

org_behavior

Екатерина
Уколова

Игорь
Борисович
Манн

Анна
Юрьевна
Турусина

Инструменты маркетинга для отдела продаж

Когда маркетеры делятся с продавцами своими знаниями, эффективность продаж возрастает, а конфликтов между отделами становится меньше. В этой книге 60 приемов безбюджетного и малобюджетного маркетинга, которые способны увеличить прибыль компании быстро и действенно.

Для сотрудников и руководителей отделов маркетинга и продаж, коммерческих директоров.

увеличение прибыли
2017

ru

On84ly

FictionBook Editor Release 2.6.7
15 July 2017
69170a10-271f-4a56-b64f-853e773e0ad1
1.0

v 1.0 – создание fb2 – (On84ly)

Инструменты маркетинга для отдела продаж / Игорь Манн, Анна Турусина, Екатерина Уколова
Манн, Иванов и Фербер
Москва
2017
978-5-00100-647-3

Игорь Манн, Анна Турусина, Екатерина Уколова
Инструменты маркетинга для отдела продаж

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

© Игорь Манн, Анна Турусина, Екатерина Уколова, 2017
© Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2017
* * *

Посвящается Радмило Лукичу,
Человеку, Автору, Тренеру, Консультанту

От авторов

Продавцу

Неважно, кто вы – менеджер по продажам, руководитель службы продаж или коммерческий директор, – вам лучше как можно быстрее прочитать книгу хотя бы по диагонали и составить список инструментов, которые нужны для более эффективной работы.
Если в компании есть маркетер – обсудите список с ним, попросите помощи в реализации плана.
Если нет – можно его нанять. Или выполнить намеченное самостоятельно.

Маркетеру

Неважно, кто вы – менеджер по маркетингу, руководитель службы маркетинга или директор по маркетингу, – прочитайте эту книгу и определите инструменты, которые вы еще не применяли для вашей команды продаж.
Обсудите их с продавцами.
Определите приоритеты и начинайте совместную работу по внедрению.
Продажи вырастут, продавцы будут вам очень признательны. Мы уверены в этом.

Предисловие

Предисловие к книге должно отвечать на три вопроса:

- 1) зачем авторы написали эту книгу?
- 2) для кого она?
- 3) о чем она?

Отвечаем.

Зачем?

Есть сотни книг о маркетинге и продажах, но нам еще не встречалась книга, в которой были бы перечислены все инструменты маркетинга, которые должны быть «в арсенале» менеджеров по продажам.

Для кого?

Эта книга будет невероятно полезна маркетерам (менеджерам и директорам по маркетингу): перед ними чек-лист того, что необходимо как можно скорее сделать для главного внутреннего клиента – команды продаж.

А для менеджеров по продажам и директоров по продажам эта книга будет шпаргалкой – что попросить у отдела маркетинга, чтобы работа с клиентами стала эффективнее и результативнее (а если маркетинга нет, то сделать самостоятельно).

Эта книга для компаний, где:

- есть отдел продаж / менеджеры по продажам и маркетер / команда маркетинга. Первые могут попросить инструменты маркетинга, а вторые могут их сделать.

- нет конфликта маркетинга и продаж. (Если конфликт есть, настоятельно рекомендуем прочитать книгу «Согласовано!»

[1]

.)

- менеджерам по продажам приходится общаться с потенциальными клиентами лицом к лицу. И общение это не проходит легко.

У издательства McGraw Hill есть известное рекламное объявление (оно появилось в 1970-е годы). На нем изображен опытный менеджер по закупкам.

Он сидит в закрытой позе, скрестив руки, и без тени улыбки говорит менеджеру по продажам:

«Я не знаю вас,

я не знаю вашу компанию,

я не знаю ваш продукт,

я не знаю ваших ценностей,

я не знаю клиентов вашей компании,

я не знаю историю вашей компании,

я не знаю репутацию вашей компании...

Итак, что вы хотите мне продать?»

Жест, как сейчас говорят.

Прошло полвека с первой публикации того объявления, а у тех, к кому приходят менеджеры по продажам, по-прежнему есть вопросы – и их стало даже больше... А вот ответов – полных и хороших – у ваших продавцов, уверены, нет.

В этом случае книга будет весьма и весьма полезна.

О чем эта книга?

Это сборник инструментов маркетинга, которые должны быть в распоряжении менеджеров по продажам.

Таких инструментов получилось несколько десятков.

Их можно разделить на четыре блока:

- 1) инструменты, которые нужны до встречи с клиентом;

- 2) инструменты, которые используются на встрече с клиентом;

- 3) инструменты, которые можно/нужно использовать после встречи с клиентом;
- 4) дополнительные инструменты, полезные для отдела продаж, которые может предоставить маркетинг.

Грань между блоками тонка – поэтому деление условное. Например, буклет нужен и до встречи с клиентами (его можно отправить в электронном виде или раздавать на выставке), и на встрече (его можно показывать, можно оставить клиенту).

Игорь Манн: «Пару слов об отраслевой специфике. Она, конечно же, накладывает отпечаток на работу маркетеров.

Есть рынки, где инструментов раз-два и обчелся. А есть рынки, где ты можешь творить, придумывать новые инструменты (например, телеком или недвижимость).

Иногда инструменты можно переносить в другие отрасли (об одном таком инструменте – «Годовом отчете положительных эмоций» – мы в этой книге расскажем).

Но некоторые, например «Отчет об инвестиционной привлекательности (росте стоимости первичной недвижимости, приобретенной на этапе застройки)», работают только в своей отрасли и масштабированию практически не поддаются».

Структура описания инструментов в первой части этой книги такая же, как в книгах «Маркетинг без бюджета»

[2]

, «Фидбэк»

[3]

или «Согласовано!»:

- чему помогает (в данном случае в контексте отдела продаж);
- сложность реализации;
- трудоемкость (по времени);
- как использовать (в общих чертах);
- как это сделать и сделать как можно лучше (мысли, «фишки» и изюминки, позволяющие действовать более эффективно);
- выводы (что нужно делать после прочтения главы).

Внимательный читатель наверняка заметил отсутствие в этом списке пункта «стоимость».

Бесплатно! По крайней мере, таково большинство описанных в книге инструментов: их можно сделать самостоятельно. Но, конечно, если вы все-таки обратитесь к профессионалам – а мы рекомендуем некоторых в этой книге, – все будет сделано быстро и на высшем уровне.

Мы уверены, что книга вам понравится, пригодится и поможет. Главное, помните: нужно не просто прочитать ее – нужно обязательно внедрить прочитанное в компании.

Читайте.

Думайте, что вам подходит (и отмечайте такие приемы галочкой в специальном квадратике). И делайте.

Анна,

Екатерина,

Игорь

Часть I. Инструменты для менеджеров по продажам

До встречи с клиентом

Инструменты, которые продавцы могут использовать до встречи с клиентами, помогают перекинуть мостик к потенциальным клиентам, вызвать интерес клиента к себе, лучше понимать его ситуацию.

К таким инструментам относятся:

- CRM (база данных по клиентам);
- аналитика (справка) по клиенту;
- «почему мы?» (ответ на вопрос «Почему нужно работать именно с нашей компанией»);
- «100 слов о...» (неожиданная форма позиционирования);
- «возражения и контраргументы»;
- продуктовая матрица (визуально понятный и запоминающийся продуктовый портфель компании);
- сравнение с конкурентами (документ, из которого видно, кто ваши основные конкуренты и чем вы лучше их);
- свойства – преимущества – выгоды (правильная подача продуктов и услуг);
- приглашение к сотрудничеству;
- коммерческое предложение;
- прайс-лист;
- «антириски» (документ, показывающий риски ваших потенциальных покупателей и описывающий, как вы будете с ними работать);
- кейсы;
- white paper (мини-книга с полезным контентом по какой-то узкой теме, проблеме);
- FAQ (наиболее часто задаваемые клиентами вопросы и ответы на них);
- библиотека полезных книг.

Чем больше инструментов из этого списка вы используете, чем качественнее они – тем выше вероятность встречи с потенциальным клиентом и тем более высок будет уровень, на котором эта встреча пройдет.

1. CRM

Помогает:

- знать нужную информацию о клиенте и отслеживать историю его покупок;
- проводить работу с базой (анализ ABC, XYZ, RFM...);
- как следствие – продавать больше.

Сложность

Высокая.

Трудоемкость

Минимум месяц.

Как использовать

База данных по клиентам, или CRM-система, помогает автоматизировать фиксацию данных о клиентах, отслеживать историю взаимоотношений клиентов с вашей компанией.

CRM нужна, чтобы знать о клиенте информацию, которая поможет вам продать ему больше.

И еще для того, чтобы отображать хронику ваших взаимоотношений (контакты, встречи, сделки, покупки, сервисная история...).

Екатерина Уколова: «CRM также нужна, чтобы анализировать работу сотрудников, выявлять причины отсутствия продаж, видеть, откуда берутся продажи, сокращать бюджеты на рекламу или увеличивать эффективность вложений на рекламу. Необходимо правильно настроить отчеты – по воронке во всех ее возможных разрезах (регион / отрасль / каналы коммуникации / менеджер / продукт / новый и текущий канал продаж)».

Удивительно, но в огромном количестве российских компаний менеджеры все еще фиксируют эту информацию в голове (в итоге не выдерживают и уходят), в Excel или в тетрадках. Каменный век...

Если в вашей компании еще нет CRM-программы, маркетер обязан выступить с инициативой ее появления.

Наверняка отдел продаж будет сопротивляться этому – но, заручившись поддержкой руководителя компании, нужно приучить продавцов к хорошему – к CRM.

Игорь Манн: «Чем больше вы знаете о своем клиенте, тем больше продаете. Фиксируйте всё, не доверяйте ценную информацию головам и записям менеджеров по продажам. Уйдет менеджер – уйдут знания.

Харви Маккей (известный американский предприниматель и автор книги “Как уцелеть среди акул”) заставляет своих продавцов собирать информацию о клиентах компании аж по 66 вопросам! Свою базу данных он называет “Маккей 66”. Я расскажу о ней подробнее в главе “Отчет о встрече”, а сам опросник вы можете увидеть в приложении к этой книге.

В свое время, работая коммерческим директором компании “Фавор”, я сделал базу данных “Манн 33” – мы вносили туда ответы на 33 вопроса о наших клиентах. Эта база помогла в разы увеличить продажи. Информация в вашей базе данных должна быть актуальной: все изменения должны отражаться в ней как можно быстрее (желательно в тот же день, как вы о них узнали). Вся информация должна быть реальной. Пробелы и вопросительные знаки в ячейках недопустимы. Важны точность и полнота данных. Например, в графе “дата рождения клиента / знак зодиака” должно быть указано “26 марта 1965 года / Овен”, а не “20 марта? / –”».

Как сделать это лучше

1. Найдите профессионала и задайте ему вопрос: «Какую CRM-систему нам лучше внедрить?» Возможно, придется заплатить, но правильно подобранная и грамотно внедренная CRM-система окупит гонорар быстро и сторицей.

Екатерина Уколова: «CRM делятся – проведем аналогию с марками машин – на Daewoo, Nissan, Mercedes, Bentley.

В первую очередь, как и при покупке машины, нужно определиться с бюджетом (минимальный для CRM – 1500 рублей в месяц или даже бесплатно). Далее необходимо составить техническое задание и проконсультироваться с профессионалами (например, с экспертами нашей компании Oy-li).

Одна компания внедряла CRM два года, бюджет внедрения уже превышал четыре миллиона рублей. После того как мы пришли на проект, выяснилось, что в расчетах использовались неверные формулы, система была нелогичной, продавцам было неудобно с ней работать, в результате все дублировалось в Excel. Внедрение не только не окупалось, но и требовало все больше денег.

Мы предложили выбрать другое решение, всего за 700 тысяч рублей, внедрение которого займет месяц. Составили ТЗ и предложили реализовать его на SAAS-платформе. Результат: при падении рынка на 40 % компания выросла на 15 % (по количеству проданных объектов) по отношению к прошлому году (не считая роста цен и с учетом сезонности)».

2. Очень многое зависит от драйвера проекта внедрения CRM в вашей компании – от его настойчивости, профессионализма и оптимизма.

2. Аналитика по клиенту

Помогает:

- узнать о компании, клиенте, ЛПР (лице, принимающем решение) информацию, которая на переговорах побудит его принять нужное решение или ускорит этот процесс.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Зависит от отрасли (в одних отраслях нужную информацию найти просто, в других – консервативных, закрытых – очень нелегко).

Как использовать

Аналитика по клиенту позволяет наладить контакт с нужным человеком и мотивировать его купить больше и/или быстрее. Вот несколько примеров полезной информации и способов ее использования:

- личные данные (поздравляем клиента с днем рождения или свадьбой дочери);
- рабочая информация (поздравляем ЛПР с внутренним продвижением и повышением);

Очень хорошо, когда мы понимаем, кто есть кто в компании:

- кто ЛВР (лицо, влияющее на принятие решения);
- кто ЛПР (лицо, принимающее решение);

- а кто – ЛДПР (лицо, действительно принимающее решение).

Необходимо понять их приоритеты, знать их понятийный аппарат и исходя из этого продумать контент и аргументы.

- рыночная информация (используем для влияния на принятие решения, например информацию о создании совместного предприятия или выходе компании-клиента на другие рынки);
- информация о конкуренте (лоббируем нужное решение, ссылаясь, например, на то, что конкурент начинает проект франчайзинга).

Комментарий от тестера книги Евгения Землянухина: «Аналитическая информация о клиенте должна быть максимально глубокой и включать в себя широкий спектр данных: целевые рынки сбыта, каналы сбыта и дистрибуции, происшествия на производстве или складах, кадровые перестановки внутри компании клиента, проблемы с конечными потребителями клиента, финансовые сводки и т. д. Наличие таких данных позволяет постоянно “быть на одной волне”, понять потребности клиента и сформировать предложения и решения, которые будут бить точно в цель.

Пара примеров из практики.

История 1.

Мы узнали, что наш потенциальный клиент выстраивает стратегию своего развития вокруг самого прибыльного и требовательного к качеству рынка сбыта. Клиент инвестировал в шесть складов в ключевых регионах рынка, создал запасы и вложился в логистику. Основываясь на этих данных, мы пришли к выводу, что возврат инвестиций и стабильность качества продукции будут главными точками фокуса клиента в ближайшее время. Мы подготовили предложение, наглядно демонстрирующее, как с помощью наших продуктов клиент повысит прибыль и снизит риски производства некачественной продукции, что в итоге ускорит процесс возврата инвестиций. Запрос на пробную партию мы получили на следующий день без единого звонка и без личных встреч.

История 2.

Анализ цепочки поставок сырья другого клиента показал, что его снабжение ведется путем закупок из Китая. Доставлялся “вражеский” продукт морским транспортом за полтора месяца. Стало очевидно, что клиент испытывает неудобства: требовалось долгосрочное планирование закупок, увеличивались складские запасы, что ухудшало денежный поток, к тому же долгая доставка увеличивала риск остановки производства. Наше географическое положение оказалось нашим преимуществом. Мы составили коммерческое предложение вокруг выгодной логистики, снижения складских запасов клиента и связанных с этим рисков. Клиент наш».

В теории маркетинг должен готовить справку по каждому клиенту и его ситуации для своих коллег из отдела продаж.

Екатерина Уколова

: «Чтобы рационально использовать ресурсы, готовить такие справки можно по клиентам категории АХ/АУ, то есть по тем, кто приносит больше всего денег и покупает у вас чаще других».

Роман Тарасенко

: «Это лучше упаковать в профайл клиента. Сделать что-то вроде досье (папка с фотографией, датой рождения, хобби, интервью и т. д.). Так часто делают журналисты, собираясь на интервью».

В идеале менеджер отдела продаж должен иметь: а) возможность заказать и получить такую справку у коллег из маркетинга («Вася, есть у тебя для меня что-то новое для проекта G? “Нарыли” что-то интересное по клиенту С?») и б) привычку делать это регулярно.

Екатерина Уколова

: «Одна компания творчески подошла к этому вопросу. Она наняла студента, который через соцсети собирал информацию о клиентах, и платила ему за одну справку от 200 до 500 рублей.

В анкете о клиенте значились следующие пункты.

1. Семейное положение.
2. Хобби.
3. Личное фото.
4. Любимые цитаты, книги, фильмы.
5. Места работы.
6. Возраст.
7. Интересы / основные темы ленты новостей.

К началу разговора с клиентом менеджер этой компании знал о нем все и был готов к беседе. Вместо банальных фраз ни о чем он говорил на интересные для клиента темы.

Конверсия “поговорили – продали” была фантастической».

Как сделать это лучше

1. По системе.

Хорошо, когда такая информация накапливается системно и загодя (с помощью CRM-системы).

2. Внешние источники.

Здорово, если есть бюджет на внешние источники информации (многие компании специализируются на сборе и обработке подобных сведений).

3. «Почему мы?»

Помогает:

- выделиться среди конкурентов;
- запомниться во время переговоров.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Непредсказуемая.

Как использовать

Практически всегда клиент задается вопросом: «Почему я должен выбрать именно эту компанию? Чем они лучше конкурентов?»

И очень часто этот вопрос задают на переговорах: «Хорошо... Итак, почему мы должны выбрать именно вас?»

Правильный ответ на этот вопрос позволит заключить сделку или как минимум продвинуться по воронке продаж.

Правильный – значит быстрый, короткий (хорошо бы уложиться в одно-два предложения), четкий, уверенный, убедительный, аргументированный, небанальный (оригинальный) и запоминающийся.

Вы правильно отвечаете на этот вопрос?

Как правило, менеджеры по продажам мнутя, «путаются в показаниях», отделиваются общими словами и ответ их звучит неубедительно...

Неправильный ответ закрывает дорогу вперед, поставит крест на работе с клиентом. В общем, ставки здесь высоки.

Как сделать это лучше

1. Хорошо подумайте.

Обсудите с менеджерами по продажам, как лучше ответить на этот вопрос. Выслушайте их версии ответов (как правило, все менеджеры отвечают по-разному). Решите, какой ответ лучший. Используйте его всей компанией.

2. Обновляйтесь.

Время от времени проверяйте актуальность ответа на вопрос «Почему мы?». То, что хорошо звучало до кризиса, в кризис может быть неубедительно.

3. Под рукой.

Как насчет того, чтобы напечатать ответ на этот вопрос? Представьте ситуацию: клиент спрашивает «Почему вы?», а продавец протягивает открытку/листочку и спокойно отвечает: «Я ждал этого вопроса. Мы не боимся отвечать на него – и даже готовы оставить вам ответ в письменном виде. Можете сравнить его с ответами других компаний». Сильный ход.

Возможно, вам понравится идея напечатать ответ на этот вопрос на обороте визитной карточки ваших менеджеров по продажам? Подскажите продавцу, что, если ему не задали такой вопрос (еще раз напоминаем, что им задается каждый покупатель), ему самому стоит сказать: «Кстати, вы не спросили меня, чем наша компания лучше других... Вот наш ответ», – и протянуть заготовленный заранее печатный материал.

Роман Тарасенко

: «Компания “Монолит” (продажа и аренда опалубки) сделала целый стенд с аргументами “почему мы”. Каждый аргумент представлен как картинка и подпись к ней.

А для использования на выездных продажах мы сделали маленькие карточки – размером с игральную карту. Каждый сотрудник может перебирать “колоду” на встрече с клиентом и называть/показывать свои аргументы».

Игорь Манн
: «Они у меня учились

».

4. Потренируйтесь.

Хорошо, если менеджеры потренируются отвечать на этот вопрос, играя в покупателя и продавца. Желательно довести ответ до автоматизма. Он может выглядеть как экспромт, но на самом деле этот «экспромт» хорошо подготовлен.

Евгений Землянухин
: «Репетиции должны проводиться регулярно, и все они должны быть генеральными. Ответ на этот вопрос должен отскакивать от зубов. Пример из жизни коллеги.

Крупный потенциальный заказчик. Встреча на высшем уровне. Клиент задает упрощенный вариант вопроса: “Почему мы должны покупать именно ваш продукт?” Казалось бы, сейчас сразу всех наповал. Тьма аргументов в голове, не знаешь, с чего начать. Пауза буквально в три секунды и... смех клиента. Поражение. Реванш удалось взять только через месяц. Потеря времени и репутации. Ставки просто космические. Мне иногда кажется, что ответ на вопрос “Почему мы?” должен знать даже охранник».

4. «100 слов о...»

Помогает:

- выделиться среди предложений конкурентов;
- запомниться на встрече или переговорах.

Сложность

Низкая.

Трудоемкость

Один день.

Как использовать

«100 слов о...» – необычный формат отстройки от конкурентов, ответа на вопрос «Почему мы?».

В то время как конкуренты используют стандартные способы рассказать о себе – буклет, брошюру, слайды и прочее из разряда «много букаф», вы пускаете в дело документ «100 слов о нашей компании».

Вы можете распечатать этот документ на принтере.

Вы можете напечатать его в типографии.

Вы можете сделать отдельный слайд «100 слов о нас» в презентации. Само название «100 слов о...», свежесть и необычность подачи информации поможет вам выделиться и запомниться (краткость – сестра не только таланта, но и выбора в вашу пользу).
Как сделать это лучше

1. Ровно 100.

Будьте готовы, что ваш клиент начнет считать слова: человеческое любопытство и не такое заставляет делать. Лучше, если у вас будет действительно 100 слов, считая предлоги и союзы.

В программах работы с текстами Word и Pages есть функция подсчета слов. Самому считать не надо – за вас все сделает компьютер.

2. Больше или меньше.

Если у вас получится больше или меньше слов, не беда. Не обязательно подгонять текст именно под 100 слов. Просто назовите свой документ «104 слова о нашей компании» или «96 слов о нашей компании».

3. Не мельчите.

Сделайте крупнее шрифт. У многих проблемы со зрением.

4. Акценты.

Можно выделить важные мысли цветом, подчеркиванием или шрифтами.

5. Логотип.

Не забудьте добавить в документ элементы вашего фирменного стиля: логотип, слоган, подстрочник – все, что покажется вам уместным.

6. Проверка на банальность.

Проверьте свой текст с помощью сервиса «Главред» (<http://glvrd.ru/>). Вы удивитесь, насколько его можно улучшить (да и другие тоже).

5. «Возражения и контраргументы»

Помогает:

- работать с возражениями;
- быть более убедительным;
- с большей вероятностью закрывать сделки;
- двигаться по воронке продаж.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Неделя.

Как использовать

Менеджерам по продажам постоянно приходится работать с возражениями потенциальных и существующих клиентов. Почему бы не сделать документ «Возражения и контраргументы»? Его можно использовать как шпаргалку и при подготовке к переговорам, и на самих переговорах.

Евгений Землянухин

: «На мой взгляд, это не самый удачный вариант, хотя безусловно имеет право на существование. Считаю, что перед выходом на “ринг” нет ничего лучше тренировок в “зале”. Наличие таких шпаргалок нередко запускает у менеджеров механизм “мне завтра на экзамен” со всеми вытекающими. Кто-то перестает думать головой и надеется только на шпаргалку, пытаясь адаптировать любой ответ клиента под одно из имеющихся в списке возражений, и в итоге может ответить невольно. Кому-то все время надо в туалет, чтобы подсмотреть в шпаргалку. А кто-то вообще начинает играть с клиентом в словесный пинг-понг. Поэтому я бы поостерегся рекомендовать использование таких “шпор” на переговорах. Во всяком случае, не стоит рассчитывать на них как на главное оружие».

Как сделать это лучше

1. Регулярные обновления.

Меняются клиенты, меняются времена, меняются условия работы... меняются возражения – должны меняться и ответы на них. Периодически (например, ежеквартально) обновляйте контраргументы, которые используют менеджеры по продажам.

2. Прокачайтесь.

Прочитайте книгу «Школа продаж»

[4]

Александра Деревицкого. Это лучшая книга о работе с возражениями клиентов на сегодня. Глупо ее не использовать.

3. База знаний.

Превратите список возражений и контраргументов в онлайн-базу знаний. Так менеджеры по продажам смогут самостоятельно добавлять вопросы и возражения клиентов и работать над контраргументами.

4. На память.

Если у клиента возражение следует за возражением, как вдох за выдохом, можно сделать следующее: протянуть ему ваш документ «Вопросы – контраргументы» со словами: «Вижу, у вас много вопросов. Мы подготовились. Вот все ваши возможные вопросы – и все наши ответы». Только не забудьте пробрендировать документ (поставить на нем логотип компании и контактные данные). Такому клиенту этот подход может понравиться.

Евгений Землянухин:

«Исходя из моей (и не только моей) практики, могу сказать: нередко такое поведение клиента, как “возражение за возражением”, – результат плохой подготовки менеджера. Он не выяснил, что нужно клиенту, и не

сформулировал ценностное предложение заранее. В таких ситуациях работа с возражениями может превратиться в продавливание клиента, что, скорее всего, последнему не понравится. И тогда перечень “Вопросы – контраргументы”, который вы ему дадите в руки, может стать тем самым медным тазом, который кроет все надежды на сотрудничество на данном этапе. Думаю, рекомендовать этот инструмент следует с осторожностью».

6. Продуктовая матрица

Помогает:

- наглядно представить всю линейку продуктов компании;
- диагностировать ситуацию заказчика и подсказать лучший вариант выбора решения.

Сложность

Высокая.

Трудоемкость

Может быть, вы найдете отличный вариант для визуализации продуктовой линейки сразу. Но возможно также, что на это уйдет месяц.

Анна Турусина

: «А то и больше... В свое время мы делали продуктовую матрицу для “Банка Европейский” почти два месяца.

Хорошая идея долго не приходила нам в голову. Но потом пришла – и мы поняли, что ее стоило дождаться. Она была очень понятной, оригинальной, наглядной и запоминающейся.

Клиент сразу же начал использовать ее практически во всех своих коммуникациях – от визитных карточек до рекламных кампаний».

Как использовать

Общее правило: чем больше у вас продуктов, тем скорее нужно делать продуктовую матрицу/карту.

Клиенту должно быть достаточно одного взгляда на нее, чтобы понять:

- ваш ассортимент, его глубину и ширину;
- какое решение необходимо ему в его ситуации;
- от каких факторов может зависеть выбор;
- какие дополнительные услуги вы оказываете...

Список можно продолжить.

В идеале клиент непродолжительное время разглядывает вашу продуктовую карту/матрицу и, ткнув в нее пальцем, говорит: «Ага! Нам нужно вот это».

Профит! Вы не зря работали.

Как сделать это лучше

1. Скопируйте.

Посмотрите, как рассказывают о своей продуктовой линейке ваши коллеги по бизнесу из других стран. При копировании зарубежного опыта даже иностранный язык знать не обязательно – красивую картинку понимаешь без слов.

2. Посмотрите на смежные отрасли.

Например, вы работаете в телекоммуникационной компании. Посмотрите, что сделали для визуализации своей продуктовой линейки банки или страховые компании. Вдруг их идея вдохновит вас?

3. Используйте копирайт.

Если вы придумали классную идею для визуализации своей продуктовой линейки – поставьте знак «копирайт» © с названием своей компании. Гарантии, что не украдут, нет (в нашей стране уважения к интеллектуальной собственности пока мало), но все же это лучше, чем оставить результат вашей работы без указания авторства.

Если конкуренты нагло украдут вашу «картинку» – можете загрузить работой юристов.

4. Дизайн рулит.

Вложите в дизайн вашей матрицы/карты. Она должна выглядеть стильно – цвета, формы, шрифты, графика... все имеет значение.

5. Знаем все.

Обучите ваших менеджеров, как пользоваться продуктовой матрицей/картой. Пусть знают, что и где расположено, и могут ответить на любой вопрос клиента по карте. Если необходимо – примите по ней экзамен.

7. Сравнение с конкурентами

Помогает:

- работать с возражениями клиентов;
- показывать клиентам, в чем вы лучше конкурентов;
- знать свои слабые стороны и быть готовым к вопросам клиента о них;
- задавать на переговорах правильные вопросы, работать по СПИН [5] (выявлять сложности и задачи клиента с помощью специальных вопросов).

Сложность

Высокая.

Трудоемкость

Одна-две недели.

Как использовать

Менеджеры по продажам часто сравнивают свои решения с товарами/услугами конкурентов, чтобы показать, в чем их преимущества.

Сравниваются характеристики (вес, габариты, производительности, энергопотребление...).

Сравниваются цены (абсолютная стоимость, стоимость единицы или периода, стоимость владения...).

Сравниваются ожидаемые результаты (окупаемость или, например, себестоимость одной единицы продукции, произведенной на станке...).

Елена Жаданова

: «Выводя на рынок стиральную машину “Евронова”, мы использовали формат сравнительных статей о продукте. При этом негативно о конкурентах не

отзывались, а подчеркивали технические преимущества нашего продукта, благо было о чем рассказать.

Результат – мы достигли узнаваемости, сопоставимой с конкурентами, с затратами более чем в десять раз ниже, чем у них. Люди с техническим образованием (а в России в девяностые годы таких было более 70 %) однозначно делали выбор в пользу нашей малютки».

Такой документ можно сделать самостоятельно (в этом случае можно поиграть акцентами, где-то как-то что-то «отретушировать») или использовать версию, подготовленную, например, независимыми аналитиками (понятно, что в этом случае вы должны хорошо смотреться на фоне конкурентов).

Понятно, что если подобную карту начнут делать ваши конкуренты – то в ней вы заведомо будете выглядеть не лучшим образом. Будьте к этому готовы. Именно поэтому лучше сделать такой документ быстрее конкурентов. И если они уже используют сравнение своей продукции с вашей (и с продукцией других конкурентов) на встречах с клиентами и вы там смотрите не очень, нужно скорее делать свою альтернативную версию.

Как сделать это лучше

1. «Оставить можете?», «Можно я это возьму?».

Будьте готовы к такому вопросу от вашего клиента. С одной стороны, это хорошо: клиенту ваше сравнение чем-то понравилось, а с другой – вдруг у вас что-то там не слишком корректно изложено... Поэтому...

2. «Правда, правда, еще раз правда – но не вся правда».

Никогда не лгите в таких обзорах/сравнениях.

Умолчать о чем-то можно.

Сместить акценты

слегка

можно.

Трактовать как-то по-своему можно.

Врать нельзя.

3. «... ничто человеческое мне не чуждо».

Каждый старается подчеркнуть свои преимущества, сильные стороны и скрыть свои слабости. То же можно сделать и в сравнении. Если вы в каком-то ракурсе смотрите очень плохо (например, занимаемая площадь оставляет желать лучшего), исключите эту характеристику из обзора/сравнения.

4. О конкурентах – или хорошо, или не обидно.

Научите сотрудников правильно отзываться о конкурентах.

Не обижая, без издевки, без пренебрежения. Только факты, только цифры. Все, что вы скажете плохого о конкурентах, ваши клиенты им передадут. Может, еще и преувеличат. Помните советский мультфильм «Маугли»? «А еще он называл тебя земляным червяком...»

5. 1 + 1.

Этот документ можно совместить с продуктовой матрицей (см. выше), перечислив конкурентов по каждой продуктовой линейке или бренду. Документ получится громоздкий, но очень полезный.

6. Лучшая визуализация.

Постарайтесь акцентировать большее внимание на сильных сторонах ваших решений, создавая тем самым больший отрыв от конкурентов (незначительное отличие не впечатляет).

Используйте для этого цвет, крупный шрифт, выделение, подчеркивание. Можно использовать подсчет и вес баллов для сравнения с конкурентами – опять же, визуализируя преимущества. Павлин же распускает свой хвост, привлекая партнершу? Будьте павлином – привлекайте клиентов визуализацией.

Евгений Землянухин

: «Это хороший инструмент. Однако в b2b (и не только), возможно, стоит делать такие сравнения в контексте потребностей конкретного клиента или нескольких клиентов со схожими проблемами. Делая такой инструмент, на него стоит посмотреть глазами клиента и протестировать, прежде чем внедрять. Может оказаться, что такой документ не всем стоит показывать».

8. Свойства – преимущества – выгоды

Помогает:

- выделиться среди конкурирующих предложений;
- запомниться потенциальному покупателю.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Один-два дня.

Как использовать

Подача информации о ваших решениях в формате «свойства – преимущества – выгоды» – один из приемов презентации товара/услуги.

Свойство/характеристика/черта –

это факты, данные, информация о продукте («что мы продаем клиенту?»), то, что несет технический, описывающий характер. Примеры:

- Стол – цвет белый.
- Стул – деревянный.
- Бумага – 80 г/м².

Преимущества

показывают, как свойства могут пригодиться/помочь покупателю, то, что выделяет вас на фоне аналогичных предложений («чем это лучше?»).

Посмотрим на примеры выше с точки зрения преимуществ:

- стол белый – выглядит дорого, эффектно, неизбито, так как в основном столы черные и коричневые;
- стул деревянный – экологичнее и надежнее, чем хлипкие пластиковые;
- бумага 80 г/м² – позволяет сэкономить.

Как правило, преимущества всегда описываются прилагательными. И как кашу не испортить маслом, так и с преимуществами описываемого товара/услуги – не жалейте прилагательных.

Выгоды

– это все то, что является ценностью для клиента, то, что он получит от вашего продукта («зачем мне это нужно?»):

- белый кухонный стол выглядит дорого, эффектно – все будут думать, что вы творческий, богатый человек;
- бумага 80 г/м² позволяет сэкономить – сможете купить семь пачек вместо пяти;
- деревянный стул экологичнее и надежнее – дольше прослужит, не будет вредить вашему здоровью.

Технология работы по этой модели простая.

Возьмите любой продукт, сделайте таблицу с тремя колонками «свойства – преимущества – выгоды» и начинайте ее заполнять слева направо: сначала все свойства, потом преимущества каждого вашего свойства в сравнении с другими товарами/поставщиками, а потом выгоды каждого свойства для вашего клиента. Поверьте, это очень хорошая идея – научить ваших менеджеров по продажам рассказывать о решениях именно так: свойства – преимущества – выгоды. Это правильная подача материала.

Типичная ошибка продавцов – рассказывать о свойствах и характеристиках продукта, при этом не называть преимуществ и забывать о выгодах.

И еще. Многие не знают, что выгоды можно разделить на иррациональные (безопасность, статус, удобство, уверенность) и рациональные (время, деньги, уникальные возможности).

Работая с рынком b2b, можно выделять экономические выгоды, социальные и организационные (и, возможно, личные, – но это тема другой книги).

Если в вашей компании небольшая продуктовая линейка или вы продаете монопродукт (только бетон или только сахарный песок), почему бы не сделать отдельный документ «свойства – преимущества – выгоды»?

Когда начинается разговор о продукте, вы просто достаете листок с тремя колонками – и, уже не забывая ничего, подробно рассказываете.

Подход-бомба, согласитесь.

И менеджер отдела продаж ничего не забудет сказать (и не ляпнет лишнего).

И клиент услышит и – увидит! – все (двойной удар – и по визуалам, и по аудиалам).

Евгений Землянухин

: «Специфика бизнеса сильно влияет на формат подачи материала. Мы как минимум в половине случаев используем обратный порядок (выгоды – преимущества – свойства). И делаем это осознанно. Профессиональные закупщики очень часто хотят вначале услышать, что они получают, используя наш продукт (повысить прибыльность, снизить затраты), и только потом их интересует, как это работает и что такого особенного мы в наш продукт положили. Поэтому с тем, что “рассказывать о решениях именно так: свойства – преимущества – выгоды”, согласен только на 50 %».

Как сделать это лучше

1. Добавьте недостатки.

Если вы хотите завоевать доверие клиента (а кто же не хочет?!), расскажите и о недостатках ваших продуктов (например: «В общем, всем хороша наша чугунная батарея, вот только нет у нее встроенного терморегулятора – придется врезать. Но мы обязательно расскажем, как это лучше сделать...»)

У клиента шок. Так не делает никто. Он такой откровенности никогда не встречал. Клиент – ваш).

Конечно же, клиенту нужно рассказывать не обо всех недостатках (а то будет как в известном анекдоте – «с таким подходом ты слона не продашь...»).

2. Начинаем сразу с недостатков.

Шок для клиента – и полное доверие к вам. Рискнете?

3. «

Мы что-то забыли?».

Проведите мозговой штурм с сотрудниками отдела продаж – спросите, все ли свойства, преимущества и выгоды упомянуты? Хотите, чтобы штурм прошел живее – предложите приз. Затем добавьте забытое в материал.

4. «Мы что-то забыли? – 2».

Попросите сотрудников отдела продаж делиться с вами идеями и мыслями, возникающими в ходе использования инструмента на встречах с клиентами. Обратная связь будет наверняка. Ее обязательно нужно использовать для обновления этого документа.

Екатерина Уколова: «Мы в Оу-ли учим формулу СПВ (свойства – преимущества – выгоды) так:

(С – свойство) + (фраза-переход) + (П – преимущество) + (фраза-переход) + (В – выгода)

Пример:

С – свойство: флипчарт белый (С – свойство) + (фраза-переход): флипчарт белый, что дает возможность писать разными маркерами, в отличие от доски.

(С – свойство) + (фраза-переход) + (П – преимущество) + (фраза-переход) + (В – выгода): флипчарт белый, что дает возможность писать разными маркерами, в отличие от доски, а это повышает усвоение материала, что, в свою очередь, увеличивает количество повторных продаж тренингов.

Примеры фраз-переходов: это позволит вам..., это увеличит ваши..., это сэкономит ваши..., это даст возможность...

За несколько тренировок использование формулы доводится до автоматизма».

5. Разные целевые аудитории – разные выгоды.

Важно помнить, что иногда решение нужно продать разным ЛППР (лицам, принимающим решение). Так, бухгалтеру важны одни свойства, преимущества и выгоды, а коммерческому директору – другие.

Разные свойства, преимущества и выгоды нужны для ваших партнеров (посредников) и для конечных покупателей.
Проработайте каждый уровень цепочки продаж.

9. Приглашение к сотрудничеству

Помогает:

- наладить первый контакт с потенциальным клиентом.

Сложность

Низкая.

Трудоемкость

Один день.

Как использовать

Приглашение к сотрудничеству – это разновидность коммерческого предложения.

Очевидно, что «холодному» потенциальному клиенту лучше не посылать коммерческое предложение, сформулированное «в лоб»: «Привет, вот наш цемент, берите...»

Лучше отправить вежливое, приветливое, дипломатичное приглашение к сотрудничеству.

Марина Белоусова

: «У нас есть такое письмо, мы называем его обобщенным коммерческим предложением или же презентацией компании. С его помощью мы представляемся и “продаем” нашу компанию. Никаких цен, никаких прайс-листов. Письмо мотивирует получателя обратиться к нам с каким-то вопросом, сделать ответный шаг».

Фактически это «позвольте представиться» против «покупайте у нас».

Исключение – вас просят прислать именно коммерческое предложение. Тогда приглашение к сотрудничеству неуместно.

Как сделать это лучше

1. Копирайтинг и дизайн –

наше все. Вложите в это письмо – хорошо сверстайте, вычитайте всей командой. Оно должно понравиться всем продавцам. Тогда, скорее всего, оно понравится и вашим потенциальным клиентам (а продавцы с удовольствием будут использовать его везде, где только можно).

2. Краткость – сестра таланта.

Письмо с приглашением к сотрудничеству не должно занимать больше одной страницы.

3. Двойной удар.

Представились этим письмом – и в нем же сообщите, что вышлете коммерческое предложение по первому запросу. Не будет запроса – сошлитесь на отправленное и, возможно, не дошедшее до адресата приглашение к сотрудничеству и отправьте коммерческое предложение. Два удара лучше одного.

4. Персонально.

Узнайте, как зовут (и как предпочитает, чтобы к нему обращались) ЛПР (лицо, принимающее решение), которому вы пишете приглашение к сотрудничеству, – и обратитесь к нему напрямую и правильно.

Игорь Манн

: «Например, я ужасно не люблю, когда ко мне обращаются “Игорь Борисович”.

У отправителя больше шансов зацепить меня, если он обратится ко мне “Игорь”».

10. Коммерческое предложение

Помогает:

- предложить клиенту решения компании (продукты, услуги);
- отстроиться от конкурентов;
- рассказать о выгодах работы именно с вашей компанией.

Сложность

Высокая.

Игорь Манн

: «Да-да, высокая. Сделать хорошее коммерческое предложение с высокой конверсией “отправили – продали” очень непросто. Поверьте мне, я их много сделал (и переделал) для своих клиентов».

Трудоемкость

До двух недель.

Как использовать

Коммерческое предложение (или компред, КП) – пожалуй, самый известный и популярный инструмент в работе отделов продаж.

Вот фразы, которые менеджерам по продажам приходится слышать очень часто.

- «Вышлите нам коммерческое предложение...»
- «Нам не подошло ваше коммерческое предложение...»
- «Мы сравнили полученные коммерческие предложения, и ваше нас не устроило...»

О коммерческих предложениях написаны сотни статей, есть даже отличная книга Дениса Каплунова

«Эффективное коммерческое предложение»

[6]

(прочитайте обязательно). Она о том, как сделать плохое коммерческое предложение хорошим, а хорошее – еще лучше.

Как сделать это лучше

1. Другой формат.

99,9 % коммерческих предложений делаются «на бумаге», отправляются в бумажном (по почте или факсу) или электронном виде (по электронной почте, потом их распечатывает клиент).

Как насчет видео– или аудиокоммерческого предложения?

Клиенты говорят, что им некогда читать ваши коммерческие предложения? Пусть послушают, пусть посмотрят.

2. Копирайтинг и дизайн.

Согласимся с Денисом Каплуновым: это два ключевых элемента компреда.

Если он непривлекателен внешне – его и в руки не возьмут.

Если некрасив внутренне – у вас нет шансов что-то продать.

Назовем некоторые признаки неудачного коммерческого предложения:

- что-то рассказывает, но не продает;
- адресовано сразу нескольким лицам;
- безадресное;
- занимает больше двух страниц;
- плохо оформлено (не оформлено никак).

Проверьте свое коммерческое предложение. У вас таких ошибок, надеемся, нет?

Екатерина Уколова

: «Мы помогали выстраивать отдел продаж компании, занимавшейся сертификацией, и нашли большую проблему. Конверсия “сделанные звонки” – “назначение встречи” была всего 1 %. А звонков делалось немало!

По результатам аудита выяснилось, что логотип и название самой компании не соответствовали нужному образу. Компания выглядела как контора “Рога и копыта”.

Коммерческое предложение было примерно таким:

черный глобус-логотип;

не внушающее уважения название и “что-то сертификация”;

мелкий шрифт Times New Roman.

И таким предложением компания хотела привлечь российские представительства иностранных компаний.

Менеджер нормально входил с ними в контакт по телефону, но после отправки коммерческого предложения трубку уже не брали.

Новое коммерческое предложение обошлось в 50 тысяч рублей – и увеличило конверсию “компред – договоренность о встрече” с 1 до 20 %».

Евгений Землянухин

: «Согласен с тем, что дизайн и простота – это как минимум 50 % успеха. Но даже красивые КП без четко и ясно описанных выгод, одетых в цифры и проценты, имеют гораздо меньше шансов на успех. Пример из жизни. Была задача закрепиться на азиатском рынке и увеличить там долю своих поставок. Одним из основных препятствий на пути к цели была наша удаленность от потребителя, делавшая еженедельные авиапоставки небольших количеств продукции, как того хотел клиент, крайне невыгодными для нас. Потребитель не желал затаривать свой склад нашим материалом, замораживая деньги, его беспокоил вопрос срока годности и быстрой замены в случае брака. Поэтому 75 % закупок он делал у местного поставщика, который привозил продукцию в течение трех дней по звонку. Лучшее решение – открытие собственного местного склада. Нам нужно было продать клиенту новую схему поставок через местный склад, сохранив выгодный уровень цен. Два наших первых КП имели неплохой дизайн и, как нам казалось, четко демонстрировали выгоды для клиента. Однако согласия мы не получали. Третье КП демонстрировало все характеристики и выгоды оцифрованными. Мы указали, сколько квадратных метров будет сэкономлено, во сколько раз снизятся затраты на складскую обработку, как часто и в каком объеме лучше всего производить поставки и как

от всего этого улучшатся условия оплаты и повысится cash flow. Клиент дал добро».

3. Несколько ЛПР?

Если у вас сделка, в которой несколько ЛПР (лиц, принимающих решения), сделайте несколько компредов, «заточенных» под каждого ЛПР.

Анна Турусина

: «Как-то мы предложили одному нашему клиенту делать сразу три коммерческих предложения.

Главный энергетик получал компред, «заточенный» под него (как мы шутили, на «технодиалекте»).

Финансовый директор компании-заказчика получал коммерческое предложение с четырьмя возможными способами финансирования сделки – с отсылкой на компред главного энергетика («Ваш коллега, главный энергетик, уже получил наше коммерческое предложение и выбирает лучший вариант»).

А генеральный директор получал свое, «директорское» КП, в котором его информировали, что его замы уже подобрали наилучшее техническое решение и лучший способ его оплаты, ему остается только все утвердить.

Работы по подготовке коммерческих предложений стало больше – но и конверсия выросла значительно».

11. Прайс-лист

Помогает:

- продавать больше.

Сложность реализации

Средняя.

Трудозатраты

Неделя.

Как использовать

Менеджеры по продажам постоянно пользуются прайс-листом, работая с клиентами – потенциальными и существующими.

А иногда прайс-лист приходится брать с собой на переговоры и оставлять его у клиента или пересылать клиенту.

В общем, прайс-лист – это универсальный солдат-инструмент.

Как сделать это лучше

1. Обложка.

Если объем вашего прайс-листа – несколько страниц, не пожалейте еще одну: на обложку. Покупатели привыкли к обложкам – они есть в книгах, журналах, проспектах. И что важно – по обложке встречают. Она должна работать!

2. Логика.

В изложении того, что вы предлагаете, должна быть понятная читателю логика. Даже если ваш прайс-лист – это простой набор колонок, стоит подумать, как их лучше расположить.

Игорь Манн

: «Однажды я посоветовал своему клиенту – оптовой компании – изменить порядок колонок в прайс-листе. В следующем месяце продажи выросли на 6 %. Логика помогает!»

Проверьте логику изложения: основной товар в прайс-листе есть, а дополнения к нему? (Кросс-селл, апселл и даунселл на вас работают?)
Указали ли вы хиты продаж?

Анна Турусина

: «Есть и другие “стикеры”, привлекающие внимание к тому или иному товару.

Например, “выбор экспертов”, “последняя паллета”, “блокбастер”, “сезонное предложение”...

Обязательно используйте такие слова и фразы – они увеличивают скорость принятия решения и сумму заказа».

Сколько товара осталось на складе? И понятно ли вашему клиенту, что такое «ш.», «П-С», «нвн»? (Штук, понедельник – суббота, нет в наличии.)

3. Дизайн.

У Тёмы Лебедева сказано: «Дизайн спасет мир». Поскольку прайс-лист – это часть мира, логично использовать дизайн и для спасения прайс-листа. Ничто не привлекает в прайс-листе так, как хороший дизайн, внешний и внутренний. Вложите в него.

4. Вступление, основная часть, заключение.

А почему бы и нет? Уж если мы – в отличие от конкурентов – сделали обложку, почему бы и не написать вступление? (Например, обращение к покупателям от имени коммерческого директора, любимого клиента или партнера.) То же насчет заключения. Ведь Штирлиц был прав: запоминается последняя фраза. Давайте еще раз расскажем, что у нас надо купить и почему именно у нас.

5. Шрифт.

Правило юристов: читай в два раза внимательнее текст, написанный мелким шрифтом. Что это значит для нас, неюристов? Используем крупный шрифт. Не напрягаем покупателя и его глаза (не у всех сегодня стопроцентное зрение).

6. Цвет, фактура, размер.

Вот вам подсказка. 99 % прайс-листов имеют следующие характеристики: бумага – белая, формат – А4, фактура бумаги – глянцевая. Подумайте, что нужно сделать, чтобы попасть в 1 % нестандартных прайс-листов?

7. Контакты.

Чтобы ваше решение купили, нужны ваши контакты. Не забываем указать все способы связи с нами (помним: мы живем в век соцсетей и мессенджеров), дни и часы работы, точный и подробный адрес (используем Google и Яндекс), присовокупить к этому карту, маршруты объезда пробок и рекомендации по парковке (можно указать, где стоят радары, дежурят сотрудники ГИБДД и работают эвакуаторы). Удивите читателя прайс-листа вниманием к мелочам, а он удивит вас заказами.

8. Е-прайс.

Не забудьте, что прайс-лист часто пересылается по электронной почте. Хорош ли ваш прайс-лист для этого? Может, имеет смысл сделать отдельную электронную версию? (Активно используем ссылки.)

Марина Белоусова

: «У нас прайс-лист электронный, в Excel, где для каждого бренда своя вкладка. Вот что в нем есть.

В самом файле:

1) цветовая пометка (зеленый, красный, желтый) говорит о снижении или увеличении цены по сравнению с прошлым прайсом или о появлении новой позиции;

2) статус товара:

ORD – заказная позиция;

NEW – новинка;

EOL – снято с производства;

RHO – снимается с производства;

3) в отдельном столбце есть ссылка на страницу продукта на сайте;

4) срок гарантии.

В шапке есть контакт продуктового маркетолога по этому бренду.

В теле письма описывается, какие изменения были произведены, перечислены все наши филиалы с контактами. И, кстати, клиент может выбрать, хочет ли он получать прайс в виде прикрепленного к письму архива, либо письмо со ссылкой для скачивания. Эти настройки делаются менеджером в карточке компании в 1С».

9. Бенчмаркинг.

Соберите прайс-листы конкурентов – посмотрите, как вы смотрите на их фоне сейчас. Копируйте лучшие идеи.

12. «Антириски»

Помогает:

- снять опасения, страхи и тревоги потенциального клиента;
- выделиться среди конкурентов;
- создать имидж надежной и прозрачно работающей компании.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Два-три дня.

Как использовать

Каждый раз, совершая покупку, клиент рискует.

В теории маркетинга выделяют шесть типов риска:

- 1) функциональный – купленный товар/услуга, которую купили, не работает так, как ожидалось/рекламировалось/требовалось;
- 2) финансовый – риск, что качество товара не будет соответствовать его стоимости, что товар будет не столь экономичным, как ожидалось, или окажется неисправным, потребует замены или ремонта;
- 3) временной – риск потратить время на выбор альтернативного решения (который, возможно, не стоит потраченных усилий). Потеря времени при необходимости разбираться, жаловаться, обращаться в сервис-центр;
- 4) физический – риск того, что товар или услуга могут причинить физический ущерб, представлять опасность для здоровья, экологии;
- 5) социальный – риск того, что члены семьи, друзья или коллеги не одобряют выбор;
- 6) психологический – риск того, что выбор не принесет удовлетворения, вызовет ощущение неудачи, приведет к потере уверенности в себе, самоуважения.

Было бы здорово, если менеджеры по продажам могли предугадывать риски и опасения клиентов – и правильно работать с ними. На хороших тренингах по продаже этому, как правило, учат.

А как насчет идеи сделать документ «антириски»? И отдать его менеджерам по продажам? А то и клиентам сразу? (Что мы теряем? Подумайте.)

Как сделать это лучше

1. Ищите ответы вместе.

Проведите мозговой штурм со всеми менеджерами по продажам. Соберите лучшие аргументы для работы с возражениями, связанными с рисками потенциальных клиентов.

2. У разных ЛПР разные риски.

Теория маркетинга (см. выше о шести видах риска) – это хорошо. Но нужно помнить, что у разных сотрудников разных подразделений разные риски и надо понимать, у кого какие приоритеты.

Игорь Манн

: «Когда я работал директором по маркетингу и выбирал подрядчиков, мало кто из них, презентуя свои компании мне, осознавал, что мой самый большой страх и риск – личный, потеря репутации.

А тот, кто понимал это, получал несколько очков к своей презентации».

13. Кейсы

Помогает:

- прорабатывать возражения потенциальных клиентов;
- сокращать цикл сделки, двигаться вперед по воронке продаж;
- повышать доверие у потенциального покупателя.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Две-три недели.

Сразу же порекомендуем эксперта: Даниил Гридин. Кейсы – его второе имя.

Как использовать

У понятия «кейс» много синонимов. Иногда кейсы называют «бизнес-кейсами», «историями успеха», success story, case study.

Если объяснять просто, кейс – это описание успешно реализованного проекта, с подробным разбором каждого этапа (общим объемом от двух до десяти страниц). Кейсы сокращают цикл продажи, создают доверие, а это один из главных «крючков», влияющих на результативность сложных продаж.

Они укрепляют ваш статус эксперта (что особенно актуально, если компания не из числа известных на рынке) и помогают отстроиться от конкурентов: подробно описанный проект выглядит гораздо внушительнее неубедительных рекомендательных писем или безликих портфолио.

И главное, кейсы внушают спокойствие ЛПРам: маловероятно, что потенциальный клиент захочет «быть у вас первым» (особенно если продукт и услуга сложны и цена ошибки высока). Им приятно знать (и проще принимать решение), что кто-то уже воспользовался вашими услугами и получил нужный результат.

Обычно в кейсах выделяют четыре блока.

Ситуация:

здесь вкратце рассказывается о компании-клиенте, ее сфере деятельности, позиции на рынке, ее размерах, а также приводятся другие подробности. Также в этой части можно пояснить, почему клиент для решения своей проблемы выбрал именно вас: уникальность вашего продукта, применение схожей технологии в прошлом, ваши награды, признание на рынке.

Проблема

– это завязка истории. Здесь рассказывается о трудности, с которой столкнулся клиент. Например, низкая производительность труда в компании из-за плохой автоматизации процессов или потеря данных вследствие износа жесткого диска на его компьютере.

Решение

– главная часть кейса. Здесь описывается продукт, который был применен для решения проблемы и приводятся результаты работы вашей компании. Ключевые моменты подкрепляются цифрами, таблицами и графиками.

Оценка

– заключительная часть маркетингового кейса, которая подводит итог всему сказанному и комментирует результат, которого удалось достичь с помощью вашего продукта.

Как сделать это лучше

1. Правильная структура.

Чтобы кейс решал свою главную задачу (помогал продавать), необходимо интегрировать в него ряд важных блоков. Вот советы по созданию кейсов от Даниила Гридина.

1. Справка о заказчике

Сюда включается справочная информация о клиенте, сфера его деятельности, описание текущего рыночного положения.

Будет полезно написать здесь несколько приятных слов о ключевом ЛПР на стороне клиента: этот трюк поможет при согласовании документа (важно понимать, что успешный проект – это плюс не только вам, но и проектной команде заказчика).

2. Описание проблемы

Как клиент осознал потребность в вашем продукте, при каких обстоятельствах? Какие критерии принятия решения о покупке продукта были сформулированы? Естественно, основные задачи, стоявшие перед клиентом, должны совпадать со списком ваших ключевых компетенций.

3. Описание процесса выбора поставщика

Тут достаточно пары общих фраз. И стоит обойтись без критики конкурентов, лучше вообще не упоминать их в тексте кейса. Ограничьтесь чем-то вроде «было рассмотрено более 20 предложений, но в итоге мы выбрали решение от компании X».

4. Почему в итоге выбрали вас?

Какие преимущества заставили клиента принять решение в вашу пользу? Опыт решения определенных задач? Цены? Квалификация менеджеров? Крайне полезно, если критерии клиента совпадут с декларируемым вами списком преимуществ.

5. Подробнейшее описание проекта

Самый важный и самый массивный раздел. Ваша задача – показать потенциальному клиенту, что у вас есть система решения его задачи. Чем детальнее, тем лучше. Активно используйте инфографику: структура работы по проекту, календарный план-график, процессы, диаграммы, ментальные карты. Если процесс предоставления услуги зрелищный, можете использовать и фотографии.

6. Что получилось (фотографии, технические характеристики, схемы и т. д.)

Довольный печатник возле новой печатной машины... счастливый секретарь возле новенькой мини-АТС... менеджер по продажам, который еле успевает отвечать на входящие звонки клиентов, валом поваливших после запуска нового сайта... Покажите результат – эмоционально.

7. Измеримый результат проекта (если есть что измерять)

После тренинга по продажам менеджеры стали закрывать на 17 % больше сделок... после выставки с новым каталогом пришло на 32 % больше лидов... после установки нового программного обеспечения спама стало меньше на 47 % и т. д. Цифрам верят. Они работают! Лучше не использовать «круглые» цифры – они выглядят нереалистично.

8. Отзыв клиента

Отзыв должен содержать два пункта – проблему и результат. Лучше воздержаться от избитых корпоративных клише в стиле «надеемся на продолжение работы – спасибо за сотрудничество».

Не забудьте добавить к отзыву так называемые credibility boosters (усилители доверия) – фотографию контактного лица, его имя и фамилию, должность и в идеале рабочий email-адрес. Естественно, на это нужно получить согласие.

9. Ваш контактный блок и призыв к действию

Важнейший элемент, о котором часто забывают. Любой рекламный материал должен ставить перед собой одну-единственную цель – перевод потенциального клиента на следующий этап воронки продаж. Проконсультируйтесь с продавцами и решите, какое действие будет самым логичным продолжением знакомства с кейсом.

Несколько идей: личная встреча, бесплатная консультация со специалистом вашей компании, регистрация на бесплатный семинар или вебинар, заявка на расчет экономической эффективности вашего решения...

Внимательный читатель наверняка заметил, что составленный подобным образом кейс подозрительно похож на коммерческое предложение, написанное «про другую компанию». Именно это «совпадение» и является главным секретом.

Громкие заявления, сочные рекламные «буллеты» и прочие продающие элементы воспринимаются совершенно по-другому, когда исходят не от вас, а от вашего клиента. Это уже не сладкие обещания и не рекламные лозунги – это факты.

2. Не жалеем букв.

Кейс невозможно описать «слишком подробно». Риск принять неправильное решение велик, поэтому чем больше подробностей узнает ЛПР, тем лучше.

3. Интеграция.

Кейсы можно использовать во время встречи с потенциальными клиентами, высылать их до или после встречи с ними, но они отлично работают и в связке с различными маркетинговыми активностями.

Например:

- директ-мейл (бумажные письма) компании потенциальным клиентам. В этом случае кейс-стади может быть отличной «приманкой». В первом письме мы коротко даем понять, что мы продаем, и вместо встречи предлагаем прислать case study по одному из успешно завершенных проектов;
- работа на выставке. Качественно сделанный кейс продает гораздо лучше цветистого каталога или буклета, где на 24 полосах общими словами рассказывается история вашей компании или биография вашего директора;
- PowerPoint/KeyNote-презентации в довесок к типовому компреду;
- PDF, который высылается в обмен на заполнение формы на вашем сайте;
- совместная презентация с клиентом на крупной конференции (при этом структура выступления дублирует структуру кейс-стади).

4. Онлайн.

Сделайте отдельный сайт с кейсами или раздел на сайте (это обязательно). Рекомендуемое количество кейсов – не менее 10.

5. Разные отрасли.

Рекомендуется делать отдельные кейсы по разным отраслям. Производственнику приятнее читать кейс про производителей, а продуктового ретейлера – про продуктового ретейлера.

Благодарим Даниила Гридина за материал для этой главы.

14. White paper

Помогает:

- зацепить внимание потенциального клиента, получить его контактные данные;
- сформировать доверие к вашей компании;
- создать/доказать статус эксперта в какой-то сфере.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Неделя.

Как использовать

У термина white paper есть и другие названия, например «белый документ», «белые листы», «вайтпейпер».

White paper – это мини-книга, гибрид брошюры и большой статьи (лонгрида), редакционного материала, обзора. В ней (мини-книге) должно быть много полезного контента: графиков, показателей и фактов, непринужденно подающих информацию в выгодном для вас ракурсе (это сближает white paper с advertorials – рекламой, замаскированной под редакционный материал).

Содержание white paper – на 90 % текст. В верстке обычно используются большие отступы, большие интервалы между строками, создающие ощущение «воздуха», современный и красивый шрифт. Рекомендуемый объем от 4 до 20 страниц (но всегда есть исключения). Главная ошибка компаний, пытающихся использовать white paper, – превращение этого документа в рекламную брошюру или неструктурированный, длинный и неинтересный текст, насыщенный техническими сведениями.

Качественный white paper живет долго и отличается хорошей «дистрибуцией» – его пересылают, на него ссылаются, его цитируют.

Станислав Тихонов

из компании Flavita помог расставить точки на i: «Понятие white paper в Рунете чаще всего профанируется – под ним понимают любой более-менее ценный образовательный материал в формате электронной книги, используемый для сбора лидов. Это, безусловно, не так. White paper – мини-книга, посвященная решению конкретной бизнес-проблемы клиента. Еще раз – решению проблемы. Полноценному.

Это фундаментальное отличие влияет и на стратегию использования инструмента. В случае с электронной книгой это будет исключительно лидген, сбор контактов. А вот white paper может и очень часто используется для образования, взращивания, воспитания клиента – поэтому особенно эффективен для ускорения движения клиента по вашей воронке продаж: на стадии подогрева, потом при подготовке к встрече, на стадии переговоров и т. п., когда у клиента возникают разного рода сомнения и вопросы (нередко уникальные на каждом этапе воронки)».

Как сделать это лучше

1. Фокус.

Ваш white paper должен быть сфокусирован на одной проблеме и задаче, всесторонне раскрытой для читателя (например, на сайте www.flavita.ru можно найти 30-страничный white paper).

2. Просто и динамично.

Пишите просто (ваш white paper может попасть в руки как технарю, так и руководителю компании) и динамично. Ни у кого нет желания читать нудные

тексты. Чтобы научиться этому (или отточить мастерство), рекомендуем, например, электронную рассылку Главреда от Максима Ильяхова.

3. Понятная структура.

Так как white paper – это мини-книга, оглавление не помешает. Дробите текст на части и расскажите о его содержании в самом начале.

4. Контент, контент, контент.

Никто не будет читать неинтересный материал. Включите в white paper выжимки, тренды, обзоры, аналитику, результаты исследований, FAQ, кейсы, мнения экспертов, интервью со звездами... Такие материалы всегда идут на ура.

Виталий Говорухин

: «В 2013 году, работая в агентстве интернет-маркетинга, я сделал провокационный white-paper “Как вычислить SEO-компанию – халтурщика”. Услуга SEO весьма специфическая, и, к сожалению, присутствие на этом рынке компаний-халтурщиков – одна из насущных проблем.

Внутри были конкретные вопросы, которые стоит задать своему подрядчику, и рекомендации по интерпретациям ответов.

“Если вам отвечают так, это означает...” Клиент, поговорив с подрядчиком, начинал понимать, занимаются его проектом серьезно или нет.

Никакой прямой рекламы, никаких упоминаний конкурентов. Только честные рекомендации.

До сих пор этот инструмент генерирует лиды и “подогревает” их.

Конкуренты тоже жадно скачивают этот материал

».

15. FAQ

Помогает:

- делать коммуникации с потенциальным клиентом проще и понятнее;
- экономить время и усилия клиента.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Два-три дня.

Как использовать

Часто задаваемые вопросы клиентов (ЧаВо), или frequently asked questions (FAQ), крайне редко используются при подготовке коммерческих предложений, буклетов, контента корпоративного сайта и других маркетинговых и коммерческих материалов.

А зря. Отличный инструмент!

FAQ – это удобный, «заточенный» под клиента способ донести до него нужную информацию.

Используя FAQ, вы:

- экономите время ваших сотрудников и делаете их работу проще;

- экономите время ваших клиентов;
- демонстрируете заботу о клиентах, предугадывая их возможные вопросы.

Например, ваша компания работает шесть дней в неделю и доступна для клиентов 12 часов в сутки. Если вы просто упомянете об этом в ваших рекламных материалах, то читатели, скорее всего, пропустят эту информацию. Если же вы включите в FAQ вопрос «Когда с вами лучше связаться?», клиент с большой долей вероятности прочитает ответ на этот вопрос.

Как сделать это лучше

1. Реальные вопросы.

При подготовке FAQ используйте только реальные вопросы. Вопросы, которые придумали сотрудники компании, клиент чует за версту.

Чем меньше вы думаете над составлением списка вопросов, тем лучше. Просто соберите те вопросы, которые ваши потенциальные и существующие клиенты задают каждый день.

А менеджеры по продажам не только расскажут, о чем их спрашивают, но и предложат выигрышные ответы на проблемные вопросы, вспомнят байки о самых курьезных вопросах (почему бы и их не включить в FAQ?).

2. Проще.

Вопросы ваших клиентов, к гадалке не ходи, будут простыми, предметными, конкретными. Такими же должны быть и ответы на них.

Разговаривайте с клиентом на одном языке. Это непросто, но необходимо.

Игорь Манн

: «Помню этот пример до сих пор. На сайте одного из операторов мобильной связи в разделе FAQ был вопрос: “Возможна ли отправка MMS-сообщений на телефоны с черно-белыми дисплеями?”»

И вот таким был ответ: “Основным типом данных, поддерживаемых MMS-технологией, являются полноцветные фотографии и изображения. Соответственно, для полноценного использования MMS требуется мобильный телефон с цветным дисплеем и поддержкой технологии MMS”.

Почему бы просто не ответить: “Увы, нет”?»

3. Сегментируйте читателей FAQ.

Если у вас несколько целевых аудиторий, до которых нужно донести информацию, то FAQ следует адаптировать под каждую из них.

Руководителя компании интересуют одни вопросы, менеджера отдела закупок – другие, технических специалистов – третьи. Как и в жизни, каждого интересует свое.

Вывод: в идеале для каждого читателя должен быть свой FAQ.

Можно дробить вопросы по специальностям, позициям или должностям, как указано в примере выше, а можно по квалификации, например «FAQ для профи», «FAQ для чайников».

4. Порядок во всем.

Если услуга или товар сложные, информации по нему много и вопросов-ответов тоже, структурируйте их по группам, например «О компании», «Услуги», «Обслуживание», «Другое».

5. Нет неудобных вопросов.

Такое случается: клиент может задать неудобный вопрос. Не бойтесь отвечать. Включите ответ в FAQ.

Подготовив убедительный ответ, вы снимете и другие вопросы, которые могут возникнуть у этого клиента (и у многих других), и подтолкнете его к покупке. В противном случае клиент уйдет – имеет право. Ведь вы не ответили на вопрос и/или что-то утаили. Вина ваша.

6. В ногу со временем.

Как насчет идеи сделать FAQ в аудио– или видеоформате?

7. Обновление.

Обязательно периодически просматривайте FAQ. Устаревает все. Ставьте дату получения вопроса и написания ответа. Смешно читать диалоги, в которых используются устаревшие цифры, данные, стоимость, фамилии, факты.

16. Библиотека полезных книг

Помогает:

- «прокачать» сотрудников отдела продаж;
- находить идеи для более эффективной работы с клиентами.

Сложность

Низкая.

Трудоемкость

Две недели.

Как использовать

Никто не сомневается, что менеджеры по продажам – мегаэксперты с колоссальным жизненным и профессиональным опытом. Но квалификацию нужно поддерживать. Практика практикой, однако хорошая теория всегда поможет научиться чему-то новому.

Сформируйте библиотеку хороших книг о продажах для отдела продаж – за нее точно скажут спасибо.

Во многих компаниях сейчас уже есть корпоративные библиотеки (спасибо издательствам «Манн, Иванов и Фербер» и «Альпина Паблишер»), но сейчас речь именно о библиотеке книг для отдела продаж.

Еще круче будет создать «Книжный клуб».

Если расходы на обучение сотрудников «оптимизированы до нуля», книжный клуб – это прекрасная возможность:

- учить сотрудников;
- мотивировать их;
- «тусить» с ними;
- генерировать новые идеи для улучшения/развития бизнеса.

Вот как можно построить работу книжного клуба.

Прикиньте, сколько сотрудников из отдела продаж и маркетинга могут принять в нем участие (оптимальное количество – 7–12 участников). Предположим, их будет десять, включая вас.

Купите десять самых интересных книжных новинок деловой литературы. Раздайте каждому по книге (одна – ваша), предупредив, что через месяц каждый должен будет за пять минут, не больше, рассказать, о чем книга и какие полезные идеи из нее можно внедрить в вашей компании. Лучше, если для этого будет использоваться презентация (например, в PowerPoint).

Вот примерный расклад слайдов.

Слайд 1. Название книги, картинка обложки, автор, кто ее читал, когда.

Слайд 2. Какую оценку вы ставите ей по пятибалльной шкале. О чем эта книга.

Сколько в ней страниц. Кому в компании ее стоит прочитать – обязательно и желательно.

Слайд 3. Основная идея книги (ее нужно постараться выразить на одном слайде).

Слайд 4 (самый важный). Идеи для внедрения.

На последнем слайде вы излагаете идеи и приводите имена сотрудников, которым предлагаете реализовать их на практике.

Ведущий клуба следит за тем, чтобы докладчик укладывался в пять минут, поторапливает его при необходимости, регулирует порядок выступления (можно по часовой стрелке), модерировать вопросы и ответы.

Все.

Пять минут на каждую книгу, и через час каждый из десяти участников получает:

- обзор девяти книг (отлично для общего развития);
- общение с коллегами;
- идеи для своего направления;
- фан (его будет много, если попросить об этом заранее; посмотрите раздел «Найти и выступить»);
- еще одну книгу в подарок – для выступления на следующем книжном клубе.

Создайте файл, в котором будут фиксироваться все идеи. Просматривайте его каждый месяц. Особо ценные идеи (а такие будут обязательно) записывайте в список «горячих» задач.

Как сделать это лучше

1. Не только продажи.

Вы можете добавить и книги по близким тематикам – о личностном росте, о психологии, о хороших манерах... обо всем, что позволит сотрудникам отдела продаж стать более успешными и привлекательными людьми (у лузеров и неприятных типов не покупают – с ними даже не знакомятся и уж тем более не дружат).

Марина Белоусова

: «У нас в компании корпоративная библиотека работает уже около семи лет. Сначала книги туда покупались за деньги компании, а затем, когда бюджеты были урезаны, сотрудники сами стали отдавать в нее прочитанную литературу. Приносили как деловую, так и художественную, а порой даже “бульварную”, что не вызывало восторга у хранителя библиотеки (сотрудника отдела маркетинга). Ежеквартально (и обязательно перед длинными выходными) хранитель делает мотивирующую к чтению рассылку по всей компании с напоминанием о библиотеке и анонсом новинок».

2. По рекомендации.

Спрашивайте у знакомых и экспертов, какие хорошие книги они посоветуют для вашей библиотеки – их можно покупать смело.

Вот вам наши рекомендации – по три книги от каждого автора.

Анна

: «Согласовано!», «Прибавить оборотов!»

[7]

и «Возвращенцы»

[8]

.

Екатерина

: «СПИН-продажи», «Точки контакта»

[9]

, «Никогда не ешьте в одиночку»

[10]

.

Игорь

: «Чемпионы продаж»

[11]

,

«Школа продаж»

и «Номер 1»

[12]

.

3. Несколько копий.

Хорошие книги покупайте сразу в нескольких экземплярах. Такие книги с удовольствием забирают почитать – и зачастую не возвращают.

4. Внутренний рейтинг.

Просите сотрудников, прочитавших ту или иную книгу, присваивать ей рейтинг – скажем, от одной (так себе) до пяти звезд (супер!). Звезды можно рисовать прямо на форзаце. Удобно – открыл книгу и сразу понимаешь, читать или отложить в сторону.

5. Обмен идеями.

Было бы идеально, если бы время от времени ваши менеджеры по продажам обменивались идеями, попутно рекомендуя хорошие книги, уже прочитанные ими.

6. Не только книги.

Ценную информацию можно получать не только из книг. Можно делать подборку разных полезных материалов для продавцов (видео, кинофильмы, статьи, блоги и т. д.).

На встрече с клиентом

Список инструментов, которые нужны менеджерам по продажам на встречах с клиентами, обширен. К ним относятся:

- визитная карточка;
- подарки и сувениры (а также VIP-подарки и «раздатку»);
- бизнес-аксессуары (увы, о них часто забывают);
- отзывы клиентов;
- калькулятор (удобная штука для убеждения клиента);
- печатные материалы;
- корпоративный журнал (выделим его среди печатных материалов);
- годовой отчет положительных эмоций (вещь уникальная, мы уверены, вам понравится);
- презентация о компании;
- презентация о решениях (продуктовая презентация).

Позаботьтесь, чтобы инструменты этого блока были у ваших менеджеров по продажам:

- в нужный момент (встречи случаются неожиданно);
- в нужном количестве;
- отличного качества.

17. Визитная карточка

Помогает:

- выделиться, запомниться потенциальному клиенту;
- продавать (для этого можно использовать оборот визитной карточки).

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Высокая. Над хорошей визитной карточкой стоит потрудиться. Не жалейте времени и усилий – окупится многократно!

Как использовать

Менеджер по продажам без визитной карточки – как сотрудник ГИБДД без жезла. Или как рыболов без снастей. Или как охотник без ружья.

Визитная карточка – базовый инструмент продавца. Удивительно, что во множестве компаний менеджеры по продажам ходят на встречи и бизнес-мероприятия без своего главного «оружия».

Мы вообще считаем, что менеджер по продажам из дома без визитной карточки выходить не должен.

Выходишь из дома, проверь:

- кошелек с деньгами;
- телефон;
- пропуск на работу (если день рабочий);
- ключи;
- визитки.

Если всё на месте, можно идти.

