

Kotex®



Рекламная кампания «Расцветай вместе с Kotex»



Историческая правда



1872

Джон Кимберли открыл бумажную фабрику, где был изобретен материал - целлюкотон.



1920

Компания Kimberly-Clark, выпустила на рынок **первые одноразовые женские прокладки**. Так появилась на свет торговая марка «Kotex», название звучало как пароль, понятный только женщинам.



2009

В 2003 году сделан **революционный дизайн упаковки**, который выделяет товар на полке, маскирует от мужчин и дарит положительные эмоции в эти дни.

«Kotex» - это...

В начале второго тысячелетия компания Kimberly-Clark запустила глобальную кампанию **«Красная точка»**, которая с небольшими изменениями и по сей день успешно идет по всему миру. **Сейчас «Kotex» – это яркая и стильная упаковка, широкий ассортимент, удобство и комфорт.**

Основываясь на этой информации, чувствуя стиль торговой марки – мы предлагаем **креативную концепцию программы** лояльности для сотрудников торговых точек:

«Расцветай с «Kotex»



Общая информация по акции

Акция проведена ONYX для ООО «KIMBERLY-CLARK» в период с 15 февраля 2010 года по 30 апреля 2010 года на территории 25 городов РФ. Охвачено работой 2260 торговых точек.

Цели акции:

- Расширение ассортимента , наличие не менее 6 SKU
- Увеличение размещения «Kotex» на «Золотых полках»
- Визуальное доминирование в точках

География акции:

Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Ижевск, Иркутск, Краснодар, Красноярск, Набережные Челны, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Саратов, Тула, Тюмень, Уфа, Хабаровск, Челябинск, Ярославль, Архангельск, Калининград, Брянск, Владивосток.

График акции:

- Анонсирующий визит: 15 февраля – 28 февраля
- Оценочные визиты (6 визитов): 1 марта - 9 апреля (один визит = одна неделя)
- Таинственный покупатель: 22 марта – 26 марта (вовремя 4 оценочного визита)
- Подведение итогов (итоговая отчетность): 12 апреля – 23 апреля
- Вручение подарков: 26 апреля – 5 мая

Целевая аудитория

Целевая аудитория: Лица, принимающие решения в ТТ - товароведы, продавцы



Креативная концепция: «Расцветай с «Kotex»»

Весна – самое необыкновенное и яркое время года. Сама природа пробуждается после холодной зимы, расцветает и дарит молодость и красоту каждой женщине.

Весной женщины тщательнее следят за своей внешностью, обновляют гардероб, могут кардинально изменить макияж, приобретают новые украшения и аксессуары.

«Kotex» помогает женщинам расцветать, встречает весну вместе с ними, дарит радость и положительные эмоции.



«Расцветай с «Kotex»»

Акция создала интерактивность, вовлеченность сотрудников благодаря выращиванию цветущего растения, подарила заряд весеннего настроения.

Для потребителей вызвала положительные весенние эмоции, спозиционировала торговую марку как современную, отвечающую веяниям сезона.



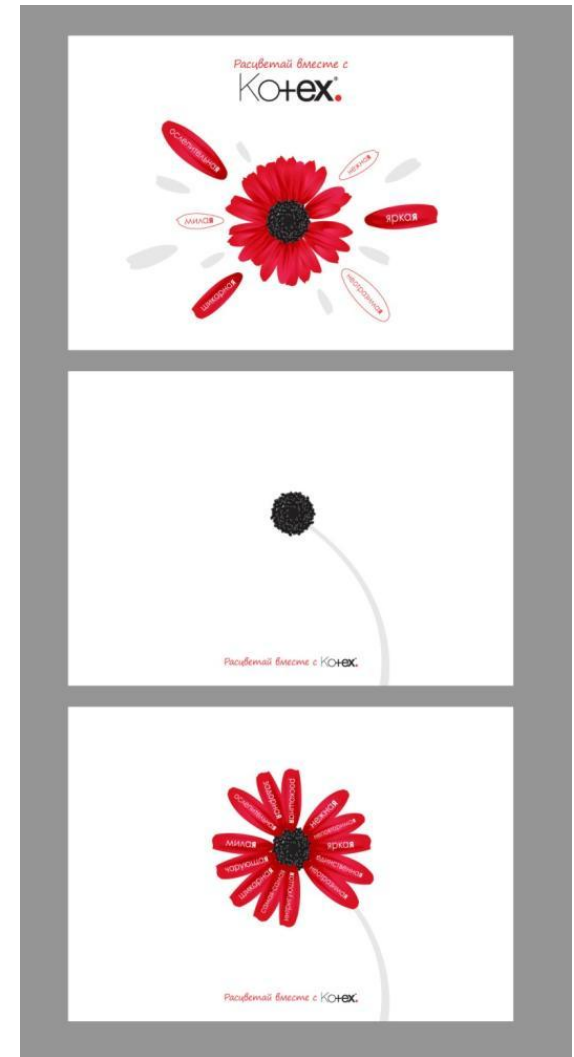
Игровой момент

Одна из полос паспорта торговой точки включала в себя игровое поле. Это придавало программе эмоциональность, интерактивность, позволяло сформировать лояльность участников.

