

Агентство стратегического брендинга AUTENTICA



КТО МЫ

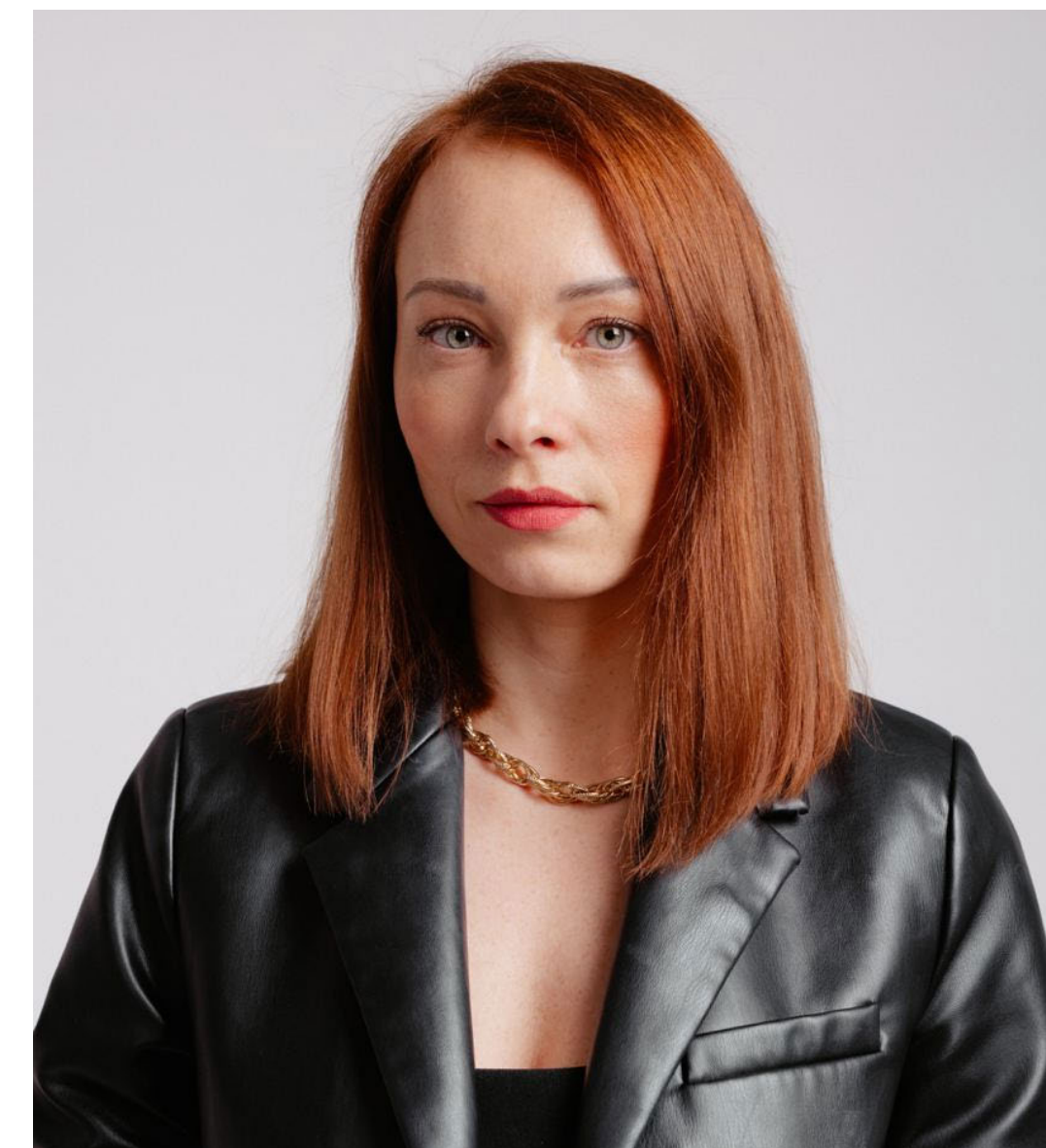
AUTENTICA – агентство стратегического брендинга. Больше 7 лет мы создаем бренды и обновляем существующие, увеличиваем узнаваемость компаний, повышаем средний чек и открываем двери для выхода на новые рынки. Мы находим и раскрываем в брендах их истинную природу, становимся частью бизнеса, создаём особое пространство, в котором через собственника и его команду раскрываем ценность бренда.



«Большинство мировых проблем возникает по причине некачественных коммуникаций между людьми.

Наш подход отличается от стандартных методов внедрением технологии фасилитации, когда команды клиента и экспертов агентства работают вместе. Благодаря такому подходу эффективность внедрения изменений и вывода бренда на рынок увеличивается до 80%.

Мы решаем вопрос не только внешней коммуникации (бренд — аудитория), но и внутренней — (собственник — команда), и это влияет на результат: повышается уровень мотивации, синергии, взаимодействия сотрудников между собой».



Алина Ракитина,
бренд-технолог,
генеральный директор
AUTENTICA

Главная задача нашего продукта — поиск и создание эффективных механизмов для взаимодействия бизнеса с аудиторией через основную идею и ценности бренда.

**Мы создаем аутентичные бренды
для смелых людей/команд/
сообществ/городов/регионов.**

Наша миссия:
Создавать истинную эмоциональную
и продуктовую ценность для людей, вдохновляя
бренды на смелость быть настоящими.

схема работы

1. Этап аналитики

Брендинг – не про красивую картинку, а про решение конкретной бизнес-задачи. Для ее реализации формируется точечный план работ по исследованию динамики рынка, продукта, конкурентного поля и аудитории.

2. Этап стратегии

Проведение стратегической сессии с клиентом и формирование платформы бренда. Отвечаем на главные вопросы: какую позицию мы занимаем на рынке? Какое наше позиционирование? Какую идею бренд несет в мир?

3. Этап разработки атрибутов бренда

Для более объемного восприятия бренда формируются визуальные и вербальные атрибуты в зависимости от поставленной задачи и точек коммуникации общения бренда с аудиторией. Мы разрабатываем все: от названия и веб-дизайна до рекомендаций по аудио-сопровождению, аромамаркетингу и тактильными ощущениям. На этом этапе бренд готовится к проявлению в мир.

4. Этап внедрения

Главная задача этапа – сопровождение клиента: разработка медиаплана, системы KPI, работа с маркетологами и их обучение при необходимости. Мы не бросаем клиента по завершении работ и осуществляем авторский надзор в течение года. При работе с ребрендингом и его объявлении – разрабатываем поэтапные тактические действия и минимизируем возможные риски.

Экспресс-брендинг

Краткая аналитика рынка и разработка 1-2 концепций фирменного стиля.

Наполнение и стоимость проекта могут меняться.

Подробнее: <http://express-branding.ru/>

Для кого: запуск MVP – проверка гипотезы для нового бренда или микробизнеса.

Стандартный брендинг

Аналитика

1. Анализ рынка, продукта, конкурентного поля и аудитории.
2. Разработка гипотез позиционирования.

Нейминг

Разработка охраноспособных названий, отражающих суть бренда и соответствующих платформе. Проверка по базам ФИПС, поиск свободных доменных имен и имен в социальных сетях. Помощь в регистрации через патентных поверенных.

Фирменный стиль

На основании платформы бренда разрабатывается 2-3 концепции фирменного стиля, которые включают в себя логотип, цвета, шрифты, фирменные элементы и визуализацию на фирменных носителях.

