

Пакет презентации бренда

Первая Строительная Империя

Выход на российский рынок. Регион Краснодарский край, г. Краснодар

СТРАТЕГИЯ

Бренд

Первая строительная империя

Кто мы?

Первая Строительная Империя – безусловный лидер на рынке строительных услуг .

Что мы делаем?

Строительство домов и коттеджей под ключ. Все виды товаров и услуг. От проекта до интерьера.

Как мы это делаем?

Единый подрядчик – единая ответственность – единые гарантии.

Почему следует выбрать нас?

Надежные поставщики, квалифицированные сотрудники, многолетний опыт в строительстве. Доверия заслуживает только лучший.

Бренд № 1 - самое крупное партнерство профессиональных компаний на рынке строительных услуг

Основные преимущества для потребителя:

Экономия ресурсов:

времени:

- возможность заказа как одного вида услуг, так и целого комплекса строительных работ в **одной** компании;

финансов:

- пропадает необходимость в поиске огромного количества подрядчиков.
- не нужно сводить воедино несколько проектов (проект дома + проект благоустройства + проект внутренней отделки + проект отопления + проект кондиционирования + проект электрики + проект вентиляции), теряя деньги на каждом. Мы делаем все быстрее и дешевле;
- накопительная скидка при комплексном заказе наших работ и услуг

СТРАТЕГИЯ

Позиционирование бренда.



Высокое качество работ на всех этапах строительства гарантировано профессионализмом исполнителя (исключительное требование)

Каждый этап работ выполняется СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩЕЙСЯ на этом виде деятельности компанией (а не мастером - самоучкой)

Компании, которые в процессе строительства допустили небрежное отношение или брак при производстве работ – лишаются партнерства в Первой строительной империи.

СТРАТЕГИЯ

Клиент. Позиционирование бренда.



Уникальный клиент – уникальный проект. Индивидуальный подход к каждому клиенту.

Мы ценим и подстраиваемся под каждого клиента. Если Вы способны и готовы осуществить стройку быстро в минимально возможные сроки – мы организуем круглосуточный процесс с параллельным выполнением нескольких видов работ (это стало возможно благодаря нашему партнерству).

Если Вы не располагаете ресурсами для быстрого строительства, мы составим Ваш индивидуальный график выполнения работ (с учетом поступления кредитных средств). Нам Важно Ваше спокойствие и уверенность в том, что строительство будет завершено.

РЫНОК

отрасль – **строительные услуги**

сегмент – **индивидуальное и капитальное строительство**

технологии производства – **комплексный подход «строительство под ключ»:**

- Проектирование домов и коттеджей
- Строительство фундамента
- Проведение канализации
- Осуществление монтажа кровли
- Внешняя и внутренняя отделка
- Изготовление и установка окон
- Осуществление электромонтажных работ
- Изготовление и монтаж натяжных потолков
- Изготовление мебели под заказ
- Изготовление и установка бассейнов
- **Комплексное решение задач по модернизации агропромышленного комплекса**
- Изыскательские работы (геология геодезия)
- Бурение скважин. Монтаж оборудования
- Комплексное благоустройство территорий, заборы.
- Производство и монтаж ворот (въездных гаражных)
- Дизайн интерьера, ландшафта, мебели
- Производство дверей - более 150 моделей
- Проектирование и прокладка сетей(газ вода)
- Продвижение энергоэффективных технологий
- Системы вентиляции и рекуперации воздуха
- Модернизация и монтаж заводов ЖБИ

Обоснование выбора сегмента

Существующие стандартные барьеры в частном домостроении:

- циклический характер строительства;
- преобладание мелких фирм;
- низкий уровень интеграции в отрасли, чрезмерная зависимость от субподрядчиков;
- многообразие строительных стандартов и нормативов, обилие региональных особенностей как в техническом, так и в правовом аспектах;
- отсутствие свободного доступа к информации о новых продуктах;
- неадекватный (средний) уровень технических знаний и профессиональной подготовки в отрасли;
- необходимость в одобрении инноваций финансовым и страховым секторами;
- сопротивление инновациям со стороны покупателей;
- отсутствие налаженных схем продвижения новых технологий из исследовательских лабораторий для испытаний в эксплуатационных условиях;
- неприязненное отношение проектировщиков и строителей к контрактам с фиксированными ценами;
- высокая себестоимость ввода в эксплуатацию объектов;
- низкая корреляция между внедрением технологических инноваций и доходностью.

