



El poder de Adidas
en el marketing.

Un caso de éxito.

1920

Imagina el típico pequeño pueblo de la Alemania de principios del siglo XX, con su característica arquitectura medieval, donde pasan pocas cosas y sus habitantes pasan desapercibidos, viviendo una vida apacible y tranquila.

¿Ya lo tienes en mente?

Ese pueblo era Herzogenaurach a principios del siglo XX y, sin saberlo, su historia cambiaría para siempre. La culpa la tienen dos hermanos soñadores, que comenzaron una aventura que cambiaría el mundo y el marketing a niveles insospechados.

COMIENZOS

Septiembre 2024

Nº 3

1924

Gebrüder Dassler Schuhfabri



Corría el año 1924 cuando estos jóvenes, impulsados por una pasión inquebrantable, fundaron la "Gebrüder Dassler Schuhfabrik", conocida cariñosamente como GEDA. Sin grandes recursos, pero con una visión clara, los hermanos Dassler comenzaron a fabricar calzado deportivo en la lavandería de su madre.

Los primeros años no fueron fáciles, pero su tenacidad y amor por el deporte los llevaron a innovar en cada paso. En 1928, las zapatillas Dassler hicieron su debut en las Olimpiadas de Ámsterdam. Aunque fue una entrada discreta, marcó el inicio de una era dorada para la marca. Los atletas que usaban sus zapatos comenzaban a destacar, y la calidad y diseño de los productos Dassler ganaban reconocimiento.



SE ESTABA GESTANDO ALGO
MUY TOCHO.



JUEGOS OLÍMPICOS

En una época en la que el patrocinio deportivo no era común, y menos a nivel internacional, Adolf vio una oportunidad única.



EL VERDADERO PUNTO DE INFLEXIÓN

BERLÍN

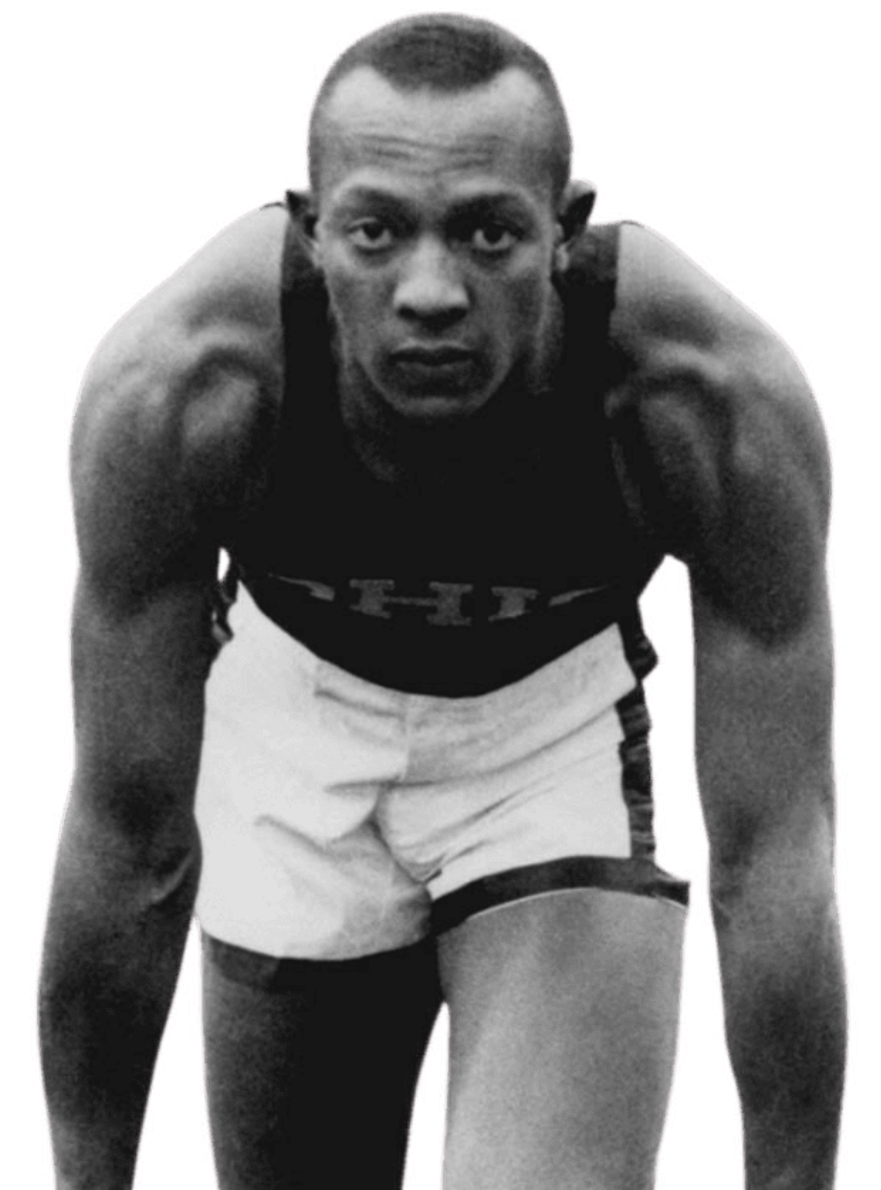
LOS DOS HERMANOS TODAVÍA NO SABÍAN QUE IBAN A HACER HISTORIA...

1936

Pero fue en 1936, durante los Juegos Olímpicos de Berlín, cuando GEDA realmente se consagró en el escenario mundial. En medio de un contexto político tenso, Adolf Dassler tuvo una audaz idea: patrocinar al joven atleta estadounidense Jesse Owens.

Hasta aquí, todo bien. Pero hay un pequeño detalle que en el siglo XXI pasaría desapercibido, pero que en la Alemania de principios del siglo XX fue algo totalmente rompedor. Era un corredor afroamericano.

¡TODO ELLO ANTE LA ATENTA MIRADA DE HITLER!



Jesse Owens, con sus zapatillas Dassler, no solo ganó cuatro medallas de oro, sino que desafió las ideologías racistas de la época, convirtiéndose en un símbolo de esperanza y unidad.

Este triunfo no solo catapultó a Owens a la fama mundial, sino que también colocó a GEDA en el mapa global del deporte. La hazaña de Owens, corriendo con las zapatillas Dassler, fue una victoria para la sociedad y para la marca que lo respaldaba.

Este fue solo el comienzo de una larga historia de éxitos y transformaciones. Los hermanos Dassler, con su ingenio y valentía, demostraron que una pequeña empresa familiar podía dejar una huella imborrable en el mundo del deporte.

Así nació una leyenda, una marca que se convertiría en sinónimo de excelencia y rendimiento deportivo. Y esta es solo la primera página de una historia fascinante que seguiría escribiéndose a lo largo de las décadas.



LA

A pesar de sus éxitos conjuntos, la relación entre Adi y Rudolf comenzó a deteriorarse durante la Segunda Guerra Mundial. Las tensiones personales y diferencias ideológicas se intensificaron.



