

Гран При ЮВЕЛИРНЫЙ ЦЕНТР «АЛЕКСАНДРИТ № 1» ТВЕРЬ

Быть лучшим, первым, уникальным – а именно такой магазин получает Гран При конкурса «Лучший ювелирный магазин года» – с каждым годом становится все сложнее.

**Чем еще можно удивить искушенную ювелирную общественность?
В чем секрет сегодняшнего победителя конкурса?**

В первую очередь, как нам думается, в его человечности.

Ориентированности на людей. Будь то покупатель, сотрудник или партнер. В каждом, с кем сводит жизнь и бизнес, Сергей Евгеньевич Рыбаков, генеральный директор ювелирного центра «Александрит № 1», видит Человека. Уважает, ценит и принимает со всеми его слабыми и сильными сторонами. Хотя безграничное творчество всегда и во всем тоже, конечно, никто не отменял.



Сергей Евгеньевич, добрый день. Сначала разрешите поздравить вас с победой в конкурсе. Для вас это было ожидаемое признание или приятная неожиданность?

Могу показаться нескромным, но в этом году мы шли за победой. Компания уже не раз принимала участие в конкурсе. Магазины сети «Александрит» получали премии в различных номинациях. Что касается салона «Александрит № 1», который получил Гран При, в его успехе сегодня

мы все были уверены – стремились к этому на протяжении последних нескольких лет, доводя проект до совершенства. Расширяли перечень услуг (сегодня их 18), оттачивали методику работы с персоналом, совершенствовали способы подачи (презентации) коллекций... Последним штрихом было увеличение площади и завершение реконструкции торговых залов. Когда стало очевидно, что мы успеваем закончить все работы как раз к конкурсу, сомнений в успехе не осталось.

Ваша ювелирная сеть довольно обширна. Чем интересен «Александрит № 1»? Почему вы делали ставку именно на него?

На сегодняшний день у нас 19 салонов. Понятно, их число постоянно меняется: закрываем менее рентабельные в местах с неоправданно высокой арендой, открываем новые, перспективные. Хотя по большей части у нас торговые площади в собственности – благодаря этому легче выживать на рынке.

«Александрит № 1» – это наш первый магазин. С него началась наша сеть. Его можно назвать экспериментальным. Именно в этом салоне мы запускаем, апробируем новые коллекции, новые проекты и новые услуги. Он был открыт в 1996 году и занимал на тот момент всего 15 квадратных метров. Затем мы перепрофилировали соседние площади и создали второй ювелирный зал – 30 квадрат-



ных метров. Потом в подвальных помещениях открыли ювелирную мастерскую, ломбард, скупку, комиссионторг. Но это был далеко не предел – мы мечтали о настоящем ювелирном центре: большом, просторном, разноплановом... Наконец в 2015 году мы приобрели соседние площади, расширились до 200 квадратных метров и начали реконструкцию. А за год до этого, в 2014-м, перед самым магазином открыли Свадебный сквер площадью 130 квадратных метров. Это уникальный для города и ювелирной отрасли проект.

Салон занимает колоссальные площади!

Да, теперь мы можем себе позволить достойно презентовать ювелирные коллекции и обслужить посетителей. В Белом зале – зале Свадебного сквера – широко представлена обручалка, диадемы, аксессуары, подарки и сувениры к свадьбе. Здесь же нашли свое место изделия из серебра. Золотой зал зонирован: бриллиантовая группа, часы, изделия с полудрагоценными камнями, цепи, браслеты. Shop in shop – в зависимости от тематики – размещается и в Золотом, и в Белом залах.

Одна из достопримечательностей нашего салона – Комната невесты. Ее мы задумали совместно с нашим партнером – компанией «Жемчужное подворье». Здесь невеста может облачиться в свадебное платье, выйти в зал и подобрать под наряд украшения. Интересно, что изначально





эта комната предназначалась именно для невест, но постепенно стала очевидна ее ценность при подборе украшений под деловой костюм, вечернее платье. Выбор ювелирных изделий зависит в том числе от формы ворота одежды, длины рукава и так далее. А ювелирные изделия возврату и обмену не подлежат... Значит, выбирать изделие, особенно дорогое, нужно наверняка. И наряд, с которым предстоит его носить, – первый в этом деле помощник.

