

**REPORT**  
**about conducting training on “Principles of Marketing for Textiles  
and Clothing companies”**

**Prepared by:**

**Ardasher Ibragimov,**  
ITC National Consultant  
Deputy General Director  
"Business Consulting Group"  
Tel: (992 92) 777 78 11

## **1. Project Description**

One-day training course on "Principles of Marketing for the textile and clothing companies" was organized under the "Trade Promotion Programme in the Republic of Tajikistan" carried out by the International Trade Centre (ITC) and funded by the Swiss State Secretariat for Economic Affairs (SECO).

The training was held consulting company trainers' "Business Consulting Group".

**Training objectives.** To get a general idea about the basics of marketing for the textile and clothing companies.

### **1.1. Acknowledgments:**

LLC "Business Consulting Group" is grateful for the cooperation of ITC staff and notes the high competence, qualified management and skills which were aimed at supporting the quality of this training.

### **1.2. Country/ Region:**

Tajikistan, Khujand

### **1.3. Time and venue of training:**

Conference hall of the restaurant Khushbakhti, from 9:00 to 17:00, March 2, 2012

**1.4. Beneficiaries or target groups**

Executives and marketing specialists of companies-beneficiaries, as well as other textile and clothing companies, academics.

**1.5. Number of training participants: 20 people**

The training was attended by 15 representatives of textile and clothing sector, representing 5 companies, representatives of consulting companies, teachers of PITTU and trainers. (Appendix 1)

**2. Evaluation of activities performed.**

**2.1. The methodology of training.**

During the training there were used the interactive learning using a mini-lectures, special exercises for the development and consolidation of knowledge and skills, and group discussion of marketing of state enterprises situation at present and its analysis, the development plan for the progress of marketing at T & C companies through the analysis of situations in the sales markets using professional experience. There were also conducted focus groups with participants in small groups to identify training needs of the beneficiaries of ITC in marketing.

**Particular the effectiveness of training imparted:**

- Consideration of specific adult learning
- Analysis of case study and practical examples from the practice of the industry
- Work in small groups to identify problems in the marketing of each company separately
- Application of "brainstorming" for the joint search for solutions to specific problems.

**2.2. Strengths**

- Cohesiveness of the ITC staff and Business Consulting for organizing and conducting training.

- Selection of participants with a good base of training, most of whom have practical experience in the textile and clothing industry, knowledge of the market, provided high impact of training
- Good mastering of the participants' theoretical and practical training material.

### 2.3. Weaknesses

Different levels of participants' professional training has led to some difficulties in conducting training

### 3. Focus-group results:

During the training there was conducted a focus - group with training participants. The object of the focus - group was to determine the current state of marketing at the T & C companies, identifying weaknesses, problems and suggestions of the enterprises for the marketing development with the help of ITC.

Results of focus-group are:

**"Leader"** company has indicated that the company's marketing requires deep analysis of the market, namely:

- Visits to exhibitions, fairs, T & C companies of other countries (Russia, EU), other regions to explore the foreign market;
- Need marketing specialists (highly skilled);
- It is necessary to organize the marketing department at the company.

Also they indicated possible assistance that ITC could do for the company: To organize a trip for a more thorough study of the foreign market and arrange meetings with interested companies (branded).

**LLC "Textile City"** considers its weakness in the marketing activities of company sales of products and wants to open a representative office in central cities and to work with chain stores, rather than intermediaries.

Company's representatives believe that the ITC could help them in organizing a regional company, or in the creation of a centralized group of experts, and funding for their activities, to increase existing capacity in the production of T & C products and bring to foreign consumers under the Tajik brand.

**LLC "Spitamen Textiles"** needs a highly paid marketing specialist with the mandatory English proficiency for their improvement in marketing.

