

КАК СТАТЬ МОДНЫМ,  
ПРОВЕДЯ РЕБРЕНДИНГ

ТОУСН

ДЛЯ

ЧЕГО?

TOUCH

# TOUCH СЕГОДНЯ

**20** РЕАЛИЗОВАННЫХ ПРОЕКТОВ

---

**400 000 м<sup>2</sup>** ПОСТРОЕНО

---

**130** ЧЕЛОВЕК В ШТАТЕ

---

**2** РЕГИОНА ПРИСУТСТВИЯ

---

**20** ЛЕТ НА РЫНКЕ

---

ГЛАВНЫЙ ОФИС – **МОСКВА**

**TOUCH**





# ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ

- В 2020 ГОДУ КОМПАНИИ 17 ЛЕТ
- ПОРТФЕЛЬ РЕАЛИЗОВАННЫХ ПРОЕКТОВ - 16 ПРОЕКТОВ РАЗНОГО МАСШТАБА, КАК СТРОИТЕЛЬНЫХ, ТАК И ДЕВЕЛОПЕРСКИХ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЗДАНИЯ, СПОРТИВНЫЕ СООРУЖЕНИЯ, ПРОГУЛОЧНЫЕ ЗОНЫ, ЖИЛЫЕ И ОФИСНЫЕ ОБЪЕКТЫ, РЕКОНСТРУКЦИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО ОСОБНЯКА, ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС, КВАРТАЛЬНАЯ ЗАСТРОЙКА И ДРУГОЕ.



ЖИЛЫЕ ВЫСОТКИ АНТАРЕС



ОСОБНЯКИ НА НАБЕРЕЖНОЙ



ОСОБНЯК И.А. ПОГУДИНА



БЫЛО

ТЕХНИЧЕСКИЙ БРЕНД, НЕ ОТРАЖАЮЩИЙ ЛИЦО КОМПАНИИ



**U**DEVELOPMENT

# РАСКРЫТИЕ

МЫ СТРОИМ ДОМА.  
В НАШЕЙ РАБОТЕ НЕТ НИЧЕГО НЕОБЫЧНОГО.  
МНОЖЕСТВО РУТИНЫ. СОГЛАСОВАНИЙ. ПРОЦЕССОВ.

НО ВСЁ ТО, ЧТО МЫ СЕЙЧАС ВОСПРИНИМАЕМ,  
КАК ПРОИЗВЕДЕНИЕ ИСКУССТВА, В СВОЁ ВРЕМЯ  
ТАКЖЕ БЫЛИ РЕЗУЛЬТАТОМ ЧЬЕГО-ТО РЕМЕСЛА.  
ЧЬИХ-ТО КОНТРАКТОВ И СОГЛАСОВАНИЙ.  
ПОДПИСАННЫХ АКТОВ И ОПЛАТ.

НАША СТРАСТЬ К НОВИЗНЕ, К ДЕТАЛЯМ ЛЮБОГО  
ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА ВДОХНОВЕННА И БЕСКОНЕЧНА.

**TOUCH**





# С ЧЕГО НАЧАТЬ?

ОПИСАТЬ И СФОРМИРОВАТЬ ЦЕННОСТИ  
И ВИДЕНИЕ НАШЕЙ КОМПАНИИ ВНУТРИ,  
ЧТОБЫ ЗАТЕМ ТРАНСЛИРОВАТЬ ЕГО ВОВНЕ.

ОСОЗНАТЬ И ДОГОВОРИТЬСЯ С КОМАНДОЙ,  
КЕМ МЫ ХОТИМ БЫТЬ.

