



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

State Secretariat for Economic Affairs SECO
Государственный Секретариат Швейцарии по Экономике SECO



Правительство Республики
Таджикистан



International
Trade
Centre

Программа продвижения торговли в Таджикистане, Фаза III (2009-2012):

***Участие текстильных и швейных предприятий
Таджикистана в международных выставках***



Саидмумин Камолов
Национальный менеджер программы
Email: kamolov@intracen.org
г. Душанбе, 22 октября 2011г.



Веблог: www.itctj.wordpress.com



Что представляет собой МТЦ?

www.intracen.org

- Международный торговый центр (МТЦ) – это совместное агентство технического сотрудничества Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) и Всемирной торговой организации (ВТО).
- МТЦ оказывает техническую помощь по развитию торговли в развивающихся странах и странах с переходной экономикой.

Где мы находимся

Штаб-квартира в г. Женева, Швейцария.



Основные факты:

- Название проекта: Продвижение торговли в Таджикистане
- Фаза III: 2009-2012
- Исполнительное агентство: Международный Торговый Центр (МТЦ)
- Донор: Государственный секретариат Швейцарии по экономическим вопросам (SECO)
- Партнеры со стороны Правительства: Министерство экономического развития и торговли
Министерство энергетики и промышленности
- Дата завершения проекта: 31 декабря 2012 года



Общая цель:



Внести вклад в устойчивое расширение и диверсификацию экспорта предприятий МСБ в Таджикистане посредством повышения конкурентоспособности текстильной и швейной (“Т&Ш”) промышленности и улучшения инфраструктуры управления качеством в стране.

Содержание проекта:

Проект нацелен на достижение следующих *четырёх ближайших целей*:

- ***Ближайшая цель 1:*** Оказать поддержку заинтересованным сторонам Т&Ш промышленности в принятии стратегического подхода по развитию сектора;
- ***Ближайшая цель 2:*** Способствовать лучшему пониманию требований региональных и глобальных рынков Т&Ш, его возможностей и проблем предприятиями, Правительством и поставщиками услуг данного сектора;
- ***Ближайшая цель 3:*** Повысить потенциал предприятий Т&Ш промышленности и поставщиков услуг, вовлеченных в данный сектор, в части разработки продукции и маркетинга; и
- ***Ближайшая цель 4:*** Повысить потенциал органов СКАМ, СФС, ТБТ и регулятивной инфраструктуры.

Компонент 1:
Секторальная
поддержка

Компонент 2:
Инфраструктур
а управления
качества

ПРОЕКТ МТЦ: интегрированный подход для повышения конкурентоспособности





Таджикская делегация во время учебной поездки в г.Париж и поездки по сорсингу в Китай, 2010г



Миссии МТЦ по улучшению дизайна и качества продукции

*«Смотреть выставку –
значит узнавать,
учиться, разбирать,
мыслить, а не просто
гулять, смотреть и
отдыхать»*

Д.И. Менделеев

Наша роль в вашем успехе

ПЛАНИРОВАНИЕ

ПОДГОТОВКА

УЧАСТИЕ

Наша роль в вашем успехе

ПРОЕКТ МТЦ - отбор рынка и выставки: РОССИЯ

Россия: Выставка ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ, с 27-ого по 30-е сентября, 2011 г.

- Россия выбрана в результате рыночного исследования
- Текстильлегпром - все категории продукции, производимые участвующими компаниями
- Текстильлегпром - доступ ко всему рынку РФ, в разрезе всех регионов
- Текстильлегпром - покупатели различных уровней и категорий (импортеры/агенты/дистрибьюторы/торговые центры/оптовики и т.д.)
- Текстильлегпром - возможность прямой продажи и получения более высокой выгоды