Демонстрационный зал новинок – это своеобразный выставочный зал. Ранее ничего подобного не было ни в одном ювелирном салоне. Здесь мы в течение 2–3 месяцев презентуем новые изделия 5–6 производителей. Рекламируем их в соцсетях, СМИ. Демонстрационный зал – это исключительно удобный формат. Посетители ювелирных магазинов часто интересуются: где представлены новинки. И продавцы вынуждены водить их по залам, точно выбирая с витрин последние коллекции. А в нашем случае вполне закономерный интерес покупателя удовлетворяется сразу. Кому нужны последние работы ювелиров – сразу направляется в Демонстрационный зал...

Это аналог выставочного зала для живописных полотен, где художники представляют свои последние шедевры. В ювелирном искусстве тоже есть что показать, есть своя мода, свои тренды... В зале постоянно идет ротация изделий. Сегодня здесь представлены работы YAKUTBRILLIANT, Style Avenue, GEVORKYAN, МЭЮЗ, «Уральской ювелирной компании»... Затраты по презентации ювелирных новинок мы берем на себя. Иначе как

покупатели узнают ювелирные бренды? Смогут отследить изменения ювелирной моды?

Большой популярностью в салоне пользуется Платиновый кабинет (vip-зал). Он не очень велик по площади, но совершенно роскошен! Это единственный vip-зал в Тверской области. Мы переживали, что посетители могут неуютно себя чувствовать в нем из-за возможной пугающей холодности и вычурности, поэтому постарались сделать зал красивым и лаконичным. К счастью, нам это удалось. Здесь все продумано и просчитано до мелочей: тон стен, штор, зеркальные поверхности... Получилось гармонично. Молодожены проводят фотосессии в интерьере Платинового кабинета. Посетители с удовольствием проходят сюда, примеряют изделия, заказывают чай-кофе. Мы очень рады, что в таком формате можем обслуживать клиентов.

Во время последней реконструкции вы многое изменили?

Стиль магазина мы сохранили. Это была наша принципиальная позиция: когда магазин создается не с нуля, когда он успешен и признан покупателями, нельзя менять его концепцию. Поэтому мы изменили цветовую гамму, модернизировали торговое оборудование, освещение, но стиль остался неизменным. К слову, свет – это именно то, что влияет на продажи ювелирных изделий. Поэтому все магазины сети «Александрит» оборудованы современными светодиодными системами. Никому не советовал бы экономить на свете!



Такие внушительные площади нужно чем-то заполнить... Кто ваш покупатель? На какие изделия он ориентирован? Кто поставщики?

«Александрит № 1» всегда был ориентирован на сегмент luxury и на средний уровень. А наш покупатель всегда ценил нестандартный дизайн ювелирных изделий, оригинальные решения. Однако в свете экономических событий последних лет предпочтения покупателей несколько изменились. Сегодня выбор украшений зачастую ориентирован не на вкус, а на кошелек. Средний класс сократился, эконом – увеличился. Luxury, можно сказать, сохранился, но стал более прагматичным, расчетливым. Клиент выбирает изделие за 200 тысяч, а торгуется (честное слово, как на рынке), требуя дополнительную скидку в 100 рублей. Конечно, время нас сделало более гибкими, лояльными, но такая позиция вызывает недоумение... Тем не менее можно констатировать, что в «Александрит № 1» люди приходят в основном за изделиями дорогими и выше среднего. Показательна в данном случае статистика продаж серебра. В текущем году серебряных изделий было продано меньше, чем в прошлом, а средний чек вырос.

Работаем мы с более чем 250 поставщиками. Конечно, не одновременно: с кем-то сотрудничаем, потом на время сокращается взаимодействие, в какой-то момент возобновляется... В этом вопросе мы наблюдаем некоторую цикличность. Если говорить про ключевых партнеров, то среди них «Соколов», «Арина», «Гранд», «Алькор», «Эстет», Style

Avenue... Мы плотно сотрудничаем с питерской компанией «Дворец обручальных колец». У нее оригинальные двусплавные изделия, востребованные кольца с алмазной гранью. Работу выполняют быстро, под заказ. Благодаря грамотному онлайн-ресурсу всегда можно видеть складские запасы. Это удобно.