SE
ESTABA
GESTANDO
EL
MITO

SEPARACIÓN

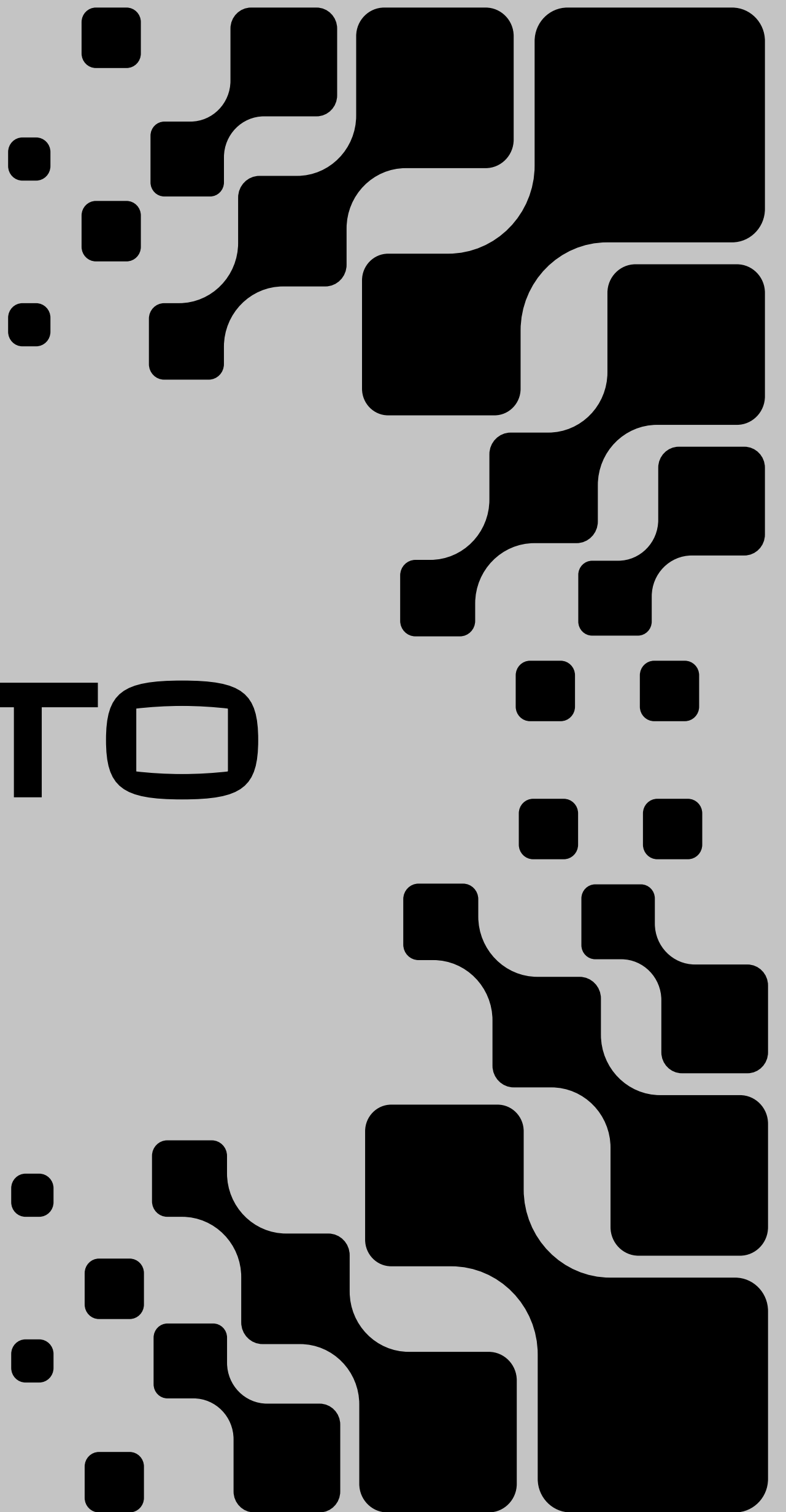
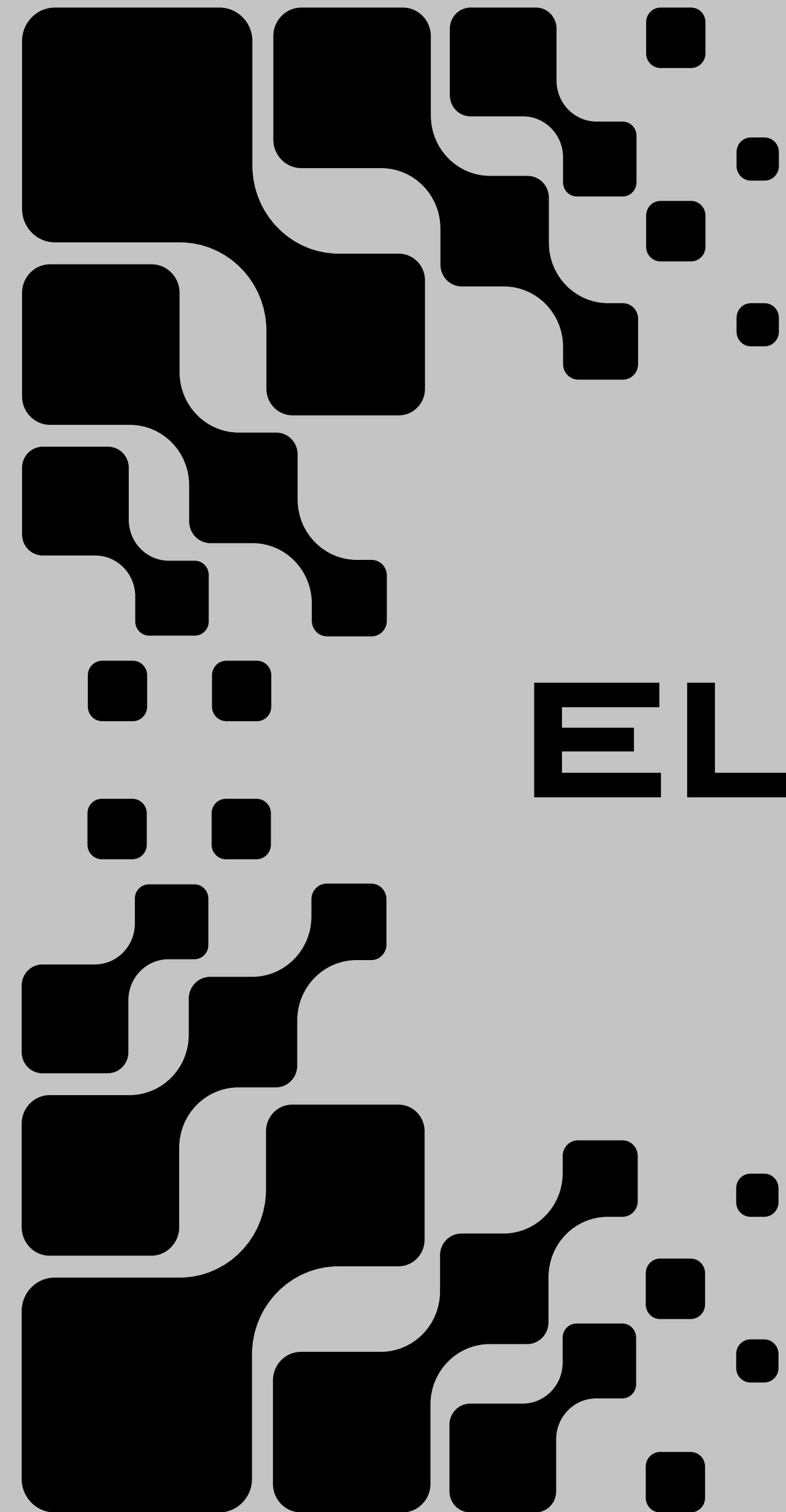
Aunque las razones exactas de la ruptura siguen siendo objeto de especulación, se cree que las desavenencias familiares, el estrés de la guerra y la competencia por el control de la empresa contribuyeron a su separación.

En 1948, la relación entre los hermanos se volvió insostenible y decidieron dividir la empresa. La fábrica original fue separada físicamente y cada hermano tomó una parte para iniciar su propio negocio. Adi fundó Adidas, y Rudolf creó Ruda, que posteriormente fue renombrada como Puma.

Dassler registró su empresa como "Adi Dassler Adidas Sportschuhfabrik" el 18 de agosto de 1949. El nombre "Adidas" proviene de una combinación de su apodo, Adi, y las primeras tres letras de su apellido, Dassler.

Adi continuó su enfoque en la innovación en el calzado deportivo. Uno de los primeros éxitos fue la introducción de las botas de fútbol con tacos intercambiables, que fueron fundamentales en la victoria del equipo de Alemania Occidental en la Copa Mundial de 1954.