На паспорте изображена гербера, лепестки которой представляют собой место для наклеек. В ходе программы участницы накапливали баллы и получали наклейки для «расцветания»: милая, романтическая, яркая, веселая, неотразимая, шикарная и т.д.

С каждым новым лепестком герберы «участницы расцветали». Если участница собрала все лепестки, она получала дополнительные баллы.

Собрав весь цветок, «участницы расцветали»!

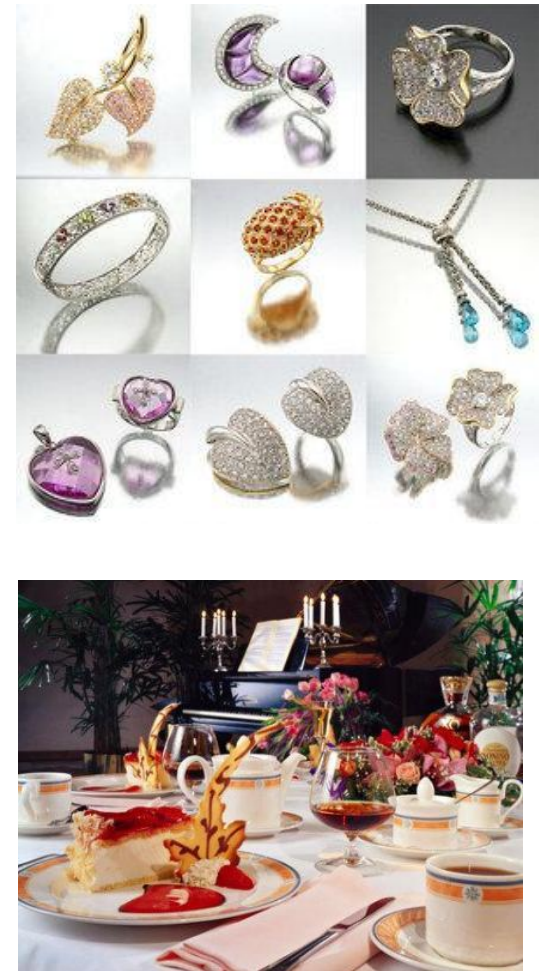


Призовой фонд

Участники могли накапливать баллы и получать более ценные подарки.

Призы по итогу программы:

- Сертификат на ужин в ресторане на сумму 1000 руб. и 1500 рублей
- Сертификат ювелирного салона на сумму 1000 руб. и 1500 рублей
- Сертификат магазина обуви и аксессуаров на сумму 1000 руб. и 1500 рублей
- Сертификат магазина сумок на сумму 1000 руб. и 1500 рублей



1. Представленность продукции ТМ Kotex, анализ показателей

Представленность продукции ТМ Kotex, анализ показателей

Анонсирующий визит

«Наличие не менее 6 SKU прокладок Kotex для критических дней» = 24,35%
«Наличие товара в ТТ Kotex Young» = 74,85%
«Доля Kotex в ассортименте отдела Женской гигиены» = 0%

1 визит

Прирост показателя «Наличие не менее 6 SKU прокладок Kotex для критических дней» = **+24,25%**
Прирост показателя «Наличие товара в ТТ Kotex Young» = **+8,89%**
Прирост показателя «Доля Kotex в ассортименте отдела Женской гигиены» = 0%

2 визит

Прирост показателя «Наличие не менее 6 SKU прокладок Kotex для критических дней» = **+34,61%**
Прирост показателя «Наличие товара в ТТ Kotex Young» = **+11,02%**
Прирост показателя «Доля Kotex в ассортименте отдела Женской гигиены» = **+0,65%**

Представленность продукции ТМ Kotex, анализ показателей

3 ВИЗИТ

Прирост показателя «Наличие не менее 6 SKU прокладок Kotex для критических дней» = **+ 38,83%**

Прирост показателя «Наличие товара в ТТ Kotex Young» = **+ 15,65%**

Прирост показателя «Доля Kotex в ассортименте ЖГ» = **+1,31%**

4 ВИЗИТ

Прирост показателя «Наличие не менее 6 SKU прокладок Kotex для критических дней» = **+42,26%**

