

The Marketing Mix and its influence on the Egyptian Brands performance in the Local Market

Prof. Dr/ Abdallal El Gaml

Prof. of Smart Garment, Apparel Design Management Tech. Dept. - Faculty of Applied Arts Helwan University

Prof. Dr/ Amr Gamal Hasouna

Prof. of Apparel Design, Apparel Design Management Tech. Dept. - Faculty of Applied Arts Helwan University

Designer/ Yara Ashraf Farouk

Bachelor Degree of Apparel Design Management and Technology Dept., Faculty of App. Arts, Helwan University

ملخص

تعتبر تجارة التجزئة في الموضة أكثر الأشكال شعبية في العصر الحالي، وتحت الوضع الاقتصادي الحالي وركود صناعة التجزئة المحلية، وفقدان شريحة كبيرة من المستهلكين وعدم قدرتهم على المنافسة في مواجهة بعض العلامات التجارية العالمية الموجودة في الأسواق المحلية خلال السنوات القليلة الماضية حيث انهارت مبيعات الماركات المحلية بشكل كبير بينما حققت العلامات التجارية العالمية نجاحًا كبيرًا في غضون بضع سنوات بطريقة جديدة بالدراسة، وقد اجتذبت عددًا كبيرًا من المستهلكين وأصبح لها حصة رائعة في وقت لا يذكر في هذه الدراسة تم إجراء مقارنة بين مجموعتين من العلامات التجارية العالمية والمحلية عن طريق مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالمزيج التسويقي تم طرحها لمجموعة عينة وتم جمع النتائج وتحليلها. وأصبح واضحًا أن المزيج التسويقي يلعب دورًا في العقبات التي تواجه الماركات المصرية في السوق المحلية.

الكلمات المفتاحية

المزيج التسويقي-الماركات المصرية- السوق المحلي