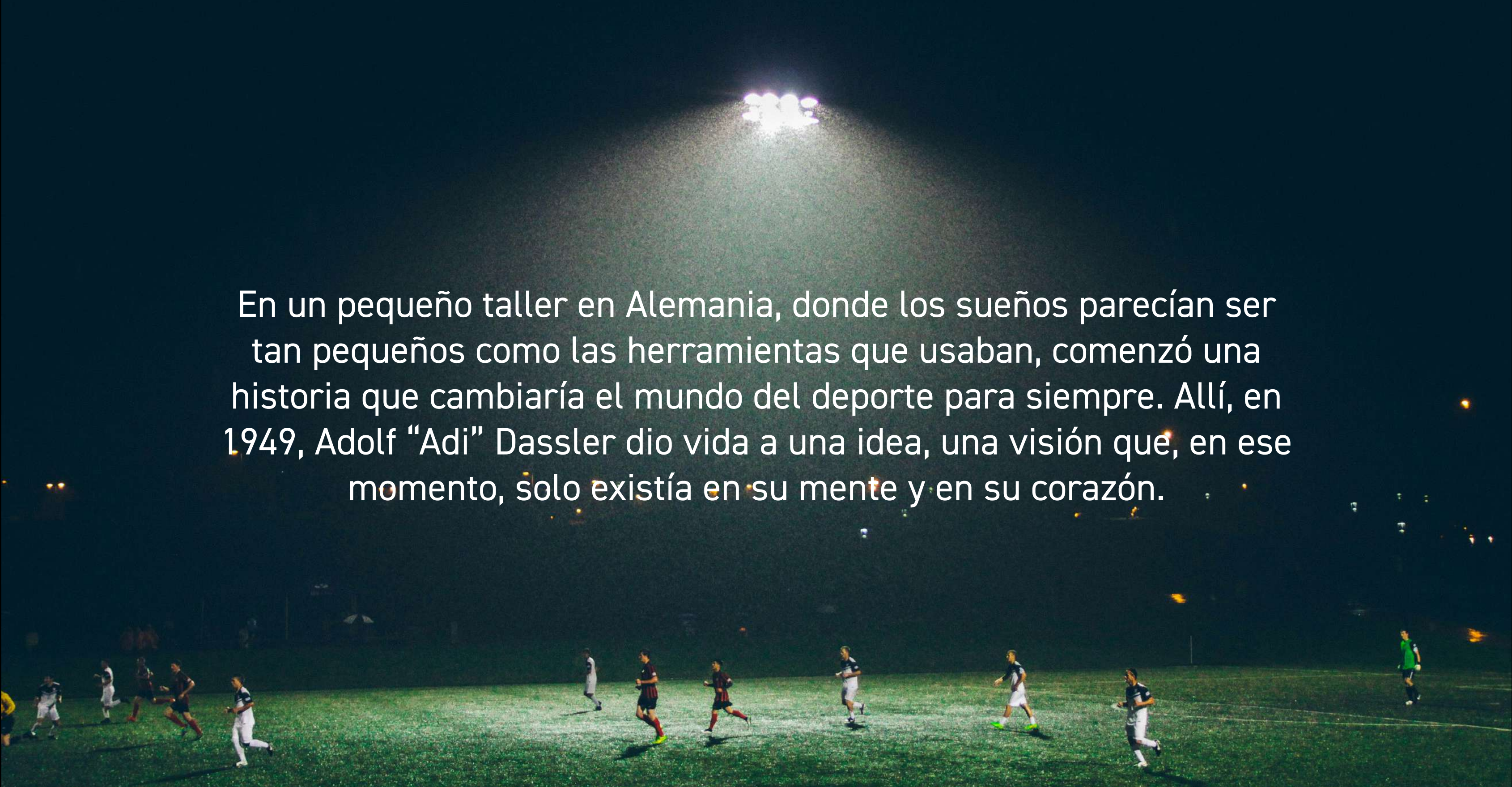




UN ANTES Y UN DESPUÉS

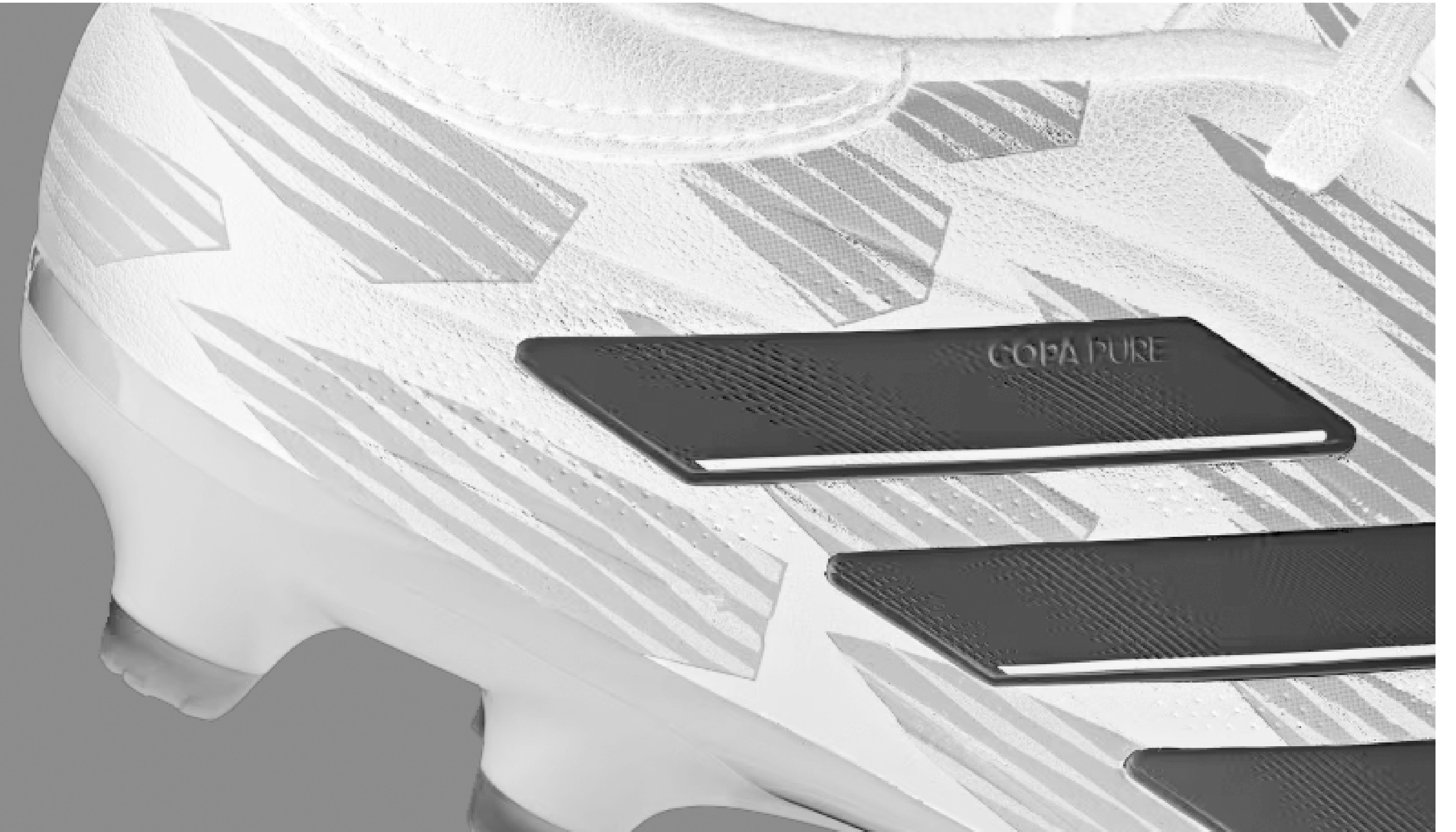
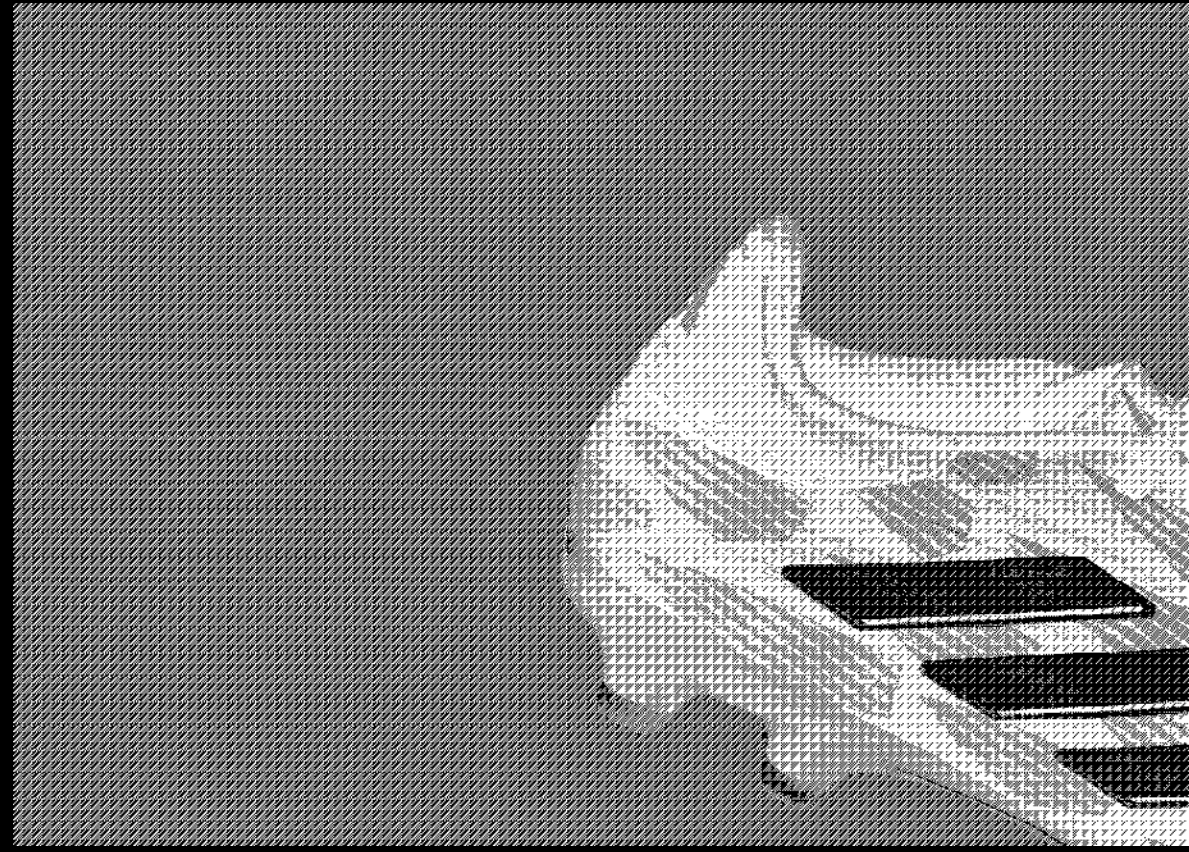
EL NACIMIENTO DE ADIDAS