Игорь Манн

: «Хочу напомнить историю из своей книги “Маркетинг на 100 %”

[13]

.

Однажды один американский бизнесмен прилетел в командировку в Лондон и остановился в роскошном пятизвездочном отеле.

Утром после пробежки он в халате спустился к бассейну, чтобы поплавать. Кроме него в бассейне был еще один гость, японец. Когда американский бизнесмен закончил плавать и подошел к столику с напитками, который стоял у бассейна, японец на прекрасном английском поприветствовал его.

Они поговорили о погоде, потом американец поинтересовался, по каким делам здесь японец. Выяснилось, что они оба работают в банковском секторе. Как только американец назвал свою компанию, японец сказал, что он прекрасно знает эту корпорацию, у нее очень хорошая репутация и он счастлив встретить ее представителя в этом городе.

С этими словами он достал из кармашка своих плавков непромокаемую пластиковую визитную карточку и вручил ее американцу.

Конечно, даже в кармане халата у американца визитки не оказалось, и он пообещал передать ее при следующей возможной встрече.

Я услышал эту историю перед своей первой поездкой в Японию и, конечно, уже знал, как трепетно относятся японцы к этикету визитных карточек. Мне не пришлось краснеть за их отсутствие. Где бы мы ни были – в офисах или на заводах Kopica, в караоке-баре, на рыбалке или в парке аттракционов, – всегда под рукой у меня был запас моих визиток.

И эта история, и поездка в Японию пошли мне на пользу. С этого времени всегда и везде, в разных карманах, сумках и кошельках у меня лежат визитные карточки».

Как сделать это лучше

1. Оригинальность.

Визитная карточка – лакмусовая бумажка для оценки подхода компании к ведению бизнеса. Вы можете быть как все, а можете быть исключительным. Последние вызывают интерес – а внимание сейчас главный ресурс, за который борются компании. Вложите в хорошую визитку.

2. Без косяков.

Удивительно, как много ошибок можно совершить в изготовлении визиток! И многие умудряются наступить чуть ли не на все грабли.

Вот семь типовых ошибок при макетировании визитных карточек (всего их двадцать, о них скоро можно будет прочитать в книге Дмитрия Турусина «Горячая десятка» – к нему же вы можете обратиться, чтобы сделать себе вау-визитку):

- не указано, каким бизнесом занимается компания (мы видим только название, но не понимаем, чем она занимается);
- контактные телефоны указаны без кода города;
- визитная карточка дублирует фирменный бланк, в ней указываются форма собственности и другие лишние данные;
- шрифт визитной карточки слишком мелкий, а целевая аудитория – взрослые люди за сорок, у которых, как правило, проблемы со зрением;

- сначала напечатана фамилия, потом имя владельца визитки (а должно быть наоборот: в России не принято обращаться по фамилии – господин Иванов, госпожа Иванова... поэтому важнее указать вначале имя, а уже потом фамилию);
- непродávущее и незапоминающееся название должности;
- оборот визитной карточки не продает (об этом читаем дальше).

3. Продавать или помогать продавать!

Это, пожалуй, главная задача визитной карточки менеджера по продажам.

Вот три идеи, что можно напечатать на обороте визитной карточки:

- текст «Пять причин работать с нами»;
- дополнительная информация о владельце, которая поможет в коммуникации с собеседниками (образование, место рождения, увлечения...);
- список «Чем наша компания может быть полезна клиентам».

4. Бенчмаркинг.

Проанализируйте визитные карточки, которые вам когда-либо вручали.

Посмотрите примеры в интернете. Скопируйте понравившиеся идеи.

Прочитайте книгу Дмитрия Турусина «Горячая десятка: ключевые точки контакта коммерческой компании» – там очень хорошо рассказано, как сделать визитную карточку визиткой-вау.

5. Улучшаем постоянно.

Регулярно спрашивайте себя, что еще можно предпринять, чтобы улучшить визитную карточку. Не скупитесь. Еще раз напомним: визитка – главное оружие менеджера по продажам.

6. Должность важна.

Повышайте статус сотрудников отдела продаж при печати визиток (не менеджер по продажам, а ведущий менеджер по продажам, территориальный менеджер или вице-президент). Это помогает в продажах.

7. Онлайн-карточка.

Подстрахуйтесь заранее: создайте себе визитку (пока бесплатно) на сайте www.up5.it

– и она всегда будет у вас в смартфоне на случай, если вы забыли бумажные.

Игорь Манн

: «Еще одна идея – сфотографируйте вашу визитную карточку.

Если вам потребуется визитка, а напечатанных под рукой не окажется, вы быстро найдете эту фотографию в вашем смартфоне и сможете предложить вашему собеседнику ее переснять или отправить ему фотографию по почте».

18. Подарки и сувениры

Помогает:

- «растопить лед» при встрече;
- запомниться;
- создать ситуацию, когда клиент вам «должен».

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Оценить тяжело – многое зависит от ситуации. Порой идею для VIP-подарка неделями ищут и команда продаж, и команда маркетинга в полном составе.

Как использовать

В маркетинге принято делить подарки:

- на «раздатку» (недорогие вещи: флешки, ручки, карандаши, магнитики, брелки, зажигалки...);

Как быстро летит время... и как меняется ценность некоторых вещей. Флешка еще недавно была хорошим подарком, а сейчас это просто «раздатка»...

- на сувениры (стоимостью до 50 долларов);
- на подарки;
- на VIP-подарки (стоимостью свыше 200 долларов).

Константин Панин

: «В агентстве “Акцент-реклама” мы используем другую классификацию:

- 1) промопродукция, или рекламные подарки. Отличительная особенность – массовость;
- 2) бизнес-сувениры, или корпоративные подарки, они же деловые подарки. Как правило, заказываются для узкой группы контактных лиц, с учетом особенностей этой группы;
- 3) VIP-подарки. Заказываются, как правило, единично, под конкретную персону (группу VIP-лиц);
- 4) элементы фирменного стиля – также относятся к сувенирной продукции. Особенность в том, что ее «потребляют» не клиенты, а сотрудники компании. Здесь и фирменный значок в лацкане пиджака, и персонализированный ежедневник, маркеры, блокноты, ручки...;
- 5) наградная продукция. Позволяет поздравить и поощрить лучших и устыдить худших (для одного из банков мы как-то сделали классную штуку – гнилую калошу, прибитую к шикарной лакированной деревянной подставке с металлическим декором. Семь таких калош ежемесячно вручались представителям худших филиалов. Эффект был...

Важно! Все пять категорий обладают принципиально разным функционалом, особенностями заказа, сложностью выбора и ценой. Первую, четвертую и пятую категории я бы отнес к категории заказа “просто”, вторую – “сложность средняя или выше средней”, третью – “сложно”.

Не соглашусь и с градацией по цене. На практике огромная проблема с градацией подарков по цене в зависимости от бизнеса и отрасли. К примеру, у одного из моих клиентов (оператор связи) VIP-подарок оценивается в категории 800–1500 рублей. А у другой компании (крупное строительство) раздатка оценивается в 5000–7000 рублей, VIP-подарок же может стоить около 1 000 000 рублей...»

Добавим, что Константин заканчивает работу над своей книгой, посвященной подаркам и сувенирам, – нам остается ее дожидаться.

Вот принципы, которые помогут выбрать вам хороший сувенир или подарок.

«Все время перед глазами».

Идеально, когда подарок всегда на виду у получателя.

Большой «проникающий» эффект имеют подарки, которые ваш клиент использует:

- в офисе (хорошо попасть на рабочий стол);
- в квартире или загородном доме (спальня, кабинет, кухня);
- в машине (увы, для многих жителей больших городов машина уже стала вторым домом).

Идеальный подарок – тот, который ваш клиент всегда носит с собой. Но придумать и сделать такой с каждым сезоном все сложнее.

Марина Белоусова

: «В “Тайле” мы давно отдаем предпочтение полезным подаркам, которые, что называется, в хозяйстве пригодятся: банные полотенца, спортивные и дорожные сумки, рюкзаки, несессеры (мужские косметички) и т. п. Также у нас постоянно есть ходовая сувенирка – костеры (подставки под кружки), сами кружки, флешки, ручки, календари».

В тему.

Отличный подарок – подарок, вызывающий эмоции, подарок, за который ваш клиент поблагодарит вас не один раз. Чтобы сделать такой подарок, нужно хорошо подумать и знать увлечения, предпочтения, особенности клиента.

«+1».

Новые подарки всегда «бьют» старые. Высший сорт бьет первый сорт. Б

о

льшая функциональность – меньшую. Вкладываемся в новое, качественное и полезное – получаете лучший результат.

Как сделать это лучше

1. Не навреди.

Например, вы можете с самыми благими намерениями подарить клиенту бутылку роскошного арманьяка, а он два месяца как «зашился». Конфуз.

Избежать подобного вам поможет CRM (см.

выше

).

2. Проведите тест

: посмотрите на выбранный для клиента подарок. Вы сами хотели бы такой получить?

Если ответ «да» – подарок, вероятнее всего, хорош.

Константин Панин

: «Очень важно, нравится ли сувенир тому, кто его дарит. Довольно частая ситуация: маркетологи сделали что-то, а продавцы считают это “дерьмом”. Отсюда – саботаж либо процесс дарения с кислой миной. Вывод: крайне желательно слушать мнение продавцов».

3. Это рекламоноситель!

Нельзя забывать, что сувенир – это прежде всего рекламоноситель! Часто не важно, какой формы кружка (футболка, флешка, магнит, любой другой сувенир) – важно то, что на ней написано, какое сообщение передается получателю подарка. Поэтому заказываем не «кружку с логотипом», а кружку, передающую нужное нам сообщение.

4. Дорог не подарок, дорого внимание.

Создайте правильную атмосферу – например, вручайте ваш подарок VIP-клиенту в сопровождении гитариста или скрипача.

Игорь Манн

: «Помню, как в приемной у одного бизнесмена, собираясь поздравить его, сидели два менеджера – представители благодарного заказчика – и пятеро цыган

. В приемную заглянуло чуть ли не полкомпании, насколько необычным было зрелище! А как душевно цыгане пели поздравления! Думаю, бизнесмен это запомнил на всю жизнь. Я – так точно».

5. Сила слов.

Важны слова, которые будут сопровождать подарок (подумайте, что вы скажете при вручении подарка, что напишете в сопроводительной открытке).

6. Книга – лучший подарок.

Так было и так будет. Посмотрите на сайте

www.m-i-f.ru

– какой выбор!

7. Расширяем круг.

Попробуйте подарить подарок тому, кому вы ничего никогда не дарили. Если вы работаете с магазином, сделайте подарки не только директору магазина и товароведам, но и всем продавцам. Посмотрите на эффект.

Евгений Землянухин

: «Думаю, стоит добавить, что подарки можно, нужно и полезно дарить после встречи с клиентом. Пример из жизни. Я встречался с собственником малайзийской компании-клиента, встреча шла неплохо. На обед он пригласил своего сына, также работающего в компании, и тот сказал, что они с отцом

большие поклонники футбола и каждые выходные играют с друзьями. Я не разделяю их увлечение, однако уточнил, какую из российских команд они знают. Первой они назвали “Зенит”. По возвращении я заказал самый дорогой фирменный мяч “Зенита” и отправил им службой UPS. Это здорово помогло в налаживании отношений. С тех пор мы очень хорошо общаемся, а заказы он мне присылает на квартал вперед».

8. Количество и качество.

Очень важно, чтобы подарки и сувениры всегда были в офисе в нужном количестве и необходимого качества. Найдите для этого отличного поставщика, который всегда сможет сделать вам нужные подарки «вчера».

Игорь Манн

: «Могу “сдать” своего поставщика рекламных сувениров и подарков. Это ребята из Самары, компания “Акцент реклама” (ga-akcent.ru) – естественно, они работают по всей стране».

Благодарим Константина Панина за помощь в работе с этой главой.

19. Бизнес-аксессуары

Помогают:

- показать солидность компании;
- отстроиться от конкурентов.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Зависит от количества и качества необходимых аксессуаров.

Как использовать

Бизнес-аксессуары – понятие широкое, мы сузим его в нашей книге до тех предметов, которые менеджеры по продажам берут с собой на переговоры.

Аксессуары

а

р (фр. *accessoire* от лат. *accessorius* – «добавочный») – предмет, сопутствующий чему-либо; принадлежность чего-либо. Это дополнение к образу или вещи.

Например, браслеты, шарфы, чехлы для смартфона, сумки...

К бизнес-аксессуарам относятся:

- визитница;
- записная книжка;
- ежедневник, планинг;
- чехол для смартфона/лэптопа/планшета;
- ручка, карандаш;
- чехол для ручки, карандаша и пр.;

- портфель, рюкзак;
- бейдж;
- фирменные наклейки;
- фирменные значки.

Грань между аксессуаром и бизнес-подарком тонка: например, брелок – это и первое, и второе.

Специалисты считают, что наличие единого стиля в компании (в том числе и стиля бизнес-аксессуаров) формирует в глазах клиентов и партнеров положительный образ компании, подчеркивает ее надежность и целеустремленность.

Клиенты и партнеры обращают внимание на такие вещи.

Очень хорошо по этому поводу сказал Михаил Жванецкий: «Встретили меня по одежке, проводили тоже плохо». Мастеру верить.

Екатерина Уколова

: «Владелец одной компании-застройщика одел своих менеджеров в синие костюмы с элементами фирменного стиля (галстуки, шейные платки), а работающих на стройке – в фирменные строительные куртки и каски, выдал сотрудникам фирменные ежедневники.

Результат: прозвон клиентов, посещавших объекты, показал увеличение узнаваемости бренда с 1 из 10 до 9 из 10. Как следствие, выросли продажи».

Адекватный должности/имиджу компании вид менеджера всегда свидетельствует об успешности компании (многие западные и российские компании это понимают и требуют определенного дресс-кода).

Игорь Манн

: «Одежда и аксессуары должны соответствовать компании.

Продаете финансовые услуги? Топ-менеджер? Хотите карьерного роста?
Шейте костюм на заказ (рекомендую компанию
www.indever.com
).

Работаете с технарями? Никаких костюмов! Только джинсы.

Розничный магазин? Нужна униформа, дресс-код или хотя бы какие-то элементы фирменного стиля (бейдж, галстук, шейный платок, нашивки...).

Продаете что-то дорогое? Одевайтесь дорого.

Работаете в компании-дискаунтере? Нужно одеваться попроще».

Как сделать это лучше

1. Внимание мелочам.

Мелочи, мелочи, мелочи... В бизнес-аксессуарах их множество. Учитывайте все.

- У костюма, сшитого на заказ, одна пуговица на рукавах пиджака должна быть расстегнута.
- В дорогом бумажнике не должно быть отделения для мелочи.
- На визитнице не должно быть логотипа.
- А вот записная книжка или планнер могут быть брендированными.

2. Логотип не на всем.

Как уже отмечалось выше, не все бизнес-аксессуары стоит брендировать. Это относится к галстукам, заколкам, кошелькам. Если уж их брендировать, то так, чтобы лого не было видно – размещать его где-то на подкладке и мелко-мелко).

3. Внимание к деталям.

Если вы пользуетесь аксессуарами, которые вам подарили, смотрите, к кому вы с ними идете. Представьте, что случится, если вы придете в Coca-Cola с блокнотом и ручкой, на которых будут логотипы Pepsi-Cola...

4. По запросу.

Заказывайте производство только тех бизнес-аксессуаров, которые просят ваши менеджеры по продажам. Главные заказчики – они. Не полагайтесь на свой вкус, потребности и предпочтения.

20. Отзывы клиентов

Помогают:

- ускорить принятие решения клиентом-рационалистом;
- усилить доверие к компании и ее решениям;
- склонить чашу весов в пользу вашей компании.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Первые десять отзывов можно получить за неделю. А вообще их сбор должен стать постоянным делом.

Как использовать

Сегодня степень доверия к рекламным сообщениям низка как никогда.

Чему клиенты верят, так это отзывам других клиентов.

Многие компании используют отзывы – и могут это делать еще эффективнее. Но, как ни удивительно, еще есть компании, которые совсем не используют этот инструмент. В некоторых ситуациях без отзывов продавать сложнее, а иногда и просто нереально. Поставьте в приоритет сбор отзывов и совершенствование работы с ними – окупится быстро.

Как сделать это лучше

1. Хороший классификатор.

Если отзывов много, начните использовать классификатор – по типу клиентов, по сложности решения, по объему инвестиций... Конкретный отзыв всегда работает лучше общего, абстрактного.

2. Каждому ЛПР – свой отзыв.

Хорошая идея – получить отзывы разных сотрудников разных подразделений одной компании. Это пригодится, когда вы будете работать с разными ЛПР нового клиента.

Закрыв сделку по внедрению CRM-системы, можно попросить отзывы у генерального директора, коммерческого директора, IT-директора и директора по маркетингу. А если использовалась нестандартная схема оплаты – то и у финансового директора.

3. Всегда под рукой.

Можно разместить отзывы на сайте или «в облаке» – тогда у ваших менеджеров по продажам будет доступ к ним с любого устройства в любом месте (где есть мобильный интернет) и в любое время.

4. Книга отзывов.

Интересная идея – собрать все отзывы ваших клиентов и напечатать их. Если такая книга будет лежать в переговорной и в зоне ресепшен – ее точно будут читать. Вот только брать такую книгу с собой на переговоры не очень удобно. Хотя подарком она может стать оригинальным (нужно только оставить страницу для отзыва тому человеку, которому вы дарите эту книгу). Кстати, такую книгу можно печатать каждый год, как Книгу рекордов Гиннеса.

5. Чьи отзывы получать?

Вы можете собирать отзывы:

- покупателей;

Кстати, никто не мешает вам запрашивать отзывы у тех клиентов, которые сейчас не работают с вами. Порой это хороший способ возобновить отношения.

- бизнес-партнеров компании;
- лидеров общественного мнения;
- журналистов, консультантов, аналитиков.

Список неполон. Как насчет, например, вашего банка, поставщиков, торговых ассоциаций, научных институтов?

Но главное – клиенты.

6. Когда и как получать отзывы?

Хорошая привычка – просить об отзыве каждого клиента, с которым вы работаете или закончили работать. Старайтесь получить отзыв как можно скорее – в тот день, когда заключена сделка, произведена отгрузка, закончена инсталляция оборудования (потом у вас появятся другие задачи, изменятся приоритеты, а у клиента произойдут события, которые заслонят положительные эмоции от покупки решения вашей компании).

Игорь Манн

: «Одна моя знакомая попросту не выпускала клиентов из офиса до тех пор, пока они не оставляли ей экспресс-отзывы. Правильный подход.

Я видел ее книгу отзывов (такие книги часто можно увидеть в музеях) – она впечатляла и размерами, и количеством записей в ней. И главное – почти все отзывы были очень эмоциональны и оригинальны.

Кстати, отзывам, написанным от руки, доверяют больше».

7. По стандартам.

Заведите стандартное письмо для запроса отзыва. Отсылайте его тем клиентам, которые не смогли оставить вам отзыв сразу. Чем конкретнее ваш запрос, тем выше вероятность того, что вы получите правильный отклик. Включайте в запрос следующие вопросы.

- Почему предпочтение было отдано именно нам?
- Что вы о нас думаете?
- Какой результат вы получили (планируете получить)?
- Кому еще вы могли бы порекомендовать нашу компанию, наше решение? Для чего? (Очень хороший вопрос, который может принести вам новых потенциальных клиентов.)

8. Не давите.

Никогда не давите на людей, которых вы попросили об отзыве. Если они отказались дважды, больше не повторяйте свою просьбу.

Помните, что сотрудник невысокого ранга зачастую должен утвердить свой отзыв у руководителя.

У руководителей высокого уровня другая проблема – нехватка времени.

Будьте готовы к тому, что вам заявят: «Мы все подпишем, вы нам только текст пришлите». Вариант, когда пишется черновик для дальнейшего редактирования и утверждения клиентом, довольно популярен. Вы можете держать такой черновик наготове.

И еще. Вы никому не обязаны платить за отзывы. Отзыв – это реклама не только для вас, но и для того, кто его дает (и на это можно упирать, пытаясь ускорить получение отзыва).

9. Как оформлять отзыв?

Уже сами слова «отзывы наших клиентов» привлекают внимание читателей. Но этого недостаточно. Чтобы отзывы сработали лучше, при их создании и оформлении следует учесть некоторые моменты:

- текст должен быть коротким (можно взять как стандарт 300 слов, которые нужно постараться уместить на одной странице)...
- ...и легкочитаемым (попробуйте подход AIDA, разбивайте текст на абзацы, «играйте» со шрифтами);
- старайтесь, чтобы в отзыв вошли конкретные количественные результаты, им доверяют больше;
- подробности, детали, решение сложных проблем и внутренняя информация интересны всегда;
- хорошо, если в отзыве будет указано, что клиент сделал или как сэкономил деньги с помощью вашего решения;
- хорошо, если отзыв включает полную информацию о том, кто его дает;

В идеале отзыв должен быть подписан так: Иван Иванович Иванов, бухгалтер, компания «УТП Лимитед», Москва.

Если клиент не разрешает использовать свое имя, можно спросить разрешения указать название компании и должность: бухгалтер, компания «УТП Лимитед», Москва.

В крайнем случае, если нет возможности привести ни имя, ни название компании, следует указать хотя бы город.

- вы можете включить в отзыв фотографии – они значительно увеличивают его эффективность.

10. Что делать после того, как отзыв от клиента получен?

Попросите у клиента разрешения использовать отзыв (если вы не оговорили это заранее).

В некоторых случаях лучше получить письменное разрешение (сохраните его).

Обязательно поблагодарите клиента за отзыв. Он сделал для вас и для вашей компании большое дело, напишите ему электронное письмо или позвоните. Когда вам потребуется личная рекомендация или обновленный отзыв клиента, вы получите их с большей вероятностью (и быстро).

11. Где использовать отзывы?

Соберите их в одном месте:

- можно сложить бумажные листы в папку «Так говорят клиенты», «Отзывы» и т. п.;
- можно разместить на сайте, в брошюрах, каталогах и других печатных рекламных материалах, в рекламе в прессе, в прямой почтовой рекламе, в коммерческих письмах, пресс-релизах, аудио– и видеоматериалах;
- в коммерческих предложениях, заявках (документах) на участие в торгах или тендере (RFP – request for proposal).

12. Что делать с критическими отзывами?

Если клиенты указывают на ваши недостатки – радуйтесь. Увидев «узкие места», вы сможете их «расшить».

Конечно же, если весь отзыв отрицательный, то поблагодарите клиента, но не используйте этот текст.

А если там есть и позитив, и негатив, я бы рекомендовал включить такой отзыв в работу. Ведь верить ему будут намного больше, чем целиком положительному. А про недостаток вы можете сказать: «Это мы уже устранили».

13. Чьи отзывы лучше использовать – звездных клиентов или рядовых покупателей?

Это зависит от бизнеса. Некоторым лучше использовать отзывы простых людей, а другим – делать упор на звезд.

А некоторые бизнесы должны сочетать оба подхода. Ресторан, например, может использовать и отзывы простых посетителей, и отзывы «селебритиз».

Игорь Манн

: «Я однажды обедал в небольшом ресторанчике около Ярославля. Там бывали космонавты, эстрадные звезды, другие знаменитости – одна стена целиком была увешана их фотографиями с автографами и отзывами. А другая стена была утыкана простыми визитными карточками обычных людей, которые там завтракали, обедали или ужинали. И я оставил свою карточку.

Так накапливается масса визиток – фактически отзывов.

Если бы ресторан был плох, никто бы их не оставлял, и посетители это понимают.

Однако другие рестораны, в которых мне доводилось бывать, вывешивают только фотографии звезд, сделанные в заведении, с их автографами.

Владельцы, управляющие решают, что лучше. И уже понятно, что первое заведение – демократичное, а второе – пафосное.

Отзывы, которые вы используете, – это сигнал потенциальным посетителям и покупателям».

14. Попробуйте сделать видеоотзывы.

Говорят, что одно изображение стоит тысячи слов. Представляете, какой эффект будет иметь видеоотзыв? А функция видеосъемки есть практически в каждом современном телефоне и фотоаппарате.

Игорь Манн

: «Сейчас очень популярно селфи. А как насчет того, чтобы сделать видеоселфи – отзыв с клиентом? Встаете рядом с ним, вместе улыбаетесь в камеру, он рассказывает о работе с вами, вы счастливо улыбаетесь и киваете головой... Я гуглил, пока такого не делал никто. Вы можете войти в историю».

15. Вживую.

В исключительных случаях можно организовать личное общение потенциального клиента с клиентом, с которым вы уже работали и который оставил отзыв.

Виталий Говорухин

: «Случай из практики: идут переговоры с самарским клиентом. ЛПР прочитал письменный отзыв одного из наших клиентов, который мы приложили к коммерческому предложению. Компании сопоставимы по размеру. Шансы на сделку повысились.

Дожимаем: сейлз предложил дать контакты директора компании, с которой мы работали, чтобы наш потенциальный клиент позвонил и спросил, как мы в деле. ЛПР воспользовался этим предложением, и мы заключили контракт».

16. За деньги.

Можно замотивировать сотрудников отдела продаж получать отзывы от клиентов. Каждый отзыв обойдется в 500–1000 рублей.

Екатерина Уколова

: «Можно последним этапом процесса продаж сделать отзыв или выставить соответствующую автозадачу в CRM на тех клиентов, которые уже подписали акты по вашим услугам».

21. Калькулятор

Помогает:

- ускорить принятие решения клиентом-рационалистом (для которого цифры важнее эмоций);
- с цифрами в руках доказать клиенту, что решение, которое он у вас приобретает, окупается быстро или быстрее, чем решение конкурентов. Показать факторы, которые влияют на срок окупаемости;
- показать, насколько выгодно ваше решение в сравнении с конкурентами.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Два-три дня (день-два на создание, день на проверку и «упаковку»).

Как использовать

Калькулятор – это особый документ или файл, который вы используете во время встречи/переговоров с клиентом. Задавая наводящие вопросы клиенту, вы вносите в калькулятор определенные данные и получаете результат, показывающий:

- возврат на инвестиции;
- срок окупаемости;
- стоимость пользования;
- или экономию в сравнении с другим решением или конкурентами.

Ваш собеседник видит все факторы, влияющие на расчеты, и у него нет оснований не доверять результатам – они получены из его ответов на вопросы путем прозрачных расчетов. Убедили – он покупает.

Калькуляторы прекрасно работают и на рынке b2c (бизнес для частных покупателей). Так, одному из авторов с использованием калькулятора стоимости эксплуатации подбирали автомобиль, другому – проектировали баню для загородного дома («Хотите подороже (понадежнее)? Подобрать вариант поэкономичнее? Какой у вас лимит по энергопотреблению?...»)

Игорь Манн

: «Свой первый калькулятор я сделал, работая в дистрибьюторе японской компании Kopica. Тогда мы продавали дорогостоящие мини-фотолаборатории, и многие клиенты хотели знать, когда они окупят свои инвестиции (от 70 до 120 тысяч долларов, в зависимости от типа оборудования, комплектации и стартового набора расходных материалов).

Сначала, основываясь на наших ощущениях, мы говорили, что через год. Некоторые верили на слово, но не все. И поскольку сомневающихся было много, мы сделали калькулятор расчета окупаемости инвестиций нашего клиента в фотобизнес.

Вот как это работало.

Мы с клиентом сидели перед экраном монитора, и я задавал ему вопрос за вопросом.

“Какой из трех типов мини-фотолаборатории вы берете?” (Понятно, что я уже рассказал, в чем разница и для чего какая хороша...)

“Сколько приемных пунктов вы откроете?”

“Сколько будете платить за аренду помещения (помещений)?”

“Какая будет зарплата у операторов?”

И т. д., и т. п. – около 30 вопросов.

Потом я нажимал Enter, и клиент видел цифры “суммарные инвестиции в долларах” и “срок окупаемости в месяцах”.

И тут начиналось самое интересное.

Клиент включался в игру.

“А что если я открою не три, а пять приемных пунктов?!”

“А если мы вот здесь снизим циферку до...?”

“А вот это, Игорь, давайте вообще уберем...”

Клиент сам считал экономику своего бизнеса.

Верил.

И покупал.

С тех пор как я научился зарабатывать с помощью калькулятора, он стал одним из моих любимых инструментов. Надеюсь, что вы тоже его оцените».

Калькуляторы упрощают и ускоряют процесс переговоров, помогают «дожать» оппонента.

Как сделать это лучше

1. Калькулятор должен быть логичным.

Только тогда ему будут верить. Все просто, все понятно, одно вытекает из другого... Проверьте и перепроверьте все формулы снова и снова.

2. Проверьте и перепроверьте

данные, которые используются в калькуляторе – в частности, когда вы приводите цены конкурентов или какие-то известные экономические показатели (курс валют, стоимость барреля нефти, уровень инфляции)... Одна ошибка – и у клиента пропадет доверие и к расчетам, и к вашему предложению.

3. Важна «упаковка» калькулятора.

Считайте калькулятор рекламным объявлением.

Важны:

- дизайн (верстка);
- юзабилити (например, при выборе шрифта учитывайте возраст ваших клиентов (общее правило: старше клиент – больше шрифт) и то, что смотреть на калькулятор клиент может издали, с другой стороны стола).

На случай, если вы не знали: плохо, когда на переговорах вы сидите друг напротив друга. Это классическая поза противодействия. Садитесь лучше слева или справа от клиента. Вот почему в переговорных комнатах стоит использовать круглые столы. Не забудьте поставить копирайт и логотип – часто калькуляторы живут своей жизнью, «заселяясь» в стопку документов вашего клиента. Их также могут начать активно передавать внутри компании – от сотрудника к сотруднику, из подразделения в подразделение, из одного города в другой.

4. Учиться!

Обязательно обучите ваших менеджеров по продажам пользоваться калькулятором – мы даже рекомендуем вам принять у них зачет.

Нужно быть уверенным в каждом вопросе, в каждом последующем действии, в каждой получаемой цифре, нужно быть готовым ответить на любой вопрос клиента.

5. Онлайн.

Вы можете выложить калькулятор на сайт (опять же, защитив его копирайтом). Это хороший дополнительный сервис, повышающий конверсию целевых действий. А если ваши конкуренты еще не используют калькуляторы на своих сайтах – еще и конкурентное преимущество.

22. Печатные материалы

Помогают:

- усилить предложение, которое вы делаете клиенту;
- продлить эффект присутствия, «зацепиться»: вы ушли из офиса клиента, а печатные материалы остались.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

До месяца и более.

Как использовать

Представлять печатные материалы смысла нет – это заслуженный ветеран в арсенале инструментов маркетинга для отдела продаж.

Это, в частности, могут быть:

- каталоги;
- буклеты;
- брошюры;
- листовки;
- плакаты;
- календари;
- визитки;
- открытки.

Каждый тип печатного материала по-своему хорош – и его тактическое применение может дать нужный эффект (см. выше о некоторых из них).

Игорь Манн

: «Один из моих клиентов прямо в сердце поразил своего потенциального заказчика набором открыток (речь шла о финансовых услугах). Я их видел – сделанные с выдумкой, фантазией, любовью и уважением к деталям, они поразили и меня! Хороший печатный материал – олдскульный инструмент, но, сделанный правильно, это о-го-го какая сила!»

Как сделать это лучше

1. «Жив, курилка!»

Не стоит поддаваться моде на полный отказ от печатных материалов и перевод их в электронный формат. Печатные материалы нужны по многим причинам, в частности, потому, что многие ЛПР – люди в возрасте и не готовы воспринимать информацию на флешках или в «облаке».

Полиграфисты и сами не сдаются – придумывают новые форматы (например, очень интересно смотрятся материалы в формате z-card), совершенствуют процесс печати, предлагают дополнительные услуги (например, предпечатную подготовку ваших материалов онлайн на их сайтах).

Попробуйте как-нибудь сходить в крутую полиграфическую компанию или на специализированную выставку – найдете для себя много нового и интересного.

2. «Тест мусорной корзины».

Задайте себе вопрос: «Я оставляю наши печатные материалы клиенту и уйду – что он с ними сделает? Оставит на столе или выбросит в мусорную корзину?»

Не стоит делать (и использовать) рекламные материалы, которые этот тест не пройдут.

3. «Спасатели».

От выбрасывания в мусорную корзину спасут:

- высокий КПД (полезность материала для клиента);
- оригинальность (это без комментариев);
- презентабельность (порой рука не поднимается выкинуть в корзину дорого выглядящий печатный материал).

Есть еще один трюк: напечатать материал на нервущейся бумаге. Перед тем как выбросить листовку, клиент попробует ее порвать, а она – сюрприз! – не рвется. У вас появляется второй шанс

23. Корпоративный журнал

Помогает:

- возникновению дополнительного контакта с клиентом – существующим и потенциальным;
- создать репутацию солидной компании;
- остаться «в памяти» (на столе заказчика) – при условии хорошей печати и интересного контента.

Сложность

Высокая.

Трудоемкость

Очень трудоемкая работа, даже если делать журнал ежеквартально.

Ежемесячный журнал потребует отдельного сотрудника (возможно, не одного) или аутсорсинга этой услуги.

Как использовать

Корпоративный журнал – крутая вещь. Но, к сожалению, хороший корпоративный журнал могут позволить себе только очень большие компании (а плохой, понятно, делать не стоит).

Корпоративный журнал – это ежемесячное или ежеквартальное издание с интересным контентом – статьями, рубриками, колонками специалистов и/или приглашенных звезд, интервью, инфографикой, репортажами... и, как же без нее, рекламой.

Как правило, корпоративные журналы печатают в типографии (и желательно в хорошей).

Делают такие издания с оглядкой на лучшие образцы популярных развлекательных и первоклассных деловых журналов.

В подготовке журнала принимают участие многие сотрудники компании, а драйвером, как правило, является PR-служба или отдел маркетинга.

Корпоративные журналы можно рассылать постоянным или потенциальным клиентам. Или раздавать на выставках, семинарах, круглых столах, конференциях. Они должны лежать в переговорных комнатах и в зоне ресепшен. Их можно отправлять бизнес-партнерам (посредникам).

И, главное, их можно и нужно использовать на встречах с потенциальными или текущими клиентами – дарить, оставлять, ссылаться на материалы в журнале на переговорах и встречах.

Не сомневайтесь – корпоративные журналы работают, хоть это и дорогое удовольствие! Их бы не делали, если бы от них не было отдачи!

Как сделать это лучше

1. Можно схитрить

– делать не корпоративный журнал, а ньюслеттер. Это намного экономичнее и проще. Дословно, ньюслеттер – это «новостное письмо», оно рассылается по электронной почте по подписке: раз в неделю, два раза в месяц, ежемесячно и иногда ежеквартально. У ньюслеттера тоже есть своя структура, но делать его гораздо проще и дешевле.

2. Подписка.

Предложите клиентам «подписку» (естественно, бесплатную) на ваш корпоративный журнал. Таким образом вы сможете наладить регулярный контакт с клиентами, и они не пропустят интересный полезный контент.

3. Закладки.

Попробуйте на встречах использовать закладки к интересным материалам. Говорите: «Думаю, вам это может быть интересно. Прочитайте потом». Показываете статью с закладкой и оставляете клиенту. С высокой степенью вероятности он ее прочитает.

Игорь Манн

: «Когда я работал в одной телекоммуникационной компании, у нас был классный корпоративный журнал, который выходил на английском языке и распространялся во всех странах присутствия компании.

В одном из выпусков наш маркетинговый аналитик нашел интересную статью о том, что в Бразилии один из операторов связи на нашем решении сделал услугу, пользующуюся большим спросом у местных абонентов. Она позволила оператору значительно увеличить свой ARPU (средний чек).

Мы показали статью менеджеру, который работал с одним из российских операторов связи – и он сразу же переслал ее своим клиентам в компании-операторе. Не прошло и месяца, как он заключил контракт на “бразильское” решение».

4. Авторы-клиенты.

Можно активно работать с бизнес-партнерами и клиентами как источником контента. Они могут давать интервью, комментарии, быть героями рубрик и даже авторами колонок.

5. Онлайн.

Если бюджета на печать нет, можно сделать онлайн-версию журнала. Да, такой журнал не оставишь на столе у клиента и не подаришь при встрече. Да и не все клиенты любят читать онлайн-журналы. Но при отсутствии бюджета – это вариант.

24. Годовой отчет положительных эмоций

Помогает:

- вам на переговорах с новыми клиентами – склонить чашу весов в свою сторону;
- существующим клиентам – увидеть полную и понятную картину всего хорошего, что вы сделали для них за год.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Неделя максимум.

Как использовать

Очень часто менеджеры по продажам рассказывают потенциальным клиентам, какая компания молодец, говорят: «Мы многое делаем для наших клиентов»... не предъявляя никаких доказательств.

С годовым отчетом положительных эмоций эти заявления уже никогда не будут голословными.

Анна Турусина

: «Идея создания годового отчета родилась у нас, когда мы как консультанты работали с “Банком Европейский” в Калининграде.

Банкам положено делать финансовые годовые отчеты.

“Банк Европейский” имел отличные финансовые показатели, но, к сожалению, в этом отчете нельзя было рассказать, сколько всего хорошего банк сделал за 2012 год для своих корпоративных и частных клиентов (позиционирование “Банк положительных эмоций” обязывало делать много хорошего).

И тут нас осенило!

“Как насчет идеи сделать годовой отчет положительных эмоций для ваших корпоративных клиентов?” – спросили мы команду маркетинга банка.

Идея была принята благожелательно – и через месяц в PDF был сверстан первый годовой отчет, в который вошло более 30 приятных вещей, активностей и программ, созданных за год для клиентов банка.

Менеджерам коммерческого блока инструмент пришелся по душе!

Они рассылали его существующим и новым клиентам банка.

Они показывали и комментировали его на переговорах с новыми клиентами.

Сотрудники службы маркетинга банка продолжали делать такой отчет несколько лет подряд, все выше и выше поднимая планку в обслуживании клиентов.

Документ работал!»

Сделайте свой годовой отчет положительных эмоций.

Вы сможете использовать его в работе с существующими клиентами (рассылая его в конце года, подводя итоги работы). А главное, он будет очень полезен на переговорах с клиентами потенциальными, которым вы сможете показать реальные активности для клиентов компании.

В то время как ваши конкуренты отделиваются общими словами – вы конкретны и убедительны благодаря годовому отчету положительных эмоций.

Как сделать это лучше

1. Структура.

Важна правильная логика и четкая структура отчета. Подумайте, на какие блоки вы можете разделить все то, что вы сделали для ваших клиентов. Например, это могут быть разделы:

- маркетинг;
- сервис;
- IT;
- обучение;
- программы лояльности...

2. Дизайн!

Сделайте его понятным, ярким и привлекательным – не скупитесь на позитивный дизайн. Само название отчета обязывает! Не стоит печатать годовой отчет положительных эмоций в черно-белом варианте.

3. Пересчитайте.

Используйте сквозную нумерацию. Вы можете так и назвать свой отчет: «34 приятности, которые мы сделали для наших клиентов в 2016 году».

4. Традиция.

Пусть годовой отчет положительных эмоций станет традицией. Тут вам пригодится сквозная нумерация (см. выше) – постарайтесь в следующем году сделать еще больше «плюшек» для ваших любимых клиентов!

5. Не мелочитесь.

Не стоит включать в отчет мелочи. То, что вы сделали и о чем пишете, должно быть значимым для ваших клиентов.

6. Шире круг.

Подумайте, как вы можете сообщить о своем годовом отчете положительных эмоций как можно большему количеству потенциальных клиентов.

- Выложить его на сайт?
- Сделать пресс-релиз?
- Использовать социальные сети?

7. Каждому свое.

Клиент – понятие широкое. Как насчет того, чтобы сделать годовой отчет положительных эмоций для бизнес-партнеров? Для поставщиков? Для прессы? А для сотрудников? (Предложите эту идею вашему HR-директору.)

8. Без привязки.

Не обязательно привязывать годовой отчет к концу календарного года. Вы можете составить его в любой момент (но середина января – самое удачное время для его распространения).

25. Презентация о компании

Помогает:

- дать потенциальным клиентам необходимую информацию;
- показать компанию во всей красе;
- отстроиться от конкурентов.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

До недели.

Как использовать

Практически всегда на первой встрече с потенциальным клиентом требуется рассказать о компании. Лучший способ сделать это – презентация о компании (корпоративная презентация).

Большинство компаний делает презентации скучно и однообразно. Постарайтесь создать такую, чтобы клиенты – без вопросов – сказали: «Так, что нужно сделать, чтобы купить это у вас?»

Игорь Манн

: «Один из моих клиентов попросил сделать такую презентацию, чтобы потенциальные клиенты аплодировали выступающему стоя. И мы ее сделали (спросите меня при встрече про слайдокупюры)».

Как сделать это лучше

1. Обратитесь к профи.

Если есть возможность, наймите профессионалов, которые сделают классную презентацию о вашей компании. Возможно, это будет дорого, но это окупится.

Рекомендуем, если вам нужно сделать вау-презентацию, обратиться к Алексею Каптереву.

2. Без слайдов.

Удивите клиентов: в то время как другие компании усыпляют слайдами, выступите без них – используя видео, флипчарт, реквизит, модели (модели, а не моделей. Хотя в некоторых бизнесах... мы еще будем говорить о красивых девушках...).

3. Другие форматы слайдов.

Помимо PowerPoint есть KeyNote, Prezi, ProShow Producer, PowToon, SlideRocket, PiktoChart... и это далеко не полный список. Но и возможностями PowerPoint, если копнуть поглубже, можно удивить почти любого слушателя/зрителя.

4. Другая подача материала.

Можно уйти от скучной и надоевшей подачи материала в формате «слайдомета»: вот мы, вот наша история, наши награды, наши решения... Попробуйте вдохновиться выступлениями спикеров TED. Рискните сделать презентацию в формате печка-куча или Ignite!

Печка-куча – это 20 слайдов, которые нужно рассказать за 6 минут 40 секунд – на каждый слайд у вас всего 20 секунд. Готовить такую презентацию сложно, но смотрят ее не отрываясь!

Ignite! – формат еще динамичнее. У вас всего 20 слайдов и 15 секунд на каждый.

26. Презентация о решениях

Помогает:

- детальнее рассказать о своем решении (продукте или услуге);
- лучше запомниться, особенно клиентам-визуалам;
- в печатном виде – остаться на столе у клиента напоминанием о встрече.

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Неделя-две.

Как использовать

Невозможно представить современную деловую встречу или переговоры без презентации о решении (другое ее название – продуктовая презентация). Практически

каждый менеджер по продажам на встречах с клиентами использует ноутбук (показывает презентацию на нем или через проектор) или распечатанную презентацию о продуктах/услугах компании.

Презентацию показывают, на нее ссылаются, с ней работают (например, на ходу добавляя замечания/комментарии клиентов, делая в ней заметки/пометки).

Менеджеры по маркетингу могут помочь менеджерам по продажам сделать первоклассную презентацию – не у каждого есть необходимые навыки, чтобы сделать это самостоятельно.

Есть презентации красивые и безобразные.

Есть полезные и бесполезные.

Есть динамичные и затянутые.

Есть презентации-диалоги и есть презентации-монологи.

Сделайте правильный выбор, когда будете готовить слайды.

Как сделать это лучше

1. Вложитесь.

Делайте презентацию все лучше и лучше. Как говорится, у вас не будет второго шанса произвести первое впечатление. Сделали первую версию презентации – протестировали, улучшили, снова протестировали и снова улучшили... и так постоянно.

Игорь Манн

: «Когда-то я прочитал, что в исследовании The 3M/Wharton School были получены такие данные: “Если вы делаете презентацию со слайдами, то с вашим предложением согласится на 43 % больше потенциальных клиентов и они будут готовы платить на 26 % больше за тот же самый продукт”.

43 %! 26 %! Я в таком случае очень бы постарался...»

Евгений Землянухин

: «С моей точки зрения, хорошая презентация вашего решения на первой встрече – это минимум 50 % дальнейшего успеха. Она обязана быть wow!

Пример из жизни. Несколько лет назад мы решили возобновить завоевание одного из самых сложных для себя рынков. Сложных по причине большого количества местных поставщиков-конкурентов и сытых клиентов, которым “ничего не надо”. Задача состояла в том, чтобы пробудить интерес к нашей продукции и получить согласие на тестирование образцов. По счастливой случайности за три недели до поездки я впервые посмотрел на YouTube презентацию первого iPhone (2007). Моим эмоциям не было предела, и я понял, что формат презентации и манера подачи материала Стива Джобса – это то, что надо. Я скопировал все, что смог. За свои деньги нанял независимого дизайнера (в компании на тот момент не было штатного) и через две недели получил то, что хотел. Результат превзошел ожидания. На некоторых встречах примерно на третьей минуте презентации меня прерывали, чтобы позвать коллег, и просили подождать, пока те не придут. Мы посетили девятих клиентов. Семеро заказали образцы. Отличная статистика. Рекомендую книгу “iПрезентация” Кармина Галло

[14]

».

2. Проверка всех систем.

Презентация может быть хороша по содержанию – но одна грамматическая ошибка или неправильная цифра способна все испортить. Проверяйте каждый слайд, каждую строчку, каждое слово и каждую цифру.

3. Единый стиль.

Хорошо, когда презентации сделаны в едином стиле с использованием фирменных элементов.

4. Тайминг. У клиента может быть целый день на вашу встречу, но, возможно, времени у него, наоборот, в обрез. Это нужно учитывать.

Помогите коллегам из отдела продаж сделать три варианта презентации:

- макроформат (для никуда не спешащих клиентов, например на час);
- мидиформат (презентация на полчаса);
- микроформат (презентация на 10–15 минут).

Лучше помучиться, делая разные версии презентаций, до встречи с клиентом. Зато на встрече, задав вопрос «Сколько у нас времени?», менеджер по продажам быстро выберет нужный формат, не утомит собеседника слайдами и не будет раздражать быстрым их пролистыванием, чтобы уложиться в отведенное время (да и впечатление своей домашней подготовкой произведет нужное).

После встречи с клиентом

Ассортимент инструментов, которые менеджеры по продажам могут использовать после встречи с клиентами, невелик.

Вы можете подготовить для коллег:

- письмо по следам встречи (follow up), необходимое, чтобы напомнить клиенту о себе и резюмировать результаты договоренностей);
- договор (если его делает не маркетинг, а юристы с коммерсантами, он получается сложным и пугающим);
- отчет о встрече, чтобы им проще было зафиксировать результаты договоренностей с клиентами.

Давайте разбираться, как создать инструменты этого блока наилучшим образом.

27. Письмо по следам встречи (follow up)

Помогает:

- приятно удивить клиента;
- резюмировать достигнутые договоренности, сослаться на них при дальнейшей работе с клиентом;
- «дожать» клиента до нужного результата (следующего шага в воронке продаж).

Сложность

Средняя.

Трудоемкость

Два-три дня.

Как использовать

Сложно найти бизнес, в котором нет деловых встреч, переговоров, совещаний и рабочих обсуждений.

Игорь Манн

: «Недавно открыл для себя новый термин – стиринг (не стыринг!).

Стиринг – это встреча, на которой присутствуют топ-менеджеры компании (Steering committee)».

Многие компании уже ввели за правило вести протоколы рабочих встреч – это действительно помогает в работе.

Можно приобрести еще одну хорошую привычку – оперативно делать письма-follow up (или «письма после встречи»). Оперативно – значит в течение нескольких часов после встречи (а еще лучше в течение часа): быстрый follow up – доказательство профессионализма компании.

В таком письме вы благодарите клиента (сотрудника/сотрудников) – по электронной почте, в переписке в мессенджерах или в социальной сети – за продуктивную встречу, резюмируете достигнутые договоренности, а главное, сообщаете о следующем шаге по воронке продаж (например, вы начинаете готовить договор или уже выставили счет на оплату и ждете, когда придут деньги).

Удивительно, но такие письма практикует не более 1 % компаний.

Игорь Манн

: «Я практически всегда после встречи с потенциальным клиентом пишу электронное письмо с заголовком “По следам встречи”.

Мне как консультанту это сильно помогает».

Сделайте шаблоны таких писем для отдела продаж.

Как сделать это лучше

1. Шаблоны.

Шаблонов нужно несколько – от простых («Спасибо за продуктивную встречу! Как мы договорились: ...») до структурированных (при создании таких писем можно ориентироваться на образцы протоколов рабочих встреч, ведущиеся по схеме «обсудили – решили»).

2. Копирайтинг

– наше все. Проведите небольшой мастер-класс по копирайтингу для менеджеров по продажам. Они должны не только хорошо говорить, но и отлично выражать свои мысли письменно.

3. Имя, имя, имя.

Карнеги учил нас, что «имя человека – самый приятный для него звук». Не забываем это. Используем имена клиентов в follow up письмах – делаем им приятно.

4. Контент.

Сейчас можно использовать в переписке с клиентом не только «буковки», но и аудио-, видеоматериалы (предупредите собеседников, если будете делать аудиозапись вашей встречи), фотографии, графики и другой контент.

5. Будьте готовы!

Иногда после follow up письма исходная клиентская задача может измениться.

Клиент сказал одно. Вам послышалось другое. Записали еще как-то иначе. А у клиента при прочтении протокола встречи вдруг появляется совсем новая точка зрения (инсайт, однако!). Но вы все равно на одной волне – пусть и не на той, которая подразумевалась на встрече. Вот вам и еще одна польза follow up писем.

28. Договор

Помогает:

- ускорить цикл сделки и быстрее получить деньги.

Сложность

Высокая.

Трудоемкость

Неделя (а то и больше – зависит от того, насколько отзывчивы ваши юристы).

Как использовать

После достижения устных договоренностей на переговорах мы переходим к стадии заключения официального договора.

Менеджеры по продажам пытались продемонстрировать клиенту, что они классные парни, а ваша компания вообще «красавчик». И вот клиент запрашивает договор, вы его высылаете... и отношения становятся заметно прохладнее – что неудивительно, если договор отпугивающий, враждебный.

По тому, как выглядит договор коммерческой компании, ей можно поставить диагноз. Есть жесткие договоры – длинные, запутанные, с кучей юридических терминов, в них используется мелкий шрифт, они насыщены множеством «засад» и изобилуют оговорками.

А есть договоры «дружбы и сотрудничества», например «мы делаем – вы платите» (или наоборот).

Понятно, что в последних есть свои риски, поэтому нужно постараться найти с юристом / юридическим отделом некий компромисс, например:

- договор на две страницы;
- классный дизайн (да-да, дизайн – о нем ниже);

- простой текст;
- крупный шрифт одного вида;
- никаких «звездочек».

Как сделать это лучше

1. Дизайн рулит.

У Тома Питерса есть классная книга «Дизайн»

[15]

. Прочитайте ее – вдохновитесь.

Игорь Манн

: «Возьмите для примера стандартный договор компании “Билайн”: работая в телекоммуникационной компании “Арктел”, я практически скопировал его для своей компании. Но сделал более привлекательным для клиентов и сократил вдвое. Результат – срок заключения договоров сократился в несколько раз».

2. Краткость – сестра подписания.

Чем короче договор, тем быстрее вы его заключите. Не стоит переписывать всю законодательную базу Российской Федерации.

Сокращайте, что можно (например, пишите «РФ» вместо «Российская Федерация»).

Удаляйте ненужное (вы не поверите, вычеркнуть без ущерба для дела можно чуть ли не половину текста).

Оптимизируйте текст максимально.

3. Не изобретаем велосипед.

Отличные примеры документов есть на сайте Центра управления законом

Владимира Беяева (

<http://outlaw.center/>

).

29. Отчет о встрече

Помогает:

• «помнить все»: результаты встречи, достигнутые договоренности, информацию и нужные детали об участниках встречи, услышанные новости рынка...

• пополнять информацией вашу CRM-систему.

Сложность

Небольшая.

Трудоемкость

Максимум неделя (день-два на создание, день-два на проверку с менеджерами по продажам) – и первая версия отчета готова.

Как использовать

Прочитайте отличную книгу Харви Маккея «Как плавать среди акул и не быть съеденным заживо»

[16]

.

Она прекрасно мотивирует и учит узнавать о ваших клиентах как можно больше.

Игорь Манн

: «В приложении приведены 66 вопросов, ответы на которые Маккей просит собирать своих коммерсантов. Посмотрите, какие вопросы релевантны для вашего бизнеса.

Будучи коммерческим директором в компании “Фавор-Ф”, я сделал для нашей команды продаж список “Манн 33”.

Маккей прав: личный пример решает все. Не будете собирать информацию о клиентах вы, не будут этого делать и ваши сотрудники.

Сделайте свой список».

Если вам понравится модель Маккея (а мы в этом уверены!), то адаптируйте ее для вашего бизнеса, сделайте свой отчет по встречам с клиентами, проверьте его на реальность с продавцами – и вперед!

Проверка на реальность.

1. Понимают ли менеджеры по продажам всю важность информации в отчете по встрече, важность каждого вопроса?
2. Нет ли в форме лишних/ненужных вопросов?
3. И, наконец, готовы ли продавцы заполнять этот отчет после каждой встречи с клиентами?

Как сделать это лучше

1. Упрощайте.

Чем проще отчет, тем выше шансы, что менеджеры по продажам будут его заполнять.

Марина Белоусова

: «У нас каждый менеджер ведет отчеты в Evernote в нашем с ним общем блокноте (таковой есть у каждого сотрудника моего ОП).

Правила следующие.

Не позднее следующего после встречи рабочего дня менеджер вносит в свой блокнот в заметку “Встречи” следующую информацию:

- название компании (+ код контрагента в базе);
- дата и место встречи (офис клиента, офис “Тайле”, кафе);
- цель встречи;
- состав участников с обеих сторон (с внесением в карточку контрагента информации о новом контактном лице);
- результат встречи;
- комментарии (например, сумма допрасходов)».

2. Мотивируйте.

Поощряйте ваших менеджеров заполнять отчеты (и вводите санкции за их саботирование). Особенно это важно в начале использования инструмента. Потом заполнение отчета войдет в привычку, да и пользу от его применения менеджеры по продажам со временем оценят.

Екатерина Уколова

: «У одного нашего клиента – производственной компании – в ходе ведения проекта по увеличению продаж обнаружилась проблема: менеджеры не хотели вносить данные в CRM.

Мы предложили и реализовали следующее решение: KPI за порядок в CRM (10 % от оклада) и отсутствие бонусов за сделки, которых нет в CRM.

Результат: теперь вся информация есть в CRM.

KPI за порядок в CRM:

- отсутствие сделок без задач;
- отсутствие просроченных задач;
- комментарии по клиенту заполнены по шаблону;
- дополнительные поля по клиенту заполнены по стандарту.

В некоторых CRM есть также возможность заблокировать переход на следующий этап, пока не будут заполнены нужные поля».

Часть II. Чем может помочь отдел маркетинга

Технологии

Отнесем к этой группе инструментов все, что связано с интернетом и техникой, которая может помочь менеджерам по продажам до встречи, на встрече или после встречи с клиентами.

Таких инструментов семь:

- 1) сайт;
- 2) социальные сети;
- 3) «в смартфоне и на планшете»;
- 4) автоподпись;
- 5) автоответ;
- 6) 8 800;
- 7) автоответчик.

30. Сайт

Должен быть в «базовой» комплектации набора инструментов менеджеров отдела продаж.

На сайт клиент заходит до встречи с вашими продавцами (клиент должен найти то, что ему нужно, и впечатлиться сайтом).

На сайт можно сослаться и заглянуть на него во время встречи с клиентом (хорошо, если у сайта есть мобильная версия: никогда не знаешь, с какого устройства клиент или менеджер по продажам зайдет на него). Ссылку на нужные материалы сайта можно отправить клиенту после встречи.

Екатерина Уколова

: «Был у нас один интересный кейс с производителем холодильного оборудования.

Собственник предприятия в беседе упомянул, что сайт компании был сделан аж в 1998 году – и с этого времени не обновлялся (а на дворе был уже 2015 год). На наш вопрос “Почему вы не сделаете новый сайт?” владелец завода показал пять аналогичных сайтов конкурентов. Мы настоятельно рекомендовали ему обновить сайт, а еще лучше – сделать новый. Через год после завершения проекта он прислал фотографии своего нового московского офиса в 200 квадратных метров и написал: “Спасибо за рекомендацию, именно новый сайт позволил заработать на этот офис с таким шикарным видом”».

Делаем сайт

.

Поэтому постоянно обновляем сайт.

Игорь Манн

: «Рекомендую сделать аудит сайта в компании “ЛидМашина”. Много полезного для себя узнаете. И продавать начнете больше и лучше».

31. Социальные сети

Маркетеры должны помочь продавцам освоить социальные сети:

- заводить страницы компаний и сотрудников в нужных социальных сетях (Facebook, Professionally, Twitter, Pinterst, «ВКонтакте»...);
- ловить лиды, добавлять их в CRM;
- обновлять персональные страницы;
- отвечать на вопросы, которые приходят через социальные сети, вести в соцсетях консультационные продажи, подогревать лид или контакт.

Клиенты нередко заглядывают в соцсети, чтобы понять, с кем предстоит работать (интересы, увлечения, недавние события...).

И, конечно, менеджеры по продажам должны уметь общаться с клиентами через соцсети – порой это самый простой способ установить контакт с потенциальным покупателем.

Добавился в друзья.

Лайкнул.

Прокомментировал.

Задал вопрос.

Поддержал.

И все – уже, считай, знакомые.

Екатерина Уколова

: «Я фанат работы через соцсети. С их помощью можно поддерживать связи с более чем 5000 клиентов – “вживую” так не получится.

Конверсию во встречи после общения с топовыми клиентами можно увеличить с 2 до 20 %. Соцсети позволяют понимать интересы клиента, быть в курсе его новостей и проводить индивидуальные small talk на встрече с ним, подстраиваться под клиента и по внешнему виду, и по интересам.

В одной компании, которая продавала IT-решения компаниям госсектора (казалось бы, где тут социальные сети), один из сотрудников по поручению владельца добавил в друзья мэра города и руководителей управляющих компаний, лайкнул несколько постов и регулярно писал комментарии до встреч с ними. После конвертировал в договоры всех участников.

Так что используйте этот инструмент!

Я сама активно использую его. Добавляйтесь и спрашивайте!»

https://www.instagram.com/katerina_ukolova

<https://vk.com/eukolova>

www.facebook.com/katerina.ukolova

32. «В смартфоне и на планшете»

Хорошим подспорьем для менеджеров по продажам будет мобильное приложение, игра, программа, позволяющие вовлечь собеседника в процесс обсуждения продажи, ускорить и упростить работу с ним менеджера по продажам.

Менеджер по продажам может с помощью приложения на смартфоне (желательно, чтобы устройство имело большой яркий экран) или с планшета продемонстрировать продукт/решение во всей красе, интерактивно, с такой детализацией, которую не могут дать очень хорошие печатные материалы.

Если вы даете планшет в руки клиенту, спросите, каким пользуется он.

Иногда чужая операционная система напрягает (не знаешь, куда тыкать, что нажимать, как увеличить масштаб...) – и напряжение передается собеседнику и переходит на предмет беседы. А оно вам надо?

Менеджер по продажам может с помощью приложения рассчитать лучший для клиента вариант комплектации прямо во время встречи и даже отправить его с планшета/смартфона на электронный адрес собеседника.

Анна Турусина

: «Когда я покупала квартиру, сотрудник отдела продаж использовал приложение, с помощью которого мне показали метраж, возможные планировки и даже вид из окна. Впечатлило».

А еще есть игры/приложения, которые позволяют вовлечь в потребление нужного продукта, пропиарить бренд, создать лояльность к нему.

Игорь Манн

: «Мне помогает мое приложение “Фильтры Манна” в AppStore. С его помощью можно очень быстро оценить потенциал той или иной идеи.

Мои клиенты могут скачать его (оно бесплатное) и начать оценивать мои же идеи. Их затягивает:).

Кстати, хочу порекомендовать ребят, которые мне его сделали – быстро и хорошо, – это компания Apps Group».

В общем, мир стремительно уходит в виртуальное пространство – и вам там нужно поскорее оказаться.

Инструменты маркетинга должны попасть сначала в планшеты и смартфоны ваших менеджеров, а потом и в сознание клиентов.

33. Автоподпись

Менеджеры отдела продаж ежедневно отправляют сотни, а то и тысячи электронных писем. И можно сделать так, чтобы эти письма – наряду со своей основной целью – работали на продвижение продуктов/услуг компании и увеличение продаж.

Для этого можно создать подпись, которая будет автоматически вставляться в текст отправляемого письма.

Что может содержать автоподпись:

- фамилию и имя отправителя, должность с указанием названия компании,
- номера телефонов (офисный, мобильный);
- адрес корпоративного сайта;
- ссылки на skype/аккаунт в социальной сети компании или сотрудника;
- адрес блога;
- почтовый адрес компании, адрес офиса (или ссылку на схему проезда, размещенную на сайте);
- и специальное предложение. Помогает продавать именно оно. Письма, как капли – камень, точат сознание клиента, пробивают защиту.

Несколько советов.

- Чем короче текст подписи, тем лучше. Пишите только самое важное.
- Подпись сработает как маркетинговый инструмент лучше, если она будет сфокусированной. Лучше предложить в ней, например, одну конкретную книгу, чем написать: «У нас есть десятки полезных книг».
- Проверьте правильность и актуальность всей информации, размещенной в подписи (номера телефонов, адрес, ссылки – рабочие ли они?).
- Автоподпись можно установить не только на компьютере, но и на смартфоне или планшете, с которых вы отвечаете на почту.

Игорь Манн

: «На моем смартфоне стоит автоответ, который скопировали уже сотни раз. Он удачный – одновременно извиняется за меня и продает сервис Krostu.

Если вы мне напишете на любой из моих адресов, ответ будет таким: “Отправлено с iPhone. Простите за возможные ошибки (текст набирается при помощи программы Swype – рекомендую, кстати

[17]

), сокращения и общую краткость”».

34. Автоответ

Автоответ (autoreply) дает возможность дополнительного контакта с потенциальным покупателем через электронную почту.

Клиент пишет вам письмо – и если вы не можете сию минуту ответить сами, то автоответ сообщает, что письмо получено и что с ним (клиентом) обязательно свяжутся и оперативно помогут. Прекрасная возможность продемонстрировать отзывчивость и скорость работы компании.

Задача маркетинга – подобрать лучшие варианты таких ответов: запоминающиеся и неформальные.

Задача менеджеров отдела продаж – время от времени менять автоответы на своих устройствах (смартфонах, планшетах, компьютерах), с которых они отвечают на почту. И, конечно, делать то, что обещал клиенту автоответ.

Игорь Манн

: «Однажды я консультировал компанию, которая продавала дома в коттеджном поселке. И для менеджеров отдела продаж мы придумали такой автоответ: “Спасибо. Ваше сообщение доставлено. Если вам не ответят в течение суток, вы получите скидку на дом в нашем коттеджном поселке в размере 1000 долларов США.

Если ваше ожидание затянется на два дня, то скидка вырастет до 3000 долларов США.

Представим невероятное: вы прождали трое суток или более, а в ответ тишина? В этом случае ваша скидка составит 5000 долларов США.

Используйте скидку, приобретая загородный дом в нашем поселке”.

Как вы понимаете, потенциальные клиенты больше не нервничали, если им не отвечали, – даже наоборот».

35. 8 800

Включите номер 8 800 для своей компании и убейте нескольких зайцев одним выстрелом.

Заяц раз: подключение номера 8 800 будет заметным для клиентов и партнеров – это маленький, но PR-повод. Вы можете сделать пресс-релиз, сообщить своим клиентам об этом на сайте или в рассылке, рассказав, почему и для чего вы это сделали.

Заяц два: большинство покупателей думают, что наличие номера 8 800 – это круто, считают его признаком большой компании.

Заяц три: вы сможете увеличить количество входящих звонков.

Игорь Манн

: «Один мой знакомый, владелец малого бизнеса (пять сотрудников, виртуальный офис), с моей подачи купил себе номер 8 800, разместил его на сайте и на визитках.

Эффект был потрясающий: количество звонков увеличилось, а партнеры, решив, что у него крупная компания, заключали с ним договоры практически с ходу.

Выводы очевидны. Если у вас компания действительно крупная, но нет услуги 8 800, это просто несолидно. Если компания невелика, то номер 8 800 прибавит ей веса».

Заяц четыре: номер 8 800 не привязан к конкретному месту – клиентам кажется, что вы рядом, где бы вы на самом деле ни находились (как часто вы ловили себя на мысли, обращая внимание на код телефона из рекламы: «А что это питерская компания у нас себя рекламирует? У них что, нет офиса в нашем городе?»).

С номером 8 800 вы получаете преимущество, которое можно (нужно) подчеркивать в своих коммуникациях: вам всегда можно позвонить бесплатно.

Услугу 8 800 сейчас оказывают многие операторы.

Стоимость услуги невысокая. Простой номер у некоторых операторов можно получить даже бесплатно. И, как правило, счета тоже невелики – как ни удивительно, клиенты еще не привыкли звонить по таким номерам.

Заяц пять: для клиентов наличие такого номера – это проявление внимания, постоянной готовности к обратной связи и диалогу. Так 8 800 и окупает себя: вы получаете не только вопросы, жалобы, комментарии, но и идеи.

Усилить эффект номера 8 800 может красивый номер или номер-слово.

Красивые номера – это номера, которые легко запоминаются. Например, 111-11-11, 123-456-7, 100-0-100. Правда, стоят такие номера дорого.

В номере-слове вы используете буквы (а они есть на клавиатуре практически всех телефонов), чтобы помочь клиенту запомнить ваш номер. Например, 123 TAXI, 444 BANK, 22 BOOKS.

Такие номера описывают вас, лучше запоминаются и помогают продавать.

36. Автоответчик

Еще одна маркетинговая задача – сделать так, чтобы после ухода секретаря или при большой нагрузке на него (например, в пиковые часы) компания тем не менее принимала звонки.

Проверьте себя «вечерним тестом»: дождитесь восьми вечера и позвоните в свою компанию. Что вы услышите?

Голос живого оператора (звонок переадресован на дежурного менеджера или колл-центр)? Вам пятерка с плюсом.

Автоответчик? Вам пятерка.

Длинные гудки? Вам «двойка».

При современном уровне развития техники поставить автоответчик очень несложно: вы просто меняете настройки вашей цифровой/облачной АТС.

Запишите приветствие своим голосом. Так, например, делали в студии Артемия Лебедева (кстати, приветствие у них было раньше, что называется, прикольным; говорят, сейчас оно стало очень крутым...).

Но, пожалуй, самое известное приветствие – на автоответчике авиакомпании Virgin Airlines. Ее основатель – мультимиллиардер Ричард Брэнсон.

Если вы не сможете сразу дозвониться до оператора, вы услышите голос Брэнсона, произносящий примерно следующее: «Здравствуйте, это Ричард Брэнсон. Вы дозвонились до авиакомпании Virgin Airlines. К сожалению, все наши операторы заняты. Минус нам.

Чтобы компенсировать ваши страдания, давайте договоримся так. Если наши операторы не успеют перехватить ваш звонок в течение 15 секунд, мы сделаем вам скидку на билеты в X фунтов стерлингов».

«15, 14, 13, 12...» – начинает считать Брэнсон. А вы думаете: «Хоть бы не успели... Хоть бы не успели!»

Написать

Отнесем к этой группе инструментов все то, что отделу маркетинга нужно написать для отдела продаж (все-таки копирайтинг – навык скорее маркетера, чем продавца).

Инструментов в этом блоке всего пять:

- 1) благодарственные письма;
- 2) поздравления;
- 3) приглашения;
- 4) R2B;
- 5) «почему они не покупают?».

37. Благодарственные письма

Благодарственное письмо от компании (сотрудника, команды, руководителя или акционера) помогает наладить или укрепить отношения с заказчиком.

«Спасибо» – такая редкость сегодня, что его можно заносить в Красную книгу.

Вы можете написать потенциальному клиенту «спасибо» за прекрасное выступление на бизнес-конференции или отраслевом форуме.

Вы можете поблагодарить клиента за своевременную первую выплату по договору.

Поводов сказать «спасибо» много – нужно их использовать.

Благодарственное письмо, написанное по шаблону, выглядит как минимум неискренним. Поэтому сотрудникам отдела маркетинга лучше создать для продавцов список поводов написать партнерам и клиентам благодарственные письма и время от времени напоминать об этой задаче.

38. Поздравления

В жизни всегда есть место празднику.

А если есть праздники, должны быть и поздравления.

Поздравительные письма помогают налаживать и поддерживать отношения с клиентами, переводят их на менее формальный уровень.

Даже суровый b2b-бизнес (когда компания продает другой компании) на деле – бизнес P2P, когда люди продают другим людям (people to people).

Какие бывают праздники?

- Календарные.
- Профессиональные.
- Юбилеи.
- Государственные.
- Личные.
- Семейные (множество компаний в России – семейные).
- Народные.
- Международные.
- Религиозные.
- Корпоративные.

Игорь Манн

: «Мне очень нравятся поздравления компании STA Logistic (мне вообще эта компания нравится!). Они такие оригинальные и душевные!»

Наша страна – страна сплошных праздников, а значит, не использовать поздравления – ошибка.

39. Приглашения

Порой для клиента важнее сам факт получения приглашения на какое-либо мероприятие, чем собственно его посещение.

Поэтому маркетеры должны помочь коллегам из отдела продаж сделать приглашения – классные и по контенту (пишите так, чтобы клиент отпуск перенес ради события, на которое вы приглашаете!), и по оформлению (даже в электронном виде).

Куда можно приглашать?

Выставка, форум, семинар, презентация, корпоративный праздник, круглый стол, конференция, день открытых дверей, юбилей... деловая жизнь дает много поводов выслать приглашение партнерам и клиентам.

Вложите в приглашение.

Даже если клиент не сможет прийти на мероприятие, которое вы организуете, ваш маркетинг сработает отлично. Вы напомнили о себе клиенту.

Есть хорошая русская поговорка: с глаз долой – из сердца вон. Нужно постоянно напоминать клиентам о себе.

Во многих бизнесах есть негласное правило: каждый месяц – один уникальный контакт с клиентом. Приглашения помогут поддерживать такой ритм.

40. R2B

Это не имя робота из «Звездных войн».

Reasons to Buy – причины для покупки, так расшифровывается эта аббревиатура.

Клиенты почти всегда задают вопрос (или задаются им): «Почему я должен это купить?» Вот, дорогие маркетеры, и помогите менеджерам по продажам создать список причин для покупки вашего продукта или решения.

Проведите для этого мозговой штурм.

Он сблизит маркетинг и отдел продаж и развеселит всех, если вы постараетесь вспомнить все возможные причины для покупки.

Вы также можете провести опрос существующих клиентов. Спросите их: «Почему вы покупаете именно у нас?» Гарантируем неожиданные ответы и открытия!

Чем больше причин для покупки найдете, тем лучше. Только не высасывайте их из пальца. Они должны быть значимы для клиента. А финальный документ так и можно назвать «-дцать причин купить нашу штучку-дрючку».

Выложите этот документ на сайт.

Сделайте красивый PDF-файл.

Включайте этот блок в буклеты, коммерческие предложения или другие коммерческие и рекламные материалы.

Или напечатайте отдельную листовку.

Виталий Говорухин

: «Можно объединить причины покупки с перечнем ситуаций, когда продукт/услуга наиболее полезны.

Например, “настройку веб-аналитики заказывают в тех случаях, когда...”»

Еще пример: «За разработкой проекта электрики к нам обращаются, когда:

- Есть квартира с черновой отделкой, нужно сделать всю электрику с нуля.
- Необходимо спроектировать электрику в новом доме или коттедже.
- Приобрели офис и нужно сделать всю электрику с получением акта-допуска.
- Нужен подрядчик, который сделает все необходимое после капитального ремонта».

41. «Почему они не покупают?»

Ответы на этот вопрос нужны для того, чтобы расшить «узкие места» и тем самым увеличить продажи.

Это простое упражнение, которое, по нашей оценке, не делает 99 % коммерческих компаний. А зря.

Соберите сотрудников коммерческого отдела, проведите мозговой штурм и найдите ответы на один вопрос: «Почему они (клиенты, партнеры) у нас не покупают?»

Соберите список всех возможных причин, возражений, ограничений.

Подготовьте сильные контраргументы. Получившимся документом могут пользоваться маркетеры (в продвижении) и менеджеры по продажам (при подготовке к переговорам, во время переговоров и после их завершения).

Таких причин может получиться от 15 до 30. Вот некоторые типовые.

1. «Дорого».
2. «Нет денег».
3. «У нас другой поставщик. Мы им вполне довольны».
4. «Мы уже решили эту проблему».
5. «Мы уже пытались с вами работать...»
6. «У ваших конкурентов услуга дешевле».
7. «У ваших конкурентов продукт лучше».
8. «Я слышал, что ваш продукт еще «сырой».
9. «Спасибо, мы только на прошлой неделе решили эту проблему с помощью другой компании».
10. «Правила нашей компании – работать только с первоклассными поставщиками. Мы не экономим...»
11. «Спасибо, мы подумаем».
12. «Вы что, какие закупки? В стране кризис!»
13. «У меня знакомый работает в компании, конкурирующей с вашей».

Не пропускайте ни одной причины. Пусть в вашем списке будут все-все возможные причины «непокупки».