---

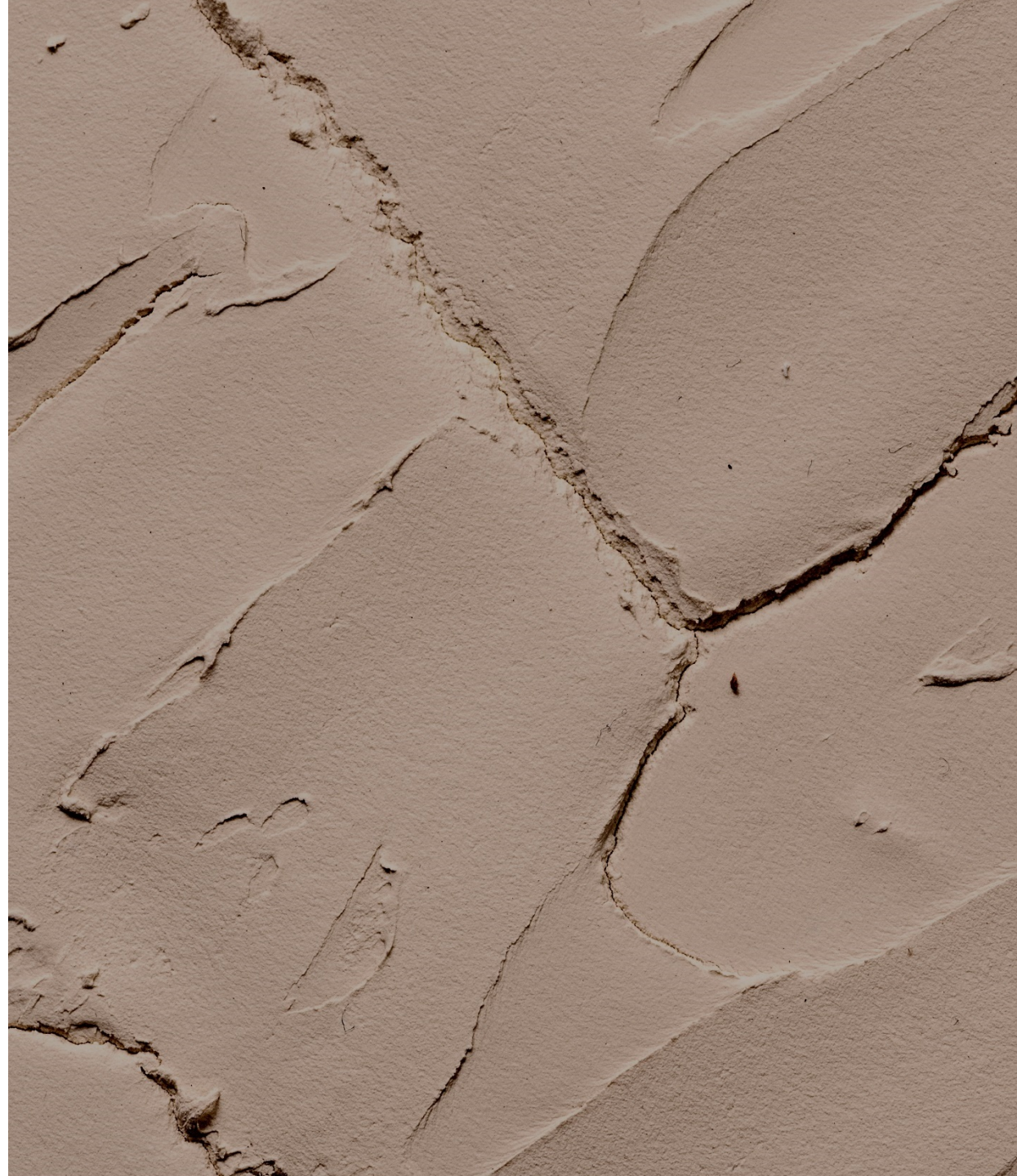
ТЕХНИЧЕСКИЙ      =      ТЕХНИЧЕСКИЙ  
БРЕНД                      ЗАКАЗЧИК

---

БРЕНД ДЕВЕЛОПЕРА-  
ОТРАЖЕНИЕ ЕГО ЦЕННОСТЕЙ

---

**TOUCH**





# КТО МЫ?

РЕЗУЛЬТАТ ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ ТЕКУЩЕГО ОПЫТА И ПЛАНОВ: НАША КОМПАНИЯ ТЯГОТЕЕТ К ЯРКИМ ДИНАМИЧНЫМ АРХИТЕКТУРНЫМ ПРОЕКТАМ, ГЛУБОКО ПОГРУЖАЯСЬ В ИДЕОЛОГИЮ И РЕАЛИЗАЦИЮ КАЖДОГО ПРОЕКТА.

