

مطاعم "مؤمن" التي أسسها ثلاثة إخوة من عائلة "مؤمن"، لم يتعد أي ما يعادل 1500 دولار أمريكي، ولم تكن العلامة التجارية معروفة آنذاك لأن في تلك الفترة تم افتتاح أول فرع للمطعم الشهير في ذلك الوقت الذي كانت مصر تعرف فيه الانفتاح على السوق العالمية وبدأت مطاعم عالمية من نوعية ماكدونالدز وكتاكى وبيتزا هت تدخل إلى مصر وتنافس بقوة ولكن الاخوة الثلاثة استطاعوا تحقيق المعادلة الصعبة فقد كانوا يقدمون أفضل الخدمات وأشهى الأكلات وأرخص الأسعار كان هذا سببا قويا في شهرة مطاعم مؤمن في مصر و من فرع إلى آخر ليعزز ذلك إطلاقها. مع 5.9 فقد تم اختيار الاسم استناداً إلى عائلة المؤسسين، وهو يضفي طابعاً محلياً، إذ تشعر بأنه متاح للمستهلكين المحليين أكثر من العلامات التجارية العالمية. كما أصبح بطلاقاً مصرياً بين المنافسين العالميين، والمميز بما يكفي كي لا تكون مجرد مطعم تقدم الشاورما وحسب، ويشرح التقرير اختلاف منتجات مطاعم "مؤمن" على ثلاث مستويات: الوصفة، والتنوع، والتعبئة والتغليف. فبالنسبة إلى الوصفة، جديدة، عملية، دقيقة، اختلطت فيها التجارب والأخطاء حتى يتم التوصل إلى منتج مناسب. وبالنسبة إلى تنوع المنتجات، تقدم مطاعم "مؤمن" مجموعةً من الخيارات، فبساطة، مطاعم "مؤمن" اختيار السنديشات ضمن قائمة كبيرة للغاية، ما يضمن إرضاء الأذواق جميعها. فهي تتم بواسطة كرتون ملون وعالي الجودة، يميّز هذه المطاعم عن منافسيها وتؤكّد مكانتها كعلامة تجارية فريدة ولضمان تقديم المنتجات ذاتها في فروع مطاعم "مؤمن" جميعها، وتحدد هذه الأخيرة المكونات الخاصة بكل سنديشة، ومقدارها،