Смелая идея: покажите получившийся документ десяти вашим самым преданным клиентам – попросите проверить, «все ли на месте». Они оценят это, а вы, возможно, получите ценные замечания.

В принципе, хорошая идея – показывать все сделанные вами документы клиентам, и потенциальным, и текущим. Хуже не будет. А стать лучше может. Мы же хотим, чтобы стало лучше?

Игорь Манн

: «Более десяти лет назад я с большим коммерческим успехом реализовал подобный подход в компании “Фавор”. Мы продавали мини-фотолаборатории Konica и жестко конкурировали с Kodak, Agfa и Fuji.

Подготовленные нами “вопросы – ответы” позиционировали нас как экспертов фоторынка, знающих ответ на любой (без преувеличения!) вопрос. Мы даже порой во время переговоров говорили потенциальным покупателям: “Попробуйте задать вопрос, который нам еще никогда не задавали, – с нас подарок”.

И неслучайно слоганом нашей компании были слова “Самое подготовленное предложение”.

“Домашние заготовки” на возражения клиентов всегда помогали нам, обеспечивая не только хорошую репутацию, но и рост продаж».

Аргументы и контраргументы должны от зубов отскакивать у продавцов. Можете выборочно проверить некоторых из них, взяв на себя роль въедливого и любопытного клиента.

И еще несколько идей, как можно использовать полученный список.

Можно разместить эти причины и контраргументацию на вашем сайте – а чего вам бояться?

Или сделать отдельный буклет, основанный на возражениях клиентов и ваших контраргументах. Сэкономите время на переговорах – и продемонстрируете, что вы, как гроссмейстер-шахматист, думаете минимум на ход вперед.

Сделать

Самая большая группа задач и инструментов, которые сложно классифицировать иначе:

- воронка продаж;
- тендерная заявка;
- папка продавца;
- маркетинг-кит;
- сторителлинг;
- образцы продукции;
- умение улыбаться;
- правильный выбор места встречи;
- «чай? кофе? сладости?»;
- лидеры мнений;
- бестселлеры;
- новости рынка;
- клиенты-новаторы;
- возвращенцы
- «перехват»
- награды;
- перепечатки;
- «ашипки»;
- подписка на сервис Krostu.

42. Воронка продаж

Наша оценка: более 80 % российских компаний не используют концепцию «воронки продаж» в своей работе – и, как результат, значительно менее эффективны, чем могли бы быть.

Воронка продаж (sales pipeline) – последовательность этапов процесса продаж. В каждой компании процесс продаж делится на этапы по-своему, но его границами всегда служат открытие и закрытие сделки.

Причем «открытие» понимается в широком смысле – это могут быть действия по поиску потенциального клиента, а может быть отправка потенциальному клиенту коммерческого предложения.

Закрытие сделки – это получение денег или рекомендации от клиента (уже после оплаты).

Правильно настроенная воронка продаж позволяет контролировать эффективность процесса продаж, находить узкие места и «расширять» их. Объектами внимания могут стать холодный звонок, отправка коммерческого предложения, презентация у клиента, отправка договора...

Повышая конверсию успешных переходов от этапа к этапу, вы напрямую повышаете продажи и оборот. А если вы не делаете этого, воронка продаж превращается в «воронку продаж».

Воронка продаж работает и тогда, когда ваш бизнес ведется онлайн – полностью или частично.

Игорь Манн

: «Однажды мы с ужасом обнаружили, что в компании, которую мы консультировали, воронка продаж не используется.

Мы собрали менеджеров по продажам и маркетеров компании, проанализировали этапы воронки продаж и стали думать, как улучшать стыки и повышать конверсию каждого этапа.

У нас получилась такая воронка:

- делаем холодный звонок;
- высылаем коммерческое предложение;
- готовимся к встрече;
- проводим встречу;
- делаем дожим;
- заключаем договор;
- получаем деньги.

Для каждого этапа воронки мы смогли придумать десятки способов повышения конверсии.

Продажи тут же отреагировали – и начали расти».

В идеале воронка продаж должна быть реализована в виде CRM-программы – тогда ее можно контролировать ежедневно. Пересматривать воронку следует ежеквартально. Все меняется, должна меняться и воронка, и этапы, и ответственные лица, и – главное – меры по повышению конверсии каждого этапа.

Екатерина Уколова

: «Смотрите разные разрезы CRM: каналы продаж, продукты, регионы, целевые аудитории, новые/старые клиенты.

Анализируйте причины слабой конверсии в продажу: неэффективные точки контакта, неквалифицированный персонал, нет достаточного количества целевых клиентов в воронке и пр.

Работайте с причинами.

Анализируйте основные показатели воронки: длина сделки, средний чек, конверсия из этапа в этап...

Позвоните в Оу-йи, и мы подскажем, что нужно сделать с воронкой именно вашей компании».

43. Тендерная заявка

Чем может помочь маркетер в тех случаях, когда менеджерам по продажам приходится готовить тендерную заявку?

Ведь место для креатива здесь, казалось бы, весьма ограничено.

Ан нет.

Мы слышали истории, когда предпочтения были отданы определенным компаниям из-за цвета скрепок на тендерной заявке или из-за двух слов, дописанных к фразе «Коммерческое предложение» (мы их знаем, но не скажем, прибережем для себя).

Но есть две вещи, на которые точно стоит обратить внимание.

Полное соответствие.

Несмотря на то что организаторы тендеров в большинстве случаев предоставляют образец тендерной заявки, многие компании умудряются оформить ее, мягко говоря, некорректно. Результат: недопуск к участию в тендере.

Точно в срок.

Второй косяк – задержка по времени. Тендерная заявка должна быть подана на рассмотрение заказчику не позднее срока, указанного в аукционной или конкурсной документации – а компания умудряется отправить заявку с задержкой на несколько дней.

Маркетинг может помочь отслеживать эти вещи (если бэк-офис отдела продаж не может с этим справиться).

Игорь Манн

: «Когда я работал директором по маркетингу в компании “Арктел”, мы провели мозговой штурм с отделом продаж на тему “Почему мы не выигрываем в тендерах и что можно сделать, чтобы начать побеждать”.

В результате мы генерировали больше трех десятков идей. Одна из них была проста и гениальна, и в итоге компания наняла дополнительного сотрудника в бэк-офис отдела продаж.

Бывшую учительницу русского языка и литературы.

Она строго проверяла тендерные заявки – и с этого времени они всегда уходили в срок и были оформлены в полном соответствии с нужными требованиями.

И ошибок в них не было:»).

44. Папка продавца

Папка продавца – внутренний, служебный документ, комплект материалов, которые помогают новичкам быстро адаптироваться к работе, а сотрудникам с опытом время от

времени освежать знания и навыки и использовать материалы папки для увеличения продаж.

Папка продавца – своего рода шпаргалка, в которой собраны материалы, помогающие отвечать на вопросы клиентов и дожимать его до сделки. Создание ее – на 100 % задача руководителя отдела продаж. Но маркетинг поможет сделать это красиво (да, эстетический фактор имеет значение) и ничего не забыть.

Папка продавца должна быть достойно оформлена – подключите к работе хорошего дизайнера.

Купите в офис переплетчик и ламинатор, чтобы делать папки в твердом переплете и с красивой обложкой. Это окупится.

Если есть бюджет и материалы меняются нечасто, закажите печать в хорошей типографии.

Содержание папки сильно зависит от задач менеджеров по продажам, руководителя компании и самой компании. В ней могут быть:

- список основных задач и функции сотрудника отдела продаж;
- прайс-лист;
- этапы воронки продаж;
- стандарты работы;
- описание клиентов и конкурентов;
- рекламные печатные материалы;
- история компании;
- сертификаты;
- отзывы клиентов;
- бланки заказов и договоры;
- позиционирование компании;
- основные возражения клиентов и методы работы с ними.

Список далеко не полный, и он сильно зависит от специфики компании и руководителя отдела продаж.

Если компания многопрофильная, сотрудники отдела продаж имеют разную специализацию, можно сделать разные «папки продавца».

Побочный эффект от использования папки продавца: вы снизите риски потери уникальных знаний при увольнении сотрудников (конечно, если будете регулярно обновлять методические, рекламные и коммерческие материалы для персонала).

45. Маркетинг-кит

Маркетинг-кит – это уже внешний документ. По структуре примерно та же информация, что и в папке продавца, но папку продавца после встречи менеджер по продажам забирает, а маркетинг-кит остается у покупателя.

Папка продавца – это служебная информация, часть которой может быть передана покупателю.

Маркетинг-кит – это в чистом виде папка покупателя.

Процитируем Wikipedia: маркетинг-кит (англ. marketing kit) – комплект маркетинговых материалов, которые продают не просто товар или услугу, а историю компании.

Маркетинг-кит – способ продемонстрировать потенциальным покупателям, клиентам, партнерам, поставщикам, в чем заключается отличие компании от конкурентов.

Маркетинг-кит также называют продающим каталогом компании. Обычно он используется в качестве презентации. Его демонстрируют во время встреч, рассылают потенциальным клиентам, партнерам, поставщикам и т. д.

Маркетинг-кит используется не только для прямых продаж, но и для привлечения новых и обучения существующих клиентов, для формирования партнерских отношений, а также для построения качественных отношений с поставщиками, иногда для информирования СМИ о своих достижениях и событиях.

Маркетинг-кит включает в себя многое из того, о чем мы уже говорили:

- отличия от конкурентов;
- перечень продуктов/услуг (продуктовая линейка);
- кейсы, истории успеха;
- историю компании;
- команду топ-менеджеров;
- список клиентов;
- благодарности от клиентов и официальных организаций;
- сертификаты;
- награды;
- FAQ...

По сути, маркетинг-кит – это больший по объему и более структурированный, чем буклет, материал. А значит, более эффективный.

Сложности маркетинг-кита: в сравнении с буклетом (минимаркетинг-китом) его дольше делать, он дороже в производстве и его надо чаще обновлять. Поэтому еще вопрос, нужно ли с ним заморачиваться.

Маркетинг-кит может быть создан и подан в четырех форматах – самиздат, книга, презентация или сайт.

Самиздат

: вы просто собираете подготовленные материалы в одну папку формата А4. В нее всегда можно добавить новые материалы или заменить старые на новые.

Книга

: вы можете напечатать подборку ваших материалов в типографии. Преимущества такого формата: книга, как правило, хранится на видном месте, и обычно клиенты ее не выкидывают (рука не поднимается!).

Презентация

: вы оформляете маркетинг-кит в электронном виде – в виде презентации (файл PowerPoint, KeyNote или PDF) или электронной книги (PDF).

Сайт

: маркетинг-кит оформляется в виде целевой страницы (одностраничник, лендинг, landing page). В этом случае клиенту достаточно отправить ссылку на страницу, где есть все необходимые маркетинговые материалы.

Марина Белоусова

: «У нас есть очень своеобразный материал под названием “Приветственная коробка”. Физически это и есть оформленная в корпоративном стиле коробка, в которую свободно помещаются материалы формата А4: каталоги, брошюры, листовки, а также костер, ручка, CD с электронной версией каталогов. Выглядит этот набор очень солидно и оригинально: ни у кого из конкурентов я не видела подобного. Получить “Приветственную коробку” можно во время встречи с менеджером или запросить у нас на сайте».

46. Сторителлинг

Сторителлинг как маркетинговый инструмент появился недавно. Суть его в том, чтобы, рассказав покупателю интересную, живую, эмоциональную, яркую и, желательно, незабываемую историю, запасть ему в душу.

Зачем это нужно? Дело в том, что традиционно мы продаем, упирая:

- на факты («Наш продукт купили более 3000 компаний»);
- на эмоции («Купите, не пожалеете!»);
- на свидетельства других клиентов («Вот отзыв компании А»);
- на расчеты («Давайте посмотрим, как быстро вы окупите свои инвестиции»).

Но на это же давят и конкуренты.

А вот сторителлинг, продажа через истории, – это весьма эффективный инструмент, который пока еще взяли на вооружение немногие.

А ведь ваши продавцы уже рассказывают своим клиентам истории, которые продают:

«Вот однажды у меня был случай...»

«Вот неделю назад звонит мне мой давний клиент и говорит “Выручай!”...»

«Помню, приходит такой невзрачный дядька (его еще не хотели на охране пропускать) и приносит с собой во-о-от такой мешок денег...»

«А вот еще был случай. Приходит вот такая (два раза показывает руками) блондинка...»

Задача маркетинга состоит в том, чтобы поставить рассказывание таких историй на поток, отсеять «мусор» (детали про блондинок, например), подвести под него научную основу и систематизировать.

Необходимо, чтобы истории, которые рассказывают опытные менеджеры по продажам («старички»), стали достоянием всех продавцов. Для этого необходимо объявить сбор историй, назначить координатора, объяснить условия, установить сроки, правила и призовой фонд.

Объясните, какие истории нужны (помогающие продавать, «зажигающие» клиентов) и как они могут попасть в «историческую библиотеку», попросите прислать их в письменном виде либо в аудио-видеозаписи.

Особо яркие истории (там, где рассказчик всю использует интонации, мимику и жестикуляцию) лучше снять на видео (слава технологиям, сейчас почти у всех есть смартфон с функцией «видеозапись»).

Задайте шаблон, например, такой:

- Ситуация (проблема клиента).
- В чем была ее специфика.
- Как я ее решал.
- Что получил клиент.
- Выводы.

Исключите «брак» – истории неэтичные (клиент выставлен идиотом), неправдоподобные и дурацкие. Для этого следует периодически просматривать входящие истории и объяснять авторам, что в них хорошо, а что плохо.

Когда (если) историй накопится много, их потребуется систематизировать.

Например, сгруппировав в блоки «Большие продажи», «Руки опустились», «Клиент всегда прав?», «Чудеса в переговорах».

Игорь Манн

: «Каким историям верят? Историям с интригой, веселым и правдоподобным – чтобы клиент не повторял слова Станиславского “Не верю!”»

Я на семинарах и в книгах рассказываю много историй – и верю, что мои слушатели и читатели благодаря этому гораздо лучше запоминают мысли, которые я хочу донести до них.

История про три конверта, история о длительном отпуске, рассказ о японце, который носит визитки в кармане плавок... – эти истории практически навсегда врезаются в память».

А еще хорошая история может стать основой презентации или выступления на конференции. Она может быть использована в рекламных материалах и, естественно, в обучении новых сотрудников.

История от

Романа Тарасенко

: «Несколько лет назад два исследователя, Роб Уокер и Джошуа Гленн, провели эксперимент, чтобы оценить воздействие историй на продажи. Они накупили в магазинах всяких ненужных безделушек стоимостью не более \$2. Потом попросили знакомых писателей написать небольшую историю о каждой из них. Далее выставили их на продажу на аукционе eBay.

И вот результат: на покупку всех товаров исследователи потратили немногим больше \$120, а при продаже на eBay они выручили более \$3600.

История, рассказанная о продукте, повысила его стоимость в среднем на 2700 %!

А вот мой кейс: работая с одним клиентом – производителем мебели, мы придумали хорошие истории про некоторые продукты, и нам удалось повысить продажи на 8 %, а цену поднять на 23 %. И это был отличный результат работы сторителлинга!»

47. Образцы продукции

Использование образцов и пробников помогает «показать товар лицом», дать поддержать товар в руках, «подкупить» клиента, «зацепиться» – образцы остаются в офисе, мозолят глаза потенциальному клиенту.

Во многих бизнесах образцы продукции, пробники жизненно необходимы (мы помним, «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать»).

Их можно отправить до встречи, можно продемонстрировать на встрече, оставить после встречи те, что заинтересовали клиента. Порой можно дарить образцы не только самому клиенту, но и его клиентам. В общем, образцов мало не бывает...

Менеджерам по продажам можно собрать «чемоданчик с образцами» – портфель, рюкзак, сумку на колесах, где нужные образцы каталогизированы (подписаны, пронумерованы, снабжены всей необходимой информацией).

Игорь Манн

: «Образцы продукции, если снабдить ими всех сотрудников компании, а не только сотрудников отдела продаж и маркетинга, помогают запустить программу “Продает каждый”, сделать каждого сотрудника “продавцом”. Я подробнее писал об этом в книге “Маркетинг без бюджета”».

48. Умение улыбаться

Да, сегодня это инструмент. Естественная, спокойная, доброжелательная улыбка – это плюс к продажам.

Угрюмость, неприветливость и апатия менеджера по продажам на встрече сведут на нет любую работу. Маркетеры могут помочь и здесь.

Игорь Манн

: «Когда я вижу нелюбимых продавцов, консультантов, я задаюсь вопросами “и где они таких неприветливых взяли?” и “какой же у них директор по продажам, если менеджер такой?”»

Мне кажется, что в очень многих бизнесах начинать собеседования с менеджерами по продажам нужно с теста на улыбку.

Хорошо улыбнулся – разговариваем дальше.

Нет – прощаемся».

Вот некоторые способы «производства» улыбки:

- здоровая обстановка в офисе;
- зарядка, разминка в офисе, «потягуши» (научно доказано, что, если хорошенько потянуться, настроение сразу улучшается);
- массажное кресло (в московском офисе компании Google есть даже массажный кабинет);
- зона релаксации (игровые автоматы, настольные игры);
- юмор (рассылка шуток дня);
- прогулка на свежем воздухе.

Игорь Манн

: «Недавно узнал про необычный способ бороться с негативом и пессимизмом на работе: один из моих знакомых рассказал мне, что в их офисе уже второй год работает мини-бар.

Любой сотрудник в любое время может взять любой напиток – расслабиться и успокоиться. Компания творческая, интеллигентная, сотрудники свою норму знают, поэтому пьяных дебошей в ней не случается».

Новейшие исследования в психологии показывают: бизнес в рамках нашего русского менталитета во многом завязан на личной симпатии. Понравился – купят. Не понравился – уйдут к другому.

Улыбка – самый простой способ понравиться с самого начала. Менеджеры по маркетингу, «улыбайте» ваших продавцов, чтобы они улыбались клиентам – нравились им. И делали хороший бизнес.

49. Правильный выбор места встречи

Есть три варианта места встречи с потенциальным заказчиком:

- в офисе клиента;
- у вас в офисе (тут тоже важно отработать детали и нюансы: декор, картины, фотографии, награды, необычная мебель, отзывы...);
- на нейтральной территории.

Выбор третьего варианта места встречи может быть задачей маркетинга.

Нейтральной территорией может быть:

- арендованная переговорная в бизнес-центре;
- ресторан (кафе): тихий, спокойный. Проверенный! Официанты должны быть особо внимательны к участникам встречи, вашим гостям, не мешать встрече. Можно заранее договориться с ними об условных знаках, быстром исполнении пожеланий;

Екатерина Уколова

: «Выбирайте место под отрасль. С представителями мясного завода мы встречались в стейк-хаусе и договорились обо всем, о чем планировали».

• офис компании-клиента, для которой вы уже реализовали проект, похожий на тот, что будет обсуждаться с потенциальным заказчиком. Встреча у клиента, которому вы уже помогли, поможет «дожать» потенциального клиента – на вас будет «играть» целая довольная команда. Понятно, что подключение этих сотрудников должно быть заранее оговорено. Обеспечьте гостеприимство принимающей стороны (договоритесь с коллегой из отдела маркетинга принимающей компании – будете должны, но оно того стоит).

Наш тестер

Кирилл Севостьянов

считает, что на встречах с клиентами важно не только место, но и внешняя привлекательность ваших представителей.

Процитируем его: «Мужчинам всегда приятнее общаться с симпатичными девушками, женщинам – с симпатичными юношами.

Это не означает, что нужно нанимать лишних менеджеров по продажам только ради этого. Достаточно одного симпатичного молодого человека.

Важный момент: презентабельного вида юноша минимум вдвое полезнее аналогичной девушки – ему будут рады и мужчины, и женщины, а красивых молодых девушек другие женщины привечают крайне редко.

Мы обычно поступаем так: если клиент – мужчина, приглашаем на встречу одну из наших сотрудниц или просто толковую красивую подругу и минимально вводим ее в курс дела (естественно, речь не идет о встречах с обсуждением коммерческой тайны).

Да, это стоит нам лишних часов рабочего времени. Но ценность каждой удачной встречи для нас намного выше».

50. «Чай? Кофе? Сладости?»

Это совсем не мелочь, если встреча проходит в вашем офисе.

Шире ассортимент предлагаемых напитков и угощений, изящнее посуда, в которой подается угощение, искреннее улыбка человека, который это делает, – сильнее эффект, лучше результат встречи.

Ассортимент угощений может включать:

- вода (сейчас в тренде вода без газа в стекле);
- чай (черный и зеленый, белый – если хотите удивить ваших гостей);
- кофе (нерастворимый – хорошие кофе-машины сейчас стоят недорого);
- шоколадки / шоколадные конфеты;
- выпечка;
- сухофрукты;
- фрукты.

Ориентируйтесь на свой бюджет.

Что до алкоголя, его обычно в офисе не предлагают – моветон.

Игорь Манн

: «Везде свои тонкости. Будучи в странах Центральной Азии, я с удивлением узнал, что в некоторых случаях нужно наливать полчашки чая, а в некоторых – полную чашку».

И еще – никогда не отказывайтесь от предложенного напитка, приходя на переговоры в чужой офис. Исследования, проведенные в США, показали, что принятие/одобрение гостеприимства хозяев повышает вероятность заключения сделки.

Пусть и на 2,5 % – но и они лишними не будут.

Запоминаем: на вопрос «Чай? Кофе? Воды?» всегда говорим «Да, спасибо, мне, пожалуйста, ...»

Екатерина Уколова

: «Интересный кейс был у нас в компании Oy-li.

NPS по нашим тренингам составлял 75 %, а после добавления печенек и свежесваренного кофе вырос до 84 %.

Вот и думай потом, улучшать контент или предлагать слушателям пирожные вместо печенюшек!»

51. Лидеры мнений

На многих рынках есть лидеры мнений (другие названия: opinion leader, лидер общественного мнения) – люди, к мнению которых прислушиваются, чье мнение уважают и которому доверяют.

Немного теории с просторов интернета (сайт «Записки маркетолога» (www.marketch.ru

): «Опиционер лидер – человек, оказывающий существенное влияние на мнение других людей, человек, мысли, суждения, идеи, действия которого служат образцом для других.

Лидер мнения – это человек, авторитет которого безупречен, известность которого позволяет принимать на веру его мнения и поступки. Лидер мнения выступает в качестве посредника между брендом (продуктом) и его целевой группой».

Игорь Манн

: «Я лидер мнений в нескольких темах, и мудрые компании этим пользуются. Если у них хороший продукт, я с удовольствием помогаю им».

Будет полезно, если маркетинг подготовит список лидеров мнений отрасли и обеспечит возможность заручиться их поддержкой при работе с потенциальными клиентами.

52. Бестселлеры

Хорошая идея – сделать и использовать в работе отчет о самых продаваемых, самых выгодных (или, как их еще называют, уверенных) товарах.

С таким списком в руках менеджеру по продажам будет проще убедить покупателя заказать тот или иной продукт.

Реализовать такую идею легко, применять несложно, а эффект есть – ведь все хотят купить то, что пользуется спросом.

Игорь Манн

: «Издательство “Манн, Иванов и Фербер”, например, время от времени публикует списки топовых книг разных направленностей (спорт, развитие, бизнес, психология...).

И если ты что-то пропустил, то можешь сразу это купить».

53. Новости рынка

Этот инструмент подразумевает гораздо больше, чем можно подумать.

В новости можно включать:

- обзор активностей конкурентов;
- календарь интересных мероприятий;
- новости о кадровых перестановках;
- информацию о тендерах;
- описание трендов;
- анонсы новинок;
- оповещения об изменении цен...

Это можно делать самостоятельно (силами маркетеров) или поручить профессиональной аналитической службе/агентству. Хорошая идея – привлечь к поиску интересных новостей всех сотрудников компании.

Новости рынка позволяют менеджерам по продажам держать руку на пульсе, быть в курсе событий, ссылаться на них, использовать во время переговоров.

Задача непростая – но окупается сторицей.

Одна отмониторенная рыночная возможность, один хороший лид – и вы будете в плюсе с учетом всех инвестиций в аналитику.

54. Клиенты-новаторы

В теории маркетинга есть концепция восприятия товара-новинки разными покупателями.

Есть клиенты-новаторы, клиенты-пионеры (их примерно 2,5 % от общего количества клиентов). Они покупают новинку сразу.

Есть ранние последователи (их 13,5 % от общего количества). Они ориентируются на мнение клиентов-новаторов. Если им нравится отзыв новаторов, то последователи покупают товар вслед за новаторами.

Есть раннее большинство (34 %). Эти клиенты покупают вслед за ранними последователями.

Есть позднее большинство (снова 34 %). Эти клиенты сильно притормаживают, они покупают после того, как более половины потенциальных покупателей уже совершили покупку.

И есть отстающие (это 16 % всех клиентов). Эти откладывают покупку до последнего или вообще не покупают.

Выводы очевидны: если правильно работать с новаторами и ранними последователями, то рынок постепенно – категория за категорией – начинает покупать ваше решение.

Задача маркетинга:

- знать в лицо клиентов-новаторов;
- правильно работать с ними и с ранними последователями (предлагать им бета-тестирование новинок, особые условия приобретения, делать для них рассылки, организовывать специальные ивенты...);
- и главное, при запуске новинки обеспечивать менеджеров отдела продаж контактами новаторов и ранних последователей и помогать с получением первых хороших рекомендаций от этих клиентов. Их отзывы очень помогут в работе с другими категориями покупателей.

55. Возвращенцы

Все компании теряют клиентов (это так же верно, как и то, что «не ошибается тот, кто ничего не делает»).

И очень немногие компании занимаются возвращением потерянных клиентов.

А сделать это не так уж сложно.

Правила возвращения, алгоритмы работы для каждого случая, множество инструментов и вдохновляющих историй вы найдете в книге «Возвращенцы» (настоятельно рекомендуем ее прочитать, это первая и единственная книга в России о том, как вернуть потерянных клиентов).

Алгоритм работы по возвращению клиентов прост:

- вы выясняете причины ухода;
- формулируете предложение, «от которого невозможно отказаться»;
- доносите его до клиента наилучшим способом;
- и получаете результат!

Верните хотя бы одного клиента на рынке b2b – и вы тут же прибавите в оборотах!

Верните хотя бы один процент клиентов на рынке b2c – и вы тоже увидите, как растут продажи.

Инвестиции в решение этой задачи минимальны, а отдача всегда высока.

Помогите менеджерам по продажам вернуть потерянных клиентов – и вам скажут «большое спасибо».

Будет за что!

56. «Перехват»

Еще одна категория клиентов, с которыми не очень любят работать менеджеры по продажам, – клиенты конкурентов. Конечно, еще есть рынки, на которых много «ничьих» клиентов, и можно заниматься их привлечением. Но все больше и больше рынков с огромной конкуренцией, где приходится уводить покупателей.

Игорь Манн

: «Несколько раз в своей практике консультирования я помогал клиентам с перехватом. “Банку Европейский”, “Дом.ру Бизнес”, “Деловым линиям”...

Это действительно непростая в подготовке и реализации задача – но результат всегда был впечатляющим».

Вы можете помочь коллегам из отдела продаж перехватывать клиентов у конкурентов частично или полностью, наращивать свою долю внимания, кошелька, лояльности. Основные инструменты «перехвата» и ответственные за их наличие и применение:

- специальное продуктовое предложение (продуктовый маркетинг);
- специальные финансовые условия для приобретения этого продуктового предложения (финансисты);
- отбор сотрудников, которые могут заниматься перехватом, спецподготовка этих сотрудников, программа их мотивации (HR);
- поводы для встречи, подарки, маркетинговые материалы, презентации, ивенты (маркетинг);
- подключение топ-менеджеров (коммерческий директор) к встречам на высшем уровне.

Это на рынке b2b.

А в маркетинге b2c, в торговом маркетинге (трейд-маркетинге) есть схожий термин «свич-селлинг» (switch-selling). Это BTL-акция по переключению с товара конкурента на продвигаемый товар, обмен продукта конкурента на продвигаемый продукт. При помощи свич-селлинга внимание потребителя сознательно и планомерно переключается с товара одной марки на аналогичный товар другой марки. Некоторые приемы:

- пустая упаковка из-под продукта конкурентов обменивается на новый продукт;
- на период акции устанавливается значительно более низкая цена на продвигаемый товар, чем на аналогичные товары (switch-selling price);
- проводится сравнительная дегустация для переключения покупателей на продвигаемый товар.

Если перехватом комплексно не займется коммерческий директор, эту работу может/должен взять на себя маркетинг.

Задача непростая, так как требует серьезной координации разных подразделений компании, вовлечения топ-менеджеров компании. Ее выполнение занимает три-четыре месяца при правильной подготовке.

57. Награды

Чем больше у компании наград, тем выше ее надежность, тем лучше репутация для потенциальных клиентов.

Награды помогают увеличить привлекательность компании и ее решений для клиентов, отстроиться от конкурентов.

В общем, награды продают.

Если ваша компания действительно лучшая, практикуйте «самовыдвижение» вашей компании, решений, сотрудников на соискание достойных вас наград.

Маркетер в этом случае будет контролировать необходимую организационную работу, общаться с организаторами, вести подготовительную работу перед церемонией вручения (как к ней готовиться, подробно рассказано в книге «PR на 100 %» в главе «Как заработать, вручить и получить награду»).

Каждый раз, когда вы получаете награду, делайте пресс-релиз.

Вывесите информацию о награде на внутреннем информационном стенде и выложите ее на сайте компании.

Повесьте награду на самом видном месте.

И если награда – заслуга коллектива, устройте по этому поводу небольшой корпоративный праздник.

Скромность и награды несовместимы.

Обычно верх берет скромность. Девиз «скромность украшает» приводит к тому, что награды зарабатываются, но не «светятся». Если это ваш случай, вам стоит узнать полную версию этой крылатой фразы: «Скромность украшает тогда, когда нет других украшений».

Многие награды можно копировать, делать дубликаты. В этом случае вы можете повесить, поставить ее в каждой вашей переговорной. Награды, свидетельства профессиональной признательности, достижений и побед – лучшее украшение офиса.

58. Перепечатки

Всем хороши позитивные публикации в прессе о вашей замечательной компании, о внимательных и дружелюбно настроенных сотрудниках, первоклассных и новаторских продуктах...

Одно плохо: увы, не все успевают прочитать о том, какие вы молодцы. А тут и новый номер вышел...

Исправьте эту ошибку – делайте перепечатки, копии статей о компании.

Разместите эти материалы на сайте. Не следуйте хронологии – пусть интересные статьи остаются сверху списка.

Повесьте распечатки на стены офиса (обязательно – в переговорных).

Положите копии (на желтой бумаге!) на столики в зонах ожидания, с надписью сверху «Это ваш экземпляр».

Вариант: попробуйте разместить увеличенные копии интересных статей о вас... на потолке переговорных.

Можно даже подготовить специальную папку «Пресса о нас».

Оформление тоже важно. Убедитесь, что шрифт копии крупнее, чем шрифт газеты или журнала, в котором была размещена оригинальная статья. Рекомендуемый основной шрифт – от 13 пунктов.

Нет материалов? Сделайте «адвенториалс» (статью, замаскированную под рекламу)

Это решение хуже объективного новостного материала – но лучше, чем ничего.

59. «Ашипки»

Говорят, что опыт – лучший учитель. Считается, что лучше всего учиться на ошибках других.

В компании с открытой корпоративной культурой, где сотрудники не боятся признаваться в своих ошибках, где «на ошибках учатся», маркетинг может выступить с инициативой создания файла/дерева «ашипки продаж». В этой папке можно фиксировать промахи, косяки, ошибки, фактапы, совершенные сотрудниками отдела продаж во время работы с клиентами.

Игорь Манн

: «А в некоторых западных компаниях еще и празднуют “ошибку месяца”!»

И сотрудник, ее совершивший, получает награду.

Можете представить себе такое в российской компании?

Я – нет».

Если эту папку время от времени будут просматривать «старожилы» и новички, то первые не наступят на те же грабли, а вторые смогут грабли обойти.

Если мыслить позитивно (надо признать, что слово «ашипки» звучит тревожно), можно собирать истории успеха. Например, когда менеджер заключает выгодную сделку с клиентом, можно записать процесс на видео или хотя бы зафиксировать в текстовом формате. Другой менеджер посмотрит/почитает такие истории перед встречей и зарядится позитивом.

Возможно, в ходе заключения сделки менеджер столкнулся с какими-то трудностями и справился с ними. Такая история тоже существенно поможет другим менеджерам.

Можно делать теги, группировать такие ситуации по разным категориям («дебиторка», «возвращение клиента», «тяжелые переговоры»).

60. Подписка на сервис Krostu

Мир не стоит на месте – и каждый день, каждую неделю в мире бизнеса появляется новый инструмент привлечения новых клиентов, их удержания и правильной работы с ними.

Можно самостоятельно отслеживать эти новые сервисы и инструменты – читать книги, рассылки, блоги, журналы; посещать тренинги, конференции и мастер-классы; мониторить интернет...

Но есть более простое и эффективное решение –
Krostu.com

. Это платформа роста, где собраны лучшие технологии, услуги, сервисы и инструменты. Сейчас в ее базе уже более 150 эффективных инструментов, и каждую неделю добавляется новое решение.

Подписавшись на Krostu, вы:

- всегда будете в курсе всех инноваций в маркетинге и в продажах;
- получаете подробное описание того, как работает тот или иной сервис или инструмент;
- получаете скидки и особые условия от компаний, которые помогут вам внедрить эти новые инструменты в ваш бизнес.

Krostu отлично помогает:

- увеличить продажи;

- усилить продвижение;
- увеличить вовлеченность/мотивацию ваших сотрудников;
- улучшить отношения с клиентами;
- повысить эффективность бизнеса.

Как работает Krostu.

1. Вы выбираете нужные вам действия с помощью фильтров. Это очень просто.
2. Вы внедряете нужные действия сами (это возможно) – или с помощью партнеров, экспертов в том или ином направлении. Это просто.
3. Ваши продажи и эффективность растут. Это логично – вы сделали правильные вещи правильно.

Нон-стоп

Неисчерпаема фантазия делового человека.

Когда мы попросили наших читателей помочь нам с забытыми инструментами, то один из них – Максим Романов – прислал нам аж шесть идей.

Многие моменты спорны, некоторые кажутся фантастикой, некоторые универсальны (могут быть использованы не только для отдела продаж), но идеи-то рабочие!

Практически без купюр приводим его текст и надеемся, что идеи и мысли Максима помогут вам не останавливаться в поиске инструментов, делающих работу отдела продаж все более и более эффективной.

1. Комната отдыха и релаксации.

Отдельное помещение, в котором можно посидеть в тишине или послушать музыку (спокойную, расслабляющую или другую). Можно поставить в комнату большой телевизор с игровой приставкой. Может быть, в такой комнате можно будет заняться медитацией. Идея в том, что человек может зарядиться или расслабиться перед/после встречи с клиентом или просто во время рабочего дня. Такая комната нужна для восстановления эмоционального баланса.

2. Программа «Здоровый сотрудник».

Здоровый человек работает лучше, он более продуктивен. Идея в том, что компания следит за здоровьем своих сотрудников: отправляет их на хорошие медицинские обследования, обеспечивает различными полезными добавками (аминокислоты, витамины, минералы и т. д.), поощряет физическую активность, полезное питание (например, в компании есть корпоративная столовая с полезным питанием, возможно, для каждого сотрудника даже индивидуально подбирают меню). В такой компании порицаются вредные привычки.

Игорь Манн

: «Это моя любимая идея. Не думаю, что сейчас ее часто воплощают, но, уверен, в будущем многие придут к этому».

3. Вау-фишки/вау-эффекты.

Сделать что-то вау, например ролик/фильм о том, как клиенты пользуются нашей продукцией, как она решает их проблемы. Кейсы в формате небольших фильмов, бумажный маркетинг-кит со встроенным видео, реалити-шоу, построенное на работе нашей компании с клиентом, и т. д. Можно взять что-то стандартное и сделать это «вау» или внедрить что-то новое. Смысл в том, чтобы удивить клиента, произвести на него впечатление, донести какую-то информацию, мысль нестандартным, эффективным/эффектным/интересным способом.

4. Погружение в бизнес, специфику клиента.

Возможно, в том случае, когда у компании есть сегмент прибыльных клиентов из одного направления или один крупный и очень перспективный клиент – можно сделать погружение в специфику. Например, позвать специалистов из такой отрасли, чтобы те подробно рассказали продавцам о ее особенностях. Это даст менеджерам полезную информацию, они узнают о типичных проблемах и трудностях в данном направлении, отрасли. Конечно, смысл это делать есть только тогда, когда на кону большая выгода.

5. Основы маркетинга для продавцов

(плюс клиентоориентированности). Я считаю, это поможет не только лучше обслуживать клиента, но и лучше понять наш и его бизнес. Эту идею я взял из книги Роджера Беста «Маркетинг от потребителя» [18]

.

6. Продавцом побудет каждый.

В одной известной мне компании каждый сотрудник проходит через отдел продаж. Собственник считает это важным. По его мнению, это помогает всем понять, за счет чего живет компания и откуда берется зарплата.

А вот еще две идеи от Евгения Землянухина.

Пресс-релизы

«Я бы предложил добавить к инструментам пресс-релизы (ПР) как инструмент для подготовки к переговорам.

ПР, демонстрирующие достижения вашей компании и направленные клиентам за неделю – две до важной встречи, здорово подкрепляют уверенность продавцов, усиливают позиции в переговорах и улучшают ваш статус на фоне многих конкурентов, особенно в кризис.

Например, ПР, отражающий ваш рост по итогам квартала, содержащий разную статистику (в том числе поступившую от клиентов), помогает в случае, когда ваш оппонент, профессиональный закупщик, привычно использует прием обесценивания. Отмахнуться от фактов, изложенных в официальном документе, ему будет очень сложно.

Важно, чтобы документ был разослан с корпоративного адреса, а не от имени продавца.

Такой инструмент хорош для частных компаний, так как подобные пресс-релизы можно выпускать выборочно и в нужный момент. В публичных компаниях другие правила».

Шоу-румы

Еще один инструмент, который мне кажется крайне полезным, – это showroom.

Казалось бы, в классическом понимании он нужен не везде. В то же время в любой переговорной можно организовать «уголок потребителя» или мини/микро/наношоу-рум, демонстрирующий ваши решения, товары и услуги во всей красе. Это справедливо

для любого бизнеса. Даже если вы занимаетесь таким трудноизмеримым сервисом, как team-building, мотивация персонала и прочее. Я считаю, что это must. Недаром Кармин Галло в книге «Презентация» [19] делает сильный акцент на раздел Demo (демонстрация), подчеркивая, что Apple в своих шоу уделяет живой демонстрации своих продуктов больше времени. Почему мы не можем использовать этот продающий прием у себя?

Заключение

Будем кратки.
Мы надеемся, что вы нашли для себя много новых полезных инструментов.
Теперь начинайте их применять. Ваши продажи обязательно вырастут.
Если вы знаете еще какой-нибудь инструмент маркетинга, полезный для отдела продаж, то пишите нам: mapn@m-i-f.ru. И если нужна помощь, мы поможем. Наши компании – тоже инструменты, увеличивающие продажи.

Екатерина и компания Oy-li (
www.oy-li.ru
) помогут вам с построением и улучшением работы вашего отдела продаж.

Анна и команда «Маркетинг машины» (
www.MarketingMachine.ru
) помогут вам с маркетингом.

Коллеги Игоря из компании «Лидмашина» (
www.LeadMachine.ru
) помогут вам с интернет-маркетингом.

Попробуйте, например, заказать у нас «Аналитику продаж» или услугу ROI-маркетинг. Вам понравится!
Давайте расти!

Анна,

Екатерина,

Игорь

Спасибо!

Когда мы начали писать книгу, Игорь Манн через соцсети и блог обратился к своим читателям и друзьям: показал ее содержание и попросил помочь – добавить пропущенные нами инструменты.

Помощь пришла – было много идей и предложений. Многое мы учли.

Спасибо за помощь, коллеги!

Андрей Петухов («Смарт Девелопмент», Москва)

Виталий Говорухин (Самара)

Владимир Рожков («Вента», Ревда)

Елена Жаданова (консультант и бизнес-спикер по продуктовому маркетингу, Москва)

Евгений Землянухин (директор по продажам, компания «Монокристалл», Ставрополь)

Дмитрий Гелевера (директор по маркетингу ГК «ПромСИЗ», Киев)

Иван Киселёв («Рельеф-Центр», Рязань)

Инна Носарь (гостиница AlfaVito, Киев)

Ирина Паялина (Москва)

Кирилл Севостьянов («Региональный Инновационный Центр», Москва)

Максим Романов (Екатеринбург)

Марина Белоусова («Тайле», Москва)

Наталья Конышева («Слобода – выгодный дом», Киров)

Роман Рыбальченко (основатель проекта

Roma.net.ua

, директор по маркетингу, Киев)

Роман Тарасенко (СЕО

Krostu.com

, Москва)

Светлана Антонова (Tele2, Кемерово)

Сергей Пасютин (Abbott Laboratories, Минск)

Сергей Сташков (проект «Переговорщик.ру», Москва)

Татьяна Меленевская (ZERTS Medical, Москва)

Юлия Федькина (Москва)

Ян Вирлов (Москва)

Приложение. Опросник Маккея

Этот опросник был впервые приведен в книге Харви Маккея «Как плавать среди акул и не быть съеденным заживо»

[20]

.

Профиль клиента из 66 пунктов

Дата заполнения.

Дата внесения последних дополнений.

Кто заполнил анкету.

Клиент

1. Фамилия и имя, прозвище, занимаемая должность.
2. Название фирмы и ее адрес.
3. Домашний адрес.
4. Телефон: служебный, домашний.
5. Дата и место рождения.
6. Рост. Вес. Особенности физического состояния (например: лысеет, в прекрасной физической форме, артрит, острые боли в спине и т. д.).

Полученное образование

7. Средняя школа и год окончания. Высшее учебное заведение, когда окончил, какой степени получен диплом.
8. Какие награды получал во время обучения.
9. В каком студенческом объединении состоял. Какими видами спорта занимался.
10. Какой общественной деятельностью занимался вне вуза.
11. Если клиент не получил высшего образования, является ли для него это обстоятельство болевой точкой. Чем компенсировалось отсутствие высшего образования.
12. Прохождение воинской службы, звание при увольнении в запас. Отношение к своей службе в армии.

Семья

13. Семейное положение. Фамилия и имя супруга.
14. Образование супруга.
15. Круг интересов супруга, общественная деятельность, членство в каких-либо организациях.
16. Дата свадьбы.
17. Дети (если есть), имена и возраст.
18. Образовательный уровень детей.
19. Чем интересуются дети (их увлечения, проблемы и т. п.).

Предшествующая деятельность

20. Прежние места работы (от последнего к первому).
Компания.
Адрес.
Даты (с __ по __).
Занимаемая должность.
Компания.
Адрес.
Даты (с __ по __).
Занимаемая должность.
21. Предшествующая должность (в компании, где работает в настоящее время).
Даты (с __ по __).
22. Имеются ли в кабинете клиента какие-либо «символы» социального положения.
23. Членство в профсоюзных или отраслевых обществах. Какие занимает в них должности, какие получал награды.
24. Имеются ли люди, к мнению которых клиент особо прислушивается.
25. Какие деловые отношения связывают клиента с сотрудниками нашей компании.
26. Как можно охарактеризовать эти отношения и почему. Можно ли назвать их хорошими. Почему?
27. Кто еще из сотрудников нашей компании знаком с клиентом.
28. Тип контакта.

Цели клиента

- 29. Как клиент относится к своей компании.
- 30. В чем заключается его долгосрочная цель, связанная с работой.
- 31. В чем заключается его ближайшая цель, связанная с работой.
- 32. Чем в настоящее время больше озабочен клиент: благополучием компании или своим личным благополучием.
- 33. Думает ли клиент о настоящем или о будущем.

Особые интересы

- 34. Клубы или профессиональные клубы.
- 35. Является ли политически активным. Партия, к которой принадлежит или которой симпатизирует. Значение политики в жизни клиента.
- 36. Ведет ли общественную деятельность по месту жительства. Какую.
- 37. Религия. Является ли ревностным прихожанином.
- 38. Строго конфиденциальные сведения, не подлежащие обсуждению с клиентом (например, членство в организации «Анонимные алкоголики»).
- 39. Что еще помимо бизнеса важно для клиента.

Стиль жизни

- 40. Состояние здоровья в настоящее время.
- 41. Употребляет ли клиент спиртные напитки. Если да, то какие и в каком количестве.
- 42. Если он не употребляет спиртные напитки, то реагирует ли отрицательно, когда в его присутствии пьют другие.
- 43. Курит ли клиент. Если не курит, возражает ли, когда курят другие в его присутствии.
- 44. Куда он предпочитает ходить на ленч, на обед.
- 45. Любимые блюда.
- 46. Возражает ли клиент против того, чтобы кто-нибудь платил за его обед.
- 47. Какие у клиента увлечения и что он предпочитает делать в свободное время.
- 48. Как и где клиент обычно проводит отпуск.
- 49. Поклонником каких видов спорта он является и за какие команды «болеет».
- 50. Какой марки у него автомобиль (автомобили).
- 51. О чем любит поговорить.
- 52. На кого именно клиент любит произвести впечатление.
- 53. Какое впечатление клиент хочет произвести на этих людей.
- 54. Какими эпитетами вы бы воспользовались, чтобы описать клиента.
- 55. Какими своими жизненными достижениями он (она) больше всего гордится.
- 56. Какова, по вашему мнению, долгосрочная личная цель клиента.
- 57. Какова, по вашему мнению, ближайшая личная цель клиента.

Клиент и вы

- 58. Какие моральные или этические соображения возникают, когда вы работаете с клиентом.
- 59. Считает ли клиент, что у него есть какие-либо обязательства в отношении вас, вашей фирмы и вашего конкурента.
- 60. Вызовет ли предложение, которое вы собираетесь сделать клиенту, необходимость изменить какую-либо его привычку или предпринять действие, нарушающее установившийся порядок.
- 61. Беспокоится ли он прежде всего о мнении других.
- 62. Можно ли назвать клиента эгоцентричным.
- 63. В чем заключаются, как считает клиент, основные проблемы.
- 64. Какие проблемы административного управления являются самыми срочными для фирмы клиента? Существуют ли конфликты между клиентом и администрацией его фирмы.
- 65. Есть ли у вас возможность оказать помощь в разрешении этих проблем. Каким образом.
- 66. Располагает ли ваш конкурент лучшими ответами на вышеприведенные вопросы, чем вы.

Эту книгу хорошо дополняют:

Согласовано

Максим Батырев, Игорь Манн

Маркетинг без бюджета

Игорь Манн

45 татуировок продавана

Максим Батырев

Продавец нового времени

Джон Янч

Сноски

1

Манн И., Батырев М., Турусина А.
Согласовано! Как повысить продажи компании, подружив продажи и маркетинг.
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

2

Манн И.
Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов.
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

3

Манн И., Золина Е.
Фидбэк. Получите обратную связь!
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.

4

Деревицкий А
.
Школа продаж. Что делать, если клиент не хочет покупать?
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

5

Подробнее о методике читайте в книге ее создателя Нила Рэкхема
«СПИН-продажи»
(М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016).

6

М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

7

Манн И., Турусина А
.
Прибавить оборотов! 47 маркетинговых способов увеличить продажи – системно, быстро
и без бюджета. – Рязань: PushBooks, 2015.

8

Манн И., Турусина А
.
Возвращенцы. Маркетинг возвращения. Как вернуть потерянных клиентов. – М.: Манн,
Иванов и Фербер, 2016.

9

Манн И., Турусин Д

.

Точки контакта. Простые идеи для улучшения вашего маркетинга.
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

10

Феррацци К

.

Никогда не ешьте в одиночку и другие правила нетворкинга.
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

11

Диксон М., Адамсон Б

.

Чемпионы продаж. Что и как лучшие продавцы в мире делают иначе.
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

12

Манн И

.

Номер 1. Как стать лучшим в том, что ты делаешь.
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.

13

Манн И

.

Маркетинг на 100 %. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу.
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.

14

Галло К

.
iПрезентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса.
– М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.

15

Питерс Т

. Основы. Дизайн. – СПб.: Издательство Стокгольмской школы экономики в Санкт-Петербурге, 2006.

16

Минск: Попурри, 2008.

17

Еще больше разных сервисов, технологий, услуг и инструментов можно найти на
Krostu.com

.

18

М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

19

М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.

20

Маккей Х

. Как плавать среди акул и не быть съеденным заживо. Минск: Попурри, 2008.

/9j/4RCaRXhpZgAASUkqAAgAAAAMAAABAwABAAAAHwIAAAEBAwABAAAAyAMAAAIABwADA
AAA
ngAAAAYBAwABAAAAAgAAABIBAwABAAAAAQAAABUBAwABAAAAAwAAABoBBQABAAAAp
AAAAABsB
BQABAAAArAAAAACgBAwABAAAAAgAAADEBAgAiAAAAAtAAAADIBAgAUAAAA1gAAAGmHBAA
BAAAA
7AAACQBAAAIAGACACA/AoAECcAAID8CgAQJwAAQWRvYmUgUGhvdG9zaG9wIENDIDIwMTcg
KFDpbmRvd3MpADIwMTc6MDY6MDUgMTY6MTU6MTMAAAAEAAACQBwAEAAAAMDIyMQGgAwA
BAAAA
//8AAAKgBAABAAAA1gIAAAOgBAABAAAAyAMAAAAAAYAAwEDAAEAAAAGAAAAGg
EFAAEA
AABYQAAGwEFAAEAAAB6AQAAKAEDAAEAAAACAAAAAQIEAAEAAACCAQAAAgIEAAEAAA
AQDwAA
AAAAAEgAAAABAAAAASAAAAEAAAD/2P/tAAxBZG9iZV9DTQAC/+4ADkFkb2JlAGSAAAAAAf/b
AIQADAgICakIDakJDBELCgsRFQ8MDA8VGBMTFRMTGBEMDAwMDAwRDAwMDAwMDAwMDA
wMDAwM
DAwMDAwMDAwMDAwMDAENCwsNDg0QDg4QFA4ODhQUdG4ODhQRDAwMDAwREQwMDAwM
DBEMDAwM
DAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwM/8AAEQgAoAB4AwEiAAIRAQMRAf/dAAQAC
P/EAT8A
AAEFAQEBAQEBAAAAAAAAAAMAAQIEBQYHCAkKCwEAAQUBAQEBAQEAAAAAAAAAAQAC
AwQFBgcI
CQoLEAABBAEDAgQCBQcGCAUDDDMBAAIRAwQhEjEFQVfHEyJxgTIGFJGhsUIjJBVSswWizNHKC
0UMHJZJT8OHxY3M1FqKygyZEK1RkRcKjdDYX0lXiZfKzhMPTdePzRieUpIW0lCTU5PSltcXV
5fVWZnaGlqa2xtbm9jdHV2d3h5ent8fX5/cRAAICAQIEBAMEBQYHBwYFNQEAAhEDITESBEFR
YXEiEwUygZEUobFCI8FS0fAzJGLhcoKSQ1MVY3M08SUGFqKygwcmNcLSRJNUoxdkRVU2dGXi
8rOEw9N14/NGIKSfTjXE1OT0pbXF1eX1VmZ2hpamtsbW5vYnN0dXZ3eHl6e3x//aAAwDAQAC
EQMRAD8A9VSSSSUpJJJSkkkkKWN1UY9oaMrqZ6fL7BXtsbUTtLfoGWbvtv5271PprZWVlsu
cP0XTac4+pYHG1zGwDH77LPp/Rf/AMWkpli9Y6NVTVjnvVnZ6mNYbH2sL3kCN79fdY/6b0Z/
WeksBc/MoYA5zCXWNEOZAsaZP+D3N3rOJ6gQ8O6BQS1u6setWQ5wexu3d6H6P2O9f/rau4eO
68PdnYFNO4ixjYY5wLx+lZbt3s9Vmxu65j/0v/W0lNjG6l0/Lea8XJqve0bi2t4cYPf2nzVl
Crxcap2+qplbo2y1oGmmnt/qoqSIJJJKUkkkkp//9D1VJJJSkkkkKSSSSUpYnU7ulNaK8
/Mfj+pc9rGtMy4Q/bs2WbfZ/59/4RbazcizqC37DRVcw2WCz1HkECZa5un9dv5/+D/17Epx
zm/VxraWM61lVNYG7Gse8bgwtcd49L3b9n6X/wBSK9jdZ6K1jbW9SstrpdaPfuMkPqrs3/ow
6xtVmbj11f109V31o9Ld9gxKiT/NeqZ1duc4uY1zP3/3/wCwiOv+s2xn6rikLhNgFjj7t1n6
NjXNra79D6Pv9X+dfYkpkPrR0JxaBlA15AYayz3T+57Pf/ZTD61dALnN+2NBYSHy14DY+lvc
WbWNbt97nluCeqW5D/2jiUUtaAW2VP8AULnA+2N7K3exrnfSar4Y1rQ1oAaBAaBpA7JKY0X0
5FLL6HB9VrQ5jxwQdQUJJJSkkkkKIP8A/9H1VJJJSkkKXqpa9rnOc8kvf8AnvHD3DgOSU2E
ITzelY2bR9nudaKy9j3BtjgTsO9rdxLnNbu+lsVZ/wBWulPtNr22Fznvsd+kf6x3qu927f6
e/8AwW70klOoXNBgkA/3rC6semBzPttTUTZYG+gbI15H6Nrtm5v82rf/N7p22psPIoj0i57
nOBnduNlhY//rj09zOrgAdOdQ1ossD/AF97tCZY72lrva/f7ElONj1/V/INWO27qTXZDIrD
rMlpIaHbgYPse393/wBKl2db0EZLqsi7OZZWC0trOTw8uv3fq4/es2b/APrf+BV/Z9aQ4AWY
Jb3c5ls/5rXtRGN+sXpH1H4Zt90bW2BvNXpfSe53/cr1P+sfy0lOHw76tuL2Nyc+22N5bOQC
APdu9PaytrtH7P8ACrSwup9F6d09t7Lsl2NkXECy8X2nft5ta+xtf6v/U3/APGIgZ9aw7aH
4O0A+9zbNSf5DH/2vpqYZ9Zg5hdbhuaLAHhrLBNU+5zd1jtt2z+XsSULweudOzsp+HQ932mp
u+yp7HNLQDtdu3N27mud9FaCSSSJJJKf/S9VSSSSUpCx/5s/17P+reioWP/Nn+vZ/1b0lJ
UkkkkKWD1avpTywZ2JkZRL7msNAsge7S9v6N9fusYz9Hs/0Vn8tbyzMs5ra5x8ynDb6ry51t
e+Wg/m7ra/o+7/X+cSnGbh/V8Uss/ZOCbcdvpbLpYWObtdZusDqWv3fnu9P0mf5+sz6udHso
eRjvr+0tbvDnv3CHEu3Rz3tY9lv7qjXjWf8ub1Oh9c+wigGRAguLbA3/wAn/O/ov5haWKzJ
rx2MyrW33id9rGem066RXus2+3+Wkpzf+afQ4IdS5wMRNtmgAbtY0tsb7fYrWF0XpmBe6/Fq
NdrmlhcXvd7SQ8t22Pe36TVESSUpJJJSkkkkKIP/0/VUkkkkKQsf+bP9ez/q3rlMn6ziyy3J
wutUDCusZXjMfi2kte6s2V1i9rPfXf6F73v9F/8A4H6dwWfWm0PDf25hDcXPDG4V8wDuMu3/

AJzt293p/Q/7dSU9skqPRup4/UsIW1XNyH1EVZD62PYz1Q1j7fTZf+k2fpPYrySILC6pXiO2
+r0h3U3+pdDgxa36AfudYf8M3az6Hv9JbqwurFor/5T/Z791zmNJhr4dXNbtjmWO93t9n6x
+m/QpKVjdQo6ewV4vR8usXn1bGV1j+cc2IsJs/nPTpZ/4GtfEyH5GO219L8dxLgarIDhtcWa
7S5vu27kEdX6S1b9uxyeP51kk6eDvNOeq9LaQ12ZQCYIBtYNHDez8789nvYkptpKr+1OmbS/
7XRtEEu9RkCTsbru/f8AYjUZGPK1+rj2MurkfW4ObI59zUlJEkkklKSSSSU/wD/1PVUydJJ
Tl5XRb7nXuo6jk43rGs1srLdlXpgNLaWbPoWtb+kZvVWvoGbZud+287bvcGhvpD2g7Nr91Nm
9zI9r/8AwNbyFjFzZ/r2f9W9JSsal1GPVQ6x9zqmNYbrIL3lo2+pZtDW+o/6T/aipJJKUgXY
WHkEG+iu0tMgvY10HifcEdYnVbqfVb6/VX9P2m0NYwsAcAKvp7mPd+i+l/pP0qSnQ/ZXS4I+
x0Q7Uj0manz9qc9L6aYnEoO0Brf0bNGt+g0e36LIWLvd0/1QB9YrXmtrnPY6yrXcPS9V36P6
PqWsc3/A+r6exQ9fp9T7GXfWSxljCZl9bNo5buZaxzPb/wCk/wDriU7g6T0pu7bhY49Tbvip
nu2617vb7tn5isU000VtqorbVU36LGANaJ19rW+1Vul5ONditZRLjNdQAY22QXbh/pQ36D1c
SUPJJJJSkkklP8A/9X1VJJJSkLG/mz/Xs/6t6KhY382f69n/VvSUISSSSUpZOa3OeSyjCo
zaS6wWtucBr+jdWW7mVb+9+j2/8AXK1rLC6rb0plgGdm3Yzy+wVNpe8EmKt3tpa/3s3M9P8A
4xJSRh6vXW4s6TjMfvADG3AAAtMussL/Qb7t7K/Z6f/mEC/rNYc5nR8feSTDbWfyfzt5Oxvvd+
5/4KqDMn6vBr6x1nNuFrmu3Cy1wkCz+bfVVt2W+p7/8AB/ofZ/NK/hdIwcuirLxoeZtRlCys
w5FmoY/cWxZ+Y57Nj/32JKdHprLG4024teFYSQ6mohzYb7GP3Maz6dbW/wBRW0kkklKSSSSUp
JJJT//W9VSSSSUpVqaQ5rjeJss0DiB9N6soWN/Nn+vZ/1b0lIcypzMrHdQ66+sPj31WOY8
R+69qrP+r+O+42nJyvdY61zRe9o95DvRlm17aG7fZW1y1EkIOYegYrhVvuueaY2ve/e8kO9T
c+17XWO9w/eUrf2sHRgChzBY/wBQ5Dnl0e1zNmwfVb2rRXP9a/ZQBfntyYa+wNsoNm1pIqlr
g0+l+k9np+z9/wDlpKbdR+sgtbvqwgx/ute11gcCBG3Z6f6T/B/pPU+h+YoNd9aWCtvo4AkW
WtdYgTAHZ23/ANF/+TWU2j6u2Oe5uLnrA47IvaAQ8UxWdzXb3ut/R/pPofzaIKOGVVuecbq
Gxu/F2k5Ohewtucyv1NzdzP0P2iv/rCSnd6e7qzvUHUq6GfRNRoc50zO9tjbGN27Pb9F36T+
Qri5THPQKbq7GY/UX2UvDwXMv27iZYXN9tD9r/3G/wDGrWZ9Y8B7tra8ndtc+DRa3RjS9/uc
wN3e30v+O9iSnVSWQ36zYL3MY2nK3vLQ1hx7Guhzm1+o5rmDZWxz/e5610IKSSSSU//X9VSS
SSUpCxcv5s/17P+reioWN/Nn+vZ/1b0lJukklKWZkDq5f/k+yhg9R+8XhzpEN2ubsLPou3LT
VHN6L0zPcx2XQLSwlwkkaAa/wCifztjP8xJTXLfrONRdhOMu2s22Nlv5u5+5/u+h9GtSDPr
H6IBvWzf3I2YG/SdO1vqOd/NbEx+q/QiDGKGLiLi9rn0u3Fzt4fu/PT/wDNronoDHGK1tAI
PpguDTDnW+73f6R/qJKYbPrUG/z+Du7k12xOsbR6v/flqVC0VMFxabdo9QsBDS6PfSa7c7bu
WUfqI9XXM2OwmuaZmXPJ1/IF+5a7WtY0MaIa0AAeQSUukkkkpSSSSSn/0PVUkkklKQsb+bP9
ez/q3oqEcXGJJNLCSJLRqT8klKsycap2y21jHRu2ucAY/e1/qqJzcIEA5FQLvogvbrPhqh3
dK6be5r7sat7mDaxxaJA19rf896G7oPRnN2nDq2lrWFOaACxk+nWQ3/Bt3v9n8t6Smwc7DaG
k31w8hrTUEEnj/qlTzzmPc01dQZ08Nc4Frq2O3tHp/nXO/N/fZ/pUdvR+lSn08ausOdvCxs
BdDW73ivbud+irVHPxqW3VvPSjmmT9ljCzYA3St87HubXZZZsb6fqJKZU1dUt3tHWaRLHFr2
CqmuGtaYtZs9SxzmV/f3exSuwfrA60mnqjK63H6Jx2uLR7o2+737vb9NV8aqnBsruxOiOpvs
AYTWWANFu+x/qw7819FXq+1/86ruD1PMYbWMt6dfjMeCfVsLNogDRzA/1m793s3VJKR2YHXS
4bOqBols/oGaNDAYznduc+9vqs/0fqf4T001nTetPaB+1C1w3jeKWQ4+wGvd9Orb/Obv31r
JJKcxuF1trqd/UW2MbYXXD0WsLmbg5lY2l30Wex37600kkklKSSSSU//Z/+0YQFBob3Rvc2hv
cCAzLjAAOEJTTQQEAAAAAAPHAFaAAMbJUccAgAAAgAAADhCSU0EJQAAAAAEM3P+n2ox74J
BxB2rq8Fw044QklNBD0AAAAAAPcAAAAQAAAAAQAAAAAAC3ByaW50T3V0cHV0AAAAABQAAAA
BQ
c3RTYm9vbAEAAAAASW50ZWVudW0AAAAASW50ZQAAAAABJbWcgAAAAD3ByaW50U2l4dGVlbkJP
dGJvb2wAAAAAC3ByaW50ZXJOYW11VEVYVAAAAAEAAAAAA9wcmJludFBYb29mU2V0dXBPYmpj
AAAAAFQqfBDAEQaQwBDwENQRCBEAESwAgBEYEMgQ1BEIEPgQ/BEAEPgQxBEsAAAAAapwcm
9vZlNldHVwAAAAAQAAAAABCBHRuZW51bQAAAAAXidWlsdGluUHJvb2YAAAAAJChJvb2ZDTVILADhC
SU0EOwAAAAACLQAAABAAAAABAAAAAAASchJpbnpRpdXRwdXRpCHRpb25zAAAAFwAAAAABDc
HRu
Ym9vbAAAAAAQ2xicmJvb2wAAAAAAAFJnc01ib29sAAAAAABDcm5DYm9vbAAAAAAQ250Q2Jv
b2wAAAAAAEXibHNib29sAAAAAABOZ3R2Ym9vbAAAAAARW1sRGJvb2wAAAAAAEludHJib29s
AAAAAABCY2tnT2JqYwAAAAEAAAAAABSR0JDAAAAAAwAAAAABSZCAgZG91YkVv4AAAAAA
AAAA
AEdybiBkb3ViQG/gAAAAAQAQmWgIGRvdWJAb+AAAAAQAABcCmRUVW50RiNSbH
QA
AAAAAQAABcGqGVW50RiNSbHQAAAAAQAABSc2x0VW50RiNQeGxAUgAA
AAAA
AAAAAaP2ZWN0b3JEYXRhYm9vbAEAAAAAUGdQc2VudW0AAAAAUGdQcwAAAAABQZ1BDAAAA
AExl

ZnRVbnRGI1JsdAAAAAAAAAAAAAAAAAFRvcCBVbnRGI1JsdAAAAAAAAAAAAAAAAAFNjbCBVbnR
G I1ByY0BZAAAAAAAAAAAAAAAAEGNy3BXaGVuUHJpbnRpbmdib29sAAAAAAAA5jcm9wUmVjdEJvdHRv
bWxvbmcaAAAAAAAAADGNyb3BSZWN0TGVmdGxvbmcaAAAAAAAAADWNyb3BSZWN0UmlnaHRsb2
5n
AAAAAAAAAAAtjcm9wUmVjdFRvcGxvbmcaAAAAADhCSU0D7QAAAAAAAEABIAAAAAQACAEGAA
AAB
AAI4QklNBCYAAAAAAAA4AAAAAAAAAAAAAAAAAP4AAADhCSU0EDQAAAAAABAAAAAB44QklNBBkA
AAAA
AAQAAAAeOEJTTQPzAAAAAAAAJAAAAAAAAAAAAAAAABADhCSU0nEAAAAAAACgABAAAAAAAAAAAI
4QklN
A/UAAAAAAEgAL2ZmAEEAbGZmAAYAAAAAAAAEAL2ZmAEEAoZmAAYAAAAAAAAEAMgAAAA
EAWgAA
AAYAAAAAAEANQAAAAEALQAAAAYAAAAAAAAE4QklNA/gAAAAAAHAAAP/////////////////
////////8D6AAAAAD//////////A+gAAAAA//////////
////////wPoAAAAAP//////////8D6AAAOEJTTQqIAAAAAAAQ
AAAAAQAAaKAAAAJAAAAADhCSU0EHgAAAAAABAAAAAA4QklNBBoAAAAAA0MAAAAGAA
AAAAA
AAAAAPIAAAC1gAAAAcAMQBfADAAMQAYAF8AMQAAAAEAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAQAA
AAAAAAAAAAAAAC1gAAA8gAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAQAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAQAAAA
AQAAAAAAAG51bGwAAACAAAAABmJvdW5kc09iamMAAAABAAAAAAAAAAUmN0MQAAAAQAAA
AAVG9w
IGxvbmcaAAAAAAAAAAExlZnRsb25nAAAAAAAAAAABCdG9tbG9uZwAAA8gAAAAAUmdodGxvbmca
AALWAAAABnNsaWNlc1ZsTHMAAAABT2JqYwAAAAEAAAAAAAAAVzbGljZQAABIAAAAHc2xpY2
VJ
RGxvbmcaAAAAAAAAAAB2dyb3VwSURsb25nAAAAAAAAAAAZvcmlnaW5lbnVtAAAADEVtTbGljZU9y
aWdpbgAAAA1hdXRvR2VuZXJhdGVkAAAAAFR5cGVlbnVtAAAACkVTbGljZVR5cGUAAAAASW1n
IAAAAAZib3VuZHNPYmpjAAAAAQAAAAAAAFJjdDEAAAAEAAAAAFRvcCBsb25nAAAAAAAAAA
BM
ZWZ0bG9uZwAAAAAAAAAAQnRvbWxvbmcaAAPIAAAAAFJnaHRsb25nAAAC1gAAAAAN1cmxURVh
U
AAAAAQAAAAAAAG51bGxURVhUAAAAAQAAAAAAAE1zZ2VURVhUAAAAAQAAAAAABmFsdF
RhZ1RF
WFQAAAAABAAAAAAAOY2VsbFRleHRJc0hUTUxib29sAQAAAAAhjZWxsVGV4dFRFRWFQAAAAABAAA
A AAJA9G9yekFsaWduZW51bQAAAAA9FU2xpY2ViI3J6QWxpZ24AAAAAHZGVmYXVsdAAAAAI2ZXJ0
QWxpZ251bnVtAAAAAD0VTbGljZVZlcnRBbGlnbGAAAAAdkZWZhdWx0AAAAC2JnQ29sb3JUeXB1
ZW51bQAAABFFU2xpY2VCR0NvbG9yVHlwZQAAAAABOb25lAAAACXRvcE91dHNldGxvbmcaAAAA
AAAACmxlZnRpdXRzZXRs25nAAAAAAAAAAAxib3R0b21PdXRzZXRs25nAAAAAAAAAAAtyaWdo
dE91dHNldGxvbmcaAAAAADhCSU0EKAIAAAAAADAAAAAI/8AAAAAAADhCSU0EEQAAAAAA
QEA
OEJTTQUAAAAAAAEAAAAAThCSU0EDAAAAAAPLAAAAAEAAAB4AAAAoAAAAWgAAOEAAA
APEAAAY
AAH/2P/tAAxBZG9iZV9DTQAC/+4ADkFkb2JlAGSAAAAAaf/bAIQADAgICAKIDAKJDBELCgsR
FQ8MDA8VGBMTFRMTGBEMDAwMDAwRDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMD
AwMDAENCwsN
Dg0QDg4QFA4ODhQUdG4ODhQRDAwMDAwREQwMDAwMDBEMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwMDAwM
MDAwMDAwM
DAwMDAwM/8AAEQgAoAB4AwEiAAIRAQMRAf/dAAQACP/EAT8AAAEFAQEBAQEBAIAAAAAAAAA
AMA
AQIEBQYHCAkKcWEEAQUBAQEBAQEAAAAAAAAAAQACAwQFBgcICQoLEAABBAEDAgQCBQc
GCAUD
DDMBAAIRAwQhEjEFQVFhEyJxgTIGFJGhsUIjJBVSwwIzNHKC0UMHJZJT8OHxY3M1FqKygyZE
k1RkRcKjdDYX0lXiZfKzhMPTdePzRieUpIW0lCTU5PSltcXV5fVWZnaGlqa2xtbm9jdHV2d3
h5ent8fX5/cRAAICAQIEBAMEBQYHBwYFNQEAhEDITESBEFRYXEiEwUygZEUobFCI8FS0fAz
JGLhcoKSQ1MVY3M08SUGFqKygwcmNcLSRJNUoxdkRVU2dGXi8rOEw9N14/NGIKSFtJXE1OT0

pbXF1eX1VmZ2hpamtsbW5vYnN0dXZ3eHl6e3x//aAAwDAQACEQMRAD8A9VSSSSUpJJJSkkk
klKWN1UY9oaMrqZ6fL7BXtsbUTtLfoGWbtv5271PprZWVlsucP0XTac4+pYHG1zGwDH77LPp
/Rf/AMWkpli9Y6NVTVjnjqVNz6mNYbH2sL3kCN79fdY/6b0Z/WeksBc/MoYA5zCXWNEOZAsaZ
P+D3N3rOJ6gQ8O6BQS1u6setWQ5wexu3d6H6P2O9f/rau4eO68PdnYFNO4ixjYY5wLx+Izbt
3s9Vmxu65j/0v/W0lNjG6l0/Lea8XJqve0bi2t4cYPf2nzVlCrxcap2+qplbo2y1oGmmnt/q
oqSJJJJKUkkkkp//9D1VJJJSkkkkKSSSSUpYnU7ulNaK8/Mfj+pc9rGtMy4Q/bs2WbfZ/
59/4RbazcizqzC37DRVcw2WCz1HkECZa5un9dv5/+D/l7Epxzm/VxraWM61lVNYG7Gse8bgw
tcd49L3b9n6X/wBSK9jdZ6K1jbW9SstrpdaPfuMkPqrs3/ow6xtVmbj11f109V31o9Ld9gxK
iT/NeqZ1duc4uY1zP3/3/wCwiOv+s2xn6riklhNgFjj7t1n6NjXNra79D6Pv9X+dfYkpkPrR
0JxaBlAl5AYayz3T+57Pf/ZTD61dALnN+2NBYSHy14DY+lvCwBWNbt97nIuCeQW5D/2jiUU
aAw2VP8AULnA+2N7K3exrnfSar4Y1rQ1oAaBAaBpA7JKY0X05FLL6HB9VrQ5jxwQdQURJJJS
kkkkkP8A/9H1VJJJSkkkXqpa9rnOc8kvf8AnvHD3DgOSU2ElTzelY2bR9nudaKy9j3BtjgT
sO9rdxLnNbu+lsVZ/wBWulPtNr22Fznvsd+kf6x3qu927f6e/8AwW70klOoXNBgkA/3rC6s
emBzPtt2TUTZYG+gb15H6Nrtm5v82rf/N7p22psPioj0i57nOBnduNlhY//rj09zOrgAdO
dQ1ossD/AF97tCZY72lrva/f7ElONj1/V/INWO27qTXZDIrDrMlplaHbgYPse393/wBK12db
0EZLqsi7OZZWC0trOtW8uv3fq4/es2b/APrf+BV/Z9aQ4AWYJb3c5ls/5rXtRGN+sXpH1H4Z
t90bW2BvNXpfSe53/cr1P+sfy0lOHw76tuL2Nyc+22N5bOQCAPdu9PaytrtH7P8ACrSwup9F
6d09t7Lsl2NkXECy8X2nftI5ta+xtf6v/U3/APGlgZ9aw7aH4O0A+9zbNSf5DH/2vpqY29Zg
5hdbhuaLAHhrLBNU+5zd1jtt2z+XsSULweudOzsp+HQ932mpu+yp7HNLQDtdu3N27mud9FaC
SSSJJJJKf/S9VSSSSUpCx/5s/17P+reioWP/Nn+vZ/1b0lJukkkKWD1avpTywZ2JkZRL7m
sNAsGE7S9v6N9fusYz9Hs/0Vn8tbyzMs5ra5x8ynDb6ry51te+Wg/m7ra/o+/7/X+cSnGbh/V
8Uss/ZOCbcdvpbLpYWObtDZusDqWv3fnu9P0mf5+sz6udHsoeRjvr+0tbvDnv3CHeu3Rz3tY
9lv7qjXjFWF8ub1Oh9c+wigGRAGuLbA3/wAn/O/ov5haWKzJrx2MyrW33id9rGem066RXus2
+3+Wkpzf+afQ4IdS5wMRNtmgAbtY0tsb7fYrWF0XpmBe6/FqNdrmlhcXvd7SQ8t22Pe36Tve
SSUpJJJSkkkkkIP/0/VukkkKQsf+bP9ez/q3rlMn6ziyy3JwutUDCusZXjMfi2kte6s2V1i
9rPfXf6F73v9F/8A4H6dwWfWm0PDf25hDcXPDG4V8wDuMu3/AJzt293p/Q/7dSU9skqPRup4
/UsIW1XNyH1EVZD62PYz1Q1j7fTzf+k2fpPYrySILC6pXiO2+r0h3U3+pdDgxha36AfudYf8
M3az6Hv9JbqwurFor/5T/Z791zmNJhr4dXNbtjmWO93t9n6x+m/QpKVjdQo6ewV4vR8usXn1
bGV1j+cc2IsJs/nPTpZ/4GtfEyH5GO219L8dxLgarlDhtcWa7S5vu27kEdX6S1b9uxyeP51k
k6eDvNOeq9LaQ12ZQCYIBtYNHDez8789nvYkptpKr+1OmbS/7XRtEEu9RkCTsbru/f8AYjUZ
GPk1+rj2MurkjFW4ObI59zUIJekkkKSSSSU/wD/1PVUydJJTl5XRb7nXuo6jk43rGs1srLd
lXpgNLaWbPoWtb+kZvVWvoGbZud+287bvcGhvpD2g7Nr91Nm9zI9r/8AwNbyFjFzZ/r2f9W9
JSsal1GPVQ6x9zqmNYbrIL3lo2+pZtDW+o/6T/aipJJKUGXYWHKEG+iu0tMgvY10HifcEdYn
VbqfVb6/VX9P2m0NYwsAcAKvp7mPd+i+l/pP0qSnQ/ZXS4I+x0Q7Uj0manz9qc9L6aYnEoO0
Brf0bNGt+g0e36LIWLvd0/1QB9YrXmtrnPY6yrXcPS9V36P6PqWsc3/A+r6exQ9fp9T7GXfW
SxljCZl9bNo5buZaxzPb/wCk/wDriU7g6T0pu7bhY49Tbvipnu2617vb7tn5isU000Vtqorb
VU36LGANaJ19rW+1Vul5ONditZRLjNdQAY22QXbh/pQ36D1cSUpJJJSkkkkkIP8A/9X1VJJJ
JSKLg/mz/Xs/6t6KhY382f69n/VvSULSSSSUpZOa3OeSyjCozaS6wWtucBr+jdWW7mvb+9+j
2/8AXK1rLC6rb0plgGdm3Yzy+wVNpe8EmKt3tpa/3s3M9P8A4xJSRh6vXW4s6TjMfvADG3AA
tMussL/Qb7t7K/Z6f/mEC/rNYc5nR8feSTDbyfzt5Oxvvd+5/4KqDMn6vBr6x1nNuFrmu3C
y1wkCz+bfVVt2W+p7/8AB/ofZ/NK/hdIwcuirLxexZtRlcyw5FmoY/cWxZ+Y57Nj/32JKdH
prLG4024teFYSQ6mohzYb7GP3Maz6dbW/wBRW0kkKSSSSUpJJJT//W9VSSSSUpVqaQ5rjv
eJss0DiB9N6soWN/Nn+vZ/1b0lIcypzMrHdQ66+sPj31WOY8R+69qrP+r+O+42nJyvdY61zR
e9o95DvRlm17aG7fZW1y1EklOYegYrhVvuueaY2ve/e8kO9Tc+17XWO9w/eUrf2sHRgChzBY
/wBQ5Dnl0e1zNmwfvb2RXP9a/QZBfntyYa+wNsoNm1pIqlrg0+l+k9np+z9/wDlpKbDR+sg
tbvqwgx/ute11gcCBG3Z6f6T/B/pPU+h+YoNd9aWctvo4AkWtdYGtAHZ23/ANF/+TWU2j6u
2Oe5uLnlrA47IvaAQ8UxWdzXb3ut/R/pPofzaIKOGVVuecbqGxu/F2k5Ohewtucyv1NzdzP0
P2iv/rCSnd6e7qzvUHUq6GfRNRoc50zO9tjbGN27Pb9F36T+Qri5THPQKbq7GY/UX2UvDwXM
v27iZYXN9tD9r/3G/wDGrWZ9Y8B7tra8ndtc+DRa3Rjs9/ucwN3e30v+O9iSnVSWQ36zYL3M
Y2nK3vLQ1hx7Guhzm1+o5rmDZWxz/e5610IKSSSSU//X9VSSSSUpCxx5s/17P+reioWN/Nn+
vZ/1b0lJukkkKlWZkDq5f/k+yhg9R+8XhZpEN2ubsLPou3LTVHN6L0zPcx2XQLSwlwkkaAa
/wCifztjP8xJTXLfrONRdhOMu2s22Nlv5u5+5/u+h9GtSDPrH6IBvwzf3IZYG/SdO1vqOd/N
bEx+q/QiDGKGlxLi9rnho3Fzt4fu/PT/wDnronoDHGK1tAIPpguDTDnW+73f6R/qJKYbPrU
G/z+Du7k12xOsB6v/fqVC0VMFxabdo9QsBDS6Pfsa7c7buWUfql9XXM2OwmuaZmXPJ1/IF
+5a7WtY0MaLa0AAeQSUukkkkpSSSSn/0PVUkkkkKQsb+bP9ez/q3oqEcXGJJNLCSZJLRqT8
klKsycap2y21jHRu2ucAY/e1/qqJzcIEA5FQLvogvbrPhqh3dK6be5r7sat7mDaxxaJA19rf