Прирост показателя «Наличие товара в ТТ Kotex Young» = **+ 17,04%**

Прирост показателя «Доля Kotex в ассортименте ЖГ» = **+1,68%**

5 ВИЗИТ

Прирост показателя «Наличие не менее 6 SKU прокладок Kotex для критических дней» = **+ 45,06%**

Прирост показателя «Наличие товара в ТТ Kotex Young» = **+ 17,05 %**

Прирост показателя «Доля Kotex в ассортименте ЖГ» = **+2,09%**

6 ВИЗИТ

Прирост показателя «Наличие не менее 6 SKU прокладок Kotex для критических дней» = **+ 44,97%**

Прирост показателя «Наличие товара в ТТ Kotex Young» = **+ 16,06 %**

Прирост показателя «Доля Kotex в ассортименте ЖГ» = **+2,04%**

Представленность продукции ТМ Kotex

1. Наличие не менее 6 SKU прокладок для критических дней ТМ Kotex

Показатель, характеризующий степень представленности 6 SKU прокладок для критических дней ТМ Kotex на анонсирующем визите составлял 24,35%, к первому оценочному визиту представленность значительно увеличилась, и на протяжении всех последующих визитов продолжала расти. Уровень прироста, относительно анонса, за всю программу составил 44,97%. Такой скачок объясняется заинтересованностью ТТ в программе, в желании заработать большее количество баллов.

2. Наличие Kotex Young в торговых точках

Динамика увеличения представленности Kotex Young на протяжении всей программы прослеживается и характеризуется стабильным приростом, в среднем на 10% в каждый из визитов (уровень прироста за всю программу = 16,06%). Представители ТТ в момент прохождения программы отметили повышение покупательского спроса на этот вид продукции, что привело к более активному осуществлению закупок в полном ассортименте в данной категории товара и в более крупных объемах.

3. Доля Kotex в ассортименте отдела женской гигиены

Средний показатель доли Kotex в ассортименте ЖГ за всю программу увеличился на 2 единицы. В целом, от визита к визиту прирост наблюдается, и показатели возрастают достаточно существенно. Недостаточно высокое увеличение показателя объясняется несколькими причинами: количество SKU конкурентов (Procter&Gamble) в ТТ выше и занимает лидирующие позиции в общем ассортименте продукции; после запуска проекта активность конкурентов так же увеличилась, что отразилось на значениях данного показателя.

2. Полочное пространство ТМ Kotex, анализ показателей

Полочное пространство ТМ Kotex, анализ показателей

Анонсирующий визит

«Kotex на золотой полке» = 58,04%
«Отдельная целая Золотая полка Kotex» = 0%
«Доля полки Kotex» = 23,40%

1 визит

Прирост показателя «Kotex на золотой полке» = +11,11%
Прирост показателя «Отдельная целая Золотая полка Kotex» = 0%
Прирост показателя «Доля полки Kotex» = +1,44%

2 визит

Прирост показателя «Kotex на золотой полке» = +12,51%
Прирост показателя «Отдельная целая Золотая полка Kotex» = +1,43%
Прирост показателя «Доля полки Kotex» = +1,88%

Полочное пространство ТМ Kotex, анализ показателей

3 ВИЗИТ

Прирост показателя «Kotex на золотой полке» = **+16,46%**
Прирост показателя «Отдельная целая Золотая полка Kotex» = **+4,96%**
Прирост показателя «Доля полки Kotex» = **+1,94%**

4 ВИЗИТ

Прирост показателя «Kotex на золотой полке» = **+16,54 %**
Прирост показателя «Отдельная целая Золотая полка Kotex» = **+6,34%**
Прирост показателя «Доля полки Kotex» = **+1,99%**

5 ВИЗИТ

Прирост показателя «Kotex на золотой полке» = **+17,36%**
Прирост показателя «Отдельная целая Золотая полка Kotex» = **+5,89%**
Прирост показателя «Доля полки Kotex» = **+2,0%**

6 ВИЗИТ

Прирост показателя «Kotex на золотой полке» = **+17,47 %**
Прирост показателя «Отдельная целая Золотая полка Kotex» = **+5,68%**
Прирост показателя «Доля полки Kotex» = **+2,08%**

Полочное пространство ТМ Kotex

1. Представленность Kotex на Золотой полке

Представленность Kotex на золотой полке в начале проекта имела достаточно высокий показатель 58,04% и на протяжении всего проекта увеличивалась в положительную сторону (прирост составил 17,47 %). Такая положительная динамика объясняется стремлением ТТ выполнять условие программы и проявлением лояльности по отношению к ТМ Kotex.