В вопросах взаимодействия с производителями для нас первоочередную роль играет актуальность ассортимента (мы представляем украшения от самых недорогих до luxury), качество изделий, ценовая политика и, конечно, условия сотрудничества.

Интересно, как вам пришла идея создания Свадебного сквера?

Эта история берет начало с лета 2007 года, когда мы решили провести акцию для молодоженов: по выходным дням выставляли рядом с магазином «Александрит № 1» зонтик (как в летних кафе) и дарили молодым подковы на счастье. Нужно сказать, это производило на людей грандиозное впечатление! Молодые люди радовались, делали фотографии на фоне магазина. Так начала формироваться традиция – после загса молодожены приезжали к нашему салону за счастливой подковой и праздничной фотосессией.

Но нам было очевидно, что фасады и торговый зал ювелирного магазина – не тот фон, который нужен для памятной фотографии. А зонтик – только временный летний аксессуар. Поэтому мы решили создать в центре города островок





любви, где могут встречаться пары, а молодожены – приезжать на фотосессию после загса.

Для начала установили рядом с магазином легкую конструкцию – остановились на ротонде, где можно в любое время года встречать молодоженов. Затем увековечили свадебный сувенир – подкову: на ее фоне можно сделать прекрасные фотографии! Под подковой разместился «Кладезь желаний», где пары загадывают заветное желание.

Сегодня в Свадебном сквере при вручении подковы играет марш, есть книга регистрации новобрачных, молодоженов приветствуют красивые девушки в белых нарядах (предусмотрена одежда зимняя и летняя).

Нас часто спрашивают, сколько стоит фотосессия и организация торжества в сквере. Отвечаем: для всех это мероприятие бесплатно независимо от того, совершали молодожены покупки в нашем салоне или нет...

Сквер, подарки, подкова, «Кладезь желаний»... Это серьезные инвестиции! В наше экономически непростое время все стараются экономить...

Вы верно заметили – это инвестиции. Но инвестиции в том числе в настоящее и будущее нашего бизнеса! Сегодня идет борьба за клиента. Основной вопрос: как среди столь обширного предложения на ювелирном рынке склонить покупателя к выбору именно вашего салона?

Давайте порассуждаем: молодые пришли после загса в наш сквер, сфотографировались на «Кладезе желаний», получили в подарок подкову, убрали ее в семей-

ный архив. Проходит время. Семья фотографируется в памятном месте через год, пять, десять лет... Потом приходит с детьми. Люди меняются – заветное счастливое место на фотографиях остается неизменным. В семейном архиве хранится подкова, проходит 20, 30 лет, и она становится легендой. Вырастают дети, они тоже хотят получить свою подкову на счастье. Они помнят «Александрит № 1» с детства, и, не исключая, когда вырастут и примут решение обзавестись семьей, продолжат семейную традицию – придут в «Александрит №1». Таким образом, Свадебный сквер – это маркетинг на генном уровне, если хотите.

Наш сквер и салон становятся частью семейной жизни горожан. Так зарождаются традиции, рождаются легенды. Людям нужно не просто продавать ювелирные изделия – им нужно дарить сказку. К тому же мы работаем не только на прибыль, но и на социальный проект. Если бы каждый магазин облагородил небольшой кусочек земли, представляете, какая маленькая Швейцария была бы создана в городе, в России?

Предприниматели должны нести социальную ответственность, работать не только на себя, но и на общество в целом. Как только эта истина будет усвоена и принята подавляющим большинством, ситуация в стране и в мире изменится к лучшему.

Люди чувствуют отношение к себе. И в конечном счете предпочтут обратиться в ту компанию, где думают об их комфорте, где к ним относятся по-человечески.



Ваша компания известна не только своими социальными проектами, но и ноу-хау, направленными на повышение качества обслуживания, удобство клиентов.

Вы имеете в виду карточки «АлександритКа»? Они появились несколько лет назад, когда еще в широком обиходе в нашей стране не было понятия «Подарочные карты». Эту идею я позаимствовал в Эстонии. Правда, в эстонском варианте это был просто лист бумаги с напечатанной денежной суммой. Это меня не устроило. Сами посудите, если на карте указан номинал, получается, что я опять-таки дарю деньги, что не во всех случаях корректно. Да и не всегда хочется, чтобы адресат сразу видел, сколько именно денег ему вручили. Поэтому мы разработали программное обеспечение и снабдили подарочную карту чипом – получился аналог банковской карты. Человек может прийти в любой магазин нашей сети и положить на карту любую сумму. Воспользоваться картой и сделать покупку можно также в любом магазине сети.