СТРАТЕГИЯ

Обоснование выбора сегмента

Основные потребительские риски:

- неэффективная организация строительного производства,
- нерациональное использование ресурсов,
- низкое качество выполняемых работ,
- постоянные срывы сроков строительства



СТРАТЕГИЯ

Обоснование выбора региона для представительства



- Краснодарский край является приграничной территорией и единственным выходом России к Черному морю, а через него — к важнейшим международным морским путям.
- Краснодарский край реализует интересы России в зоне азово-черноморского и средиземноморского экономического сотрудничества.
- Основу производительных сил Краснодарского края составляют промышленный, строительный, топливно-энергетический комплексы, область информационных и коммуникационных технологий, а также агропромышленный, транспортный, курортно-рекреационный и туристский комплексы.
- Последние три направления деятельности (агропромышленный, транспортный, санаторно-курортный и туристский комплексы) соответствуют приоритетам социально-экономического развития России и определяют особый статус Краснодарского края в экономике страны.
- Морские порты края обеспечивают прямой выход через Азовское и Черное моря на международные внешнеторговые пути и перерабатывают более 35 процентов внешнеторговых российских и транзитных грузов морских портов России, обслуживают около трети российского нефтеэкспорта.
- По территории края проходят важнейшие железнодорожные маршруты федерального значения, которые ориентированы в сторону морских международных портов края и курортов Черного и Азовского морей.

- Финансовая стабильность края подтверждается тем, что агентство "Standard & Poor's" повысило международный кредитный рейтинг до уровня "BB" (прогноз "позитивный"). Агентство "Moody's" присвоило рейтинг в национальной валюте на уровне "Ba1" (прогноз "стабильный"), а в сентябре 2007 года агентство "Fitch Ratings" присвоило Краснодарскому краю долгосрочные рейтинги в иностранной и национальной валюте на уровне "BB" и краткосрочный рейтинг в иностранной валюте на уровне "B", прогноз по долгосрочным рейтингам — "стабильный". Край входит в семерку российских регионов с наименьшими инвестиционными рисками и занимает второе место в рейтинге российских регионов по законодательной активности в сфере инвестиций.
- Регион лидирует в России по основным позициям, характеризующим его экономическое развитие: по налоговым и неналоговым доходам консолидированного бюджета в 2010 году край занимает десятое место, по объему строительных работ — шестое место, по объему платных услуг населению — четвертое место, по объему жилищного строительства — третье место. По обороту розничной торговли край занимает шестое место в России с долей 3,2 процента от общего оборота и первое место в Южном федеральном округе.
- Краснодарский край является одним из основных лидеров среди регионов Российской Федерации по уровню инвестиционной активности и стабильно занимает первое место в Южном федеральном округе и пятое — в России.

Сильные стороны (S)

Географическое и транспортное положение:

выгодное геостратегическое положение (край — самый южный регион России, имеет прямой выход к международным морским путям, реализует интересы страны в зоне азово-черноморского и средиземноморского экономического сотрудничества);

развитость транспортной инфраструктуры;

наличие и широкое использование практически всех видов транспорта.

Природные условия и ресурсы:

край является популярным курортно-туристическим регионом России благодаря уникальным природным условиям, наличию месторождений минеральных вод и лечебных грязей;

наличие полного спектра собственных сырьевых запасов для развития базы стройиндустрии.

Экономический и человеческий потенциал:

благоприятный имидж региона для обеспечения притока квалифицированных кадров, бизнес-структур;

наличие квалифицированных кадров в большинстве секторов экономики;

положительный миграционный приток.

Слабые стороны (W)

Недостаточная конкурентоспособность продукции, основных фондов и технологий:

недостаточная конкурентоспособность продукции, товаров и услуг ряда краевых товаропроизводителей;

недостаток современных технологий, обеспечивающих высокие качественные характеристики производимых продуктов и услуг;

значительная степень физического и морального износа основного оборудования на ряде предприятий края, низкая производительность труда;

отсутствие достаточного инновационного задела, определяющего конкурентоспособное развитие реального сектора экономики;

неразвитость инновационной инфраструктуры;

недостаточный уровень использования современных рыночных систем управления, организации труда, ресурсосбережения и другого;

недостаточно высокий имидж многих курортов края в сравнении с зарубежными курортами-конкурентами.