En un pequeño taller en Alemania, donde los sueños parecían ser tan pequeños como las herramientas que usaban, comenzó una historia que cambiaría el mundo del deporte para siempre. Allí, en 1949, Adolf "Adi" Dassler dio vida a una idea, una visión que, en ese momento, solo existía en su mente y en su corazón.

UN OBJETIVO CLARO



Crear el mejor
calzado deportivo
del mundo.

Un calzado que no solo cumpliera con las necesidades de los atletas, sino que las superara.

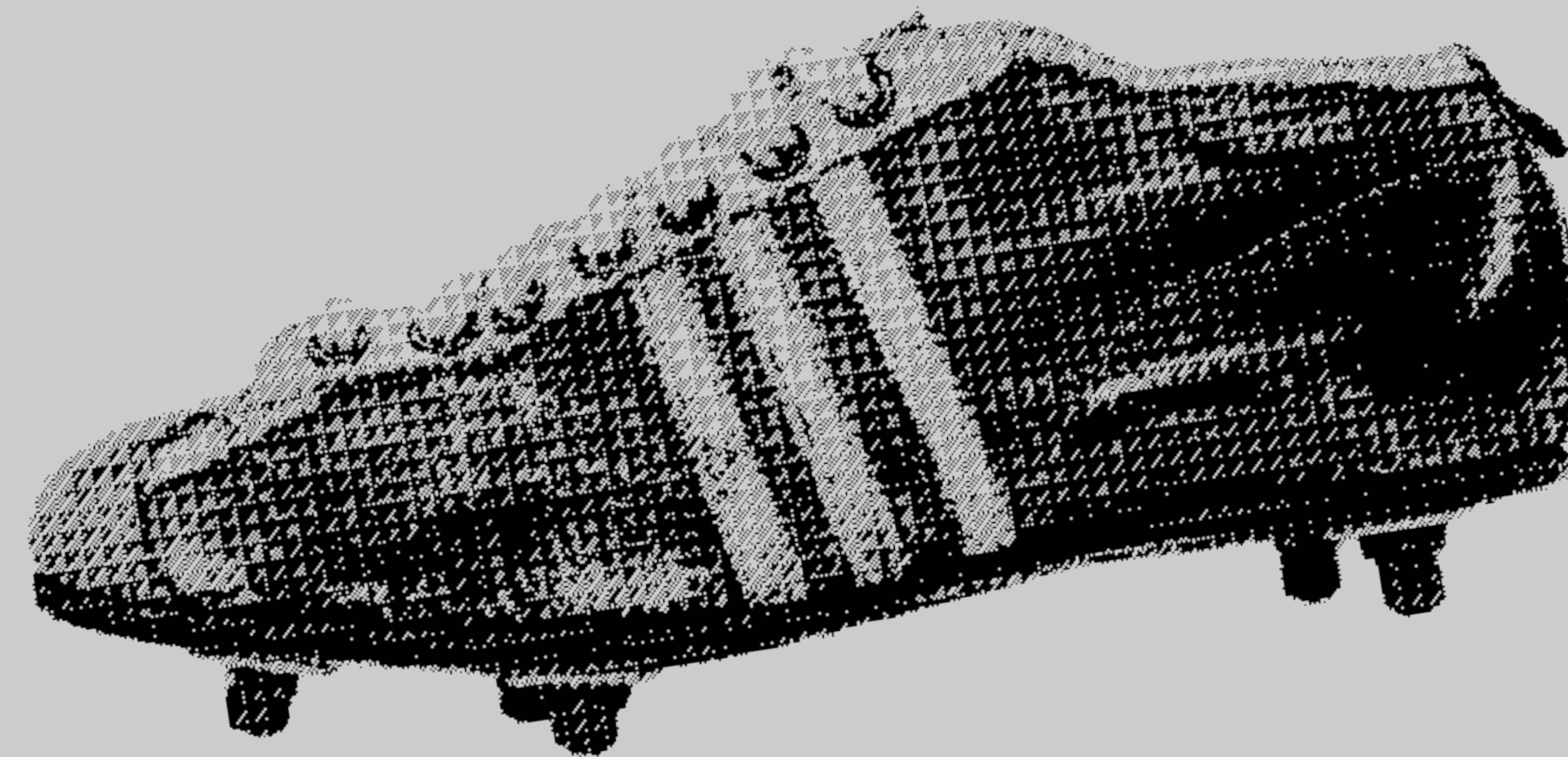


Desde sus primeros pasos, no fue un simple fabricante de zapatos; era un visionario que entendía que el rendimiento en el deporte requería más que esfuerzo y talento. Sabía que, para que los atletas alcanzaran su máximo potencial, necesitaban un aliado en cada paso que dieran.

Y así, con un enfoque obsesivo en la funcionalidad y la calidad, logró crear lo que más tarde se convertiría en una de las marcas más emblemáticas del planeta: Adidas.

Una promesa personal.

El nombre, una fusión de su apodo y su apellido, no solo era una marca, sino una promesa personal.



Cada par de zapatos que salía de su taller llevaba consigo no solo el sello de su creador, sino también la pasión y la dedicación que él mismo imprimía en cada puntada. Las tres rayas, hoy un ícono mundial, no solo adornaban el calzado; eran un símbolo de estabilidad, de soporte, de la seguridad que Adi quería brindar a cada atleta que confiara en su creación.

