Berikut daftar pertanyaan yang ingin saya ajukan:  
  
1. Tolong jelaskan segmentasi, target, dan positioning dari Peter Says Denim?  
2. Kapan Peter Says Denim hadir di Indonesia? Apa diferensiasi Peter Says Denim dibandingkan produk sejenis? Mohon jelaskan.  
3. Bagaimana peta persaingan produk denim di Tanah Air? Apakah menjanjikan? Seberapa menjanjikan tolong jelaskan? Industri denim sendiri, tiap tahunnya rata-rata tumbuh berapa persen?  
4. Bagaimana upaya marketing dan komunikasi Peter Says Denim dalam menggarap pasar Indonesia? Channel komunikasi apa saja yang Anda manfaatkan? Mainstream media seperti TV, cetak, radio, aktivasi merek atau event, komunitas, digital media? Tolong jelaskan bentuk program kampanye dari masing-masing channel komunikasi tersebut?  
5. Bagaimana kinerja Peter Says Denim tiap tahunnya? Tahun 2013 ini, berapa pertumbuhan penjualannya? Bagaimana pula dengan pangsa pasarnya?  
6. Bagaiamana pula upaya anda dalam menyasar pasar ekspor?  Negara mana saja yang sudah Anda ekspansi? Mengapa pilih negara tersebut?  
7. Bagaimana porsi kontribusi antara pasar lokal dan ekspor? Berapa persen masing-masing kontribusinya?  
8. Tahun depan merupakan tahun yang cukup berat, karena ada Pemilu dan World Cup. Bagaimana Anda menyikapinya? Program marketing komunikasi seperti apa yang akan digelar untuk Peter Says Denim di tahun 2014 nanti?  
9. Tantangan menggarap pasar denim di Indonesia? Bagaimana anda menyikapinya?  
10. Target penjualan di tahun 2014? akan tumbuh berapa persen?

Berikut ini daftar pertanyaan yang ingin saya ajukan:

1. Bagaimana peta persaingan pasar anti virus di Tanah Air? Apakah pasarnya menjanjikan? Seberapa besar pasar serta penetrasinya di Indonesia? Mohon jelaskan.
2. Tolong jelaskan segmentasi, target, dan posiotining dari Kaspersky?
3. Apa diferensiasi serta added value Kaspersky dibanding merek lain yang sejenis? Mohon jelaskan.
4. Apa saja upaya marketing komunikasi yang sudah dilakukan Kaspersky untuk menggarap pasar Indonesia? Tolong jelaskan?
5. Channel komunikasi apa saja yang dimanfaatkan? TVC, iklan, brand activation, komunitas, digital, PR, atau yang lainnya? Tolong jelaskan bentuk-bentuk markom di setiap channel komunikasi tersebut?
6. Apa tantangan menggarap pasar Indonesia? Bagaimana Kaspersky menjawab tantangan tersebut? Upaya markomnya seperti apa? Mohon jelaskan.
7. Bagaimana dengan upaya markom yang akan digelar di 2014 ini, mengingat tahun 2014 ada momen Pemilu dan World Cup? Tolong jelaskan bentuknya apa saja?
8. Bagaimana kinerja Kaspersky tiap tahunnya? Berapa pertumbuhannya di tahun 2013 kemarin? Berapa pula market share-nya? Target di tahun 2014?
9. Apa yang menarik dalam menggarap pasar anti virus di Indonesia, yang mungkin berbeda dengan negara lain? Bagaimana Kaspersky menyikapinya? Mohon jelaskan.
10. Digital merupakan channel yang paling happening di Indonesia. Bagaimana cara Kaspersky memanfaatkan channel komunikasi tersebut? Bentuknya seperti apa? Apakah porsi digital menjadi yang paling besar dibandingkan channel komunikasi lain? Berapa persen porsinya terahdap belanja markom Kaspersky?

Berikut daftar pertanyaan yang ingin saya ajukan:  
1. Latar belakang atau alasan membuka kantor perwakilan di Indonesia, mengapa baru sekarang? Apakah pasar kamera di Indonesia sangat menjanjikan? Mohon jelaskan.  
  
2. Bagaimana sebenarnya peta persaingan pasar kamera di Indonesia? Mohon jelaskan.  
  
3. Setelah ada kantor prinsipal di Indonesia, bagaimana dan berapa nilai bisnis selama hampir setahun di Indonesia untuk pasar kamera?  
  
4. Nikon dikenal dengan kamera yang menyasar target pro (SLR), saat ini sepertinya ingin menyasar target pasar yang bukan pro seperti remaja atau digital camera, apa alasannya?  
  
5. Seberapa besar pasar remaja atau anak muda sebagai target market pengguna kamera?  
  
6. Apa saja upaya atau strategi komunikasi dalam menggarap new market dari Nikon Indonesia (ATL, BTL, Brand activation, Digital, komunitas)?  
  
7. Bagaimana dengan pengguna lama atau kamera pro, apa saja program atau upaya untuk mempertahankan loyalitas customer?  
  
8. Setelah ada kantor perwakilan di Indonesia, ada perubahan yang signifikan terhadap kinerja Nikon? Kalau iya, berapa persen pertumbuhannya?  
  
9. Berapa pertumbuhan 2012 ke 2013 dari Nikon Indonesia?  
  
10. Kontribusi dari new market dan yang lama berapa masing-masingnya?  
  
11. Bagaimana dengan target penjualan setahun ke depan untuk 2014?