

تجاهلت شركة ماكدونالدز مخاوف العملاء وركزت على أرباحها، فبدأت الأرباح في التراجع وبدأت الخسائر تتكبد الشركة. وكانت المنتجات خالية من القيمة الغذائية وغير صحية وتحتوي على نسبة عالية من الدهون. كان مزيجها التسويقي يعتمد على الأسعار المرتفعة إلى حد ما.