Для кого: действующий средний и крупный бизнес.

Брендинг + комплексный маркетинг

1. Стандартный брендинг.
2. Разработка системы KPI. Отслеживание возврата инвестиций, изменение жизненного цикла клиента, оборота компании и других показателей.
3. Внедрения отдела маркетинга.
 - Авторский надзор и дальнейшая реализация бренда.
 - Медиапланирование и бюджетирование.
 - Обучение людей внутри команды и контроль процесса внедрения.

Для кого: действующий средний и крупный бизнес.

дополнительные услуги

IT Разработка имиджевых и информационных сайтов.

Продакшн Видеосъемки.
Фотосъемки.
Организация концепции бизнес-мероприятий (например, подготовка к выставке).

Вербальные и визуальные атрибуты Мы разрабатываем редакционную политику, тексты "О команде", слоганы, уникальные торговые предложения, рекламные офферы, дизайн каталогов, плакатов, другой рекламной продукции и многое другое.

Разработка CJM Создание пользовательского пути клиента для оптимизации процессы работы и снижения рекламных бюджетов.

Консалтинг

1. Маркетинговые исследования.
2. Помощь в подборе маркетолога/директора по маркетингу.
3. Стратегические сессии.
4. Воркшоп по разработке нейминга.
5. Воркшоп по разработке идей дизайна.
6. Обучающие воркшопы.
7. Любые креативные воркшопы.
8. Разработка кодекса компании.
9. Развитие и/или создание HR-бренда.

Мир меняется ежедневно. В круговороте постоянных изменений важно быстро адаптироваться, находить лучшие варианты решений и уметь применять их даже в самых нестандартных обстоятельствах. Мы это умеем.

Это доказано нашими кейсами.

FMCG. MOOOM

Как выйти на рынок под новым неизвестным брендом?

- Клиент:** Caramella – производитель натурального сливочного ириса из Санкт-Петербурга.
- Задача:** выйти в сети под своей торговой маркой, предварительно доработав фирменный стиль.
- Решение:** по итогу аналитики отказались от бренда Caramella и вывели новый бренд на рынок. Отстроились от конкурентов за счет внедрения эмоций, копирайтинга, оригинального расширения продуктовой линейки и отказа от отраслевых клише.

Особенности проекта

Отошли от стандартов продуктового позиционирования и взяли за основу чувства человека, так и родилась концепция ириса “под настроение”. Отразили её в разнообразии дизайна упаковки.







FMCG. Honey Tale

Как сделать релевантный продукт для сетевой розницы и привлечь внимание к социальным аспектам?

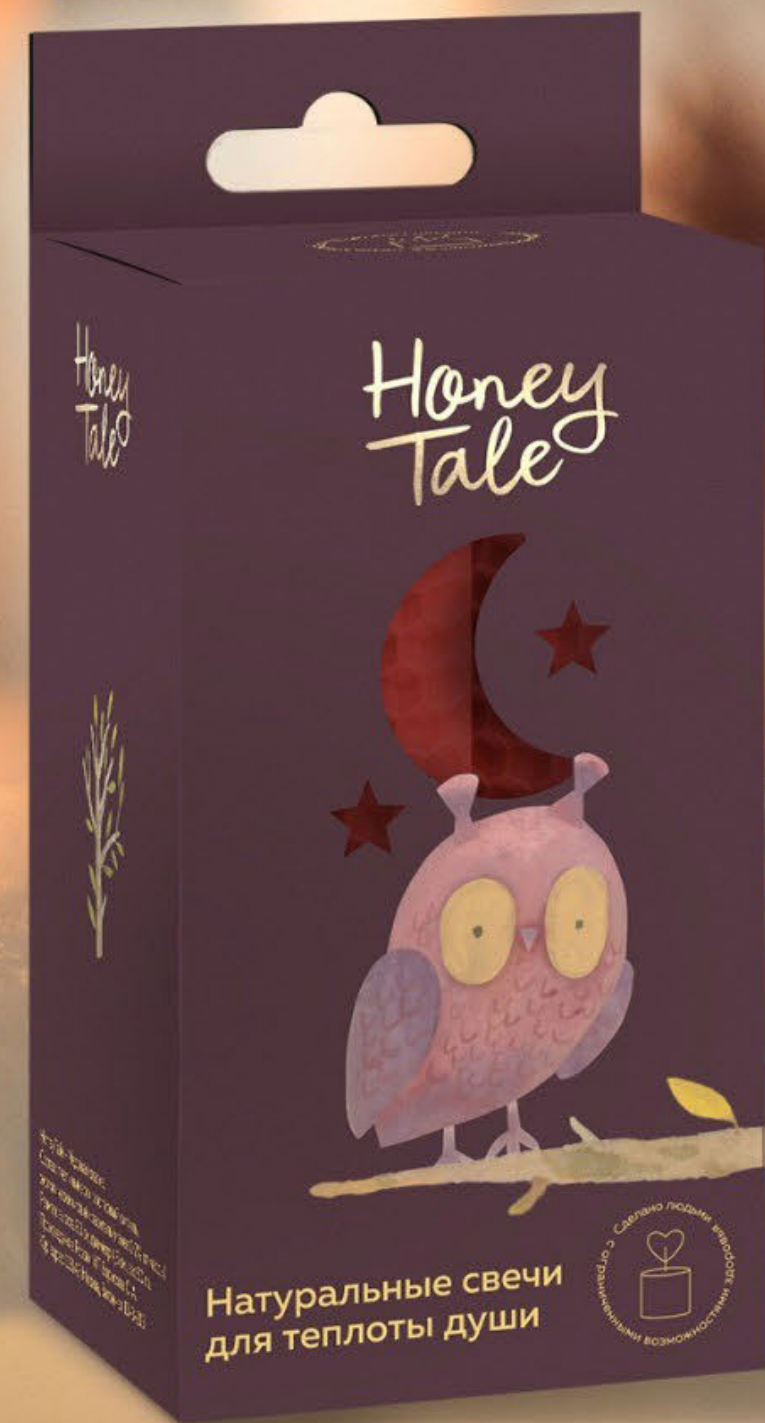
- Клиент:** социальный проект, свечная мастерская Candle Bar.
- Задача:** сделать привлекательный продукт для сетевой розницы, повысить узнаваемость бренда среди потребителей, привлечь внимание к социальным аспектам проекта и повысить средний чек за упаковку.
- Решение:** проведен ребрендинг компании с изменением позиционирования и названия. Доработана ассортиментная линейка и сам продукт. Разработан новый логотип, фирменный стиль, упаковка и брендбук.
- После ребрендинга:**
1. Успешный выход в “Твой дом” и на Ozon: за сутки свечи стали бестселлером.
 2. Проект заметили и поддержали звезды отечественного шоу-бизнеса.
 3. Увеличение стоимости на 100% (в 2 раза).

Особенности проекта:

Бренд с большой социальной миссией – обеспечение рабочими местами людей с ограниченными возможностями здоровья. Именно это тепло и доброта были заложены в позиционирование бренда: “добрые свечи ручной работы из натуральной вошины для теплоты души”. А в основу фирменного стиля легла метафора добрых сказок на ночь, которая передает все ассоциации и ощущения от общения с брендом.

Honey Tale







V2B. Логистика. Noytech

Ребрендинг мирового лидера логистики Kuehne+Nagel. Кейс Noytech.