Сильные стороны (S)

Стабильность социальных, межнациональных и межконфессиональных отношений:

в крае созданы условия для адаптации и вовлечения в социально-экономическую жизнь региона представителей разных национальностей и конфессий; социальная стабильность в регионе.

Система управления краем:

наличие законодательной активности, стимулирующей развитие экономики в крае; высокая степень синхронизации задач, решаемых администрацией Краснодарского края, с задачами, поставленными Правительством Российской Федерации.

Слабые стороны (W)

недостаток ресурсов и развития инфраструктур для обеспечения высоких темпов роста экономики:

недостаток энергоресурсов и высокая зависимость края от цен на энергоносители;

недостаток ресурсной базы для развития ряда отраслей промышленности;

отставание развитой дорожно-транспортной сети при росте грузовых и пассажирских потоков, а также пропускной способности морских портов;

дисбаланс в структуре профессиональной подготовки кадров.

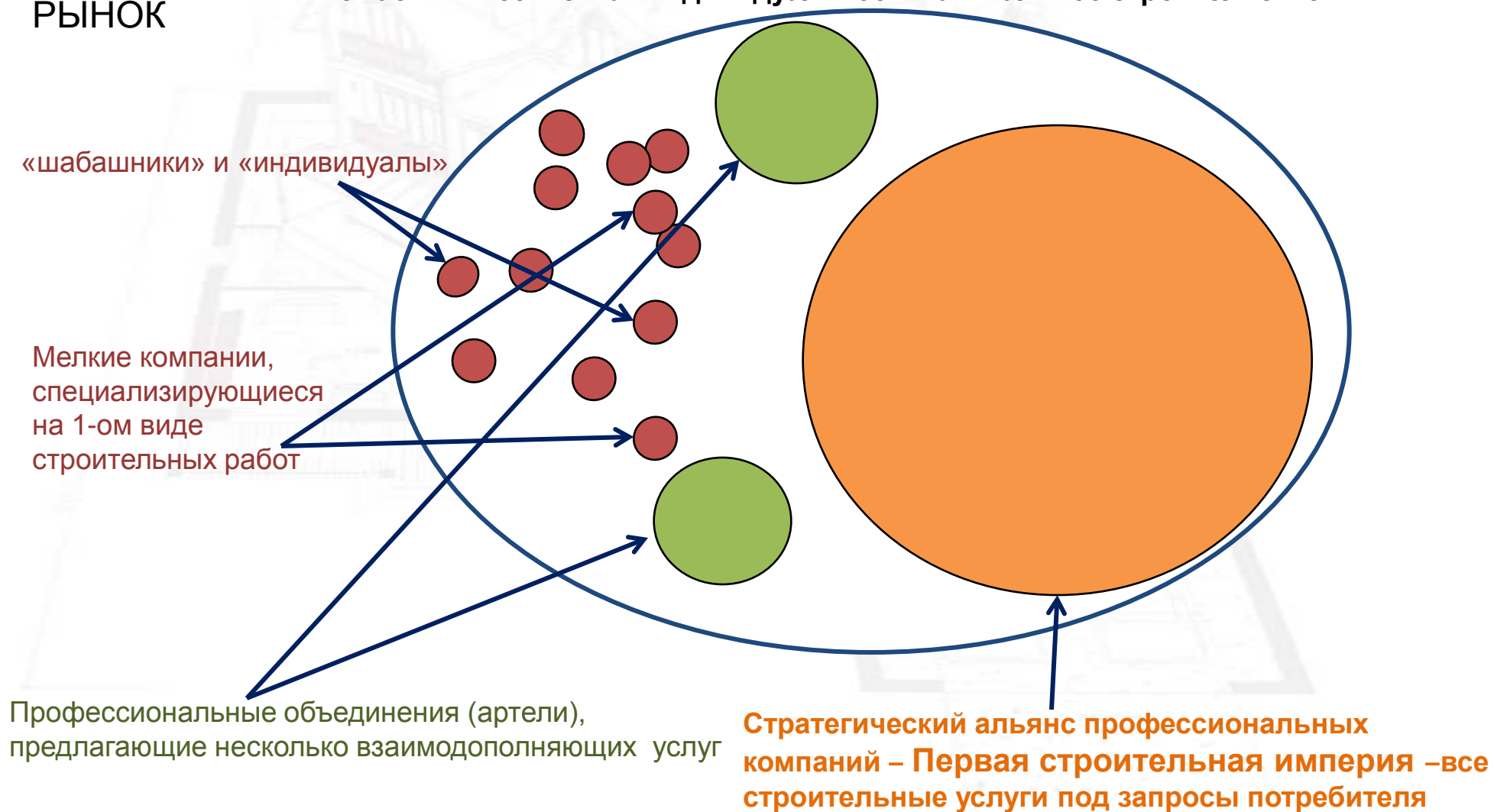
Неразвитость рыночных институтов:

отсутствие современных мощностей по переработке отходов ограничивает развитие ряда территорий.

- Масштабный проект по проведению в городе Сочи зимних Олимпийских и Параолимпийских игр 2014 года является одним из самых масштабных и беспрецедентных проектов по комплексному развитию Краснодарского края.
- Правительством Российской Федерации принято постановление "О Программе строительства олимпийских объектов и развития города Сочи как горноклиматического курорта" (далее — Программа). Программа подготовлена с учетом значимости города Сочи как курорта федерального значения. Она предусматривает комплексный подход к решению проблем дальнейшего развития города Сочи с учетом необходимости соблюдения оптимального равновесия между курортно-оздоровительным и спортивным использованием данной территории.
- В соответствии с Федеральным законом от 22 июля 2005 года № 116-ФЗ "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" Краснодарский край является одним из победителей конкурса на право создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа.
- Из выше изложенных доводов, Краснодарский край является перспективным регионом для развития и(или) расширения бизнеса.

СТРАТЕГИЯ Сегментация РЫНОК

Участники сегмента «индивидуальное и капитальное строительство»:



Выгоды участия в партнерстве

Исключительно взаимовыгодные условия для партнеров:

- Отсутствие конкуренции среди участников проекта. В офисе представлена продукция компаний не конкурирующих между собой.
- Эффект Массового маркетинга*. Товары и услуги участников проекта взаимодополняют друг друга. Что в свою очередь положительно отражается на объемах реализации.

Снижение издержек на продвижение:

- Единый корпоративный сайт Первой Строительной Империи, где представлен весь спектр услуг и продуктов и прямые ссылки на сайты компаний-участников проекта. Единый call-центр (персонал осуществляет прием звонков от клиентов и их консультацию по интересующим вопросам). Сотрудники центра при общении с клиентом, выясняют какие работы необходимо выполнить и предлагают варианты по предоставлению дополнительных услуг.
- Офис Первой Строительной Империи, где представлены товары и услуги компаний-участников проекта.
- Единая реклама на ТВ, радио, бил-бордах, журналах при этом затраты на рекламу такого формата будут стоить в разы меньше
- Собственная полиграфия.

*Массовый маркетинг - ориентация на максимально широкий круг потребителей без учета различий между ними. (Я произвожу то, что нужно всем)Цель предприятия установить низкие цены так как снижаются затраты на массовое производство и продвижение.

СТРАТЕГИЯ

Целевые сегменты бренда

Описание потребителя, на которого мы ориентируемся, предлагая свои услуги:

Социально – демографические характеристики и потребности	
Пол/Возраст	Мужчины и женщины/ Ядро 35-55 лет(полная семья)
Семейное положение /проживание	Женат/замужем Город Поселки городского типа
Доход (на члена семьи)/Образование	От 50000 (мин доход для начала строительства в кредит)/Высшее средне специальное.Уровень образования выше среднего.
Статус/Назначение	Капитальное строительство/Комплексная реконструкция
Сегмент	Госсектор/Частные инвестиционные проекты
Средства достижения	Инжиниринг. Постоянный контроль. Логистика.

СТРАТЕГИЯ

Целевые сегменты бренда

Сфера занятости

- Наемные, высококвалифицированные и высокооплачиваемые специалисты: менеджеры, инженеры и т.п.
- Руководители предприятий, частные предприниматели.
- Лица свободных профессий: журналисты, консультанты, преподаватели, деятели культуры и т.п.
- «Рабочая аристократия»: водители, работники благополучных предприятий и отраслей

Целевые сегменты бренда

Крупные и средние организации застройщики с частной и государственной формой собственности.