Pero Adi Dassler no se conformó con la innovación técnica. Comprendió, antes que muchos otros, que el éxito de sus productos dependía de algo más profundo: la conexión con los atletas.

Así, no solo diseñó zapatos, sino que estableció relaciones, escuchó, aprendió y colaboró directamente con quienes se enfrentarían al rigor del deporte. Este enfoque pionero no solo elevó la calidad de su calzado, sino que también cimentó una alianza inquebrantable con el deporte profesional, que sería la piedra angular de la filosofía de marketing de Adidas.

Lo que comenzó en un modesto taller alemán fue solo el primer capítulo de una saga que estaba destinada a dejar una huella imborrable en el mundo. Porque lo que no solo creó una marca de zapatos; fue una leyenda en la que cada par de Adidas cuenta una historia de dedicación, innovación y pasión.



¿cómo es posible?

EL ÉXITO DE UNA MARCA SIN LOGO



Imagina por un momento una marca deportiva sin un logo icónico, sin ese símbolo que te hace identificarla al instante. Así era Adidas en los años 50 y 60. A pesar de ser una marca emergente en el mundo del deporte, carecía de ese emblema visual que hoy es tan reconocible.

En lugar de un logo sofisticado, Adidas se presentó al mundo con un diseño modesto: su nombre, “Adidas”, en minúsculas, resaltado en blanco sobre un rectángulo negro con esquinas redondeadas.

Un diseño sencillo, sin pretensiones.

Pero los años 60 marcaron un punto de inflexión. Fue en esta década, hacia finales, cuando decidió que era el momento de evolucionar, de darle a su imagen un giro más moderno y acorde con su visión. La tipografía sufrió una transformación sutil pero significativa.

Las curvas afiladas de las “a” se suavizaron, volviéndose más rectangulares, mientras que el punto de la “i” fue reemplazado por un cuadrado. Estos cambios eran solo el principio.



Septiembre 2024

Avant Garde

El verdadero salto de calidad llegó con la influencia de la recién creada tipografía Avant Garde de Lubalin. La marca alemana encontró en los rasgos sans serif de esta fuente una perfecta alineación con su identidad y sus necesidades

LÍNEA EQUIPMENT

Luego, en los años 80, cuando el mundo del deporte demandaba una vuelta a lo esencial, la marca respondió con su línea Equipment.

Este nuevo enfoque trajo consigo un logotipo minimalista, que retomaba las tres bandas originales, pero con un diseño más depurado. Era un símbolo de renovación, de rendimiento elevado, y rápidamente se asoció con los productos de alta competencia.

Hoy, Adidas sigue evolucionando, adaptándose a los tiempos, pero siempre manteniendo un hilo conductor: las tres rayas. Cada una de sus líneas tiene su propio logo, pero esas rayas siguen siendo el corazón de la marca, unificándola y recordándonos de dónde viene y hacia dónde se dirige. Una marca que, a pesar de sus humildes comienzos, ha sabido reinventarse y conquistar el mundo del deporte, no solo con sus productos, sino con una identidad visual inconfundible.



APARICIÓN DE CINE

Septiembre 2024

Nº 3

En los años 80, cuando el cine empezaba a explorar nuevas formas de conectar con el público, Adidas se adelantó a su tiempo con una jugada maestra. Imagina un escenario en el que una marca de ropa deportiva no solo se limita a vender productos, sino que se convierte en un protagonista silencioso de la gran pantalla.



Fue en esta época cuando Adidas hizo historia al integrar de manera innovadora el product placement en el cine, una técnica revolucionaria que introduce productos dentro de las películas para promocionarlos de forma sutil pero poderosa.



PELÍCULA ROCKY

Uno de los momentos más icónicos de esta estrategia se produjo con la película "Rocky" en 1976. La trama de este clásico cinematográfico no solo giraba en torno a un boxeador con el corazón de un campeón, sino que introducía a Adidas en el mundo del cine. Rocky Balboa, interpretado magistralmente por Sylvester Stallone, llevaba con orgullo la ropa deportiva de Adidas. En cada escena en la que se mostraba su sudadera y sus zapatillas, la marca se fusionaba con la esencia de la perseverancia y el espíritu competitivo del personaje.

ESTA INCLUSIÓN NO FUE UNA MERA COINCIDENCIA; FUE UNA DECISIÓN ESTRATÉGICA QUE ASOCIÓ A ADIDAS CON EL TRIUNFO Y LA DETERMINACIÓN. ROCKY NO SOLO ERA UN HÉROE PARA LOS ESPECTADORES, SINO QUE SE CONVIRTIÓ EN UN SÍMBOLO DE LUCHA Y ÉXITO, REFLEJANDO A LA PERFECCIÓN LOS VALORES QUE ADIDAS QUERÍA TRANSMITIR.



La imagen de Rocky, con su icónica vestimenta, se grabó en la mente de millones, haciendo que Adidas no solo se viera como una marca de ropa deportiva, sino como un compañero indispensable en el camino hacia el éxito. Desde aquellos primeros pasos en el cine, el product placement ha evolucionado y se ha convertido en una técnica de marketing común en la industria.

Sin embargo, el pionero que fue Adidas en este campo sigue siendo recordado con admiración.

Imagina un viaje a través del tiempo, donde cada parada nos lleva a un momento crucial en la historia de Adidas, marcada por colaboraciones icónicas con celebridades que no solo dejaron una huella en el deporte, sino que también transformaron la moda y la cultura pop.

LA VERDADERA

EXPANSIÓN

DE

MARCA

COLABORACIONES

Todo comienza en los años 70, cuando Adidas se une a Franz Beckenbauer, el Kaiser del fútbol alemán, un verdadero icono en la sociedad alemana del momento.

EN LOS AÑOS

EL KAISER
DEL FÚTBOL ALEMÁN

Publirreportaje Coco



FRANZ BECKENBAUER



Beckenbauer no solo dominaba el campo, sino que también se convirtió en un ícono de estilo gracias a las chaquetas de entrenamiento que llevaron su nombre. Estas chaquetas se convirtieron rápidamente en un símbolo de moda, usadas tanto por deportistas como por amantes de la moda casual.

7



CHAQUETAS
BECKENBAUER

FENÓMENO DE
MASAS

Llegamos a los 80 y nos encontramos con todo un fenómeno de masas llevando unas zapatillas que pasarían a la historia. Freddie Mercury, el legendario vocalista de Queen, es conocido por su inigualable presencia escénica y su estilo único. Aunque Freddie no fue embajador oficial de Adidas, existe una conexión entre él y la marca debido a sus elecciones de vestuario.

En muchas ocasiones, especialmente en sus presentaciones en vivo en la década de los 80, Freddie fue visto usando zapatillas Adidas, en particular el modelo Adidas Hércules, que formaba parte de su atuendo distintivo durante los conciertos.

EN LOS AÑOS

FREDDIE 80 MERCURY



Uno de los ejemplos más icónicos es en el concierto Live Aid de 1985, donde Freddie llevaba unas zapatillas blancas de Adidas mientras hacía una de las actuaciones más memorables de la historia del rock.

FENÓMENO DE
MASAS



Como dato curioso, en el biopic "Bohemian Rhapsody" Adidas quiso recrear a la perfección la escena del Live Aid e hizo un par de zapatillas exclusivas para la película, volviendo a poner en escena un modelo icónico.

Freddie Mercury era conocido por mezclar elementos de moda deportivos con alta costura, lo que le daba un aspecto casual, pero al mismo tiempo muy elaborado, lo que encajaba perfectamente con su personalidad única y extravagante. Adidas, aunque no tuvo una colaboración formal con Freddie Mercury, se convirtió en una parte visualmente significativa de su identidad de estilo en el escenario.

PRENDAS MÁS DEPORTIVAS

Alta Costura

Estas zapatillas deportivas blancas, simples, pero elegantes, contrastaban con su característica chaqueta amarilla y su estilo vibrante en el escenario.