Высокие показатели и их прирост на протяжении всей программы были достигнуты за счет повышения лояльности представителей ТТ к ТМ Kotex, а также с помощью мотивации участников к выполнению условий программы и успешному ее прохождению.

2. Отдельная целая Золотая полка

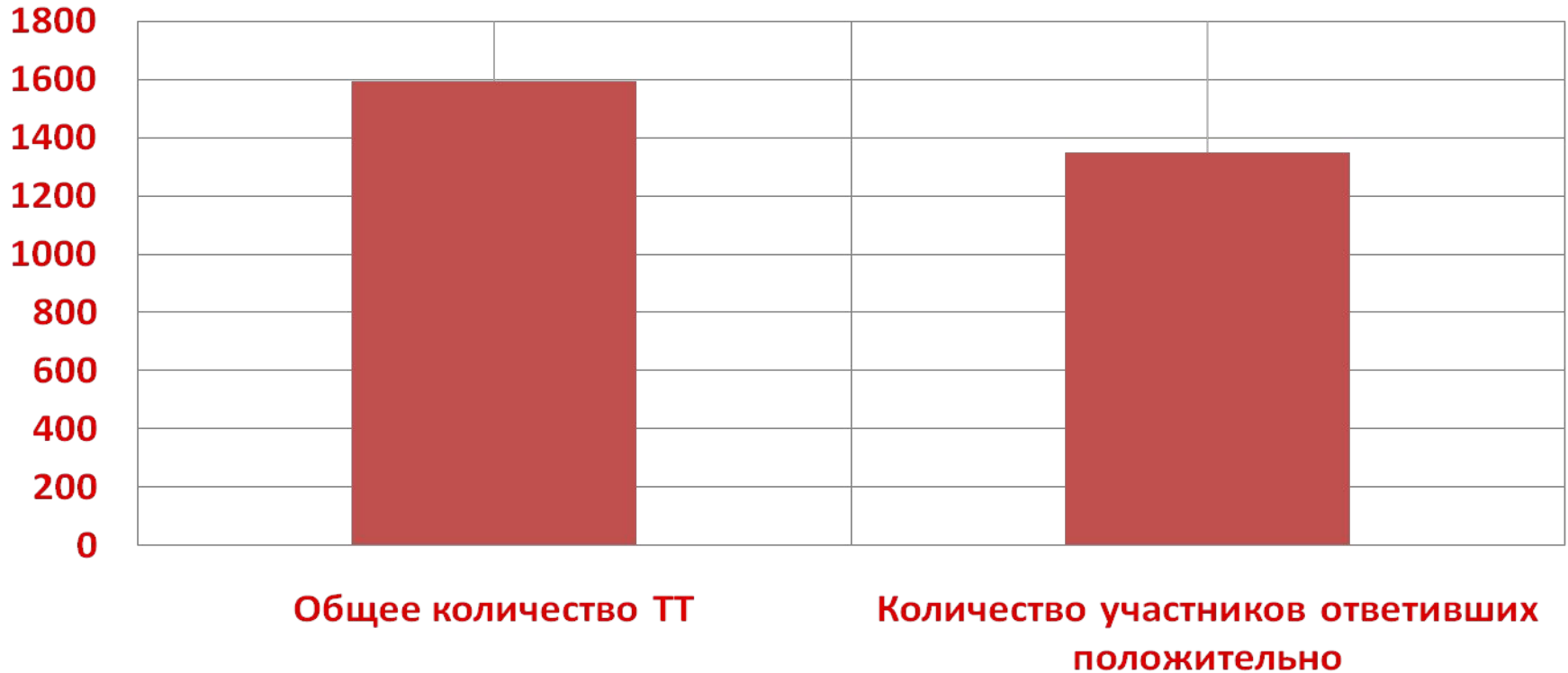
В ходе программы, ассортимент ТМ Kotex завоевывал приоритетные места расположения в ТТ. К завершению проекта ТМ Kotex была расположена на отдельной золотой полке в среднем в 5,68% торговых точек.

3. Доля полки Kotex

Общий средний показатель доли полки Kotex, по итогам программы, достиг 2-х единиц. На протяжении всего проекта уровень показателя меняется незначительно, но является весомым результатом, так как высокий уровень SKU продукции конкурентов (Procter&Gamble), представленных в ТТ, а также эксклюзивное правообладание полочным пространством в рамках отдельных торговых точек не позволили завоевать более выгодные позиции.