Наша роль в вашем успехе

ПРОЕКТ МТЦ - отбор рынка и выставки: ПАРИЖ

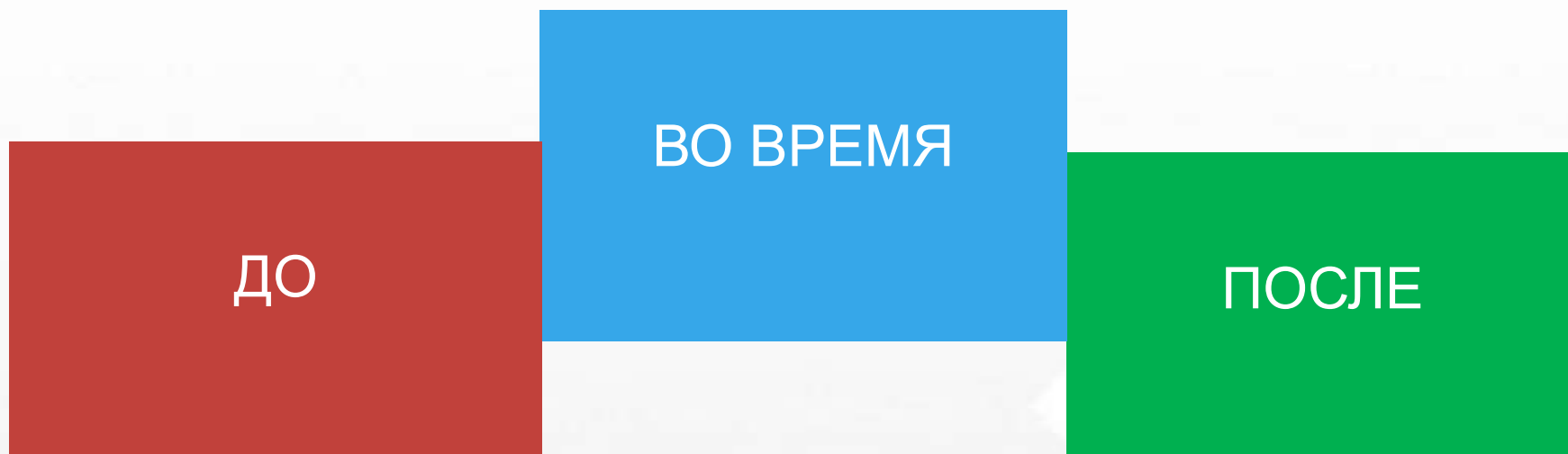
Париж: Выставка Ethical Fashion Show (EFS) с 1 по 4 сентября, 2011г.

- Париж выбран в результате ознакомительного визита - потенциал построен на уже полученных контактах и исходных данных
- EFS - ориентирована на товары народного промысла, сделанные вручную и с высокой добавленной стоимостью. НО не только на продукции сделанной вручную
- EFS - ориентирована на передачу навыков регионов на господствующие тенденции международного рынка
- EFS – показ мод + торговая выставка: одежда и домашние принадлежности
- EFS - выставочные товары на международном уровне для особых клиентов, заинтересованных в продукции и известных компаний



Наша роль в вашем успехе

ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ:



ВЫСТАВКИ?

ДО УЧАСТИЯ

1. Исследование - данные по модным трендам и стилям в разрезе целевого рынка
2. Разработка и совершенствование новой продукции - обзор и доработка
3. Подготовка маркетингового материала - изготовлено в соответствии с рынком и видом торговой выставки

МАРКЕТИНГОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ДО

- **Для участников обеих выставок**
 - Визитные карточки
 - Образцы
 - Фотографии высокого разрешения
- **Для участников выставки в РФ**
 - Таблицы с техническими данными
 - Открытки
- **Для участников выставки в Париже**
 - Открытки
 - Буклеты
 - Наброски и эскизы