- Клиент:** локальная логистическая компания, бывшее представительство в России и СНГ немецкой логистической компании Kuehne+Nagel.
- Задача:** разработать новое название и бренд-стратегию в условиях ограниченного времени и выйти на рынок под новым брендом.
- Решение:** наладили процесс коммуникации в компании, помогли разработать основополагающие ценности и охраноспособное, релевантное название за 5 дней, разработали бренд-стратегию.

Особенности проекта

Необходимость получения быстрого результата в сжатые сроки, стремительно меняющийся рынок и конкурентное окружение, специфика самого продукта и его адаптация к новым реалиям в условиях санкций.



Ольга Ульянова
вице-президент
по маркетингу

// Это было безумно волнительно. Потому что времени было мало, результат нужен был сразу, быстро и качественно. Вся команда работала для себя, создавая свой собственный бренд – то, что мы будем нести все будущие годы.

Результат для нас оказался потрясающим и ценным, потому что мы встали плечом к плечу, почувствовали ценность и значимость слышать друг друга благодаря агентству AUTENTICA.

По всем критериям – качество, вовлеченность, эффективность и результативность – 10 баллов. С такой скоростью не переобувался еще ни один бренд на рынке. Это было возможно благодаря оперативной работе коллег из брендингового агентства.



В2В. Фармацевтика. Герофарм

Как отстроиться от конкурентов, не изменяя фирменных цветов и логотип?

- Клиент:** крупнейший национальный производитель биотехнологических препаратов.
- Задача:** обновить фирменный стиль и найти новое, современное решение, отличное от конкурентов, при этом не изменяя фирменных цветов из-за ограничений в техническом задании.
- Решение:** разработан брендбук компании, включающий новый фирменный стиль с акцентом на сочный и яркий оранжевый и обновленный логотип с сохранением преемственности.

Особенности проекта:

Было важно показать глубину компании, но остаться понятными и узнаваемыми на рынке. За основу стилеобразующих элементов взяли действующие вещества и рассмотрели их самую суть под микроскопом. Так получились необычные текстуры с отсылкой не только к красоте, но и к продукту компании. Дополнили стиль буквой «G», которая просто и понятно дополняет историю с текстурами и подчеркивает идентичность и принадлежность стиля к компании.



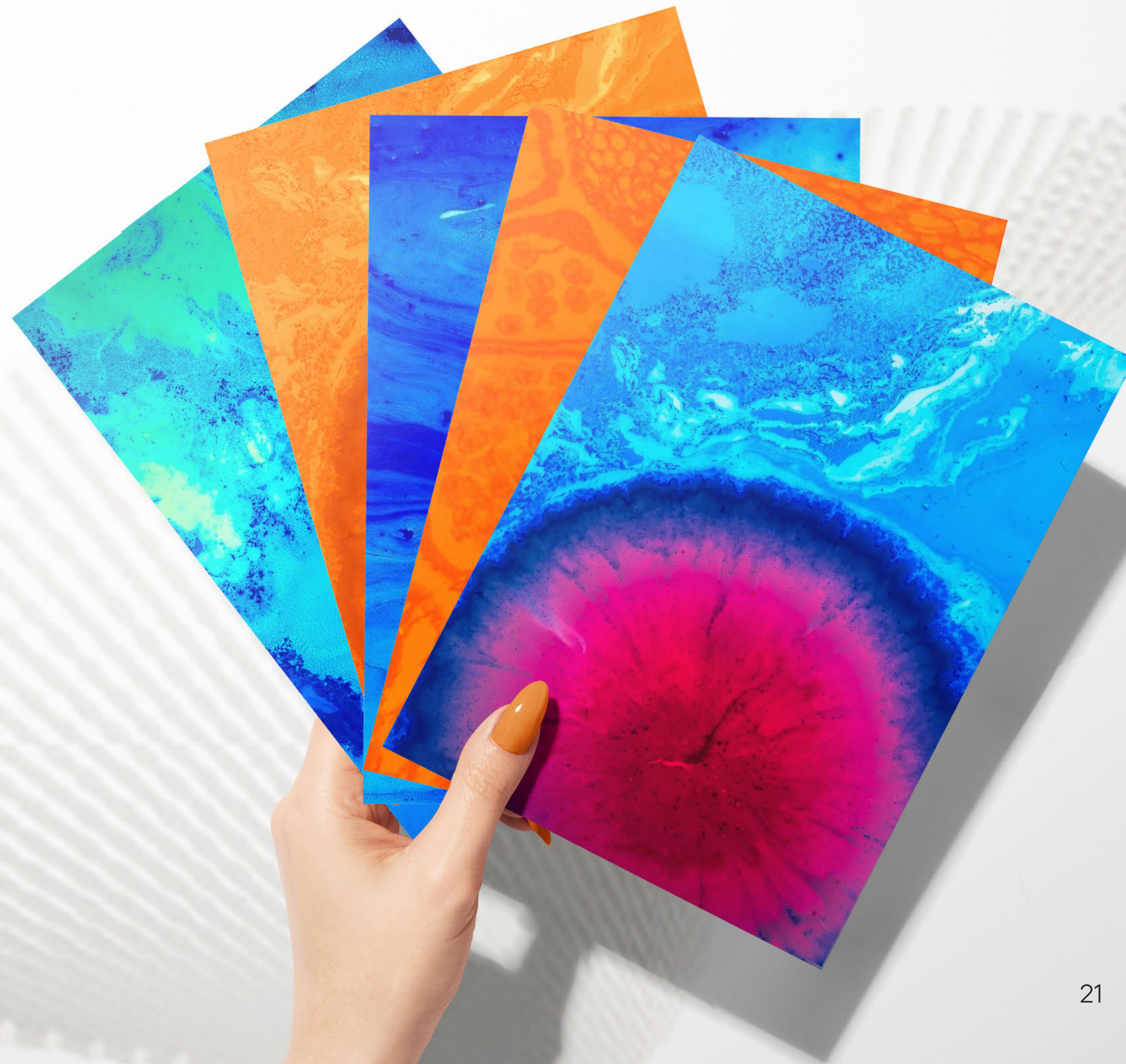
ГЕРОФАРМ

после ребрендинга



ГЕРОФАРМ
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

до ребрендинга







ВДОХНОВЛЯЙ!



ДОСТИГАЙ!



РАСКРОЙСЯ!



ЗАБОТЬСЯ!



V2B. Световые изделия. CONSO

Как из производственной компании сделать бренд, о котором будут говорить?

Клиент:

"Завод консолей" – петербургская компания, которая производит и устанавливает световые и несветовые изделия. Также создаёт проекты праздничного украшения городов: от Калининграда до Южно-Сахалинска.

Задача:

решить вопрос вывода направлений под новыми брендами или под одним с учетом неоднородности целевой аудитории – от госзаказчиков до жителей коттеджного поселка – и неравномерности сезона – до 90% проектов на зимний период.

Решение:

провели комплексную аналитику и бренд-аудит компании, разработали архитектуру бренда и продумали принцип масштабирования, сегментировали ассортимент, перестроили организационную структуру, создали методику внедрения изменений.

