

تستخدم الشركات العملاقة على مستوى العالم إستراتيجية العصف الذهني في البحث والتطوير والتحسين، ومعالجة مشاكل الإنتاج والتسويق من خلال ما يسمى بـ (غرف العصف الذهني)، وقد ظهر دور هذه الإستراتيجية واضحا أثناء الأزمات والكوارث فقد أدت أزمة كورونا إلى دفع الكثير من المنتجين إلى التفكير الإيجاد حلول لإيصال منتجاتهم للمستهلك في ظل تطبيق بروتوكولات الحجر الكامل والجزئي،