89G67oPRnN2nDq2lrWFOaACxk+nWQ3/Bt3v9n8t6Smwc7DaGk31w8hrTuEEnj/qITzzmPc01
dQZ08Nc4Frq2O3tHp/nXO/N/fz/pUdvr+lsn08ausOdvCkxsBdDW73ivbud+irVHPxqW3VvP
Sjmmt9ljCzYA3St87HubXZZZsb6fqJKZU1dUt3tHWarLHFr2CqmuGtaYtZs9SxzmV/f3exSu
wfrA60mnqjK63H6Jx2uLR7o2+737vb9NV8aqnBsruXOiOpvsAYTWWANFu+x/qw7819FXq+1/
86ruD1PMYbWMt6dfjMeCfVsLNogDRzA/1m793s3VJKR2YHXS4bOqBols/oGaNDAYznduc+9v
qs/0fqf4T001nTetPaB+1C1w3jeKWiQ4+wGvd9Orb/Obv31rJJKcxuF1trqd/UW2MbYXXD0W
sLmbg5lY2l30Wex37600kkIKSSSSU//ZOEJJTQqHAAAAAABdAAAAAQEAAAAPAEAAZABvAGIA
ZQAgAFAAaABvAHQABwBzAGgABwBwAAAAFwBBAGQABwBiAGUAIABQAGgABwB0AG8AcwBoA
G8A
cAaGAEMAQwAgADIAMAAxADcAAAABADhCSU0EBgAAAAAABwAEAAAAAQEA/+EN1Wh0dHA6L
Ly9u cy5hZG9iZS5jb20veGFwLzEuMC8APD94cGFja2V0IGJlZ2luPSLvu78iIGlkPSJXNU0wTXBD
ZWWhpSHpyZVN6TlRjemtjOWQiPz4gPHg6eG1wbWV0YSB4bWxuczp4PSJhZG9iZTpuc3ptZXRh
LyIgeDp4bXB0az0iQWRvYmUgWE1QIENlcmUgNS42LWMxMzggNzkuMTU5ODIOLCAyMDE2LzA5
LE0LTAxOjA5OjAxcAglCAglCAiPiA8cmRmOlJERiB4bWxuc3pyZGY9Imh0dHA6Ly93d3cu
dzMub3JnLzE5OTkvdMlviMjltcmRmLXN5bnRmCl1ucyMiPiA8cmRmOlRlc2NyaXB0W9uIHJk
ZjphYm91dD0iIiB4bWxuczp4bXBNTT0iaHR0cDovL25zLmFkb2JlLnNvbS9S94YXAvMS4wL21t
LyIgeG1sbnM6c3RSZWY9Imh0dHA6Ly9ucy5hZG9iZS5jb20veGFwLzEuMC9zVHlwZS9S9ZXNv
dXJjZVJlZiMiIHhtbG5zOnN0RXZ0PSJodHRwOi8vb3NvbWUyYWRvYmUuY29tL3hhcC8xLjAvc1R5
cGUuUmVzb3V5Y2VmdmVudCMIiHhtbG5zOnhtcD0iaHR0cDovL25zLmFkb2JlLnNvbS9S94YXAv
MS4wLyIgeG1sbnM6ZGM9Imh0dHA6Ly9wdXJsLm9yZy9kYy9lbGVtZW50cy8xLjEvIiB4bWxuc3pwaG90b3Nob3A9Imh0dHA6Ly9ucy5hZG9iZS5jb20vcGhvZG9zaG9wLzEuMC8iIHhtcE1N
OkRvY3VtZW50SUQ9InhtcC5kaWQ6OTJGODYyREI0OUVGMTFFN0EyMTREOUExMThDMzZERTIi
IHhtcE1NOkluc3RhbmlNSUQ9InhtcC5paWQ6Y2NiODYwZWUtNGJhZi1kNDQ2LTJhM2EtZTli
ODcwZDFlZjEzIiB4bXBNTTpPcmllnaW5hbErvY3VtZW50SUQ9InhtcC5kaWQ6OTJGODYyREI0
OUVGMTFFN0EyMTREOUExMThDMzZERTIiIHhtcDpDcmVhdG9yVG9vbD0iQWRvYmUgUGhvdG9z
aG9wIENDIDIwMTcgV2luZG93cyIgeG1wOkNyZWFOZURhdGU9IjIwMTctMDYtMDVUMTY6MDQ6
NTYrMDM6MDAiIHhtcDpNb2RpZnlEYXRlPSIyMDE3LTA2LTA1VDE2OjE1OjEzKzAzOjAwLiB4
bXA6TWV0YWRhdGFZEYXRlPSIyMDE3LTA2LTA1VDE2OjE1OjEzKzAzOjAwLiBkYzpm3JtYXQ9
ImltYWdlL2pwZWciIHBob3Rvc2hvcDpDb2xvck1vZGU9IjIwMTctMDYtMDVUMTY6MDQ6
aWxlPSIiPiA8eG1wTU06RGVyaXZlZEZyb20gc3RSZWY6aW5zdGFuY2VJRd0iMkI5RjgyMDI
NzlgN0M3NTZDMDRGNEE4NkNCQTUxNEUiIHNOUmVmOmRvY3VtZW50SUQ9IjIwMTctMDYtMDVUMTY6MDQ6
RjdDNzU2QzA0RjRBODZDQkE1MTRFIi8+IDx4bXBNTTpIaXN0b3J5PiA8cmRmOlNlcT4gPHJk
ZjpsaSBzdEV2dDphY3Rpb249InNhdmlWkIbzdEV2dDppbnN0YV5jZU1EPSj4bXAuaWlkOmNj
Yjg2MGVILTRiYXVtZDQ0Ni04YzNhLWU5ZTU5ZTMGQXZlYXMyIgeG1wOkNyZWFOZURhdGU9IjIwMTctMDYtMDVUMTY6MDQ6
Ni0wNVQxNjoxNToxMyswZmowMCIgc3RfZnQ6c29mdHdhcmVbZ2VudD0iQWRvYmUgUGhvdG9z
aG9wIENDIDIwMTcgKfDpbmRvd3MpliBzdEV2dDpjaGFuZ2Vkb2V0IGJlZ2luPSLvu78iIGlkPSJXNU0wTXBD
PC94bXBNTT0iaHR0cDovL25zLmFkb2JlLnNvbS9S94YXAvMS4wL21tLyIgeG1sbnM6c3RSZWY9Imh0dHA6Ly9ucy5hZG9iZS5jb20veGFwLzEuMC9zVHlwZS9S9ZXNv
dXJjZVJlZiMiIHhtbG5zOnN0RXZ0PSJodHRwOi8vb3NvbWUyYWRvYmUuY29tL3hhcC8xLjAvc1R5cGUuUmVzb3V5Y2VmdmVudCMIiHhtbG5zOnhtcD0iaHR0cDovL25zLmFkb2JlLnNvbS9S94YXAvMS4wLyIgeG1sbnM6ZGM9Imh0dHA6Ly9wdXJsLm9yZy9kYy9lbGVtZW50cy8xLjEvIiB4bWxuc3pwaG90b3Nob3A9Imh0dHA6Ly9ucy5hZG9iZS5jb20vcGhvZG9zaG9wLzEuMC8iIHhtcE1N
OkRvY3VtZW50SUQ9InhtcC5kaWQ6OTJGODYyREI0OUVGMTFFN0EyMTREOUExMThDMzZERTIiIHhtcE1NOkluc3RhbmlNSUQ9InhtcC5paWQ6Y2NiODYwZWUtNGJhZi1kNDQ2LTJhM2EtZTliODcwZDFlZjEzIiB4bXBNTTpPcmllnaW5hbErvY3VtZW50SUQ9InhtcC5kaWQ6OTJGODYyREI0OUVGMTFFN0EyMTREOUExMThDMzZERTIiIHhtcDpDcmVhdG9yVG9vbD0iQWRvYmUgUGhvdG9zaG9wIENDIDIwMTcgKfDpbmRvd3MpliBzdEV2dDpjaGFuZ2Vkb2V0IGJlZ2luPSLvu78iIGlkPSJXNU0wTXBDPC94bXBNTT0iaHR0cDovL25zLmFkb2JlLnNvbS9S94YXAvMS4wL21tLyIgeG1sbnM6c3RSZWY9Imh0dHA6Ly9ucy5hZG9iZS5jb20veGFwLzEuMC9zVHlwZS9S9ZXNvdXJjZVJlZiMiIHhtbG5zOnN0RXZ0PSJodHRwOi8vb3NvbWUyYWRvYmUuY29tL3hhcC8xLjAvc1R5cGUuUmVzb3V5Y2VmdmVudCMIiHhtbG5zOnhtcD0iaHR0cDovL25zLmFkb2JlLnNvbS9S94YXAvMS4wLyIgeG1sbnM6ZGM9Imh0dHA6Ly9wdXJsLm9yZy9kYy9lbGVtZW50cy8xLjEvIiB4bWxuc3pwaG90b3Nob3A9Imh0dHA6Ly9ucy5hZG9iZS5jb20vcGhvZG9zaG9wLzEuMC8iIHhtcE1N

[illegible]

[illegible]

[illegible]

eqRvICsjeuiBD6iHg6+jwZVX4fhxVda/IT5Qg8lXflAwzT6bfyPcX1zPKz3c927iQ3ck+zm5
9RUkWT+ZF/ZXFUZ5K8haT5SivGtrm81LUdSkWXUdX1Kb6xe3BjXhEJJalOESfDGiqqr/ALLF
Us84flB5X81au2p3txf2j3MKWmrW1hcm3g1C2icvHDdoAfUVSzLyRo5ODcOfDFXXv5Q+WLzR
vM+mTT3rDzbL6mp3hlVrhY0asEEBZCkUFsv7u3j9NuEf82Kt+cPyi8r+atWOpXs99aSXEkWm
qwWFy1vDqFrGxdlbtVB9RFJb4kMUnFmT1OGKoHzH+Seia1q2o6gmuazpEerW9vZ6lp+mXENv
bTW9qjRxxspgeTjwd0I9T7LtirMZPLWiSeWj5ae0VtENp+j/AKlvx+rCP0hGD9raP4RvyxVj
3kz8qNB8q6mdUhvtR1W/W1FhZz6pc/WTa2YYN9XtwFjCR1VftBn+H7eKrf8AlU2hf8q1/wCV
f/pDUf0Vy5/XvWj+u1+ufXf730/Tp6nwf3X9z8P2vjxVOJvJumTecD5pmlnkun0ttGexdla0
a3ecTszRFamUsOHL1OHp/DwxVNLHSDl08ytY2cFo05T1jBEkZf0kWKMTwA5cIkSNOX2Y0RPs
riqMGKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Ku
xV2KuxV2KuxV/9b1TirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdir
irsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirFfP3/TOf9tyy/wCN8VZV
irsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdir
sVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdir//X9U4q7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq
7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7F
XYq7FXYq7FXYqXz9/0zn/bcsv8AjfFWVYq44qwrzH+cX5deW9am0XWtVa01C3WJ7hPqt3JH
Es28bSTRxPCit4vJiqK80/mh5C8qyWkWu6xFaPfJ61sirJOTDWNrEqRjwh/4ufjF/lyqt8yf
mt+Xvlt7FNZ1uC3OoxLcWZUSTBoGICzMOKyLHAxYBZpOETfzYqh/MH5yflr5evprHVbtjr7u
BYZJYhFPKRHCKXjkHpRyBo+Iq0i8o4/h9Rk5riqM8y/mb5E8tWFjqGtaxDb2upr6mnvGHnM0
fEOZY1gWV2iVGvml4+mqt8bYqqXn5i+S7QVml1SMKdKk16N1WSRH02Icnu12RWWXivxenGWl4
/sYqvn/MHydbzTwT6pHC9rp66xctIHVI7KRuKSu5URpzP2Y2b1W/kxVAWP5ufl3f6Bd6/aay
kmmWE0NveyelOJIZLmRYoQ8DRidRK8i+m/pgC+1y4LyxVNNU86+WdKvL+yv7z0bnS9NbW7+P
05W9OwRnVpqojBqNDJ+7QtL8P2Ps4qpX/n/yfp50/wCvanHbrqlnPgNk0iuqta20ayzSsxXj
EqRyI370ozfs/ZbFUB5T/NryB5u1ZtJ8v6m13fpbteGJrW6gBt1kWMyK88UubrzkRRwdvtYq
nzeYNHXzCnl0z01mW0fUEteD720ciwtJz4+ntl6Lw58/8njirXl3zFo3mPSIdY0W5+t6bO0q
Q3AV0DGCVoZnPFvvhkidd1+L7S/DiqXWH5i+Tb+HQZrTURKnmcyjQx6Uwa49FS8pCFA0aoq/
E0yxr/wa4qh9B/Nb8vtf16XQdI1qG71SLnSBVkvZPSP7z0ZXVYrjh+36EknH9rFV035neR4f
LWm+Zn1Fv0Lq7+lptytcuZX4SS8REsZmHwQst8Ua/Y/mZcVSe0/P38qLuO6lh1qQQ2PEXks
tjfwPExmjgUO8kCKp9WeJSK/Dy5/YVsVTny9+aHkHhZDY6lfaTrUM1ppC89SlcPAIlypcSsJ1
jPpMqlkmH7p+PwO2KqGjfm7+XWs6dquo6brKT22i27XupH0p0kjtKvnaYRPGsskfFW+OJH5f
s4qu0P8ANj8vNdbUF0nWort9Lt2vLxUSUEWybtNHyrFwjX7LPB6i8/3f2sVQOk/nh+WWrS2s
VjqsrtzewWto0ljfwPjNdnXgUSSwIn7xujcuP/BYqml/+ZnkfT9VTSrvUxFfPqMOjrGYZ2Bv
540mjh5rGY6tHKH5cvtTlxdlfUafOfpfM0/ld79V1y2sTqlxasrqWYcRmVpSPRX4mHw+p
6nH4uPH4sVSnSfz/LjV7TVbvTdbiuldEtpL3USscwZLWJSzZlJrZxLpXwLlJfZX4sVROu
/mX5L0K20+51O/eKLvYHu9P9O2up3lhj9Iu4SGJ3Xj9Yh+FlVvi/yH4qpdov51/lrrUccum6
rJNFLdW1hFK1nex11zeSGGCNWlgQEveIrLyHwx/7s4Yqye78w6RZ61p2i3M/p6nqyXEmn2/B2
9RbQIOx5qCicBLH9tl5cvG5YqmeKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV/
/9D1TirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdir
sVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirDPzOuLm3s9CmtbV72dNasjHaxtGjOavs
GlZlX/smXFUR/ivzf/1JV/8A9Jmm/wDZTirBPz6uPPFx5c0ObSbWWyMg1E3VryV5o7v9GXH1
VS0LOp/3d6fFMX619VxVh2s2nmW6u/zFh8nS6dF5ffyvow1BL9ZPXaxNhc8FtZUPpRSeh6o5
zRyJy9P7OKso/Lq78vXnnLzJd3sSwaXc+UtBm0yG6oXTSJLaZrhWY9VVyolp8PLFWKEXU1G4
/I/09Bl0yPzLH5Y4+Z/0kk/rtozLcGzW3evoLWH1eLoska/B6v7OKsm/K6byrL5n81TSol9M
fyr5deNLxlaZdONjKZRXpWiel6/7PLFuG/Lu68xXeg+TdD0650/Q9Rs/Kkupah5jv7MXsy6
bLeNHfBRI0kK+jxiEk/NuPH0/wDZKpHrj6g/5O+Qo9KMY1JfKvmCS5e4qYf0YLILdoAnx+u1
YPqzcvTV0/e8l+HFVurf4lTR9bt9Zksm1ae88nNc3AWX9GDSyWW0E0bETcUuEc3f7z4/U/dc
MVTj80NJ83RQ+btR1zVdEl1+ew0KKTTdLiuo1ATW4jbXFwszyk1rLH8L8vTVPh/mVTHzOvnJ
fMP5hjzZLp0upf8AKvLn0m0qOeKAQ+pd8Qy3DyuZOfqVYNx48P8AKxVh+qaNJ5s/w7q+s3km
l6brHlvWLXT2cVFvp2k2duUuGjqvL152ubht1ZrdoVxVn/5Wa75117809E1nzTZ2NjJf+TJb
ixgsDMP3El/bMplSUfu3aoKojup+1iqK/M641Zvzn0zRtlLx6l5h8t3GIRXkY/3mjlv4ZLm
4r+y0NrDOOX/ABf6S/tYqyX/AJx2torX8odHtYRSKC41OKME1IVNTuVA39hryH8sW82RaL5
TN+beWK48qa9F5O+pCRZYp1aJ5frXpKHkLH6TQ8F/4r/axVlFj+jf8ABH5Efoj0/r/16x4e
lTn6X1Cb9J0p29T+/wD8rFWNeSU88/4K/KBtRl0xvLB161/R8VvHcC/EnpXnEzO8jQMvH1f7
uJf91/5WKpv5t+rf8qt/Nr63x+q/41h9fn9n0/rGl8+XtxxVH/mvrFho35ieY9RjsLbVIF8m
QQXthOA1rJcXWriJBZfWQKLwX1Hd91f0P2l+FsVS3zXZ+ZLHzP5ttfMWuWmsan/yrjWXaOzsx
ZrbxmWPhEQJJfUXl6nps3FuPL4fixVG619Ra48gHSTGVXyNq5uzFSn1L6hbi3rT/AHX69eP+

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

hftqto66uvzjuvNfk2xuvNE3l6XzPZXdzqOkpY6fOtlNp8MBkjkjdJXJpJXf45WaNfgxV7g
MVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsV
dirsVdirsVdirsVdir//0PVOKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KsU
/Ln/AI5usf8Abd1f/qOlxVleKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Kux
V2KuxV2KsM/M6z+uWehWvry23q61ZL69u/CVd3NUahocVRH+Af8Av49c/wCk3/mzFUJr3lvW
Lj8yPJOrW0LTaZo1rq0OoXTunJGuordYKqWV5DIYn3RW/wArjiry6R508qRfLXZRStz5it
NV8xTLpT3EKepHOLufis4LxK72snJOTceFZO7H7KqAJ+XHnuy0zSPMkmjQarri+ZL7zLq/lX
61Eicr+JreJI7iQeg8tknpOpbijMrch/AJIUhr/5a/mf5lt9ce+sV0zUNc8x6NqSS2lxDJ9U
tLeBIZHV2ZOctmiLz/dr60q8oFkTFUy138pNfGsa/deX7CKGHTX8sXvLOGSVEhnhk0H1vUt2o
WeL4HEavKirzb+Xm2Ksw0Dy3q/mj9J335kaFZNbT3Eb6H5dvVtdSFjFHCi3cyhGjMtxJyd+D
NwXivLFUm8w+SPNOrT+eLiLTyB01byzP5Z8p6fDLH+/DxyP6pA4RWyNI0MMUbN8Kp8XBcVUN
O/K/Wbj80PLWv6pCY9H0Ly1Y2xjEkbK+q20k3FHVWLEWyzesr8fS9T0+L8kxViVXKt8z/JV
h5W1sZ9D1pWYNAI0DV9Gku7eBoWF211bXCykvFKiM7rMiSculfBzb7KrM7byl5zHmj8udQ1
WQanPoenanD5h1rWjVfrv3FbBeKfu3dXeORVZlsvp+84csVELDFXYq7FXyq7FXyq7FXyq7FX
Yq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FX
TirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirFPy5/wCObrH/AG3dX/6jpcVZ
XirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirFPp3/TOf8Abcsv
+N8VZVirsVS2/wDL+kX+q6Xq13B6t/ozzSabNzdfSa4iMMP4qQr8omKfvFbj+z8WKplirsVd
irsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdir
sVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVf//S9U4q7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7F
XYq7FXyq7FXyqxT8uf8Ajm6x/wBt3V//+o6XFWV4q7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7F
XYq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyqxXz9/0zn/AG3LL/jfFWVYq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7F
XYq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7FXyq7F
q7FXyq7FXyq7FXyq/wD/0/VOKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KsU
/Ln/AI5usf8Abd1f/qOlxVleKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Kux
V2KuxV2KsV8/f9M5/wBtty/43xVIWkvP/wA3PzSTyFZ2EiwLc3F4Lybg/LilBg0edqFf23m+
rwr/AMZWk/3XirBfzP16/GoyR3XmTXytatNGhuotE8p20zQ2l0yOz3V+6eqJIJFURxSSfBC
jfz+qyqBv/zdksNRtr3XdVurU63+Xllf28Ful1JENSuWnZpljt1dIHPwj1ysfFVX4/hxV2na
Bqeqar+Vvr+a/McS+atBkvDwJh1a6jVprSws2RkAai83lkeX/fjtyxVAeafzH8zWvlfXdLsN
Qu5NUbzhefvdRPIJbPSbfV4bdVSTlyRHmmgto4l4o0Prp9lHxVMrTtfOV9pn5neabXzdq1lP
5S1W+fRbCK4P1RRZW0V1lksTBhNFIremkDfu0/tcPjbFV2r/AJoa5HJ53nsZ55NQ1XSNB/w7
pwmfhhb3F9Zxc880SlqRiCGN7mV0+16C/5OKrPLUnnfz/AGgsLLzLqOmX3lvyrod1YyQXBjF1
q2pWZuBNfuwke4jJiReEfkrpH+22KtedPzG1zRtd88eX7vVprbzFqenaDZ6JFAJ07W5F7drJ
FdQSXsFgs/ikV/Vla3Z+Kv8AE8eH8K7zV5y1vy1q35g6PY313e36ad0th5bgnuJGjnmLTp7
oEn4XSGBru5lUfvPQ+P4sVNVNL/OLXdD0rylZagsd5DNovlvUab+++m9WS5e11GtjdS5f4riO8
a1l5FX9WOSX4ef7zFXuoxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV
2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV//9T1TirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdi
rsVdirsVdirsVdirFPy5/wCObrH/AG3dX/6jpcVZXirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdi
rsVdirsVdirsVdirsVdirDPzOsLTULLQbK8j9W2n1qySWOpWqo56rQ4qiP+VXeRf+rZ
/wAl7j/ppiqJ80eRPLvmawtbDVIWe3s/U9Dg1GCzW0lpInlhjweCd0b/AGLfaRcVYNqX5Xee
7PVddXyqt1jHpXmixtLPU7vUUIbUIGsrX6mHtzCFhkaWIcmaTgsU37xI2+wyqron5V+YbH0/
WuLQ8PI9p5V+B5T/AKbb+pyk3iX/AEc+ovFv73/irFUw0X8utbsrz8tZ5prZk8naNcaZqYVp
CZJprW2gVoKoOcfO2fkZPSbjx+H+VVj0n5GakPL3niKGe1bXfNevrqcNw7yelHYw6ml9FAT6
ZZH4+szKqOnrP9vj8eKpHp/lb8wvMs35k6J0eo6fZeXdy8x3dlq73KSm8gQ29t672vCsUhng
f0ik3p8OHLn8XwqswH5NlFOXmbX0aD073Q4dF8vxM7n0eNu8ErzrwoNvSSN09RvTab+b4lUq
i/KP8wtH0+3h8r6rp1nc6n5e0/QPMk0wuC0Uun25gS9sXjCF5FSSRUSb0fsxycv2MVTLPygy
1S9tvPdmL2JrfzLpGmabpk8zSSTLNpsEyGS6qv7cjxtyR5H+22KtxflPrN35t8x+a9Yks21b
VtCg0uySB5TFFdG2aK7kYPGKJ6hVYHXlJ6LS8kTlxxVHaD+TWkw6d5cfWZpJ9X0a00aGcQuD
bO+iwusSLzjEnofWJnuf2HeRlvsovp4q9HGKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Ku
xV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Kv8A/9X1TirsVdirsVdirsVd
irsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirFPy5/wCObrH/AG3dX/6jpcVZXirsVdirsVdirsVd
irsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirFPp3/TOf8Abcsv+N8VZVirsVdirsVd
irRxVDWem6fZG4aztYrZruZrm7MMaxmWdwFaWTiBzkZVRS7f8K4qisVdirsVdirsVd
irsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdir
sVdirsVdir//1vVOKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KsU/Ln/AI5u
sf8Abd1f/qOlxVleKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Kux

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

BykWX042HJ3X+TFWH+dfzV1jRNf8/aLBqkCapBZ6TH5N02RYTM95fiWOVoI6erclXMLsreqk
f8vDlyVS/wDODzT+ZOhs3esLonml7KLy35asdRuFFlZS/W7ua8nt5Hf1In9LmkStwj/dr+yuK
px5v/NDW/L2q/mNEZjN+irPSY/LViscZYX2oRXNaHjykHOJZn9XmqRQv9leWKseP5q+ZNVh0
TTh510vyndweW9M1fUNR1JbMNf6hfwCQqKk7RxxwUX1JmgXmnqrw4fDiqc+V/wA7Y7/X/LF7
r2rWWi6FrPlEXUJ4LqSC3g/Scd7FARHNNxfZRPxi9X7HxceScsVY55f8w/m5rtv+XVwPPM1o
POiXa3SJpunOIGsrWSbmhaH4vVaH4L/Z5fDiqZx/mF+Yy6Ev5lvq0EnlFdYGnt5fNpEK6cL7
9HG6+sj999aMv7zhX0f8jFUDqf5kedYfMevtZ+cYJNQ07zNHpOleQ5LayaW8tHe3UstrKq3oV
RPM3rfEv7j7WKvoYYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
q7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
qxXyD/00f/bcvf8AjTFWVYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
q7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
5T8w+XvNeh+a/JWjJq6WOn3Oj3+im6S2la3nlS5ieKa4JT93Oh9QSP8AZb4MVSft/wAtfN1r
oflRrm3jm1pvODeaPMiQyJ6cC3KXRk4s5T1PS9WGOkfJmb7CsmKrPOXlH8yPMWty6TdaHY3M
C6vbX2j+ePvt4p7CwguEuBbrCF+tNPHxkhV1Ppyer8bLiqSar+W/nbUNb17TB5SgWPVvNEes
2fnWa4s/UtLSN7dj6USs136jC2kRU/d/33xccVdaf1/540jQfywM3k5fMUvlux1W31nSHubB
VjkwDD6JLTv6Mn2GP7vnxxVRtvy68+6UnlLUH8lW+txWVx5hubnyut1ZLb6fHqskT2tsj3BE
TpFxf+5R1X/geSrJ/wAgfy181eSbrW11yBI4ru001baSKVZE5xveSywL8Rk42ouYoAzzqvz/
d81xVb51/KzWdflX8yLtdOha41TTtLXyftStFzF3ZJMz+kxPqW7LKYV9RvT/ANb4fhVQfmTy
X+Ynmryx5/1K+0VbDXNfslbLTNH0MXUEzrFZSPKzvOGW3X1pJ3ZV9T4FTFuY1b8r9Z1L8y/OP
meeBntJtHittAi5x8Jr5rWa3aXjyrG8CSPCjSqi8bp+OKpLp/wCXnnPyyukalbeUrLzRPeeX
dK0vU9NvJ7WN7HUNNt/TEgklDxyW5DcJfQZpOUfNOS4qyXRvy61ZvO+g3vmLTbG+srLyxLY3
00UMAtf1KS8hmKw2x3UcRLxkESr/AKrPwxVLPJP5feb9NsPylivbD0pPLH6S/Ti+rA3ofWLO
aKLdHb1eckij9z6nH9rFUVp5d/mJ+hf+VY/oqD/B36a+v/4j+sx0/Rn179IfVvqtPX+s+p8H
Ono/5WKpd5i/Lvz5fS+b9GtfJsLy+YNfOo6Z5zlurJWsYCbekqIGa85xmB2VU4/3n+tyVfRA
6Yq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
q7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
AI0xVlWKuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Kux
T/tueX/+65ZYqyrFXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
Yq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FX
sVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsV
sVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsV
uxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Kux
V2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2KuxV2Kux
q7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
q7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXY
+XdtQtXk1P6yYY0ke1jt2twJJByV+Uj8UjdfU5ft/DirDbvzr54tvJflXUfMXnaw8pDWbaW/
vb+4tYzB1pZmWS3tILNl4ehBDKBNOWeX4U58Gfliqtpvnrzx5v8ALf5d/o3XU0W/8x3Op2+p
ajaW0Fwsq6ZHcASRxXKSKFme3V9uPH1MVU/K35t6ull+V195n163tLLzDYatNrl1d/VbWKaa
2Mt6uVRYipdqLEY+f7XLfU+85/mtD5a88qtxrFpD5dk8rXeqWUuzwiK5v47iMW/pS7SStJE
X4RRSfGvxcP2sVY5b/mN5+8taXr8PmnUXvtXPlOz17R1e2ggaK9m5200HCONOfC8ktk4SBm/
yFj44qpaj5p/NKx83qknmlm0/T/MPlvQbzTRZ2RS4F/a2z3rmYReojPJJf3bfBz/d8PgxVb
qX5jedpPNwlj80w2EEPnO18tnyilvaNK9gblImnklVrr/SEPMNHxVUub4MVdqXmr8yfkKuree
brUvOMuraf5LsbO8gsJbCwhW7l1GKYRxyRRJliRzRx/3TcnXFU5bzJ+ZflLVU0jzPrcWrya
7oeo6hp9wlpDbtZ6hp0SyyQoI6pLbhJOSTMrSckxVZ+X/nL8xYdZ8ijzRq0OsWPn7SpLqCGK
1jtmrsm3tUuxR4/71Z4Gb1A/+7/7r04vgxV7SMVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdir
sVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsVdirsV
XYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7F
XYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7FXYq7F
dlVcVUrrzNoVnrun6Dc3aJrGqpNJYwdGZ5Et15St8IIRVH7T8eX2V5NiqW+bfzI8j+UJ7SDz
Hq0WnzX1fq0bq7sVBoXYRq/pxVNPV4k4R/wCXiqap5g0dtZj0VblTqU1qdQhhAYiS2DiMyJJT
034sy8gr8k5p+y64qmQxVh35rWfreeU4rS8gjuLS51jQYri3mUSRyRvrVmro6MCro6niyt9p
cVVv+VT/AJWf9Sbof/cNtP8AqniqR+ZPy3srzrn5LftoVm/ILR7XWlB20EVuttCbXIPRVbc8
a+o6S/3cbcf2+PLFWFeVvJf5qeV7ry7qY8uwa1eaXo0vlxYJr+GMWxhvHkgvldg/7i4g9JJI
41+soiKvD9nFUz/K3yH+YFjqHlqPzLZQ2Vn5WTWJhcxzpI15eareysCkUZYZRRR27F/jbn++4
8fhfiqkdr+X/AJ60nQPpx9bybH5jm8uWGrW2saPLdWKLHJeeKlavO7RP9hv7v1OOKo7yn+Sm
sQSaRp/mDT7a6sIfKuo6dNJIY54be+vdRFzFBGrlpP8AR4XeNZlThxi+39nFUBrfk7W7+7/J

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

z9SHKtgeU2G9VpJnoyXkPkq8vKeqoCzI63CGCvcgr/uZyT3VmTtxtNXq5mJJU5ivq+Z6VlAVr
Ky1WUFmzoYTXnbq+yXppG6L/8dmOeXfXEl5InofrFOYYhbdcEpcZSZkT43GgysJ9VM71CMUm
vnrZCYk4aUrKspeVj5/o2EV0b9TozX8r/T84iV/+WZ+deEemqJzZKSlHd1Z5cZvO9XxStnQU
ffWyn15HTFNf/6ru39iH8RZ5UsYkTYMj9IysJgH4DZXVsTWloDz5iYRv0PGnKvxDIJaH6zz+
HHym7TGvrlGZHyvW38gTP0NldWy2r9D5d1C9eUBSP03L3TtzkrzM13dpXTgzl2b1yT3cmKRZ
31AcHJivI/dTfC5Q+TVbHt7KRFTtoLQNEkMp8Tyj9EzcL8G9donrGikv9gOJSD5XDo543el9
2kdC9W15EZ/XS8u6So+puXp+isqB7SX6hqpsPFz14ZQk3WbrfNN0H0yXVSSifJLlieaiuc21p
mWVUx37pnrYo2tZP1r0nQZGGO0iFyPRcZV2th3+ACow7lCF7SbkWdBPdqEKtoEyr0U3eS+ca
rfD6J3EapMQv1dF7iB7GgSW29VF8piSu65ipaynOT6viejC5Ad4t0yR2aE6kxPitovNX6SZb
RnH6SF6WnXTjJNNDXCW3/u16895FcRslsXsF4u132VN62NdThfCW0rVJb39rKt3jA7CM3qw2
0s34jM43R5XULTq2VvEqmVwY3+v3z10c5+i6+6Z5MPsnAeoO7JM8vZdit/rTfK+axAvXU963
1VT4jVVh30dvea+q4P9MnpR8/4t1k0Lt3lBsCr9I99oRCudU5fc0hTVG4i3ewyER/i+r4NtV
cX1WhfYACbZPdI0DDr+ukgilzkLPpLlIoJBVRvj6TNf7sJ69kykI+I+u7zW9VQ9NkrzaxBP3
VCjdP7dOIi9WMLMTb+zyOlefxGO0nvZ7WmJzgpp70sr2comCFXLnukvesJdUpqyqMqBR5cfH
Egwe3hXJNayY3Lpc9TaMCAp0+J+d+g80ztJXlfknBOVSTk/Sp7A5RJv0S1JmT1H6T7w7qaA3
0rYndZ1jdezu8sAcqPL2FO07SM/eJap3fqZj/6s8XUHP+KN6mYqC6ZNEMNXoWZ6j+2ma6qdN
dR/Ge2QlqbvnGaTzDC6xrVb5OG0eL9Iz5TFbtsz2B5IXlHd1b1cp7b1cu0Hx7JPU06WInS2Z
SYvN8omDZzHVWw+rPqlKxPYSYe5+ipWqv/rIkTBKL7rr6BloKOFoqdcxzhOqjx/VC9rqibhb
Wf8rc893ncL+WlLvL6L883ryxUSkbpI8PH9pnrb4QPXZ7sYHlCAnK7L1qkjeldI9MRTbn/PN
Rs/oARmt5oshycX1VGI06sarlHenryqSX5bw3uysAnW/EvE+WNu2LiFAz1QBdrcegNIJAR9v
2m+pYvt10kRSSStDuLGWdFsiF5E37QaXPLJ2rrwrQat3kyyXNTL2Sh6yU2J6ZVI5PJpX2SLnO
P9M1PCUvwO66tjeUJ4P18NbqxpB6b681s/Udb6cXHd1UgCmlWHMmr0XUbPKWvAdD0cMWGZ68
1JTivyo4b1aTS5pW/ZP0rlCB5ffn11UQrZW7t0JS+cfCL+he3CopyGOYVbo3/qV75tFQHEzU
VOJ5j2+/K+TKkCjM/q1wb0+aBB07UV7MSa6nMI+X0XzLwJBEnOQ9+oskou02vWi9GUr3M3S2
DMU+c39UJR2fn1/pOVtFz+hiyq8qVTqvSzwulTx/DRL7pTo6VyViOZbfGF8UPFcXOEtlng0
Xk28l/mX3kMSz2JFKDaB7q77rG8nyetC7rcpuR9jWvXlIWNViXfobpWxsV5YJhHCY5WWQySa
oje9JnkxD8kL0Nk6/oHcfv1yz5HXL/coPifrh2ieD6p/B8gkRbDWEf5dUyJNPiqjik1jdZx
Kh8eUHznlnHngDxNU3PIQMRF6S+UTg+pvDpPafxAKPZRO38eZUFB9cvNqjdv1rMT0/QgvSD2
CsW+nKnwrC0R5h4qi9LndGZS/sV+3ifqJTQKx1huHqN6/pikDI/pc5nK3prkegrafiByTzXp
ueqpOv49veyGEi9XX4qnLWberXr4X5Qo2EU3eUEXdJMegF8r4dPmgqbcDRsn6l0kV3im2wtS
qlfrfC8mlVHqcp2txKop4QKuC6VHAD2uc+wob96rSYbUJM1UT4Ric+eoEjdgJGO0jk2yu0z
W/v1Tq4vrUQaQ/O+YC3lQUVS4DybiMYhiusc3UjPq8L4ngqTT5KCq0rp8qRu7ikS0Y2KX5Py
rjq0PKqmUue8TXl/ht6QZnVT0RabpF8vs/1X8ni9LW/KbvOohJZUHi2rZ2upMm/Y+ReFct7O
JlUc/9Xb379Vla3awr1WDu+A6/06XlHBu0Mny4upuqf7Jfexp+npiu/MeVxvVZlt6Rv3MqHl
UWJDKopmBf1vSMqn+qRsqNLz2ah7Y6osNqctq7ydXOYlvFQZEcn7Rs/5NHld63MVUE2YezTx
9qrIb5NnyeP+T5WVuyYVYEct02RQkh99k0r8s/nwjg9IPCuDkvR9Tk4GD2dS4nUp9fw15fj1
fl7wojhYTXGu0f0xKhSb9T7MidHZytceJerCOTmhGHle17GdRGWpOSM30bXfIp9w0oxLCnn
lifpuRqtcy05j/JjgLyVVdpv8SS9BuhFlz02er0/C8W+i/PraZ2ol9SfJk6IfD0/Vs6LBpUJ
r+hFob74NeZeThr10nOwnoddd5Yt06X975O+fdaa2/s9hg+XJMkRFNSIFUogvvKTRfMOck
rsRpxVLvAKIKxL1W1Bcx+umPljuRncRX18iTrfqobusxLa/ads9JTL3Erk2G9RcMDhJp0n6
f7sE2XE6zwtl3u6G6FzTS9w8X5WHZJYKxcl66Abo3OvrIdmvhbRvzMV/qir+z+TO7ae38x46
90s61zp6iGlz8CSd1wvvb+tt4RqlUZ3y8w2123HzcU/Em3QfeRKChHV96H70lPdhoirdkFTQ
8Q3wSN3zW4bmHVZL8TVV1Bfp7fmDMvtNyHkQLpXntjr3tlvQc7Sh3pq/KuFfqvkvdc+KfEy
FAutzxXmJZ0wP8bJ+ibeKn8WD5PvIfEIIfp4Latyv9OTcnAzpfPKodjUkucOibXoMd088er/
TM/ZyxKVscnIy80j9GxerkqnlzwdH+vZrywR93y+jdO56nTfHaR7467kpeoVxeHUEnefQvkv
ieSFb1IoDuB6UC+2Hc305B5dOhG4QWxg5y0c790VRuh6vq08ivXVsUq3C5QPc0rUpRMSL2xQ
We511cbz8dIzQvn/I3m/P1feHKzzXqF6KArCUcqv35QI7xZtu7rEtuhQmSjBVOrlbzmFX24g
US89R9rOfI65cdK6yOUNlsm9UA5cfWYvG3nSih+M3kmzlWdVaE6JSR18+wyQvDWxLuYz5sp
EpTej/znodhvuDIU+x1fpXr+BHn+3khetL6pPjQTOH6i4PNy5WLFqUr3QYXK6f2UhzclHrcO
EW0ryFX7PV3AWL3lVMgGlFHCs0OxuWgVHbucHqiPQ3EOoYE6R6X2H6ze+Ug37QZlmkCmlPHs
zNK2uhLbeqtQyjed1CRNANF96h2uvdPkFmXSzBRunFKu28m6OWJGf6DMHaYKpg7OGNpC2sfm
jFUTL2C9vI9BD/vryY31eSgOXX86WT9FruA4hcdAubrPtTkpIXkRN19P7GJJxdgd6a9CYUIV
bN9SQRBD41lJpXTPTFeBda8WEm/r+n5WK7MfvGTcu41XlPn/WooDjzJP8MhFDthr1UivCX0
OzIRMRU5cRCbij7VfbJpJ8yTicmL1o9VKR6bVHAzc9e7hn697Hkn8YDU6HmdGYrdGmJlHTu3
r12mjI0DkcYlnr5ClJamJGLrc3nBauVd6BWKI+NWUv6/onI271FKK7dhyvvXVU70Ung9JB7/
lrXUxWe9nHc23bde9+EuibB8rRPkc0ModhU5SAI69ld7MrTcVWOW8nZcUge8k7s3bk2cBoUS

5X9Q/eR1xgESHC3175yqZ+eT5MXgHb18La774H69GDQmeTAlzD2wIK0LZ5cRXLE/7LzS4+Lk
BT+P1/tvygP7juqLXhKKS+ta/PnYqEw6hcSJMzspg5ZMXorq5MmdrrLKBeG2Cit99vIOjVGH
OMI+PgPxxaVOotvruKeSPH4zeTkJEm0PqQydndSX5T4/eLs82L0U/09Vv0cv4yoK7yetvbHb
0jwaC6PzIUDVSaQnKgF6SUBEofNwKI4eaVRh4VN8nCXV218q9NPkHHckzRgPKVMLcsXeEIoj
0yqSSqQm91uZxLc691uRbPuVPCOe2I8mGROHQI+WmLPOLuVJyRtnPk3/rkKvVwmXeU0oTgzc
Q56x/0iFPxiKcx39q4x7N7K50nBTPXQPaf3jSudXdKpVJA/303q7f1EFbXywb9Yb0Y3aL35z
LjY159O0Khen/CSdg3TzLpe8gX8r99a/sOOC9ReJMMp7nvZXM8d4vbndnLyJ55viqPICJ+h5
2WkeTQP/1rP1C/0GVTCFJKx4r36s3z1UMaxWIrwjJObWUqX8ru6R6uQFa5IqjPF6NrfppPnt
ldBu8lruFooDb64LxQEc2+vZ2koVz0uqlGZJBMQRu/cqLWqT5yP2Y/Jm4isTb2h8VjZUmfcN
Lb8gT0Kpssufa29u2V1hTZbYulthVKk14xuJV/W0UGyK/6G8f6vJu+4C8E5d++Uq4xbPvaDV
5O6PyiQPPdzHQnGKp3q1DIxQ+KNDsZ9WR+e7e0uOUrn2RCg2Y19eokzOl7Gby+u9a3LddXpZ
v0Ai3p/p35fxvo7WPbOmytzBSvvHyzzf8by7SfBspXvyWeX17qpTpqmevDUUW62q55Ff86oL
vy/rLc/Px0nc4vHjdb/sVKYOk8vCecorf06n9P1T9DyzYlzpBLEy73jLWhnhGLr0OJU6KH
8u0DiZ63VK+O0TlqSlx3rXTEw/Im3qPy6IMSdXZt8vuEXpS+o+diDz33aR+76pzFOAbdW3Va
7qn8ul1lwV3JNd3VEZ62SVKc0yUMXKh5k9pvQ3FSwim6cH9r+KVC6FH591LFEoe/byWVe2li
AuPOqpEqHP+hAaFaZdQ2Eo1TdKM15bxB05O3jNm5t5GpWq4PzafeqNa5fpvEdY5umh8oQ+OQ
+R+UaCaK57wrUeVTrkjFt+iCbrjY7HqKbowByXLSUzezjOfwLXnZeqgp463EixZv/PTNuV4F
62tKx+h1rJGL+N8qrLaWeL7z0xJ4jk7yfd0eVryJjVB6warIDhRIju2xi6B7FvUFMO9kWa
mtxTQRX+ZdpnV1U0n5R4i56SNNu8p7fHHmoqmRLm7nt0t5oVYh/Rh7Sc3g+Ttf1+3TNDQnFu
sCmh+dc53lbl/5m8h7FJaJKsWh6cK3XMzsmz2dlEmxeivw7FUWgTVeG8k7xkvaUKt6Cy6zO1
IvxaldQ2eoZOSTJzitJhlN7eK8p4PYYPdStU2b2k/E49IpOTPLheL1MbqgK6XcJhUd038V6K
0w+knra3JvrGJS8Q1+g+2kCVsd8rF4XiN6Qn51olZib34Z2h2D8rlgM7JNsKubK1I3lBleVE
3avTE89JSNIstfdYRo1MvCGnqcz8t57VNUNx2p1zcs9pOlXLMRjgqxWHnyTb82kUy/iN5fn1
ZypOBXKVXuA31svE7Xruq3Jlw6yknqgrUxfOSA6xl4TKYzrXjOSYeE/fq+XGMt68u5XvK+iZ
mKCXic/kkW1UuXZ50rqU94hOVt17gvTCNQzKskbP+5CnT9qg7+E4tRX+ft0hp6NEyQ8d9C6
40q0FqWtb9NUFjTKyTBNwnZGkj71iVd9YnLPj1dZWqttsXz9jqcEnfSCc77ysFVUFAqFBT5o
xND/eRn75URfITQfYdlvKbSakoTqlzxAsWLaWJn2bJKBH0jZLq9CaGxoPqJ0I6n5cRI6aQfe
emVgrQq9WYmSjjdtFGgz9JtWelOS8/RSZsYwltZD+3ooTs6Z0jsUZ3ZuUtzjLAq9Q7G/V1Mo
TIMSI/soLT4Nzb+B2EtXiUPP99Cb1j/1RjAwiUuVXPH+UO+twr5G556eXNfMEnGtkeuIXkb
qVa8Yh72UDrGNInLMc3zed+YnLe/1k8L3WMk6cqqOD5RxZk2MZytt/ZjJKY2Vb6PTu6LacqT
vrl0XFvpvk8m99isULrJfz2F92hS2JQKcxF50Z7RugG6106WwPixCtM4g3t8zvvqeY55Ggfe
fChxOSD3/He2/Bmhl6P4/HxblaRXzj/Ss5Uf9buWvKjPJ2kRy7UZen76yAv6bnKv1yRv6/my
Ji2r6pJy14YXQrG5Oeb7i6rkNlD6DtK2t/X8ukg4UhVEfZi78/2mysOndI78fRHLvznJNcXy
M26L/XLTay8V945kqDyNbycvtnyelbiIaktk0eRjXTNoxKx8vJhtC8WXmI6ou3k6a/kKt/
GpIyPpSoM+OztpnWP5k8a31K5NdsbS9VF8YyujYnXJtyZfkC5WMs5+O9OyfM3dRarXtwgF5A
xiXbNpGj4+0yZUFVmuH08bzq3+WTZ+j13H7pfZrmgzenrG8H13i/ih1nuFJ+R09kPn7ekBS
TvdVuk7Vb/9QnQqsoHTdRnf2bGtu4tFjx7RZtH2R9NFbe18VShMDpHjTxi16G9k15zn19bG9
f+XcAwRfLqvoDX28PFhpYfVXvcH5CKbfdeJrcHH5Mwm3s7tBnh0ob+HfJeA6K5USHINIMyUw
x6tyuldC+5jEwwaAXZQo2qo7cRzjd/T4eHnptEl/07ex7aXq/4Zg63Bif4ZSszQLuSb2/zJtf
Z6SC7Ox0ZcDZodj/NchTcJLutzXJN4CFj87qAXMX5FahOAFkHVnVDPc+biHrIp/A00fzuJvb
O73PIKmgjbiH0D223oT4bje4Xm/29CbIsaF5F4Wuhvd19X5G3lz1HrcxQNemszePAgAAAEAi
2mh6BAAAAOgCINoAAAAAEG0AAAAAAGgDAAAAQLQBAAAAAKINAAAAABBTAAAAAIg2AAAA
AEC0
AQAAAAACiDQAAAAADRBgAAAAACINgAAAAABEGwAAAAAAG2gAAAAAA0QYAAACaAAMAAAAARB
sAAAAA
INoAAAAAEG0AAAAAAGgDAAAAAEQbAAAAAKINAAAAABBTAAAAAIg2AAAAAEC0AQAAAAACi
DQAA
AADRBgAAAAACINgAAAAABAtAEAAAAAG2gAAAAAA0QYAAACaAAMAAAAARBsAAAAAINoAAAA
AEG0A
AAAAAGgDAAAAAEQbAAAAAKINAAAAABBTAAAAAIBoAwAAAOgSVLfyuD3NlmjHeBTMZpv9Q78
A AAAA0A6i7WyzFc3q2ikePSTc7kK0AQAAALsfaKs1O8/sV+0Uj/3N/kx2AAAAALsVaHNmmk1q
p3hMDZmnDQAAAAABKUNlBx+apIisAAAAAvhzhBQAAAAACINgAAAAABEGwAAAAAG2r4UepKdAAA
A gGjrvOxt9pTZA2bnhGw6Emdxs7+GbMLEg81+b7ZactwOZpeZbZALb4jZJWbf5/YAAAAARFv7
sLNEuQu2C80ONztF2xYxO9Ksb8gmAd7d7D9mw7R9PbNDzHbLheki7jCzXbg9AAAAoLNQ3cXj
/wuzf0p8OePM/mB2qlmD2QsZa/Xbx+xls++YnajtPjfc6hKvTQpjTf3O5PYAAACazkXJ9rR5
M+balfOwRe7U71qh+Imt2NdtltDodgcWmP2utmYlfPKRdYwe0HbAQAAABBTbcS/feresReT

dVPM9jB7yaxXiWO8v9t0/e+RHLuGfl28LWn2pLYDAAAAINrayNJmk0PzD8y7iHsiZF61eG1x
+2Jm25o9klz7NLNXzDbVunXNPjb7JPCVBgAAAOHedOU+bX0kvMp9s9QFnHvLrpQ48ybTcVp2
KsxmhWwQw9Zat77Z6JB9U5U57AAAAKDT0JWFSZOspQ/N+/beZquafddsYk60+nQhw0PWh20V
s6cDXjYAAABAtLUBeyXGynkLXXj5YAAQfPfq1kI0c3Ti3jw9SeM5s0ZCNIvV+co8F+rMBAAAA
oq3d+DBkTaSLJ+tcBj0Zsv5ucfRob/3eE7JBCqWEnY8iPVJC8POApw0AAAAWItHW117xaE1Y
b0hwbZesW8bspyHzoMUwK/Tr04F4v7Ylkv3jNm8iPSHk/dkCog0AAAAA6G20ZiNBDVtEO8WjN
d0N9hKh7z3yC3dtCNurzaIm5MWYjcqLUhZlPmOuf7pa8Y5xf0FxeDURswxEgJDCJwWSosPS
v9DG9CcPu34exnKZPITuSqGtou2HZt9sB3HjEfE+Za3xbp1g9l+z580+DdmAggMUZv4B95Gi
D5vtKdGWbVpJvWn08XwCQbfNB7pnGkiKDsHLhbf1QtbaPDg7ZJ+tIw87zjnwqNnJbQjDPzd4
rFkjYQnd8KXHZ8D4RltE2xkh6zdW0w7ipkKFqXvBZizgse+abWK2X8jmYfuX2Sht8z5v+4Ts
E1aRkxRvx6f+qE3C2V2Vg/P3UPy6AnRvHtULAZVFx1CpF6q2dMe4I2SjwptlZg7Lw4/aGIa3
glxIHkl3FW11/79QKCy45hoxdBjJCAAAAAPAlMhrsmP9/AwIAAACATg6iDQAAAADRBgAAAAACI
NgAAAAABEGwAAAAAg2gAAAAAA0QYAAACAAAMAAAAARBsAAAAAINoAAAAAEG0AAAAAgG
gDAAAA
QLQBAAAAAKINAAAAABbtAAAAAIg2AAAAAEC0AQAAAACiDQAAAADRBgAAAACINgAAAAAB
AtAEA
AAAg2gAAAAAA0QYAAACAAAMAAAAARBsAAAAAINoAAAAAEG0AAAAAgGgDAAAAAEQbAA
AAAKIN
AAAAABbtAAAAAIg2AAAAAEC0AQAAAACiDQAAAADRBgAAAAAdSXUrzvZbLhZj3aKR4PZFLOf
m00nWwAAADaR7QdZtbP7OU2hBFpNFvbfmzUxftAAAAA00n2irMLjH7aTvF42CFBwAAAAAl
aEuftgIJBwAAAND5RVtFO8ajgqWAAAAA+GJEGwAAAAAg2gAAAAAA0QYAAACAAAMAAAAARFtz
FjG70+wAshMAAAAQbZ2Xdcy+arYr2QkAAACIt4t2t4xW9ysF1kKAAAACyPVC8E1rG12rdm+
ZsuZvaX1XzerN7tdy3uG7JNZt5lVmR0bMg/dG2anmX2q/XY028qsZ8g+qXWd2etm+5t9aPaQ
9ttbx6xstPL2rTWrm7tH667QOVcz28zsIrMBZkeYXWw22WwVs23NzjdrMjvGbDcJ0VPMxpe4
5m1kfUI2yfe0s0vN3tf2Q832M/tMYbxZIoYv6vgbk2P8Op/Q9e+g65mufV7SNXuc703SdEay
vLrS0u+rX5m9kIT9qtlTWj7I7COzDUPWvD1TcZmoNLgiue7DzZ4M2SfTAAAU1d3dPmH6xf
w+zfZpPM1kq2HSAhly7vo/9nmv3M7H6znSWYKhIx9i2zZcxOMltP64802ykJz8XJ9mYDzVaU
SNncbLDZxmY/kTgMEMen6r+LIDPMBmn5FAkoF18nK5wHzLaWsKsqcd3fNDvKbljZcB2zkrZ9
Q9fzhLa7aO1bIgzf72D9X9Psd2b9tbyHti1p9nMJTucQbYv4eXfX/0XNbjCbJRF5gwRqkEDe
MjnuWF2fh7ORwllDafM9pYfTT2nVj0cVAAC6O13d0zY0ZE2i7oV5z2yDUPQczZCACCWWV5Q4
uMXssZB501wwuKenwexCs7PMnkmOn5Yc716olSUUf6d17oU7LmTeJBeI7j1qlLD8jvZ13JM0
WduCRNcREm2rSYxdb3af2b8kAvPetgqJsW9r+b1k2xGK/y+VNu9LXN6SC8PjN13/Xew+EjIP
YYzjVRJsjybHTNdxQUJu7VD0ZLognh0yJ6TzrMTq382maluaF35N54bMO+fX6Z7BCRKYLn4v
k2D+OGRePgAAG5NV/e0uUj7SGLiVYmIVNjUJcv+P3qvti4R46LmM4nX3sl+k8qkT/ze6sHa
J27vqfP1SM4dJMx2CZlHaUourLjsYvFz/d9bgq2nBKSH36fEdReSa6nW+WLCRpjdof8ulB5X
OoUSwq9e/4dISEXqJaDmdY8cojSI53Xv4kPJ9gfN1k2WUwHdkKRRD/2P/RG9KXSk/q8n0Tmd
RxUAALo7Xd3T5mJknP6/EjJvTy+JFRcJ3mfq6EQAPK7/PmjhNyFrmnPxUysh4fTNCYyQEx4b
SMg8KnGVirT0G6pNCsuFmPc32yQRXJWklzFBPh+K/elc3LmHb1PFq28Sr3KkAnGgjhMTbP8g
ZH398ngauYfthyFrj0j2ebNkR/OIw3cl+hNn/clYmul0nspxcmv4YmceK3VtQ9NBGM+7V6U
kO2n+D3OYwoAAND1RdvKEIEuoBYLWVOj4exIfOYDTP7moTC8iHrK+ZcliFzlsTHr0PRo+SC
YU6Z87mQ8k70PqDgyDDvD92758o9eu4pcu/R1jnRtovielcoegT/FrKBCWdL4JwT5t8b6uH2
0P5NuW09S+xfL9G4p0Tsp8m2QaG5lzLkxKgPLlG8ZP3iYvxqda3jFJcrzUYlom1tpXWl8qqx
TPivap91lBYX8JgCAAB0bdHmHh7vfp/PkPWZapKg2kiizTvV3xqy0YfO1RI1Lki8P5Z7vnyk
6dlh6wgfBZh7eD4ucT73TPmITe+L9aDZj+YRtyad3/t3eaf71ZJtLkjc7aX4v2ixMnnEnZu
3kfP+7KdvgCizfebrBrk/V+zZNL7O8euf+EzBP4S9ku2jagTBq4mPX+Zt6k7CNGvU/dRG2r
U3qfX+I4j8MfQtaHzXkklJ+excWkjzr9roTvGzymAAAAAre/TVhFabrZbEOpbccyaiv8PzH5q
dnzIBhVslBNP6X/37rg3zvtrxc77q0qkRM/SsqF006Afu4PEX1MLaedh+WjIcRIIdtWX2m6Jz
ucdtOS2/q23er2tgKO+RKpWXM3Vt6Shav77R8xCXjjctP33n3EP5QZl88ulJrlf+VyVi98Nc
2rsXLp3wuFDmfymekKh1cTiJxxQAAKD1njav7JeWsOjRDOJteJh3U2MpNpKwSEXN0yGbwiNS
lftfE7L+Xt53zJvf3Mt1kM7taeHTeLi36v3kmBgVf3bev+q+RCRV5sKvyInhPyXL+bhUJsLN
+4JdrHOSH7Lm1EO0X1MZgVZZJryHQ9Z0e5Ou0fvyHVsmjBgnF0dLSjwepHVvlriuvkqzO0vE
w5t5L5Dgc6+hN+2eXiJ+8b5L+7LlpzV5UXn1XCd4RnrImiguOoQKPeOz2xBGL91jBZKzw/LQ
X/LmtLGu6kkeQjd9fvv+n9kW0eZC4wB5Q9o6ArWgeMxewAfSPVnP545x0bavwpsVmnsD67Tv
BAkMn2ZinP57c5x70byv1nclJKtyYXj8HkjOnyc09xDOSgRklQRHnBC2IRQHnXRC84EOplec
T/Px55BNV3KTxKhPv/FaKD1HWV2uAjYViAoXinfr/EuErO/Zcy2E8ar+zVkXroTkjJOTtKg
QenVkJRB9FB6M7U3B3vTpzdretPzdSXCYC836VxpPvqxExVWR+PN4N8KrfMGQ/u8WPqkzwe2

IQ/82dqYPOwwalTOHdeGMLzv7YmhfVt4ALoCrrG8K9VW/1NwhcKCv7iMGDrM+4QNbOeIuQB4
OJTvAJ9nmC5kQq5wWMHs7ZB5jQqhOLp0GS1/JFG1Ryh+McGPif3BJiTqNjalep+w5aV0P9P2
5SU2PtW+3r/uQwkWTxvvOzdG5/Rl9+69k8TxHZ2/MLkuhOLktd4/zKfvGB/mnvJiKR33YXLu
j5L93GvmTZPe1HpfmfrbUhVibAb1wQFxrro0TYfr+n39ssqfT7RtWV3D+MQrtYfS9+YkL4dJ
6E8skXe1CmdMUql6k65PzrtNaD5AoiPwZuvFecPv0LfMmRJurc0Dfz76k4cdmodehoxuQxiD
VeaSh9Adn5+G0WPHvNAW0UYywhJT4fiXtyvUEgDAEB3x0Tb/36rSQroZPi0Jz4q9RgEGwAA
QJFKkgA6Gd4U5hP9Xk5SAAAAAFMHTBp2NH5EEAAAAC4OnDQAAAADRBgAAAACINgAAAABEGw
AA
AAAag2gAAAAAA0QYAAACaAAMAAAAARBsAAAAAINoAAAAAEG0AAAAAgGgDAAAAQLQBAA
AAAKIN
AAAAABbtAAAAAIg2AAAAAEC0AQAAAACiDQAAAADRBgAAAACINgAAAABAtAEAAAAG2gAA
AAAA
0QYAAACaAAMAAAAARBsAAAAAINoAAAAAEG0AAAAAgGgDAAAAEQbAAAAAKINAAAAAL
4Aqlt5 3Mlmw816tFM8GsymmP3cbDrZAgAAANA+ou0ws35mL7chjEij2fJmy5qdimgDAAAAAd/RVmF2
idLP2ykeBys8AAAAAChBW/q0FUg+AAAAGm4v2iraMR4VZAUAADAFyPaAAAAAADRBgAAAACI
NgAAAIaURPVCE0uREvNH1cfsulFugM9QzaP3sdmk7nNAQAaFg6Bs7Cxx9mLZq+ZvSrZ+eT2
7SZ5upHZc2b367q/xW0OAAcAaOuMLGk2wOxPZn+QuUdxuW6Qn73MLjf7j9laSoMLZzBiVgcA
AOjaLKzNo++a/SVZ99USArVC11+/gOF70+OcTnrtW5r1NTvBbKbZ782+Z7aF2T+43QEAALq2
wFnY8El/q2SpOE0nA97Z7DGzZ8x+kKw/NGRfZ3BqzH5ntqKWPbwzzZ43u9qsv9YvZnax2deS
cLxP3QVmb2j59JB5viI/Nts6F+/1zC41Wz1ZNyJkX4rYRMvfNjs8d9wIxcu9bN5n704Jtshn
ZotyqwMAACDaOpqKRGtND/6d02vMHpfY+nMiuHY02yEJ7wizpbV8rNn+IWtuXUtCyfFvsH5H
+0ZceB2ZCDP3gO2p/70k2golxNehOfG3bci+87qSlreT4ExZSvt4k/B9Zkcl2waZjTR7PRGe
UcQCAAAAOu1LwwWJe57WDsXvoLb0ea2vm71v9hOz88yuCkXvmnuoZiXhTAvF5tPDdA73fH1X
ggyX9nvDbIVQ9L65qJstcx5RHJ01zSaGbLBASjzfysm69c0mheKo11mhuRctaNu05LobEzF7
vtlHZk9KqJ1ltoTZGUlCAQAAANH2hePeLPcw+cjQpkSzAsXTU8ky+6dWjoRTlH0NGjZf70J
dLDZKG17KWQetsWUhu9IXK2XiDb35PXUsh83NBFiY82m5uLVU+JuWYXmr7FQzYCTKYVeXa2
2e4h8w700nUsEzLv3RISrwAAAIBo+8LxZkFvSnzbbC+ze1vYP3qifHTpB8n68aHodRpjtpZ
Hwmn6kTsuEi7zuwBs7slrpaQWJwhYba9RGMUW9WJaBuo/d3j9kKJ+Pm+7gH81GydkDWxfh4y
T1kMxz1qOykOt0gkzi4R1lAJWu9T92Ky3oWkN+V6v7zvhflvUgYAAABEW6uJXrAKXUfVALxz
IReOr6s1uz5kXjXcXNY9JuNVpm09S+y+JpRslfaGbNCBH/+o2TCzzSUEP07iNF7iy7etErI5
1PL4dczSeX2/NcxGh6w5NH0Pe0hw3mzWwyJyCaVDyvoSfHeWEIYNepqN3P4AAABdh67cId1F
0e0h68B/bcg66T89j/2j8HHxNSBZ71NkzNB299ptYLaX2QSZmySUpkm8/THMPd3HkJD1bXmV
lg8k8CZJn9i3T2jeVPuihF78X4oqib8TQ+bdu0QiL+Ln8b5w54ZsPjbvS+fNvflpSz5V2jTl
1m+k49xbd2FY8OI0AAAAoINorafNxUhDO8ajteLBhccUsxsSgdTSQAQXZusky2tLlMUO/p9J
8DyhsLwJ0ZtN+0kgOe7lukDCrF7pOC5k3q0DQ9Z8mv+U1tMSSx7+xDJx6ylR5kJ0Df2vKSHs
nOkSkqWA0H3gwS9zeRS9dA8onrdw+wMAAHQdWutpcw+ONyOODKW/87mggm14aHkAQSnC0/Sm
xNVriaipKiF0okB1QXWM2WYSYz5Vx3klwu6l9HFR5J4496SdbLZfyEasbhuKzbPVSpPntP5D
CbA0Hs8onq+UEZaVoldB4srDm6NwKpN0d8+ejZD9tsJ/RUIx5RCz00LmpZuYpPMvQtYs+rNA
8+j80lf3AnQc/py15Ru6AwL9Nzsaf8Gc2obje+IZBOiOuC6Y0BbR5t4t7+S+V2h7v7iC4jE7
tOwIK3d8FCVB4UzJ7eOFRZzKw0doehOh9/eaLtF3fplwJ4ait+p4s9tCcTtnIaHYVDpV4u2p
kPWLc9o2LQnPPXzuZxu0zHXmLjgMok8ceTo9FAcbeN+4fULmLfNC0KceGad98mlXUEJ6olBD
sM0/x0sgQ8fh8wzuHlrvkf9bKE5QDR2Dj9I/rA3He11zOskI3RTXGP9r6asoFBZcJ40YOsY9
VAPbOVluch6WGGkLPWTTk3V9JL7S/mgbal/Hy4hFFz3eJDozEW4+We36qkTiCNQqvQXGfnHx
01i9JGhjs+tyEls+yODjMvGukrisSsRVb52/TmHWKtw4Z1uV9kmFW0/tO7WVQhiK4GnrePC0
dX3wtAG0nsLosWMmtEW0kYQLztF6W9w64OkCAACA+cRE2/9++ZzRl8MVZgeFbPQogg0AAAAW
GETbl4OP5vT51y4lKQAAAADR1nn5G0kAAAAAbaGSJAAAAABAtAEAAAAAog0AAAAA0QYAAAAA
iDYAAAAAQLQBAAAINoAAAAAANEGAAAAAIg2AAAAAEQbAAAAACDaAAAAABbtAAAAAIB
oAwAA
AABEGwAAAACiDQAAAAAQbQAAAAACaAAMAAABAtAEAAAAAog0AAAAAEG0AAAAAiDYAAA
AAQLQB
AAAAINoAAAAAANEGAAAAAIg2AAAAAEQbAAAAACDaAAAAAADRBgAAAIBoAwAAAI2p7qV
x51v tqpZT7NCG+NQYVZvNsHsILOpZAsAAABA+4i2XcwazR4x69HGOLhgW81sC4IAAAAAAGgn0VZl
dq3ZL9opHvubXUI2AAAAAJSmtX3aChJu7UUNWQEAAADQ/qLNgWjHeFSQFQAAAABfjGgDAAAA
AEQbAAAAACDaAAAAABbtYL+ZonLrB9otrnZsmWOW1zbF+f2AAAAAETbF8/1Zofk1m1i9mzI
phfx38Ny2/cwe07b/XdXbhEAAABAtH0x+EjUX5rtbFaXrPeJe68we8hsHbOTzc4zG6rti5pd
anaZtl+p/25TQAAAADR1v4cbnaU2auh+eTB65ktZnZiyD6VdYHZm2Zf1/ZtzWaanaXtp5nN