3. Тайнственный покупатель

Таинственный покупатель

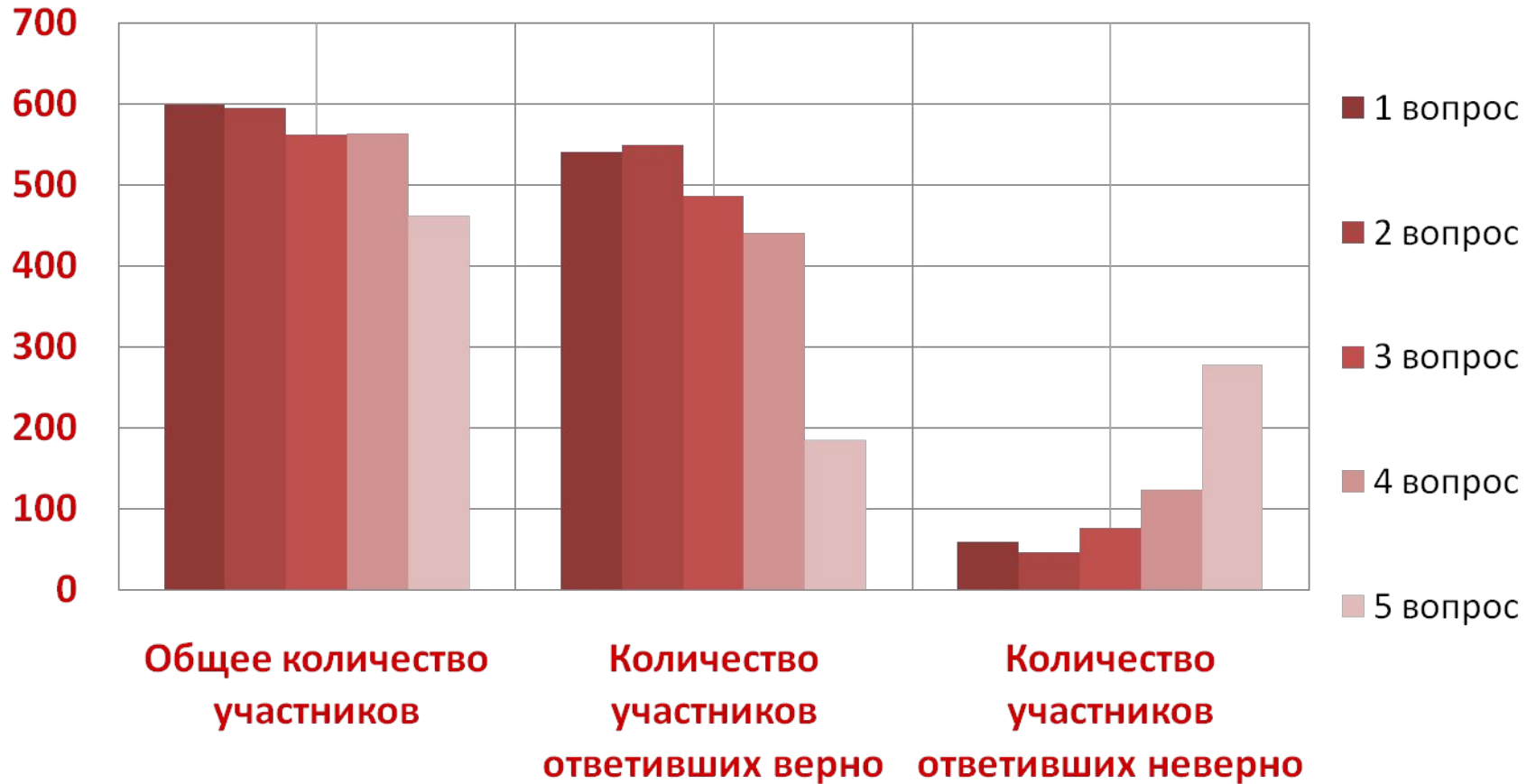


Общее количество ТТ, участвующих в посещении «тайным покупателем», составило 1 591. Из них положительный результат по посещению «тайным покупателем» отслеживается в 85% ТТ адресной программы. Представители данных торговых точек рекомендовали новинку Kotex Young и справились с проверкой успешно.

4. SMS-викторина

SMS-викторина. График.

SMS -викторина



SMS-викторина.

Для того чтобы заработать **дополнительные баллы**, участники могли поучаствовать в **sms-акции**.

В рамках программы еженедельно участницам приходили sms-сообщения с вопросами, правильные ответы на которые давали гарантированные дополнительные баллы.

