

Сегодня, когда существует риск экономического спада, владельцы бизнеса лихорадочно ищут пути сохранения инвестиций. Кто-то скупает акции иностранных компаний. Кто-то спешит избавиться от рискованных вложений. Но лишь по-настоящему мудрые люди способны смотреть в будущее трезво. Мы все прекрасно знаем этих мудрецов. Это владельцы самых успешных брендов, таких как Coca Cola, Chanel, Heinz, Levi's, Heineken, Ford. Они, как никто другой, знают, что инвестиции в популяризацию компании — гарантия безбедного будущего не только для себя, но и для своих потомков.

Создавая свою компанию, вы наверняка хотите, чтобы она стала лидером. И наверняка задумываетесь, что когда-нибудь управлять ей будут ваши дети, а затем и внуки.

Вкладывая средства в капитализацию своего бренда, вы сделаете его сильнее. И как нельзя лучше это было известно создателям величайших мировых брендов.

Все мы хоть раз в жизни пробовали чудный вермут мартини. Но мало кто задумывается, что всемирный успех компании ни что иное, как результат вложений в капитализацию.

Для владельцев бренда компания была и остается семейной ценностью. Поэтому, во все времена они не скупались и вкладывали в нее максимум сил и средств. В результате, бренд приобрел ту силу, которая помогла пережить века, устоять перед экономическими и финансовыми кризисами не только в Италии, но и во всем мире.

Вот уже 160 лет мы пьем мартини, и если владельцы компании не прекратят инвестировать бренд, то будем пить еще столько же. Задумайтесь, сегодня вашей компании 10 лет и вы наверняка хотите, чтобы она приносила вам доход еще многие годы. Поэтому вкладывайте в свой бренд все до последней копейки и вы никогда не прогадаете. И помните, пока жив ваш бренд живо и ваше имя.