NttuHudyQde3FXEc1A7XOSi0fnJkAAAAQLR1ONPMvmX2dmg+ae9GEmkfJ+se0nrHm069SXS
WlueYPaX1pfiB2etmL+t8kSXMbjZ7WOH/IRQnll7B7EHFzbevPW+/e/a3z8N5l+bWLnMeQcr
/LdbiB8AAAAAg2joV8dunvfV7ndn9yXJkabNPc+veC0Wv1xCz93Pbx+m4PGub/drsGImyc3W8
019C6nYdv30oTh78F6X5nmZNZpdIsPl2b859w+xGibkLQ+kvRfzKbA2zb5i9YnZNiWtdkLSr
1nn4KgUAAACi7QtfQmnzcxcOaWFFHw36WW7dpJA1b7po6ldC1Pn+pUag7hUyr9w/Jdimm22p
bRUSa+dIQNZJoHnT7MZmR4fMy+ZNUgTKFDaErGn2Ugm775uNCNlI1xQXWLuZ/TxkHrtjtM8G
rUy/kSFrDl5Z4pMvUwAAACDahC+J1G0n9IHLezrgqRQYl2aBoUyx+VZMWRRersgxEnFOVSL+
+ujXRZt7x8abjdY6b1r9JDRvBo3eruEKY1ruvMsr/FFanmL2osJuDa+FbHoT9w56n791eSQA
AAAQbe2NC5idQtEubvZf1rYv6nM9TbNiz0qcts7pX7PFm+LRFj7vnqWeIY7+s2KxRhtDZK
dKXNr+71uilkXro4ECJlSa1L10/S+tbQoHgYPZSyPrpAQAAAKtXXEv1OSQeZ58tOeiLez/
sYRTymISTgWfVRuu/dTG18irHk1I7rXqr7EfQ8fYXcPu55e19C1JtBa0qct6UwFpQBIfNS
9g0teysBAAAA0bbATAxZn7JVQ9YZf/sW9v+ohGhbXuFEUbdcbt7sMaVCGtmTlB5f7bh+u99
4GaXEG3eP65XKA6c8LTvJ6EW+a3Zj8y+FrKJflfJnTeG0TMnEj9tg2Bz4XpXyJp8L+GRAAAA
WLhEm4uR+naMx5xWHuciW5v3fMRl3iPmzY/p5LpPhGzKjWHJuq+EbJoN59GQTaobJ9P1/mgb
J9tTxpqtzniz7nG+b6/86iYiqTNLL+4+5524ZrXOR5569t5JwohD0pldvls3P5zZGYcU+bC7g
fDDD61peLnd9tWarhWLFuvw+Lkovlgi9KmQePgAAAOiEtHZy1kaJgR1D2yd49bA2Cq1r4ns/
FKfpeFu3kfMR1O6F81Hl/pUGj4FyHMSSOebHWN2HYmWW3Xcf0PmIfNRIN6f7BSJmQdLnNdF
4l0SaoMkwHx+td0V7l7az5tu47Qa7rHzKT3ONPthyKYMeVsC0PdZ79kOCm9PHfdaCXF7n451
oXZEyPqIPa7t50p0bq3lNbRtB6WB82edwwXrm4pThf7D3LjI9ZHBBZKiQ6jQc/h6G/JgJT0X
5GHH5eHkUOz32xoGq0wnD6E7Pj9ez7/QFtHmnqSdJNraOk1EIXmom9rhAtcy+40u0r1Qp4ds
tOUES4NCNomte918mo79Q7F5ckblJsl1792T2n/fUJxsN+UJib87tN2n4HAv2l/N/mR2r/ab
EIpeMOconf8ZnfcQxdPzwQcC7CNz8Xh4KN3s6Z/ful7XNFX7xVGmH4TmX2iYpPPSNZ9mOxf
yP3C3Oyn+6KepOiwF0u/hw9sQx74c7kxeddhh1Oil8bg2hLFVYL5m00ByQiejUnX9Vv9TcIXC
gtfXI4YO8znEakP7zetV0MPonrDGNoYVvVZNIUqdngQT3+7NkhNzYibSU54VF1V1LZxruLwA
45OwG3OJXZ0Lx5s03XvjTZFps3CPUJxod04L6eD7eVPvx6H5tCCxeTUdCNFDy01l9oF500PW
RFJ02FtmY5h7JPWC0EvPDC8nHespmNOGMKpVNpOH0B2fn8LosWNmtkW0kYwAAAAAXwIm2v73
W0ISAAAAAHR+EG0AAAAAiDYAAAAAQLQBAAAAINoAAAAANEGAAAAAIg2AAAAAEQbAAA
AACDa
AAAAAADRBgAAAIBoAwAAAABEGwAAAACiDQAAAAAQbQAAAAACaAAMAAABAtAEAAAAAog
0AAAAA
EG0AAAAAiDYAAAAAQLQBAAAAAKINAAAAANEGAAAAAIg2AAAAAEQbAAAAACDaAAAAA
DRBgAA
AIBoAwAAAABEGwAAAAAg2gAAAAAQbQAAAAACaAAMAAADonlS38rgeEnyFdo5P3RcQJgAAAEc3
FW3Xmq1r1rOd4lfV9onZTmaTyBYAAACA9hfT65t9bvafdorHOMY7tiE+AAAAAi2Msf92+yX
7RSPvc22JzsAAAAAStPagQje76xXO8ajT6AvGwAAAEc7izYAAAAAQLQBAAAAAKINAAAAANEG
AAAAAO3NwjFfgCz5RJBOj5kc8ABAAAAAdFkWrk+bT9A7yuxhs0fMRpsdS1YDAAAAoq1z0dds
jNlXzLY2u87s92ZDyW4AAABAtHUeKsymmL1g9qzZz8xmheyrCyku4oaVOX4ls8G59fGTXT4/
XZ8y514hd5ynb9oEXZNl85qc2FxR50+P75Gsi8sxnj1y++eXnd5mtclxAAAAGjrvNcVr226
2exk2UXNX8yel/3JrErbhpj9N2TNqi+bfSsRav8w29fsCbPXQvYVh8gSlftCxGM67iCtX8rs
frPVtXx5yD4B5lxjdqT+rxWyJt3Hze4w66f1LjT/ZballtfWsm9fTHFdVtsWzy17mPeYPWP2
nOI3kfSeAAAA0dZR9JHoWipZ1yRzdgiZp+k5LX/N7FCzXcx2l3DaRdtOC9lAhg3NLjE7U8c2
mG1mdrTZCRJff0ooBe033Gwjs3PN/iih9ZlZndnB2m+kBKDVu61Emovli83u1jl8EMUx2r+v
BF91btmvt0bCLHoA/dgtEgF6sdLG43uV2SoBbxsAAACirYPwPmvHm21j9iOtc6/aymY3mN1i
drXZKSHr5+bsFjJvlQumh/X/64nY8++pvmf215B5phY1a5RI+mflPFanhqwJdhsd94DZfjrO
BVy92QizOWZ3KowgAefrlJR7KWTNty683FN3stlbZr+VoAsSi3N0/nTZKeS2HaXfORKMfv7D
zW6VIJwV5m46BQAAAETbl4J7ycZJML2tdRXJr4unGWbrhcXj5gyTYIt4c+dy+v99iTJnS7NP
zSaFzNP14YxKBJN77tbW8t9D1iy6Xci8d05v/Y4NWR+53hJdfuyGCs9Z02yi4ufibrLEYlUo
egsr55Ffm8220vHjJC7jeaoSMQoAAABdmK48T9twCstv+nPP11la782Fb5rtpWUfHOCDEr5t
dpEE0YQkHbdlfSV26iWazghZf7JDJK5qc4IwHjDE/33fG0PW/Oh96AYpLMf7lf3Y7OmQedi8
2dWbcr+p7f3NVguZ5y3myaQkPt4Ee1vIPGWLAXtjIh79er9jdkHImnf9uGlmD4WsidQF5Yo5
EQgAAABdjK7safvc7GMJqg/Nls9dV7y2d8zuClnftih0UvGVbzL0sLwZ9EGz/SXESomdimS9
92Hzps41zDYJmYcujgxdRXH0gQzuUbtP+8amVffAuZdu+5DNMefrdw5ZM2eNxJo3sd6iODUl
cZ6pfb1J+O5Q904FCTkXfL8IWV+3S107AAAAINq+VKaaXR+yPmFXJqKslBhzb1mcpsO9bOm0
HlSpLPdqucfNJ+P9Q8hGjm4h0VWn8Kpyx72vcH1wgPdJm6J903T1QQ7vhsW5s2Xl5mdbrZj
Ij7rJNzcl+getzESWNUK83chG+BwuURbFGAu6tyD6N7GhjD3dCEuFt3jeJiur4pbHgAAoHuJ
NhcHc9oxHrNaeZwLoCdD1tn+Ba0rSMDEJkQfDeod+1/Rsvd92yYJ4yuh2B/OBxTsrP91CqdG

Ybo420Db3PvmTaJPh+KIzKn63UyisEHLpSjgY/13EdZfQq23RJSLNR80EEiurftBv2PAi1O
AZLOD1eQcPSm0Ifd3HPH7S3B90RYOD9XBGA0K1obWUep8A4IrTdW+fCZMvQupGNLn7u1P9r
EjGzqtK5CnM3CbdLtd2bKe8N2eAFv3730G2nbe/oOBdg7mlzD91r2s+bIH005hiJPhddj2hf
/7ape8+8/9gPQzaYwPFRnN7sea6W3fPlfdC8CdYHP+xpdnPIPHZ/C9n8cWcrfkGCsXeSNlXJ
cmwC/mOSl3FbheJ6Z3Le3oHRowAAAN1OtLno8BGQm7STEHCv2PjQPh3lvSnSR3Z+RcuPShC9
oWXvoH+CxJF7C38q8eV4/y/33vk0IGNDNhBhpkSPe7SuNft1yDxfR4aid+0HZueZbR6yKUPc
e+beQ/e4+eS212u/B0PWR80HK3iT5whd88ESlVFQnpal0ntC0asZl+uV7i74ntc2j6dPzDtF
YtHjf6W2eZPw3aF9vaMAAADwJVJRKcx43/QRQ4e5aKkK7ee5Kcimhi+vs3w/CaYZJbYNUlxi
E6eLNU/r9nUJsooSx/UIxdGjIUmb+b0e95q5R3BSO1xbZWCKKAAAwELB6LHZVLOt9bRNWwjS
YF7XMLHEOk8r/5rBzDLH1MnCAoq1SFM7CbaAYAMAAfj4qCQJ5ouChFw9SQEAAAAdAaMK5w/v
C+bffZ1JUgAAAAACirfMS+9sBAAAAdAg0jwIAAAAg2gAAAAAA0QYAAACAAAMAAAAARBsAAAA
A dAvR5l8cI+vVyXr8ssRnxQ3/aC6f9OzNlle2mwX/ebDry5xPv+O56JmA0P2yahFFaZ/V7SH
0nWlUPyYfMoyIfso/GK5fOir//5N0qVyx/RNzrOoztM3NB/921PXGL+skB8Z3F/pkLkM2Rah
+Zct4ndK88se7iDZQMujfsi+X4nz1Ya5P2IPAAAA3VC0uZB42mzdRCSMMlUvX7HmV2diBv/
/ugRWvYPxj9rdr5+d0yE3lNmGyTHPWm2htlRifuQvH/n9G2zV8w2NjvU7BKzC0P2PdMnzJZM
4nFgyL6LGs+1jtYPDdl3RE/QcS+G7IP2kRuT87ymOP/J7EfJPh6mfW91eMg+QH9UoSm0ldXfY
ZJ1/2P5hnnffqROyeYnZBst/Jifso/VKK+5sKy+PxN+3j33fdJpfmJyXbAQAAoBuLNVcOudcn
eni2lZgpJ/D667+LPPcU/VPX7+Ln72arm91k9nuF2ajwa5LzRe/S5RJ3b0r0bC8B6cJxf7OX
zDbU8ok63o/9i9mvzNYyeytkH5d3Clq3ldnWZueG7IPyMc6DJYC213nvNxuvfWPcNg3Zx+17
6bgtk+tfLxQ9dFHEuUDcU6LUz7uztvUNRQ9aXPZjx4XMG3m22WQde2KSDzW5NO+TxH9FLa+Y
CxsAAAC6gWhz/IPu8Tub35eAKPXdzaZQ/Pj78iHzEn1oNiJkzZR/Dtm3SM8JWRPp8tq/ITmu
Uf/9HJ+ZvWA2wey9kHnAZku4fBQyr9d7Cs+FVQ8d/x2JLz/XRSHzsFUo3N4SkO/qOM+b9ZP4
R0+bn9c/Vu9evyHab6R+n5U4ej5kzbCLJKLtnSS/d1EaPGA21uxas91y1xmpl6j0OLwqoTpd
5x+bHDonRJo36r8LzcNC1hR7HI8dAABA9xNtjn9aaksJDRdi5b7yUCNhtKFE17OajonLLrg+
DplHKIo/F0HuMesbmfv9iumXns//v5WIFW/mdM+Se6LcO+WevM3Njg6Z6sxOXaWhFT8/0bI
mmLT+Ke4Zy/2cVtHcXcx1VNxmJqlvqEScjGu3WOVZUGNdonSKDFPn+1Cq+Qi4enQ9o/zrev
EjJvZSIPmnsAvxky76CLwwE8egAAAAtGV/+MIQsr92K5F8f7kf2hhLBy3DO1hYTO4qHY/8oF
T30oepaaAIX1bKHdYkEkKeVe+XqWohTev6JEj5R4Lgn7VCJuSuk5AplRLRvGzyP83wSsiZL
F2Y+oOAVra/SNTytax5tNkVWlQhR33ZfIsTu13/3AvpAiScVn6ESm+UoSHyeFjJvm3sc95Qo
jLwkldxbabiZ2V08fgAAAPNPV/e0uTDYXmLrmtB81GOKe4vcc/WLkHWaP0jrG8qlrtQD5mLQ
+3+dLEHTktBNRvIvImdJWB0cMk+TewZPVVgVORGaHtvYwrlc/PmgBPpW/TeJf4Wu0wclbBWY
JtdpSX67iLw0ZJ6x1bXft7WtVuGeGIoDI3q1IFL9O6rePixv9a5Ylp4c/N4iedpicAEAACA
biDaChILLOR8IEF9K01lc9yT5M2gt4WsT9mmWj82NJ8Kw8Wde9neT85xr9ntZjdlffW2EKee
ybL3K3Mv3edmX5FYEsjZryNftJjfbTmmBbSwEfl7ihR9EyyvZiy0euutfrvty5vC/eIvqd
IHEYp0DpofPeoet+LczdNFuKKQrrQp13sUR0bq109Gt6IkIfAAAA6CaizZs6P5Ao6d3CvIWJ
uOila385ZE2Qq2jbOhJxbyf71ya/FS3EyZsH1w7Z6FRnO7NPJV6i1y2ys8IryPqG4mjQYSHz
fj3XwvmeVtz9mj7J5etU2XoSdDVJ/H0ww8bJ/qeEzDuWiuF8BbmIz9m6ne40mFmcr7Xzc4L
WVPt2Tx2AAAAC05X7tMWBwGcnyz3C6Un140TzzpjJHQONrtMgu8KiQlvPv13yAYm9MqFVxHm
nkS2d2juHYt97M6ToDre7Kfa5nOinallj8tKodjPrCCh8z2Ft0/ImjRf1bF9QumJet+UKHw2
FL1a1cm1ulflPWoNWhebg33eN2/+vFTx9H5239S2XjkBnF+uCXMPyvCwf2L2jZD1L/y52bKh
OCjhAf1+0AXvs20lfBsoLjoEzf68af3a0HJ3gXLspRch8rDj6hkvq/7VhjB8SqQd2nAPAHrv
vK71vuJ/7eqizZtD/yLB4vgAAW+a+7jEvi5eoifqE4mzKMZ8wtlzJLAel+CIASyn5fgoOZ8v
f5iEe0to3oQZmyV99ObR2v8ibXOvmU+G632/vN/XERIEFYqLe8X+LOHmXqofJAWUV1gvl7iu
ORJCjyXrvOnxdv33zv6vJ6IxVlreXLuvRKR7Bn+WCCv/TUd3+vLAZNM9kFcpPYIE58VmK0io
HS8hvVdYOJpB/ZrWpbLo0JezsaFIL/e88BekNcjDDhXebU37wXoOm0hO6Iaibcb/LxQKhQUO
YcTQYQjtjwvQMc881tqC492qrkA2OKBdeTSJ4Ip6go/Q2+ckCFHCDJFpd/L3bhrgdPBAAXZDR
Y8eQCADdiGqS4P+Z007p2auF8OrLKGlv/qxdAMHmgw/8U1U+7Udbmh0RbAAAAAi2boc3zb7V
SsH44gIKR/8ElN+fdN8yQhAAAAAWImgebV+870ZlK0Sue9pis+n8ZohPq+HeufdIdoDuCc2j
AIg2AAAAAOhkVJIEAAAAAIg2AAAAAEc0AQAAACDaAAAAAADRBgAAAACINgAAAABEGwAAAA
AAg
2gAAAAAA0QYAAACAAAMAAAAARBsAAAAAog0AAAAAEG0AAAAAgGgDAAAAQLQBAAAAAK
INAAAA
ABBtAAAAAIg2AAAAAEc0AQAAACiDQAAAADRBgAAAACINgAAAABEGwAAAAAg2gAAAAAA
0QYA
AACAAAMAAAAARBsAAAAAINoAAAAAuhzVrTloxNBhI+yn1qyineJRMGswe8uskWwBAGiZ0WPH
kAgAiLYWuc5sTYmttgq3GMZ0s5XMJpAtAAAAAO0j2hY3u9vs/DaEEXHP2s5mRwWaawEAAADA

VbRVmb1qdk87xWOQ2Q/IDgAAAIDStNaz5U2aNe0Yj55kBQAAAED7izYAAAAAQLQBAAAAAKIN
AAAAANEGAAAAA01NdReOu8/ttrvZMrn1n5rdalZP9gIAAACireNxL+EZEm2fa91As1khm0MO
0QYAAAAALDZVdPO4+Me+xZqvLDpFoo9kXAAAAFiqq3j8fb642bIgwVYIxU9j+TdS3zZbL2QT
Ao/KHb+o2W5mU8z+ZdaUbBsiCxKHY81mhuxTWx5mg7YND0VP32Czd3X+RUL2fVaP07BQ9Px5
mn8UsmZcF5fexOuTC3uT7kTt089sqPb1a3vHrC4X968qfh7v9NNfVYpjL8XxA7PJJuWM9/OUV
7iyt87nyVITcJmldH7M9FPd/KQ6L6tj89XgaLmn2ntkWupZXknN6nD42m6ZIP9d4LS+r8MYr
vBfK79nJOXYxG6B0msqjCwAA3Y3Khewa4n8XXz3MbjQ7zewfZvebnZ7su7TZY2bHh+xzXL5v
OmHwj80eCtLXH54020ZizEXDxon4uUviaTuzqyWagkTO93Tcv3UuN2+6/Yb28W+4XmD2E7PH
JV6crXXOuxWH58yW07Yeup6/JscmbumR3TskxI7ebY0e9bsm8m6zbVutySsh5U+fzb7p4Tw
drqeR3VuP88+Eq8X6Xou17kPSsK/XWluKJy7kuUzld5BAvZeCTenr9ltZueYnahrG8SjCwAA
iLaFbxdY7uHawGwTswPMfqR1jn/r1L1M60gk7WC2bXK8e3UuNFvVbIxZf4nB9xWes6bO4941
92y5Z829ckuF7Pusl5ndoTBukwBcVaLgZ7mjRN26ZnMkwqJQGaPw19e64/S7jYSTx3dDrTtE
v9+XgNxU53lLwjJPlcTfpm6TbQu3hOHh8z7trHSZVsJu1sV9j8k6vz/JWa9tW+N0vQss1O0
PihToqDdQaKsUcs9de4o6GqTeOymNNhS8R2cE5sAAACItOAF1lXmn0msTFGYsnZzOyqkDXB
vWH2oNn2ubT5JGRNj3OS9c8nYslFyuiQNUNW6bcg0eZNfR/qWA9jhmyCzunncm/U61q+NBGD
jVr3iUTifQrTeUHCzZtop4fM67WKtq0VMm/fW8l5CiXSxQXSayHz3tUmAtTXXsZz9wLuImH7
uq57teR6pmvbhFBsYnXB9YeQNV9eKOG7SnJMS7fTfln/qZN0+m+jynPxutC/5FQBAAA6FZU
L8TXViExMTZZ5+JspP67R+rFZNsrBwvE/a501YERdaW0mkuUh6JtnmXibv87WjREZ9TgSm
Itk9fi8lyy6Y+ihPGiWs3FvnHj7vk3e+9ov9wI5RGF+RkAsSeSOTMatl0qan4u3NsbEfW5AA
jffEmyHrV3eyxNdyOWFVmuUxKkonj2C/P0+4DpemzWjczEabvhPn7fq2LVh8V/NOQNQN7WtzN
owsAAIi2hY9UKE2XGAsSlrOSbTmlkCL9JILyPC1htpQEYwVa714t90S9qnPs2UK8BkgYheT4
WgmZ2QrbRZ03u7qH8Fbt582D90l4vaC4xGZG71N2i/atK4CbU0bQelr4wAxvcnSv3TiJxtiE
6c3Kd0lcfAD0aFzA9PYBEIMSAelhHxGyfm+/D/Pn6XVh+aDy6jWF18ijCwAA3Y3uMDVGu06k
RhEzJ8w9iCFuq5FYeKdEeB9KzO2vsKO3rqfEj3vZfhOyPnPz8iTvITh/vQRJT517V4Xn4ucs
7XeYrsP7ee0jkdZH254KmUdua8VzVmjuDUvx8zwucebeq+cTceV4p3/3aHkT8F6JgJwXhdDc
u9czSVMXolsp7v9N4twS7lH8VHHcO2SDFHz6AIAAKJt/im0YzwKX9D1VeUqeB8R+a7+u/Aa
lmzz/7GZ0PtMTZXwycfrf93DdayE1aQkLadLxFOcsubE/vOIm4e9QrK8jERWnYSNh/WMhJiP
FP2KBjILNR/UEKfOWCwnTF2wnReyQRdjJxK4QLMR2KuKGHoo2t7JNfpfdyuTfZftIV8Kiit
KxOB7N7I0ck+B5pdE4pTsoQy6ZuKbb/eGxPxNzh3vQAAAIi2eeAVbns2UX0RXy/wit2b9HbV
sguldSSCHO/flk6H4dNPxHncfMTiq6HYfNqUi6P30RqiffLpWSFBNSDM2yPkwzwbJ3ng866N
LZMvK4fivHBzFLbjo0x3TgSN77euhFEUTuWEVrUEZ0+Jyw9C8+by+kR0ej+0kWHuueJSGpQm
cQTulopfTKMBur57yhwf76c4eCKeqy653iUlXut4dAEaOLvR2j5tXsHuIyHUox0Em/cFq2rF
sQNY56/RugrZZAmzSomy9yWwnMskIH4XMm+Tp8X1IfMw+dQZM7TcU2LP+2LdGTIP2AsSSo8n
547ix69jq7rFwrL6ROae718KhDv5O/zub2u9Nwh2e7NgTfrGBdmx0vMeByuCFkftNUktqK4
OLlr39By/1Da09ZDgiroGtJ+fnE06V1KG58U10favh2aTx/SOWkjCk0f3fnDkH2dwpuPvSlz
fCIwL0tE5MBQbD72tPcpWZZRHFz8nRSyaUc8Dc5RenpT7uhQehqTLwpvGt6coqJDGad7sbUv
ikfpGV/oGDF0WFeJqg/0urgNx2+uZxGgOzJr9NgxP2+LaHPhsKq9LY2bVZIIN0aSneaL4d7
v84O2cSzERcrZyicanlkfHJdn8z2PYmk6KV5wGzfkE0/4SMed5XYcmHgHrabQtaE6Nf3W7Oj
Q9YJ3kWBd1r4KDSf8X+UKpbYr8v7nqUlvU5YeoCZw/FaTUVSA9om1/T6RI6HpZ7zq5LwvEm
QvfM3RCyKTZihfRyyKbEiM2HfwjFkaUpz4TiKM9LQrGv2hUSts6p+t1E11+r647cHloesKBr
8ybnsyRw75bwivwqZPO6hST86lXzaVne0jmi6NwvZE2/10hUugfvUonUJXmGAQCgu1FRKCy4
5uoib3cueNw7tFtoPi1HS7jgcI9XfgLXOMfb2JB5hdwLte1gJGPE567zCXfXD80/q9Ua3Cv5
uETtWJIWAAC6M6PHjvnf78I8ejTOrf+7gMe5lyo/6rN3EmZsqrfwdaMylamdykGKq0LJCSa
AEDGwjxPm3eM935ZC+r18Wa9Z3PrvLn1QIX1x5B9HP08bp9mTFLazWqHsHxiXv9u66ckKwAA
QMbc3Dz6ReH9uLxfG142AAAA+MKJzaPVJMUCM4UkAAAAAgC+bSpIAAAAAANEGAAAAAIg2AAA
A
AEQbAAAAACDaAAAAAADRBgAAAIBoAwAAAABEGwAAAAAg2gAAAAAQbQAAAACaAAMAAA
BAAtAEA
AAAAog0AAAAAEG0AAAAAiDYAAAAAQLQBAAAAAKINAAAAANEGAAAAAIg2AAAAAEC0AQ
AAACDa
AAAAAADRBgAAAIBoAwAAAABEGwAAAAAg2gAAAAAQbQAAAACaAAMAAAAARBsAAABAl6O
6lcdtZjawneMyx+xhszqyBQAAAKB9RNvfzFaT0Gqrt66geHhYy5t9TrYAAAAAtI9oG2D2d7MzzXq0
MQ71ZnuZnWxWQZYAAAAAtJ9oc+/aR2ZvtFM83g2Zxw0AAAAAyoiv1lBog+ArRQ1ZAQAAAND+
og0AAAAAEG0AAAAAgGgDAAAAQLQBAAAAAKJbly3+4vZ5WbbkKUAAACaAot8+AS/D5ptabas
2T1mO5GtAAAAAgGjrXJxi9o7Z+mbbmV1ldpo3+IAAAAAABbtbc/yrC12W/NGrTulgm4ZcyW
NusVsk9jbRvmngtuBbPvhuw7qpHeIWtuXUe/fXL7x++tVuSWnZFmR5qtlKzzcy9eZtmPXyTZ

Njy3vLLCG8ltCgAAAF1ZtK0Ysk9oPZOse8XsR2ZTzc4w+53ZjWbXmt1u1lP7fdXscbPvmP3X
7Ditd7H2hNndZveZvRyyJlJnGrNdEtHmn/HaVcvel+4Rs6PNHjJbV+v/ZHZEER8/JsvuFdw9
2Xa92R76/5UkvAfNNUJBWQAAQLR1VZaTOJucrJshoTTRbJBekIukjc02NNtT+50i0eXrTzT7
oVlVyJpVP5dIWsvsfbMTdEyv0LzZtTzJv7N1Xhd9t5mdpPU9QvNvs/ZMlmuT8DaS0Gtlwvur
wrspCQ8AAAAAQbV0Ob5psJWir9mdZi+YjQmZpy16tn4gMdYo8eZiyptbm8zqzMbL7jJbUsc0
JKKqSf9936XMhkhk1el3WYm8+uSYoPM1Jf/j91a9GdS9d7PNlghZ0+65SXh+jv7crgAAAN2X
rtxhv0JWjnjJtcjzZt/QMU+HrD/cVyXWekpAuVVJOPl/b/b8VyJwfd9F9b9GomoFHeNhTZPg
ci9gPwmzPjomJOeJzApZ3zU/30uK23CFt3PIPIILSgQO0DIAAAAg2roUUyRuquaxT+pJnJyl
ph+HrM/bgxJKng5NENoukEZpnYuk/XW8e8zOMvulwh0k0dVfouwkhEhJZN8g+3u1TtQ632g
wX+SOPn+7mW7MmTNUBVJeCcm4Y0PzT12AAAA0M3oys2jH0vgpCM4vZ/YPvptCsWmSMf7ks0x
G2z2E7ODQjan22FmMyXSaiSQ3CO3Y8iaVv8Yil49H9jgU4u4F2y0RKAf85rZJmYbhKxvmvdF
m6j4XaNjdpAY7K34eFy8n503rd4SiiNVPbw3zDZNwltT1wsAAACItgWm0I7xaE1Yb+13vWtd
qmYXJGlonbJjmISP/7oH7A6tXywUPXCxX9kzst+HbJDAQAlAF2qvmj1nN1C76NQ7F83S7+r
KyxP3w90zEsScjHN3XPmHjhvfVvm1qokvNi/Loa3Rpi3RxEAAAAQbWWp6OC4fxYyT9j3k3X7
mo2VOPL47ZBsc++Y92WbEpqP4txdlqmhhlhcORFYTk2SbpUK4/WQ9V/bVNu2D1lZ7WOQy6T
3i70PjH7Z7KUrMlUxebmWreV2dUhG9gAAAAA3ZTW9mlzUeNznG0U2t4vzj1JPulsazxJvwRZ
p6t8lKc3ax5idkAoeqnWNrskZM2UIyWQ3gvZgAGfu+1lCbOpEkV+XT457k3676LvlL9p/UCjO
8xYUpjd1usftKgm180PW3OrfQa2XMKtNjumlXLPv/i7Rf7MvmYm2Gjnc7z+xs+u0HGAAABt
C8SIIRv12K0d4jE2ZB6wWQt43AMhm/DW51nzEZv7S4wFCayL9etNonubvatt3u/NBxT4lxN8
Mt6dJPR8+6kSVI43XV6t/96fbVQiWn35aS2fKPG2jYTYWVrv/8cl8U2Xf2P2VLLNm2LjRMEn
h6yfnYd3hdmZ3KoAAADdm4pCYcG7k40YQqwrXJt74PyrBr8lmwEAAKCrMnpsNoNZ5UJ8jb0C
/cAAAAABGIWFhFm2Pmr1JFgMAAMDCQPVCfG0nkr0AAACwsFBJEgAAAAAg2gAAAAAA0QYAAACA
aMAAAAAARBsAAAAAINoAAAAAEG2dBp889ySza0L2Qfg8/l3RPZLr3Nhsa/33zzqca3aZ2WbJ
MTuG7JulpZa/ZTZE//27onuG7Pur6YfplzTb9f/Yuw8wuar6jeNns5sKJPReEqpUQaQKCJY/
SJGqKEoRROy9INg7FkQRREQBBaQJiCB2qoBSPNdAQpOaQnrd/f9ez3udk2E2ZXeSLfl+nuf3
7Nw7c8vcmd28Oeeee1O+n6puHr9myrelOqJu33Qv05NSvtXWZsXn8Q4vU03rlltre/mPpXzP
V/3UPU51v9ZlfQx079P9ivW/MeptdZ/xa6OO9HLav4NS7bIv6/r9tPFrAQAAoa3Zvhd1eMr3
LL3IAaqkgPY1Px5YvEY3bb/KYUyh508ONPi5h5fKZ6MOOPTUr7xvHwi5WvBbRR1Sso3e08O
Sp90KNT9RX/hbZ7ucJUcjC6M2sUB7fKoFfzcqUWla/P0lg5hhzvKHeGguJyX1f7qfmRXODDK
h6Mujlq1eC9fjzrL69025XukDvRzWt/JxTQAACC0NYXCjqlq+Dku59ek6B5XSnKiZKd8MfoOo
F1O+0fsBDjy6lbtuJH9z1Ie8zEwvV5lVTM8oHm+TckuZbiqvVrc1PF9h6B/e1jYOHhHfdT7
1+YwqVZAtcTphvcTvB/txf6W21ephezgqJdSbn1TrZ9yK5zWcZSD4FFebpKX297TyzlIvuDP
fW7dto7x6zv4tQAAGNDWTK+OejnVblWlVrQn6l7TUoSs1RxxNL1z1A1Rs/3cb6M29eur4FQG
v4oCzbRifU9FTfbPbTx/q6i/ptx1q4B1gedf7vUraL0+5dtsVetS8Nuh2MaMirCVAA7dz1fz
7k25Fe45T//L+5W87ttSbqGT7aL+42PUVmxL7/V1Xs8E7yMAAOhl+vL5S2ul3Jo13dPn3iN
QtqkKbesqWXqZs9fzWgn8ljK3ZtDHJQUwNTNqHO/1nbAqrwp5dYrhbmHPO/+lM+X+0vU8Ki7
ojZ3CKqC4QSHqy0crBSSfujgpNA0sQhm2sZKUyOjhhUhbUDdz9kOm+qmVcvjOlGPFp/tQ63
ydt70D/LEKruULVU/jrl7mJCGwAAhLamWphWQoUanWD/LYevd3u+wtnc4nVzPa/NoW1Phy5t
YwPPq7w/5a7GP6bcyiZ3pNyipRqTcgtgq5cv93Oalx3s59WlOsih8fritcc6xGl/RqR5W/tK
q3o/1Nr4+5S7W6vPVOu9PeVWxfUc1hQqt63bn739/q72awEAAKGtqaquwqqr30/ZtakBB+pC
3C3lkZInOpXmdqipDHSAme1lfpLySfqrstxhWt17td9Dlk6N01dobc6EGoE6z3F/pRdmbKs
A51as9Rd+oW69zTIwe24qGs9fX/dvpY06GFqqo1eVavju4pQO87v/1Cv4+G6z1zv+6io7zoc
0soGAEAv1ZfPaXvCQaMKlQo6ZzZ43RwHMnUVLuMgpdawzYvXbOLwM8Nha4YD0PRU696sKBSq
W1Zdo+t7nkLcyilfcuPvRahcySEw+fHqDnXqJt20WKe6VtVKVrX+TfW2p6TGAwOqeWo9u72Y
v1mxjhbvu8KfRrOoJXqmOF6zUu08v1vqgikaACC0Nc1dDkK7evrgNG+rVhVcWv14nIOVzoVT
65gGA1Qn7auV7DY/bi2WqaZbiuNVPTc51S7NMdMhTuu/owiLuhbbYZ4+yuFR4UmtDLunfA6a
6Nlir3PgGIAEq6qLtaXuM6umn061S5AoEB6Yal22AxwYdR6fzut7xMentQh+CrGn1m0Lr/wO
VcecWvJV//3nM1w6P8PEZ0gt5fVffbl7VK1duvbZxQ5KanX6dIMWqQ7/sk9xYPpq1PtSPilf
4eklB7lTOtlOR93j6uApDONyITpfTpfRuDPl8+deKELQ0w5SB7s17QQHpz96n69365fC3Wne
z44G2+zoZH8ujfq416NWtRtT7Xpx2o66P//j+WqRG1QsP9hB86ZOTOpsQ/4M53AoeOR+jzS4
5iPd+Ax0aZ5t+Qx7TDUo6svdWId6MT6W5j0XGvhaGg4m00eklo6ORf93esORo3rTG9KFZjeO
Oi/VRnNW1nZr1q0OJOu6RUojRzUg4BiHHC1bXS5Ef9w1COCxBtNqHbs75ZGgCkS6O04/3YJ2
klu0jvZyuzul6Ryzg9zSdV6xb8v4teriPdvhTaFN59+pC3V8MX2vWwrVcraT3091uRCNRn2n
g5ve16Z+XvOfc7jdyO9vgN/PP91KuYf2+7jUk3zh7Fma3+/OCY9Y4B/F65Nr2xJX1j6HVqt
G8uj+5/hM6k2er8r1vffLj5DLI2hbdbosWOu7C+hrbQ2Dkj6pwitOnuA69J+fpwAAAAiyc
2//+B4Tu0cV0dY24kVF/KOarS0DXbBvEIQIAAN1FaOs+3cJKF7bV6NUXymAc9Y1U68YEAAADo

MrpHAQAAejG6RwEAApOQQhsAAACHDQAAAIQ2AAAAQhsAAAAIbQAAACC0AQAAENoAAABAAa
MA
AAChDQAAgNAGAAAAQhsAAACHDQAAAIQ2AAAAENoAAAAIbQAAACC0AQAAgNAGAABAAaAM
AAACH
DQAAAIQ2AAAAQhsAAAAIbQAAAIQ2AAAAENoAAABAAaMAAACC0AQAAgNAGAAAAQhsAAEDf
09bF 5d4ftVbUwKiObu5DS9ScqGIRp/gnAAAAmhDaToxaO+rp1P3WOoW+laKGRP2c0AYAANC80CZq
Fftcyi1l3XVvk1Ol8HAAAAAM0PbbNczTCTjwIAAKBzA3po2cW5LgAAAAIbAAAAACG0AAAAgtAEA
ABDaepJGsA5s4vo0QKO1OEaD+KoAAABCW/e8M+qfUfdGHd+kdX4g6iQ//q63AQAA0GPa+vj+
7x11QdQZUf+J+kbU5KjTurneu6M+GbVK1M5Rv+CrAgAACG1d9/moi1JuGZP2qE87ZM3oxnpv
iDoiav+ot0c9yFcFAAAQ2rpm9aitor5czLss6rNRA0ZNijogatmouVG3Rt1WvHblqE/5tQp+
f/B8Tat17dKoG6NGBR0S9fuULwI8yMttEfWbqKui1vBrFBpne5sPRF3v+SumfN7dXVHXFfsw
yIHztVF/ijqPryQAAGikL5/TtHK9y29v5g3OmrfqKeitky52/RtUe9yWNqvCKuXpNy9qjB1
RdRb/ZzC2MkOWrJHyt2tQz397ahjoqY6tG0XtYyX/0TUT7xNBTHdU/VnUe+OOjjqj1Ef9Xq0
3XOjPpzy/VbPiTqWryQAAGikL7e0rRU1MWp6MU+tdXdf6sVqxHo96S9QUh6LjUm4x29mhTvVs
yi1oH4u60uvQdLvXo4DW6nkKcoc7oN3q6c+k3IX65pS7VLWe3f369R3uFOLGRn3B6zs15da5
10QdPIgivFRR0X9nK8IAACo15db2pbx/nd08rmz3VoUgAbk2o3t98h6h4HNvlt1DoOZ3O9
rMLg5IE7Rr0YNcchT+urznG7OOqxum1W2y3nTffHj0Q6F2u/no17twCbqOlVr3mC+lgAAoF5f
bmldr3XM5/nlUm7l0jXc1OJWnf+mrtWxxWvVIjfmR6+ClwKezje71MFN83S+27iUuzOr0HZx
sZ6WujDc4ccHptwq+MGUB0lUoW5179PGKY9UndLg/eicuvU7eZ8tDpGPzuc4AAAAQluPGu+g
1dl7UDBayaFofqKef9HPDiuBVvXZIsS6NPN0tavmos1l+r60MYwtLQUqtd5/1Y3WnPlzsw1Xe
loLhax3e6qkr95z5bOPfKXfXzuLrDAAAOa03ejrLtJVU27FSg5FJzqoqRVKAxJ2T7kF62tR
p6R87tnLXrYy0CFudjHv6KjzvWwV1upb9lp9DGd2so8DvM79HBh1zpsGKmJU6xtSHsG6qbex
f7Hfpb9FbTaf4zCHwAAYAQP/XnXPa2pu4H3O7sMxDDku7F/N0jtgHHayq7lNd+kNdiGrNWt+h
6CE/rmzs0DbF+7K+w+DVKV++owpoCl7qQq1ua/WeqF8uxL5O8vp/6/Vqna9KudVtSrEPQxsc
VwWycfOpl/kaAwDQ/3WnpU3deys0aT+Gp1e2MC2lgtifU77A7u9S7i7V5TNu9HNtruEOpwek
2jIjunju11O+vMd9KbeAPeLA1upQdYYDVkuX1wABDV7QOWavT/m6brqMx4Rin1oaBOEB3ge1
Bh7o7SvAaRDEOG6AWvehKQ9+aOfRQAAMhXapjsgva9J+zEode1E+hNS7j5UmFKLk07m38fP
KYCtnfIFbvU+NYjgY35Ot6nSxWyvSfkk/q1TvmZbtS9POBCmVBuY0OqApst16NZZt9UtV762
0u5t/977MzLq+ym3nv0l5dtu/SPlW2/penO6jMnARHcnAACo09LRsehZacORo9RitFoT90M7
oRPyL0qLfvspbhEjU26tujDlrk9RK6Au7THE04+meS/EqzCl89bU2qWL5D7g+Rq8oPPMDb02
nS+m8+TUIndLqp3z9m6/5oK6dWpf1kv5BvYKbOru1EACdalW59jdXrx+VMrXZrvHIXJrLzub
ryYAAJDRY8d0K7RxBAEAAJZgaBvAoQAAAOj9CG0AAACENgAAABDaAAAACG0AAAAgtAEAAID
QBgAAQGgDAAAaW0JGtJL9qclDX7v0SFN2sbgPvC5tPHdBACg/4Q23SP0h1EXR12W8i2sPu3n
dk35FIW63Zbu8fntutCzScq3jbrDr6t8PGrfYvrDxfRHvZ7yfq2HR52S8g3mvxL16uK5T0xt
lPKN4Ktt6HZbxxSP31u8/s1RN6d8+6zdivm6f+rvou6M+qbnvSPq8qhzo87z+9fst4Vdb6f
+1nUdsV6Vo46M+XbaOmYrdWEz+CoYnta9w6ePyLq5JRv61XSvWrf7sdHeNnLvPyhmq9j8q+U
bxt2cN3yulfrpVGXFMddtwr7Qcq3IytpPYfxKw4AILT1jtB2nB+PjVrdoUU2dojSP9y6Yfz7
i0CnlqZfRY2L+rn/wd/Jzx1YBI+BXua1nlZ4Oz5qjWlIfPu0gonuB7RK1v+cPdWjTjd/fFLVX
EcwaPV7fAUxB8saoXztkyY+ihjswfjDqkKjxUWO8ji39/qd6/7fwxs7DK3k9ZztYPdth8sf
NeEzeKvXNcbv4Qpnb5CP+Yp1r9cxfL0f75fyvVbHevnxPvanpXxP17/455bF8u+Jmu462qFt
sLe1St22dGzfwK84AKC/aOvj+/+yw5lu9q5WlY97/jSHuL38nAKBWsrUUrWrg8XrUr4h/FYO
e7d4uZlFqFjP25AXoyZ4ObXqrZty690TDHe3OYQkr1PbvNvbmO75+tLePK5u/Kob0N/v95Ic
AHePus4/tc2Horb1+1BL3J9TboXTzea/UQTN30Z9LeVuVu3zaxyAJqbcQnefA+vpDoOTunH8
5zqofcHTLzjkqrVwst97Scd3hh/rOFwZ9fniebXWXR31fU/v4X2+19MKpp8rQnKLH2tbs+u2
Nb3YfGAafV5/OG9ouH8uU4SgwQ5rD3pa4UetPsMcfB4vAoW6SEf6cUcRqtT1+XxUaxEC/plq
XZdqFRrtoKKWJXXpjfJzCi5jvI35BeNqf7f28pW7ojaL2iDqpahnPf83Ub8sXqftDm2wvuT3
OtvBrXo/9/k4zC1e0yxDvN7nU+28vAELeO/15+lt4oBZ+XsRhEc4UOt4Lp9eee5fk7/OAID+
rK2fvi/9gz4j1VpinnCAUhfeCIHbR/3Nz49y8EoObGoNUpemWqb+kWon7isggav1jQ4j6ob8
d8otYYMdurTuVR007ir2ZUFWcZjcy/fJuocr69s/funqzN63T5eTuezXVLsh1r/fhK1qbcx
tQhv1X4e6WXbOzmmOp/s6brt7eXArBa9y729Vf28zreb5OP2jbrtNbJ23fqfSrUu5GW9vWl+
XNL+qvtXraJq8fzaQmwLAABCWY8Kbi3FP+odfr/LRT2ccrfeAP/j/nixjFqfDnPA+XyxjkEO
JHum3Aq2Ycon0v9fyq08ahH7T8rdr5v6uYU1xAHxVm9PXZy3pFrL3cJqL4LjQO+jWqWmeH8e
Tfm8slsdfFbVBoNzLwWluJ8fy+rpQ1e71r+bjo5bBFYvQ90eH3y+m3IU5dQH735rmbS3sSLUW
tDUcxCemec8rrPbvz/4Mvuj3O5VfbwAAoa1v6CgCwAr+x/+5lFtrHok6tcEyem7vlM+hUrdp
2fWogKeWnNtSHnygUPCE11uFH53D9l5v955F2Fd1vV6X8jldpQ0coKr3sZpD0YPzCX863+5L
/my1r/t7vxSujnbomeX1ttQdr3cs4jHW9tT6dryPj1obNTR0PD9/RtSTKbdE7uPHL89nfeMc

qisjitdv4DA2J72yK7TFx+4xP7e3A+oofsUBAP1Ff70Wls7lWr8IXZs7qDzrf9jLEYlqefqU
H6uFSCf9n12EgZKCzk0OZg87ZJShTZfTUGuVulsNFouYWyxfPq5apNR6tVOxnY94v+52UKu6
A9+Z8gCChaFwMzblwRSre1+rQQca8blyatwN2lVal1osNyzWO8g/JzhELqirWMtvX0y/NtVa
QXUu4T+Kz7cjzTv4oNrW+FS7zlsHv+IAGP6irR/sf3nSe2sRWHSemK6zpst6nJjy+WeiLjtd
9kltQjrp/Sspd62JWnZ02Y1qUEBrEWxbHQJv8WO1pA2sO4a3OyjcVwQGBRh1OW7s8DSo7rG6
Yy9K+Tlkuu6cWpPUUnaEg6G6FY91WDu8CC71+1cFRIW0VzmY6pIgZ6Xc6qTRrrrk84TO9Lr
7S5tbx1vT13Gb0n5shytPi5bOnRqVO+Ffs9tney7XBP13agfO6gguOpabbqmnFrqvuoArvXq
PLqRKQ8GafW85R3AL/dn2Yzvt/ZjCH8qepR+nyd2Y/kRqfddSHtpMyt1b6T6kPTKc1mBpUWH
G176dGjrcKtKNQpU5zu9XLS66PwzXadLl4hQq9befu4x/+N/TsrnQGn6JD83qS4Uabq6XMdk
b1OjMdUleLcD14QioD3idd5UrENdsgel3P1ZDWqoHg91INM103T5i2v9fi5xuBRdC07djcf5
H66T6vav7AJ8wSHnzV639vNvPjaXeRsvOcgNSN2/O4KOhS6Ku4e3p/MEr/Zx0RfsDAcqxTT4
e65pxfGsP+9M4fWAlAdbtDjoKUSf5sD3rSLwaRtfdRjV+z411bpov5Py5V2a0T36OYdl9Byd
DqBrAs7u4vL6Hu7EYexR+jt0TDeWf1vU1zmMWErp3/qt/ttS0tGx6D1IG44c1RvehP5RXY7V
RkEOcqml6r1u8VHrjEZR6vlfz9QtrwOg67XdkGpdlss4NM1sMD3M/1usLuMxxyFhGW9TB1Kt
XLpMha4h9mzxP8Shfm3VbVg9/p4Dxwmev7P3pX6E6EYpt5TdVOxbtX9zU+16ZMMcxKoBFvWt
Ezt5X+9168OU1L1RlkP9/qR3M6F4f8sW/ykYX+Xvu4PwMB+z6Q0+1138ud7peef7M/xpqo0I
Vjf0+XwYl1vAtqjDLraeR0tb30dLG9CNRqrRY8f0i5a2SXV/FGYV//AP8h/6v3SyfKOBAlPn
Mz2t7h+r5FBQdqjOqleipVLuESHK6uwir3PrjG5uZPXPePa0P5OS/NvXbqlePxyEz6D6Z2E
ovZO/kB3djzrP9cb6+YN9Gc7vm5dgap8Dzo7Nl01xYW+62UOQZ83v7+jwFKjv44erUaOtqYl
d70u3YZKXXVHL8I270lcmJh6FzBx+rmvdAg3AEA0G/15e7R+dGJ/zpB/ta05EYQfIdlc27O
4msFAACaZfTYMf/92V9b2p5O814Edkn4KV8rAACwuAzgEAAAABDaAAAAQGgDAAAgtAEAAIDQ
BgAAAEIbAAAAoQ0AAACENgAAABDaAAAAACG0AAAAgtAEAAABDaAAAAQGgDAAAAoQ0AAIDQ
BgAA
AEIbAAAACG0AAACENgAAABDaAAAAQGgDAAAgtAEAAIDQBgAAQGgDAAAAoQ0AAACENgAA
AEIb
AAAACG0AAAAgtAEAAABDaAAAA0HxtXVzu9KjNogZHdXRzH1qiZkeNizoyahIfCwAAQHNC2z5R
c6NujBrUzX1QYNs8aleHQAADQptLVGXRd1+SbtX7uizuXjAAAAaKyr57R1OLg1y0A+CgAA
gOaHNmlp4n608FEAAAAAsntAGAAAAQhsAAAAIbQAAAH1IWx/ff11uRAMiymvFtUfN4qMFAACE
tt5BrYS/jtquLrQ9HHV11DQ+XgAAQGjRHaFti6ibXbJV1F6p77cgAgAA9JvQVt3+6pKo33ne
66L2SD13CZEW8m53VjHQL+vZtKdJmbydQcAoO/qDwMRhhWPL/HPdv/8TNQOUT+LuirlW2VV
jk75XqeVI6KO8uPXRP0T9duoy6K+6fkHp3wniMv8/LbF8m9P+bZet6Z8h4eKbvn1aT9+i/ep
/rFsEHVN1J1RxxXz1XL4uU6m1TX85VS7OPE2ddND06NuivqJ4nbhAEAQGjRZapz3N7hsKLz
23QjerXKrVyEn/8rlvI1Bv8eEsHtKejxkY95/l6/as8T+fNbe75b3KYuyLqDw50W/m57aPe
VoSs8vHb/VgtnrqN19SoM6K+E7V7g9fVT28cdXiq3Z1i76hjiukved9O9vs9nq88AAB9U38/
90stb2q5+oSnH4s6IOqsqOmp1g2pYKXWtercOHVz3hf1sQbr/E3U91Luiq26YVeN+r6rCoTq
pr0n5W7JqZ7f2eOdo9ZywJrhYPjuqOvqXle/nPZ/StScqCEpt9BN9Hy1QL7LpRbAF6NOiPp2
YnQtAAB9Tn+/TpvCyZ+KaXVdbldMVy1y6ip9vgHHHQ609fdEVAcAVATeanm1sqkVa9moFaPG
++fCUMB8wuuxO6LWLfZlTvHaaemV5+zp+QO9Ty+nfE7dJil3Ez/s19zjILcyX3sAAPqe/t7S
ptBSntT/WBHa9Jxa29SqtXzK55MNXCd6lk+NW6kUfr8a9R4fU73u2oXYvyr0rRL1mqi/e1qB
bUoR0tQNERLDms6jK1ve5jogHhT106h9PX/1qNVS7rKd6cCm7twhfO0BACC09UYtdQGntS40
6Rywsx12hi1gXSNS4+u/vTfqw1EfiLo/5YEPixKOl0t6JOpYB0AFyrHF89qvdVJuUVuxCHRV
qDs06qGo21M+Fy85gKrF77cOrh3erxf42gMAQGjrdqLx+oaHOHfHCjI7Oez8Oc17sn9n1IL2
XF3oS172lKgLPf1CXThcUKBUi9/jKY/0rKcuV3VtVgMYdH7eQcV70z4d4uC4ZV2YmxD1A77m
AAD0fV09p626RlqzLK5riKm1a4NiWqHmAT/W+WPqKr3U4WtBIUutXWuneVvAqtCm1q9HimO6
bd3xqYLjnlrHVWjTspVr9co1eOLZQfUBe1qu+qq3cLLj0m11j29Xl3Bqxfvf00HuGX52gMA
0Pd0taVN3Yw6P2rP1P3WOq1rh9S1C+K21QWalrr9UXBSC9T5KZ8XphGfnyxCmLoy/+Dp1row
W65neNRpKbegPVNsp1pGQU4DAXQtOHw3rpzmvCupnXu3MioFfx4VBG+NFjiuylfK04XCv5K
1D+L/Sr3rZzWT7XS/aiYrgZQPorgphGjH0+5hW7XxEV2AQBYqkKbwsteDm3dvftAh9ehS1W0
L+KyE+pCyGzPq8LQJIEXv6Z8SY1fpXwJEJnj+dXlzMnF9md4fypqodvWgWyOQ93EYtsaJKCu
UV3EViNuflqgxRUHauBBRpkMMjLVo//6Nc8mfJfCTWQ4OtRT/lncih7udiX+mmNNB3txzP9
/qvPRGFN16a719OHpubfbQEAAcWBLR0dHYu80IYjR23oUNKs20VV17VQN9+i3AJqOQes2UUI
1X7pRH21Ot0W9a2UW9TUHxITsewwb3d6g+lBruqe/4F+r+XI0WU9Xc1T9+OmUTd4WstP9c9h
3p/2VOuKbXfIKgc2qPVSIZ5vLN7TYG9/SoPpgZ4u93OI6sPVuvb2oHyeb7yAAD0LaPHjvlf
yOnS8r3kfUyum55TN6/VoemBBstOm8/0rLqA1qh1akrd9H9c9cvUr2t+7neVZqZ5WxPL6dl1
+za7wb4qqP2JrzwAAH1bf7+4bgcfMQAA6A/68yU/1M2q66aN4WMGAACett5LrWw38xEDAID+
YACHAAAAgNAGAAAAQhsAAACHDQAAAIQ2AAAAALC2hbVDde6juXNCI7uKwXoP5WkZ3Mhhet17d

xUB3Gxjqqr8f6QrF4+p+n432rcXrGeb1DJzP/pfTetxat5+tDZ4b4OnyfS8TtVEnx2KdlO/D
Wu67Xj/ENczzWorplcXrWzt5r638OgEAQGhrRGHiz1FbeHrvlK/8P6zBa0+K+lfU7VEfK+av
7/nXR92T8r1Uq9f/O+X7et7u1+i1H406PuoXKd9y6yyHlbW87VW8vG4QrxvRrxq1UtR1XpfW
eY6Pe6tf89oilG16W0+fG7V/sa+/Kqb13IF+/OqUzbK/oqe39P7e7PWVYfR93g/dH/XHnvw
lG9xdbtL92Y9LOVbX93peVrmbK9rZb/Xtb285l3t4wMAAAhtDfd9q5RbieSoqlfTK29PtWvK
N3p/U9RxUV9NubVJvpfyba+2i7rMIUzrOz/qxKgRkD/c/fNRzzqcnRD1kIONbsB+ZMo3eN/A
65Edo9aIGp/y/VF1X1LdEP6PDpkrq38fGowvakDkox0YBvh6VcVzy3rdVaf5ZlRf4va2fvw
Sc/Xe9ZN6D8YtYeP1+sc8D4T9bSP3WdTvvepXr+C9/ubUfs4tL7g53byerf1/r3lrxMAAIS2
zugenHP8WC1aF6RX3rrqkJRbne50MHveQWOAg80Xo56I+krK3YB6Tq1Ll/q1CjBxpXzzdwW6
xx32/uKQ946Ub/6um9NXrWY7RN2b8j1H1YL2UrtFUdd6f1sa7H91A/l2T2vZuX58bMpdqzM8
PbvBcnr9Zg6IX4p6NOo7DmjyRgcrrva+7/b72dFi7IuV7nuqueslemfBcJdXk+F3WJj+uv/L50
fG8t3quC6oNRE/l1AgCA0DY/ChHqolvHlaPeeg4VFbWM/SPlliyFnepm8pP8uk093erjM7hY
VkHmjmaJaYXB1P1Yo3MaPt0q1uzGslmqtf0Pn8xk0+ixmOYyqVeuxVDuXbG4R2mb4GOi1m0e9
7PC5kh8P93tZ3+G0otbD84pprbut7ri2ptp5eJs4mNa/120c4gAAwGLU129j1e6g87Oo5VPu
Eny0wevUOjahmL61CBSzHHYq6ipddRGC7osONQp26mY8KOVzyzTo4St+zfAitLXU7b/82OsZ
6G3PLl6jUKmuXXWrvrkIbWrte6cD5BscJhXilnPovKv4fCd6ueUd4ir3LOB9zvT70LZXdlA8
3M9pu+/xe9X2TUNXCCQAQltnFIDUGnStA4ZCjYVrbnlrI5TtS49GVHQuXxKoLYYMDZBQQ35Jy
q90jfm69liwNaLDsDSmfi6dgtWXxGoU3nSenbkh1j761WEYDJX6Z8kCMqQ5U7d6+ujmP8Hra
HRhnpqtI0IXV6v2+0uvSOXxHRZ3iUNjm96rg+wC/SgAAENoWFNRodlDZJeUT6y+se51az8oR
pQf79WNT7bIEFZ3o/+xChJnKag5NVYuduJA/7MA21a/ZqAhwLQ1Cm0aC/suPP1qsf4bDl8KZ
BjQMKpZVK9mO3l+NHv2Znx/v/binbn91nNTitmYxX+e4qXXu+k7ep0Kkupt/4GkdFw1YON2h
VIMxPhT1pLcLAAAWo/5wTtuy/qmT/Vds8Ly6TLcuPtUduWWqdaVWIz51uQ6NwrxvPttSi9U2
xfQeDi1VF+tDDIPleW86H+1yP57uoDSneL4a/Vp/zTZ1dapb8hed7IvWMS7llrQWhy1e1IK
edSoqPXXUj/WwIjyshwarLD3lhzn9jTv9eDu8Xv7N79GAAAsfn29pU0tZVXLlEZ6Hp1yy9v0
4nUatanLdmiU55oOedUgAV1fTC1JU1Kt1eiuYtmhdcdopoOdTuLXCMv3eJuVO/3zRv98f8qD
AzRKc2fX+v55a93+p7rp4Q5s4zvZl1SEvarF8C7v1xlRP0y5G7VqSftr1PdTvmTJAaw6XJ9at
p2x17HAA/JT36RMpX/dtZt17vaGf/44o8OtxHP5c9Fj/7HU78C1qXYe6KLLeVW8XYOZ499
hs8Uf3e7Qn83t+UzxFJIWUCnNQ1f29dA2x6GrCjW6/MY6DjBlaFor1xeiTk65ZeoY/wGRrjg
6LIWOq/sqCKUKLT8zUGuDFVXOIgp/JzjZStar1rbqla8Y/34jT7WM71vR/sP2DWpdn2z9rpp
XcD2L8W6FTzHNjgO4/za2d5nBU1qV7koPZlv+5Fh8gf+o+o9v+mYj26DEh5PqDet0aL6lw6
teL9PtUGV4i6S0f7uPVn6nY/MM3bOoolp9W/Q9d34x/sff0PPp9hzzUO3NTN0Ka/ucfxnycs
paFtchXaWjo6OhZ5DRuOHNUX3/hwp9UZDZ7TRWQnpgUPQvil/2gc62Um1D3/QYecvXyg9Ufq
RAeuiq4LpxGXhy3m/9mOaLB/MtT/EE7p5jZ0vt17o3bv5//7rS6E3MHfjh47/h3dPP58hn3/
M6z+rvEZYqk0euyYjup/QEuLSfn5bsli/K+/rcEymqdz4nRjJKuKP1TLpVfek1PXUFtmMb/X
9vm8p+lNaPnQNeCOcijt790VzfjHBt07/nyGfiYp0TUKLFWhrRkmp8aXzdC5crf7+TOLP1Tq
ihxd91pdpuPOPnwMNDiisjuEXwlaABYMpam7tFmqC4dUn9/U53Er5OddSmRZ/v5MRjo96rz
jJ7kVwgAgMvR9Ngx//1JS9uimdbJfJ0r99el5BhowMPf+CoAALBkDeAQAAAAENoAAABAaAMA
ACC0AQAAgNAGAAAAQhsAAACHDQAAAIQ2AAAAENoAAAAIbQAAACC0AQAAENoAAABAaAMA
AAACH
DQAAgNAGAAAAQhsAAAAIbQAAAIQ2AAAAENoAAABAaAMAACC0AQAAgNAGAABAaAMAAA
ChDQAA
AIQ2AAAAQhsAAAAIbQAAACC0AQAA9DltXVxuajWqJYm7UeHa5J/AgAAoAmh7ZqobZoY3OZG
TYjaKmocHwsAAEBzQtvaUf+K+k3qfhdre9RuUe9MdNcCAA0NbRpuX9Endmk/VC36Dv4OAAA
ABrrasuWzjsb3MT9GMPHAQAA0PzQBgAAAEIbAAAAACG0AAACENgAAABDaanR9uNdFrVHMWYvQ
59S8i/4CAAAQ2rpJlx05PWR34r2cH/U9QhsAAOhv2vr4/rcUAW2tqM2i3pLyBXsBAAD6jb5+
TpvCWXWv0tWiXop6vO41u6TcjVrSNeZG1M1r9bxWT+vaccMbhNwRdcdN92F9c8p3iSjD5HJ+
rO7b9eqeG14E5oFRy9ZtZx2vc5kG73mHqD3SvK2JWn5Q3XRrMb1T1K6dHMOt/BytkwAAENqW
CJ3PNI1qdhHMLo+6LOp3UZek2gWbJ4t6ImrzYvndPe/Vnv5K1GMOg5XP+jWrenrdqJuizo76
Z9T2xbb/EvXRqBui7o76RBHSbo3a0dMHRv2h2Lc3+PlfRl3v95WKfdJ9X3X7sAuL4Kf3d5gf
bxf1QNSanj4v6vdRl0ZdVRcEP+790zH6der7La8AABDaerHJ/vmmlG+HNcvTh6bcgrSjf+4Z
dVARnNRitluxnj08r60IXis7BKUiUOk1VavUN6PGOvwpFH7bx3Ru1PpRh0Tt78D29ZRB0BQq
V/Q+VNtZPuVWQ807NeqUqC2jpjsoyquiPhL11pRb297s/Unep8FFCLwt6hm/dr+o16c8QEMt
bu/26zaOOSGvf23K5wa+hV8JAAAlbc3W4aDz3qjToo6I+n7x/F5Rv025u/TBIFuT9vNzc6Je
iNqmCE5rOYBV3YpTo54ugt1a/vlCEfxe7zD2ctR3Uu4GXcHr13ouSLnVSy1xT0a90fs9N9XO
u2v36xXmto4aEvXjqIkOb9sXoVL7p5Y9tbf93UEseX1z/Hj1lFv5tN69U26Zuz/lVsPzi2Ow
t/ftWq/vguI5AADQy/Tl7rAol1qk1nFIqroS1RKmc8x+Xbz+jlRraRvkYlORQ9KWDmODi2PS

5kCzmae3d2iukYV0NTVuKKX1zlwavFSd+q4lFvJ7i+2f69flxzQqpA1rXiNWtPUUrhF1EwH
wBX83tZz8Kt80sEyFcFzWS97geeNjPpz8Zo7ixC4sfdxMx+vgWnec+8AAACHrSkGOMycmPL5
Xe+L+m7K53dNd4CaXLx+Sqqdz6Xl1AKnbslNUj6P7dGolVKt61Mh6Paotzuobe7gpdAz12FN
IUnnjLV7uTaHt3lFkXOLwDc66vion6fchVoNptD+bRB1tee1OkY2eltTivWVAU5B74te56MO
m8n7WH8Mhnq/hqXcbfw3PzewWA4AAPTC4NNfaNCBWtBWT7Wu03JEZEUqdUnqfev8N53wv4+D
282pdp5Z9Rq1mN3j16hV7sZUG6WpgKbzxzYoNs05S7Uu1JuvUtp3kuPDCimP+eA9mUHxmrw
hIKUzkdT65dazNQatp1D2cAFhG91/37WYfWNnj+3k2PQ4vD2C29HpXPw3s2vBAAAhLbFpQol
UxxuVvL0C6l2HppoNOXEYhm9d42c1Hlpat26oy4YtXh9OofsMledxxyQ1PL1nIPXFle78Slf
5qPqttX6B9dtf6wfa1saRKBz0r5VBMGqi3a81znZQS55erlifYc6TFafo0avXujQ9ybPfzbN
eymSNby/c72NFbzecZ43lF8JAAD6V2hToJnRxP2Ymrp/nbA5Dh9VF+SDqTa6UvbvwOp9D3HQ
0UhMnVf2Unpld/FgB7s3OgC97Mcm1z2VcgvZHn6tAuJ1KXdJznKgq7avrs1to/5Vt/6ZddP3
OkCO9LTowbvIj/+dcmftRa1qOxbTvevehJRHVvBr26N4jd7Ho358T93yX0l5NCwAAOiFunpO
mwLSW1LzzonbposBUmGoah1TgFJ35c8dfM5Nufvz8ym3ZKlV61NFGGtzaPq3A0y1vrYiBcl4
Pe2wd6fnL+fXaHvqXjzFrz0y5YEH4xzs1KL1Dk9rBKpasq5v8B4GpdrFce92sLs46qdRX4o6
06/TwImTur51l86J06CFo/zcMqnWWqdQ9v6UR7XqfLvPRH3NwXivIsTpEiUn+j2ode7oqLfx
KwEAQSF8KbTpB/zUpX2ajGWY7rMxZhGXUXanRQ8V83SO2Ecdiv7tUPMphzNdPPcuv+7WVLU0
xw9SvuSF/MYhTXRSfnWYv1qg/pFya+BZQXZyv0LUCActWrpYrUdPq4aDPFjB6EH3v6UBu/j
oVQbzCDHpnynNo0OVXdnRkTde2+29MKue/1NuWCInjq3L6tHAT1/LscXLX+Y1l+d09ecqH
96wuNaKWu7/zKwEAQO/U0tHRscgLBThylFp1BqTaqMdmmbUY1tma5r3d1eIwOM3b1amQpvPf
DnZALAchdHWd/vM0ryDKhbGgCLodhbe5/DrAABA7zn67Jj//WPD1XDVV8xdAttoFK4Ublcu
ICwt6jpTqg10WBQL2j6BDQCAXm4Ah2CxUKhSd+VkDgUAAAGgGbhC+eKiVTAM1aMECAACEt5u
FocAAAA0C92jAAAAhDYAAAAQ2gAAAAhtAAAAILQBAABgofXl0aO6K8AmKd85oLrZvG7oPsbz
1vRj3XNU9928u275VaL2j3og1W7tVNG9S5fzY40CfSTVLt+xTtRKfqx5uvPBdE9r/n5Rk6J+
l/KFfbUvupn8437N+lEvPHxLq1X8GTzr57Z1/SHVbqel22St7OU7imltd5jXPcb7oov5rl1M
J0/vnfJtvW7jKw8AQN/Ul1vaFFB0E/W/Rf0p5XuFvjdxXy/qnKgRf3KoewDxbIKMtfh/P
a1K+WXP5TLTsX6P+7GVXKZ7/rrelbep+qVt5/hpRN0YdH/WTqMtSvoXWqp6/1193toNZm/e/
un/rO/xepuZ9G+n5Wu4Chz/ZM+V7pMoWDocreFr3JL26mFaovSnl+7Hq/RzAVx4AAEJbT+y7
goxuiL5Z1Nejlvdzum3T1g5MurG9bpium8kP9/OaHuuQ8xFPD6tbr8LUG7yuskVymagveZtT
ijCIUDjH63y9l1XAeibqj0Vg0n1J1QK3sYPnLz1PN27/uPf3wZRv4J4c/IYW228rpqvnqpbG
gxDeq9tWfdWBUEv8WtSJkd9eCwAAENqWKIwF8VHjoiYWYaXDgeaHKXdV/sLztvXzClWnpnzn
gl85bG3g56obsj8V9VJ65V0NZvu5cX5c3Qd016hfp9xV+mjKLvt7ep/uTLXuVq1vRtRqKXdj
vhi1fcrdsOd6n37qUFi9fk6xH3NS7X6qHX6sZVeMOizlLmJtc2DKXcM/8POnp9y1ujpfewAA
+p7+cEeE1rqfVfDSeWxPelqPdQ6YugtvCWdawsFGx2CYQ9u9nl7Jga1Rq1SHA2I5LTqH7q5i
/n0pt/aJzps7JuXWteT1q9vzP57eyNs60EHw1Sm3mLU6lGk/V3WgG9FgnxQC1QV6R8rnuCm0
6dy7ZR0I13VAX837+SRffQAACG29RUuatyVxsgPPcAekYx2QqoBXDSZQF+sUTw9qEBBXT7UW
vdKIYh1VUKy6Y6/z9m/3Oi9MuVtzNz+/rEPWV4v9fsrPKai9KuWBBO0OmA8X25nt53eMOiPq
+37d8g57nyre59Od7DsAACCO9aj2uvc6swhC+6baCM0ybKnF7WWHrBUarFnh68VUO48sFess
Q6IeV/cf3Sflc+G0TXXZaoCEump1Pt3hDnL/jHqzXz+3WfBLqZXwCAfBt0a9vW67eu76lLtb
BxbBv2vh/6U8WrV6ny187QEA6HsG9PP3Vg4uULfhEw4y6tJc0SFGtXnKrV2igQRPOThVAafq
Al3WNb7BsdNIO9YvpvX4GT/eJeUu0hu8vftTPduEz+v8KhZ3mb4eQWvTYt9V1j7l5d7tNgv
7aO6UXfz+oYVAbVaZ1vxPrcuQh0AACCO9Ti1sKm7cl9Pb+vQVnUxquXqrX5OrWlXO/zIm1K+
FIdUrV2z/VPXdx0NZadww14nOfYh802OGffryw2L1erXWTUi5C1MtaToXbV2HR9GAgfOL
96Jlhn6DF0KbTrX7XdeX9Wdq3173tvcz/PUGniZ9wUAAPQx3iussX70GX3hhePK/WqaMc
hnQpDF2v7Ak/d0rUeQ49e6Q8aEBB7lAHLwU+DRTQgAFdo+09KV+YVqNQP+EQN7Ru+7p0h0aM
arTmKD9/oR8flPJAger9VADTIAS19n046qSUr/umUPUrz/uSXz/E+1O1rg1KtcIElek6tc+cW
n2e1T2od/KFruAOnjsGzfO0XydtSbilFz9HvyvdTbdT0otLv00Ycxh6lv7E/78byu/h3EVga
qafs+L4e2nQu1xdTvt6a3JJq56zpfelSH7o220ccVr6Yat2cFzVlNN/TBSQ1KKlc8pudkDT
OtrN+lzKLXbXpXz+2YVexxwv95inb3To0/Xaxjv8TXDw+4q3mRyiHnfYojLVlgWi5TQQYfeU
r6lWXShYlww5bqq19t3pkCcaBfqZlM+xkzFedrKnf+Zgp8B2g49HB99/AAD6npaOjkX/N3zD
kaN6+/uq7gSwiQPuWvq5Q9h3ink7e3o3vi4AepPRY8dwEiClyIB+/L6GpnnvJLAWOhoss6zn
cycBAADQY/rrJT/UPXhVyl2Qi0KX4phZN0/dkeqCnMPXBQAAENqaS5e7eEcXlru/wbyXUm3k
JwAAQI8YwCEAAAAgtAEAAIDQBgAAQGGDAAAAoQ0AAACENgAAAEIbAAAACG0AAAAgtAEAA
BDa
AAAAQGgDAAAgtAEAAIDQBgAAAEIbAAAAoQ0AAACENgAAABDaAAAACG0AAAAgtAEAAIDQB
gAA
QGgDAAAAoQ0AAIDQBgAAAEIbAAAACG0AAACENgAAABDaAAAAQGgDAAAgtAEAAKD52rq43O