ЦЕЛЬ РЕБРЕНДИНГА: БРЕНД ДОЛЖЕН ОТРАЖАТЬ ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ, ЦЕЛЕЙ – МЫ ДОЛЖНЫ ВОСПРИНИМАТЬСЯ КАК **СОВРЕМЕННАЯ, МОДНАЯ, ГИБКАЯ** КОМПАНИЯ, КОТОРАЯ НЕ ШТАМПУЕТ ОДНОТИПНЫЕ ПРОЕКТЫ, А РАБОТАЕТ КАК **МАСТЕР СВОЕГО ДЕЛА**, С ВНИМАЕМ К ДЕТАЛЯМ.

**TOUCH**





# ПОТРЕБИТЕЛИ БРЕНДА

КАК МЫ ОПРЕДЕЛИЛИ НАШУ АУДИТОРИЮ?

- ТЕКУЩИЕ РАБОТНИКИ КОМПАНИИ / СОИСКАТЕЛИ
- ПАРТНЕРЫ / ПОСТАВЩИКИ / АРХИТЕКТОРЫ
- ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНЫ
- ПОКУПАТЕЛИ

**TOUCH**



A group of people in a modern office setting, engaged in conversation and looking at a smartphone. The scene is dimly lit with a dark overlay, emphasizing the human interaction. The text is overlaid in large, white, sans-serif font.

# БРЕНД- ЭТО ЛЮДИ HUMAN TOUCH

TOUCH



# СОТРУДНИКИ КАК НОСИТЕЛИ БРЕНДА

НОСИТЕЛЯМИ БРЕНДА ЯВЛЯЮТСЯ НЕ БАННЕРЫ В ИНТЕРНЕТЕ, А ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ЧУВСТВОВАТЬ БРЕНД, ПРОПУСКАТЬ ЕГО ЧЕРЕЗ СЕБЯ, ПО СУТИ ЯВЛЯЯСЬ САМЫМИ ВАЖНЫМИ НОСИТЕЛЯМИ БРЕНДА.

МНОГИЕ СЧИТАЮТ, ЧТО РЕБРЕНДИНГ – ЭТО ПРОСТО СМЕНА ЛОГОТИПА, НО ЛОГО – ЭТО ПРОСТО ВЫВЕСКА, ВАЖНЕЕ ЦЕННОСТИ БРЕНДА, ИМЕННО ОНИ ОБЪЕДИНЯЮТ СОЗВУЧНЫХ ПО ДУХУ ЛЮДЕЙ.

TOUCH



# ЦЕННОСТИ HUMAN TOUCH

TOUCH

## СТРАСТЬ

В каждый проект мы вовлекаемся не только по рабочим регламентам, но и с душой. Каждый объект — отражение нас, поэтому мы вовлекаемся полностью.

## ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ

Мы поощряем эмпатию сотрудников по отношению друг к другу и к нашим клиентам. Расширяем сферу рабочих интересов сотрудников и стремимся к понятным и простым отношениям.

## РАЗВИТИЕ

Чтобы сохранять высокий уровень в работе, нужно всегда быть лучшей версией себя вчерашнего. Поэтому TOUCH – это про рост, развитие и амбициозные цели у каждого члена команды.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА

Мы уважаем позицию каждого профессионала и всегда мы ориентируемся на деловой и профессиональный стиль общения.



**СФОРМУЛИРОВАННЫЕ ЦЕННОСТИ  
ПОЗВОЛЯЮТ ОЖИДАТЬ ОТ СОТРУДНИКОВ  
ТАКОЕ ЖЕ ОТНОШЕНИЕ К РАБОТЕ, КАК МЫ  
ПРОПАГАНДИРУЕМ**

**TOUCH**

# КАК ВОСПРИНИМАЕТСЯ БРЕНД ВОВНЕ?

TOUCH



U DEVELOPMENT

КОМПАНИЯ С УРАЛА,  
РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДУШНИЛА