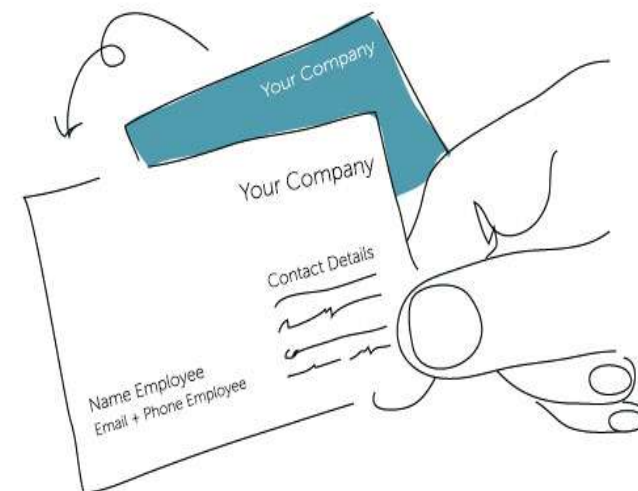


ДО ТОРГОВОЙ ВЫСТАВКИ

ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ

Необходимая информация

- Ваше имя
- Телефон с кодом страны (+992)
- Веб-страничка
- Адрес
- Название компании, логотип (при наличии)
- На английском языке (и на русском, для участников выставки в Москве)



Не забудьте о первом восприятии

- Всегда используйте стандартный размер
- Матовое исполнение, качественная бумага
- Элегантный, но простой дизайн

ДО ТОРГОВОЙ ВЫСТАВКИ

ФОТОГРАФИЯ ПРОДУКЦИИ

- Очень важно иметь качественные фотографии вашей продукции
- Тем самым вы наглядно покажете свой бренд и его историю
- Вы должны рассматривать это в качестве инвестиции в ваш бизнес и в ранге налаживания контактов с талантливыми фотографами



ДО ТОРГОВОЙ ВЫСТАВКИ

ФОТОГРАФИЯ ПРОДУКЦИИ

- Ваши фотографии должны быть предельно просты
- Ваша продукция не должна выделяться на фоне, а должно быть с ним в гармонии
- Узнайте, кому предназначена ваша продукция. Фотографии продукции должны быть связаны с потенциальными покупателями
- Фотографии продукции должны вызывать желание: Желание обладать вашей продукцией, желание быть рекламной моделью вашей продукции, желание перенять эмоцию, что на фотографии





ЛИДЕР



ГУЛИСТОН



ЗИНАТ



ДИЛОРОМ



ЕКУТ-2000

ВО ВРЕМЯ ВЫСТАВКИ

КАК ОБЩАТЬСЯ С ПОКУПАТЕЛЯМИ

1. Ключевые вопросы:
2. поприветствуйте посетителя, спросите кого он представляет, попросите визитную карточку
3. Спросите, что он/она за покупатель? - розничный торговец/оптовик/импортер/агент по продажам и т.д.
4. При себе имейте маленький вопросник: имя, названия компании, вид делопроизводства, страна, условия бизнеса, вид желаемого контракта (FOB/CMT/дизайн продукции/коллекция), наличие электронной почты/контактных данных = ЖУРНАЛ
5. Покажите интерес в понимании нужд во время показа или просмотра образцов (подойдите к тем, кто по Вашему проявил интерес или желает поговорить).
6. Какие материалы следует давать в виде раздаточных?
7. Будьте готовы к вопросам со стороны покупателей...

ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ВЫСТАВКИ

ОТСЛЕЖИВАНИЕ

1. Сдерживайте обещания
2. Выполняйте обещания по срокам, данным покупателям
3. Будьте оперативны, регулярно отвечайте на письма покупателей
4. Немедленно сообщайте покупателям о каких-либо изменениях в образцах либо сроках производства

Период отслеживания даст вам понять, удастся ли ВАШ
БИЗНЕС ИЛИ НЕТ

Покупатели ценят **НАДЕЖНОСТЬ** и **ОПЕРАТИВНОСТЬ**, и у
вас есть только **ОДИН ШАНС!!**



Участие таджикских предприятий в международных выставках Ethical Fashion Show, Париж (1-4 сентября 2011г) и «Текстильлегпром», Москва (27-30 сентября 2011г)



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

State Secretariat for Economic Affairs SECO
Государственный Секретариат Швейцарии по Экономике SECO



Правительство Республики
Таджикистан



International
Trade
Centre

Спасибо за внимание!

www.itctj.wordpress.com

