

# «УСПЕХ? – ДА! РАБОТА? – ДА! ТВОРЧЕСТВО – ДА!»


## «ТРИКОТАЖ-ЖАККАРД»

### И.П. Амосова Т.Н.

Таков девиз руководителя семейного предприятия Татьяны Николаевны Амосовой из города Ковров, Владимирской области!



В № 24 журнала FMD, в достаточно подробной редакционной статье, были освещены достижения предприятия, действующий ассортимент, география поставок продукции. Если коротко: предприятие, основано в 1993 году; специализация — одежда для детей от младенческого возраста — до 10 лет...; география — от Москвы до Томска, Архангельска, Анапы; призовые места в конкурсах регионального и федерального значений; Свидетельство от «Ростест-Москва» (экспертная организация, основанная в 1975 году) и Золотой Знак Качества (на 2 года) под девизом: «ЛУЧШЕЕ ДЕТЯМ». Честно говоря, осталось немало вопросов, которые хотелось бы задать снова успешно продвигающейся фирме на нашем многогранном российском рынке. Татьяна Амосова дала согласие на интервью (с Гл. редактором Нателлой Агаревской) в этом номере FMD также.

Добрый день... +  =

**FMD:** Татьяна Николаевна! Прежде чем выстроить свои вопросы, я решила посмотреть несколько сайтов. Случайно вошла на страницы переписки одного из сообществ (чего, практически, не делаю). И была поражена тому, что потребителями продукции предприятия пожелали стать и молодые мамы, в том числе имеющие свой бизнес. Вот, некоторые цитаты: «Я себе тоже хочу. Интересно, а можно на не очень крупного человека заказать?»; «У дочки

моей подруги такой же комплект. В жизни смотрится намного лучше, чем на фото и он очень теплый»; «Буду заказывать, точно. И для магазина тоже. Оригинальный дизайн. Думаю — будет пользоваться спросом»; «Симпатичные вещички! Мне сарафаны понравились!»; «Заказываю сразу все: свитер «Заполярье», шапку — «Заполярье» — после Нового Года. С наступающим...!»; «Интересно, а на подкладке — можно заказать изделие? Чтобы можно было бы носить его при малом минусе?»; «Качество изумительное. Хочу — ВСЕ»

Уже в этих цитатах есть вопросы и ожидания. Как Вы могли бы прокомментировать и ответить на них?! Т.А. Я, знаете, бывает, и сама засматриваюсь на малыша, одетого в костюм от «Трикотаж-Жаккард», с тем же теплом, что и на мои эскизы, которые делаю с большой любовью. Меня особенно радует, что воплощение моей модели, практически всегда: 1 в 1 соответствует задуманному образу, который потом несут в моих моделях дети и подростки. То есть характер + поведенческая культура (если хотите). Ведь такие рисунки — они подчинены воспитывающим традициям,

несущим определенную положительную энергетику. Очень приятно, что молодые родители поняли и оценили задачи, которые мы ставили и ставим перед собой с целью удовлетворения потребностей наших клиентов. Да, Вы правильно подчеркнули, что молодые мамы, имеющие свой бизнес — являются также и потребителями продукции. Именно они очень активно, с разных позиций изучают покупательский спрос, в своем регионе. Сопоставляют спрос розничного покупателя со своими предпочтениями, а зачастую доносят свои положительные эмоции и выводы до своего конечного

потребителя. Ведь работа, приносящая удовольствие — это счастье. Кто, как не дети, вызывают положительные эмоции. А эмоции — это двигатель творчества. Да, и торговли тоже. **FMD:** Какие новые специальные предложения появились у «Трикотаж-Жаккард»: по ассортименту, по возрастным категориям; по тематике движения бренда, и для простоты выбора, приоритетов (наверное) в общении с заказчиком, в том числе? Каков на сегодняшний день состав волокон в полотнах? Также с учетом сезонности? Т.А. Насчет девиза: он прежний — «СВЯЗАНО С ТЕПЛОМ!». В сезоне 2010-2011 года производство «Трикотаж-жаккард» по просьбам потребителей расширило размерную линейку, начиная с ростовки от 68 и т.д. до 140. Что касается ассортимента, то здесь мы идем в ногу со временем. Много новых интересных изделий: ветровки, кардиганы, сарафаны, платья, многослойные юбки. Цветовая гамма — спокойная, по-моему, мнению она идеально сочетается с верхней зимней одеждой и обувью других производителей. Основной тенденцией является комбинирование жаккардового трикотажа с другими тканями, материалами и структурами. Например, с плащевкой, натуральным мехом. Состав волокна прежний, разумеется и с экологичностью волокон все в порядке. Подкладочные ткани и ма-