ui lm/yvsyMuiFqFh8LAABAc0LbGVGB02h1t7Wuw/uhda0X9RIfCwAAQHNC24io86K+FTWom/sw
O+ptUV+OauEjAQAAaF5oU+vaM1EPNWk/Hk+5xQ0AAACdhK+u6OhG4GtKIB8FAABA80MbAAAA
CG0AAAAAgTAEAABDa+i1GtgIAGB7T1of3XSHq2KhRxfuYE/VsyteR685Felujfhz1w6jRUedG
fSpxDTkAAEBo61Kw+kzU0KinPG/1qGWizu5maJsbtWzUWV73mlFT+LoAAICe0pe7R9XSNtXB
bSfXcVEtmvS+1Ip3q8Pau6Jm8HUBAAA9pa0fvIf2Bo+rC/XuGHV/1PZRaoRdWhe+RkYdGfVY
1C+jJnn+lil3tR7v6Y2iVo66z9NqzfuAf56ZcpdsZ7QPq/mxtn1dyrfsUsh8MuWLFMsOfvx0
sW8Kjv+J+oWX3dX7ocfVte3+EjWdrzIAAIS23m5Ag8dVePt21BiHMHWdqsVsPweyV0ddE/Vg
1Pqev7cD1ae9jvd4Pd9IuVXvaG/jNymfS6ewtL/D1NQG+6bWQJ0Xt7Zfu563pXB2atTpDovJ
P092QFs16k9Rz0WtE7Wtt/1eh71RDnMT024jtAEA0P/199GjapXSJe3fHLV71M5Re/g5daXe
GfXGqDek3Bq3dYn1rO4wV7XQaT3beT27pNyKtn8n229xKWztmXJXa1vdc8n7sJkDo6iFTa1+
r486MOrtURtEvc/bfiHqgym34j3H1xgAAEJbX6fBCmoVU4vUY1E3Rf2fn/tKyjeqF7XG6T6q
G3m6I9W6WA9PeVDCbE8rKD2c8khSDXa4LGr5+eyDltNgBrXezS3mt6dai6AC5JxiW12lf/fj
e6JudgBVqJvs9Ux3cc9WAACWAm39/P0pVJUtUQ8WwUytVWphe3fUiJS7LmfVhS2FNXV9qqty
sOevl2qjVeUtxbEcnnLrWYeDYouDo86Za3R/VYWu13rZfxevWSXq6iJA7IMEvtalJHADAIDC
0vAPf2vxeJKDmBzoMKbpJ+peVwWqd0Zdn3IrXBWoBqVaq5vMcW0TdW/UA1F3p9wyppaz1RZw
/I9J+dliU4vPo61uG7PTvAMuAAAAoa1fUStV2SU5LNUGDOhiud9N+XyxT6bcfTq4CGLrR0p
5QECQ+vWWWrxcVRY07lvOndt36jxKXebTnIArL+jgs6R2y1quag/e98q7XXbaUnckQEAAEJb
NwJRM8PV4qDQwsRHF9AYOZ6JRNfF6sVrPVndYSw5Z6pK8I+Xrvq0qQpNGba5UrPNrKQ80UBhU
C9td/ql1jUy5lWxag9CLYHZY1AV+7YDiNqP8KxevPT/lgRIAAIDQtsh6Q8tPywLmKbRVgw0U
tDtI84YimK3jx/v78ZziuOj5c4t1Vuu9JeVRplU36+EodfXU3arz5XQNTxmeLvdNrXC6htw1
DbahUa37+rHOoTskzXt9OVrdAABYynR1IIJaxtS6tEPq/mCGuQ4mrV1YdnDdcq2p1sUp473u
K6I2TLnV7E9+7ndRP025C3Rk1O0pXyy3CLs6aO3zRfirWgM1/ymv50XPv6TBvumivR9Jubu0
CoJDisCl43aBl2/xlffH8ucpX5ftEu+/RpI+UKx7SBePFxbduVF7pXm72bFk/2M5NuqLxX+q
FtWJKV+rsd99hhuOHNUXdln/q3Q9yR90Yx36O63zfzm3F0ub/979afTYMcd2J7TpArDqXhzU
pJ3SH2WNsFyUi8TqD/DnU+6KrOjyGLow7kz/sVfY0nlraziA/ajYxomet0nK57RpxOZEP3dm
3R/4nxWhTSNMD035bglT3ofnG+yfWst0nbVbPK2A9/5Uu+n8CSm3tFUh+AspD3iojoda/3Qt
NrXEnZJqAxPmOgzex3d5iXjKn+UcDkWP/YP/XOreKRSP+PeHz7DnGgdGd3MdL/r3kP88YwKM
bf/raWvp6Fj0v4V95H93+kOhc9J0V4QL+dwBAEBfNHrsmP/+7O+jR9XdOYSPGwAA9HX9ObTp
3Idfp1qXIwAAQJ/Vn++IoND2VT5iAADQH3ArJAAAAEibAAAACG0AAACENgAAABDaAAAAQGgD
AAAgtAEAAIDQBgAAAEibAAAAoQ0AAACENgAAAEibAAAACG0AAAAgtAEAABDaAAAAQGgDA
AAA
oQ0AAIDQBgAAAEibAAAACG0AAACENgAAABDaAAAAACG0AAAAgtAEAAIDQBgAAQGgDAAAAo
Q0A AACENgAAAEibAAAAFoO2Li53YNRqTdyPjqgZURf5JwAAAJ0Q2k6K2ihqVpP2Y5CD2x8IbQAA
AM0LbUOjfhL1pSbtX7uifsTHAQAA0NzQjTOiJRpPyal3NIGAACABgb00LL1WvkoAAAAlkzw
AgAAAKENAACA0AYAAABCGwAAAhtje0edULK14ADAAAgTPVSH4v6ZtR6fMwAAIDQ1jsNjBoV
9XzUdnzMAACA0NY7bRI1LurvUTsX81s8vWbd9CpRI6MOjtrHpfurqpVu1aid/FpZw9MyLGqH
qCFRh3q50muiNiymt0759l+VlaO+GPW5qOWLz2T3qJU8PThqN8/X/mxfLL+etw8AAAhtfdK2
Kbey3Ry1efE+dRHf06PeULz/0x3ctMx3os53fcvzdo06NdXuHrFv1E+LAKfnzoz6VMo3vP96
sR96fHgxfXLUu4vAd2XUfp53ofdP4fC8qFf7de+POtePFSp/UKzviKjv8zUGAIDQ1tsNj3pd
yi1W+9aFtieibopaN2q54rmWunW0+PkrUm4Ju9phSuv4nZ/Ta9qLoFStY07Uq/xT+3F01Eei
Vmuwrc2idomaWQSw1bzcGxwcd4yaW7ecnv+etz+weG6QA+EMT2/vfXlNEfgAAACHrVc4LGqv
qEOi3lwEJbWuPRj1cNSyad7BCAo/s/x4rgNX9Xiql1NN87xqmbLfsHq52JaeOy1qdtRIURNT
rQtTz1X3VH1fyi1pc4owdruXe9FhcaViuSqMren3kbyuKjzqfW/k/Ux+jx/3z8/y1QYAgNDW
WwyNOirqfoe3azxfLWMjUz6fbXrUGAetKvR0Oow02Kk1bZkiCFVBrL41rsOBS9u7NM17c3u1
nD3vxxwpkj6Xc4IU+v5a3eX3K56jJ6lGPF69TC95VKbemySYOonqfD9WFTu3L26Iu9vPy15Rb
8ht21NK2NV9vAAAIbb2BgtD6KbeObVoEIAUmDR7Qyf3fczjatAhfajH7rEPOH6I2SLWWt84o
/L3Jj68sglIV8sob3k9L83bHat1qZbsk6tnitW11252dai1zKp2rdnnUfVHPFK/T+1VX8HNR
16U8CEIm+PHqDo/b8vUGAIDQ1huoResfKY/8vDbVRolu7WCm0PI6h6HNitDW5tC2hUutWIPn
s52qle09U9b20BpQ9/zcYnpwqnVZ6rVbOTRqkMIydct11IW/so70e9Ho0N2LZdTdq4ELZ6V5
WwQVPic6vCr8Xc3XGwAAQltK83YpdldX1qUAc07K53ApTG3p+Qpvv/JPlVq51BW6fBGSdE6a
LgnyokNdy3y2M8vhTqM9b/TPkkLgiCJ4rRP1qKfVNaPlgajrdnqqjQ6Vl1JuExoFOp+3h+Z
FDU66t5UaynUOrb3/j9cty+ar1bA1Rxin+PrDQBA/9HWjWUHuVqasB+Du7icQopO5h/vgJMc
cE4tXnOnw5Jaou5I83ZntjYIrvXntHU4IP2kWKaCJsawapz6k6M2iPlbtvb/PwyDk8XNlj3
rSnftUHUrXl4qp2XV+7jldTvd702tOK0F2tT62Of/T+XmtXu2mqz6yDQ9Fjx7+jm8efz7Dv
f4bV3zs+QyytOr0b2jRS8ZDU/S5W7chKad7zwhZl2ep8L40WVVSuXTvj/V/EatVg9mfJJ+nc4
ILbVBcZy2wPr3tMwB8K/F6FtcPHHSOeS6Xw3DRzYPeVuySeL0KaBC9OLoFtt+yIfwz96m487

bA2o2yeFTt2O6wsObGp5+3exL9W9VattTuC73VQfSvlCy3M4FD1C33G1XH+kG5/BSSmflsFn
2HONA7r80pe7sY79/J/cuRxOLIX/6Zmc8mXCuhzaFCLWctjoaMIO6Y+pzgOb2s1aT3HpXlH
ZWrr/PpNq3Y4nOPhUz5XTckbde9Ifm08WfxyuSLrtTp+M73+d6V8kd0f1P1j8UlxrcEFL/mx
zj87wMuqu/NkH4MB/gfqAb/ul0UQu6aYL1fV7Tua7yZ/hvxj0TP0+6CW9O6cjqHfk9tSc0/p
wKJ9hs90cx26SsDP+AyxIIa2/w1abOnoWPTMteHIURxGH4qoW1IebPAshwMAADTb6LFj/vc/
IHTvf5AazTmEQwEAABZ36EDXqYtT3amTOBQAAGBxauMQdlvOdfoEhwEAACxutLQBAAAQ2gAA
AEB0AwAAILQBAACA0AYAAABCGwAAAKENAAAAhDYAAAAAQ2gAAAAhtAAAAAILQBAAAQ2gA
AAEBo
AwAAAKENAAACA0AYAAABCGwAAAAhtAAAAhDYAAAAAQ2gAAAAEBoAwAAILQBAACA0AYAAE
BoAwAA
AKENAAAAhDYAAABCGwAAAAhtAAAAAILQBAAAQ2gAAALAYtHVxufdHrRU1MKqjm/vQEjUnalrU
Kf4JAACAJoS2E6PWjno6db+1TqFvpaghUT8ntAEAADQvtllaxT6XcktZdx0ZdTofBwAAQPND
2yxXM8zkowAAAQjcgB5adnGuCwAAgNAGAAAAQhsAAAAIbQAAAIIS2vkTXl6tGvbal7g3IAAAA
ILTNR2vU16O2L+btE/WNhXhfp4l6qx9fEbUBXwUAAEBoW3z7fnjUqzyti/OeFrV6WvBdGh6O
OincoqjhUU/xVQAAAL1ZX+8WnBI1249HpXzduE8vRGg7OWp81Pop35KLuzAAAIberT+d07Zi
1KQixMkBUb+Kel8x7zVRe0adE/WlqDWi3lI8r8cXRJ2Qcuud7Ba1a932tNzbogbzNQIAAIS2
BWv3T93AXndWmOHpg6J+6efVFfpBzz/Ygayi+cf78U5Rv0m5Be/YqO94vkLfcXxb3SzlFrtl
+RoBAABC24JpJOgyKXdz3h81N+WRobov6jejjor6SKq1tinYVbfffGhH1zqhxnv5Y1KV+rcLc
u1JuSVP36ewGYVHr6uBrBAAACG2da3dAU2vX4ymPIv2en9NghPWizva0ujvVIjbEy1RB65CU
ByJUIW7TqOv8+F9Rf021y4PMaLAPBDYAALBE9OWBCC2uP0TdlXK352dSbiVb1yFNLW3TU748
iC7rsYZD25yUW+d0btv5KZ8PN8A/n/D61fr2Tj9WK5vOa/th1JNRZ6VXtrwBAAAsNn25pa3F
+3951CkpxjrVeWzDUm5RUzBb0wFu7ahfRL3sADc16rCoO6LujhpUHI/2BttS0FOL3KpRn4w6
L+UWuLl8hQAAwJLQH+4EMMw/H3RQ04AEdWW+FPX2lM87q3/PanHThXjf66q0N1i3WurUaven
lAcnbBF1bdTfU61bFQAAAYLHqTktbexP3oxktVuqu1KjP5aLGRK2QckubtDqcqXVOrWw7OuQp
2A0u3s/zxTlrR90YtbzDWXXbq/tSvrTISolz2gAAwBLSnZa2YQ5GzTC8CEWLgjqR5dSipu7P
N6Y8IEF3OVDLmC7voVY13fLqF369At7PinW0+vG9KV977RKvR12r07yMulyHRu2d8vlwo1Pu
lkX/Vp07SUDvuePf0c3jz2fY9z/D6m81nyGWVh3dCW3qMvxwmveitd0xqIu/jOUfArWUXZ/y
tdVOjzox6rKoHaK2ivqaX6uuzlujxtb9UZHvex3XRW0c9VOHQb1fXf5j65TvovAFQttS40NR
B6bc9Y4IT/+hejTly/Z09TPQdRq35TPs0caBm/wf567aL+VLMnEeMZbG//RMTnmwZWrp6Fj0
rLThyFH6R2y1JidInYd2UWp8aY3O3sjOKV/u41nPUyDbxaFL69GIz31T7ub8vV+zUcote3dU
byflFsPbPL1N1KEpX/LjMs/bxKU/Pho9envK3aYKkg7ckRpL2Z1s7wPOPrc9Q64puOXdt6vop
Gbv571U7h7PHPsNnom7uxjrWd/DmM8TSGNpmjR475sruhDYOIwAAwBIQoe1//wMCAABAL0do
AwAAILQBAACA0AYAAEBoAwAAAKENAAAAhDYAAABCGwAAAAhtAAAAAILQBAAAQ2gAAAEBo
oAwAA
ILQBAACA0AYAAABCGwAAAKENAAAAhDYAAAAAQ2gAAAAhtAAAAAILQBAACA0AYAAEBoAwA
AAKEN
AACAOAYAAABCGwAAAAhtAAAAhDYAAAAAQ2gAAAEBoAwAAILQBAACA0AYAAEBoAwAAQC/
V1sXl3h+1VtTAqI5u7kNL1JyovGn+CcAAACaENpOjFo76unU/dY6hb6VooZE/ZzQBgAA0LzQJmoV
+1zKLWXddWTU6XwcAAAAzQ9ts1zNMJOPAgAAoHMDemjZxbkuAAAAQhsAAAAIbQAAACC0AQA
AENqWtJal4D0CAAD0+UDzxagjiukdon6U8gV/RSNjfxq1StQb/Fxrg/XsHXVG6t5IWgAAAEJb
J9aI2r8utH0oarInV4v6viXo9aL2iM1bp1bxuvqcHBTgNuSrWYAACC0NcedDmbVe1g/5Za0
dT29Ucp3bJjhQDY95dtl1bvE4W+unz800eoGAAAIbU3zUNTqKbeUVaFNF+l9tadffFwiH7f4
Od154S9RHjy/Ws3XUe6IGR33DgU13ejigOEa6bdf65YrqUtWrXyjr4XdVoRHiva9h+jznOg
rLwt6jVRx0WdHbVL3XLavtcmxbz3xK1q9f7Wb7KAAAQ2nqrhx3YVvf7WD7qb1Hb+nkFqGf9
eLZDnFrR7og6OeVz2WQnhx6tYw2HtjVTrZv1hKj3Rt3ox8c02Be18H0p6tSUz6HbMeriqEF+
XoFM3a43RW0cdaFDorwz6mdRe0YtF3VVEepW9Xompnz3iUv8muT9/37UT1K+dysAACCC09Urrj
op6L2jDlc9ampNwatr6fXyvvqAT/ucJhSC9rxKbd47enn1AI32T+P8Xo/FfUrB6T3ObR92cHs
qPTKAQ3tKd/w/nk/v5dD4uv8vFr/1Fqnlrz9vc+j/FyLA6IC5SFRo1Nu+RMNtBjvdb495S7c
ar/1frePeofXDQAACG29kgLMkym3Sm3ksKWLLVOLevQ9rBfqxavR1PuUk0OV8s1WOcgh6iq
hWzzlFvp/uHpvzhgjWhwHHXO3OWeVresWvR28vSHU27dG+SwpZC4WrHNa7wdUUvbdn6sn9cW
29H728aP1cp4e9TVqfG5egAAoB/p6yfcP55yd2N7EZRWTLm1TS1rjxShapyDXjU9u8H6Wup+
rplqXZQa0LBC1FZRQzsJkROK6SeiNvBjdYV+LdVayVYptl+/3GNR+6bcmqfXben3o33aLerP
xWf3CF9hAAAIbX2Buj8Pcii6LeUWJwW5/R3iJhavHZAW/oK8FbXYTXaQUherWvZuiJrUYevL
blPtyzA/rb386spX4LkzLrXlo9neVqfzRCHv/94+7+IurlByAQAAIS2Xh/aPhm1ctRZnqeA
pfPDdEmQqd1cv85z02CGTYzk69uLx2qNe8nBSiNej436g587Oc3bNd1eFxTVqqcWOLXGXeqw
BgAAAlmLdOaetvYn7MbeLy1WX/dBAHEc97/6Uz0VTS1tHF9bZkmpdlwqAunRHdf6ZtqVBCkPq

[illegible]

[illegible]

3VdhXab7YRcJmkW13yiJlZDU4fvq/nxD92oP5eMhivcnqj9D4hi4Isn7YTr+R7p3Lk3KAhc2
7ysNI4PldGmUA2ewngWVVfZ5PD9Q/XuS8u0CaYJDcuk4VnXz/npBvUD38UGJGKvS+Q5WXfrT
kPXN9/N8rLhdvpPU6jrq9CL6bdWjVylOHsZUie7vKF1/rH28Pn/b7FSd/7xEr1yv8uXz+e1p
ixXQb+Vp+7ku4Jqk4i91TF0iGHsqY3dUZu4jcVOnTOylRPhR8iYR3xriDXORzrWNzh9CsbN3
/K0rEZe6pBJsbGK/uH0hZeyLUut364EZVqJSDUkh10/xSK+9PtIWK1F3VKLmb1HFsLTegJ7S
f49IBL6deDs3U1yW003ztuK6dPKm+3AiFNZN3qpnlQnTUM+IGQ3FQgHquBK0zJ9QE7UuYPS
5RequLtrf/omZvTR78Qy/x+cCP7jtLyFnq2rEzF8kl6KdtUb29J6btYt4dXYR4Lt3iTM/SSi
rtD6xxLiI1XovKUwh6sSWkMFCkxYVlA8YlOTF4gTdA9dLE/GQYmX4+zkutoL/SV+xivuQcJi
WVVqtDo2S9fr17mShNWGei7v0wvRFKXzYsmzXZuI2xuSF9aQlDO3S0i9p/BWKFF2xWdnpp7D
Gp1rG1WkByVhevr/SnkUj43xeUOV/+eq/AfoPuiuymlLhX1Q+Hpzfakycrqud+cknXZSpX23
KtsXy5QZ85PeyQL7Dg/NfG+vK066xVtu9Psl4nuA075/onE2jISqV6eHy2BFEXwaRLVQXl6
isI5VOl1mDxNXul/qXJzlPa/Uc9RrMD/mDx3a6qO3F9l9J7yPvXU81qf3HPpb2MTdV9Frh4q
VXel+T1TebTXh4OSZnSV/XwNpgz56SlK9YpxydrVDimXhez+CjEmTrJvlVlzhRPpTXNL5w
nJ+UkYXkmmYqr76n53s9lXM762WotsR9Pkt5vr1engbLg3iY6tZZyf4VJXRnQfXsIcmz0i3R
K+tKywzVfdMi2kK0rZu49N+VR6ZbcoMMSJr/Cjkv36L67wSjiBm6OQYnCeGVzmNJptWo8tpX
BdKYpGKM4S+sh6xUM5y/3S6RNGuk9FKA5D2Qs/SmVSOP3ld6Gw7aXq5J7MDcdcffWAlU6xqX
kMdknN6sr9d+X8o9+3givi7RjRsUl1eS/5eTtZCoUfJfFe4PRzjVBAsOYriQ91kPVTJTleB
+6xu+vVVQDQobVZK3l4/1Rt/FG0vqcB5KRT7cPQPbd8voCOyWJJmpfiLKs3Hkoq3Rm+Xl2n9
fYmgC1UZnKzwxuv/fH+S6Bn6m94430q8Khdr+UN5PW+Ql+04eVI+Sp6jQvLC4BXNy7oXnlST
4Be6t/6q+/YUFeQjkmvp347yoltO7MQCfnxuv/+qAh6u9ZVV2Afl0wh5U5aRSKtL8mFILY8o
E4cGibk6nXti8lK1jDwefZJybV1VRiNl45MyN74g3pzkW8q/5JV5WS9zq0kUNMojM1J5vkWS
Nj0l3pcsEV70ZPRPyrSlk3O9nfOuLygqmqjneirv/qxf5w61NHyWCJppKvujF3aDpNx9WfXd
OnoJujwRbWeprB0g0X+1WpEqdb5zk+fxOtnUJH0nJfdId9Uxs0Kxy4Gn7zeSerWP7pvFS6TD
wtq+cJn6rmYOLW4z5PkaUub/x/XsX6r4TVfad9P2A1R2jE3iU4pGXeMMrX+RPBNVqreXVH1X
l/z3LzmNSrVurC/h9h/d58Mvr9Vyoq0xSftYbj6j5/JphZEEM0zrlTlNU5e0zsVwB+i+GaO8
j7phvQUh2iqTCmc/FWTrqBKInqTuKujHqTDPK/UYxki99Y5WxiyaqP4K3Qh1yrgqKe3+EjEn
l4jbTkqk75bxyot4K8AD1LN84DehurTR7gpZK3hzFye4YSnrBijhJIU5PrLCrvV4+FYvPv
UipQP9W+9+pGOTupwEvlV0XyYEW3fxRt60hkjdRbXIMqkaG6qfza3kyEbD89xC+pQOoh0buQ
wl9BIvm3c3Fv1Cl/3lZFcNkZt7SuwgqJ8CrFY7oP7kkK/3weV2t5vN5G91DerlUmzfJlffq78
8EJia+VBtyTMKnkiHpI4eFYep3x+xXt3ciIu0nhVJNfSU8/Que0w3+tkXFO5SiS93sWSMmBS
8YdX9BiuPfqxevtxOOUZzOlzOryFHyeiO5T9VYurHtioKxaAuAtrfdNKux6xbe6CFESPaZD
5YGqVGX3rp7zPqHYt3VIVbLHl3kBOSBJl8pEgHxLgrBfO3v+CiXW59QKsJ08qkP0Mjo+Eaf3
qw5ZQeVk30RExDJ6+cRDHuuWfgoz5BwbKd9R+O4pFPPl9OK6P0bo3uinerJb4jgZE0r3H91Z
cSjVF+1Yle1P6lpmlDhnIXmOppZJp0cUzpIql/rJ6lYngTJL13xRzptXqoy8S3XTbSrbeuq/
Q/Usddd/cxLIQZ6sB3Ie1hmJcPxMz+0pSUtAvbx9zjFK06OS5ybgqSuVF91y1zNLnr2eSRks
887Lyw8SB9SyLb2ZW9OnLSbag1K7H0klUWD6XfIme7MS5Uy9Jcwo8TBVJblaqrSzJ2rQtsa
5H04XGr45Rlu1/iW0jN8fdRKfLvtNtXo8fzDdY7t5PJ+I6fc40M4XHGFpTfyUoX9oXrz6BGK
TZHp20tj8jZdmVxflfSb25+vpy4pAcrfrUSfn7jby6vyvuJdyG+bdXr2qYpjm9oW3wopik9
e8yFoK/X2+t2Enp5vK+KxHfql4v8/8Zyf3230Q0lap8lIdl7YXALXrBWxiu4jC9Ca9PDz3H
G6qgGy1P8Jw8GKvW78WPda89r/uwPTFZ19xHLyIBYuxMPa8zyrycFkqUF2maxOd2cT0jlU2k
1aLJM7RCUmHEgr82ET5x5F1B5d0klV/Rq7akyoyJZSqvihleiFgmPqvjZurlui4pw6aqXMG/
69urXL1DblXSN40eKJE27faST5P17UtnAjiXknZ+sUcj8iFKfoWVf1UnXiaRufeGhnlEj7
qlx9UD+XZfqQRBysnqqm8J5WmHEiewLufzqXsLjXq+0KFUXRq/tN/WCVWr+uk30rNyyQoq3c
Pb10KLY6xXT6tbzxb6ju37mJ6+6XlJNLswjHZ6Jv8jxU5jx2XyivSpWVhTLpWJcSkquE2fuR
p8/4eyrD6pXPXnbvlbwANYTZ+3DW67k+UGmli+IaZ4PwuvMJPWMzQrFZfr562vIJ8qUiNDgU
h8NH5flX7bNFouZrw9c74lUp3Gkl4lypT9RQeda+klv47hJxu1MP3JUl/vub/nugxH9xJF29
wh6YnDu+Xbt370h5j+5qIvHjhKrTkjSqTN5+1tLD1F2Fywx5pxr1oDwU5jw0vSGXB5Plgv1E
Xr5+epvulrjmJ+ncryTX9JXy7isJom/Dv0FivE6F3RvyyB07l+JxksK5IMn7+tD16K+8mBCK
nblbkWq6QpVfrQrPi+cQ3q4SbH/TvfpJmf2+ylVUV0hQVZR4291agu1B3ZuvNXGvxULt0xlv
Q4vIEz1eYV7TDvpjY5UdfROxu6byYJ8we7+glM+Tl5zqXFpMSypELzf+IDFWblTv/Tr3A/KY
7pB4wk7Ucxa93VNVTVjvz/RMXSGPXi+9sX+mZ79UeV6fK3s+UVnjcf65wrtccYmC9TWVvKWeU
CG9ZeVdGJC98s0Kxieqx0D7m8pqUxCPmxcyNOXEuRNstKsMfV0W8me55vy9+pXS7RJv/fYm0
j/dK7Fd3kMrTTeZw3vP1EuF58FMJofHK3x/ovFcp/+M9OkL59fsm6sLryvy3m8qm9cuIn6Ul
Uh8uE9/uiu918tBOVryX0TXny7Vyou9lnet8OTkOTu7HC5IWhb2T+jUKqlOy17Z37t5P68kT
lZ4/DcU+vIWh2O/YhdcREnV3ynMeX2BcvA3TtVXnBF8vlXtVom/84s37Er2H6956bEGltpC4
DZfSBXBtG8D0JOx+SQKnbuqZUrPOqkqQZVXZxGbCbqr0VtD6e1KzPVX4Fmp4BNLOxHnSzoSh

hGhcUhmRFtrdkgp3scST9ogK6VK8KVFXyis1RTdOHATwoTJ3Rd2c28uWmkPaD0rSL4RiX7fX
k4LjneTGmhCKfTieS7ZPUB4N0k03WG8Fv1d6xQ6es+bSWxYHovRJCoJCFxRsPVXRLqH7ehcV
RkP1/+byTAxQXn0VYveRDMlbf3wT7B1K92Nx3ko8I2ursNg0lB4kFF31H+Xup5TFcuf/MhdO
veKyieSEV5obt8M8mZC8aB2riuYnyQvZ9MQbFpLy5f1QHH24qp6dobrOT5JnaXLy/K1TJg71
iRBMK/boIapN9hmfIMzocfAXugtVLi6n86WefF5JelOTcrpO5dLHunf66fdEm51OYFe7lm/
Isze0b1SFXOt0vL1dpDPjaHYCnKQ8jEO3hg+F+VRbSJyY105OhRbgipVvt9YpnyL/TnXVx7s
rT5aU9PxDKVpWge+rXowdmN5XC9gjb7aWYT11FbRnAtrnugqS4M14Ty/RR/qHrHmzXHHWkr
zuISYRNVrqw7h3qglXmpip60quQeG60XlxUU9paK8yeh9NxnjaHYPWGF5BklmchFPv7vpi8
jL2VE4W/UF24eqldpiX1d6kXsueVtlUqb8YpvcQ9ID6hF6YFJtouUqESR6jdpwK9IMHysjLW
E/E/odje25Co97NUEPXTmQ6iHtDcT6V/0hczJlr9Y4we1t9ZRIIXdnEtacVz+lJnIaH2Tt5
v6HCaF+p8BN0wzxdpjniqpqSJJZSITzrn3JehOCWCK/BT9QDeN4f8+oaE42F6WJ7U9qeSt5fp
SWHuYT6b/NctqSjuSOJ9q/67T+FWNPNeqqdD97zEQiHx+HULhiSeSe/jcpkKwCjMvishNU7C
ztP+mDnkeewjc6TYrFzT6IP69fv00aRACSUKuSgeXEDeo2aDfAF7qMLxl4qXQnE+xxHfx/v4
K4maO8PcT1Y7v4ke+N31TO+ogvjGRHxtozJpd5UD7vl4RvsdorQYomft3eTerlR56PwoFPtB
pc//Onoh2i3xbFU1US7dqV/3sNwukeesd9p+35K+3hf/SYJ5yeK66qqnD5I7oMrFfyghTur
iTlyxudViYaeiRjYSBXjKyone87BqzK/uFb5tbnim3VO39v4pgYZ/el/UkvWg0S7A8kdd69
Esx3IKl73lH5t7TuMQ9nVCgObClXZ+0sQb61hEHq5bpG+RVH6s4sE0ZTdV/60vaDRGA8nwjU
NL8/kjgldfR8XKOnpeBuvbRKLcWVVP9fw7pPURhHK31V8LsUyTFJvxh0gDbaH18mL1/YEXi
Af5I9eMOegb2UryeLeGsifX8cJWxR8ojdpTyb2RS3pWqC2O58XffNQruisPTB+o3jnR9YH6L
toIiM1031jQpyutUGNXoDXSsCoTPJUQeVsEwRQngouB6VWibK7N/LYFXpQJhuigRB1SojlNi
VqvCu0BvJ1WJWp+aiJEoVmb13h6n6Dy12hb79nSXgDqzhMfuZ7rOvbXvz0q42eOosH8lbvpJ
OtdkxSV2HJ4oK0gwtjQbVaUK3tdzcc73S3pHaddb+0dPwEuJMIsiarp+X1G4Hyfp4vnlo3/+
KSG4udL4av03MRSbUmtzcZmVW29M7o2BSp9fqXKblaR1VyDtozgxqJlJr0fihNTf1MV8yfJ
cbWhOK9XdNuPVSvZoYq3MXy9L8s/9TZeIwH9RPLyU6f8iWE+pCaWxdSs8Vedv1tSCHpht6FE
2ak6Z+w2MEHLn+gZ9WO2UuU2pR1U3nnu1fMW+yJNlrgZm3jGRyUetd+oDHtfy15pbqGXy9OV
VIN1rVW6158t4/WYKc/mCURfs/VMNuSepykqS6p1f9yi9N9Ohf8l8viEpEYznHh40zJiY1Vu
pyQVY03yAm2vsVcNauQhJOWO3XJvZlvB7bLVURTdR11CzifX9FL02Tdg55OvwzFEXyxvE6v
Z6aauSWV735/nCExeq88kmtKXHK4f0ieqYZcOXmcytlFIJ+/TOqmKaHYLzqmoy9vILE/Wfn1
hcrhO5X/20iwxR6Ksw9MKIHf1ZapC2Ofqlju99TLyAlJWkzVfrUSO2mZna+DHLC6LK9n3q/r
PN1vVybl2hXh6yO0Y900Qa0yJ+r19dpQHG2bPhNXaf94n16U+3+G4tyQXMuv9exuo/+PD18f
VDEjVY7+XOHvo/+ODcV5+9K0jeV5rNs/ktOlu8rJiYmgHaF0WEfP2j0tvakrCoXmt1oNG/I/
L2Pv3Bt7oxlqbRqLYrc+ScR43NREnK2n/UfqQnvL5dpLN0OVCshZift/XVUkn4TiXGix/1UU
YlGExWHlVZToM7XcTfGK014Ukge5QTd1ekzQTbWGPA0flGkS65ZcX7zeKSX+i9OUxHTro4f2
81wtQ3fFL96Uu+mm9rfjg1Upf5jsf4gedL/pbtNN3ivJgxqF1VPLU5KKf32l40ilaVXiPp+q
+PdOBfH+PZ/3dcmD3kcP4tTQNUaSriTvxucSwvGtcIYE1NHyrJ0fipMtvheKA1SmJumfKRL
6c30OW3vndwb+bfYtfV8jEju4VJhLqz7+kWdt68qg7NV2RynQrgm96KSz9Ma3cMf6J7sm4ia
9sYwid/Xk2f5QIkaf35+rHQZlztudXk4Xw7Fvn3xOY9lR1+9tIxNypVueg7TKYcmJq0S3ROB
lA+vWs9mRZLvL6rpbT3dW142/VfNac+qaedoCb6qXKVZpXzyvHtBz29VKI5GnZZU6jOT+2xm
rsKP/XKrdS312i+ut4cXNH8RWU0e0VElyuvuyct2fvBFWq9FR8d6OmZkUrbFtKvLCZtF5Z1+
J8w+ejytf+qTMr5Qos6M984Gis9lPev5c8Y8mZHUPWld2CMU+1j3TK4pvtB3S+rPwOU9S3ne
LakL8x7ZGpUz/SWUP03SagPdd6NVDjXmyoJYFuUdHw3J9cQ4VKjsi/XRu7qGUvdpmg9L6Zl9
NxSbrfPxT88TPX8rlXjG0/u6X/IM91b84ktq31z52ltpMVfHnlt4jRo7ZjaXXkuYNgdP3JS5
PK4hfH0EZuoJnFVCoU9PmgBDmL29fVKynlqtKkVUpufU/qwyb8b5ivDj0HRH2x1h9r4g08qc
M5RIo6mhOOdayqwy8atR+NOS9Lpb7uCJofg92PpcGs0oE9dZJdz3Dblj68Lsk8Tm15vK+/ZY
cc9LYjN4fLBn5N7q0mfW2TLpIE//IBExrsw9n38OS007USpMf9v9d4kwK5N7bdJc5Glt7h6a
0o7zZ1SJSjytJKeH0qNuXwtfH6wxrcSznB/2uibyKl9WTSvkhXg2V9lVqvKaonSfWqLZqSYU
B6Xk74FnS2yb1ET5V+6/umbUDQuCD8q8YJcqA0uV+Xnv+XNl0rNU3n4eSnfinz6XZXx67zzd
ivxqqi4sd39Omst7t7ZMHd4YZp+rcPJclKXlrqCq07MzXWXXKi/npp4fG4pzy5W7ryeXKQcL
Ja4pjh5tNXwYvHNRIW+JVzg3htKTbcl8wyvTB1Rp5guF11Ulj27n15CfGLqr0N6v1yvECxMP
QawY3DPqrQ8b8fgBdMJKvhXNo/MSf4vcXKLy32HB941ob3g/QXe1usfvpx/3uHTXex3XhvYx
Mzl0bLz5cEWJzLFd4Hp9lJd3vfCmrNc68HX4qFhv/n25jHcCADoQsXm0vYo2AAAAAEhEWyVJ
AQAAAND+QbQBAAAAINoAAAAANEGAAAAAgGgDAAAAAEQbAAAAACDaAAAAABBTAAAAAI
BoAwAA
AABEGwAAAACiDQAAAAAQbQAAAAACINgAAAAABAtAEAAAAAog0AAAAA0QYAAAAAiDYAAAA
AQLQB
AAAAINoAAAAANEGAAAAAiG2AAAAAEQbAAAAACDaAAAAABBTAAAAAIBoAwAAAAABEGwA

AAACi
DQAAAAAQbQAAAAACaAAMAAABAtAEAAAAAog0AAACga1LdwuMq5lF8CmQJAAAAQNuJtsvM1jar
agOh5QKw3uwLs++aTSJbAAAAANpGtG0tofWEWfdWxqFWAnBbs25kCQAAAEdbiTYXaneaHd9G
8TjY7Mow75pdAQAAADo0lcQDAAAAANEGAAAAAIg2AAAAAEQbAAAAACDaAAAAAGBuqe7g8R8
Q vj7lyESzmSEbibqw2ZSQTsUSzXWzNc1eMnubWwEAAADaMx3Z0+YT+95rNs7sXbPRZmPMttf/
G5l9anZliWN/a/aa2eX6PZ1bAQAAANozHdnT5oKzr9kfJN56hsy79pL+X0fXt3buOJ/E92Sz
n5hdYnaE2UVmT5s9xC0BAAAAiLa2xz+hNdJseIn/VjN7ymy5kH1poU7bDzB71OxCrV9qtr/Z
gYg2AAAAaK90hoEIVSW2uUjz/mr+lYWhZgOTfb3Z9JHc/g+YbRD4jBYAAAAg2uYJ7mmrL7F9
SbNFzB4zazRbQ9t7mQ02eye3//tm/cz6cEsAAABAE6QjN48WZHubLSHR9WTIPmIfByF8IEG2
fsiaPhfTNX+SC+tThe+i7ituCwAAAEc0tb1o84EFq4ds+o+ZEm3rmn2k/d4M2aAExz2LFTou
HxYAAAAAom0e4ALM+6gdY3aDrqVB//kcbK9q+WozrbTsc7bVl7juKh3byC0BAAAAiLZ5QxRq
sW+bT7brl0e/ZfZTsxqzaSEbjPB5yLxqS+XC8PWpZtO5JQAAAKA90hlGj1bk1lfQde0t4bab
xNh6EnZjzVbNHTMsZP3cJnFLAAAAAKKtPG3ZLLlxyL6ScJfz8weDFIT6Tf0/3CJuYpE9O0a
ssl1AQAAANoLW0edY+V9xvbKbR+mowZZptluBVaEP+8p81Hir6XC8tFW/wygs/ddlTIJtW9
wOxos+XNvsftACXwe8ObzxtligX2Yul9UV8KLR8w5FP+LEweLjC8z/AXZm+0IozFQ9aKQr9j
6Gq4xvGPAzzbGtH2qQTbtm1YME9oZqHs+75i9mWJsP6Z2+aT6fq0IN10jH/94FyzI1WYHBKy
b5AC5NnT7KBAf8cFRXc9m4eG4ldNmssPzDbTCyLMf/wTgw+bHdeKMDY1O9VsFskJXQzXaT4V
2Xb/U3CFQvNFXocNGbq0HsS2xL137zfbbggyFKf+SC+wvszXbXurN8wEK/zW73exM7gtowktQ
STIsUMpNot2cQq+CZOzQeRhnCwDokowaO6YuFmYt4cN2ch2NZcRfKfJisNbs+ZB52XwS3te1
DpC/b2hW69jUkwQdnsZA0yhAl/cgnBWyaUAuCTkiUgAAAIb2SXUXv/4xIevr4k2lM7kdAAAA
ANHwfVgMlzooAwAAQLuGdtYAAAAAiDYAAAAAQLQBAAAAINoAAAAANEGAAAAAIg2AAAA
AEQb
AAAAACDaAAAAAADRBgAAAIBoAwAAAABEGwAAAACiDQAAAAAQbQAAAAACaAAMAAABAtA
EAAAAA
og0AAAAAEG0AAAAAiDYAAAAAQLQBAAAAAKINAAAAANEGAAAAAIg2AAAAAEQbAAAAAC
DaAAAA
AADRBgAAAIBoAwAAAABEGwAAAAAg2gAAAAA6HtUtPK63WVUbX6VgNIW/AAAAANAGou0Ws0
0k 3ForsirM6s0+MdvC7CuyBQAAAKBtRNvKZm+Y3WTWq5VxmGm2ldm3Q9t77wAAAAC6tGirMXvG
7KI2isdks91C5nUDAAAAAgByVxAMAAAAA0QYAAAAAiDYAAAAARBsAAAAAINoAAAAAYG6p7sB
x 95Gmq5v1T7b5lCHvmH3czLCWMLvO7OmQzRkHAAAAOK6o7OBxv8bsCbN7zO4ze8hsl2aEsbmO
+dDsDLNGbgkAAABoj3RkT5uLNVesHwd2c8gm+XXv2/i5PH5XszvMHjc73OwRRBsAAAAg2uYd
/vmrT0tsr5FN1Xo3s+5ad7F3rNnuIfPQlUqXPhKG/pmuWwBtTb1nKH4jtUpiMf1mat+QNduO
Vdycfjp/vcJ0cTlRlrG79v842T+GMyMUm2t9fVoiLleGrGn4dbNabmUAAIDOTWcYiFDuKwp7
mF0Xip/G2svsBi2vavayRNDVZofkwlnH7Dmz583eNDtX29cPWVNsP61vZHav2UJaX1nHPCQx
tY+2X2H2kuwFs6fMFpYI9O+4Pmn2itlOicD0MDbU+o5mj0m4OWck4dwbWv8pMQAAAEc0zXOq
yog3F1ZLJeveHLqslgdJgP1VAsk/x3Visq97sNzL9T2zB8yGabt72ZJzrmD2Rqh6GX7Xcg8
bAPM/mz2J4XlIuvIkHnvLjA7NGTnuN60u7TZktr3LMWnQXHvoXBd/D1rNsLss5B5CfeS+FxD
ohMAAAAQbe2SRomb883eMhsRsr5pkUKyzwoSOVP032CzTbW/C7OfS0j1StLFmyt9NomoRKTf
ML3JsreOn65zeDOne8Z+r///KiHp4tC9bt53bmbIPHEjEiF5sdlX2t9F3Yqh2AQaf13U3a/l
L3ReD+/9kDXvbsCtDAAAgGhrr1TIHg2Zp8yFkTdD7psTbkGCzJsmZ2I9SMiaPUdq3QXQlmaL
a91F2oTkPCEXpnhvDjL7IGQeMxdXPmVIndkb2m+y2dtmq+TiHAVgX8XD+7YtGjLvnzfXLp/s
X5Xs96G2eZh3mW1p9t2Q9W1jvj0AAIBOTkefp83tVlnctn/I+om5kPIO+muHrHnzOomceN3j
QuYhC1qulWgbLQFXrp+YH+PNrNuHzEv2K51roMKYlew7TWKsFH4Ob269MmQeuEqtd0vE4aUh
8779S6LUcY/ebWZbS3h68+jfuZUBAAAQbe1duKXX4M2ZR2o5iraDQzZ4wMVU9HLNDF+f3qOQ
bHPv1pTkHCneHHpAyJo5vVm2Rvs0JkIypbGJuHsz6h4SijWK73hdU4XEp48oPcJspZB52Q6U
UHMbi+HYn1sZAACgc9PZmtVc7NRp2QXRyhI314fZPWcfS5jF6x8kQRe/pLB4KD2NhnvZvCnT
R3P6qNPu2u7HfhSygQM9k/3d+zauTFzH6xwztM97IWsqrZVgcxH5z5ANXPcm0U113LYSoWO0
3pPbGAAANE2v2jppLaFMPtnp1zQvJ+E6R34b0sEXcSn+/A+aEtr/RtmX4bifG8+5ccLZUSb
j+ocHjIPWE0S9tiQefO20DYfZeresVfLxH2KROI2WndR6X3rVpXwdOEWM0on6FqiQlXNsD10
PPO0AQAAAdHJa2jxaK6Hjoy5b6+mZKaHTEIoDB5oTf582w/t3eT8z94DtkYgg937dmlidav2+
FrJRozebnW12Usg693tcfCDj/g8soS4dRHl025cmmzvForNrh7GWRKAX0jIPd+EUPb+bL81
ezdk04d4OG8n+8Rf97Qdon1d2PkUIk/ouusCX3IAAABAtJXBm/J8eotVWYc08sT+YGNDcWDA
3OD7+nQX64XMo+WCK/Zfi3H0Jsz4RQXQRg8mx/voTx9terPCOVpbff/vhOLXCd5IrtGn27gm
FJtr3TN3dyh6vlyw+QADHxjwsuITr8mv8d4w+9cbXDQuJ6Ho8TtMIqxacfpM+/l1DAIZM64L
vbUV96vMjg/ZlCYAAADQiaKoFJquvYYNGeqioq2bVguh2B9tvl1/mL0fXfFuK4eZ4DuOEuo0t
PEdFG4hnAAAAAaIeMGjvm/yv+lIdfSdJhXgnF5qZPXSVpGwADAADo5DApKwAAAACiDQAAAAAQ

bQAAAACINgAAAABAtAEAAAAAog0AAAAA0QYAAAAAiLY2xCedrWrj4yr1PwAAAACibS7wj7Wf
Y3ad2fWYyXJBNTRkH4t/xez3ofhxd2fdkH0C6gYdt0fy35CQfUP0RbMDckLuJIV3v9ka2u5f
M/DPVw1L1n+brJ9gtnEu7t80+6mWv2v2Yy0PDtm3UAfl9l/e7HSzPlrfNmTfXHX8G6m7JPv6
+q5a3jdkn8aK7G12uJb9g/Z/1fXfZHa+WV8eCQAAAERbW+Pi6FCzhc3Gm60iARRFm4uyRc3+
HLKPrZ+aHOvf7tzZbGLIPrq+bfKff+ezQULmgpB9PD5IZP1E4bl4ujQ5xsNfSstViteSWv+e
2Wq5uPv3UvfSsn/r9GSz7ma7mW0Rsm+cpilwlsdVL67+VwAvJMSFZ31zLW0kgRo4w207LSyhm
/yrGlJB9u5UvKwAAALRTqjtw3Cskrk43e04CxL1M/v3ONSXivmE2WmLEP6z+O7MZuu7/mP1I
YqmnwtxGYmYPCTr/ELt/9P15s53Mzg3ZB9tHmP1bwix+WD79bmghWa8NxY/Gp8T//QP3p0n4
7Wj2txL7+vH+UXr/dJV7DHubXaj/6nWOSF0ofhYrjdNauoark/Tzj9e7d/lzHgUAAID2TUfv
05b2PUv7mrknzb+uOlbrLtAGmA1Mjv2qhHDDsMDn1Pp/Q9aM6Hzf7Aot95D4q9U5G0PT3w+d
kwfr2pA1sXoc72wiDBdoQ0LmFZtSQgBGEVeKA80ml0g/AAAA6ABUd9LrWlaiLHq4PpaYcS/a
h2YLIREui4SsSfExiaSVzD5SOn0QsmbO/UPWZ+ySkDVj1kgwer80b3p0L1i/5Nx+3jNC1rfs
ZbOfLxBWN5rJmTeu6klrsfD6m92Ssi8iE8motOF4w4Sct5k7E2vryXHzpLwdLF3i+IHAAAA
iLZ2QWWZbXEwQt8wu/crLruYe9PspjD1W/uX2buh6Mly4eR93BZP0i4e6wMPvJm1h8RTIRGF
L5g9ZfYzbRuTO7+H5R7DQWWup6Aw15L4Gpn816j4rKsw+ofZPW++7E28t+v4ftz2AAAAiLb2
wqTctfWQelkd/F24fJL8H71t00M2OvTCMuEOD1m/M29+fsRko09jn7lfhMwD5ucalZzfxal3
efoozfdDNujAm1ZTb9t3FDcfUOD95D4qkU8+2GI/CcOnQ9b37QOd7+8KN0hwxj563mS7esgG
MPioi1245QEADomnXWeNveWLRuKXqW19BtFmw8weK/EcWMkcmK6+AjTY7V8UciaHp23Q9bs
OCjM7lErRdrvbpLW82LZm1zdC+fNuAc0V1VEpveXNq3ifNFXBy6Z/ABicRqbknAAICOSWeo
xCuS37jsnihv3nTP1OUh62/m/cm+DNkoUxcyR5Cly8WN9y3zaTPuDtIcaP/Vf96fzaf8OCRk
fdq6SfhV5s5dKl6DJfB+KmHoozbX1v/fDtkIVh9FOldn9DnTZubCSgdaTDDbzOz15L9UiMd1
D9e9e/8oIejyYUJpXBz3CkyHsiCfb/cYf9WKPOivZ4E8XHB56C+5E1sRRk+9hJOH0BXX+/6L
ji7aCioEYjOjixz3ZLk3ykdWnmn2p5BNiOviZa8VHr8M2dQfH+q4aaE4aMA9aD6tx98V9riQ
TcwbFJ73C/PmUB+w4M2Nn6kymBhmHz06KVn3Zs3TFA/3pPm0GzvrveEC8B4t32f2q5DNs/Zw
El6+0vK+dt5P7VKde1qy7+Rk3ZuEHw2Zx82ZnvwXw2zkeWgSF+qH5tIY5h/+fL0aMg90XQvD
OM9sS93/MP9xwfvGyKYXaileTp6Re5kF6ApUq67+3/yrFYVC819chg0Z2l7e3paQ+vQRI05Z
6x1mn3PMR1r6AAEFBPC5BF0fiarIivr9MtnmXzDwiXl9FGk6mtMvfNOQjc580ReP8XqbzK+7
ly16aj6TgPI3xh6Kk+87ISmMftdxE3IVl8fzU4ks9/ItrOMXUWUWr2mQ1l3MDdA1j9d/6XoM
87NQeh45KKbnAMTtAn3OZ+oFqqVeliVVNpCHC4ZKvUh/0oowFlKZjKcNumlZ2DBq7Jj3Orpo
AwAAAOj0mGj7/zcgAAAAAGjnlNoAAAAAEG0AAAAAGgGDAAAAQLQBAAAAAKINAAAAABBtAA
AA
AIg2AAAAAEC0AQAAAAACiDQAAAAADRBgAAAAACINgAAAAABEGwAAAAAG2gAAAAAA0QYAAAC
AaAMA
AAAARBsAAAAAINoAAAAAEG0AAAAAGgGDAAAAAEQbAAAAAKINAAAAABBtAAAAAIg2AAA
AAEC0
AQAAAAACiDQAAAAADRBgAAAAACINgAAAAABAtAEAAAAAg2gAAAAAA0QYAAACAAAMAACAdkp1
C487 32wNib5CK+NQYdZgNt7sCLPJZAsAAABA24i2nXTsCLOaVsahzmxVs03bICwAAAAARFtCD7Ob
zY5vo3gcYnZFyLXuAAAAAJCjvfRpQ6wBAAAAdADRBgAAAAACINgAAAAABEGwAAAAAG2gAAAAACg
uoPHvyYRnj7XWx1ZCgAAAJ2Ryg4e96vM3pK9YXauWTeYFQAAADobHdnTVmW2ptlws8e07PPG
fWL2Z7IWA AAAAEG3tB28SvcsVq33N9ujGaKtQmkwP5pVq3S++nkUfjelR2Mb3RcVbZgu8zOd
AQAAOiUdfSBCRU54jjYbkAiPP5otr/XuufVhZveGrFn1L6HYrPoNs1MkspxNzE7S8s90zNVm
N0ksLmu2v9lhSTwONjs8Wd/H7Gmz57Rvyp4h+7rE7WbXmW1Y4jp926+Ta/Xwf6zlXma/N3vZ
7B6zlZLjjjPbKGTfin3cbCtt387sQZ3vWrP7zPZK4vNfsxdC9qWKyHfMfpiku59zDa3/0mwB
LXv6X2C2tNZXNrvb7BUdQ/M1AABAFxRt/rH6hmR9FbN3EpH2XbPFte5i7UizQVq/wWym2Vks
QT/Sdv8O6t6JaPPvrB6gtPKP2nvzq3vzBpuNMZsuMbRFEo8tknX/vT5kHsH7zS5LxI6Hc4uu
4QOz3cxWK3GdK0n4VUr0nJXk3dmK3+kSTJcnx+0iwebX8qGE5sJmXynua0uUjtK1LScR9y+z
G80uNttSYW2aCDMXbfuZLaP1vZJr2k/p95Xy4G6l8zkSmj/hsQMAAGg+Hbl5tJCIKhcH65ht
LKEWhUUq6txL1NdsmtkKWnYR8anZimbfdJnHrVbmTXm9zb4vQeXhXSex5+e6SmKsVDoWkmX3
xF0oceVsJ5H3qoSYh3FIIOxKCEl6xadOcX9f4sqp0bW5l809je4JXNLsI7M+ur4fKf4vSaB6
8/EL+vV9j1VY7s1z9jivtL6h9v937poisSm2NhSbfV1gXmI2NWREthcl1L5Q3Hcw+xOPHgAA
QNcSbS4a9pMQcs/Xe2bjcvu50FnCbF2zSSH72P2rEg+fa59+IfOYRbEXw99H61MlpqIARAXN
eylrJaaCRN1lEokuLieYLaL/XFS9NpfX26A4uTdsHuLk/EBx6a99qnSN8ZhHkut5JmTNpWn+
p2LMvXxPJus+wGpFRDhWNJEXUbQNkTh0FTvd3Td3ow7UfEEAACAZtLRp/xwgXJEyPpPLWr2
ccia9UlisFxmHBWYflufhWKfKm8u3F+CykXf6Yloa5Cw+pbZpRIdTeEiajOzM0LWdLm9tkVB
49tfD1mftu2S/56SMPSmxRUkbEoNJKiTGDp8fxncn3eRHmvxJ83wS4Uih3+/dzTknBGScCW
w/8bk6x/IkHruLdxqNJigNKxkKSxizP3KC4Vsv5yEW8CfIHxO9VsMo8dAABA1xJtkShy3Ivj

zXvrSFzEJsVhEkU+eKBn7tjBEkvdJXYi7nVzD5575Ly5sGYOcWiQuPGwltidyJcPUPDmyZMT
ARNF4AUSc34OH6iwutmsEuEXdMywUBxoEflbyLxXHt9jJAhTD2pFLq2aGgiQCrG4f7W23xky
z+CblWsdYFXm8RvkK6/kFyfx9ebkb0v305a7s1jBwAA0DVFWypKPPfYGYqH5QLI+6T9R//l
m4O9b5X3g7stFD1tLvQGhqxz/dVh7pqQXcy498v707nH6a5EILonzTv0u0fPmw0/TcJ0geUe
rlckePz/HiXCd9H4jkTfQSHrZ+bixz2Ma+safb6653XN5Zox3Xv4ZRPXMSEnXvtKwMaBEpuH
bATt0SFrhq5JxN5FIWty9njGkbO7mr0bsvzn3g6Zp6+axw4AAKDjirbWzC2Wjh5dSaLnUwkX
F1/udbsyERgulNYLWWf56BHyvlcLa9lFj0/U6815H4Y5N42WS9fosVpUwiVIsKwdis2XLop8
hKeP+Jyo7RVNhOnNwe/rGl0ULqbr+UL7rKHzNSRiaoUkjHVCcXRtKUZpn4jH9fMkf7x52UeD
Pq1zVCTC0d5LHr+ltOzeul+S8NYN826eOgAAgE5NS70eDRJDG0t4tAb35KzVQuHmYmH9kPVl
85GKvwwZfGQfSNh0kyCaEorNci4ufEDCgSHr5+b9r/ZlhJWLO2/2uyjZv7KEgKrIxaPc/y6E
vh0yT5uP8hyUiKqdFcdHyoQbcqKoSiKqpWtQCKW/e8DcW3eQ0jEKRr8Onw7kUgmorUM2V1q5
eHtaXCPR6mnkXsPT55D++TTyvNhBy968vJeEpN8v3kT6Ugd7RhaT+G+kuFggVOjFZEwoPYJ5
blhWzw15uOCcA5NVLLrcU7xayJHkIXbQMdGFH260RbV+oMt61jSLlYUsrZj6QjRIwLoSOUMHg
zaA/ScIca/ao1r3A/1IJ4ELK50u7VWHUSbjFcJ8l2UjUoArjy1yF8WUoDiYIKpCqcuux75h3
zr9NBZYPLgiSfcdzR4ImZetVLghF4cYv4dDNrjilYlSF1qf6ppWTgSqH/eCxl73O5QKgVc
zKaexH9KUd2hNPMvwi6FN6XOSuIdBzy4aD4xZPPT3ax4utfSPXwXsxBWdqDC92hdwzTKjgWC
v3x5P9A9Q8uqOGDg7YJxRHiMH/ppTL0+60IY2e9cm4kOaGLUa36dt3/KbhCofkvr8OGDHWv
Vp9WvPmWwpXk66F5zWcDJToqJJQm59TpohKDtSXWXTthsoDCeTURRL9n4MuvxvNMSgbWQwp9Y
Zt1HeKbTaXRTPAymKllwo30lBCL4rG71ifo/410vhEKY5Ku8RmJRBdhQyXYapNw+yWCORXQ
myq8Z5qoKBfVeYy4LaI4x0qxvwrXmTrHJnpLGKc35vFtfO/M67ecCsQNBu4jeUgekoTQVRk1
dkxja0QbKdgcDHqgykuJskAAAA6rGj7328lSdGp4e0UAAcGk8D0C50b/zzVRyQDAaaaAog3a
N8+QBAAAAJ0DmkcBAAAAEG0AAAAAgGgDAAAAQLQBAAAAAKINAAAAABBtAAAAAIg2AAAA
AEC0
AQAAAAACiDQAAAAADRBgAAAACINgAAAABEGwAAAAAg2gAAAAAA0QYAAACaAAMAAAAARB
sAAAAA
INoAAAAAEG0AAAAAgGgDAAAAAEQbAAAAAKINAAAAABBtAAAAAIg2AAAAAEC0AQAAAAACi
DQAA
AADRBgAAAACINgAAAABAtAEAAAB0PKpbeFzPeST4ppsVyBYAAACAthFtfzfbQMktSKrwqze
7HOzHc0mki0AAAAAbSPa1jX7wuyukHndWsMss03NtmlFfAAAAAAQbSWoMXvC7Kw2isfBZtuH
zOsGAAAAADkqiQcAAAAAog0AAAAAEG0AAAAAiDYAAAAAQLQBAAAAAwNzS0afYGGjWPbetLm
TTkTBjLwAAACDa2gFVZjeZbRKyud6cbmZvmG1rNo3sBQAAAEtbgfndFvU7G9m92l9c7MDJegA
AAAAOg0duU+bi7RGs/+GbKLfx82GmzWE2SfpdWG6RGjZlxtcFPZulu1q2kE6ePPwkiHzMsZ0
qWhFXi9i1mcexLNHYPIJkAACALinaokBJvWpVOWGweMi8cC+bPR2y76Wmx15o9pLZC2b/NBug
//qaXaXtI0P2TdTIKWb7mV1p9pbZscl/3zU7L1k/3+XwLXtT7lpa7qb1tUtck3/O65JEhG0d
Mm9iKYG4lNn9uoZ7zfpLaN6o33gtfq6Bip9f04tKj0Ny4f3c7HWl1/bJ9r+a7Vpm/Vszo5L/
TjI7Wst7KL1+aPam2bVmvfTfwma3mA3JxeEk7Q8AAACdSLSVIw5C+J3Ei/dxe9vs6kT8uMDz
/nCPmN0Wsu+f9kyO28JsN7NHZS4NRe/TGmbnmL1n9mez35p9Q/8NNVtPytyJ2LyhdW+6XSQJ
Y3eJrDzuNdssEaM7SciV8lKdpf22keD8ldlnZhsnAnEdLU+WSHQxeLbZM2YXma2v/bYy+4XZ
982ukaDtp/88bZZNzuvptkwS/ipa9rQ9yGxFrbtQPEHn/4UE6In6zz2EW4ave/U8jqvyaAIA
AHQN0dYoUbBdyDw9r0g0LJqIGccHMNwoMTczSY93zH4SMi/baRI6Q/SfC5lRZmeaXWD275B5
sPKCcWWzVyWOotesQb/uifLmwtoScfd96mQuxl4wmqx+Phq2r8Tob3Sey0LRO/Z8liQ3NBut
63NR6h4v93AdJ0G5ofY7wOwus3t0bVOS/+qUpqHEer3M2UVidWqybw/F8XaJzD0kQOtC6RG+
DUl4AAAA0MIFW71ElguAF7TtY4mX1bXuQso9Xz49SI3SlnqzXlW9LgGyjP5LvWljkWnJNCi
YKvT8jCz6bl0dpG2fMg8UX7epgaCNEHljZcIynvaltG20Vp3j+HJWvbmz+hBW1vCMeTCcNG3
kNm7Wl9NYrVCgvfDkHkE89cVcgIuFa0e3/dD0Uvo6epNrR9p/Tml42KJgO0TOv7UMwAAAI2
FuKCwJsZ3ZM2MxEaE0M2KCEKikYJq7wgclE1XOLM+4wtHIpescYwu4dsXCLofJqRrULWv8z7
ZV2WiKWCzL1s7nX6MpQf5erXzoU+7OV6sTvXrgZsiCx9ICW3UM4KGRQRepTybx28Hs1pB5
41zMPaz/BoesP9mrOn4Xiboogt1Teaube0kXYPScAcJzMdDce68ikScxbSqkWBsUHq418+9
fzeErL9bHY8lAADA1+nsHo5CE+ve/8z7eU0Nxb5b0YP0J7OvJHhc2PoI1W5zKYI9TG+OXUzH
PxqKnirvqzUkZH3KjmsiHBdB3wvZYIG3y5y7qZGYL+iatpVwfUvbqyRcX5XYi/3H3tB/F0jI
dZdQeys5l3sqX1NcNkgEf0Gi8js6/pgm4laRW3bz/oHu1btUonE6jyUAAEDXEW0uKD6T+EI9
Pu45+lzr3hz4iURNFCdu/XGvmTctfitknqGeYXZvUX7EqnuopmjZ9/WRnN5M+bwEzPmh2E/N
+6ddYzahibRvkODzEat7hqyzfimmJUIs6Jg1JBK96fUDsx+bjdF6kLhy7+FvtO7eLff8/VTX
4M2jj5S5T/4eMq+f4wMl4oCOMUorbyYeGb7+hYpUqA1Uek9L0vw/EoPu3dxF8Ua4AQAAIbA3
7YHGeSBG39PvmolgWC4UR3O68HhZy4XE+khoRKGzsYRZQyKSVk/OtVEo9gtLBZ0LQp/jrZeu
z/vPeTPrtahPyX9rQ7F59stQfi649yQSI9a6e9X+EIpeOREPPqr09SbO5elpTg0yRtcauTjM

PtVJVRkhVpAAvrEf34tK4fiqNm1JQ4/LZEGsSm1kccSAACgtLhpCe418iayI0Jx3q2WMlOC
l/Zxam78K3MVf7VsUsiaF92r5J4cH0XqTZ7PhmyKCvcOXWH2TbMVdB3rmj0YsiZEn/ri8pB5
yyYn5/Dm1F1lBf3uXkLQeJPfkJBNI/FwIoTc09S9hMCJdJewuTQRS6VE3kQJu9MU18Mk1OI
vV7U7+PJMxGAhveV82ZRH/Ua55lZr5t7BW+XuNxL66XSOV3vq+t7pkR8/T7xZlqf/+26kHkg
H1NeV+v6t5EIPj5kc9ytFOauKXp+4aI4HTgB8//F0l8u3got/56wP98L8UKwQPPQy97RrQjD
++guSx5CF6RCdffLrRFt/vD5dBBrhDZ/mD120n+/mQ+kH/OuxEsqqN5JwvF5y3xKD/euTZDI
9Mr3ByHznnk/rIO1zft4eZ8q78zvc4n5IIJDQjZnm5+jJonvrdrXvWxXS+g543UdzkcKayuJ
mlclstK4l/o+ql/DQyHrQxbF2agyaMT296h63tDAi4konGsjo24N20fiVXP+2slppx/KK73
Ky1ODcU+bR7G17n8j+sfJHGN659p2T2BI1XYunB2r985iaDz/nrHJed3T+G5KuDbCy6Gjwx8
y3ZB0UMvI3uHlg9SOVUvKjS7Lxh6qVw5uhVh+HRGZ4fZB0ABdAWqpV/+93GAikKh+Zpr2JCh
/eeBN6RRlXVbv0l5oT9ELiZWvC7IvL/ab5L9vikh5r/erOfNhnHqixQvfJ6RmBvWWhKCaX7in
awkJqXR+MxexPtHts0Mbzm102dtEDfvU+fevG/I2/ER4gcAAKB5jBo75v8VXEY2IGu1d/M
3sptqyohOqtCscnO+bxMeJXaz4XaO+3g+rwp9e1c/Nwr6F9zeKEF4b3XxvHzdC20k7QCAADo
sHTVSU0fLYE8vVnTmxrn1HdpemjflNpv9vV52dw+osFhJe6QJMUAABAm9DS5tGunGbeP8v7
fH3eTuPnzCH+qSjvP/bKAo7LlhKPo3nUAAAAWkZrm0e7Mu+38/i5F/CmdhKXL8PsAxAACg
hVSSBAAAAACINgAAAABAtAEAAAAg2gAAAAAAQYAAAAAiDYAAAAARBsAAAAAINoAAAA
ANEG
AAAAGgDAAAAAEQbAAAAAKINAAAAABBtAAAAAIBoAwAAAEc0AQAAAAACiDQAAAAAQbQA
AAACI
NgAAAABAtAEAAAAAog0AAAAA0QYAAAAAiDYAAAAARBsAAAAAINoAAAAANEGAAAAAgGg
DAAAA
AEQbAAAAACDaAAAAADoc1S08rrdZVRvHpWA2Vb8AAAAA0Aai7XqzDULmqWutyKowazD7zGw7
s4lkCwAAAEdbiLY1zT40u82sZyvjMNNsC7MdWhEfAAAAAERbCWrmnjL7YxvF4wuznUPmdQMA
AACAHJXEAwAAAADRBgAAAACINgAAAABEGwAAAAAg2gAAAABgbunIU2z4SNPlzfRlROgHZp+T
tQAAAIBoax+4QLvVbG2z6VrvYfyjs4vJWgAAAEc0tQ8qZMeb3WLWS8LtE7IVAAAAOhsduU9b
nljXv8zgTaJvmb1h9pW2+wTAfZL9u4Xsm6kR/3bqqmYrh9kn9fV9uifrvXLrzgqy/GTAvu96
ZkvOpWD28w/LhdNT4US6584/JGTexe4l8nJV/Z/H08E/OzawxH+ryCqSfWty5++brC+h8/fJ
pWVM28XNFsqdo6/SP6VH7joBAACgk4q2vHjLs6vZVaH4Yfvdza5J9r/UbLjZSLO/JMf58uFN
rP/G7HmzF82OyQmju82eMHvB7FtNxNnFyg1m/zZ7yeyM5L9fJusudv6pa3H2UXz/Y3ZzTlyd
bzZC8TowJ7IeMXtc8f5G8t/vdIzb6dr2M7Ozkn1+bPZbL9i9pzCejQRp2uYXWB2nNnTiuMW
Sf7clTtvUNqdxyMIAADQdURbOQaYDU3WdzNbMWQfuHdR49863dhsD4my9bTfMmaDkuOWNvtU
y1ubHWH2TQmoE0PmcYsiZGEJmasl7qrKxM2P21DnPFhCaVX9t1jlvFXOlmb9Je5c6P3e7ATt
u77Zftprv5B9Bsy9aT/RuQcllrA2ZF62RxNBtpHZYWbbSxS6OFvK7H2zzZO4bmc2WuG5MPu1
2UoSlMdrnxqd39Pn2xJuf5Vg8/ReLszurQtK0yV5BAEAADq/aGs0azD7c8i8VcPD7B6mQrKP
N0HubTZZ//mI07+ZvS0h46JktVy4kYzk3cXRQyHzTD0QMo/alvrPhdytOsdVei9LIYn7k2ZH
hqxZ906zMWZrltjP4/1myEbDbqFrut1snNI9Zttqv7213ZuIrzf7VKIuxsKs5lm14bM89Zd
Yu1VXcsTZmPNNpPgGiBRVSOH+5hZfcgGedyg+FwesmZSp07i8lyz1yUalw5Zs2vMi4bctRV4
/AAAAOaezjAQ4RkJNhcpfw/ZSNLbc8LAvVmhcj5Nd8URKOe8oWloApRyHZ10WJe528j9bU
kHmdgsRQDMNF2J6h/NQjj0g47iCx4+KoZ4n9XDB9puXltBz77J0bis2jvt/LZoMlyCZp28M6
z2vaz0Xmd81m6f9RybkOldj7UmJ+Oe3n5/tQYXr6rhUyb+Qyqf0TB4CM1vq7Zl9ICL+hbUsp
jSYqjwAAAKCLiThv23WLtrnH53sSbY0SaWtBlmXaf/kePcE/cNsnZD1B3tR22eErAnSvWpV
EicP6z/3QHnz6G46t4uQ2B/ORVf05LlXaoSWTzHbUWg5l+pCxc9ZYUyJZeAmqn9PQxvltxP
+bOdtvfr9YREGAAf602f3IT5fcXLvWQP6BgPY4r2nRayfm2ON1d+lIT3SrLslm9diavPJNiC
0ukos/eUfsOTvCiE2b1nfl2Ladm9bN60e5pE4D7J9QIAAEAnF21RLKT9xp4KWbNjkGhzT9FB
EjDTc/u6ePCmVe8g716xS0LWROgeNO9of13IRjj+KhQ9Wu5ROsfppD1MauXqKlpIo5vh+J0
JNETdaoE05qK43M6l9NdAtLP84uQNX3+sYnwK5UOJyrePSRePfyFW5iuHp9NQuYVi8JsK4le
9w4+EbK+cwckx+SbO6tCsUnUl082uz9kzarer+7NQBMpAADAXFPZCa+nXsv+69N5xGbTnom4
6B+Kk/MeG7Kmvb0Tlftfs9tC1j/svVCrmKihIh7ubyZ1PukTVOY05JzdFe4A3SOk0I2IOAB
heVC8S8SbJVh9qZRP/YdsztCNtp1a22fHGyYfKesiag8JtAkh8xCOVrx8MMFMHVMbitODuGfv
hxJRfkw6bYcLsg217H0EV5VAi17GbULmpXsiiWcq2Lrl7qeBikdkrNZ91K4P7hgUvt7PDQAA
ANq5aGts4XGFRKQ52yZCwcP0fLS3JKlidoj3/mCnJMflpw1J16uS9Xfd7FNXuAA5UMLpvUT0
uFj0psB+JeJcIWEY+3V5v6+VFEYe7xcWR116k+USEl6OexT31LL3TdsiOe5WCS5v1vR+dRtr
uwwYE3R+72uWDn44ORQHY3jftyEh8xDGfm81YfyfymzR0kOoPS1Ee8rpWcx718byb7R4G2kMKZ
GcpP1wIAAA5Wto86t4bbz77UWj9BKleeW+ISr3Qgvj/1GzTke3vsVsiZDxeH5vdmIiv6DHZ
wQt/1u9iEhs/SsKszp0jrrvH7nHt64LF+6r9Xv95k6k3+7mXzvUwVrVm9zSlaefNjz51hnnv
vC/aR6HYdJsKmTESUj7S0z1eE3SO+3StB2u/q3R+H/k5SNfzUhKvkyQ4fR61lxX3u7T9p9pv

sK7N8SbfD5V+ceCDj3h1L91eSuuhOTjIIF7Xr/Qi4F7FVyVko7h2cev99H5u9oeQNeMu2wGe
EReqg5YR1TDv8efC+0c+1IqXO/cSL5l7wYP5W894WfifVoTh/YA3CnjnoetRKZ10e2tEmzff
+Zxgp4fw90uKndhHN/OBBJCQ8YEEa6tS9Q78d+p/b7r05s0piQCKouRaHef9q9wb5U2ZsSP+
UxJckeHJ+jMSOafpfC7eXtd/1ylNbpJgOaqJuLtX65qQNYGeKkEUO/u/FIr9217Wfkto/Sda
30ViMY6S9Ql4faLccyXsjpDgcnyk7BpKl2cSkTzAlu53Eo8/CFkTZprH7yTr9yusS1WB+rxu
WyQV61jt41OpfKH/176/exN98IIPZjhHgrO2Azww7qXcN2TNzzD/8WZ499g+0grRtqPykTxc
MHh59kQrRdvKKtdmkZzQBV9cJ8X6vqJQaL7mGjZkaD8JvrbsSF5QxOZn5/ReEl/N9aL0CMXR
qaXCnDkXFUyFKqTmjQKsSZR3qQquvoT49XN5v7npzTjGxeMJEIz5/ety1+fNwj6K15uOP09E
NQDMQ0aNHUMiAHQhWuppm9xJrr+l84XNbIMwC6Fl01405Z2a1cS5ps/lMT44YU+JvJFzeY44
ircSsQYAADBvqCQJiId/jsubj72f3PhmiFhvjqbPEAAAwDyipc2jpFznxb924IMzfHqPue1D
5F623iH7QkQjSQgwf6B5FKBrU0SQI4PZM3Bm0Qnk3QAAADzDppHAQAAABBTAAAAAIBoAwAA
AEC0AQAAAACiDQAAAAAQbQAAAAACINgAAAAABAtAEAAAAAog0AAAAA0QYAAAAAiDYAAAA
ARBsA
AAAAINoAAAAANEGAAAAAgGgDAAAAAEQbAAAAACDaAAAAABBtAAAAAIBoAwAAAAABEGw
AAAAACi
DQAAAAAQbQAAAAACINgAAAAABAtAEAAAAAog0AAAAA0QYAAAAAiDYAAAAAQLQBAAAAAdDy
qW3jc UmbdzQptGJdGsw/NGsgWAAAAAgLYRbf8w27QN4+Hi71Oz1c0mkC0AAAAAbSpalJC7z+wCsz6t
jMN0s13Njgg01wIAAAC0qWjz494ye6iN4jHY7PtmFWQJAAAAAwNepJB4AAAAAiDYAAAAAQLQB
AAAAINoAAAAANEGAAAAAHNLdSe4Bp/o96iQTUNyl9m9ZCsAAAB0Njq6p22Y2XCzA81WNLvH
7HSyFQAAABBT7Ytfm00yW81sc7OjzY6XgAMAAADoNHTk5tF+ZjuYnWg2Tduu1vouZheZLWdW
F7JJe6tC9m3TqWbrStgN1zZnKQnAKck5Bpj1NPvYbBGzGqRHz/dByD6/1c1sSbNxZvXJsYub
zQqzf5Yrv2+N2SCF72Eta9ZLyzPM3jfrbbawjilo3eP1kdY9jC11jY8p3Gpdz0e6/mqdd4Li
5fs26NjJCruH2VaK4xNJOiyjOPkx482+4LEBAACY/3RkT5uLru4SXpFas5Eh87z9yOw/Zs+a
PWX2L7P1zX4gcfNHs+dC9r1T5yaznXPn8K80XKLl48xeMbvF7AWzK7R9CYW3eO7Y80Pm+UtZ
UvSuofWfm90sQeR58YDZ42b/NvunxNZ2iluNjnFBeovElXOh1u8w+6u2DdZ5ltH6Ygrbw7pN
6fKczvNr7XOjwrla5+6l7fcp/R40e9XsIB4bAAAARFtzWEli7cvc9jEh6+t2ldnGZm9KkLh3
zT9K/1uz70lAuQj7qY7rkwiJSE0iXgZJ+Hg43odu35A1ydbq2Hxa+nE9SqR3n1D8XJd7Ci8z
a5RA66lwf6zlaomz9Puue4bM0+bn3V62ptlaZvuYrVMiTv7r3rpRZlubnW32uY49RsdtIgHr
Ytg9fkfqWPdo/spsPbNrZ4Jrf/eLAAAAHQh0eZnld6EOCu3fYoEykSJlCkSKN60502FF4fM
m+U8bba0lhtkTaXVVZL32r0t4VfumlLEWH5b+usesGeS8Gco3LFJuAWZX+fkZt8KxaZL9ww+
GrIm3tEh+xbslrrOIEYJxZkSueN0Lv9+7PSQNYt6ON7k602oN0vQxfOPUfrdKiHzj0cHAAAA
0Ta3VLTgGl3YnKpJvTlz60TA+TZvVvUm1GXKiLcWt40ZH3LXHB107EbmW1g1n8u4rSQ2Tck
nGKft24ShL6tKnd9UeQdFrKmyPkSTytq37VD5gnzOC2fCL5FFOeBuXSoYIXvnskXkvVXdEw3
Cb7Yl2+nkHkuP+bRAQAAMl905IElkyUquuW2e5PmlETolOJ3Ievz9loo9llzoXOs2eESOruF
4gCHoDAPk0BaTsf5QIFlY4XSRi5J8u9YbNKnDc2g/5TgursRLQtItFVCm/u9KZeH1zgXrAf
SkT1kfDcTiLMM2T/kojV20M28KKHhGJdmfD75651msLqrmS5QGnmQndfHhsAAID5T0f2tH0k
kZNVqhti9skcJvUmUm9a9JGWx2ubiyDv3+VNlt4H7iSFHb1WlmlcCVn/r/0lzLaROHMxtLnO
PUHib2aZ9l7i8CiFEwcw9JYQnRG+7kX08H0AgE8c/IXiGuPs/c3cM7hKyPr5/UYizAWij6Q9
IGSDKKY2IdLrcvdCpdKmoOXzzPYw+73ZWWHuvIkAAACAaPsfb0kArZO7HveEvVbmmAESN95v
zPulXRoyL1WNRM4M7ed9twZq/9gvrVpC0UdQugfLR17uHYoeNT/WvXE+we9KlFpWfl2+bbn
za4LmUdrZW1fVvKpLifa6hVn3++mUGyi9e3ez2xRhTlFIjON8widy/vu1YbyTcP+Xcs164tL
QE5Tmr5o9rIEYd+QDCYAAACALijaGltwzASJkiOSbVuFrJ/XA2WO8SZGn7Ijeor6S8zU5+Ix
TIJlWhNCZ/Ewu1csCjQ/v3vDZoY597vzPmxLafmbIRvd6lTlRJs3nV6fiMc4z5oLyK2TfX0k
6n4hG1yQUlUmLnGbi7Itk+07hqzvWrxH4rX5VCJ9QummXwAAAJiHtLRPm1faPl+Ye126tzIO
LprWDsXmuObg/aweDtk3R11k+Bxsd4biiMwoWGK/t+E6z9U67gSzMyXWfB9vtrRmz91D1qTY
OznWBZo3EXpfNvek+WCEM3T9no5/0rKLH+8P9+Pw9f52lTmx5KM1vy9R5n3stk/2iwMcvFnW
R3vekbse38enNfh+bX8LmWdsHa33KCHOKnJpUp1s87nbvJnYm43dY7eZ2baJGD0tZH3Ztpcg
fakLPSN+P2yOUF1g+L3+oV5IGloYxiF6Zms7W+IMGzK0IOsZrI+YN7YijA1VLtfXSEAXw+v6
6aPGjjm7NaJthATcli0QWqGEoGhUmM19IH2SWO+b9guzXUM2uex5uX3+Yfaell3YeB+vc0LW
p+y8UJyQ9sqJR6tloC6VsJlqv5/MBFL3jR7ruLszZE+CCE2U7qw8xGpQyW2Ur7SvpO17mF4
E+uXEnpPJGLuEqWHN+X+IRSn+XhNcfV4jNHxUXj6/HM+srO/zvNVct3p+hsKI6a3T43iffVO
V354OHE0qTchD5HQu1nHTetCD0wf5e1Myo4FJtqmtjKM/spDhPeCwV9mF2plGP4iOgjRBl2Q
qrQMrCgUmq+5OsjbHQAAAACHZ9TYMf/7rSQpAAAAANo/iDYAAAAARBsAAAAAINoAAAAAEG0A
AAAAAgGgDAAAAAEQbAAAAAKINAAAAABBtAAAAAIBoAwAAAE0AQAAAACiDQAAAADRBgA
AAACI
NgAAAABAtAEAAAAAg2gAAAAA0QYAAAAAiDYAAAAARBsAAAAAINoAAAAANEGAAAAAgGg