Seguimos en los 80 y esta vez nos encontramos a Run-D.M.C., la banda de hip-hop que revolucionó la música y la moda. Con su estilo audaz, llevaban las Adidas Superstar sin cordones y con la lengua fuera, un gesto que se volvió icónico.

UN GOLPE MAESTRO PARA LA MARCA ALEMANA



RUN-D.M.C.

Su canción "My Adidas" no solo era un himno para sus seguidores, sino también una celebración de su colaboración con la marca. Esta unión fue pionera, marcando la primera vez que una marca deportiva se vinculaba tan estrechamente con el mundo del hip-hop.

KOBE

Llegamos a los años 90 y encontramos a un joven Kobe Bryant, destinado a ser una superestrella del baloncesto. Adidas vio su potencial y juntos lanzaron zapatillas como "The Kobe" y "The Kobe II". Aunque su colaboración fue breve, dejó una marca indeleble en el mundo del baloncesto y ayudó a Adidas a ganar terreno en un mercado competitivo.



BRYANT



EN LOS AÑOS

90



En esa misma década, la influencia de Missy Elliott en la música y la moda se convirtió en una colaboración vibrante con Adidas. Su línea "Respect M.E." no solo fue un éxito, sino que también subrayó la dedicación de Adidas a la diversidad y la inclusión. Missy aportó un estilo único y audaz que resonó con jóvenes de todo el mundo.



4

En 2004, Adidas se embarca en una nueva aventura con Stella McCartney. Juntos, redefinieron la ropa deportiva femenina, combinando alta moda con funcionalidad. McCartney, conocida por su enfoque en la sostenibilidad, trajo una nueva dimensión a Adidas, inspirando a otras marcas a seguir su ejemplo.

A partir de 2013, logra expandir sus redes hacia el mundo del hip hop. Se asocia con Kanye West, una colaboración que cambiaría para siempre el panorama de las zapatillas.

KANYE

Las Yeezy se convirtieron en un fenómeno cultural, con cada lanzamiento generando un frenesí entre los fans. Kanye no solo trajo innovación en el diseño, sino que también estableció nuevos estándares en la moda urbana. Al año siguiente le tocó el turno a Pharrell Williams, uniéndose así a la familia Adidas con la colección "Human Race". Sus diseños coloridos y mensajes de inclusión y diversidad resonaron profundamente, haciendo de cada lanzamiento un evento esperado. Pharrell logró fusionar moda y activismo de una manera única, ampliando el atractivo de la compañía.

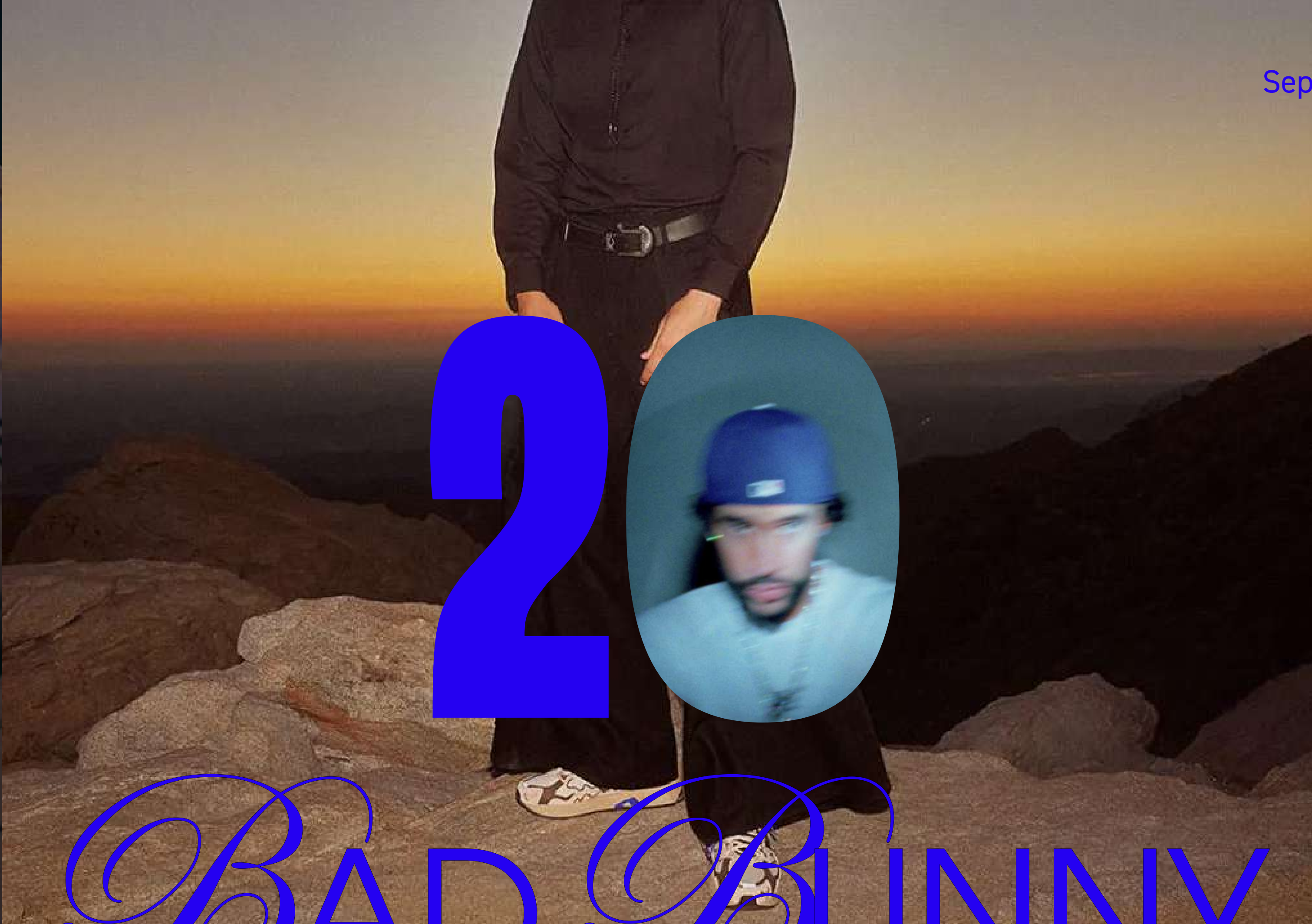
PHARREL WILLIAMS WEST



Ya en 2019, Beyoncé relanza su marca Ivy Park en colaboración con Adidas. Sus colecciones, audaces y empoderadoras, han sido un éxito rotundo, atrayendo a una audiencia diversa y reafirmando su compromiso con la moda y rendimiento.



BEYONCÉ · IVY PARK



Septiembre 2024

Nº 3

20 BAD BUNNY

En 2020, la colaboración con Bad Bunny trae un nuevo aire a la marca. Sus zapatillas y ropa, llenas de vibrantes colores y diseños únicos, capturan la esencia del artista y se convierten en objetos de deseo instantáneo. Cada lanzamiento se agota rápidamente, demostrando el impacto cultural de Bad Bunny.