Более того, совсем не обязательно тратить всю сумму сразу. Можно израсходовать часть денег, остаток пока сохранить на карте – до следующего посещения салона. Можно расплатиться частично картой, частично наличными. Можно пополнить счет и передарить карту. Кстати, карты не имеют срока давности – совершенно необязательно реализовывать их сразу...

На сегодняшний день существует три вида и соответственно три разных дизайна карт: «Для уважаемых», «Для любимых» и «Для родных». «АлександритКи» вкладываются в специальные подарочные конверты – «Цветочницы» (це-

ты, в которые вложена подарочная карта «АлександритКа»). Получается прекрасный подарок!

Все, что вы изложили, исключительно удобно для покупателей. Но какая выгода для вас?

Во-первых, в любом случае это привлечение клиентов. Человек получает в подарок «АлександритКу» – ему хочется узнать, сколько же денег положено на карту? И он приходит в магазин. Не исключено, что ему сразу что-то приглянется. Но даже если он не созрел и откладывает покупку на год-два, компания уже имеет беспроцентный кредит в виде положенных на счет денег...

Чтобы вершить такие дела, нужна команда. Кадровый вопрос для вас актуален?

Кадровый вопрос, думаю, актуален для всех. Хорошие специалисты всегда на вес золота. Но в нашей компании он не стоит так остро. У нас есть менеджер по персоналу. Вопросы по приему, введению в ювелирный бизнес и контролю отточены. Проблема мотивации, как мне кажется, решена. Но, с другой стороны, каждый раз думаем, как ее усовершенствовать.

Простите, а как удалось решить проблему мотивации?

Тут все зависит от категории сотрудников. Если мы говорим о продавцах-консультантах, здесь мотивация строится на интересе, на конкуренции внутри команды конкретного магазина. Это порождает конкуренцию между коман-





дами магазинов внутри сети, что, в свою очередь, влечет за собой конкуренцию среди магазинов города и области – так называемая «пошаговая конкуренция».

Начинаем с малого. Кто сколько продал товара, какого именно: золота или серебра, какой средний чек, реализованы ли дополнительные продажи (дополнительный чек)? Далее – как ведет себя продавец, когда нет рядом руководства? Для этого заказываем услугу «Тайный покупатель». Если продавец нерадивый – не отрывается от стула при появлении клиента, ленится лишний раз продемонстрировать товар, рассказать о нем, пытаемся понять причину. Возможно, это разовый прокол, возможно, у человека проблемы, например, в семье и ему можно просто по-человечески помочь. Возможно, он перерос свое нынешнее положение и ему нужно дать попробовать развиваться дальше. А может быть, ему просто надоело нынешнее место работы – тогда мы расстаемся. В конце концов, все мы люди, и всё рано или поздно нам может надоест.

Когда человек приходит на новую работу, он испытывает колоссальный подъем. Ему всего хочется, все интересно. Потом интерес падает, и он работает, как робот: все знает, все умеет и... перегорает. Иными словами, сначала он работает на компанию, потом против нее – своим нежеланием работать лишает ее клиентов и продаж. Но, повторюсь, работников в этом нельзя винить – это свойство человеческое. А наша задача – постоянный контроль, чтобы ничто не мешало развитию компании.

Что же касается сотрудников, работающих на топовых позициях, управленцев, тут работает иная мотивация – не конкуренция, а, напротив, сплочение, единство целей и задач.

Какие требования вы предъявляете к продавцам при приеме на работу?

У нас разработана детализация приема на работу. Все начинается с заполнения анкеты – анкеты внимательно изучаем на предмет ошибок, смотрим на образованность претенденток. Затем – личная беседа, что называется, глаза в глаза. Тут очень важно, в чем пришел человек: в деловом костюме или в спортивном после катка, ухожены ли руки, аккуратен ли макияж. Иными словами, понимает ли он, где, с каким товаром и какой публикой ему предстоит работать. Обращаем внимание, какие вопросы задает соискатель. Если его интересует только зарплата, смысла принимать его на работу нет – надолго он не задержится. Если все в претенденте устраивает – назначаем вторую встречу, на которой обсуждаем детали сотрудничества.