Director of the company believes that the ITC can help the company to develop its marketing activities:

- Training of specialists in marketing, organizing training courses specifically for marketers to market research, brand development, product promotion, etc.
- To recruit a group of young professionals (after graduation) on a competitive basis and to prepare them for specialty marketing for T & C sector (10-12).
- Organize a visit (to invite) of entrepreneurs of T & C sector from specific region of Russia (Moscow, Ivanovo, Novosibirsk, Sverdlovsk), or representatives from all areas to familiarize themselves with the local branch of T & C, and for the possible establishment of joint ventures in the future. The entrance of Tajikistan to The Customs Union in the nearest future would be profitable for Russian entrepreneurs

**JSC "Zinat"** representatives think that the development of marketing in their company needs professionals, organization of travel for professionals in other countries that are potential markets for their products as well as to the foreign companies to examine their marketing practices, particularly in Russia and the EU. They also need an informative support about the internal and external markets.

JSC "Zinat" believes that ITC can help for the development of marketing in the company of providing data about the actual state of the T & C market, trend in the development and status of the T & C products in Tajikistan and in the CIS countries, particularly in Russia (Ural region, Siberian region). Invite potential business partners from the world known companies for cooperation and investment in the development of local garment enterprises.

**Teachers of PITTU** believe that in order to develop marketing in T & C companies ITC can help organizing the following events:

- To motivate companies to conduct marketing activities
- Provide guidance on the organizing the workforce of the marketing department

- Provision of services in carrying out marketing activities:
  1. Market research
  2. Market segmentation
  3. Product Positioning
  4. Design and branding

#### 4. Analysis of questionnaires to assess the effectiveness of training

Participants completed questionnaires to assess the effectiveness of the training, which evaluated training materials, trainers, and the organization of the training load with 5-point scale. (Appendix 2)

Analysis of the questionnaires showed that almost all participants evaluated the training materials and trainers are very good. Average evaluation of the material presented was - 4.94 and evaluation of the coach was - 4.94 scores. Although the time given for conducting training, estimated at 3.82 points, as a result, the participants evaluated the effectiveness of training on a scale of 5 on average 4.63 points, which is a high estimate.

#### Analysis of questionnaires to assess the effectiveness of training

Responses to the questionnaire: How do you evaluate the following? (average)

The organization of the seminar	4,88
Handout	4,94
The duration of the seminar	3,82
Loading	4,41
Trainer	4,94
Room for training	4,82

The following are participants' responses to other survey questions:

#### 1. Did training satisfy your expectations / goals?

- Yes, answered 19 participants

- No
- Partially, answered 1 participant

## **2. What topics would you like to add or delete?**

- How to conduct focus - group
- More in-depth study of marketing in other regions (foreign)
- More material on the promotion of domestic and foreign market, brand, market research
- It's necessary to complete applied practical material
- You need to add more exact application examples and data on the supply and demand for certain types of goods and services
- More accurate data on exports and imports of goods during the period

## **3. What did you like most about the workshop?**

- The material, methodology of conduction
- Find out the real problems of the enterprises
- The concept of the marketing factor
- General data of the textile cluster as a way of entering foreign markets
- The comparative study of the external and the internal market and marketing
- Discussions
- The division of the segmentation

## **4. What did you like least?**

- Limited time
- Everything was OK, but there was not enough time

## **5. Do we need to arrange a more detailed / in-depth seminar on marketing in this year? If yes, what topics would you like to add?**

- Yes, it should definitely
- It is necessary to organize a similar workshop for 2-3 days
- it's necessary to conduct a training on market research and product promotion this year
- Training on branding
- Training in market research

## **6. Any other comments / suggestions for the future.**

- To provide a forum and exhibition involving the leaders of chain stores of central cities in Russia, Ukraine and Belarus
- More workshops to attract more participants (companies)
- To arrange a meeting with Russian textile businessmen and local textile workers
- The text font of handouts at least 12 and no less, the small fonts on the tables
- I wish great success to your organization
- Need to work more closely with marketing specialists
- Closer cooperation with consulting companies
- Consumer Market research

## **7. Conclusion**

Despite the problems with electricity supply in the enterprises, all participants attended the training course before its completion. The training was successful, the participants were very active, had a very good discussion and debate.