Всего рассылается **5 вопросов**. За каждый верный ответ точке начисляется 3 балла.

Отправки sms осуществлялись еженедельно, по средам. Рассылки начинались после первого оценочного визита. Итого, каждая точка могла набрать 15 дополнительных баллов.

ВОПРОСЫ:

- **Первый вопрос:** Какой цветок «дарят» женщинам прокладки Kotex для критических дней Нормал? Варианты ответов: 1ромашка, **2гербера**, 3застра)
- **Второй вопрос:** Какой механизм использован для снятия оболочки с тампонов Kotex (**1поверни и открой**, 2согни и достань, 3отверни и оторви)
- **Третий вопрос:** Какую толщину имеют супертонкие ежедневные прокладки Kotex? (**1-1**, 2-2, 3-3 мм)
- **Четвертый вопрос:** Как зовут девочку – подростка с упаковки Kotex Young? (**1Кита**, 2Кати, 3Катя)
- **Пятый вопрос:** Сколько лет исполняется марке Kotex в 2010 году? (1-80, **2-90**, 3-100 лет)



5. Вручение призов

Вручение призов. Итоги.



Одними из главных положительных организационных моментов проекта участники выделили:

- возможность выбора подарка,
- разрешение заказа подарка при минимальном количестве набранных баллов=165,
- а также гарантированное получение заказанных призов.

Предпочтения по накопительному призу в каждой ТТ были индивидуальные, но, по общим данным, среди выбранных подарков, явное предпочтение участники отдали косметическим средствам, а также аксессуарам и ювелирным украшениям.

Общее заключение

Итоги и результаты проведенной Акции можно охарактеризовать как высокие и положительные.

Это можно утверждать, исходя из полученных по городам показателей и приросту по ним в соотношении от анонсирующего к последнему визиту.

По показателям уровня представленности прирост за всю программу составил:

- наличие не менее 6 SKU прокладок для критических дней ТМ Kotex = **44,97%**
- наличие Kotex Young в торговых точках = **16,06%**
- доля Kotex в ассортименте женской гигиены = **2,04%**

По приросту показателей уровня представленности ТМ Kotex на золотой полке:

- представленность Kotex на Золотой полке = **17,47 %**
- отдельная целая Золотая полка = **5,68%**
- доля полки Kotex = **2,08%**

Высокие показатели и их прирост на протяжении всей Программы были достигнуты за счет повышения лояльности представителей ТТ к ТМ Kotex, а также с помощью мотивации участников к выполнению условий программы и успешному ее прохождению.

Общее заключение

- Аналитический отчет по этапу Программы «Таинственный покупатель» показал положительные результаты, более 85% представителей ТТ прошли его успешно.
- На протяжении всего проекта участникам была предоставлена возможность ответить на вопросы sms-викторины и заработать дополнительные баллы. В викторине активно приняло участие более 500 человек, из них верные ответы дали более 400, что свидетельствует о хорошей осведомленности и достаточном уровне знаний о ТМ Kotex среди представителей ТТ.
- По итогам проекта участники, набравшие необходимое количество баллов, были награждены сертификатами.



Автоматизация контроля KPI рекламной кампании

В ходе реализации рекламной кампании были введены показатели KPI (ключевые показатели эффективности) для оценки поставленных целей. Это наличие 6 SKU на полке, представленность продукции на «золотой полке» и достижение визуального доминирования фирменного оформления перед конкурентами.

KPI позволило производить контроль активности в реальном времени. KPI и мотивация помогли создать эффективную систему стимулирования участников акции.

Показатели KPI послужили индикаторами «правильности» прохождения рекламной кампании. Отслеживание показателей в режиме реального времени происходило с помощью интернет программы «Репорт сайт», написанной специально для данной акции.

Автоматизация контроля КРІ рекламной кампании

Аудиторы (операторы) в каждом городе проведения программы вносили данные по ТТ после каждого визита в специальную форму интернет отчета программы Report-site.

Итоговые показатели вычислялись на основе внесенных данных в автоматизированном режиме. На основе полученных данных программа проводила сравнение результатов текущих визитов с предыдущими, после чего делались выводы по эффективности рекламной кампании в определенном городе или ТТ. При этом участники акции через СМС и на сайте информировались о своих баллах в зависимости от достижения заданных КРІ.



Расцветай вместе с

Котех.



ЛОГИН

boss

ПАРОЛЬ

.....

ВОЙТИ

Ссылка сайта: <http://spring-promokotex.ru/>

Логин: admin

Пароль: x1I9b8A7

Комментарии участников акции

Екатеринбург

Участники были в восхищении от полученных подарков и особенно от оперативности в получении приза. Многие участники сказали, что уменьшать товарный запас не будут и по прошествии программы.

