Qual a melhor atitude que uma empresa de brindes deve ter perante uma crise económica e financeira?

Esta é a pergunta que é feita muitas vezes pelos gerentes das empresas fornecedoras de serviços e produtos promocionais, sabendo-se que o seu “core business” está no fim da lista das prioridades.

Perante este cenário e com o realismo que é obrigatório há, de facto, vários caminhos a percorrer. Nós, fruto da experiencia de 25 anos neste mercado, reconhecemos que terá de haver um novo comportamento sobre a gestão quotidiana, sobre o cálculo sério dos custos e dos proveitos, sobre os argumentos comerciais, etc...

Não podemos continuar com a ideia que está tudo bem ou está tudo mal. A vida não é preto e branco. A vida profissional deverá ser muito mais que isso; é atitude e reflexão.

E será sempre mais positiva com a assumpção da consciência da posição em que nos encontramos, das nuances do mercado-alvo, do estado psicológico dos compradores e das propostas dos fornecedores.

Com estes e outros argumentos similares acreditamos que podemos enfrentar a crise, para sobreviver e esperar melhores dias. As nossas propostas irão nesse sentido. Espera-nos um ambiente de certa forma negativo e de certeza recessiva, mas outros e melhores dias virão.