

## **Список вопросов**

1. Какова обычная технология производства прохладительных напитков, отличие вашей технологии
2. Каковы основные слабые стороны готового напитка, есть ли случаи брака, пищевого отравления  
Насколько силен и профессионален контроль за качеством
3. Первоочередные задачи, которые надо решить уже сегодня
4. Основные проблемы на пути их решения
5. Существует ли просчитанная стратегия решения сегодняшних проблем
5. Кто основной конкурент предприятия, в чем его сила и преимущества, его недостатки
6. В основе развития положен экстенсивный метод или же основная ставка делается на улучшение качества и ассортимента продукции.
7. Есть ли планы по созданию качественно нового продукта, собственные изобретения
8. Как организована утилизация и переработка пластиковых бутылок, не идут ли они в переработку со свалки?
9. Не наносит ли производство какого-либо ущерба окружающей среде
10. На всех ли продуктах можно найти надпись о том, что вода кристально чистая, природная, насколько это соответствует действительности

11. Есть ли основной принцип работы предприятия - например только чистая вода или только натуральные добавки или полное отсутствие вреда для здоровья или наличие пользы.

12. Существует ли импорт готового продукта и насколько успешны его продажи в городе и в России.

13. Делается ли что-то для того, чтобы подорвать авторитет конкурентной продукции на местном рынке: скрытая антиреклама, инициированные судебные иски, заинтересованные комиссии по качеству, заинтересованная публицистика, слухи, анекдоты, порочащие сведения.

### **Вопросы по методам рекламы**

1. Существует ли определенный, четкий стиль, в котором проводились предыдущие рекламные кампании, если они проводились.

2. Вас интересует только цикл статей на правах рекламы или вы готовы рассмотреть наш вариант рекламной кампании

3. О чем, по вашему мнению, следует писать статьи - только ли о конкретном продукте или же о предприятии в целом, как о перспективном производителе сегодня и завтра.

4. Существует ли специально выстроенный имидж предприятия

5. Вас интересует имидж предприятия или только увеличение объемов продаж.

6. Готово ли руководство идти к покупателю под собственным именем, или же предпочтительно мнение восхищенного журналиста, простого покупателя или выступление от имени пресс-атташе.

7. Есть ли какие-нибудь интересные или сколь-нибудь занимательные истории связанные с предприятием или продуктом?

8. Использовалась ли скрытая реклама, мероприятия "паблик рилейшнз"