてナイキに入社し、アメリカの若い男性アスリートのためのエリート的で意欲的なスポーツブランドを超え、より包括的で感動的なスポーツとフィットネスのブランドへと転身させました。Scottの最初の取り組みは、業界で最も認知された永続的な成果の一つである「Just Do It」キャンペーンの作成をNikeの代理店に指示することでした。

3年間でナイキは遠い#3から世界のリーダーに移り、ブランドポジショニング、ブランド測定（1988年にマーケティング業界初の独自ブランドエクイティトラッキングモニター）、消費者の洞察、コミュニケーション、プロモーション、そして製品革新の新しい基準を打ち立てました。今日、ナイキは最も尊敬され、評価されているブランドの一つであり、時価総額は400億ドルを超えています。

1995年にScott BedburyはNikeを去り、地域の小規模コーヒー会社Starbucksに最高マーケティング責任者として加わりました。わずか250万ドルのマーケティング予算と14の米国市場における数百の店舗から始めて、彼とCEOのHoward Schultzは製品としてよりもむしろ経験として世界で最も古い商品の一つを再定義して、作り直すことに着手しました。

従来の広告がほとんどなかったためStarbucksはブランドを異なる方法で構築しました。1人の顧客、1つのカップ、1つの店舗、1つのコミュニティです。また、体験型マーケティング、小売デザイン、マスカスタマイゼーション、企業の社会的責任に関するケーススタディも開拓しました。

3年間でスターバックスの出店数は1週間に1店舗から1日に3店舗に増えました。現在、このブランドは40カ国に17,000店舗を展開し、毎日1,200万以上の顧客にサービスを提供しています。スターバックスの現在の時価総額は、300億ドルを超えています。

Scott Bedburyは、P&G、コカコーラ、グーグル、NASA、Facebook、airbnb、サムスン、マイクロソフト、ロシア規格、ピザ、カイザーパーマメント、テルメネットワークスと協議したシアトルに本拠を置くBrandstreamを設立するために1995年にスターバックスを去りました。南アフリカ醸造所、アメリカ海軍、スターウッドホテル、ノキア、ユニクレジット、コロナ、フォルクスワーゲンAG

info@londonspeakerbureau.my +603 2301 0988