Особенности проекта:

ушли от стандартного позиционирования компании с продуктовым мышлением и сделали упор на эмоциональную составляющую продукта. Ведь украшения для города и домов, которые производит компания, – это восторг, радость и улыбки!

cOnso

производственно-
проектная группа

studio
cOnso
световое
оформление
домов

led
cOnso
объёмные
световые
фигуры

art
cOnso
городские
арт-объекты

xmas
cOnso
новогодние
уличные
ёлки

city
cOnso
праздничное
оформление
города

form
cOnso
световые
ажурные
скульптуры

market
cOnso
интернет-
магазин

Роскошь золота, теплое свечение огней и замысловатые узоры – сердце золотой коллекции. Мы оживили знакомые каждому добрые детские сказки. Гостей встречают Дед Мороз и Снегурочка. В золотой карете, запряженной четверкой лошадей, спешит на бал Золушка. Эстэтика королевских дворцов и парков проглядывает в изящных световых фонтанах и витиеватых линиях фонарей.

Сказка удивляет и поражает необычными вещами: полигональные фигуры животных высечены из золота, деревья светятся миллионами огней, а огромные пушистые снежинки и елочные шары словно застыли в воздухе по мановению волшебной палочки.

При создании коллекции использованы светодиоды теплого тона, желтый и белый контурный дюралайт, яркая мишура, золотые блестящие материалы.

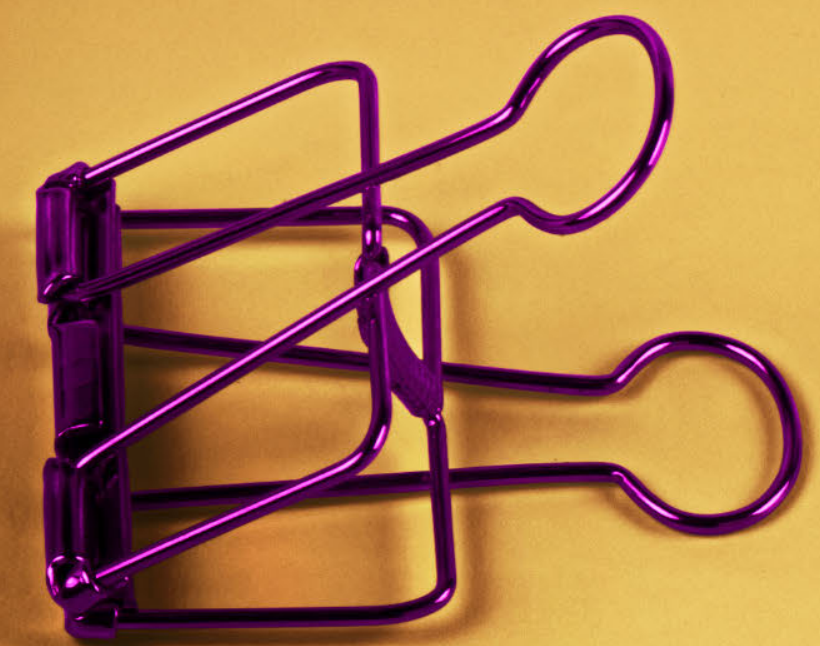
city
conso

профессиональные
сценические
светы

ЗОЛОТАЯ КОЛЛЕКЦИЯ











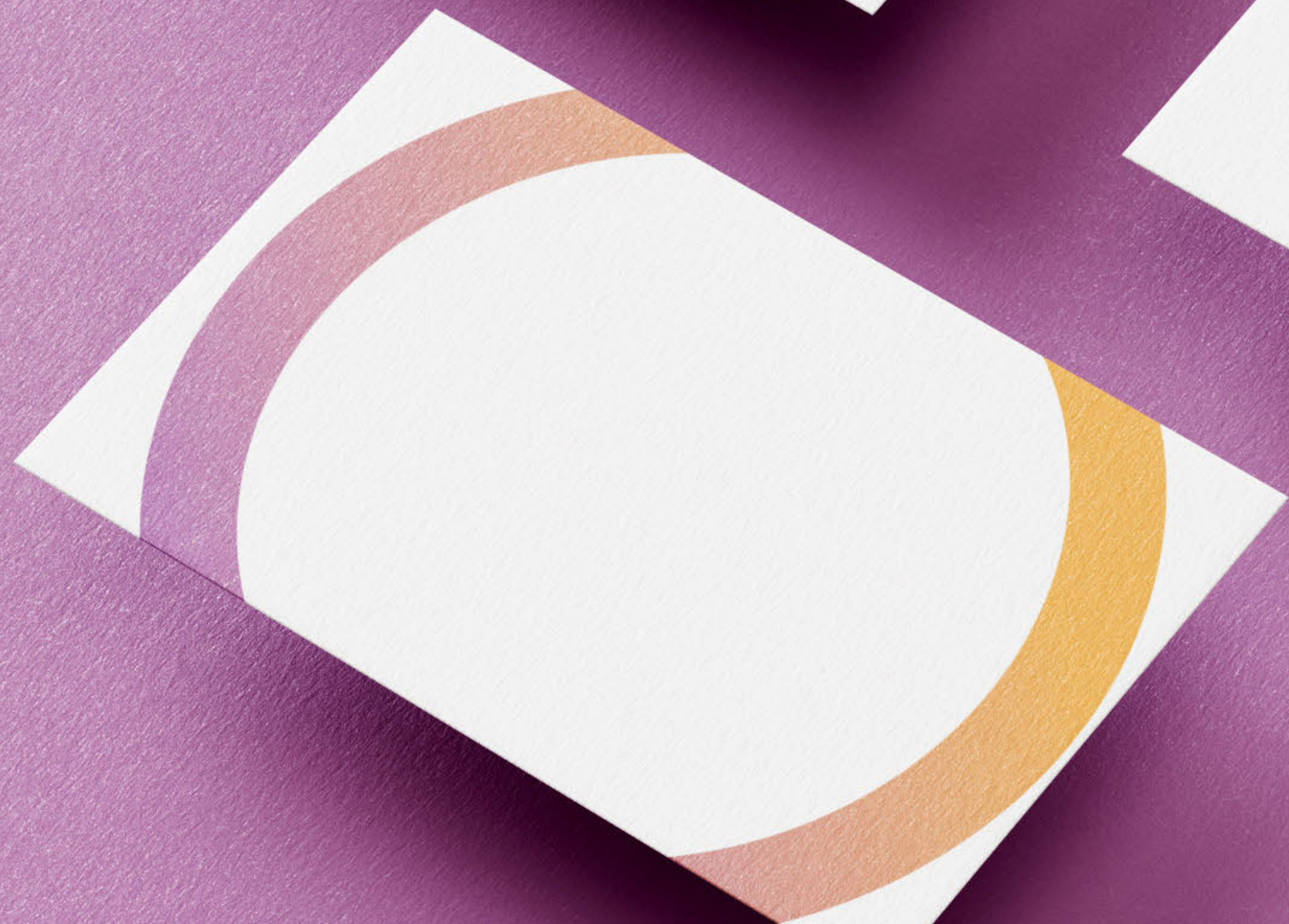
производственно-
проектная группа

Дина Иванова
руководитель
отдела маркетинга
dinaivanovav@gmail.com
+7 (960) 2630-24-87



производственно-
проектная группа

Дина Иванова
руководитель
отдела маркетинга
dinaivanovav@gmail.com
+7 (960) 2630-24-87





КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ

+15%



на 1300 рублей снизилась
стоимость клиента,
привлеченного с рекламы



Личный брендинг. Вне времени

Как создать бренд шамана и понятно донести идею его продукта до аудитории?

