

mcd swot analysis

AI generated article from Bing

麥當勞 - 品牌價值

麥當勞App 是麥當勞公司 為消費者 提供便捷服務而開發的一款移動應用程序。該應用程序不僅可以幫助消費者快速找到附近的麥當勞餐廳，還可以提供線上訂餐、外賣服務、積分兌換等功能。此外，該應用程序還支持多種語言，方便不同地區的用戶使用。

麥當勞 | 品牌價值

根據BrandZ 2024年品牌價值報告，麥當勞品牌價值為2200億美元。

麥當勞品牌價值 - 品牌價值

麥當勞2020年品牌價值報告 — “麥當勞品牌” 品牌價值為2200億美元。該品牌價值是由於麥當勞品牌在過去30年間，從1990年開始，品牌價值增長了3500%。

麥當勞 - 品牌價值

麥當勞1990年開始，品牌價值增長了3500%。該品牌價值是由於麥當勞品牌在過去30年間，從1994年開始，品牌價值增長了3500%。

麥當勞 - 品牌價值

麥當勞 品牌價值 400-920-0205 9:00 - 18:00 麥當勞 品牌價值 @麥當勞 品牌價值 fan.truth@cn.mcd.com 麥當勞

麥當勞

麥當勞 2026.01.16

i'm lovin' it 麥當勞 - 品牌價值

麥當勞“i'm lovin' it”品牌價值 2003年開始，品牌價值增長了3500%。該品牌價值是由於麥當勞品牌在過去30年間，從2004年開始，品牌價值增長了3500%。

30 麥當勞 - 品牌價值

麥當勞30年品牌價值 1990年10月8日開始，品牌價值增長了3500%。該品牌價值是由於麥當勞品牌在過去30年間，從1994年開始，品牌價值增長了3500%。

麥當勞 - 品牌價值

麥當勞2007年開始，品牌價值增長了3500%。該品牌價值是由於麥當勞品牌在過去30年間，從2009年開始，品牌價值增長了3500%。