Затем следует этап обучения и стажировки на рабочем месте (к новичку прикрепляется опытный сотрудник, который его курирует) и сдача экзамена. Только после этого сотрудника отпускаем в «самостоятельное плавание».

Каждый продавец должен знать значение ювелирных изделий, понимать, как их производят. Мы стараемся показать сотрудникам производство, демонстрируем учебные фильмы. Каждый год проводим конкурс на звание лучшего продавца с вручением ценных подарков.

Покупатели сегодня в большинстве своем подкованы в ювелирном деле. Порой начинают проверять продавца на профпригодность. Если сотрудник недостаточно осведомлен, плавает в материале или отвечает невпопад, мало того, что он сам будет иметь бледный вид, так еще и репутация магазина пострадает.



Бывает, что вы сразу отказываете соискателю на место продавца? Дело не доходит даже до первичной анкеты?

Бывает и такое. Как показывает наш опыт, работа в ювелирном магазине принципиально отличается от работы в некоторых других видах торговых предприятий. Отличается менталитетом, стилем общения, даже громкостью голоса! Чтобы никого не обидеть, конкретизировать не буду. Но то, что предыдущее место работы имеет для нас принципиальное значение, – это факт!

Для построения ювелирной империи «Александрит» сделано очень многое. Но стагнация – явно не ваша стезя. Что еще вы запланировали? Куда в ближайшее время направится вектор развития?

Сейчас решаем важнейшую задачу – продвижение новых коллекций с помощью видеороликов. Хотим поставить дело так, чтобы продавцы презентовали новинки в демонстрационном зале, а трансляция шла на экраны, установленные во всех магазинах сети в разных городах региона. В идеале это должно работать так: ролик сняли в «Александрите № 1» в Твери. Покупатель пришел в магазин нашей сети, расположенный, например, в Торжке. Поинтересовался новинками. Ему включили видеоролик. Одно из увиденных изделий его заинтересовало. Он оформил заявку. Изделие через несколько дней доставили в Торжок. Покупатель повторно пришел в магазин. Примерил изделие. Подумал и принял решение: покупать или нет. Если покупка не совершилась – изделие отправляют обратно в Тверь.

Несмотря на то что посетитель не купил изначально понравившееся изделие, он побывал в магазине дважды! Скорее всего, выбрал для себя что-то иное. И с большой долей вероятности придет в третий раз: узнать, какие новинки появились в продаже. Кстати, не исключено, что он совершит еще покупку.

В идеале хочется, чтобы подобные видеоролики можно было смотреть даже не в магазинах сети, а на сайте нашей компании, не выходя из дома. И чтобы демонстрировали новинки, рассказывали о них продавцы, которых покупатель потом увидит в торговых залах наших магазинов. Мы не приглашаем артистов для съемок. В записи участвует наш коллектив. Во-первых, продавцы, готовясь к ней, получают дополнительные знания о коллекциях каждого поставщика. Во-вторых, это повышает доверие покупателя к компании: он видит продавца на экране, а потом уже знакомое ему лицо – в торговом зале. Это вызывает реакцию друга – ему хочется, чтобы его обслужил уже известный ему продавец.

Первый опыт записи такого демонстрационного ролика уже есть. Правда, без трансляции в другие города. Кроме того, предстоит еще поработать над сценарием – он непременно должен быть интересным. У нас есть представление о том, что хочется получить на выходе, но до совершенства еще далеко. Так что будем работать!

Ювелирный центр «Александрит № 1»

Тверь, Тверская пл., 9
+7 (4822) 35-72-35



КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ

КАК ИЗДЕЛИЯ С ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ ОТ
«КРАСНОСЕЛЬСКОГО ЮВЕЛИРПРОМА»
СТАНУТ ЗАЛОГОМ УСПЕХА И ОТЛИЧНОЙ РЕПУТАЦИИ
ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА?

Ювелирный завод «Красносельский Ювелирпром» хорошо известен своим партнерам по столовому серебру и изысканным украшениям из серебра и золота. В центре ювелирного мира, конечно, изделия с драгоценными камнями. Ведь зачастую ювелирные украшения покупают в подарок на праздничную дату и в этом случае обычно не скупаются на бриллианты, сапфиры, рубины и изумруды, которые и делают магазину лучшую выручку. Почему изделия этого сегмента от «Красносельского Ювелирпрома» - ценное предложение для оптовых покупателей?