Клиент:

супружеская пара — Марк Дубровин и Лилия Апукаева.
Марк — посвященный шаман, шаман в городе, Лилия — бизнес-советник, ментор и наставник.

Задача:

объединение работы двух разных, но в то же время уникальных специалистов в единую концепцию. Решить вопрос: какой бренд будем выводить — личный или бренд пространства, в котором люди могут получить помощь.

Решение:

проведена комплексная аналитика, бренд-аудит, разработана жизнеспособная и уникальная на рынке модель объединения работы пары. Разработан имиджевый сайт (<https://vnevremeni.pro/>) и составлены тексты для коммуникации с целевой аудиторией, упорядочена работа в социальных сетях.

Особенности проекта

Создание концепции отдельного пространства — “Вне времени” и акцент на постоянно присутствующих в наших жизнях символах, чтобы через них отразить деятельность Марка и Лилии. Показать то, что скрыто в самом себе. И с помощью полученных знаний масштабироваться, как личность.



Активируем
глубинный
разум

vnevremeni.pro

**ВНЕ
ВРЕМЕНИ®**
пространство тайных знаний



Раскрываем
силу  масштаб
личностей 

**ВНЕ
ВРЕМЕНИ®**
пространство тайных знаний



Проработка
на всех уровнях
развития

Раскрываем силу
масштабных
личностей

vnevremeni.pro

**ВНЕ
ВРЕМЕНИ®**
пространство тайных знаний

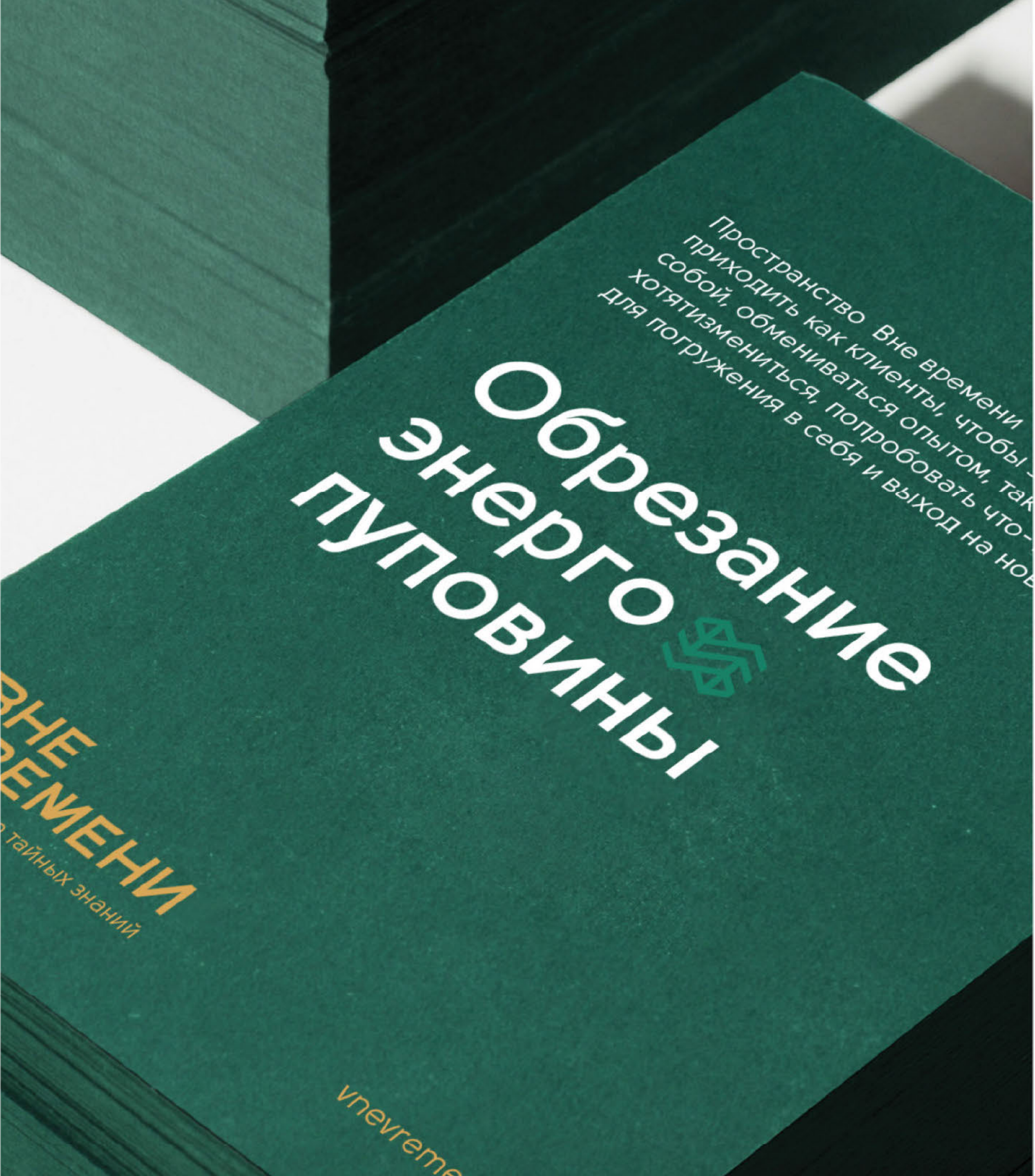
**ВНЕ
ВРЕМЕНИ®**
пространство тайных знаний

Раскрываем 
силу  масштабных
личностей 

vnevremeni.pro

Сакра-Терапия

ВНЕ
ВРЕМЕНИ



**ВНЕ
ВРЕМЕНИ**

пространство тайных знаний

**Марк
Дубровин**

Шаман в городе

+7 945 800 00 00

Санкт-Петербург
ул. Невский пр-т, 208
mark@vnevremeni.pro

vnevremeni.pro



МЕТОДИКА ОСНОВАНА НА КЛАССИЧЕСКОЙ И АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ПСИХОЛОГИИ, ШАМАНИЗМЕ И ВОСТОЧНЫХ ПРАКТИКАХ ИСЦЕЛЕНИЯ

ПОГРУЗИТЬСЯ
В ТАЙНЫЕ ЗНАНИЯ

МЕТОДИКА ОСНОВАНА НА
КЛАССИЧЕСКОЙ И
АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ПСИХОЛОГИИ,
ШАМАНИЗМЕ
И ВОСТОЧНЫХ ПРАКТИКАХ
ИСЦЕЛЕНИЯ

ПОГРУЗИТЬСЯ
В ТАЙНЫЕ ЗНАНИЯ

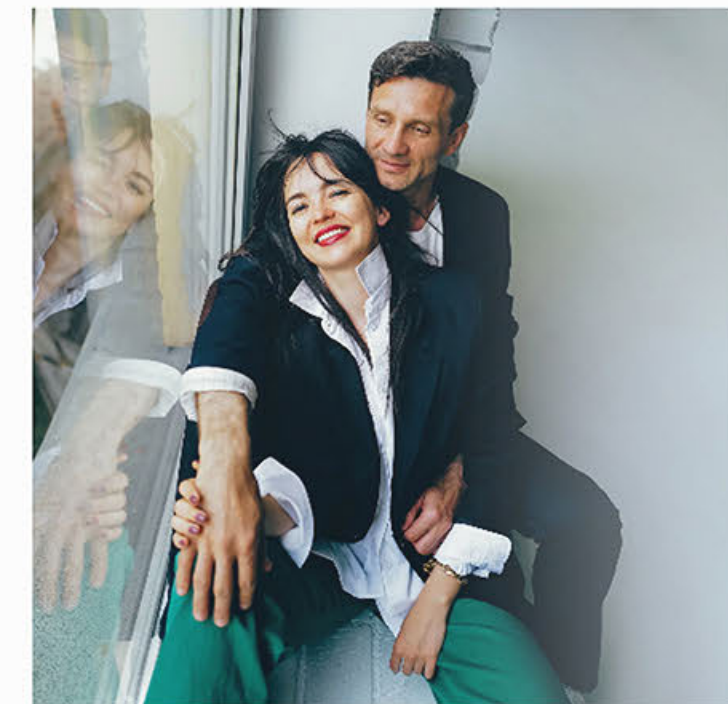
МД - МАРК ДУБРОВИН

Марк Дубровин и Лилия Алукаева создали
Пространства тайных знаний "Вне времени".
Марк - посвященный шаман, владеет практиками
РОДологии и кармологии, техникой японского юмейхо-
массажа.