**Список участников тренинга «Основы маркетинга  
для предприятий текстильной и швейной отрасли»  
2 марта 2012 г., г. Худжанд**

№	Ф.И.О	Должность	Компания	Контакты
1	Аминджонова М.	Менеджер	Текстиль-Сити	(92) 777 83 71
2	Абдурахимова М.	Модельер	Текстиль-Сити	(92) 836 00 89
3	Абдуллаева Х.Р.	Преп. ПИТТУ	ПИТТУ	(92) 706 36 32
4	Рахими Ш.	Преп. ПИТТУ	ПИТТУ	(92) 797 56 52
5	Орипов А.А.	Зам. директора	Текстиль-Сити	(918) 43 63 90
6	Яхьяев К.Н.	Зам. директора по ВЭД	ОАО «Зинат»	(92) 767 89 64
7	Шодиев Р.	Зам. директора по производству	ОАО «Зинат»	(92) 774 88 14
8	Султанов М.	Зам. директор	ООО «Лидер»	(92) 773 67 71
9	Вашева Дилбар	Менеджер	ООО «Лидер»	(92) 783 57 53
10	Худойбердиев Н.	Начальник пр-ва, технолог	ООО «Лидер»	(92) 777 73 67
11	Бакоев М.Х.	Генеральный директор	ООО «Спитамен Текстайлз»	(92) 760 80 90
12	Исомаддинов С.	Генеральный директор	ООО «Лидер»	(92) 777 16 84
13	Опиров М.	Зам. директора	ООО «Спитамен Текстайлз»	
14	Зиёбоев Ш.М.	Директор	ОАО «Зинат»	(92) 771 05 15
15	Алимов Р.	Ген. директор	ООО «Светлана»	(92) 771 40 70
16	Авезов А.Х.	Ген. директор	ООО «Бизнес Консалтинг Групп»	(92) 777 78 78
17	Ходжаев И.	Специалист по маркетингу	ОО «Мушовир»	(92) 756 00 38
18	Абдуразаков А.	Бизнес Консультант	ООО «Бизнес Консалтинг»	(92) 805 50 08
19	Ибрагимов А.А.	Национальный консультант	МТЦ	(92) 777 78 11
20	Расулзаде М.	Национальный консультант	МТЦ	(92) 751 40 70



## АНКЕТА оценки эффективности тренинга

### ФОРМА ОТЗЫВА УЧАСТНИКА

Данная форма оценки семинара разработана для оценки уровня Вашего удовлетворения семинаром, в котором вы приняли участие. Просьба, ответить на все вопросы. Это очень важно для нас в свете улучшения наших семинаров в будущем.

Название семинара: **«Основы маркетинга для предприятий текстильной и швейной отрасли»**

Дата: **02 марта 2012г.**

Место:

1. Удовлетворил ли семинар ваши ожидания, цели? Да  Нет  Частично

2. Какие темы вы хотели бы добавить или исключить?

---



---

3. Что больше всего понравилось вам в семинаре?

4. Что понравилось вам менее всего?

5. Как вы оцените следующее? (пожалуйста, отметьте галочкой соответствующую клеточку)

	<i>Хорошо</i>			<i>Плохо</i>	
	5	4	3	2	1
<i>Организация семинара</i>					
<i>Раздаточный материал</i>					
<i>Продолжительность семинара</i>					
<i>Нагрузка</i>					
<i>Тренер</i>					
<i>Помещение для семинара</i>					

6. Нужно ли организовать более подробный/углубленный семинар по Маркетингу в этом году? Если да, то какие темы вы хотели бы добавить?

7. Любые другие комментарии/пожелания на будущее

Пожалуйста верните эту форму перед уходом с семинара... Спасибо!

Ваше имя (не обязательно)