Adidas y la cultura Pop

Adidas ha tenido una influencia profunda y duradera en la cultura pop, extendiéndose más allá del ámbito deportivo para convertirse en un ícono de moda y estilo de vida. Esta influencia se puede observar en varios aspectos

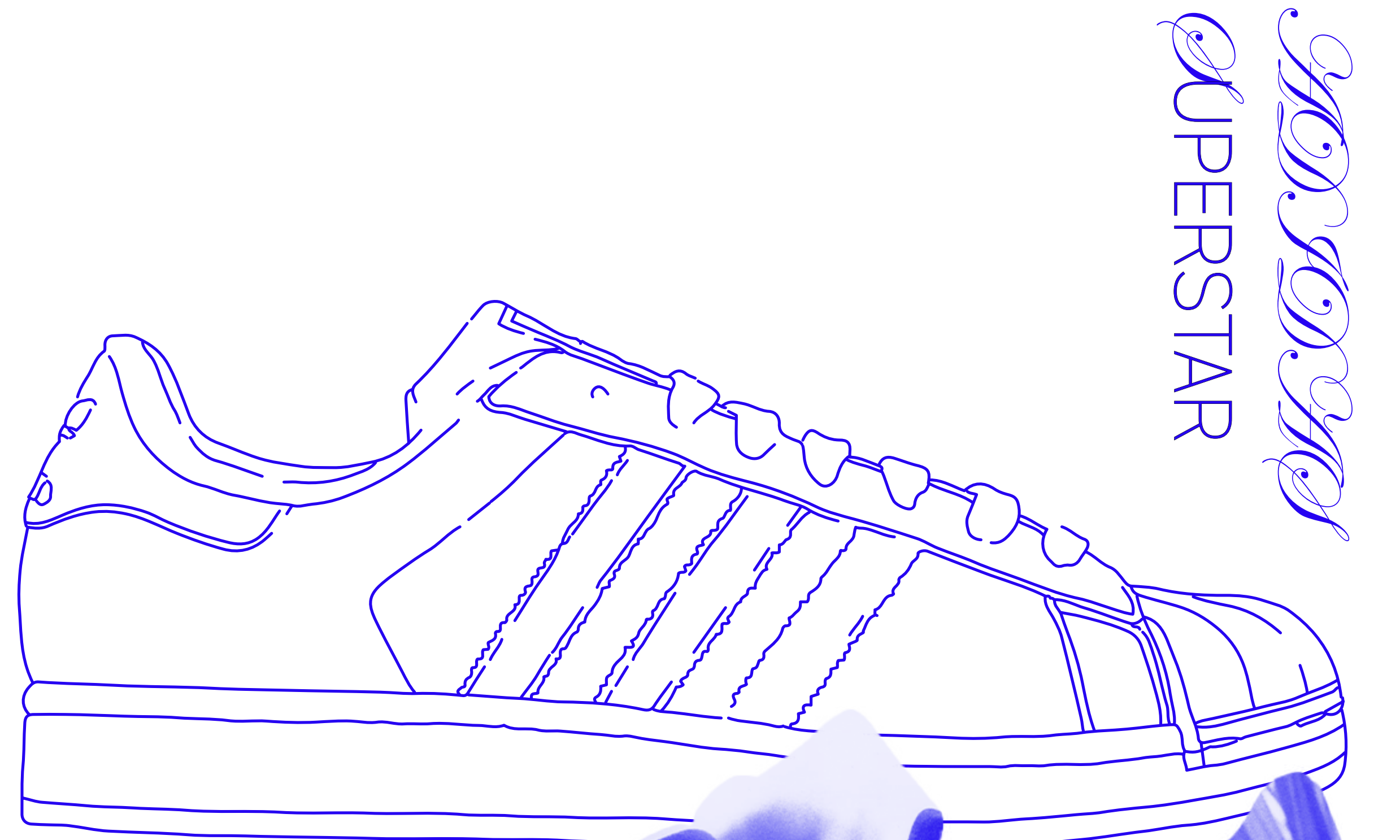
Las zapatillas han sido un pilar en la moda urbana desde hace décadas. Modelos como las Adidas Superstar, Stan Smith, Gazelle y las más recientes Yeezy han sido adoptados por subculturas urbanas y figuras prominentes de la moda y el entretenimiento.

LAS SUPERSTAR, LANZADAS COMO CALZADO DE BALONCESTO, SE CONVIRTIERON EN UN SÍMBOLO DE ESTILO EXTENDIDO

Cuando Run-D.M.C. las popularizó en los 80. Las Stan Smith, originalmente diseñadas para el tenis, han sido reimaginadas como un básico elegante y minimalista en la moda más contemporánea.

La línea de ropa de Adidas, especialmente las prendas con las icónicas tres rayas, ha trascendido su uso original deportivo para convertirse en parte integral del vestuario casual.

Chándales, sudaderas y camisetas son ahora comunes en la moda callejera, gracias a su mezcla de comodidad y estilo.



ADIDAS
SUPERSTAR

LANZADAS EN
LOS 70



Impossible is Nothing

La campaña "Impossible is Nothing" es una de las más icónicas y memorables en la historia de la publicidad deportiva. Fue lanzada por primera vez en 2004 y desde entonces ha resonado profundamente no solo entre los fanáticos del deporte, sino también en el público en general. El mensaje de la campaña es claro y poderoso: no hay límites para lo que se puede lograr cuando te esfuerzas al máximo y crees en ti mismo. Aquí te cuento la historia de cómo nació y evolucionó esta campaña.



Era principios de la década de 2000, y Adidas se encontraba en un momento crucial. La marca quería reafirmarse como líder en el mundo deportivo, pero necesitaba algo más que una campaña publicitaria; necesitaba un mensaje que trascendiera, algo que pudiera inspirar no solo a los atletas, sino a cualquier persona que enfrentara desafíos en la vida.

Fue entonces cuando los creativos de la multinacional alemana dieron con una frase que capturaba a la perfección esa filosofía: "Impossible is Nothing". Esta frase no solo resonaba con la historia de la marca, sino que también era un grito de guerra, una declaración de que los límites existen solo en la mente.



MUHAMMAD ALI

Para dar vida a este mensaje, Adidas decidió contar historias reales de atletas que habían superado obstáculos aparentemente insuperables.



SU HISTORIA ERA EL EJEMPLO PERFECTO DE QUE LO IMPOSIBLE NO ES NADA.

Y no cualquier atleta; eligieron leyendas del deporte que encarnaban la lucha, la resiliencia y la superación personal. Uno de los rostros más emblemáticos de la campaña fue el boxeador Muhammad Ali. Ali no solo era conocido por su talento en el ring, sino también por su lucha fuera de él, enfrentando la discriminación racial y resistiéndose a la guerra de Vietnam.

HISTORIAS REALES



LA
CAMPAÑA A
LAS
CALLES

Otro ejemplo fue el de la tenista Justine Henin, quien, a pesar de su estatura y fuerza relativamente pequeñas en comparación con otras competidoras, logró convertirse en la número uno del mundo gracias a su determinación y habilidad.

Publirreportaje Coco

JUSTINE
HENIN

"Impossible is Nothing" no se limitó a los anuncios de televisión. Adidas llevó la campaña a las calles, a las redes sociales, a los eventos deportivos. El mensaje se convirtió en un mantra para muchas personas, más allá del mundo del deporte. La frase comenzó a aparecer en camisetas, póster e incluso tatuajes, como un recordatorio de que los límites son solo una ilusión.