Лилия - бизнес-советник, является топ-наставником по
Корпоративному коучингу в Ассоциации Бизнес
Наставников России.

Программы Марка и Лилии основаны на синтезе бизнес-
подхода, а также духовных и энергетических практик,
существующих в мире тысячи лет.

Они помогают людям дела раскрыть весь масштаб и силу
своей личности, идти своим путем, понять
предназначение.



СКАЧАТЬ
ПОЛНУЮ БИОГРАФИЮ



Ритейл. Бьюти. Рук не хватает

Как для бренда с высокой конкуренцией в категории разработать уникальные концепции и отстроиться от конкурентов?

- Клиент:** сеть салонов красоты в России.
- Задача:** провести бренд-аудит и разработать стратегию выхода обновленного бренда на региональный рынок.
- Решение:** проведен полный ребрендинг компании, разработан новый фирменный стиль для нескольких направлений и сайт (<http://ruknehvataet.ru/>).

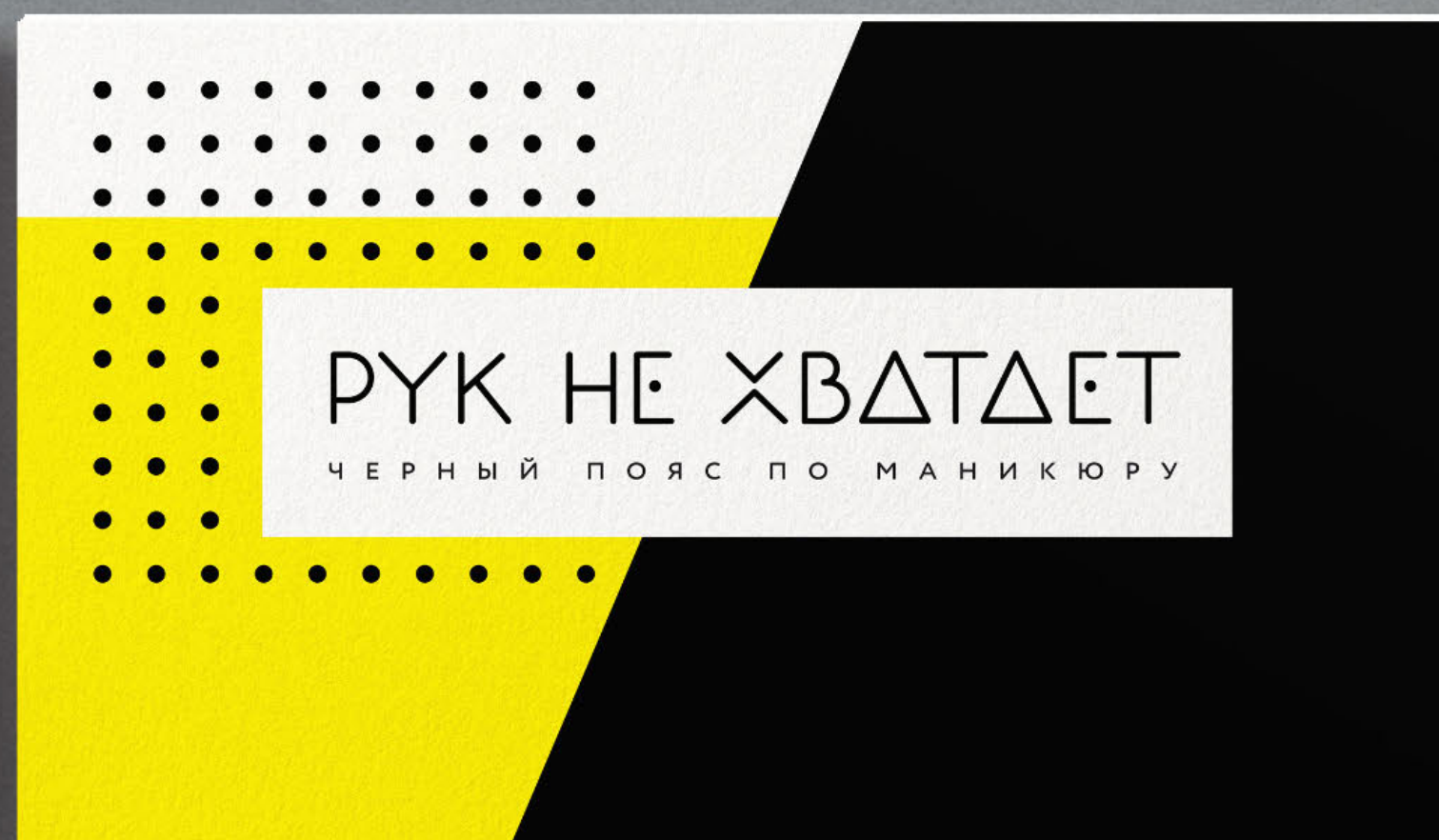
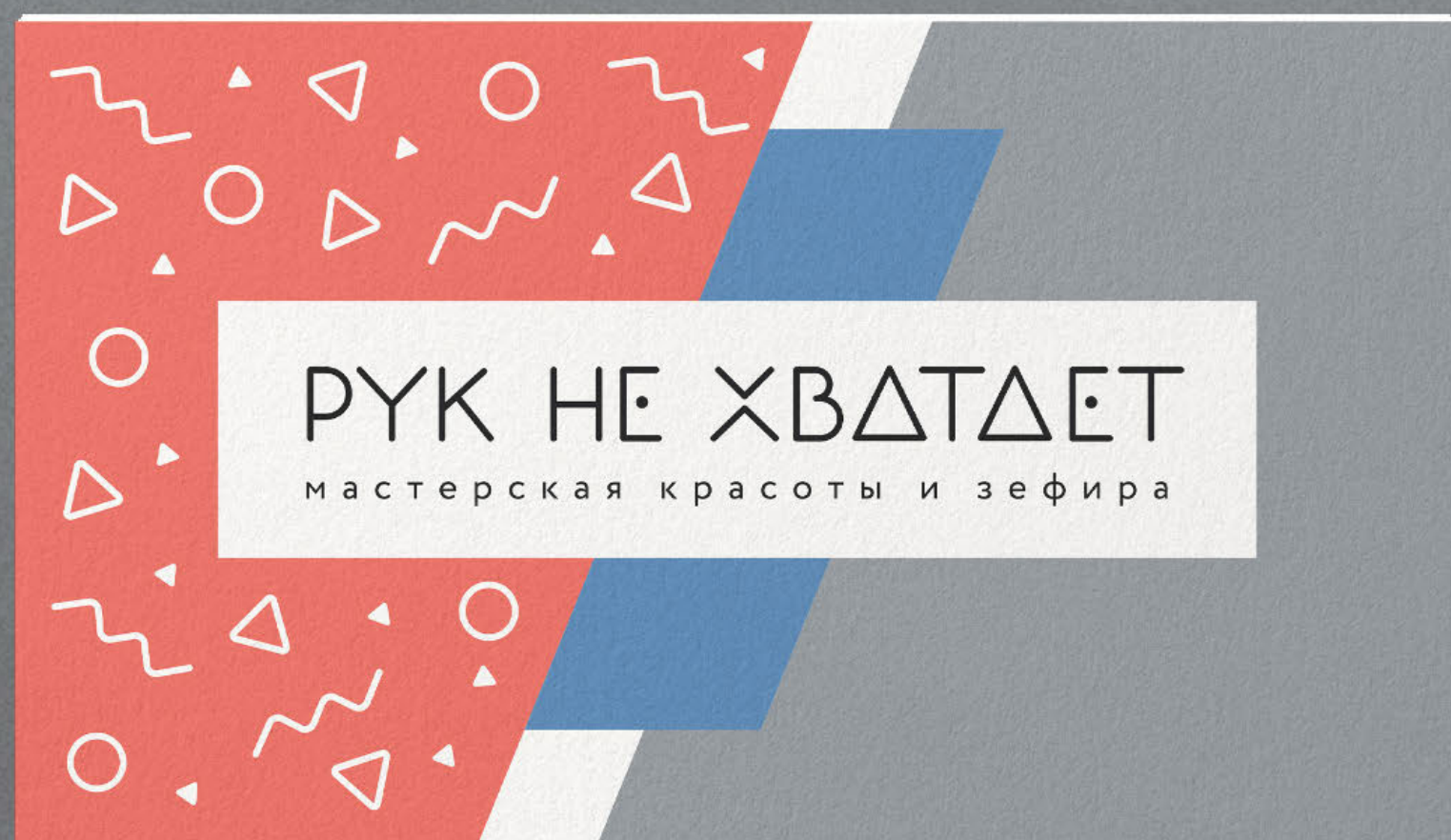
Особенности проекта