териалы (отвечая на вопрос из блога) — они из хлопка, полиэстера и меха, что дает возможность носить изделие почти круглый год. Надеюсь, что это направление расширит сезонность продаж. **FMD:** Какова логистика продвижения продукции? Т.А.: Наша логистическая система основывается на прямых связях с потребителем и не имеет каких-либо оптово-посреднических фирм. Основная цель отдела продаж — формирование заказов, доставка товара в нужное место, в нужное время. **FMD:** Готовите ли Вы специалистов по этому профилю и другим в рамках своего производства, или направляете на дополнительное обучение, или предпочитаете взять квалифицированного взрослого специалиста? Каков в целом штат предприятия и есть ли представители в регионах? Т.А.: Разумеется, что готовые специалисты, да еще и с опытом работы, интересуют нас — работодателей в первую очередь. Но так как, таковых скажем, маловато, то приходится учить самим. Предприятие, по российским меркам, небольшое, около семидесяти человек. Представительства в столице пока не имеем, но необходимость с каждым годом все растет **FMD:** Продукция Вашего предприятия вполне может быть востребована за рубежом. Я также рада пригласить Вас с коллекцией на показы в рамках СРМ в Москве осенью этого года. Полагаю

это только начало международных деловых проектов?! Готовы ли Вы к ним? Т.А.: Отвечу коротко: очень ждем, очень хотим показать себя, надеемся на успех! **FMD:** Жаккард (я уже повторяюсь) — это, довольно сложное полотно и в технологическом процессе тоже. Есть ли намерения создания коллекции с минимальным использованием жаккардового переплетения или без него? Или Вам скучно без жаккарда?! Какую живительную силу Вы в нем видите? Как художник? Т.А. Ваш вопрос вызывает улыбку. Конечно, без жаккарда скучно! Понимаете, изделия для детей должны быть детскими, т.е. они должны быть живыми, читаемыми и интересными для них. Помимо красочных узоров, соизмеримых с размером детской ладошки, мы используем трудоемкую ручную отделку (мережку, жгуты, кисти, косы и бахрому). Каждая коллекция имеет свой сюжет, как в сказке. Да, сложный технологический процесс, но в этом и смысл, что его невозможно повторить в ручной домашней вязке. **FMD:** Является ли полезным FMD? Т.А.: Да, конечно, журнал FMD является очень полезным для профессионалов в индустрии моды. Впрочем, советую читать всем, независимо от того, кто ты: дизайнер, другой специалист или потребитель. **FMD:** Не ограждаете ли Вы себя, Ваших коллег по цеху от излишней информации, с тем, чтобы сохранить

свой художнический прицел на определенную тему? Т.А.: Я бы назвала художнический прицел на определенную тему ключом успеха производства «Трикотаж — Жаккард». Считаю, что жаккардовые мотивы никогда не выйдут из моды — это как маленькое черное платье от Габриель Шанель. Ежедневный информационный поток только помогает поставить точку! При завершении очередной коллекции, понимаешь: то, что ты сделал — АКТУАЛЬНО. Во всяком случае — так происходит в «Трикотаж-Жаккард». **FMD:** Да, я Вас понимаю. Когда-то нас направляли на курсы повышения квалификации в Союз журналистов. Я туда приходила, слушала и задавалась вопросом: что это я теряю время — и это я знаю, и об этом я слышала, и об этом имею представление. Но потом, досидев до конца, приходила к выводу: «Супер, АГА, стало быть, я не отстала!» Каким образом можно наиболее полно ознакомиться с ассортиментом продукции Вашего предприятия и наиболее оперативно связаться со специалистами «ТРИКОТАЖ-ЖАККАРД» из города Коврова, Владимирской области. Т.А.: Всегда рады ответить на все вопросы по тел./факс 8-(49232) 9-35-80, 9-73-74 тел. моб. контакт. 8-916-146-74-87, 8-915-777-80-28, 8-916-295-42-95 С уважением, Амосова Татьяна Николаевна — Генеральный директор «ТРИКОТАЖ-ЖАККАРД»