TOUCH

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ  
ТЩАТЕЛЬНЫЙ ЗАКАЗЧИК



# ЭТАПЫ РАБОТ

- ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ, ОТВЕТ НА ВОПРОС: ЗАЧЕМ ЭТО ДЛЯ КОМПАНИИ? ЧТО МЫ ХОТИМ ДОБИТЬСЯ РЕБРЕНДИНГОМ? КУДА МЫ ХОТИМ ПРИЙТИ? ПОСТАВИТЬ ДОСТИЖИМЫЕ ЦЕЛИ
- ВЫБРАТЬ ПРАВИЛЬНОГО ПОДРЯДЧИКА
- ОПРЕДЕЛИТЬ АУДИТОРИИ, ДЛЯ КОТОРЫХ ВАЖЕН РЕБРЕНДИНГ
- ОПРЕДЕЛИТЬ ПЛАТФОРМУ БРЕНДА: ПРОВЕСТИ ВОРК-ШОПЫ С СОТРУДНИКАМИ: ТОП МЕНЕДЖЕРЫ / СОТРУДНИКИ СРЕДНЕГО ЗВЕНА / СОТРУДНИКИ, ВОВЛЕЧЕННЫЕ В ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА – ВЕДУЩИЕ ПЕРЕГОВОРЫ

**TOUCH**



# ЭТАПЫ РАБОТ

- СФОРМУЛИРОВАТЬ ЦЕННОСТИ БРЕНДА, ВИЗУАЛЬНУЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ БРЕНДА, ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БРЕНДА
- ОПРЕДЕЛИТЬ ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЗНАНИЯ О БРЕНДЕ
- РАЗРАБОТАТЬ ГРАФИК ВНЕДРЕНИЯ С ПЛАНом МЕРОПРИЯТИЙ... И – САМОЕ СЛОЖНОЕ, ЕМУ СЛЕДОВАТЬ

**TOUCH**





# ЭТАПЫ РАБОТ

РАБОТА С БРЕНДИНГОВЫМ АГЕНТСТВОМ =  
РАБОТА С ПСИХОЛОГОМ.

ТОЛЬКО ВЫ И ВАША КОМАНДА ОПРЕДЕЛЯЕТ КТО ВЫ  
И КУДА ХОТИТЕ ПРИЙТИ, БРЕНДИНГОВОЕ АГЕНТСТВО  
ЛИШЬ МОДЕРАТОР И ОФОРМИТЕЛЬ ЭТИХ ИДЕЙ.  
РЕБРЕНДИНГ – РАБОТА ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ КОМПАНИИ.

**TOUCH**



# ВЫГОДЫ БРЕНДА

TOUCH

## ПРОДУМАННОСТЬ

Мы хотим, чтобы в наших объектах люди жили, а не просто наслаждались ими издалека. Поэтому решения продуманны со стороны того, как им будут пользоваться.

## ИСПОЛНЕНИЕ

Внимание к мелочам.  
Перфекционизм и стремление к идеалу.

РАЦИОНАЛЬНЫЕ

## ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КОНТАКТ

Понимание и эмпатия в сотрудничестве, в том числе с клиентами. Тепло рукопожатия. Живость.

## ОЩУЩЕНИЕ УЧАСТИЯ

Ваш дом не просто метры.  
Это — созданный руками и головами людей продукт, куда они вложили свою энергию и силы.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ



# ВИДЕНИЕ

В ОСНОВУ БРЕНД-ПЛАТФОРМЫ ЛЕГЛА ИДЕЯ «HUMAN TOUCHED», ЧТО РАСКРЫВАЕТСЯ КАК КОНЦЕПЦИЯ ГЛУБОКОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ КАЖДОГО УЧАСТНИКА ПРОЕКТА В ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ЛЮБОГО ДЕВЕЛОПЕРСКОГО ОБЪЕКТА.

**TOUCH**



НЕЙМИНГ

С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА «TOUCH» ПЕРЕВОДИТСЯ КАК «КАСАТЬСЯ, ТРОГАТЬ».

Т О У Ш Е С Н



# ИДЕЯ КОММУНИКАЦИИ

В КОММУНИКАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ БРЕНДА ЗАЛОЖЕНЫ ТРИ УРОВНЯ «КАСАНИЯ».

## HAND TOUCHED

отвечает за вовлечение  
и внимание к делу за счет  
личного участия

## HEAD TOUCHED

включает в себя погружение  
в дело не только руками,  
но и головой

## VISION TOUCHED

визионерство  
и предвосхищение запросов  
аудитории

# МИССИЯ БРЕНДА

ВКЛАДЫВАТЬ ДУШУ В ДЕЛО, СОЗДАВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ РАЗНЫХ МАСШТАБОВ И ТИПОЛОГИЙ В ГОРОДАХ РОССИИ, НАПОЛНЯЯ ВДОХНОВЕНИЕМ И ЭНЕРГИЕЙ ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ПРОЕКТА: ОТ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА ДО РУЧКИ ДВЕРИ КВАРТИРЫ.