Сравнили бренд с многообразием образа женщины и для каждой мастерской создали свой концептуальный, визуальный и вербальный образ.

Разработали 3 концепции:

1. Мастерская красоты и зефира – клиентов угощают зефиром, а мастеров называют феями.
2. Чёрный пояс по маникюру для смелых и уверенных женщин “с перчинкой”.
3. Мастерская для души. Наслаждение и наполнение энергией женщины. Франчайзинговая модель.

РУК НЕ ХВАТАЕТ
сеть мастерских красоты



📍 Московское шоссе, 27

РУК НЕ ХВАТ
мастерская красоты д

■■■ Привет,
отсканируй ме

скидка*

200 ₺

* Скидка действует на все виды услуг по прайсу. Флаер может быть использован только один раз и действует до декабря года. Скидка не суммируется с другими акциями и спецпредложениями.

8 (846) 203-81-61 @ruk_ne_hvataet_smr ruknehvataet.ru

■■■ Привет,
отсканируй меня!

скидка*

200 ₺

* Скидка действует на все виды услуг по прайсу. Флаер может быть использован только один раз и действует до декабря года. Скидка не суммируется с другими акциями и спецпредложениями.

8 (846) 203-81-61 @ruk_ne_hvataet_smr ruknehvataet.ru

📍 Московское шоссе, 27

РУК НЕ ХВАТ
мастерская красоты д

■■■ Привет,
отсканируй ме

скидка*

200 ₺

* Скидка действует на все виды услуг по прайсу. Флаер может быть использован только один раз и действует до декабря года. Скидка не суммируется с другими акциями и спецпредложениями.

8 (846) 203-81-61 @ruk_ne_hvataet_smr ruknehvataet.ru



РУК НЕ ХВАТАЕТ
мастерская красоты и зефира



0₽
... по волосам
... администратору с 04 января
ruknehvataet.ru

РУК НЕ ХВАТАЕТ
мастерская красоты и зефира
Садовая ул., 278
Предъяви этот купон и получи
500₽
на все услуги по волосам
Запишись онлайн
*Акция действует при предъявлении купона администратору с 04 января по 31 января 2022 года.
8 (846) 203-81-61
@ruk_ne_hvataet_smr
ruknehvataet.ru

РУК НЕ ХВАТАЕТ
мастерская красоты и зефира
Садовая ул., 278
Предъяви этот купон и получи
500₽
на все услуги по волосам
Запишись онлайн
*Акция действует при предъявлении купона администратору с 04 января по 31 января 2022 года.
8 (846) 203-81-61
@ruk_ne_hvataet_smr
ruknehvataet.ru

Предъяви этот купон и получи
500₽
на все услуги по волосам
Запишись онлайн
*Акция действует при предъявлении купона администратору с 04 января по 31 января 2022 года.
8 (846) 203-81-61
@ruk_ne_hvataet_smr

РУК НЕ ХВАТАЕТ
мастерская красоты и зефира
Садовая ул., 278
Предъяви этот купон и получи
500₽
на все услуги по волосам
Запишись онлайн
*Акция действует при предъявлении купона администратору с 04 января по 31 января 2022 года.
8 (846) 203-81-61
@ruk_ne_hvataet_smr
ruknehvataet.ru

РУК НЕ ХВАТАЕТ
мастерская красоты и зефира
Садовая ул., 278
Предъяви этот купон и получи
500₽
на все услуги по волосам
Запишись онлайн
*Акция действует при предъявлении купона администратору с 04 января по 31 января 2022 года.
8 (846) 203-81-61
@ruk_ne_hvataet_smr
ruknehvataet.ru

РУК НЕ ХВАТАЕТ
мастерская красоты и зефира
Садовая ул., 278
Предъяви этот купон и получи
500₽
на все услуги по волосам
Запишись онлайн
*Акция действует при предъявлении купона администратору с 04 января по 31 января 2022 года.
8 (846) 203-81-61
@ruk_ne_hvataet_smr
ruknehvataet.ru



ул. Молодежная, 1

РУК НЕ ХВАТАЕТ
ЧЕРНЫЙ ПОЯС ПО МАНИКЮРУ



Привет,
отсканируй
меня!

скидка*

200 ₺



8 (846)

8 (8

8 (846) 203-81-61

@ruk_ne_hvataet_smr

ruknehvataet.ru

ruknehvataet.ru



РУК НЕ ХВАТАЕТ
ЧЕРНЫЙ ПОРС ПО МАНИКЮРУ

РУК НЕ ХВАТАЕТ
ЧЕРНЫЙ ПОРС ПО МАНИКЮРУ

Ритейл. Бьюти. Face room

Как вывести совершенно новую товарную категорию на высококонкурентном рынке?

Клиент: сеть студий массажа лица по России.

Задача: разработать конкурентоспособное позиционирование, стратегию масштабирования бизнеса, увеличение объемов продаж.