Калининград

Комментарии участников: «очень рады»; «подарки понравились»; «не ожидали, что действительно в конце акции получим призы»; «такие акции нужны»; «готовы участвовать в других подобных программах».

В ходе данной программы увеличился объем продаж, расширился ассортимент, некоторые участники впервые узнали о существовании прокладок Kotex Young. Участники довольны работой мерчендайзеров, улучшилась выкладка продукции.

Краснодар

«мы рады что приняли участие в акции с Kotex!»; «Не первый раз участвуем в подобных акциях, и в дальнейшем обязательно примем участие с ТМ Kotex!»; «побольше бы таких акций!»

Комментарии участников акции

Красноярск

Призеры программы с удовольствием принимали участие в реализации проекта, во время вручения призов мерчендайзеры слышали массу приятных слов в адрес организаторов программы. Участников, большинство которых составляли женщины, порадовал выбор организаторов в плане подарков, большинство участниц в качестве желаемого приза выбрали сертификаты в магазин сумок, более 20 женщин порадовали себя покупкой новой сумочки. Больше всего, конечно, ценны те эмоции, которые получили участники во время вручения подарков, многие говорили о желании поучаствовать в подобных мероприятиях вновь.

Пермь

Очень много было отзывов от заведующих аптеками, что продажи продукции ТМ Kotex значительно выросли.

Участники выразили благодарность компании Kimberly-Clark и просили, по-возможности, привлекать и в дальнейшем к участию в подобных акциях, т.к. акция и продажи поднимает и подарки приятно получать.

Саратов

Все ТТ, которые получили подарки, были счастливы. Говорили слова благодарности, а также спрашивали, будет ли продолжение данного проекта.

Комментарии участников акции

Самара

Многие ТТ с удовольствием принимали участие в программе, т.к. это не требовало больших дополнительных усилий. Их радовало, что все выкладки и размещения осуществляются силами мерчендайзеров. Многие открыли для себя продукцию Kotex и стали ее активнее заказывать, увидели, что при большем ассортименте продукция раскупается лучше. И также были очень довольны при получении подарков, которые сами же и выбирали для себя, что доставило немало хороших минут, о чем свидетельствуют фотографии довольных участников с подарками.

Ярославль

Участникам программы понравилась акция, они говорили, что все было очень интересно. Когда мы связывались с ними, чтобы уточнить какие-либо детали, участники всегда интересовались итогами результатов, и, когда узнавали, что набрали большое количество баллов, радость умножалась в десятки раз. Было очень приятно поднять человеку настроение, вручив ему подарок, в ответ конечно же слышали слова благодарности. Участники говорили, что если бы такие акции походили чаще, то жить было бы веселей и интересней 😊. Было приятно.

Комментарии участников акции

Здравствуйте уважаемые коллеги!

Хочу поблагодарить команду "Ваше здоровье" и маркетинговую службу компании за проведение акции "Здоровье с котом", особенно за внимательное принятие. Выполнив все условия акции было не сложно, поэтому с удовольствием буду участвовать в последующих акциях.

Мария Витальевна
Татарская

18.05.10

ЗАО
"Аптека "Здоровье"
ул. Октябрьская, 127
тел.: 23-00-59

Я, Гвоздь Светлана Ивановна,

приняла участие в акции "Здоровье с котом".

За время акции узнала кое-что для себя новое (оказалось "Котех") - много для ассоциативной рекламы.

Организацию акции на высоком уровне, регулярные посещения сайта маркетологов Юлии, грамотная организация, интересные задания в сайте - все это мне и благодарю. Буду я охотно делиться. Буду еще раз участвовать в подобных акциях "Здоровье".

С наилучшими пожеланиями всем организаторам акции - всем ООП. Анна 18.05.10

С.И. Гвоздь

18 мая 2010 года

Комментарии МП Kimberly-Clark

Волгоград

Со своей стороны хотим отметить, что МП Kimberly-Clark помогали нам при решении спорных ситуаций, при общении с Участниками, за что хочу выразить Владимиру Лаврищеву, Светлане Коротовой, торговому представителю Олесе огромную благодарность. На протяжении акции от них не поступало замечаний по выкладке и оформлению витрин, приятно было слышать хвалебные отзывы. Мы бы с радостью продолжили работу на проектах Kimberly-Clark!

Калининград

В ходе программы сложились хорошие отношения с МП компании Kimberly-Clark Евгением Катыровым, им были высказаны положительные отзывы в адрес наших мерчандайзеров: «Я сегодня посетил несколько торговых точек, где Ваши девочки поработали – СУПЕР, молодцы девушки навели нереальную красоту. Мне очень понравилось!!! Спасибо, так держать!»