5 АРГУМЕНТОВ, ОБОСНОВЫВАЮЩИХ ЦЕНУ ИЗДЕЛИЙ С ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ ОТ «КРАСНОСЕЛЬСКОГО ЮВЕЛИРПРОМА»:

1. Бриллианты для изделий «Красносельского Ювелирпрома» закупаются у проверенных партнеров, таких как Гомельский завод «Кристалл», и сопровождаются строгой документацией. Бриллианты гранятся из якутских алмазов. Каждая партия вставок, попадая на предприятие, проходит дополнительный контроль геммологов. Также мы используем только банковский металл. Проба наших изделий соответствует ГОСТу, о чем свидетельствует клеймо Верхне-Волжской пробирной инспекции.

Некоторые производители завышают характеристики бриллиантов. Например, на бирке указано «вес – 0,4 карат, характеристики камня - 3/3», а по факту в изделии закреплен бриллиант весом 0,39 карат. Казалось бы, обманули на 0,01 карата, а в итоге покупатель переплачивает 20%, то есть 18000 рублей!

«Красносельский Ювелирпром» обеспечит для Ваших покупателей подлинную красоту, а для Вас – безупречную репутацию!

2. Ювелиры компании закрепляют камни вручную, чтобы добиться правильной геометрии изделий, симметрии крапанов, параллельности площадки закрепленных камней. Закрепщики плотно прижимают каждый камень к гнезду крапанами. Ваши клиенты будут довольны приобретением, потому что кропотливая работа наших мастеров гарантирует, что драгоценный камень не потеряется. А это значит, что к Вам придут вновь. Не с претензией, а за новыми покупками.

3. Над созданием каждого изделия трудятся примерно 28 человек, обеспечивая безупречное качество на всех этапах производства. При изготовлении каждого изделия большое внимание уделяется эргономике, то есть удобству при ношении украшений. Ювелиры вкладывают все свое мастерство, чтобы покупатели наслаждались прекрасным дизайном и отличным исполнением украшений. Завод «Красносельский Ювелирпром», основанный 97 лет назад, имеет награду - Орден «Знак Почета» и государственный знак качества. Расскажите о создании изделий с драгоценными камнями их покупателям – и увидите, что люди ценят предметы с особой историей и готовы за них платить!

4. На заводе «Красносельский Ювелирпром» трудится штат собственных художников, а также мы сотрудничаем с дизайнерами всего мира в онлайн-режиме. Наши изделия экспортируются в США, Европу, Китай и страны СНГ. Произведения художников можно увидеть на крупных международных выставках, они не раз становились победителями конкурсов и признаны экспертами с мировым именем. Так, например, кольцо «Жизнь» с турмалином и бриллиантами в 2015 году завоевало гран-при и титул «Чемпион среди чемпионов» на престижном конкурсе в Гонконге. Также мы гордимся сотрудничеством с подарочным фондом Президента РФ. Хотели бы и Вы стать нашим заказчиком и удивлять своих клиентов украшениями с драгоценными камнями оригинального, авторского дизайна?

5. «Красносельский Ювелирпром» отличается богатейшим выбором изделий с бриллиантами, сапфирами, рубинами и изумрудами – в ассортименте можно найти как бюджетный масс-маркет, так и эксклюзивные украшения. Выберете среди них те, которые сделают добрую славу Вашему бизнесу и привлекут целевую аудиторию.

Предлагая Вам индивидуальный подход, гарантию качества изделий, кратчайший срок изготовления по заказу, «Красносельский Ювелирпром» надеется укрепить Ваши позиции в российском ювелирном бизнесе, обеспечить безупречную репутацию и привлечь больше клиентов. Ведь наша общая цель - украсить жизнь людей!



**КРАСНОСЕЛЬСКИЙ
ЮВЕЛИРПРОМ**

Отдел сбыта: тел.: +7 (49432) 3-17-96, 3-17-97, 3-17-98

Факс: +7 (49432) 2-11-86

Email: sbit@krasnoselsk.ru

Адрес: 157940, Костромская область,
пгт. Красное-на-Волге, ул. Советская, 49

www.opt.almazholding.ru