DAAAA
AEQbAAAAAKINAAAAABBtAAAAAIBoAwAAAEc0AQAAAACiDQAAAAAQbQAAAACINgAAAAAB
AtAEA
AAAg2gAAAACgnVLdwuPwMuvbxnGpNRtpVk+2AAAAALsNaLvBbLU2jss0syFm48kWAAAAgLYR
bX3Mrjc73WYhNhBr3zU7yayCLAEAAABO09FWZfap2eg2iscYBBsAAABAedrLQAQEGwAAAEAH
EG0AAAAAgGdAAAAQLQBAAAAAKINAAAAACo7eNyPMFs12bau2fcRowAAAIBoaz/4dCU/M1tH
6z4NyVVm3zJrJGsBAAAA0dY+KJjVJQJtiFnPkHnaAAAAADoV1Z3oWgaF7OsKM5JtLuJ2N1vB
7DazN5L/BobsU1zdJPzeMxtrtqjZYmavShimAtebX98xm2zWI2RNs68rnFHa7qyk5S/M1g/Z
FyQatf6awvXzrq54+/dWPzT7wGzjkHkNZ5n1Mpto9ryO2cZsO7MnzR7QuXyOO/c2vmn2DbPe
Zg/qeAAAAOgkdKa+X0ubTTWbnmzzT239wWwnCZ31kv92NHvC7EqzR82O1fZdza6RqErpbnZ3
KDbH/sDsVrMas4vN9tV2F1y3SKwtLHF1ndl9IWu+rdJ+fzN72uwyiazzfqa/UUC8ymzm81O
lmA7RGFsanaX2QnJ+f5u9nuzC0L2XdhLubUBAAAQbe2J2ETq7G32cci8Vo57rDYx20q/I80O
T47tIRG0rERVX21vUBiFMuds0K97tc41m2L2ks7hLBMyb9eIkHn63IPmHrmjln4e9gZme4Ws
/90QszPNFjEbL1HoAtA9f2uHzFPoAtK/zfoLXc+PzH4csu++enjuNVxJ59nCbm+cQAUAABE
2wKjUXZeyJoct5alinhzoXul3tX60xJi6bV/qeX6EmEXyojEKNoW1Xkdb74cpuXNzMaZfS6x
NUIWm4SzkktZU1p34Zl+ymum4hCbeleUyLxH63eGrGl7hSREn+vXxenrEncAAACAAfvgVMi8
L9kjIetDtnvy/ySJH/diefOhe7bSfl7e3Dm9RDq4gFsyZM2f3wlZn7P0nC6Utg+Zl2uUtrtX
bfGQ9UFbI2T93hz3tE2VAEtF2RiFu+wcri2yggTmBK378ieJUHTR936yv/fdW4XbGwAAoPPQ
kQciRGFzecz6kHm/MO8z9leJmv4Sc77PvSFRdky9Zy6aepQI10WbD0Q4zGwps89C5rGbpRd+
KDF2g/4LEmkunLw505sob9L2gdo3xb1vw82eNXvMbHTIBiQ83cS19tZvQ7LNz9cvWa9Klqfn
xCYAAAB0cDp6n7aKRKy4t8s9WoO1foBEmvcf+6XZHYn4ieLpsxJhupB7QSLPmzF95OceEkwe
3tFmG5ltLjHnuAfPvVs+iGHRRIb5P7lJubSOHrQzQuate0Jxr2niOmf3BU5kZaOIE3npqsJ
jB4FAABAtLVtVM9YfSgOKPDRm8+EYhPowJyw8abJT5pIF/dCenPkq6HYjFnQMd5nzJtGV0uO
ec7shyGb1uMjbVsuFPuyVeTO4VN3eH+70yXcejRxbdc6p7DAVrvI3E4KhFwA5L9lw/FvnwA
AACAAgsz2uLBU5Z8tGXq2vd5zeLXjcfmbLlyPqXRcHmoz+fbiI+LgAXkjB7OxFe0bP3Vcim
GYmMlGAcI6HmnjyfVuTFnGiLTbT7h2zqjhBmb9osRZxfbkv9bqXwozBzwbeXloeGbOTok9ze
AAAAnYeW9mlz79UhIZtWo7X94lwcDQLZH61CM46rkHCpTMJxr5jPmeb9zXwOtcDDNp2He6lG
heIozSdCNk3H8zlBFbTPhiFrsvR4eQf/e0Jx3rZ4Ph85ekrI5lVzj9zLIWsKfUb/+xra5od
lAizaoXvTbY+UODQ3PWkYjq9Nm8GvVrX5s2yPiXlIRKpVRKo3p/uDonWMAHpPnlw93jfx3C
7E3RMP+o0cvJyeHro7znllP1IjOT5Fwg+EuI9+M9rxVhfDNkXVNqSU7oYngd7wMtD2+NaLtN
oqOymUKrnPj6XMKnOYVqvUTTK8m2kyWaqiVa9jH7ntmNoTgth48aPUBCLXJlch1euPg8aD4S
1L1p96rC9jB9nrTodfMJbD9NKpJaiacRWnexeJauLYYb+7f5oIYjQ3GU6QMSnBE/x/Gh+IUF
xyff9T5406kSujIReBXatpHS8ZxQnL8OWocL4KeoLBboi+WnrSxn3tAzzDOxYoiWlJst5VOV
ofUkJ3QxKlOnQUWh0PyycNiQoSStj1/GJcn1wgU9uO30+F4ijpcIfJhsAAAA6F6PGjvl/BQet
x5vPztab4PQFcP78vG4AADQyUC0tQ3eN82bPM9ZAOf2QRpel+1jsgEAAKDzUk0StAl7h+Jn
teY3Pn/cMWQBAAAAog3mDJ1jAQAAyJ5C8ygAAAAAog0AAAAAEG0AAAAAiDYAAAAAQLQBAA
AA
AKINAAAAANEGAAAAAIg2AAAAAEc0AQDA/7F3H2B2VPubx89mU2kJvUOA0LtIUyqAiPSmSFEQ
EReb2BGwIPq3YRcFERBFLNgQEAUB6UhXQWogoYbeEtJ39/97Pe94T4a7m2R3IVu+n+f5Pblt
5s7Mvbw75pwwZwAQ2gAAAEBoAwAAAILQBAACA0AYAAABCGwAAAAhTAAAAhDYAAAAQ2gAAA
Aht
AAAAILQBAACA0AYAAAEBoAwAAAKENAACA0AYAAABCGwAAAAhTAAAAhDYAAAAQ2gAAAE
BoAwAA
6H+GdnO5vaKW68Xt6liaGvW7qBl8LAAAALOt2r4WtW7Ui1EtvRDYFo6aGXUJoQ0AAKD3QptC
1mlRH48a08NtmBx1RNTJvRAAAQAACG0FjYWbEjXN1VMvENGAAAC6DI99AYENAACgH4Q2AAAA
ENoAAAAIbQAAACC0AQAAyGg/3nYFzi9EbZTyXG8qndAwPupzifneAADAADKkn2/7vIFjU552
ZHrU8IH7R43gowUAAANJf25pU6taW9RXo87zY2+O+mFiChEAAEBo63PBrbW439oksKk17p1R
f4v6sR9bM2qdqItS7lbdOeqpqH/6+fWjPhQ1POo7Uf/xMnum3Ko3O2rxqOujbky5de+ClCcc
XtSv+1PUy1EHRlOZ9USxTVt7W6/2/aWijvW/3/T71a3q7dQ2T/Jjs/u9tJ7xfuz1UR9IueXx
O358g6jdUr7smPZ3sairom6OWiLq0ylfS/ZbUXd4PVt4P0f4GP4x6oZiW14XdaFfs4rvX+T7
o6lOj9oh6uKon/p9ZWtUfHlRLVHPexjN8yP/zXq+WK/t/e+/IMfVwDAYDbQT0R4W9QZKV8q
60tRH6CwBeL/f9U1D6+vV7UFQ4xqzpEKOSo6/XgqM863BwWtbHD23ejlvTyy/r+EG6QCmHr
1rbrPSlfuqvyy6htHWR+X6yrtHnU6d6niloWz3QIlK287aMc3i72Noz19uoYfNUhdn0v84uo
nfef3AQTD4ep0R92eu92NtQBbqvOIBV2/FNhlzRJC6Oi3rStz9WbPPiPn7a/096PcN8jHXc
VqrtwLolfyoAgAlbQNTu/VtVFPckg6pvjir5MUZhevn13cV4C5JeVWH7ViTfHtqx2EFEJu
cLhTV+yitffu6GJ7mr1mj5RbqtSKtnvKLXL7d7GOTYrHXud/2/zvrim3dilcqmVtkdRonVvP

4fDyqE2jzvZz4/yv9vWhlFsGq/ft646O2i7l1sJjivebXWzT4X5slkOZtvEdKbdWnuTbFbUw
qlXzTVHv8zpaUuNkkqrq22mcFAACHbQDRH3q1GI2NOt+PqaVoySJktXcSEs4oQoa65cY7VJWB
q7WL955dC2kdcwkdamFTt+xLvq9Q9cYmr1Or1jUpt0Qt7sfWiropNVq4vu6AKs86hI0t1jG0
ts967zujnvP9S1Oj1U6BT12oVVetuns3rIXEqVHbOKSp61UtZs97HVvX6p1e1yK+r4Cma81O
8/eP8YcAAMyDoQN0vxSS1LWpLrfjHSHGOcipm1OtWQs5CE0twkQVRNTqpFa6MVFrpMbYs2Y6
HD7UQjcxanWHqHIakk+kPC7sWoflMjAqhKlF6yt+7Y4pdys2+6zuT7nbdu2opx2QZchUtt+
UMotXKP8uq6mPtF7b1S895t8rCqTi9sKrwv7uLV5+zXeTa1sP0+5Fb16hnrNt6M28zGcXOyv
tkstcjNrga06XupWfSzq7w7aHfyYAgAwcEObQtEiDjQaJzbaweq3DjY3OYBc7uCj7sHLvKy6
FXU2qgbP357yCQKtcwltcv4kr3uUq614TTVGTeHtvSl3uVbjwUY6vKzisKeB+Vc2eZ8Wh58H
HK4Uoh5PeQxd1WKqbtGfpNxtq+e/kLpuTR3lf6v3Vli6ppPXTvd+DvP9aT5W0sYa97dtarQw
/tGBTl3JGg+3ZbGeJbZPbZ28z1L+7NQVe2jKJ3MAAEBoG6D7pYcJ1pznHJKEa/IaBY6DHLsW
L47FEQ4+R/v+HqnR/djMEL9XFaR0VurVXl81VkutfdelPKhfY8YmpDm7UNX69ul52Ce52WFm
jN/nwNRojToq6v9SbjmTdxchqzMa7/bRLt6vsoj3c0bxbvMYIfq8IngpyOilhhZRPVlBr4JO+
Xa1vUYfwJlqgbHGphVNdqj/wfj6eaG0DAKDPjGnr7T/KQx2MFDSW8WMKFkem3HUn90adGPWN
lFuYqtC2WsrTeFTHR1N9zMtA+Fn+d2aT8FO11N2TcgvfqGKfH/Z7VDRGbJdO3kP7cKWd4Zu8
ncOKdalL+lbibtrf1sU2T0z5RITKGxxmk0PIEsVz6iZW1+10r3Nzv/dVqdFqmLwvwxzYZCV/
DlVIHVtsU0sXYVFj6dS9PYLQBGBAz0Lb0CIc9KRk+KsQ2tRC04H47/ZjGnP28dS8dbHs/ITY
WM+3d3VAmjkl790siFT7t1fUoyl3yVbvqSk6tnJYlBN8P3WynQqHaqnSiQvPpTnnpPJb9VU
HuoqXb4lk80aAL6+CI3HOzSKWiA1vm4D31er2q21780Pm3yPFNiWdlBTONX0IpMd1Bb153FN
F8dqmNenY3Vfyt2jXCMXADDodbd7VH9INX/W3r3wB1UtMEs5GHV0Y/uH1ELo0CIQaV4yJWPb
2uHjs6lxlM29PVU3ouYtO8PLaJs0GH6JLsJuSxehrdqf8xye1GKn8XNHFa/TBLW3pTxR72MO
Ood0Etiq/dJYvMWKkFN9jmdHnZzyFCXTHAhHdxHSNRZnK9Ze64CrdR5RHBO1Ap7uz0dBrOpG
1TaO9zZX2zbUIVYTGKs17iaHU71udb/mZK/nx032qaPYpmr8nk6o+GLqurXw1fYZB82p/LpY
INTSsqgmfD53Lf0C6ou/bdnyGC4x+X1yS5pyvcX5pGiSN0eWa0hiMOU1/S7f/b8Do6Jj/nqdx
Y1dTn+OqDgE97bqqLkelP9l/ml9frFpOZ10+khpdcZoKQ914/0yNLk21HKnf7DoHsGY2cJh7
2Pd39nJnez0KI/f5uVUchKorB+g5TXlxu3+h1O9v6de3eBm1AK7pY3ev16Gw9C6/7pyUW+Pq
lvXr7neIkmdSnrhXU2hMS0Wqg287SO9/RP9eh0btfrdXaxXrV/vdDD9RXEMNFZtGQct/cL8
XWq0tOn9V476l0O3TrQY6+Ouz3Il/5HV/mkaEU1N8m+/Rl2sT3k91XK3e9urs03bfax0lu86
/mP9wAL6gVnPx4254haMVv/CuiG9cr7DebWl/7PQxuFcYJ/hpOL3R3fo9+5GfIYYhJQdZo6f
OOGynoQ2DuPAP9C2Qmo+0S8AAHiNRGj777+MFUJn+G4AANCHDOUQoBOaCmQRDgMAAIQ29G2X
cAgAAOg76AIDAAAgTAEAAIDQBgAAQGGDAAAAoQ0AAACENgAAAEIbAAAACG0AAAAgtAEAAAB
Da
AAAAQGgDAAAgTAEAAIDQBgAAAEIbAAAAoQ0AAACENgAAABDaAAAACG0AAAAgtAEAAIDQB
gAA
QGgDAAAAoQ0AAIDQBgAAAEIbAAAACG0AAACENgAAABDaAAAAQGgDAAAgTAEAAOBVMLSb
yx0d tbpDX0cPt6Elqi3qpaivR03lYwEAAOid0PbBqJWiHo5q7eE2KLAtHzUi6geENGAAgN4LbQtH
/TjqEz1YR2V21Hu9vhY+EgAAgN4LbdJehK6eauOjAAAA6FxfORGBFjYAAIB+ENoAAABAAaAMA
ACC0AQAAgNCG19gyKZ8dLMsWtwEAAKGtW3Tm68+j3lI89qGoc1PP544bzL4S9X7f/mPUOhwS
AAAIbT2hm05fl3LLkCwW9Zmo+xJTIPtEn6l+HnV71PNR/+KQAACw4A3t59uvOeKq+eJ0hYXX
Ur6qArrvwqgnosZGXZp6Zx4+AADQqWnPtJta3Ga4KntE3RB1bdRbi8f3i9ox6tCoC6L2KZ7b
KOq7UT9yKQRuUzz/SNTNUZdFbV8mW8OepdDj771bZvJy9zXdRufmzjqNP9ft+M+qmX0758
OjXGk60S9amohXz/OG/baSm3ii3hxxW0jo1axPdX9f1RUyTgF5Sqqdp2HVJsJ/bzg96/30Zt
mHKXc5329QDf1muO8O3l/H5refur7VJ39fEpj5HTcdg16m0+TgcX610v5atsjPD9dWv3FczP
Tm17/jafzo2KT6zU6J24ccbAEBo61uqlrY1oqakxrVL9Uf8l1H/SLmr79dR6/u5N0V9P2qv
qKdTHge3TbHc+6LGODQphG1XBC9dbusvKbdG/SHl66Ymv0br3NfP/cLv11tFXRR1m7flXAeq
NgeSNzk8LeqAs7LDUhXaNncIGuX7H/C+DEu5S/h7fnxHh64qtFXrWcjr+kgRpCpvd9iU13s7
KnnXQlVf4evkqOFRaxavOTLq8KhvI2bFGHsSO+vgu53/D6PRJ0Ztbft5ZfN6K4/37vZ6sD
to73WVENel9TEYAPdpDbn9AGABho+nP3aIf/XboIJ38tHtcf8JuiPlb8UVfL2rHe7yUdEJ6L
WtxB7VoH2Tsc1hQIL0yNEsOdVD7vIPEP1NuMTrFr1nKIUOhZbTXf1XUBg5xn/Z6FFZUCvjD
qHc7eO3kACXbRs1KjbF5H/B2lV2Vn/e6d446w4FvZpqzy7jd62mvHbPS7Np6q9dUx+fGJsvo
/dQCTklxnlVwPtXH9M6oLaKucOic4OMy3Mu9xaFtmPfvz8W2VNvQ5u1XreYwrOvUTkq5VW8P
B+XkYHp9EfQg8uMNABhI+nNLW4f/wKv78iEHgXOL5zdwYKioa3I93x7l+8/5/t9S7oqrqo6O
S3VpdrYi9OhMykt8W0FCXZ2b+f7Cfr9ninWu4/CgkHOEbyu0PJoalXRdBejpUW/0ep7q5PPS
dr7g17bUglmb77fM53GVd/h2s5M62hygVvaxqULb2JRPBBG1Km7l25umxgkNok7XOLBVx2n1
Yr3tTUKmjtn4LlXJ/mxh9KcXb1txXOcPQwAILT1IS3+4/zFlFtyNA7r68VzGhc2oXj9Yym3
HlXKsW8PpHz26ZAiMDSjbsGJxf1HHBargFFf5yKp0VV5jAPNg1F7Rk2eh/CksKKWpbNTbtEq

Py+1+mk820kpi4ub5ee1H0e7DnMYbC/CqLoj1c34wSKk1gOZuoZ39HoX6mT7tI4vO9wprKnL
U61mNxahbWXvg7pJ/158NjOL9eh4qmVstB/XMVYrnrpyD/RxqMLb9l6/Qu83HVYri9SOPwAA
A0p/7kjqcd0VdWvUz1Ntudef/ScdIMpWp/Yu9neWA+DcQmxrbZ1VsOpqnWoB28/hU12a6rI9
JTXGbXVGy+3s239xOCrfd+uUuyNXKYKhAtfIle+6eDnlruMhac7Wtn9HTUu5W3GWX1fs/apr
+dk050kYJT23lsPxMn5PjQ+sxhTe5H1Ua5ta1/7VxXEa4mpz6NzN27iSj8NMv8evfSw+4EC6
RbGeJf1aAAAGpIFwIkLVFfagA0DV7aiWrLKVSFMhSifrWNx/8GenrrsStfyo4r5uP1+EyPo6
p/m2WsVODVDSiRGPziUwd/iz0WD98xyEhtQCq8Zube9g91GHt3YH1t393OEOPK1eRs/rpIVP
ptwytre3o6MIimo51FixMx1IOzseauU7wP/qDN31vPy+fn6St0XdwmrlNjJekb7c5vuWKnW
SJ0YsYP3q2qZ0xmrT3if1Ip3p4N5ZYzfDwAAQturqKMX1jHbQa1qddKYp9cVz2/kP/pVOFm5
eG6D4rnOxo2JukPLaT42KcJIW5N1PukworM67y7Wv37qev4zPbeOQ9MltaBYD6v3ONSslBpd
oOvRwJo5vo87JJWth9N8nBSKNN6vs9bAMT7OD6bGOD1Rd/TaxeV+5eA5vrZvKxb3FfZe8Hu3
pjlBPFuKUih9uNjWddKc4+00JvF+fqQBAANvd7tH2/2He3H/2xNqvVq6m8GtDCgKR2r10nQP
OgtUJxqoS/Ik76em9/h0EU52dgBTy45awn5aBJ3yRISWliDpbM2DUh5PpakuNFXHd/ycWsM0
DkwnDqgV6LCoc4qwp5ajn/u9FO5mzWW/dDy+X9umkkKMBuIf4M9ggsNQ5sqzdaylti8re93a
votTbplsLb4PClWnzeW4V4Hppdq2KfhuWrzuNv97ZfGYjv3mPv46nmoxvKIWMsttr47F/T72
Czmg7lMEYZ2Bq67am5rsc0+Ncnjt4NfAtHi7+SUHqxDrezD+AwX6GfYbCjG/Bjun30+QwxG
Hf572+3Qpl+gR/iPaEsvbMwo/zHvmM/lphThR/c1HcdXo74U9bOUx2bd45CpLrxzi18AOnFB
XYWacKtdlWf4uZn+5VK2PIUD3BVM1P33sNdxnsNhtU6NrfuW1zmpWOep3ra3OFho00YW+zLz
NbpSK9ruf/h29Uerozj+JzuULuUQOcIBbkpqnFzQVuxLm9/jHP8B07Qmus7oKcX+DXGQerT3
Z6XGGLWSWs9u5Seoo3iNxpvpXlnVHCLvTfms13l82wi/9wkpX9u0vIrF7Nqxr/Zbx+r8lE+u
eNjr/qWDmsYwHufj8WjxmfXW+LaPOhRO5ffGAlF9Xw6Zy390uqL/WG3HZ7jA6Pf7Jf5Z6i79
J+0LiZONMPgMdYPUf+d9benomP//uIwbu5paSZbu5RSpP7J/no8fyqrVSDszudi5sSl3jc7y
/8x2dCi6pgHGZ/t9vuhf5jqzsRoPpYHwGmdVTUmxgretmh5ktNep+9emRhfdGd4mnRCxvdf5
RLG9azvMXeFQNSI1pqhY3K0Bjxa/5Jbx/TbfX9bb1OZQNMoh68ViWxVuliteV91/2Nu2qpeb
7cd0PjB3sdJUJWV3Z7Udur9osf5UHJOXHKgW8TF5zM+tmhrdwjP9Lnh/2aozRr/11xzlEHtN
8X4LO4Q+4mNUv7+4j71OPnnA2/6kP7Oni7C3nPf/6V74bq7g73o7vzsWiCEOW+N70Mqyur/H
fIYL7jN8wb+Xu2uJ1JhiCBhM/tvbMH7ihL6Etr6+0H4mYPKEb24Tg3cV/feYXzH/ue7/mV7
aPHYt/xHdF8ODwAACxeh7b//DtZZ41v6yTr7qyVS4/JUb+E4AQDQc4M1tGkMVW8PaP0RgeR/
1BWq7leNb7uq9pxaORfmEAEAMH8Ga/coAABAv1B1jw7hUAAAAPR9hDYAAABCGwAAAAhtAAAA
hDYAAAAQ2gAAAEBoAwAAAILQBAACA0AYAAABCGwAAAKENAAAAhDYAAABCGwAAAAhtAA
AAILQB
AAAQ2gAAAEBoAwAAAKENAAACA0AYAAABCGwAAAAhtAAAAhDYAAAAQ2gAAAAhtAAAAILQ
BAACA
0AYAAEBoAwAAAKENAAAAhDYAAID+Z2g3l/t21AYOfR093laWqLaoZ6PeHzWZjwUAAGBO3W1p
28OhbZZDV09qdtQaUftGjeAJAQAAeKXutrSNiJo36lO9tB3vjrrTIQ4AAAAA1Q9gOAAAAQhsA
AAAIbQAAAIQ2AAAAENoAAABAAOsbnIXJyimfTvtctzmAABgUIU2bbumHRkfdU/UvVH3R72l
D23jMIEXR01OeW67H0a187UDAADza2g/3vbWqI2i/h11fcqtWmrReeqPbeMjUbdH3eyQ+UW+
cgAAYLCFNtHVFH4ddV4f3sYPRO0U9VTUTXzLAABAd/T38VVqWWutPbZQ1DdS7ipV9+lktd/
POqsqJ9EnRy1qJ/TVR6+7uV+GbVKscxHo87wcicWz1XLfdXL/bq2nN5LrYEXObB9LGrLTvZl
66irou6Ieq8fGxt1WtSPo74X9fOoo6IWizopaim/boeoo4t1regg+5+od/kxbcdPo06N+r6P
zaH8CAAAQGHbUE6IOshBaQ2oc4rnFPAOiVo+5XFmukD9wn7uuKh3Rn0t5Wuh/sKPd0QdlvK1
Vqc46Pw8NS659emUL8Ol5VZ14KuW0+Mb+v5ov3b9Jtu8nEPUA97eH0XtGTU1aqaX0TYMS/l6
r4t528d4+c2i3lGsT4F0EW/nKVGbR02LmhG1adSBKY+t6+BHAACA/mHoANufEQ4vxzl03Rh1
nYPTHX6Nwsvnoh5LebxZfVwPdOD7Wcpj5K4vlmtLuXVKgUwtbldGreB1KCB+NuvWuGuj/hG1
SdQ/HbDavP6DHc6mNtlunaTwcspdqTmcNo9M+SSGo71tn3AInOlwWF6ntaUIYFtErR31hpS7
ZPVatc691/+q9W9vh1cAANBPDLswtUc3K7wfZ1R+mBqtHappUotXs+mPAWH9l/j4tSFqm7O
y/26+1Ju9dQoFoyqf593+NjYaqm7rFhufG25KrTtF/ViemV3bnLIu9GBLXk7VvS+VO85dB4/
L3W/PurAJjd4XZWOARjWAQAY8AbaH+9VHaZe9n0FsidTY5zZUIe1KanRLarXrFlbTkHriWIS
dSWqBU+ta/un3P34vMPZNK+vCkTlcsnPH+QAoczvX6fwd0dx/xFv3yJfKcspkKkVbw2HxIVS
o6Vt6ZRB2/7ix8ZFTXYAnMFXHgAAQltf2p/6WK1h/ndlhy2FrEXnslxL7fh1HLiWdniTIXN5
P4U9jTvT2aNfTvmkgs62u624X7WGddaypiD4m6g/Rk1wePubn1vUj13i0Kfu4QcdTgEAAKGt
T3jO+zSseGyEHxeN9XrKoWdIEbye72S5531bXZpfSHlMmwLbrSmPfXvCzw3v5P3UeqWujtd
wzvZ7hdqIXJhL9tVy9hnoi7wOndPjS5Z7dvdUd/l6w0AwMDRV8a09dZVAh5w4Fnd9xWE1D14
r+9vk/LVEypVi5aWG1Usp3WsWSwn1Zi2jx3W1kl5DNvllFu6RN2UaxXLjfb7nlFBR939ac5x
cBqDpy7Nl7rYV52QcGXUpSmPYasC+IPEhiqAvjnlkw8AAEA/1t2WNnW1reygsVgPt+FLB6Du
BLd66NQJBrcCguZV0/QdhzsoaY40zWmmS1xpnriVHWyG+7ZaznS2p+ZR05ma7/GxuaUIWxov

p1a2nVNusVP4U5fmbV5OZ5u+2+u8uQiNmi/trmJ7mwW3y7zNW6V8Rqu2+4+1wNgyl2NRPa9u
0m9F7ev3VmCbWfcdAIDBGdo0JuwAV29ReJufecP0Wp2NOBp2uLoxz496POUWs2NSbrHShLtg
wfpU1LEOORrz9X9Ru6Q8DYgmwZ2UcouZws7zfp26OzXlhqbhWDzlsWm3+v1OTHLqjmq5Tzo8
armnU24Jq0KVtqNZl6fGnanr9Xlf24kOXpUZXRaz4zM95ZY50WW8vpTyHG0/SHlaksNq65rC
Vx8AgP6lpaNj/udXHTd2tbVS4+zL3qLWu7vTvA+YVwhazmHm5dpzOhvz9Sm3cN3nx0736zTp
rloHNfZLJwioVestDn9qddu8tlzy+zyi95zqQFgeuGo5bX/Zpbp8bfuWd7ia0kmA3jI1Th4o
X7Owt/mJTOLbYg6MTxSPvc7bdU3KY+a6ei0AAOijxk+c8L+g0B339YF9UHiZ1Mlj7pK0mFA
LXNPpcYcZk+mObseH3PVzS3gdLbcpLncr4fW6zp57uUmwbt0Unrl+LfbXPPyWgAA0McNpklW
73NIK6n781+p906EAAAaeFV0t3uUIwcAAPAaqLpHh3AoAAAA+j5CGwAAAKENAAAAhDagQfPj
7efbmuPu9RwSAACHDeh7NG3LSSlfk1XXYmUeOgDagDKUQ4AB4tspX0LsTVHvTa+cpw8AAELb
AqJWwi1S40oFmrEk+b+u9i33VK+dJUuXVzsexSfnyol3vQJbpwvK7buUrUn1K+yoFskBoT
8+o6pLpQvK5+MDpKc6Do2qXjvF3V5MPjvG06V1cXjtcEv7O8rOaIu8XvrqsqDvv/OL9RFdQ
WN/raPN6FUZ0xYclin2t6AL1m6Y899y0Jvc39vaXk/you6OOh16zjbfpP/93Ct+uT8eqaqu9I
+coK56Z8mS8Zm/L1WW/2fsqyUetF/cPbkLxNu3tfz/e+ia5lq0uAPebPdV3v4wxv28zic1rL
yz3g47RMypckq95T73E7P+IAGiGP3ePjnSo0JU2vxf1+6hTUuPqBuoq0/U894m6KmqvYlld
9P2vKV+bUxdYP7p4TtcV/VHK11W9NuWLmuJUd/37cOiTvDt4/16+bTvp2IZPTYs5Wuf/iLl
i80flfK1TBXYdBmt30Yd5G1Zp1j+bX7se/73UD9+kPe1TmHlAgex5CDzp+L+j6P2ri2j8HWq
b2/n4yhqTrd4a2koHax9+vDKV93dZSf075c57BaeV/UFQ6a1Xtc7c/lp8UxTd6ntxeh7Dzv
g3w+5evIVr5WfG57eF2V/aPO5McbAEBo6zvbrisZvCfllhwFpBEOQmrtOcqH3P/AT+2WHZh
Bwm1Yv065VYd0fU693Rg2dRh7zN+TgFvXd9uS42rKLwx6oe+XQacZRyQ9NppDiu64LxakXZw
AFOL1We9D2plujLlC9pX9Pz53r+/OTBVWubhGLXUXje3ZX7tY/Nmb/tfUm4RLB3icLhJyi13
izskVcdFti9e/8ba8gq1v0m5ZVHv8c4iqJbb29Jke6v7Y6N2TY3WvNRkG2fy4w0AILT1HR1F
qJicGhdTVyBQF+C1vq8uvNUdNqo//k8VgaoKA9tG3ZNYV6H8KmrItFv1qut4jkxzXrRdF2C/
pcm2HegwONv3p6d87VPdf86hQq14uqbo5X7N71Luam0t9u+pYvnSrHk4Pm21bW0vtqcZdYP+
IeVWyq1T89aqex00p3mb/phy9261TepOfYpvr+zXPe7v2hAH5Z/5+b9HPZJyN2y1vx1Nbpef
txsz2Fmk+e28/qm8eMNABhI+vuJCC1F8CxbZhS0Hk6Ni6zf5QCj1i9df3RE8VxrEWTUrXd/
sf47Um7dGu3lpqTciorOEA9meDgvlmYqzvR0KMpc4XJTBW1JAU0uVWgSnpty6p1ZCtbC94H17
rsmysxxCD/XrnlgtMX+a3/XS1xe1Vo2977/IDU9U2C0U9S7nY8xwGt7soiGI/0sVjeJw33
tqhrU12mr3PofMLvM9ZB66FifRrXtuY8ft6zHJIVKC/151h3WMoteSvz4w0AILT1fQvV7rc5
nl3x/aVrYaoKLqPtnc1Y1UkDw31fLXYadzXN69NYqm8VgUnrUeuTxnbd4ECzdBfbqXVrvNkx
DmgKZnemRfjMql5i5GCj06G+FhqnASxo7dX6znTwWyEA+Ds4jjsknK3prokj3RYLIObAu7E
lLtxu/KRlLuRl0z5JIPq+3Sfw+LarltTbLfS42TRmbXQu5i8/i5ar+PSLllUkFvWPGc9mNn
H4O/evsAABgwBuo8bbNqQaTFoWgQ7+uP/RO151Oas6u0Oj6zvT4t88GUB9BrgL7Ge6nFRwP5
V/Hr9R7LRe2UcovVQnPZToVBDcrX+DCNadMZrRqIP7klidZOaLKdxZ9ek3DL3ei+3vUONtuGd
3jZ10b5UhHO93wl+vcaWHeVg2FasW+FP3chvSY2xfs182OHsy0WobfEx1D7t5fe5we+v52b4
c2mtHft56qcq7eOsMXI66WBU7XmtU62gP/Pn1cKPNwCA0Nb3aYqNpYswws3tWo90h//pzpZ
bpXi/hoOUOqCXMTbQN1yLzoAqhVJY+qqExT0mGblV2vV02nOlqBmNNZrTGq0+qnVaosicKyW
5j5J7HjXuNQ4OelHlzfBgaxZgLna7zu6WE7USvgt396jyXJbpjx9yWSve2HvR/V9UihTy9u+
Dk/jfRwU3B72aWK9a3u7ZwbtWDqhIebfMzLY6sw+AY/dn2asxUVAABCWx/2D4eBDYrW8YRL
Y8bUWnNtk+WucwCrgtueDnoKDGNT7nKsQlAVhJ51uKro+Wqg/dxae3QCg8ZebeL770q55UrB
Zz1v/82dLFsFrRX8/gqKrfPw+VYtkJt5f14oXqeQqpY7TTHy55Rb4uoUSr9U3N8+5RMKKgpM
13hdLzlQtbqmObjt49eqi3bNNOeJHOWJCO3F/eHe3rOabFPVUnjmAP9eAwAGsYEwpq21+ENd
hYMJdHl6E1JTZmgc1EeLYHZ3ERTKYKWwoZYhzXWmbj21Or3Dzx2dGi11Q4rldLapugo1v5u6
7P7oYNistLWkRleh3OfU/3aoe0DXo/mc/tLarRCtRahTC16OtNVY7c02P8/DqErNnm/llrQ
Oy7led7e6OMysvgeHOH9eSblwfwa6eWv5uKdehxdRPrzFq1si3rx6rjonA1y9tzXZPPSXPa
qXtZ4/3UFauWsVuL8KUPTzTubmmH0RO9XSN8nJ5pcjx0vO6thcfe6h7VZ7JreuXZu3ht6Pv0
gP8zM7ub69B3amP/BwKvPf3s3pjytEndtYN/HzOVDwYb/Z1Tz9ZH+nto0y/gE4pQo5DwXGq0
QOkHXBPaqhXrfQ4Z+uWh+douLdajyXnL8W/qgtOUFupSVRffxQ4AP3eQSw5Lo337qymfCDDM
71Ee03PTnK0+CmmaJHZK8djRDnmaT+5DKU+008ZB8C/F6zQB7rO+fWXY9L0YWqakGpC3Jcc
yp72/edq909OuZtX26jJaS/xH7PqDNWbiwB2l7ehfnappj7Z01+gF32MqhMxFKq8WlftI2r
F2gKkaoL9ZcOZ+/2tn+vWPd3Um7pbHFI0mf6JofD09OcJ4mcVQqpfS6fK/6oX59eeRWH7nrK
nxt/LBbcfywfb/I9nB/6z9ZCfYlJh43TurhOl70z+FsDicGmSGpMR4/tXR0zP/vwnFjV+Mw
4rWwmf93rsuRvcDhAAAMRuMnTvhfggP6qrlFACAQY3Qhr5Mkxvr6geTORQAAGmFuKlCafZjG
xz3AYQAAGJY2AAAAQhsAAAAIbQAAAIQ2AAAAENoAAABAAAMAACC0AQAAgNAGAAAAQhsAA
ACh
DQAAAIQ2AAAAQhsAAAAIbQAAACC0AQAAENoAAABAAAMAACC0AQAAgNAGAAAAQhsAAAA

IbQAA

AIQ2AAAAENoAAAAIbQAAACC0AQAAgNAGAABAAaAMAAACHDQAAAIQ2AAAAQhsAAABeFUO7
udyu UUtHdfTitkyPuiBqBh8LAABA74S2b0etE9XWS9vRGvVy1FhCGwAAQO+FtoWiTov6RNSYHm7D
5Kgjor4R1cJHAGAA0HuhTWPhpkRNdfXU8wQ2AACArsNXX0BgAwAA6AehDQAAAIQ2AAAAQhsA
AAAIbQAAABJaj7ddgfMzURvVHr8/6suJ+d4AAMAAMqSfb/tBURtGDXOtGXVI1Ag+WgAAMJD0
55Y2TRMyO+orUb/1YztG/SgXhQgAACCO9bngNrS2P3psVtRqUctEPRP17qgbov5SvHaVqE+l
3I2qy3I9Xjz+sajFUR7qw83FMmrZ2zPq9y7Zyu95g+9v6X+Hp9x1+5Jva9v+GPVU1Lui3hp1
TdSZKV8ObP2oFaL+5uV3Sbmr94GoN0W9EPUvP7dNypMb/zPIVsUdvL9az8NRL0a1147VfIH7
R93uYDul9rwuS7Zq1CW+/wav48aocVFHR42M+mGxHbv4Pf9WrOcNPu5/SvmyZDul3CqYzQz
6mrvkx57e9QeUtdF/dif25p+v+qzKu9v7c/rLuLYz/Z9vc9jUXcXAX5ScR8AgH5toJ6IoKs0
vDnqe1GnRm0fdWHUgX5+tEPFBv5j/ws/vkjURVGbRK3kZVbzc0d6fa0OWvv68fe7UvG6Ix0o
PhL106gvRr035Ut+nRj1XYcP/fs5L7dHcVu+7uAhx0a9s/bcQb6tEHV+1HuiVuTnhteOx8FR
5zjgfNDbX7eLt606Dr9zAFUovDhqU4ewvzlEyUIRZ6c5L2X2I4dg2S7qJz4+OiZnRb3Fzx0X
dbqPw1ddyZ/bl4v17VjcV3A8onhO73+4b3/Jgbry3dp9AAAIbX2QWnWmOHT80OHh2/6jL4dG
TUu5hUqtWCtHvd7BSXZOuSXs0ai9/NjHoz4UdUDK10k9yo/PbvL+alU7OWrdlFu2TojaIuVW
sH0dsBQ+d03W/byMWqw6inXM8GOiFqiZvq19emPUs1FLePm9vf6P1NZROcbbfIj/60OrHXV
smohHB/1fYfNWT5WOi73FiFVrYiLFyForZRLpdwqKLpGrVrqNnNdmxoto9rmD0S9z0Fyz+J4
1lsJ25schwOcACcXx6v6LLStGuv4Mj/iAABCW983zMHjMt9Xd+bYlFuFFHCu8uMvRl2Xcmvc
VQ4Ss/zccz5Ga3h91TIXOZwML4JVKoJFS5MqYrwc7Hv35Fyl2NrJ2GrmUOLda3s7b+9i9cv
GbViyi2Lya+d6JBA38Yq9Kzk9crmUVcWz/056nW+/bKP3c6+r+OqLsmn5xKoRS175/n2nQ5z
izqgtc3DcTjEx6zZa99bC3sAAPR7QwfwvrU6PEz3/Xv9R3z1lMeOKcCd5FC2jQOIAseTKbe+
KawsF/XzlFu3FH6OT7kFb9mUW5cWTrmFRy1q2znYrRU1oUlISanRmqbuvq0dUlrnMVzofdb0
tv/Zy2rMm8beqSv2gtT8BIzVfAyeKB57MDW6fSsKZcs7VKobuRrLnZy1xu+JxqPt732d7ddV
IW69lMf2rdfJ/tfDrbqD1f25kANwFdh03HdNuZt7kyJEy0yHynUcREcWz6n1dDOv6++15wAA
ILT1UR0ORGURV3LIGeHQs6GPgQLd9cUxOTHlkgNflc35Giva1wRsP7ooDfDAewUv5cCy11d
bJfGz62d8tivcQ4nLfOwLyqN3/pNyt24Ixxq1O35S4fNJR3kyla7UV5/GQzbHZTqoVDbc6rX
c4ofX6gWmmY5FA3zNlzt/V/R4VWBcuN5+HzO8DH+vpfdv9gOnRDxTQc4dbneWhyH2T4O5ztM
txbPKYCr2/nsILuymTwaAEBo6yfaiwBTbtq86DDwrZRB0epmOkip+/OvKY8/U4udzkLcLzXG
VFU0rkzdfAc7QCgwLNLJ9qhFSgP6t4+6L+UzLXeah3Ax08spMH0+5bMuKxro/5EibL21FgKn
NPmsh6ZXnj2qcHaTg5DG/mkc3hUpj1sr570b4e2Z6FvonJ7OiNVYOXUnPzSX79UMh7Rto3ZL
+QzYjR1EwX0y/+kggFD60dQ4CUOBbR0fh5N9HGCu693Gn7e6nz/BjzcAYCAZyC0RCmzLOAQk
/7FXmJmY8jQg6xavfYuDg0KATjxQd6JOQlDrm7pJNTZOXaLVWZIKR9XZmx1FkGvzsp21nGla
j8e9DTI25Za/9mJdpY4itCkwXujAUoaiXRxuvuXQVf9MH3TQWqF4TGP07m+yfdW4NZ08oJZI
tag94O2uqPv3Wb9WIUtdkho3eLzf69m5fk9m+bN4ttgGtaYt7uNXTdky1c9NK5bVsd3b7zet
dhzafYx+Owi+2wAAQlu/01W3ooKOxq/t4PuaG02tW887jO3hUKJSq41af9QS9uXiuGzs8HaP
Q8HefvxtKZ+R2SxodXVMNY/YEi7Z38vPbUzbQt6G85o8p/26xOsZ3uT5F73swb6/jQPcTV0c
T3W1jnZwuzLlcWcL+/m9U6MreYiD220pj4f7R+q6la2aV2+S172MH3+H19Uxl89VAVwte+c2
2Wa1bv475W7ruX03AADod7rbPaquNXWhHdALwa/dIwZGmvczKMs/2C21+9Verq00XBrs/tmU
z2ysutk0T5km3L3Z76lpI9Sldqv3S5O1aryaWtfO8TKa/0xzf6kbUN2a1ZQfrXPZviHFNupM
S3UhXp5yl6aptTyNtLHVCDaJpfr1fr0FYcrtUDpjNVZRVhSS5e6cDUu7GudvF/IoymfTKDx
dhqo/0u/T2ce9nE5MeWuV01CrNY3tW6plfFHxXaoFU/dmToBQS1nKxffiY4mx0P7eldqTAKs
z0hdqhMcyjpS52ffKpT+NTW6dst91b9/6OK70V0K52pVncqviwVihL8vH0xzjq2cH9/2z+w0
DucCoZ9rDbU4oQfr0H8WP524pjQGn1Y3vxx3+rGWjo60+V7DuLGrfTjlsW9buhG0mgWbNgen
b87HH0ctt5X/2FdnRipQqNrT84Fp2gdNj6GrG6iVSdN1XFgsr5ah9/kXuSZ9fdaPr+XI9Afi
52nOM0F3T3kM2kUOXrK++XOTu5v5YBSXXFBQVATzaq16VyHqH/48c2KYzrLf2w+5GCjY/SA
17GJP8SXfPta/zJbzp/LjemVrXdqYdvHgFR36ZXzy63qbaha4NSFqta22xwO3+eQpGPYiF+j
aUPucYhay0FQLV7reD06y3NFb09ycH7Cx0NB/f3ej59632/x46v4mCSvYyXf14kjakG9189t
6OOkbVA39pNed/J9BeOJPfx+bux9m83vjgX2C0v/0bkYdX8Kl238885nuOAaBx5NjavGdId6
TV6X5m06IGAg+e/VhMZPnHBRT0Jbf9jRIxw0tu6nv6z1Qall7sSUW6QAYA7xi5yDAAwiA3mw
dmtqXlu0v1ILA90BAABgQE/5UV1UvL82p6sJVOPupvA1BQAAAZm03Zoak7L2V8/yFQUAAMJc
VgAAAIQ2AAAAENoAAAAIbQAAACC0AQAAgNAGAABAAaAMAAACHDQAAAIQ2AAAAQhsAAAAI
bQAA

AIQ2AAAAENoAAABAAaAMAACC0AQAAgNAGAAAAQhsAAACHDQAAAIQ2AAAAENoAAAAIbQA
AACCO

AQAAENoAAABAAaAMAAACHDQAAgNAGAAAAQhsAAAAIbQAAAIQ2AAAAvAqGdnO5D0StGtUS1d
EL 26F1TI76btRUPhYAAIDeCW0fjVo56vHU89a69qilo4ZFnU5oAwAA6L3QNirqx1Ef8+2emBZ1

ZNSPUm65AwAAQC+FNoWr2UXo6qmZfBQAAACd6ysnItDCBgAA0A9CGwAAAAhtAAAAhDYAAAA
Q 2gAAADC0H2+7AqemCXl9ynO9dfixe1KeQmQaHy8AACCOLXitUW+MmhR1U8pnoK4XtXXKE/US
2gAAAKGtj2iLOiPqt76/Y2KSXgAAMAD19zFtLbXgOdSPzYjaJGqfFvezov6cG1/t4j6a9SF
UevXhR8o6uqotxWPq/Xuc1E3R326eFzvsV9xf2/XAVGnRf1f1Dejvp/ypb9GRp0UdX3Ut6IW
83LbRh1erOf9Ua/z7YOj3lw8p3Xv5NtLRB0T9cOo73m51tpxavU2a9vPjFqpybHc2vu7vUPw
+2rHayMfKx2zzfzYolHHRi2Z8pUxqtsjfXsZv077/auoq6LeUqxTV9RYu3Z/jailfHu0H182
5UunVffVwvqNqFOiTo7aMGrjqE8U34dPRq3LjzgAgNDWtym0bRr1pagvRj0X9bWoD/p5hZbf
RD2U8tUYzvUfe4WM36V8TdXbo85yIJATot4T9ScHiiP9+F6uMrTp/giHlWMcuJZyeFKQO8Tv
r/D11SKIHFas5wNFOHpn1M7Fc58qQtwvoj7vQKPA9SEHzNKHHP+6/35ZZPPflMfi4WjF1Nu
sTzUzy3l4Pt81DM+Xgs7qCkoLR61kG8vUbtbdeMiUbdFne1gJh+JWqfYBt0f589By4/x4wpk
J3q/FGT/7uO1pPftj6MT3AI3Myfzww8iAMABoqhA3jfNKZtA4efa6MeTLkl6xSHkfEpt0rp
GKgFaiUHiUlFIFOQ2TXqDi+j1/8t6ikHLl3gXpfzGl68b4fX+fOoc6L+EfUDBxeFnOWi3hV1
XdSTDlzS5mUrM/1Y8nvM8u2dHEp+43W93oHu1qj9o45vciwOd3jVdvzB+7uZ/63McmB6e9S/
vi9HOMqd4MBWhTjt0y4+Fh3FftdvT/P2KoTtGfVS1CpRB6bcAinttW3t8GOziueOcmCb6WWv
jHqrn/u7A+QjfvwQL/tXf5YAAAwIA3nKDwWp/0Td4vuXrq2YcqvrXg4eVSBS4HIT1K+jDqoF
CLU6recAcbsfVwhUK9LIJqFDwalC9UdahOPpDoHX+f6j3s6htcDWTPX8YVEv+32X9u1H/VxL
euV4PgW7xR2wksPqfQ6kJe3LPx3Ykl+/fMrdt5vWAt4NDottc9lmbemWfr+X/NjVXrY8Xp3R
8VLLoFrXnnBwUwC8v3hNub+nOWAe6NsAAAwYA7mlTX/MJ6dGC9UDqdGatIzDwDi/7s0ObOpW
fcjBaBsHL0B2z1qBd9WkBjjZRV01JqkVrojHCq2KoJis+C1atR3ozb3+qfOQ/ipAszmfg+1
Imk82V0pd8Oqhe0nKXcX1q3q/X6+eOxRP14/Xi8X98d7/5Z28FvHt/W6bb0NbXmJmcN83N6Q
cpdsiwPzo0VgVshazfsxxo9Vy+v1amX7lT+DdofHj0etmXKX6Mgi0F7qcPiwjw0AAIS2fmJI
arTEVC1i+iOv1q0JKXeZ6vbZqdESpSClEwu2jLrbIWlhB8D7HVS0zqsdeHR/rah3+/00pur6
Tran1QFErUvvTflkiaPS3M92rbpc9R4/Tbmbcpjf+5MOk+r+VDfhHWnOVrthac6uy2p9wzs5
XqkIVNVjIx1mH3C4UgC7POXu3rkFZx27x7zsSAe224rt2N7HT/u3WBEEZzgcjvbn57/ft13S
6prVfHzPOICfXbnjNQ4uQMAAEJbP9FehJVfHCkEcWj6g8NOnZ6rTiTQ2Y7HOCAobHw25Rav
kroeNUj/MN//id+rGbU4qeVJrXFPOAi+N829m1pBRGd3aoyWWrjeVzx3WcoD7jv2T92/R9RC
4l7ef3lygvbt+U6OV2W0g9t0HxO9z7drr19hHo6/ltU8ep9r8ry2SScf/Nn3H/S2VePaFE5/
4X1odc1yKNa+6szd3zkMJgdAHXuNm3tjF+EZAIB+p6+Maet4FdbZ5j/eVYDawCFkYsonAGxY
vFaBS92hmvLiqClodVKLWcak6Uuwqr7UWeFHlu8T6mrVrPVHRqf9f21HPromoSmjuK+dtT
ZVTz0ZVTerzd6zzfoa7+/mpRVKvaGsWy1T6V9B4rFQFI4/imeJ1qKduoeK3G/elEgGnFPlCB
uaW23Q+kOaf10HLvnst3UMdDXabLeJ9H1r4nGrOmFkd1g04t1qETLTK+PuUTxoBAGDA6G5L
m/54akyVuuPG9HAb1Nq0RDeDw0sXj6mFRy1B70i59UtTYfzHQURjn3TW5lccML7gIKFPqpkx
dGamWpjUunWqg49aptTCdaLDgSby/fp8bpO6V5d3IFHL3buK4NPu47m0Q9b1I1JgyQ12Maq26
qEnQPah4fFh65ckl2t9bHUbVpbufP7MbatuokKpxbns6KOnM0TsdvC5J+czTsSmfVapj8Nki
bCrQjnAgXNbbUbWMqdv5uNRo+dLTK+bhs9U6flj7nlbjB5d3SK2O7Sx/dgremvZDrXC/87+P
9cJ/bJisecFr4zN8pXFjV+svm9qRXnnS1vz+ruda2Ri0xk+c0NaT0PaSWzIO6oVfhh0OKzO6
Edza0yvHalW/GBR81K2pLrYvO2Tu7efU5XawQ4lef7kDTRVu7nZoU4vYOV7ms8Vyi7m1JzX5
RdLR5H71mILS7f5X3aMXpNwNqcCjkwB0osEdPqZLOBxd4W25vLZOHS+1JGpi4KNr+1/fBu3/
n4vQ+OUmYUbbOfaxYxxU9d2optX4vQPmrd6Wmx3slvF7/dmPq9Xwj15mjNehM1LPdVB+OuVW
zu90caySw96j/kzqn6u+cxoT90jtWBgz/sR11P+rE7u4ffzC/6uv8yvjQVipH9m9k2Nk4rm
1zn+T9ZUDucCof90XpgaUyl1xzv9n+TpHE4MMvo7qpPu/jvjQ0tHx/w3cMX/7vZ0i0pv/i9s
msPBjPn4n5da0l50a5KMcouL/uBrrNhh/iO/kwPHHbVfJLv5/S4t3neMH5/lFqaXimXWd0vP
NanRvbiUt+XpTu6v6HVMLrZxN38IVxWtQQquyzkEdrhlQcFILX83OshUk8Uu619eagVb2iGl
LTVaPh9vEoj0X/LtfQyand2qCYP3chjd3cHy7lqo29X7don/ALZ6+0f5/XTMqta+mf4cZvLL
t6M/G43Jq8bTrexgPLW4/4z3S/s4yfs1wgHxcR+jGX5dcgh92X/c21Kj67lqsexpS1vVLd7O
744FosW/Gyam7g+jUAvyInyGC8wQ/w58pAfrWNw/6x0cTgzC34Gzx0+ccF9PQlt/2FENyFd3
5tapcSZkf/ugrndLz6WvfwfvpSgjqSn4jPyMAAPQdEdr+9z+ggZxO+/v+3Z3mbOkDAACD1ECe
8uPKILvG2vrp9qsJVOPrXqtWQnV53suPBAAAHbX2v1pzssd9UczX8P3ujvNOYYNAAD0IZxC
DQAAQGgDAAAQ0AAIDQBGAaAEIbAAAACG0AAACENgAAABDaAAAAQGgDAAAgtAEAAIDQ
BgAA
QGgDAAAQ0AAACENgAAAEIbAAAACG0AAAAgtAEAAABDaAAAAQGgDAAAQ0AAIDQBGAa
AEIb
AAAAQ0AAACENgAAABDaAAAACG0AAAAgtAEAAIDQBGAaQGgDAAADAq2BoN5f7atR6Dn0dPdy
G lqi2qGejPho1mY8FAACgd0Lb26IWifpX1LAebsPsqHWjVow6ltAGAADQe6FtVNS5UZ/qpe04
LOqMlFvdAAAAUNNXxrQR1gAAAPpBaAMAAACHDQAAgNAGAAAAQhsAAACG9vPtb20SPDVv3Gw
+ WgAAMJD055Y2BbYLop6MesQ1KeqKqIX5aEAwEDSn1vaFdhXivpD1GUpTxuyRdSeDnQAAACE

AiExEgNBUWGBcaEyE/CRscHRIILhQmJyBPGCIzMUsv/aAAwDAQACEQMRAD8A9/AAAAAAAAA
AAABXrKvJXBcQ2Y
zqG1pskX nlnOpIuLU8eChz8aYuVKS5Pr1m8IK4td7bhZXF9PZJbnwrlHaW3ek26fFudu2Z8FhRVgAAAA
AAA
AAAAAAAAA
AAAB54a3qdzWyGfvrHtm28adWbitMd/w6l
W TzWLfwFR2TtNMjHWIQ40qctDS5KZBp7m71T2SgebWbbXql8fbC+3Tr/XHh80WZXS16g3HWWX2
Nbu2RsDME7oqsSyRiDXWTGsoVRZ2bdc9ja/2a6wpcSO8R+/7in1SE/e5PonG2+Nsy28fb4NT
XOvGTI7uDaFkbs7F9XeRcSiyGfLzuBuW/g4xbflaqHEKR+lOa6g+pETSFS0xkEfqa3y9TMhj
fvbTXbzzfacHde3LZ5Y+adcSwvMWfL7MMZk762XaYlieNU2dwMTmWcBcB2VeWVtHfgPoTXpW
uG0iKgmmYWS0/a4r04vNb14zfNO2dGcRfQehEAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
A
AAA
AAAAAAAAA
AAAABR2LpnV22/I7yLk7JwyDmD9A1h0WlcsPcX9Ky7VOOuaIlkSSUs+x8F6n8R5vt679zbq
meS3XddZi+awOBaA01q+6eyPX+vqvFruTEXBfsoSXCCVGWtLimz7LUXBqQk/h9grp2tNLMTD
G2+23Oq6Y7qLyFw3MXte4nOqKjS0naz2zHthM2brdv8Ag82Wq0m4odUmNwo3py1JVIOR0OMo
0mjv6Cc03lxOWc/6N3bWzN54x/q0Sq8eflZmhwsS/wBPilXrXVu0YuwGM/Oyfescqht515et
wnoJRP8Ag3m/eNTzqnFk4ttCUdUqUssTtbyTXwLz8eLV31znxsZnIvDrKLbCvLiLHs6U8439
lq7DEJsh+ScOupEy4MtEd0/YUtp11xl1bpNJUIsVb9T45Jt/57ddvOuTuzOvIFoKjW97A8h8
42y9JgqxvJcFx/GYERC3Dmpl1VhZyn1uNm2TZNmiagkmSzMzJXKS4Iz9E1vXn0Tu06ceqbht
gAAA
AAAAAAAAA
AAABWvWH9Q/IF+vhX5O4I6fXt7KbfTPd
ZQW
TAAA
AAAAAAAAA
AAABWvWH9Q/IF+vhX5O4I6
fXt7Kb fTPdZQWTRi5unUzWyWtPObCo0bPFY+pawg5bf15o9v3uvt8+iza/aEjnv0+fr19Rj7muenPF
rouM44PxF3bqOdsiVqCHsWik7NhMm9KwpuY2c5BJR7ike3z6uJR86myPuSfmNJJ9Q+5rnGeJ
0XGccGyO59gzMOysHsypGoFNclx63mrsI6Wotu660wivfWa+rchtj7aCaUZLNS0lxyoh3qnm
501yyM3wyJHyXKkYynjRcD5PN5Ls6Ohun6x0yz/EFKWRRuL60u/tevyGSvunyO9UMVp2wd76
a1SWPnsfZePYd/FrL/DxWU1to5SPTI5suTP2k9i7OHwhPJcqLkhnua6867rpttyjJ5juHU2
u01C8+2dimEoyBpb9Eu9uIveU1pvp3cjinJdb91KfcTyaeSLsX6SHbvrOdJpbyjZ67K8Xt7D8
JqsjrLO0/DIt1+GxZbLz/wCGzLTFm+2hRq9l5TSybc46qNKupnwY7NpXMV+XcuxRmRkkV7J
qqpVhsVqdl0ZcxlLXFebW80/NSa+WELbaWtKnOCNKVGXoRh1Tjx5GK+VeX4peTW62myaqtr
B2qiXrUGHMZfeVvzzWmJOJttalGw+baybc46r6n1M+DCbS8jFY+w2JgVXR5VktHmdLFx/Bn3
omZXC5zH09XJJQt5iYslmTTqCcQZoVwr5k+nzEOdcxbnkdNMC2FhG0cah5hr3KK/L8ZnqWi
NcVrxPNG42fC21ceqFpP7yVESi+0g12m0zDbW63FYOTujU8TZEXT8nYNGxs6bH+pjYsQW2U9
SPb94k+3z6LNR9oSDPuaPnJPX1HOvXPTni70XGccH2y3Pqim2HVamtdg0cDZF2yT9Xhr0ttM
55KiM0ETZn6KWRGaEGZKUXqkjlvrLjPE6LjOODCRPJdx7nTHq6FvPAJc+M3KekQmckrFutt
wW1vSlrQmQakpZbbUtwzL5UkZnwRGOfe085+bv29vKpL/ifGisaSoPIK38Vyal/Pxys+qa+o
nxYpNKffitduzrbZPtmtSCMk908n8xDeYzis6OuAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAA
AACjsHY9jg nkf5HsQdV5rsRFi3hrzkvFIe+1FNNU4km3zmz4SiWfHYupKLj4mXwHm6+nfbhby5LdOdZxx
zT3hO3bbMcgaopek9i4Ow7HdfPIckh1TNeg2uvDSlXLSU73Xz8pE3x6HyZCuvcu1x02fj4sX
XE5xVbR2Ka4yjXdrkGyLJuquE+TN9kkK2XJRFfcyuDkz9dUxu6yMzN1lDUQmi4NTavbLglCW
mutnH/LPupvblW8kKY9Gjr8RtF55lisxtly/ImFfypqOqZTuRWGeya+elZkRKUpCvbjK0n8W
09T9EiWkz25bz6v3bv12eGP2ZS9li1F5Len/APt9Un//AJHJAT6dv+38E+qf9f5aTvuwtsGT
/qG6zxq0dqXGpR5rsKyaT6tUVThVYUJCSvg+F2c5pLJ//qW3/wCwO5bbtrPf8ndOHTfxzTnm
9jk2V5NndHqDDtdov8U05SwN4bH2CmfKbdqLaHNIQ6OJDhuskSTbQ6886tfThSSUhXUhra22
zWThOOWJic88+CIIsSryXWer2LSExbqxvwev7Fo5zaZKmXJ0apZYcT3SZJX1jOESi9eCMI+0
TszJL/hf2a5W/wDZ3sazDbeA5fWZtq/GsXy6Nivlry5zWmyGxl1sl+DBO2kdK12PGktm+sk
LL9v1QR9T5+I3trtriz/ABhZLMX/ACriybM9kZnkfmdm2oaLGJ+G53pnDLzKXcpsJtfPiQbD
FrWQwcFmHdlofc9hXZLq2i7klPbhRqTm7Xa73Xxk/Skkk1l87+rlxvLdrYBmNPmep8ZxnL4
OKeKGvblfLqXI7CVVyn6+AQ2fSiucjx5LXvrShZcPdUEfX5j9RrXbbXFn+MLJZi/5Vpbt/bZz

HlS4bb7DjLsV1t0nGD5MiUjLkVRe7dZczjCduWzF4VJW1vIwtY5ZnGLfwgd2rDdM5Dt3636/
6cpBUL6WPwpz9O5097tz73Kuv/6NQ1v3enbGPDLOvb6pn1w0fYXl8WB1Oe2p6/O1RhGrsY2T
7JWhMnK/iOfIg/QcnFX09j2O/u/N3546J45PO/f6Zbjwy7r2s44+OH3aHk1nOI5BtCww3WsL
LNWePh15bpyGRZORbNxcyO1OmN0MVDDrL6qyC+3Jke+6127e238xGY7v3dpbiZk5/j0Ne3LJ
m8bydyw8idrx51upYWl6KZj1xVPZZA2A5mRMoPFIs2LDk2S4f4Uo0uo+rQsmPd+Yuf2hfEP
u7dWMcPPJ9udOc/Jj9f+UGa5HkWt7jKdbRMe01vl20Z05k8ec9IuknXxX7CEd1XHHShr8VhR
nX4yY7rqk8E24XZRGTXu22ZnC/j5u7duSXF4xZnCdnYLSYpp4XkLF7+HRKufK9pDiOIt1Cbs
K98vcQjsh+O4SkqLkuSuk+FJURU13m3JPbWzm3wbZAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
A
AAABRmJpPVu2PJHyP
m7Dw+Lk
8umawyNWvyHZDZtMrqnXFIL2XWy4NSjP1Hm+3rvvtmeS3XddZj1T3g/jppXW2QtZXhGBQ8fy
BiO9Fas2XpS1ky/19xHV15aeFdS+wU17OmtzIxe5tZi1DTXjbdY3ua42xW3kaXSSr/Jrx2rk
m67MTHyfH4cOchP7MyU41Oqo5sH2+WO441zwlBHj7Nm3V8fnGvuZ1wpL4iMYXEyHxMZ1JDzB
/aVNTzqryKi3MTIHKispnax119JLu2/pYbn4kzGJkq5SCV8yVkpBiHZ6c69PPx/H8Ld3ONs8
vBdfuTU+pvILQu5c4lHTazi4/luH5HlZqFqh1M60OumV6pakJUaESTguNJUZcd+pGfzEPR3
NuneW8uKOk6tbJzQxtC4yzelXpnYJ4FZY5CP4Ls7JcOp1tOuPNSaewpJ+NvO92mzZcntQm3C
QZdiJxSS7cGI9y3Ffx4X9sN6ya5mfGIys4+f4/gXkHlkWLkOJZRM2tNXZHntrTMPFYQEZDKV
3PyxNbbfY5fFXzFp5SXdBIJXHJJGcWa7XlBjN87lqYtk9b/AKNPnUWlIUby2tPHHHVQNSzP
Gq6ht5bHKe9XXlxGkTPrHGJs41m8phK0NuL7n2X255NjMEmsu3Ty6Xc7f16ueVg8U2DRb+3R
4yO4K3YrPQ2A5Hc7WjSoUmK5TT7uojVEOnlk82gikqX7yzblzPq33LlJkY3Np3NtceEufywx
dejW58aw2E11xgmi/wDT/wBw2dBcy6LTcV1jYlZXwJMfX12QUUmsVYKgx21yHERHlNm6ltt
S0oUpRJMkmEmJpt5fu7eO2080SakrrHyG1WddrissLKqWzRO1MSVzk0OTBhTclzWxL6GrjOy
22fqDaZh+48prshv3EJUruZpLHat314TlL+da2/pePnPknHCNh0fkLtzxUn4K3Mfc0PhOS2u
34rkV9k6C0tKhmjZo5huNpSUwnykGbrH2JLXfjoZKG5Zvtrjwz+jF16Jtnx5I20bpSmwzFv
9PTPIFHkbOW2V4tGxtTLO5lxlyJeM3JrV+FypLsSERO9CI2mW+Oev2h29JJpWt983aNe8bcN
8eMfk6L1pba2yDJ/KPCmVXDzTFF3mRJYxt+hekPHIUie9KOstENHsuxzQ30dU+hLXJ9uMdrX
SY1x/aX14Y8Xe5drn54fjgud5lV2cWZ+N0bXbJ/xQvbcJmJaKaNxmtblUdzFesHfQyIorbyn
U8/eWlKfXngX7/V/XHmj2rOOfJ2PGDBq/XeyvKDFqGofqcWp8ixODjZOoWSXmIu11TS3ScUR
e6pTiVVKcWX3nDUZ+pmO9nWa3aT0/Q7m2ZL+OalO2dKV1/q/zo2TJoMlfzut29JTiceNOuWYc
mlwWPKQ6VMw+iHMLITnzuR3OePifRPXzdzTOm98c/wALa74us8Mfyx3k9H15mNI5dVO2600z
XyHgPuV/jfgKfxN44mNKpor0W2qIzP8Aw/RL6Zb8t4+eFNG0oyM0oV3vdNu3Vxvh8Dt5nTjl
4r3eYkObaeF+14VZDK2U6ZiEZEWFZGcdfdUbkf0S0hJrM/7OB6O//wDzqPa+uK++VUO+sdxb
jxKhorS2vNwaWxXX+INw4Mp5l2dZ5JcJlKektNqZYaixFLkPLdWlKUf8eykpOXfzbZOdMFO3
yl8qwm7lZHjGd+YljG/G8dwewm6Uhz/ldQiU1Ki4eS5LOQSIT0dJuGbMVSkum1ypttSIHx8R
nfM23vh/X8jTFmvmxQzkWL6xawrzhlxwwiTC1heaqxiJiljXRp0iHkM6LY2TU+XXuSSWt9KF
LSypaTMlKQpZG0j7HnGuNuicMRuW516ueUxbW0nVa32Dvel15SZHKq8i8R85YN2wsrjIVu2R
zEIYjMybORMW2paVmZMtrSSvvdDPkxvfTp3uOXTWNd8yZ/yiuG3Nv4TmuP7TqsZO/s5+ZaLw
LBMaYlGr1opWQVFxLkzoJLeglSk2m3kK7rMmz54SozIyEe7vNtbJ5SKaaWWZ86mrZmI6Bxja
/kzWb2wnJMy2FnmRRLvTuHVd1kNZ/Gtdb1UGE3WwY9VLZjPLYmtPMvrcQakJML/AGZJFt5p
NtuqcfD1Y1u1k6eXj6LYZFh8yd5PY3SVIY9S1jvjlk2PxZHVbsaE8/cU7TLByODSpSEpMyLn
kyTyLXX++P8AinL/AF91U/F/GvHyLM8f8Qp9a5Db+TGDx3m9iU0+/wAjONhdt1z0aTZ22MJ+
W5AZakyTS2whtrqpL/ZkjJHAj2ppmST+3vwU7l243PD9Vx/GTxvuNIT7OyvbUPaPuYjjuLQG
4Trxtq/D1zrOxkOIWhCSJVjayG4yCI/ajIbQXHKklbs9q6c/JLudzqW/F0gAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAVr1
h/UP5Rfr4V+TuCOn17eym30z3WUFkwaAfFJSojSpJKSfxSZckA+gADQtoYFE2drXO9ay57IP
BzqgsKCTZR0JW5Hbnx1x1OIQrhJmkl8krJ02vVLGtdsXLaqasapqmsqWlm6itiMREvmRepZM
NpbJsuPtMkjsml5ayY64izSurYoltZ43rStt5F7CxxU42LSUhDbrn1s5+aZKS38pdDfNjF2E
X2ifb06NelrfbquUpElKe3VJF2PlXBfE/wBJijL6A+dUko1EkiUZERq49Tivh6gPoAAAPnVP
bt1LsRcErj14/RyA+gAB8fQ/UjAfCIkkSukSupLgiL0liIB9AAH5NKTnkjSRqTz1UZepc/Hg
B+gH5JKSNSiSRKVx2URep8fDbK+gAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAA
AAaBM2NSRdjQ9XsxZthkz+OScqnftNpUxCrmZ
CIjKpC1LSZLlPKWllCSUavbcM+pJ5PF3nV0+OMtdPDKvNR5hR5+XYXiNz45bqwp3O7xnH6W7yL
HoESAmU6h101OuIs3XCQhplxxZpQrhCTPgTnfmZMWZ9G72uGcxYrX+w6PY1ddzqZqVdKyZf2