- как правило, люди с высшим образованием, проживающие в отдельных квартирах или собственных домах (или стремящиеся построить) и имеющие дополнительную недвижимость в виде земельного участка, летней дачи.
- Они, как правило, имеют автомобиль, а иногда и два.
- Они имеют определенные деньги, которые могут потратить на образование своих детей.
- Они могут позволить себе отдых не только в Украине и России, но и за границей и реально пользуются этой возможностью.
- Они получают удовольствие от потребления, ходят в кафе и рестораны и любят заниматься шопингом. Чем больше возможностей они имеют, тем больше удовольствия им доставляет процесс не только приобретения чего-либо, но и процесс траты денег.

СТРАТЕГИЯ

Целевые сегменты бренда



Психографические характеристики

Ценностное поле потребителя:

Стабильность, которую дает **работа**, обеспечивающая семью – **здоровье**, обеспечивающее возможность **вырастить детей** и дать им хорошее **образование** – постоянное самосовершенствование, **личный рост** как основная цель – работа как самореализация – взаимопонимание и взаимоуважение в семье, с друзьями, на работе.

- Работа – для обеспечения и материального благополучия семьи сегодня и в будущем.
- Наличие денег, как фактор стабильности. В свою очередь стабильность воспринимается ими как семейное благополучие.
- Отпуск и досуг обязательно в кругу семьи, как «маленькой» собственной, так и «большой», включающей широкий круг родственников.

СТРАТЕГИЯ

Сравнительный анализ стоимости содержания офиса-магазина в г. Краснодар.

Для одной компании (табл.1)

Таблица 1

Безусловные расходы (в месяц)		
№ п/п	Наименование	Для компании участника
АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ		
1	Директор	1000
2	Офис-менеджер (1 чел)	700
3	Бухгалтерия аутсорсинг	400
5	Интернет и телефон	100
6	Клининг	100
7	Аренда магазина офиса 35 м.кв	1225
8	Склад 20 м.кв	200
9	Транспорт - Минск-Краснодар (попутный)	500
РЕКЛАМНЫЕ РАСХОДЫ		
11	Продвижение сайта	300
12	Полиграфия	150
13	Билл-борд	500
15	СМИ	300
16	ИТОГО:	5475

СТРАТЕГИЯ

Сравнительный анализ стоимости содержания офиса-магазина в г. Краснодар.

Для группы компаний (табл. 2,3)

Таблица 2

Единоразовые расходы (в 1-й месяц)			
№ п/п	Наименование	Расходы (USD)	
		Общие	Для участника
1	Плазменные панели 5 шт. для магазина	2500	250
2	Ремонт помещения монтаж перегородок	1000	100
3	Прокладка сетей	500	50
4	Печать билл-бордов 5 штук	2500	250
5	Печать полиграфии	1500	150
6	Закупка компьютеров мебели и периферии	3000	300
	ИТОГО		1100

Итого, общие расходы для компаний-участников в первый месяц составит 3070\$, что на **43,9%** меньше чем для компании-одиночки.

Таблица 3

Безусловные расходы (в месяц)			
№ п/п	Наименование	Расходы (USD)	
		Общие	Для участника
1	Аренда магазина офиса 40 м.кв.	2700	270
2	Интернет и телефон	300	30
3	Офис-менеджер (2 чел)	1400	140
4	Руководитель отдела продаж	1000	100
5	Директор	1300	130
6	Уборка	300	30
7	Бухгалтерия аутсорсинг	500	50
8	Склад 100 м.кв	500	50
9	Билл-борды 5 штук	2500	250
10	Проведение промоакции в 2-х гипермаркетах	4000	400
11	Продвижение сайта	1000	100
12	Полиграфия	500	50
13	Транспорт 2 раза в месяц (Минск-Краснодар)	2500	250
14	Курьер в Краснодаре (топливо и тех. обслуж. авто)	1200	120
	ИТОГО		1970

СТРАТЕГИЯ

Сравнительный анализ стоимости содержания офиса-магазина в г. Краснодар.

ВЫВОД:

- Таким образом, даже если учесть все расходы необходимые для организации и работы офиса, выгода участия в проекте, для компании желающей выйти и(или) расширить свой бизнес на российском рынке, очевидна.
- **Мы создали все условия, чтобы Вы могли зарабатывать деньги в холдинговой структуре в наиболее инвестиционно-привлекательном регионе России.**

2. ИДЕНТИЧНОСТЬ

Первая строительная империя

Концепция бренда

Первая строительная империя – это уникальное предложение на рынке строительных услуг . Основная цель которую мы преследовали, создавая этот бренд – максимальное снижение рисков при ведении индивидуального и капитального строительства для потребителя и повышение уровня его доверия к частным строительным компаниям.