# ЛЮДИ TOUCH

ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА - ПОДБИРАТЬ ЛЮДЕЙ С  
ОПРЕДЕЛЕННЫМ ПОДХОДОМ «TOUCH»,  
КОТОРЫЕ СТРЕМЯТСЯ ДЕЛАТЬ ЛУЧШЕ.

**TOUCH**



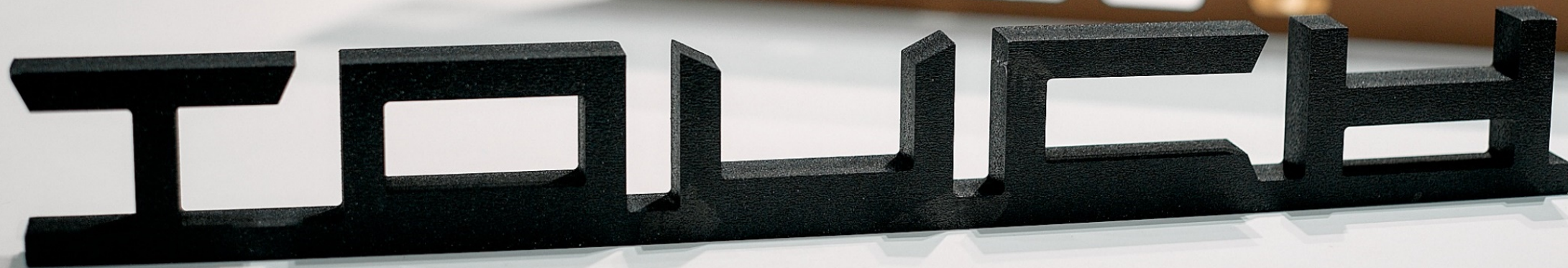


# TOUCH OUTSIDE

НАША ЦЕЛЬ - ОТТАЧИВАТЬ СВОИ ПРОЕКТЫ ДО ПРОЕКТНОГО СОВЕРШЕНСТВА В НАШЕМ ПОНИМАНИИ, ЧТОБЫ ПРОЕКТ-ЗАТРАТЫ-РЕАЛИЗАЦИЯ БЫЛИ В БАЛАНСЕ КРАСОТЫ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ И СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОЕКТА.

У НАС НЕТ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И ИСПОЛНИТЕЛЕЙ В ПРЯМОМ СМЫСЛЕ, НАС КАЖДЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ - ИГРАЮЩИЙ ТРЕНЕР, МЫ ЧУВСТВУЕМ СЕБЯ ЕДИНОЙ КОМАНДОЙ.

У



# РЕЗУЛЬТАТЫ

- ПОВЫШЕНИЕ УЗНАВАЕМОСТИ КОМПАНИИ, ПОЗИТИВНОЕ ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА ЗА 2021 ГОД У НАС БЫЛО 8 УПОМИНАНИЙ В ПРЕССЕ КАК БРЕНДА ЗАСТРОЙЩИКА. ЗА 2022 И 2023 ГОД – БОЛЕЕ 1700.
- ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ВНУТРЕННИХ СОТРУДНИКОВ В ЦЕЛОМ: ЛИЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ СОТРУДНИКОВ С МЕРЧОМ КОМПАНИИ И ДЕМОНСТРАЦИЕЙ БРЕНДА УВЕЛИЧИЛАСЬ В 8 РАЗ ЗА ГОДОВОЙ ПЕРИОД;
  - по опросам на конец 2023 года, гордится брендом TOUCH - 91% сотрудников
  - тем, что работает в этой компании – 88%
  - проектами компании – 91%
- АДЕКВАТНОЕ ВОСПРИЯТИЕ ПОСТАВЩИКАМИ И ПАРТНЕРАМИ НА РЫНКЕ - ПОЛУЧЕНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ ЦЕН И ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА ТЕНДЕРАХ

**TOUCH**





**ЗАЛОГ УСПЕХА -  
ЯРКИЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ОБРАЗЫ  
И ГОВОРЯЩИЕ БРЕНДЫ**

**TOUCH**









**T O U C H**