Комментарии МПТ Kimberly-Clark

Омск

«Алена, добрый день!

У нас завершилась акция «Расцветай вместе с Котекс». Организация и проведение акции, а также подбор персонала вашим агентством, обеспечено на самом высоком уровне. Нареканий со стороны клиентов не было. По итогам программы, значительно увеличилась дистрибьюция ТМ Котекс в аптечном канале (100% адресная программа), в большинстве точек продукция ТМ Котекс размещена на «золотых полках», расширен наш ассортимент. Количество вовлеченных сотрудников аптек также имеет высокий показатель.

Благодарю Вас за взаимовыгодное сотрудничество и надеюсь на дальнейшее партнерство.

С уважением,

Елпатьевский Дмитрий,

Территориальный Менеджер по продажам, Омск моб. +7 913 970 34 02

e-mail: dmitry.yelpatyevsky@kcc.com»



Фото-отчет по некоторым городам

Архангельск. Полочное пространство ТМ Kotex. Фотоотчет

«ДО»

«ПОСЛЕ»



Брянск. Представленность продукции ТМ Kotex, Фотоотчет

«ДО»



«ПОСЛЕ»



Екатеринбург. Полочное пространство ТМ Kotex, Фотоотчет

«ДО»



«ПОСЛЕ»



Воронеж. Вручение призов



Екатеринбург. Вручение призов





Примеры РОСМ-материала



Демонстраторы женских ежедневных прокладок Kotex



Оформление полок Kotex



Демонстратор тампонов Kotex



Воблер Kotex Ультра Сорб



Паспорт участницы



Условие	Баллы
Получено на сайте в 30 секунд Kotex? для оформления заявки	10
Получено письмо в личном кабинете Kotex? введя	20
Выполнено задание "Набери баллы" - выполнено задание "Котекс и твой стиль"	30
Выполнено задание "Котекс и твой стиль" - выполнено задание "Котекс и твой стиль"	50
На сайте выполнено задание "Котекс и твой стиль"	10
Получено 1 электронное письмо от Kotex?	10
Получено 4 электронных письма от Kotex?	30
Получено письмо от Kotex (Платформа)	10
Выполнено задание "Котекс и твой стиль" по выполнению задания "Котекс и твой стиль" (заполнение по итогам задания)	10
Открыт аккаунт в 30 секунд (30 секунд на выполнение задания)	10

Сумма баллов	Призы
от 100 до 300	Оригинальный ежедневный набор для гигиены Оригинальный ежедневный набор для гигиены
от 300 до 500	Оригинальный ежедневный набор для гигиены Оригинальный ежедневный набор для гигиены
от 500 до 1000	Оригинальный ежедневный набор для гигиены Оригинальный ежедневный набор для гигиены

*Сроки действия акции: 2010 год, с 15.03 по 15.05.2010. Акция проводится по адресу: Участковый 2010 и 2010. Акция проводится по адресу: Участковый 2010 и 2010. Акция проводится по адресу: Участковый 2010 и 2010.

Kotex.
Выполни условия акции, получи призы и расцветай вместе с Kotex!



Оригинальный ежедневный набор для гигиены



Оригинальный ежедневный набор для гигиены



Косметический набор для гигиены



Оригинальный ежедневный набор для гигиены



Оригинальный ежедневный набор для гигиены

*Сроки действия акции: 2010 год, с 15.03 по 15.05.2010. Акция проводится по адресу: Участковый 2010 и 2010. Акция проводится по адресу: Участковый 2010 и 2010.

Пользователь	Состояние баллов					
	1 балл	2 балл	3 балл	4 балл	5 балл	6 балл
Анна						
Екатерина						
Ирина						

Расцветай вместе с Kotex.





Уважаемые Партнеры!

Выражаем Вам искреннюю благодарность за плодотворное сотрудничество по акции «Расцветай с Kotex».

Мы уверены, что цели акции были достигнуты благодаря четкому пониманию с Вашей стороны поставленной задачи, креативному подходу и грамотному исполнению.

Надеемся, что, учитывая опыт и отличные результаты, мы сможем и далее развивать наше сотрудничество.

Желаем нам с Вами интересных идей, творческого подхода ко всем проектам и новых горизонтов!

Дарья Александрова, Trade-marketing manager

ООО Кимберли Кларк

Россия, 115054, Москва, Космодамианская наб., 52/1

Тел. (495) 725-4384, Факс (495) 725-4390