Первая строительная империя – это уникальный опыт альянса брендов, их синергии на долговременной основе.

Создавая бренд мы в первую очередь стремились создать стабильную, профессиональную современную компанию.

ИМЯ Первая строительная империя

На этапе вывода бренда нам было необходимо:

- громко заявить о себе и о своих лидерских амбициях,
- спровоцировать волну обсуждений в различных СМИ и Интернете

Поэтому было решено остановиться на варианте

Первая строительная империя

Импéрия (от лат. imperium - власть) — 1) монархическое государство во главе с императором; 2) колониальная держава, установившая своё господство над колониями и зависимыми территориями.

По своей сути нам ближе следующий тип империй:

Теллурократия: Континентальные империи при присоединении соседних земель и включении их в свои границы в целях безопасности вынуждены были сразу же превращать их в свои провинции, гарантировать действие имперских законов и обращение имперской валюты. Это приводило к относительно безболезненному включению элит и обществ в имперостроительство. Важнейшим для таких империй была популяризация местных героев, литературы, перевод произведений на имперский язык, часто - разработка графики письменного языка для включенного народа (и очень часто на графике, отличной от графики титульного этноса империи). Для таких империй был совершенно не характерен геноцид местного населения. Существует огромное количество примеров добровольного включения народов в границы империи:

ИДЕНТИЧНОСТЬ

Атрибуты бренда



ЛОГОТИП

Мы долго искали «имперский» стиль логотипа, который с одной стороны – полностью соответствовал имени бренда, с другой – не вводил в заблуждение потребителя об исключительно «имперском» направлении в стиле строительства.

Было найдено следующее решение – стиль логотипа в виде вензеля ((от польск. *Węzeł* — узел) — начальные буквы имени и фамилии (иногда и отчества), обычно художественно переплетённые и образующие красивый узор).

Вензель – это как клеймо зодчего, знак, который будет отпечатываться на всех наших объектах.

Поскольку вензель – сам по себе – достаточно сложный элемент – в написании логотипа было решено использовать простые, хорошо воспринимаемые шрифты.

ИДЕНТИЧНОСТЬ

Атрибуты бренда

ЦВЕТА

В качестве основных фирменных цветов выбраны и используются в настоящее время:

Белый - символизирует чистоту, незапятнанность, невинность, добродетель, радость. Он ассоциируется с дневным светом, а также с производящей силой, которая воплощена в молоке и яйце. С белизной связано представление о явном, общепринятом, законном, истинном.

Серый - значение - официоз, консерватизм, утонченность. это нейтральный цвет, обладающий утонченной красотой. Серый цвет практически так же хорошо сочетается с другими цветами как черный или белый, но при этом является зачастую более выразительным. Серый цвет по своей природе не является чистым и имеет множество оттенков и нюансов, поэтому предоставляет дизайнеру огромное поле для самовыражения. В отличие от многих других цветов он никогда не надоеет. Часто применяется в работах дизайнеров высокого класса, обладающих хорошим вкусом и уделяющих большое внимание нюансировке.

Оранжевый - значение прочно связывается с ощущением энергии и тепла, в древности олицетворял любовь земную и небесную, несёт в себе физическую энергию красного и утонченную изысканность золотого.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Фирменный стиль и атрибутика

Первая Строительная
Империя



Первая Строительная
Империя



Первая Строительная
Империя



Первая Строительная
Империя



новый формат современного строительства

www.1si.by

velcom: 785 11 11
МТС: 785 11 11
life: 785 11 11
тел./факс: 203 02 51

630 мм

500 мм

ПРИЛОЖЕНИЕ

Фирменная атрибутика

Первая Строительная
Империя



ПРИЛОЖЕНИЕ макеты брендинга транспорта

Первая Строительная
Империя



ПРИЛОЖЕНИЕ

Буклет

Основные преимущества для клиентов компании «Первая строительная империя»:

1. Экономия времени – позвонив нам по телефону 785-11-11, Вы получите доступ к 15 специализированным компаниям одновременно;
2. Экономия времени – позвонив нам по телефону 785-11-11, Вы получите сметную документацию на проект практически любой сложности в течение одного рабочего дня;
3. Экономия времени – позвонив нам по телефону 785-11-11, мы организуем выезд к Вам необходимого специалиста в течение 1-2 рабочих дней;
4. Экономия Финансов – позвонив нам по телефону 785-11-11, Вы получите накопительную скидку при комплексном заказе наших работ и услуг (3 вида работ – 3%, 8 – 8%, 15 – 15%);
5. Экономия Финансов – позвонив нам по телефону 785-11-11, у Вас пропадет необходимость в поиске огромного количества подрядчиков. Мы Ваш единственный подрядчик;
6. Экономия Финансов – позвонив нам по телефону 785-11-11, Вам не нужно сводить воедино несколько проектов (проект дома + проект благоустройства + проект внутренней отделки + проект отопления + проект кондиционирования + проект электрικής + проект вентиляции), тратя деньги на каждом. Мы делаем все быстрее и дешевле;
7. Получение дополнительных сервисов;
8. Качественное и четкое исполнение гарантийных обязательств;
9. Гибкость в работе и индивидуальный подход к каждому клиенту;
10. Единый информационный центр;
11. Получение консультации у высококвалифицированных специалистов в каждой из представляемых областей;
12. Собственные дизайнеры, архитекторы и проектировщики;
13. Наличие у каждого клиента персонального менеджера-консультанта;
14. Возможность размещения заявки в любое удобное для Вас время (режим работы инфоцентра 8.00 – 20.00 без выходных).

zakaz@1si.by
www.1si.by

017 203 02 51
029 785 11 11
044 785 11 11
025 785 11 11

СТРОИТЕЛЬСТВО ДОМА ПОД КЛЮЧ

www.1si.by

Первая Строительная
Империя

Новый Формат Современного Строительства

Если у вас есть земельный участок и желание жить в собственном доме, «Первая строительная империя» воплотит вашу мечту в реальность.

Играемый дом, только у нас это не реально, - видите ли вы, рассматривая в журналах фотографии загородных особняков. И ваш земельный участок, на котором вы планируете все-таки построить когда-нибудь дом своей мечты, стоит в ожидании тех времен, когда вы займетесь, наконец, проектом, познате подоспавшие подрядчики, электрика, сантехник, кровельщики, динозавры... У вас от одних этих мыслей голова идет кругом: с чего начинать? Где лучше заказать проект? Где и какие лучше закупать материалы? Как провести газ, воду и свет? Как оформить интерьер? Всем этим надо заниматься, а времени катастрофически не хватает. И вы продолжаете жить мечтами о собственном доме.

Между тем стать обладателем красивого готового дома под ключ сейчас можно всего за 9 месяцев, а то и за полгода – если переключить все заботы о доме своей мечты на плечи специалистов белорусской компании «Первая строительная империя», которая вышла на рынок с уникальным предложением – **СТРОИТЕЛЬСТВО ДОМА ПОД КЛЮЧ**.

МЫ ОСУЩЕСТВЛЯЕМ СЛЕДУЮЩИЕ ВИДЫ РАБОТ:

- [illegible]

[illegible]

Наши телефоны

017 203 02 51
029 785 11 11
044 785 11 11
025 785 11 11

ЧТО НАМ СТОИТ ДАМ ПОСТРОИТЬ

[illegible]

С чего начать?

Со знанием или опытом в компании «Гера» строительная интерия. Здесь готовы предоставить на выбор готовые проекты домов либо разработать заказанный проект любой сложности. Вам останется лишь утвердить проект и смету, все остальные заботы «Гера» строительная интерия возьмет на себя. Ведь в этом и заключается строительство дома по ключу – минимум заботы клиента.

Если у вас уже есть коттедж или загородный дом, но он не достроен или находится не в самом лучшем состоянии, allora строительная индустрия может предложить к строительству или ремонтным работам на любом этапе. Комплексный анализ возможностей - также является услугой компании.

МЫ ПРОИЗВОДИМ И РЕАЛИЗУЕМ СЛЕДУЮЩИЕ ВИДЫ ТОВАРОВ

- [illegible]

zakaz@lsi.by
www.lsi.by

017 203 02 51
029 785 11 11
044 785 11 11
025 785 11 11

ПРИЛОЖЕНИЕ Шоу-рум (магазин-выставка)



ПРИЛОЖЕНИЕ Шоу-рум (магазин-выставка)