**Программа тренинга по теме: «Основы маркетинга для предприятий текстильной и швейной отрасли»**

Действия	Время		Краткое содержание
<b>Вступительное слово. Знакомство с участниками</b>	5 минут	09:00-09:05	Рассказать о проекте, его целях и задачах. Отметить, что в тренинге участвуют представители текстильной и швейной отрасли, а также представители исполнительного органа государственной власти и преподаватели ВУЗа, связанные с текстильной и швейной отраслью. Их активное взаимодействие в процессе тренинга приветствуется.
<b>Определение правил, выявление ожиданий от тренинга</b>	10 минут	09:05-09:15	Выявить ожидания участников от тренинга по Основам маркетинга и записать их на флипчарте.
<b>Выявление понимания темы тренинга со стороны участников (Мозговой штурм)</b>	10 минут	09:15-09:25	<p>Вопрос: Что такое маркетинг? Для чего необходим маркетинг в Вашей деятельности?</p> <p>Возможные варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наука о рынке (анализ рынка, перспективы рынка и т.д.)</li> <li>2. Навыки продаж и продвижение продукции</li> <li>3. Выявление потребности покупателей</li> <li>4. Требования рынка к продукции</li> <li>5. Конкуренция и цены</li> <li>6. Другие определения</li> </ol>
<b>Подведение итогов мозгового штурма</b>	10 минут	09:25-09:35	Тренер обобщает ответы, по возможности даёт объяснения каждому из обобщённых понятий, поясняет участникам цели и задачи тренинга. Знакомит участников с программой тренинга.
<b>Основные понятия маркетинга. (Презентация ррт.)</b>	55 минут	09:35-10:30	<p>Содержание презентации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое маркетинг?</li> <li>2. Принцип маркетинга</li> <li>3. Для чего необходим маркетинг?</li> </ol>
<b>Кофе-брейк</b>	15 минут	10:30-10:45	
<b>Стратегический маркетинг (Презентация ррт.)</b>	50 минут	10:45-11:35	<p>Содержание презентации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Исследования рынка</li> <li>2. Целевая аудитория</li> <li>3. Сегментация целевого рынка</li> <li>4. Жизненный цикл продукции</li> <li>5. Конкуренция</li> <li>6. Разработка стратегии</li> </ol>
<b>Проведение Фокус – группы для определения нужд бенефициариев МТЦ в маркетинге (групповое обсуждение)</b>	55 минут	11:35-12:30	<p>Проведение Фокус-группы</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Постановка цели и задач</li> <li>2. Выявление основных проблем компаний-бенефициариев проекта в маркетинге</li> <li>3. Пути их решения</li> <li>4. Чем может ИТС способствовать решению выявленных проблем</li> </ol>
<b>Обед</b>	60	12:30-13:30	

	минут		
<b>Энерджайзер.</b>	5 минут	13:30-13:35	Задача энерджайзера активизировать аудиторию для продолжения тренинга
<b>Факторы маркетинга. Набор средств, которые используются предприятием для связи с клиентами. (Мини-лекция).</b>	45 минут	13:35-14:20	Мини-лекция охватывает следующие вопросы: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Продукт</li> <li>2. Цена</li> <li>3. Продвижение</li> <li>4. Место</li> <li>5. Бюджет и контроль</li> </ol>
<b>План маркетинга (Презентация ppt.)</b>	45 минут	14:20-15:05	Тренер даёт общую информацию о разделах Плана маркетинга: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Резюме маркетингового плана</li> <li>2. Анализ рынка</li> <li>3. Задачи</li> <li>4. Стратегия маркетинга</li> <li>5. Программа действий</li> <li>6. Запланированные финансовые результаты</li> <li>7. Приложения</li> </ol>
<b>Дискуссия. Какие разделы маркетингового плана являются наиболее сложными для разработки?</b>	10 минут	15:05-15:15	Тренер подводит итоги дискуссии.
<b>Ознакомление с Кейс-стади</b>	15 минут	15:15-15:30	Тренер делит участников на группы, объясняет содержание кейса
<b>Кофе-брейк</b>	15 минут	15:30-15:45	
<b>Организация отдела маркетинга на предприятии (Мини-лекция и обсуждение)</b>	30 минут	15:45-16:15	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Необходимость в отделе маркетинга, в специалисте по маркетингу на предприятии текстильной и швейной продукции</li> <li>• Взаимосвязь с деловыми процессами</li> <li>• Основные требования к специалисту по маркетингу</li> </ul>
<b>Основные проблемы предприятий текстильной и швейной отрасли в маркетинге (Работа в группах обсуждение Кейс-стади)</b>	40 минут	16:15-16:50	Коллективный анализ обсуждения предложений, подготовленных в рабочих группах
<b>Подведение итогов, заполнение анкет, завершение тренинга</b>	10 минут	16:50-17:00	