Решение: провели комплексную аналитику и дали рекомендации по расширению продуктовой линейки для разных аудиторий. Отстроились от конкурентов и нашли свободную зону интереса — сообщество для женщин, где красота не требует жертв и сил, а достигается посредством удовольствия и расслабления. Разработали конкурентоспособное позиционирование и вывели на рынок новую товарную категорию.

Особенности проекта

За основу взяли метафору йоги, которой можно заниматься с комфортом для своего организма, и применили к студии. Тогда вместо массажа появились фейс-практики, а сотрудники студии стали называться фейс-гуру. Как результат — увеличение прибыли и масштабный рост сети.

	2018 год	2018 год (после стратегической сессии)	2021 год	2022 год
Возраст сети	5 месяцев	11 месяцев	2 года 6 месяцев	3 года 6 месяцев
Количество точек	1 точка	5 точек	11 точек 6 франшиз	16 точек, 6 франшиз
Фейс-гуру в штате	7 человек	45 человек	55 человек	150 человек
Количество подписчиков в Instagram	4 000 подписчиков	12 300 подписчиков	13 500 подписчиков	39 500 подписчиков Telegram - 1373 подписчиков
Рентабельность первой студии	18%	28%	28%	29%



Ритейл. Кофейня. Greenwich

Как в сжатые сроки, с ограниченным бюджетом и высокой конкуренцией запустить бизнес и окупить все затраты за пол года?

- Клиент:** локальная кофейня-кондитерская в Санкт-Петербурге.
- Задача:** разработка концепции фирменного стиля и визуальных атрибутов для запуска бренда.
- Решение:** провели экспресс-аналитику рынка, конкурентов и продукта, разработали логотип с визуальной отсылкой к атрибутам кофейни и фирменный стиль, отражающий близость с природой.
Вторую точку клиент успешно открыл в пандемию, когда многим бизнесам пришлось уйти с рынка.

Особенности проекта

Очень сжатые сроки – необходимость быстрого запуска за 2 месяца. Так как бизнес только запускался, то у нас был ограниченный бюджет, в рамках которого необходимо было провести аналитику для разработки вербальных и визуальных атрибутов.




greenwich
tea.coffee.cake





A close-up photograph of a green canvas tote bag. The bag has two handles visible at the top. In the center of the bag, there is a white logo consisting of a stylized 'g' symbol above the word 'greenwich' in a lowercase, sans-serif font. Below the brand name, the website address 'tea.coffee.cake' is printed in a smaller, lowercase, sans-serif font.

g
greenwich
tea.coffee.cake

Брендинг для магазинов одежды. ELNY

Как решить вопрос с разрывом бренда и выйти на свою целевую аудиторию?

Клиент: петербургский производитель женской одежды с сетью магазинов под брендом «КраСивая».

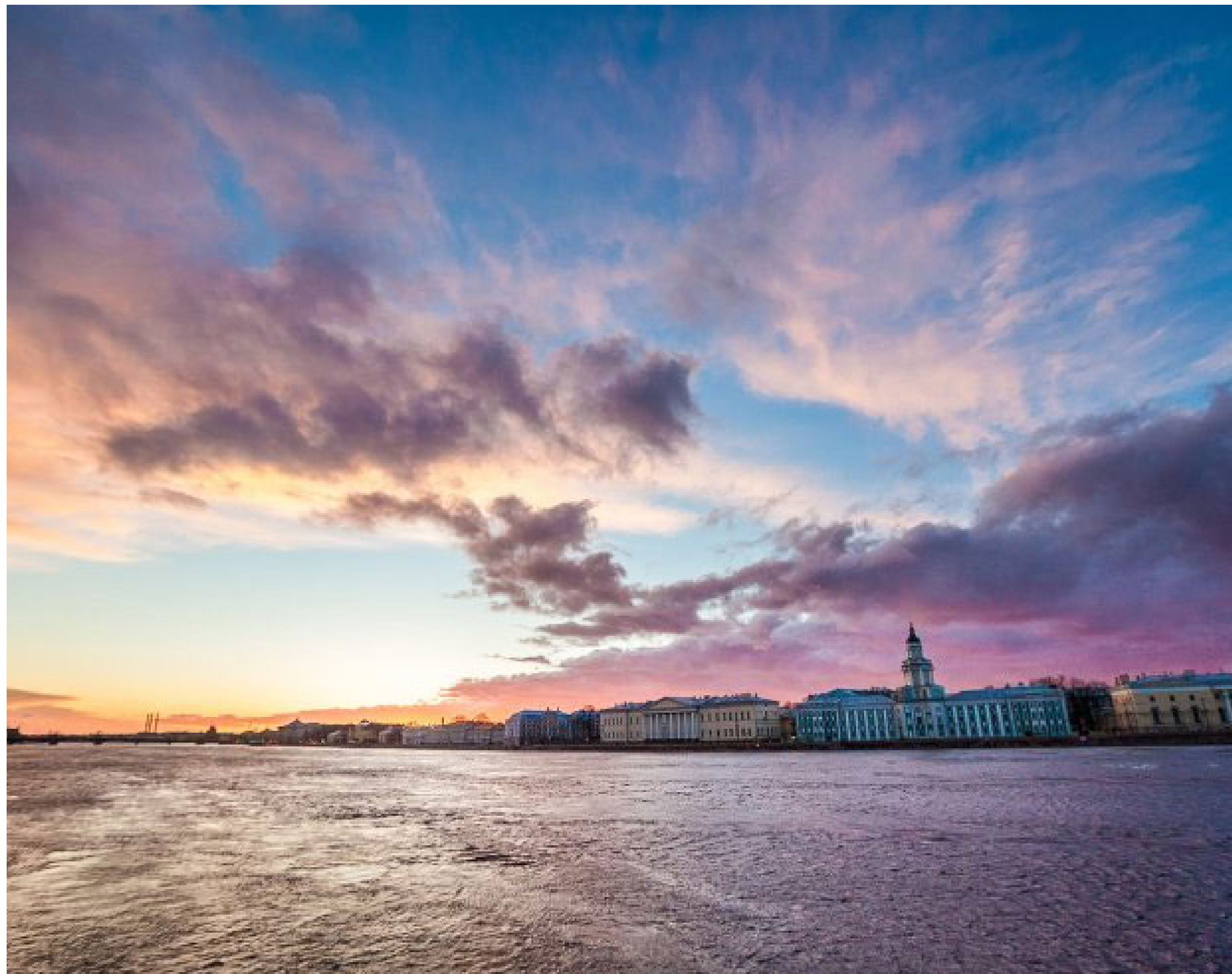
Задача: провести ребрендинг в преддверии масштабирования сети и выхода в регионы России, выйти на более платежеспособную аудиторную группу. Решить вопрос каннибализма двух торговых марок—бренда розничной сети «КраСивая» или бренда производителя ELNY.

Решение: проведена аналитика и воркшоп. Разработаны платформа бренда, визуальные и вербальные атрибуты. Разработан гайдлайн.

Особенности проекта:

В позиционировании и фирменном стиле использовали метафору Петербурга, в которой отразили историю белых ночей, розовых закатов, отблесков лучей на волнах Невы — всего того, что вдохновляет на любовь и творчество, и воплотили эту идею в одежде.

ELNY
ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА







ELNY

ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА

ELNY
ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА

eln.ru
inbox@eln.ru
+7 851 566 78 90

ELNY
ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА

Контакты



AUTENTICA

<https://autentica.pro>

info@autentica.pro

Номер телефона:

+7 911 036 4664

+7 981 693 2881