LOS LÍMITES SON
Sólo Una Ilusión



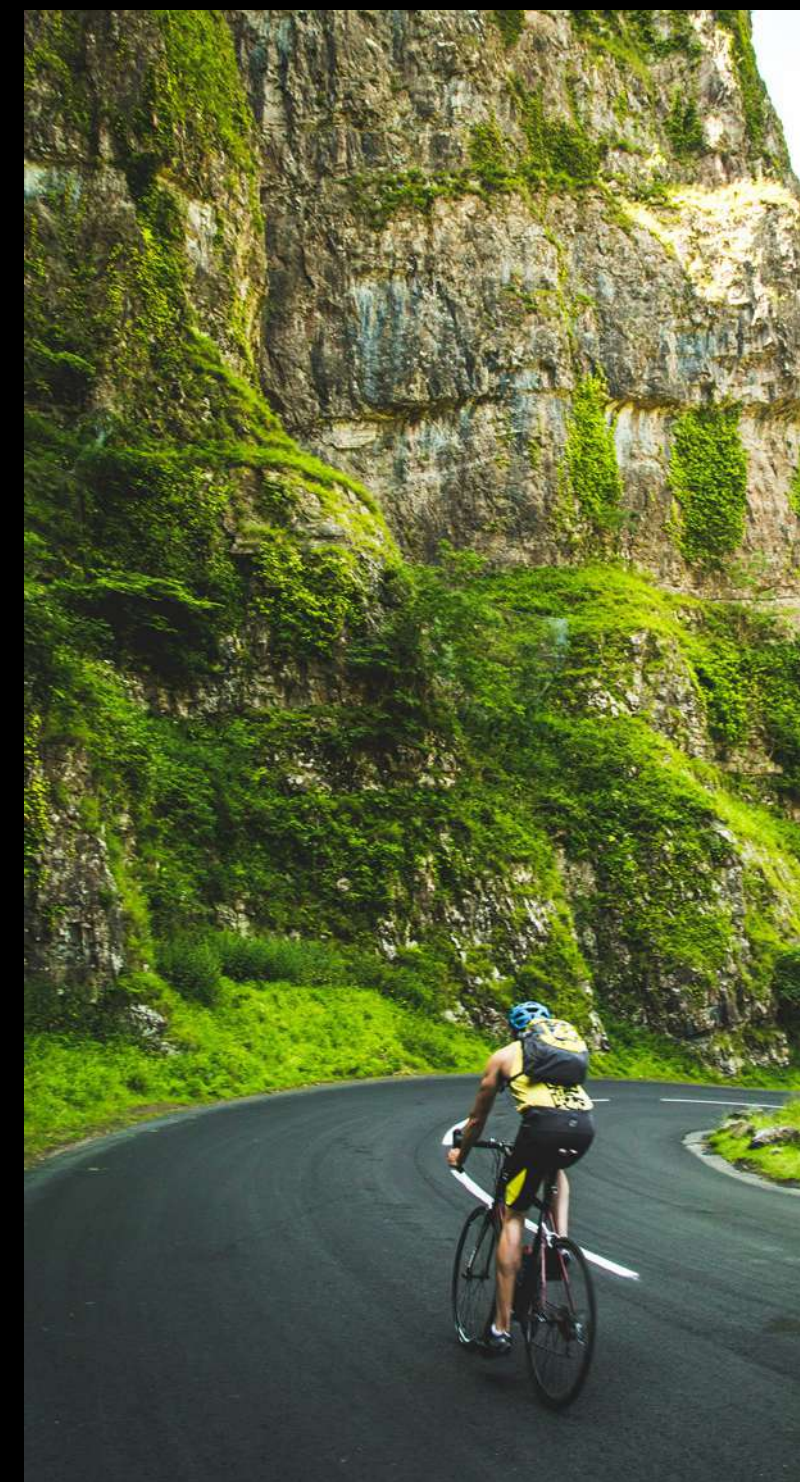
UNA OLA
DE
INSPIRACIÓN

Jóvenes de todo el mundo comenzaron a creer que, si aquellos íconos podían lograr lo imposible, ellos también podrían hacerlo. Esta ola de inspiración no solo fortaleció la marca, sino que también dejó una huella indeleble en la cultura popular. Con el tiempo, "Impossible is Nothing" se convirtió en mucho más que una simple campaña publicitaria; se transformó en una filosofía de vida.



NUEVA GENERACIÓN DE ATLETAS Y SOÑADORES

Adidas continuó utilizando el lema en diferentes formas a lo largo de los años, adaptándolo a nuevas generaciones y contextos, pero siempre manteniendo el mismo núcleo: la creencia en el potencial humano para superar cualquier desafío.



En 2021, Adidas revivió la campaña con un enfoque más inclusivo y diverso, destacando a personas de todo el mundo, de diferentes géneros, razas y trasfondos, que rompieron barreras en sus respectivas áreas.

Este nuevo enfoque subrayó que “Impossible is Nothing” no es solo un mensaje para los atletas, sino para todos aquellos que se atreven a soñar en grande y a desafiar lo que parece inalcanzable.

“Impossible is Nothing” es una declaración de poder y posibilidad, un recordatorio de que las barreras que enfrentamos son a menudo autoimpuestas, y que con coraje, determinación y un espíritu inquebrantable, podemos desafiarlas.

Adidas, con esta campaña, vendió una idea, un sueño, una aspiración.

Y es por eso que, años después de su lanzamiento, “Impossible is Nothing” sigue siendo un emblema de lo que significa creer en uno mismo y en el poder de convertir lo imposible en posible.





Imagina que estás pateando una pelota con tu mejor amigo y de repente, ¡zas! Zidane aparece a tu lado, listo para hacer una pared. Luego, Beckham, con su clásica elegancia, te pasa la pelota. ¡Era como tener un videojuego hecho realidad!

¿Recuerdas cuando eras pequeño y jugabas al fútbol en la calle con tus amigos? ¿Y cómo armaban los equipos más increíbles, con jugadores que admiraban?

JOSE +10 IMPOSSIBLE TEAM.

Adidas lo entendió a la perfección y nos regaló un sueño hecho realidad con su campaña 'Jose +10 Impossible Team'.

Los encargados del marketing nos enseñaron que los sueños no tienen límites. Con esta campaña, nos invitaron a creer que lo imposible podía hacerse posible. ¿Quién no querría jugar al lado de sus ídolos? Fue más que un anuncio, fue un momento mágico que nos hizo creer en la magia del fútbol y en el poder de la imaginación.

¿Alguna vez has sentido esa presión de alcanzar la perfección, de siempre tener que dar más?

Adidas lo entiende a la perfección.

Adidas lo entiende a la perfección. Por eso, lanzó su campaña "Tú Puedes" ("You Got This"), una iniciativa que busca recordarnos a todos que, independientemente de nuestro nivel o de nuestras metas, todos tenemos la capacidad de lograr grandes cosas. "Tú Puedes" no es solo un eslogan, es una filosofía de vida. A través de historias inspiradoras de atletas profesionales y amateurs, la marca nos muestra que el éxito no siempre se mide en medallas o récords, sino en el esfuerzo y la superación personal.

PARA TODOS AQUELLOS QUE SIENTEN LA PRESIÓN

YOU GOT THIS

Imagina ver a un joven futbolista, como Jude Bellingham, luchando contra la ansiedad antes de un partido importante, o a una corredora superando sus límites para terminar una maratón. Estas historias reales, contadas con emoción y autenticidad, nos hacen sentir identificados y nos animan a seguir adelante.

Lo que hace especial a esta campaña es su capacidad para conectar con personas de todas las edades y orígenes. El mensaje de "Tú Puedes" es universal: todos tenemos miedos, dudas y obstáculos en nuestro camino, pero con la actitud correcta y un poco de apoyo, podemos superar cualquier desafío.



TÚ PUEDES TÚ

El legado de dos hermanos que cambiaron el mundo deportivo.

La historia de Adidas en el marketing es, en esencia, la historia de dos hermanos soñadores que, desde un pequeño pueblo en Alemania, transformaron el panorama del deporte y la moda. Adolf y Rudolf Dassler, con su espíritu emprendedor y su pasión por la innovación, crearon mucho más que una simple fábrica de calzado.

Publirreportaje Coco

Desafiar límites, patrocinar a atletas históricos y fusionar la funcionalidad con el estilo convirtieron a sus marcas en gigantes globales.

ESTILO

ESFUERZO

CALIDAD

INNOVACIÓN

PASIÓN

SOÑADORES

EFICACIA

SON TODO UN EJEMPLO



LA FILOSOFÍA

SUPERAR LO IMPOSIBLE

Desde su fundación, se ha mantenido fiel a su filosofía de superar lo imposible, y su impacto no se ha limitado solo al deporte, sino que ha trascendido hacia la cultura pop y la moda.

La marca no solo ha evolucionado a través de su tecnología y diseño, sino que también ha sabido reinventarse, colaborando con artistas, atletas y diseñadores que han dejado huella en la sociedad. El legado de los Dassler sigue vivo en cada una de las tres icónicas rayas, que simbolizan no solo la excelencia deportiva, sino también la perseverancia, el ingenio y la audacia de mirar más allá de lo convencional.

Lo que comenzó en una pequeña lavandería ha culminado en una marca que no solo ha sido testigo, sino protagonista de algunas de las mayores hazañas deportivas de la historia y, también de alguna de las campañas de marketing mas memorables y recordadas de la historia. Y, aunque el camino no ha sido fácil, la historia de Adidas continúa escribiéndose con la misma pasión con la que los hermanos Dassler iniciaron su aventura hace casi un siglo.



Made with ♥ by Coco Solution