Tf8AHZQkl9+VJ0hgEiTkdW/KkOY1VrccddUa3HFqOMZqUpRmZmfqZ+o39nT/ABn5Mde3nVdt
caM0lM3x5l1cvTuDyq2nViH4TXu49WrYi+/UrW77Lao5pb7q9VdSLk/UxHTtade3CeHgptvt
0zj5rRY3p/UuG2qL7D9XYjil4004w3c09JAgY0tO8e42T8dlCySrguS54Pj1F9e3rrcySJ3e
3nVHr/x+8hZ2PbN0jTVuJRdfZRsaTsdnaEu0eOdaRpd81eHSSa5uIpbUhLqOipfuqR7SEpJs
zM+vnva3susDGcrTua5l8cYZbZfj/wCRGRWXkziOJta7RrryRtILs/KLufZLtaqEVPBqZptV
jMA2XXiTFUtgzpkllDTV+gtb9ve9UmMVzXfWYtzmJeyXxzm5bme512towjCdoaeq9aRpBOLd
s2ZEVy2J+U62baWzlkTm1JMnOTUSuUkXBnu9vNvrMMzuYk9LlpGuNUb4ybOtbZJu6qxygY0F
h9ri+ISaazcsl5Hb28aNck3jiVRo/wBGycaOaUsK7rJTizM+pFznXt7Wy7eEd221kuPF3MB8
bs1xqD4Ww7edSyE+PVLeVueoYffWUldnRqrG/oDVHR7iSdVyr3PbPr6lyfoE7Vzp6Z/Q27kv
V6q95ZrZeGnNT0FTlNHjtrqPw1dsthYXlabNx2flblNHnHjVdIrl0sNnB+jOSg5LhuuEs20+2
XqZie2m2uszy14/Hybm2u14c7w/li6jAN9abuPCW4z2kwNWM6yy13Fnp1Je2U2xtp+x0Kgyr
BbMmritNmh99chSScPk1dU+nqM9G2l0txiX/AP6d6tdurHj+yyWFeNeeY3gPjFis6ypHbDTo
zLnMcqeYfkGy9AsFZAbSlhqjpUt0vxVnslZIT6L4UfBdq6dm666zyuf1Tvcltvp4ajhfh3l
OJ6x11j6bCleZWr3XVbIziyOTJXGXU1d1JmMQYTio/uGbURxJlBUIKCCu58xEfJ5n/ns1k8c
y/k7e7Lb8MNjpdS+RGH5tZYBh0moqdNXe1nNnzNkt2bjds1VTZibSxxYqpMc+6pEzuj3zf6f
TrMLJNfyjU03lxOWc5/Zy7a2ZvPGP9WBovG7dsnJ6zG8ndwqs1Nj+8bbc0S8rZs6Vfy1u2km
Orq76R2EzHjkTj5JfcJ9ZmgjSkvUzPn2dreOMZy7e5rjhzxh6GD1IAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AACTvjP+6Nxfzi
zr82cE
exyvxv6qdzw+EWSFkwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAB1XYEF+XFnvQ2Hp0BLiM1baVOspe6k6Ta
zLskl9S7cH68Fz8AwO0A6kGBBrIzcKthMV8No1qaiRm0tNjNxrWZIQREXZSjUfp6mflSYHb
AVr1h/UP5Rfr4V+TuCON17eym30z3WUFkwAAAAAAdWbBhWcSTX2UNiwgTG1NS4UltLrLrai4
UhbayNKiMviRkFmR+ZVdXzkRm5sGPMbhvtSYaH2kOE0+yfZp1sEfVaD9UqL1L7AwO4AAAAA
AA
AAAAAAAAAA
AACTvjP+6Nxfzizr82cEexyvxv6qdzw+EWSFkwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVr1h/UP5
Rfr4V+TuCON17eym30z3WUFk0FXPkxozH9jxdTW+woUTOpc2LFWWexLcjNT5yTVFhSLBtlUN
is+RctsuvJcVyXVJ9k8ze0m3Tni3O3tZnD9XHkxOLH9glqu82vj1RsH6piCeMS5JMvpyki
WwypSyJCVuE4nqRq5PsRF6mF7usuM8SdvazOODoVPlX473maNa6qds0c7OHRKRUIxltxz6r6
2KayfZNJtl1NBtq5Mz49PiE72luMl7e0mcM1rHyH0zuS2u6PWudRcmtaBopM6GhiVGNYkbqm
CmRDlMsplxjdQaCfjm41zwXf1Llp3dd+Ept29tebAVXlf49XU3NYFbs6vfd19Al2uTyFMS24
yYNe6bEyVElOMJZmtR3C6OrircShXBKMuSHJ3tLnjyL2tp4OvV+XnjRd02UZDVblx2dR4XHi
S8ptG3l+zCZnPxipLQNBf7x5RIli5Pk/gE72l8XftbeTbMc8hNI5dg+RbJxvZ+P2+D4ihxe
UZExLSbNeTae5lJSfC2zNPqklJ5V6deeRqdzWzOeDI02lxhqLXL1544Lw5jPpG066pxZ+5Vjx
z7aPnRXWrNDJyPpZEWZHZkMLNkvcT7raSUjhSeUmRjP3tMZy79rbOMJY15szA9s44nLtcZPD
y7G1yXoaLiCalMm/HMidQRqSk+UmZfYN67zaZjG2t1uK3kacAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAvt8Z/wB0bi/nFn
X5s4I9
jlff1U7nh8IskLJgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAApBX5pmWJ+Rvkg3iuo73ZjUxGGOTJV
RPP4SIiyqXUK04m0mxFqMyLsRtkouD9TI/QeabWb7YmeS3TLrM3HNPeFbF2Fkl+1VZHojJcA
q1x3XV5LZ2lDKjocb46NG1X2Ml8lOcnwZl4Lj1MhXXfa3jrZ+TG2snK5ede57bM8w1hurMcZ
ThWvNMtbbhVScTi0y3Mhym6rsqra+Zcu2SZbKI0l2XGM2+Izizbb+cyPhReXuW3W2cJn8+PN
fSSWS88fsw+6a/Z02V57uQCxSXpCvyhsdtVMtuSjKZECvx+klzipZalLhMu/TtF7RvMqMl8
mlSVdDJ3Zterljx8zTH9fNK+9rKU/lvmZb46byX5Pi1VSYDiCUTxNOOZIo1F8VEomzM/08in
c57f9WdOWv8A2/h19wtNRXvia7qhtttUxplY8Sp/Dj9TqI2KQXa1KenxbTMTH9s/+0fp8Rju
ZnT0+V/TgacerPnP1dnF4dHDx7/SwextuO3bpioZhfTn86q6Xg8l65+HqaVOobU5z/fjP1G
tcY7fn/pxLz3/Hi0nJU2n+TzaiaE4iLtXklNKmVPStUQpf8AieyTByEtGlZtkvr3JJkrrwZ
GOXP27jz/d2fXPh+zT9rwrR8m23RZ2vDv8AFnLs80hOu7aqjS/4NdxxNzlh1BTOTq/rTU3Y
sK+qJcgzcQpom1ISngsbTaW5xm2fDDWuMTHLF+KXNiYXntLhnnVlmzM6wC5zbKtLpYvsQweJ
MgnGar6+4TbnzWJ0uW72eQ4tpCzURGlrgvuit1s6rcZx4Ma2Z1kzzei2BERYNhnBcf8AuKu/
+6tj0acohtzbYNOAAA
AAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK2+M/7o3F/OLOvzZwR7HK/G/qP3PD4RZIWTAAAAAAAAAAAAAA
AAA AAAAAAAABWvWH9Q/IF+vhX5O4l6fXt7KbftPdZQWTVgtPEHSt1lGSZJa193Mh5RaHkM7CTu7
BGNPNZAtaXHLyNWtvJaZnLNBcvJ9fU+ODUozjexrb+Ofmp93aR2cu8RNC53lt9meV4rY21llV
hCtMnrFX1y1UWMuubZaiuS6pmaiE97aY7ZcLaMj6/MR+o7t2NNrmwnd2kxEvnmDF5ZkObO0

rcjIcroYuMZBIeW44zJqoTk1mMuMtRs8EqW7yZI5USuFGZERFvpmcsdVxhGeqfGTVunbyZk
GLNXdjYqrfwKgPiLeZbt0dH7iXSqKhEtxwosQlpSr20+p8FyZkREWdO1NeTW3cuzg1t4tal1
VI38Y4tDuHJdexMiYZS2dtLn1WMxbFxFs6PQwX3FNQW5C0kaybLnj5UmSPIHNezrrcz/AOHd
u5dpitht/HvU95r/ACLV9hjr6sMym/kZRC1zNjOYeXbSbL8Xcktymn0PtH9YXuETa0kn4Jlk
+g7e3rZjwcm9ly12s8UdF1WI7DwtvEZFjVbW+mPP51tbWdpZ2KoJF9EtdjOlPykqimRKZNDh
e2r5kcK9Rz7GmLMc+bv3dsy+TtYr4z6wxjDdiYZIRe5k1tuMuFszKMouJtpe3UY4pwW2ZNm6
4T5IZjqNtpKFJJsjM08KNRn3XtayX15uXuW2XyTtXwYtXAhVsJv2YVcw3GiNdjV1aZSSEJ7K
MzPgiL1MxSTDDtgAAA
AAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAK2+M/7o3F/OLOvzZwR7HK/G/qP3PD4RZIWTAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAA AAAAAAAAAABWvWH9Q/IF+vhX5O4I6fXt7KbftPdZQWtYyTdU0KfBqpltCiWln2/Da159tuRI6e
qvaaUolL4+3qRjmYYZMdGNg3NPZyJ8Stt0dhKqnSZtI0Z9t1yM6fwQ8lCjNCvT4K4McIlMOR
FnWu2D9S3YRnLWK0h+TWJdQchtpwzJDi2iPslKjIyIzLgwyYfZFlXRZcKBKsI0adZmsq6E66
hDsg2k9nCaQoyUvqXqfUj4L4hkW7o6AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AACTvjP+6Nxfzizr82cEexyvxv6qdzW+EWS
FkwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVr1h/UP5Rfr4V+TuCO17eym30z3WUFk3jDthrVaMn8
sMN3PjSsh8qs3yTnxndbjOO3D1bNiMsYeeOzy4KGmJMbcOSpDjZJWlanexeg8G+P7Tb6reH7
PXrnGm0+P7vTDZNZtF/x2zOnxmd7u4nMBmRKywhr9pTl8dcpHeMs+CQtT/JtmfBEoyM+B69
pt0euHn1x1emXn/oKw0Fa7L8f7Hxhxk6Gz17iNr18k5UWG5Bfj1jtY4w1WZEpz2zmWK7dpC0
mo3Vp9lxfb2zT283butuvTOU4/j4r79WL1ezp4njEbGtIeNXlklhpG6cx2RRX2yc6QXE63qc
7ftw+ZVSHPIuMzGmMpYaMurRsoUhKT7cprZrrv454+5bna6+GP0bFl+E0u58f869zXrXv7B1
PkFtQ6byY1H9XjJ6/qY1lFXWO+ioxvWK3XHjQZE6R9V9kcEFxvN9vGfs5LdbrPC/u9IdZZUv
Otb6+zdxBNrzHGqm8W2kuCSdhDakmRF+gvcHr026tZfOPPtMWxu404AAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
rb4z/ujcX8
4s6/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFIa7Ar3NPI3yRdptr5Zrd
MFOGNvRsbKpNuUaq11XuPfiVdOV2Ij6l0UkuPiRn6l5prdt9sWzktDsazh5p7wvV2T4pfNXN
rvHOM7htsOsqxy+TSFCWpzjQ6r6GqiPdkcflW5x6nyRiuull+q38v4Tu0vg8zs0t9NwcR8t9
c7dqFzfKfO8uyFeFVrta/LyG4W+tbeCyMdeS0tZx47RMJa9tZEypDpuEnlRq8u11k2ln9vxh
6ZNs62cvxlefdFRuB/w4yqlrHpM3cn+HkeNdOVazVLkT0RGit0wlt/MbzqSfJk0+prNPX1F+
5N/teuEdMdfplWbFLTx62PuvxnR4r1cVa8JrLmDtN6kgPV7NZhsupkR26y+UbbRqfXYEybLL
vZxLiXHP1+ZRznRtrt0e/wAPVuzaa3q/FaZiOQOZHqvx48NTjyFbo1zsKjg7Txk4shJVeO4R
afiS7dx9TRNfTS48eN9M4SuHVPJSkzMlcY13zNdPHPH2asxbv4Y/VsmbZfE0zXeaei58Ka9s
LfF7b32iKJiK66vJXM3p4tcpuEpKTQo4c5tz6glGXto+c/kMjHdv6TfXxvL3ck6unbwnP2ek
WuMVLBde4HhBOJdLDcdq6MnU89Vfh0RqN2Ln14P2x69NenWTyJz7XNtbmNOAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAK2+M/
7o3F/OLOvzZwR7HK/G/qP3PD4RZIWTAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAABWvWH9Q/IF+vhX5
O 4I6fXt7KbftPdZQWtfg221LS4pCTcQRkhwyLsRH8eD+zKB+wH4Q222azQhKDcV2cNjEXX6T
4+JgPpIQSjWSSJaiILL49TIvgRn/AOkANCFKs0kakc9FGXqXPx4P7OQH6AAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAFbfg
f90bi/nFnX5s4I9jlfj1U7nh8IskLJgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAArXrD+ofyi/Xwr8
ncEdPr29lNvpnusolJgAA
AAAA
AACTvjP+6Nxfzizr82cEexyvxv6qdzW+EWSFkwA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAUxx/aGtNe+R3kpGz7YeM4RJs04Y9Wx7+2h1q5DSKlXClSpl
OtmTJK9DNPJEY8831132zZOSt1t1mJ5rE4pt/U2eWbtLg+z8SzK4YjqlvVNhdQbCSiOlSUKd
UzGecWSCUoiNRlxyZfpFde5rtcSysXWznHmPvXO62izzPs1xDJdtZ7svCNh0kBNyNU3Mi69x
JhdjXR5OJzm0y0QpBHHfV9Sso7jnuOJ7qQr0Hk7m+LbM255+E9Ho01zJLjGPf4sTufYeQ1O2
PJGwhbO2tjuaYvNGK12r3ok21Rreqbm1tSs05CakqQYy3n3FPlIMlhXKSM+A7u9l2ubnM+
HuaayycJ+6QtjRb/AFptzyQyus2rsi2jal1K3s3FcTs8ss5dN+OWL122bT8Fx023IaDis9GF
F0SReg3tLrtbm8Jnm5rjaSYnG4d1L9t4p5ZqG3iZhkmZJ2zrDMbbZ8G/tptoxYZLi1MzfluG
US3HfplvETzCkMdG+htl05TyOxb7VnrLn4yZc+uX0sYrDcSvscr/ABOymTszNZtl5aVcmo3l
O/iCwJ6VnVsefvoU+s/a+3WvV7zHssqioB4ZPoZH8Q1lxrc3+3P3dtl6pjlyabJTlOHeLW5s

5/xi2va3BbY/gU7FzKLaxsIIHV54zVcVafC43Ldhkbalsl7jhnX9vA5izS3N5+fq7wu8mJy
/ZxWO2sixbCd8YxiOf7XmYtZZxr/AAvHI+TlYTNlUhZE4o75+BDsWitOkmKkk1/up7m8TptF
8pDN7lk2kt5yevH8cDplstk8fg5rRGQK1r5TRsHn711hrPWOIN7B0/Pv38lx2fEvWK6wbsaz
6yzX9VOhGthiSbLjkipWtFHBGQ1i42xmTwPGZxbfgnCyy+P44X/j1ZZxtPLWdV5BguVld5Rl
dvY3DT+SziqJsFmXlCn35yabklEJZehd0N+qjI9XadvpzbfYx1y4nFpOud2ZXjOM+HWZZdl
d9fQZukcxyDL612e8+9fWUZVEiATqXFq+plOOyfaZNfZXZ0yL7xjmu91mtvlWttJbtJ5xqGC
b22liY/Hu/2jbZZa2D+2du1Gy8PxwrG+dkOOQI88o9ezAjE69IjwJCSJpJINDSUEv5Up5LOu+
0uuc87l3bSXOPKL3+J1je5FpDGs4yXJZGUXWx5dnlcmU9YfiDURu0nPPRq+OaVrQy3Ej+2yb
DZ9W1pWn48j0di26S3x4o93htjyWQFkwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFbFg90bi/nFnX5s4I9jlf1U7nh8IskLJgAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAxE2gobJ76mXpIFhIJJJ+TGadX1L4F2Wkz4HLJXc19g0FFWPHIr
aWBXyFJNCn40ZppZpMyM0mpCSPjkvgEkhmQBX/jDvaxps/1FVZThtfqDJc/lbDg5C79evIJK
5V0zenTTYyW0sJaTKSsjkJeUpTZNP9ouVGXm27W9l14YzladzXhfHGGU2F43b8yXIvIGgxfN
sEpDTeR0+M7l8qfX2MrJIET8Ih1EtuCSHm4ZrW1FPqbhHwauf0cd27e9txZi/ma9zWSc8xL9
745R8lzDbku1tUFhez9T1usigNEo50ZERdoTsg1qLofLc9PT157JPkhS9rNvlZhiczEnpc06
wPx721kOS4dO8h7jFrij1PgtrguGx8acmuSLld2yzBn3VmctppEdx2FHQ2TDXuES1uq9zr1S
Ma9ra2dWOEw1tvJP6+NcOq/HnctXkmkK7aOS41Y698Yoc6LrZ+kVMVZZA87CXU10q3YkNJai
qh16zT1Zcd7umauxJ4SGna2lmeUNt9cXHOslfeM+cSNDZvrOiyajay282fL2JQ2s9mSuub75
YnJI8aShrq6fyoJtfQ/jzwf2jt7V6bJzzkncnVn0/Zg7Lxo3NncXZOcbEznEie6bz+EXdcv4
zXzm6GneweyfuK03ylvOSXvqZEhaH1c8pbUfQj+Az9rbaW7WZ4fl+5rMScuPzbtM1PvfZOt/
ICp2rllBVZBt3FnsWxDDKJ6XNx7H2jgyI5yjkSGI77z0p2Sa3jJoiShDaU9uDM99G1lz4udW
ssx4LP09O9W4tVUC3kOSK+qYr1SCI+hraYJo1EXofBmXIrJiYtT4qcYV4hzKeX4gvZRFQbaN
4yY1bV82HGJ5CLC1lphFDkJJSS5ajrjqdJKuD9wm1evUQnY4658Fb3fqx4svh/jHkuOZ3rTL
ZWTVsmNg+yd15xPittve5Ij5yiaIKw2aiLiWx9SRuc+h8H1MJ2b1S+Vt/Ny9yWWek+SZ9D60
udR4ZaYPZ2sK3rLuU5DZ4i/EaWy41VXNk/aNR5RLMyN5lyU4g1I+U0kn055FO1p0THqzvt1X
KaRRgAAA
AAAAAAAAA
AAAABW3xn/dG4v5xZ1+bOCPY5X439VO54fCLJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAA
AA
AAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAK2+M/7o3F/OLOvZzW7HK/G/qP3PD4RZIWTAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAA
AA
AAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAABW3xn/dG4v5xZ1+bOCPY5X439VO54fCLJCyYAAAAAAAAA
AAA
AA
AAAAAAAAA
AAAK2+M/7o3F/OLOvZzW7HK/G/qP3PD4RZIWT
AAA
AA
AAAAAAAAA
AAABW3xn/AHRuL+cWdfmzgJ2OV+N
/VTue
HwiyQsmAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAMRdZBQY3Gam5Fd19DDefajMy7GS1FaW+8o
kN
NJW8pJGtajJKUkfJn6EOWyc3ZMsuOuAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAA
AAArb4z/ujcX84s6/NnBHscr8b+q
nc
8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAeRCspPrfZGU+RWzdJw9oYHjG014GjZmR2p
O uYuW3at1MJdFjrrDkQosOUTSpEo3EyHH3XFOl0tkQ8U243bacM4z/o9WOHTLi4WR2T5MbSxD
amT4/RYLjFlmCcvwbEMiuZ9nMYuFyM0VEJDsSM1FcYUiP8AVF27upP9BH9ldu7tNrMcJZ80
9e3LPXj8nY2hvjfOucgusun4LiNPpTFsoraCXU2s588wuq2bLiwXr+sKM4qK2w09MT0YdQbj
iULNSmjNKT5v3d9bnEx8zXTWzHj8mItfKPatUneuWx8Jw4tKaFyW7x3IH121gjJp7fTGZcbK

31QtRY4csf2zx/NvOPH+uP2e2o97yAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAAAAAAAAAACTvjP+6Nxfzizr82cEexyvxv6qdzW+EWSFkwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAVr1h/UP5Rfr4V+TuCOn17eym30z3WUFkwAAAABpOeYDQbGqqunyIpP0dPfVGRw/pXfZX
9bSTWRCJ2VwfkPeZT2L7S5LkZ21m3N3Xax8yDX+P5NI2AZrZ/U/jWtZfJkxr2nejPuWkJyBI
95vg+5e04fX1Lg/ULpLZflm1ks82YyvHomXYvkmKT3no8HJ6uZUzZEc0k821NYWwtTZqJSSU
SVmZckZc/YO7TMsJcXLqYJiMDAMIw3A6qRI1eE0ddQ1suWaTkOx62M3FaW6aEoS1Jb11dU
kXPwIhzTXpknkbXNy2oacAA
AAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFbfGf90bi/nFnX5s4I9jljf1U7nh8IskLJgAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAArXrD+ofyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnusoLJgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAACTvjP8A
ujcX84s6/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFbNYEf8AmH8oT49D
XhXB/wD4OsR0+vb2U2+me6yYsm8jrpnNbF3b22Ebj2PCvMV8nKrB6LGouTz2cebpXb2jhKiK
qkOEypCmpjhGXhrz6jw4tztm8Nsc3qmOEOTuZva5VDwXbnmCvOsjRmWtdxyqjGKSNaS2qUs
PpMlaxt+leqScOIsbjJOvuOKaNz3jSpK09R3e3XW9zPK/LOHNZMzXHOfNunkXBtcH2RVZGrY
2ZubgzpPMab1JYtrs6zBMfoXZ0aJqLQydOrdOU23JU57xG+84tpLSE/bru51vPjbMeWHO3x
nLhj3a5v+1zVe4dq5XU7PzfH4mscz09jJlJfRzeIVI4WQTmF2yJUBlxLL5vMSmyPsXw/sPgZ
7lt3tzeFni7pJiTE45YzKE55OxXzB361s3KCyzx32Ref4SU6rWUmor4NCzCnzob0FtaWZTU9
Dy2VifSv20En2jR83LjZttnjLwJjOuuOcYnysziFX2W4M2ocr3Fk+zcMqqa7xF7EGZ0bFNbm
3DjTW4dx7MlqHK/ECUbs03mXl+w4SeqEoIxzv74zZnPP4O9rXlOGP1dPyK2FcRNveRz8rZm3
cXtsIw/ErHUSPCJlmmFq+zmwZTq3sgS0hyuYjKkpaU6qaaEqZJzjn053dr1bcbwKxj9zt6/
1nCN08p5uf2ljm1jH21lmLy9YeOBZ1GTgmQTKqpl5C7OkoTLdRFWhMlpRRVE2Svij/0Dfddt
53hrng528cOHOTy3TnV9lGw951UmVuGRleoMbx+Dop7XNZfTa2Hkkuiau3Z1qdU1UaQ7IfkN
R1NSyNHsErhPzmtPN9rbtz4Yxj4O6ayScuPPLYrXyYy7GrTyYYzVodwsgttPYdd4tQ0tRb2U
ff7qbjlk/P8AdVCZdRVRKT0Upbxt/wC7NRnw2o08+7tOrOeU9rj5OTty4x51tVXu3McJynUF
jb3dtlZWxJfVWMXFFS3Hm73M7O2p4Feo09jJyTKfk+2bvqZIUtX3SMdndutnj/X87wcuksvx
+SDqLZWVP648bJHkVuzPcI1ndQ84j5PsLDp9i1Otc4g5M/GhVUuwrmX5aYyYbb5xU16k57fU
+ehJGJ3L069W1k48fXLd1mb0yZ4flhfbwjyW9y/xd1VkWR5DY5Xa2Eez7ZHbSHJU6YwzbTGY
rsh90zcWs2EI5NXr+n1Hp/8ANbe3M8/9Ue9JN7hasXSAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAABW3xn/dG4v5xZ1+bOCpY5X439V
O54fC
LJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAKLxdKa12x5I+R03PKGRcSqZrDY1e4xaWVeSGl1Trh
pNMGVHSv5lGfKiM/s54Hl+3rvvtn0W67rrMeqe8G8ddQa2yJrK8NxmXV3rEd6K1Meubeakmn
+vuJ9mZMeaPnqXqaeS+wyFdezrrcyfQxe5bMVDsvxnyl7Ddn441ktWibnW8oW1a+UaHiQxAi
21VYnEc+Uz97pXqSRkXXlRfZzxidmyX1uWvuTM+GGn5B4y7atJ+Y6rYvsaX47bD2YnZOR2El
yX/EbDL1g1dWFBGIlZ+mNqRYMktL6niNda3Em2s+o5t2drmf7bc/6NTuTn44wzGzNHeQGfTc
41jMy2gutFbFzGqyeVkdrlm/xNRVsOTemyqOuiljqjLbU/DT9O6p5HtJcXylaiQG/a22zrbw
tc131nHxU1m0fkjmfjttPftdhrVvD8tySRu6zjSmrhd6R4flaegVRLQpMf2kM0rTJenPBq+b
k+w88+5tpd+GLx9eC2dZtNePkbbFdcbi3XC8ocDxG7xyl1Dtbb01rYs2aqSV7UMnDqJNmirS
224xJ+uYNLPDqmvaPsfz9uU711236pOEtZu2uuLeciYdh+NG8r2v8htW4bkuJU+rd/3MjJpu
XzVzVZBXPSoEWLJqUQ22TjuMOqhNpS8bpG2ypxPtLV04pt2d/wC0lmLcsa9zWYt5xldgeP8A
5DS843RZayyzX1Vi++sXo8Zy2RkUSzl2Vaisr5Nc8/XtR1tMLUaJa1IJ4zLsSexcc8tu1v1W
zGLOLmu+uJnPB3l+Jd+5r3eOKvZbAlWmca7rtU6xeW06lioxqihSI9f9YvhS3ZD70px6SpCe
vPVKC4L11OxZLPTE+EPuzMvrl2cs0v5CY5mGxbfSGU4vCh7woaWuzK3v3JjUzGriohJqvXun
ZjMuolqchJTwy8tvh1ppXfoa0he3vLem8yb62TPg25vx6yFqx8l5TmVs2ad3YJQ4jSzppOKl
syKinsK12XYKSkkrN5yYlw/bL7FenwD7NztX5yRz7nL0rE4r4uPV+yfH3OcntK+3i6M1XHw2
LXsodI375go7SbDqsJQpltpLxtr50rUlZepBr2MXW3wmC9zhZ51itVeL2VYdN0HHyrKKy2x
rR7mbXcesgpfl63Icos5TkOStDqSR0hQZr6EmZ9vdWzKXBEZO32brjPhn5u7dyXOPHCbvHTV
tppfTuKa2ubOLcWWPvWjr9jCStLDhWfPlntkknCJXyokEk+S+JH9g32e30azWsdzbq2ym0VY
AA
AAAAAAAAABW
3xn/AHRuL+cWdfmzgj2OV+N/VTueHwiyQsmAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAACTesP6h/KL9
fCvydwR0+vb2U2+me6yysmAAAA4SjxyZOMTDZrZSaTYJJdOp/EuvHHB8gOvCq62sOaqtro1e
dlJXNsTjMoaORJcJLLfd6EXdxRJIjUrKz4L1HJMGXeHQAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA

[illegible]

SW7TFxemfq5vZJcz/dWx4ZhWQ0GReEWI6U3Bj2QO1eBbL/C9nT6F6bVzoK7GpcU2xWs2EVaE
oNaW2zKRwlKPgoj4HdNbOma3PPi5bL1WzxiMKW6zbEKzxqsppjJtmJ27u6lozjxzZhysjtX
rWvjvrZUtw2YqH3TfcJS1dGkKI1H8RO2zps55v8ADWJc+WI7FJfJlq3H5dnr+4au9q6z8rrH
GNbQ8lbekxMjs8po6+ttFWJsOJcaM25EicbyTV7RNqLg0n6c1l1lxzm2Jnx4Qt6ufK6rs+Eh
ZGVF5CImJ1qsvLeOWfxOqmJ5Nacz2oHc4ZSDN4muOOCmM1fEej/zZxtnn1VLvY4Y8l1h6UQA
AA
AAAAAAAAAfb fGf90bi/nFnX5s4I9jlf1U7nh8IskLJgAAAAAAAAADS9jYHRbRwTLNd5McksfzKsfqrg4bh
MyPp5Cei/bcNKiSrg/QzI/8AYM7a9UxXddum5ahl2isAzm3k2+SxZc5U7ArbXE6CUg2471Hd
OR3ZaFELJKJ01RUdVpUXX149eDLm3bl5+WGpvZy88o9wfxSxTEryryq7z/ONkZXR0szGKflc
nsmXnmK0XHBj/QeILGjtGSSbJz3DQbq3DNbi1ehFjXsSXObbyd27tvhhttd46a8rIunIkY7X
29GY9Y4zg6lSi7fRWkBqkHK4QROOeyynqoiTwrk/t4HftTh6OfcvH1c9D49a7xqi0ljtQxO
jVmgpCpWcTpeQRqeXAk1zi5nVsidUtuW4tRkSTNw+36SPs7cknoXe3Pq1DF/FHBcU2FDzWJk
uTzaOju7jJsO1bMmMuY3S3N+243YzIcdLCXuXCfeNDbjy22Ioum2hJqLjM7Mm2ePw8Hb3LZh
hsN8N8Bw+1w2cea5vkVXq+0Ky1Ji9taNu1+NINTxriw0tx23HWlJfNr/AlIbq0tJQ2hSSI+e
a9iTHG8OTt7tvu3i48atcXevdra0lLt2se3Hkk3K8seYmEiW3ZTpDEpxyI8bZ+0lLsZBoIyV
xwNXs63WzZuWZ3LlL5M3qTRuKafXkthVXGR5fIOZoxnMoznLrNy3uJrcJckQ47klwkkTudLi
ybQhJEXXZ2mO9vtzTzvxNt7s0mDr6bR+ROz5knH13etvIHD69eSurb96JHu8fQusejyKHySU
T66SOSefRRsLI/Uy5z0Y3vDhY71Z1nnHR1r4k4XrfI8VvP43zbN6zW7MmPqbDsntG5tVi7U1
CmT+hbQw044pthZsNLkOOqba+RJl8Q07M1uc24Nu7bPizWisQvWct3rtmKauTS3G18sQzTVM
tJtvsY7jUdNTVG42f3FSDQ/K4/7LyeFkXkO1rxu18b+hveEk8FkBNWzWBmfkP5QlZ6EvCuC/
/B3BHT69vZTb6Z7rJiyaNHdO6zerLymcxGIqsyXKW81vInZ0kyb9qQxLRPUZLIycJ6K0vgjJ
PKfhxzzj7evl45a66rPrvxExGXm+zs/23hrFhkVhti2y3DXm7GQcaXV/8K5VOWMSO8hiSqO8
hxbSJLazaMz68EYjp2Jm3aeKm3duJ5LVO61wV6fn1m7jcVc/aMGPWZ/JM19rSJEjuxGGXvm
44Qy8tBdePRQv0Tjw580uq8PRjYendaVzM+PBxOLFZs8Sh4LOQ248XuY9Xoebi1/PuckhtMh
wiUXzfN974Dn29fLwx7O9ddtjVevIkHAauJiUCJW6vWbmA17CVNM1ijhvQDNptBkk+Y8hxsy
UR89jM/X1HeicPQ6rx9UeYN4s6K1zcV9/iuEFFtqWSqRjcuXYT5x1KVJfQcatTLkOpiR+JTv
7BkktmauTTySeMa9nSXMjv7m14WtLmeCXibPly50rTkBcqbielPOpn2iOHZC1LeU2SJiSb7q
UfYkERH8PgM3/vAvbvg797fzbxlvi/pHNcbwvFLd1xKfXsFyqw/8HsrGplQq19ko8iCmZak
sSFR32kkhxpbbhpWREZlyRGN7drWyTHJmdzaXKRa/WWBVM/C7KqxaFWy9d08jH8JVFSbSK2sl
JjpeisNoMkEhRRW4iNJ8dS449RronD0c6qx1ZpzWdPY47bVuIQ4tjiVvd32OS0qdNcSxyP3f
xaQjss/mk++5255u3ykXoOTt6zjj8Uu9rjjaY1hDv4+TxsPhtXkXJLDMGJ3Z4+t7aQ0wJdh
7ZuGg3XI6Sb5NPyl6p4Pkwnb1lZj1OutoxnDMXw5WRKxmnZqFZbdSsiyM2TWf1dpMS2mRKX2
Ur5lk0kj44L0+A7rrNc48XLbWzjTgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAACTvjP+6Nxfzizr82cEexyvxv6qdzW+EWSFkwAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVr1h/UP5Rfr4V+TuCon17eym30z3WUFk2HPiAaArH8HO8ryt+3T8K+p
a+p7cErj2u3fng+fgOZnJ3DHZFnoE4hJpoWWZhSYvMyOT9Hj0S3sI0J2fJPj9jFQ+4g3l+pf
KgJMcU0nOkvlJlB07paVLK7m3hVKJBmlhc2Q2wSzSXJkk3FJ54L48DtsnMxl3Y0mNMYalRJD
cqM+klsSWVkttaT+BpUkzIy/2DrjnAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAABW3xn/dG4v5xZ1+bOCPY5X439VO
54fCL
JCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK16w/qH8ov18K/J3BHT69vZTb6Z7rKCybXR22942Hk
fnbB2LFopm9ZmSNN6YZaj+7l6rNeM1qKcqVTCTlKf4gZcE2fXtz3+XkeHuXX+2efg9mvVjXH
LxWyyrQeEt612tuDyiRXZ1e2msauJdr4jL6saZp6MisI9TIWpSkOyLFT8knGSbWbikEXJoQ
Ype1Om7b8eH5cPD3Sm9zJr5q47JsMTpKT/TXn+U0Fq4xmPil6nYEC9rH7v3JrmMQ0xfq4DTE
l555LxpNR+0o0rI1KMuORLeyfbu3LFz+Smst6+n8cVtfCGroo2GbOvtdpTC0lmOf2dtpejS4
o0xKn2Y8eUpuOszXDbensyHW4yyQptKvmbQajSV//PjFs5W8Eu9eMzzxxXVHoRAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAA
BW3xn/dG4v5xZ1+bOCPY5X439VO54fCLJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAKOWddWed
R/ke/X7UzTXSK5vDwnluKv1zLUo1VTiicfKdXzVGsiPqXQ0lx8SM/Uebo6t9uNnLkt1Y1nDPN
PmE6kucPv2rybu3Yecx247rB49kcqpdgLN3jh1SYdXEd7o4+Xhzj1PkjFde3dbnqt/HwYu2Z
yimea6xy+/xnzpnUmPz4+ZVmxKjO9UTDhue9MscXpKafEVAM0l73uOxXI5GjkuVKT8eSEN9L
ZtjnnM9lZtJdfg4NwbmbgQ2NjmGbB11smu0dh8Why66qIGGXdoWX3chpqxh10hcWItCIVWs2
1yG3PV6QXtmkktK7N9+u4suPhzNdOmZlmfi3jeuboY2z4X7waw7M7LB6lvNJN2iuxuzmWcBF

xRtMQymV0dhchlS3D6mlaCMj55+Bjydv99NsXHH9HNJ/XbXx4JO8U6vIXW93bDtMRtMAotu7
El5Ph2HXbBw7JqEdfBhLmy4Z/NHdmvRVvG2ou3BkavVQp2ZzuMZrPcs4Tyi2YskAAAAA
AA
AAAAAAAAA
ACtvpP8AujcX84s6/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFA9Yf1D+
UX6+Ffk7gjp9e3spt9M91lBZMAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAA
AAVt8Z/3RuL+cWdfmzgj2OV+N/VT
ueHw
iyQsmAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAACtesP6h/KL9fCvydwR0+vb2U2+me6ygsMAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAKQZD5kTKKfe5W3pm3svHTE8jXiuUb3atISeX50ecVZLINUyyKQ/
AjSj9tySlz+6tSW1JTyPpe/i5x/XzWna8M8fJd8ehEAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVt8Z/3RuL+cWdfmzgj2OV+N/VTueHwiyQsmAAAAAA
AA AAAAAAAAAAAAAAAAAAACsWt5sKJ5D+UP1UtiNyvCuPdcSj407nH3jL9BiOl/vt7KbFTPdZGPY18
tZtRZ0eS4RdjbadQtXH6eEmZ8C2U1M2PIvKMg3fc6sYqY9Xj0XIsmPqpDbjUxUfGsbhTX/n
9zhLsuZatOxyJPrFWZ5/flR5vu2748M35Rbok1ypfgLitTYr4dbipbjJrDJ801vnWR5+m0yK
4t1tJq8Ses2DXDmy347fV5PJe02n/8AMIZ6OnaeV/RW/wBrtpWfqlrVOGo1VdeFG1aW7tpW
WeR0ZcLfdU2ZOISv4ml3WNvXzEyS0+6ttDkKVH6sqbSk0tKU3930FO3r09O08ef5M7Xq6p5ck
cYLue+xWz8asDu7rJi2XqCNtuVtnHbxq2YafXBrLGXA9+VJQlieg0k240bTjvVBpUXX0Ete5
demXnM5+bV0zm+Fwyfi+nJ3M38ddgYvrDbldkufwH5PkxsZJ2eKDKGLWocmx5xKOfIT/AMPO
JoohoYa6sKNBKRH1Guz9Uslzed8K53MYstnojH/EXZCfBHK8JVmtwWcP2H8SwckKdJ/EkYnI
hLytS25RuKeIkGdimZLL/sEf90Y69vs48f25tdM+5nw/EWZ3JmWa4Vlfk3g9XkM87jd+F4J
L1U0mQ53g2eQTP4LnnBIjM21IWqPJP2+OquV/EzMW7m11u0zzkx+ieklkvln+U5eUNe7JoNA
6Ui2dhAxfAGwajFMyeYIPNS5eP19dNspUFUtpSHi+sKAhlxSVkpSFLLn5jFe9Mya+FvyY7d4
2+UVFzm5m6UxTyt1JhMi9ZwrTGealu9e0VbJkyJsKvyeyrnpLAWt33FNqdjuk2ya+vDvT4G
lbbdE31nKY+asnVdbfGVw7n3HIWbMeY9xTVewNYKo9WYOikoMkaepLBmU7e2JOTIrDUhZIJ5
Jpb9xKiNXU0n6EOd3uXbXezM4Q00k6eV41Y/Xuxsiz3zcupTVk+nWRaruOCVjchRxpztLks
OFYW62CUBZm5JU4yw58VNN9i4JfrXTe7d70xf1Y21k09c/s7O2Nr2usfL/ElJxjONGutpp+0
S5huFw12rjUpOQqetg/BN5ltKUoJTXu+qiNRJ+Bh3N7r3ZzvDlPi5rr1aeHNSTFc0VsXBvF7
ANm4ZsXdeD2OJ5xm2XYHjCnppdYTUZQqBWKtu06G4bNelxwiSTx9XjbLqZISafPL1a6zaWzj
wnx/ZazFtmJy/R6WeKi8+b0NU1+xK7I6y6o5l3XVCsSSLxyljz5CadC/qtfLxQvaSpXY+TT
z2UZ9j9nZz0cc+7z93HVwUZ8eaRvHZP+n3n8W+yiXke24OVPbJfsciuLKPaGxjM6Y2a4UyW9
GbNDqCUUn2m0+pDz6TF0vnn9Ft7nqnL/Jr+A/i+GeJvlg1a2Unb++tm1FTtm4cnSnWLaWzWTM
jIrVxXHjYSzXdo5xkpQRN+18pEajDWdM138bePubcbr4Sfo7+JZ7cbCzNjQd6vNaign+Ruw
Hb7P5MmZXU9rWVL9rIiY3XW7EhLq3ze9lX06TQXtsOJlZJPU+67dV6eM/tSzE6vSNfl5/sHI
NF43jMzLbSFluiNMbistgT2Jj6JD11iSZGIVC5LzauVOKWT8pPdRn2QlfqZcjinVbJM8pf4Om
TbPnZ/KQcdpMc1HsZpuFnuVYPiuQ+LN5lmZ5HJvrS7cg2DM6pQq5itWsiad7CHnFIS2jqZ+
hi9eBqSa3n/tctu092n6y+hw3PpMPXeutiaxvYwjsxurl/OJ6VSMIsKxVccO+Ww3YzXo05J
SnTeU6TS+HE/L6enJNbwlmZf/l3bjONl4L10p3yb1nmF5mD2X0l340aGwp7VkywmTK+XHy
qRRzLJ/LWSZkEcj6lcVgmXnFH7jSVkaS7q5zP/0lz/tkx/Lu39Lw8bf/AITWxitTb3hnnN
1NyeFI37re0zjp6qtyi9gQnrWuqcfkwHGo0Wc00wTC5bh9GkpQsz5WlQp09V1t8Zx/JnPTNp
5VL+88fd2jmVR4ZYTU1eG69t6VvPt23EdlLKio3rpZprKyOwSEpk2c1h5TzyvRCO6+FLWRHr
uTqv25wnO/mxpcTrvPlGePyFy2t8i06hnV8exov41PGDlRIq/e9i1xUsjmUrJZka4SocluU
XHo0/Hd9OeD7929fT6/tlz7c6c/jmucPQkAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAArb4z/ujcX84s6/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAEU5ZorTGeXbuSZpqzFspyB9lqO/d2dXGkytMkZNIU842ajJBGfUjP0+wY27Wm1zZ
K1N9pwlC+G6U1Fry2dvcE1pjeIXT8ZUN60qK2PEfXHWpK1NG40hKjSakJMy5+JEGva11uZJC
7286ytjrfdZ9xIyf+H4TWVOP/Wt5ATf7dMwq96qQ+oyMuyiiPrZPn4o4I/up47dJnPidVV1o
PFJfDSeMWP3GUMXFZoLHLzHb2N9Epsrxm7pTqFmj15XsEklGoyPvyXp6fES+x9PHln5t3u8/
VhNU+NW0ccyzUqdk7CpMo1343QJ1fpiBVwZMe0nHLh/hkeXfuPOrYNYFBNTDaY6SJRqNxrKf
CRzTtbSzN4Tl/q7t3JZcTjeack6ca2NsTuwZTbRpmp1uWTNW2PuMG4dmzkVSurU2TpOJ9r2
yWaj5Srt8PT4je/b6tpfLPzY13xLPNEentE7vwa611j+Wbar7LUGklkqBr2opI8uFbX0dyKq
DBRk61PHHCRRx1cNoYQsXHCQ6vg0EkY07e8szeE5f6tb763OJxv44NMV4PkrDvwi9gF+Ofo+
bptNp9Af0xHLkm+Vp9P7/PdDalNEnvzOUZd+Bmf+bE5+GGvnceXjl+tg4/h+xfMLxcoam2iX
eTaah5Hf7IroL6XVwITUSEVSmxaQpXtKXOeZdYS4XJkSlj+wx3eTbua+mcmts0vqsXvrVvvt
PGMdPFL2NjOf68yauzLX13OYXJgotK33EexNZaW24uPJYedYdJCyUSV9i5NPB17ml2nDnLlP

TbpuvHkhNrxby/JMK2G7sHNKIW2Nu5rimX5nc00J/8liM4nMr3oVVAZfeJ9TSGIJJoJxxRKNbi
lmn7BOdm2XPO4+Tf3JLMco2DdHjBN2xK3Plj5kxRp3JgVDhbSXIKpBwFU1hNmrlGZPN+57iZ
fUkl16mntyfwGu52urPHnHNO5049KkGh0ZX4vuDFtiUE9muxzEtYu65rMRQwfZLarKLObk/U
e5x8qY3Q0mjkzPt2+wdnaxvNp4TDN3zMeuWae1a+7v8Art2fjSExoOvpUEHjvsH3UuXaxbL6
v6j3OCJJRunTp9vPb04Hft/36vTB1f1x6q20/ixsvV2MaesNQZzjj20tTxcnpZEnJq+WmjvK
XKbQ7R2NKBhvnJaXfD5040pCzI1JUSi6r+WM7G2knTeMz8OKl7k2tzOFWm1Vg+QYLrysxbKs
2n7Bygjmysgy+xNXaTMsZLsp4mWLLX7MdpTxsNEoybaShHPpyL6a2TFuUtrLeCEsD8YZmG1
/iZBczFmw/y0R7dmYtMFTZXB2lPiQyNBG+r2PbN/v69+eOPT4ic7OOnjybvcz1erScH8U8+x
+71zhV9nFHZepWj8rkZlqygjQ5KMhelqVLXXQbWQ46qMbFYqYs2lNI7OdW+yUdRnXs2WS3+s
uZ5u3uy5vjW1veNEqsxZhstgRa2yxvd1juuBeSIX/CNNzLCXLkV8lCpCfl+kmPMqdJaeD4Xw
XHA1ezw58rlz7nHl4YQrqTVGLbjc8/siwO9jni++7GZhOH5q0X1sIyKjJuznQjbWlD8dVlYP
n2bX1cNs+FenIx29Jtd7PHg3ttDenPgmbY3iU1shTzFlmH0UCRpKfqRSGYhm4mTKmV8xm0JR
vERpaXALlky+bn75De3Zz4+GGNe7j88uhU+P+7MrzBWxdzbIxqVkiMCyHX0LH8WrJTVSxFuP
p1FZEct83lSXHGozYfRvqSG0F8prVydve3O1nLDt31kxJ4tUuvEbZNXjFDims9k0lJDybU9B
p3ds+yrpC3ZVZRRHYjVxToZeL25vsyZDRleWpskrSfPZv5ubdnbwvhiuzuzObPHMWKd0fCjb
D0NllFZoq8f0bjF9i9djmTcXlJ20etjRzJ8lpJHsIry5Lofbt/d49a/b4zHgn18LPNvjGP5
ijZ1hlLuYodwGRjUashYD9C0S2bZqW889Y/Xf71ROMrQ17R/KXXt8TGsXqzng5mYx4uWJrXB
YOSFl8XGojeTFMsLBNyfdTxSrVmLGmPEalGXZ1mEw3zx6IQSU8J5I00kuccXOq4w3gacAAAA
AAVt8Z/wB0bi/nFn
X5s4I9
jlff1U7nh8IskLJgAAADDw8ex+utbe9r6OvgXl
/wCz+PXMeM01Lm/To9tm6l9CSW77afIT3M+pehDkkly7lmB1wAAAAAAAAAAHE+wzJZejSWUS
I8hCm32HEktCOLLhSVJPkjIyPgyMB0KWJpcaqoNFjIPCoKOrAJmtpq2O3FiR2iPkkMsMpShC
S5+CSlhySSYjtuWUHXAA
AAAAAA
AAAAAAAAAAAFbfGf90bi/nFnX5s4I9jlff1U7nh8IskLJgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAArb4z/ujcX84s6/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAV+8pN1yvHfRebbghULOTSsT/AA4maR99UZt859jGgfM6hDhp
6/Udvun8OBpu73TXMb7enXthCmtPJtfnhvfeNL7o0ZT60czPHbPIKizr8ibuVqaruhGRoYbJ
KeVK4+ZXInp3drtdNphvbt69OZcriQM3wu0yGzxGsy+lscrpUE5c4xFsLz1jEQfBEqRFQ4br
ZepeqkLlTaW4zxSxcZZVF3TORZc1u3hOQ69SkT5aZDZtMKR95LqyVwg0/aRn6DuYYRxxPao0
7VzZUjL6jFqnPcksL1E+6to7DMY0uXjkvpuiyHEJv3WrlKEGfBfAYnTpOfOu8dKnKsa9Dzcd
c6Oh91lUlpHtqCWplHHZ1KTPk0p5LlXwIUyy4mrepfOMTFnEeOZHVKiEh5tXusJ47Oo4V8yC
5LlRenqOZhh2YsuLQjszIMlqZEKJ7sSmFpcbWk/tStJmRl/sMdHYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFDP9TX+ibcn6+Of/lFWiH/AKP/AOdW/wDP9cYHctLpVNDTNvAR7k6
q0xnEyE2ZduzrCW3EFx688qSQx3LjuT4V3T6L8Yp/geGY3geoP8ATq3bjMBiPtjYG5KmuzrO
EIT+KXMXLn7FFq3PlJ/aPpShJSSzMklz8OyuZa6ya6bTnlXa27bTwwirB4cyNhu8NIHMDZV
5Y3bt1jCiMyJLGP5ZkUbIzbURfFEKoZUovUiJXr8RPji6/5fta1ecvl/EWC8e9Y4NujNtX4j
s+hhZRjGH+JuKKxmmtGkSIsWVfOr+ts2GnSNKJCSSCdT8yeCMjJREZV00m20l/xY32ustn+
TVfG6+tcnx/xquLY5PsWvHLatUmS6ZqUcWpvSgQy5UZn8rDKEl/YQz2rmT4V3uTFvxjF9Jp
I7XxFlyLj/KnknP/tXAG9P8Ab/1c3/3fFtPgr5BZjjGJ+LujM/1sxSY1tHFrDzUmwoNqUw7B
2kU7KlMzYXsIOMr2T5I/cUX3fj2Pp3sdyzGtnPOGE9pLbZeT1mHseYAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAQ7vzS9B5CanyjUWT2lhS0mVnBObZVZtFKb+gnMTm/bN5t1HzLjpSf
KT9DP7fUY3065hrTfouX4utK4/ebjwnc8uymldYPjlnjUKlImjhSI1opCnVvEpBrNSenBcKI
vX1lL25dps7N7JYr3zwcPMEzTC7B/aOQ5Pq3VFzYZDp/Tk5iKiBRWVipxanFTG0k/JQwp1S
mEr49s/XlXK+Otf/AD4s48JyJe3ezOXG+LcKvw415Vva1lou7l+dq6Pn0ehmuHG9x1OwX5D8
43zJkuTjJHkCsX144JR9+w19icPTPzc+7ePrj5NMyHwiY/Dtcf4abmybV+T4HgKdYWOWRI0Ka
/c4sSu/0slp1CENupWalNvN8Ggz5IuSSac7djl4uMezs73PMzxy5sr8EsIt6vWNRh2ys31X

imusmJmcv1S2/g1XC2HtaD/IOZ3TmXkBNFbnmltk5LjhWOPR6LJ2oj9g3bWTa+Yqa0ifUbRK
5NakmnlKiM9Y42dOc3MvhxY6uE/tjHNvGc602nnNDunZLmssgrJ+y9/4LLO8QciLXaFjmluw
qtNk+wgjU004TK3fm9EoLvz0MIHrbXay3HOz5Oa7SYmeUqCPIDVWfZxZeXFHa6Ay7Yu9L3OY
9lrXZhVjkmuftf18ml/CaqJzyybJ820uMqYj17izWvnnoviXd12s2nTbf2b02k6ePD93vS1/
u2+SMj6lyR+hl6faPpPE/YAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK16w/qH8ov18K/J3BHT69vZTb6Z
7rKCyYAANDxTXWP4bkexMoqFy1WWzrePd5IUh1K20yY0CNXIjHJJSaEezFQZkZq+bk+ePQsz
WS2+bV2zJPJvg0yAAAAAON5pL7LrC+ejyFIXwfb8KLg+DAaXrXX9FqrAsT1zjCpS8fw2uZq6
hc1xLsg2GC4SbriUoJSv0mSSGddZrMR3bbquW4yozMyLJhyE92JbS2X0kZlyhxJpUXJepehj
TiMZOltey9QM6KfqXla2Yo4+ONUxS3ydKvioQhpr6kl+9yRNP+btYf6Ri9uXXp8Guu9XV4pV
G2QAAA
AAAAABpEPZ
WAWGaX+uYWYVMnO8VhN2OR4k3JbOfCiOpaWh99jnsLBpebPky+Ck/pIZ65nGeLvTcZ8GoL8i
NHJ11a7bTtHHn9bUshUOxzCPLS/DRJSaS+nSprsa3TNaSJCCNSuS4I+Rz7muM54Nfb2zJHFw
UfkjoJlsFqNl1e06A8FvLT8ErcjlsShsqsuinfo1lKJpb3RBq9taUq6+vHHA5O9pjOeBe3t
LjHF3ce3/pfKdcTNvUuyar/Wlc+uNZZk/1+khxXkOoYNUqQSTRtK7uIliWRc9kmXJKSZ9nc1
szng5dNpcY4tZnf5ccIwHY+prG1x+iwWjpbGx2Zir9isih1eTuyXpTkszeN5pMxx940cKIzN
XDf90hn+msuvh/LX9rZX4xnyO8bI+p8fz+i2ljbqdiS1jFLeypKokdmVGY5br1lLJt1t1LL
fYkOJJXThXwMjNr3dOnMvAvb2zjHfTWJ+QGks7kUsTDdpY3k0nI58uromK6e0+qXmGRkzZTD
JIM+y2o6icUrfBJkY1O5reVcum05xlmNxasLS24EbPqR+a9lMnCG4rcttSzyOG37siq4l/8A
+IbR8ym/iRB16+fo503ydez3bqKlo8pyW22NQ1+P4RdqxvLrh+a2iPXW6DQIUGS4Z8IeI3UE
aT9fUg+5rjOTovLCNLzZP8WMepK3I7LeOLqpre5WV0uFJVPNySyltbqfbhoeWSWydQa1mkk
J7FyouRm9/SeLU7O98Fjqyzzrrqr7ionMWdTbRmplXZRlpdYkR30E40604kzJSFoUSkmR8GR
ikueKfJ3h0AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVr1h/UP5Rfr4V+TuCon17eym30z3WUFkwAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAA
AeGu/wCdP1l5S+Q25aRb52mQWTGnnGo/Jr+pynXMCTRR6+vJIsosofTgu3Jn8B8/vZ13u0+H
y4PZp/bST3+b9aqi4/rHTsTUMLXNdtDOKzyuvcb0xU3s+TCqYN1RNpabulBxgzW61FbStZtd
Vmo1eiTMiDSdOuOd6uBt/a5zidPFpNpX2lvGy3H9mMY3Nl2vm9h8XPK7HkvfgLrsuEaLBLKZ
R+51cPknfc9TV25GcW8NsfVx8vF2en+Lb/ICKxT4x/qw45Txm4GHQp+r59bBiLSiM3aWCibl
kaEJ4SSluIbNfbFea7uJN5PT9XNON093T2j/AlhWOO7fYzGuxmBvflPJPWlNtWA2T72Jfhjd
XEXjrbyufqnYXKW1Pd+FGo1dSSG/VxzzjNs5cuDuuMzHLFWCTq7IGsa/1ArTc95q/M8uu8Uj
ZBa4BhzEl6JlxDxmWajWK4tolxyPImr/bdS4SjUo0qUrlyNXW436sW48PDgn1cdcZQjk9ur
UOF/6X+Va7wyHLy22xO2bpqWDHbjps8nyDEYFZAkTDaSnuZypLanXFcq6EfJJo16OieY/Pg
3J1XeX8cUbYTSZ/huMYViuIz63Ldk4h5qZFTwbFJFvswbK0h0bbT8mYuOItyUOuEtZmkjV8P
QzGNJtJx6/4a2svG8uls8xGST/GXyqb2HAqW8qmeWENOX1tWa36wpbk+jKS1HOQXdbPYzIu
5cmXxlb59vbP+TnDqmP8Vnt6RaGl3FsPCNA6R1xT5xSabsJ21Nk5L78CpiYzOceJvDhRa1KU
vShuqlqeUIJegiQtZp+UU7sktmkmccfgnpxku1uMrR+ELjjviToFTq1OKLEISCUo+T6o7JSX
+wkkREL9j6il3vrq1AqmAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAa5B3LrnVnkj5IQ85vngqTbt4ZJr22q6w
nEtpNU62ajVCjPpT8yTLhRkf9nA8v3NdO5tn0W6LtrMeqfMK8gtSbFv2sWxDJpFpePx3pTcN
yqtlaTaY49xXvSojLZcdi9O3J/YLa97Xa4lYulnGvN/N6lrSd95w5fhuQZeVtpXGsYVq1ufk
93aMV07LK2THlVlEmTHmZCzddS42l5CyQtKenUeTb+l3x4Yxx815erpl8WxwStuMInbXj6x1
rt3VutrXS+Su5rP2CmQwh7MoDZLh3ceQ5PmqRKksuv8AvqbUglGhtXHKeQ0mM4lkxefn5m3H
GbLc+Hkz+nd3X+f7D8EMedotiYq3DwO7XlFplMORX12Svt41BJEiO8p5ZWHVwlPEtZehKJfx
UO9vuXbbSceX58Pm5vpibcubSNI3llh2Q6s2onIMhtJmeao2pnGSwre7sp0GYutulz9U4mHI
kOsMk3FdJCfZQgT68c+odrbEm3pa7vMyz1h41/xHKy3QWd47r3cFXkOw6idJ8mtm5Ow6jH8
jZtaR2bGsG1qmvto+lnJaKGpplrrhRo9OSSOdnnLJePO+FO5yszPRzaip5Otdd+E3kK3lGQZ
BsrcOUY/hu0Lq0spcsrilyaPLaiw3mHXVtEmucQwthSukojQpRmZuL57rOia7eNuKbXqu2vh
GHwHemVW2vPFfA3a3Y8e1TvpmNdbRnMSkY/bwkX9zzCRcKfm5RKR0aJpRdT6GjjhXp3L06z
j9XPw5+bt0mbeHJmsps8UY2tW7Mwio2hkuVwt70eNXfkfOkoyY59DNv2ayyxmNGOchT9ew04
ullTMI0e8nsbnblR7uOrqmc55+/L4OTOMXHLk1hOUIH2hryFkmUbC/zLwflqBS7NafnX5Yuz
QT5s2RagxEoX+CoYfrfplNGXvq+Y+vHYctuZnPV1cf7jhcYxh6N+S+DVmZ4REfypnKskwH
FJa7jMtV4dHffsssaQytmPX8RX47y223nUvqqaSrhzorRK9CHq72ss45s8p4odvbF4c1IMatMW
meLOIU2XWee3GJZDti5qMG0Pj778rLZ1W1LnHDwq6cefafZ+ibbNyUS5KSabbS2t1SPveeY6
MXOM8vH4LWXr4Y5c/wB2kxr9/GMEuKLl29iay8cde75kUuWMOYspK8loaCxxqA/UVn1VRLlS
FQFXU1PKIshxfuNpSZ/AuThMcZrL8sfy7jN8LbGGPJWD1fUV7T2zMi12flpbY7ExOtmZAJL
JGONUUpxmR4fkx7ZPR1JOKadcS4kkmavUY6v6+NnV8sO44+GeluUPYmQ4/pCuvq22z5ynxzy

ix2HQ61tpM2XnVZQImQ+2OWLT7v1DrshXuOMxnXXOzDrSTcV8E767Nc8fq5eOPJnpl28OXs2
uTl2PbC1tmub7Gm7FmFtjdzlNX6EonH0ZLOhU0I4cPELCuOQymtl0sLsJhIdb5QZKddUSuD7
Npvrbc8by8fhfJzFlxMcJz/dYPwpkyYlbvHC28fyDDMawLYjldhuA5PLbm2FDAk01ZOV AJ9m
TMbNgn5DjjJJeX1Qsi7fYVuxwlnhKx3vC+i7QuiAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAhO88etVZHe3+R3WPuTrTJcrx3NLZxcp8kLuMVYzjVbyWy
WSUpbaYSlSCLqv17kfJid7etufxwbm9jTss8RtPZXjlpj/sXmNP2OfzNnx8ooraRDt4GUT1G
qROgzOVqY79jLokuhfFJEokmWduzrZ7593Z3dpfbCu2/PDLGWsK1/hWoMGnzKXJN2Yhk23Iq
bR5TqquHHeh2Vit+TIJ0nFNmS3Vtq9xbijX6q5MS7nYmJJPHipp3bm2+SxVN4jaarNVZvqCy
g3GW45suy/GNhW97aypV1czSeZfQ9LskKbfUaFR2yTwZehevJqUarTs69N18073ds58mezXx
j01sCbsiyyTF3H5+2aetps6ksTJLBzG6ZxLtbJ6ocJKJEVSE+28kuxEkiMzL0Hdu1rtnPi5O
5tMej5gpJXrbX+BZ3gERV3ksbaCJiNjZRkVm/YXlz9bGOE4cuwUaXDNLB+2jr16l6l8xqM+a
9nWSzz5m3ctsvky8fx/1dGd0k83RvKX48w3YGrCclvrTCZegt1yvdsSpZk+omGkklTvY0qLsR
9vUd+3rw9DrvH1YiF4x6fr7Ni3iUMpqcsiftlDhz5Sk/wAU2bPsSZRpU4ZdFI+DX3C+xITt
a/PPufcvyw+T/GLT9lQ5vjUqhlKqNh5wnYmVMFPIEp+/S9HfJ9Kyc7No7xm/2aTJHp8PUpta
4s87k+5flh0NneK+p9tZ7X7Dyti6auGqj+H8igVVP Ir4GQVBOnIRX3MdhSfqmEun26GZER0J
fZJEkub9nXa5ruvdusxEua8wLGtXYVjmvspuuwsYxSImDSRH33JLjbCTNSUm66pS1cc+nJJe
us1mLxttdrmtzGnAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFA9Yf1D+UrfZ3wr8nWl6fXt7KbftPDZQWTVby
Xxng5laeUC8gyEzpf12jo6dMaNH6yKhVNAfjKpcWtSXV+46l1BdUkRp4PkQvZzds/7sKTuY
x6MBQab8gcmh5yndW1aWa5Z4DY6/xSlxSPOYqXDsEdXMhto8p4zdnL6oSSGzJtpHuEhR+4Zl
ydve56r4Y/1vq7d9ZjE8cos8jtS5fr7SepcoxDKW/wCKPhrB5GD176IDripcjJYdZjB2DKW3
iU0cVPeQlJ9/UiI/Qj5n3u3ddJZfpmPz4NdvaXa58f8A5awrTW2tWbD8WmcuyXDsywiHfM6T
axyhxyfWqRQ2tO7ldlyXnbOYn3OadpBn1Sn51fEzHei63XPGcneubS4+KZtY6Q3pgT2F4/lm
1qux0/o6pnwMBqqViXFtchjrgrgwUZObjhlIgr1fs0MJ6uOEh1XU0Ek07e8xm8Jy/1Z231
vKcb+OCCfEfS+1c01f4nW2cZxR2ul9aV8TOMLoo8F9q/funY0lqHGsxLOKjHGrilKNhbaSWv
hJLSXXsc+z29rNc2YnFvu7yXbHOrD0ni1Y1OqdF64Vmcd+Rp/ZjWwJVuUFaUT227WxsThoa9
4zaUZTiR3NSi5Tz19eC3OxjXXXPK5+ad7nG3zmEf1niht2PGxzWknZOOx9G632JG2Dg0OJXy
zv7H275V4VXcuuPex7LC3nCQ4yXdxRNKUSCQpK+TsbThmYlZ688tfdnPHGxvrPivOVUURzcw
jP5UW9EbpzC7TDc9uctmS6bFay2p81NJZh+xHQ01KlVb7dfm4Gr2OXH/AHZZ+5+mEq7rwaO
RqwfKdPZjCxxNsBtH5jVHfqmKx28iTYrKSRDtGoS0ufKS0usuElZtrTyST55Knc12uLreM/J
nSycKryx4sbSx2jxDOMWzXGJnkHj+wsj2PcySFNaxWfMyyG5XWVehhh1cphlqKptDLvK18t
9lJ+c+I/Y2kzMdWbfTip9yXheWMMxj3idlX1cGTnex4uUFabej7hz1pivdjInT4VSzGhVkdJ
yFkiJFmstvNk53UbbbaFGauy1OzfG+OXL3Z4Tww+3Xivm7TcuYwzYVLXZQ1vaw3PSSLeokT
ILaZ1Y7W/hshhibHcc6k6ajcS4jn4cF8Q+zZyv8AuyTuzxnhh2I3iplM6KV1mGyIV5sO83Di
+1cyu4dSqFXuN4v9MzFqYMP6p1TSSjxUoJ1xxajMzUolB9m3neOZfyPuTwnDGHBMHjLsOFnF
xtHVWY481lkPYa9hYRR5NBliHXIetscTjd9BnPxHjcUiQ0028w422SmlkpJkslclzbs7S9WuM
5z8sUncmMXyw13Qmopc1YezLTM8zj5tkm08nLLbudGhghMRpb0CLEeix21Ouq+naOMSWCUo1
E2SSWalcmKdvS65zc5Y32m2MeCwYqwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAACC9DZRf5TW7OeyGzctHaTZuXUIUtxKE+zX19ktmLHT0SnLa
CJJGfJ/pMxLtbWy5863vJMfCJ0FWAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVr1h/UP5Rfr4V+TuC
On17eym30z3WUFkwAAAAB8MiMjIy5l/iQDjYYYistx4zKI8dlJJZYaSSEJSXwJKS4li/2AOU
AA
AAAAAAAAAA
AAAAAAAAABW3xn/dG4v5xZ1+bOCPY5X439VO54fCLJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AK1 6w/qH8ov18K/J3BHT69vZTb6Z7rKCyarlp5gacqMrtMTlfxUt6lylnC7bIWMZtnqSPePvsx2
4btqiOcVKzcfbT6uf3i/SQ197XOPXck7W1mXLd+W2q6PP5OCvQ8nnQ6rImJZNseDTPv4rUZ
BONpMern2qfkbFUp9pKuqVIbUtKXFoUfA5e/rLjj8fAnatmXFm/mBpzX+R5djWQfxUp3ApkO
Bmd5Axm2m1FZIntMPR0SrJiMuM33RJBp5ll94h3bva65z4E7W1jfr7fes8artn2ltbyWo2oL
KDT5ohqDJedRPs2Yj0OPGaabUuSt4pzKUE0SuVK6/Edvc1mc+Dk0tx6tIzzyz1brzLLDF7iF
k9hGxpyCzsPM6qnf10WLOWZIVERdTkrmRMKcS6hRkhKzQIRG51IyGd+/rrcX/AEnxd17Vsymf
Y2wcX1VhOQ7CzSY5X4vi8YpVxLZZckOIbNaWy6tNEpazNSylihTfeazN5Ma63a4iFYHl5py
TXZ5ZWS8nxNRWtVCu8ui5JjdtTyo9dYSFxy8pEeZGbdcbNxCiNSEmRcH+gY+9rx9G/tXh6ti
1t5I662ZOyyths3mIzMTroXZrGW1rtMc/HnjcSxfQPqDL3oDpsrInfQ08fOIPKeWne12z4Y8
/Lz+Dm3buro6j8n9c7lv3Mdx6vyagmy6w7/EHsmqH6pnJKQnEtHa0y3v9/HJTiPvEhfCkq6d
VEYdvvTe4mfxfd27d1dbDvLLTWb5TJxOqsriDLyHxVi1b29NPraqTEx2R9LaPxrGUy3HeRGd
5StSFmRGR8hr3tbS9raTL86x8q9bbUyaPjFPU5bj7t3USMgws4ySjk1cDJ6iIpsn51M896vt

oJ5tXC0oWaFpWSDQfYc0702uOP8AJt27rMvzrfy20ztK7x2gxybfwZuZwpdhgz95j1rUxL2P
AQbspVXLmRm2ZRtNka1JbWZ9SM+OCPjuve12snmbdrbVumP761pk8fT0mnt5D7O9mZr+tlKh
yEfVogQnJ8g3eyC9jqw0pRe5xyfoXqOzua3HryculmfRotB5baryTP63Bq2Hk5QMguJmN4ps
1+mbfxO4u68njlv0C2P5HXUfTukR9SbcUhaW1rMuBmd7W3HH4+Dt7Vkys8LJgAAAAAAAAAAAA
AACTvjP8A
ujcX84s6
/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFHIWYbBxjyQ8j2cJ1DP2axLb
w1yfMh3NVVpiOFVOpJpSLB5pSzNJErlBGXrx8SHm6tpvtiZ5LYl1mbjmnzCc+2rkOQNVmW6G
ssApVx3XXMllX9LYtodR19tr6eDIceM3OT4Mk8F6iuu+1vHXXHvGLrJOFUDtGzd1R5FNEokm
75h1KOx/AucmxouTHmn07f8Ab+Fpzn/X+WH3nd5rnOtdy55abRRi+Gw9yx8BxfSIRW1iIto/
TZVDguu2kx2OucuXKVHVJ/Zot9G0p+8k1EOd23bW3PjjHu7pJLJjw5+zKby/+Wf+pT//AHri
v5PjQd/6N/b9nNOen482F2RX5NX7W8j9iy8uac1Jg28daTM71YuCO3+KL+hx1liaq37+6ymI
8+zINokdF+z1UokqMN8za23hLOduuMSeOK7fkvk+Z51rPzXyuRtl9b691zZSNf1+tK2prPdy
CwbhQCW/bzZTD8pf17kxDLCY6mjS2lKux+o73drtrvc4k4Hbkl1mM1bHzd/o52x//RK3/wC/
wxT/ANX/APKpdn64q55o8fj/AJgGouW06EwhT5fH9knKbU3OSL4l1I+SE/8A0/7seU/VTs/7
fjf0btRS4GSbAy2JgijVhY/5StlyZKq4iV7lbaLr006UG38SddZdNkvt4UafgY33bLbj/Gu
dvhOP+UZS+yrE42y/BDLqSwjR8TxTWWaZVfzY/HtxcTbxqCllZnX7rXvmzwR+nKf7Bza420v
hJfyw5JcbT1n6oSxG8l6vo/G/NLOBHtLeh8ett7Bl428tKvqHLB2uyAojiUmfiJr40qL4e/
QYxpenXW+lv7t2dWZ6yJExivzWFvnxCK57uE9mX+UYVmWSKxmLXVldUUMaXURCbOqTAjtPHH
+f2GzkOudyR3T1V2GpL16ZueF/Ry2dO2Jjki7xorswx6u8A7zLdkw9gYzk8S2qdea0armK6b
jMqVR2Dh2yH47ynLFEaMy5Ec95KUoJ73Pv8AAz2pZ023Po13LL1YjctHyY5UX+ldw8hakVuW
kbaVEauSxOcXBFzzz6f7R3Xn2/f9Gd/9/t+rCMX2bZ5S+IO2cq2clcDbe6qiyxHRFXW1kwn
qIDdlgsiQ+1HKe7lipT2kOLf6G6s0KQfyGOZu012t53k7iTqknKc3sCpC8oAAAAAAAAAAAA
AAArb4z/ujcX8
4s6/Nn
BHscr8b+qnc8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFa9Yf1D+UX6+Ffk7gjp9e3spt9M
91lBZNozmsteuwbascw2pXX31+jKrmGcVv25V228zIRYOp44U+TsdtZLP15Sk/sGejXya6q0
ab40aFss2vdi2OraOfmGTNe1eWkhltQHzM0Gp44ylGwl5XtJ7PjBjXrERKWZDF7OluccXfub
YxlvFlrHXtzDy+utcnqbCBn8liZm0SRfbW3aSiYGWmXZaTLhxSER2kpNXwJCF0Dd0lzm3Jt
Y5J+tsAtYeZ11nh1RYQNiuJdzuHlituNWyoMNXkqmJURk6aWmUII1fAkl+gLrLnhzc6q0S98
atD5Pm8rY2Q6vpLnMZ9eVXPtpbSnUyl6Y5xEG9HUr2HHEMH7SHVNm4lHyJWSfQYvZ0tzXzan
c2kxlKGQ4ljOWY7MxHJqKFe4xYNNsTaKa0l6K620pK0IW2ojIySpCTLn7SIUussxeTmtlzeF
+S+k17V1XtKnwypqi+yc7o4FEjIJ37H3okGemY3HkPpbCV7aO7ppT1MuVH+kS7/b69bJzrfb
36bM8m9620TqHUErKputMBq8QlZtK+syZ+EhZnJWRqNKC9xS/baQa1Ghlvq2nk+qC5Ma07Wu
memYyztvdudQdn3hjq3WO0sO0/hOP4DkG0Cgs29otL5sHFj2TE5+IJG6bEdwm1/sGEob7K
56/aJ7f+fXps1mMt6925lvg7N54calr8s1Tlmqdc4dr+ywvME3GUTIVciM9Pp11lhBk16DZQ
ZKJ1cptRoX8hkk/t4Gr2ZmWTHEnduLLUq6+8cNG6rfKXgOtKfHppJciaxPbQt+Qy5KYOM6ll
6QtxbTRtKNBNIMm0pMySkhrXs6a8ozt3Ntduc2EeOuiNbXbmSYFqPFcTyB1lyMd1W1kdiSl
70cQh1KeyCWxookmXJehjuva115Q27m23Oofy3ww0+ifr++1TrXDdf5RiGeY5lEu/i1yY8hc
CpnlkzLzLjCDUSn20mkiPhJ/3hPbsa8OmYxy1O7txzfBKtB406GxfKLjNKLv1HBya8s2LmZZ
kypw250d45Lb8VtxSm4qveM3FewlBKV8yiM/UanZ0ljize5tZjKchVgAAAAAAAAAAAAAAAA
AAVt8Z/3RuL+cW
dfmzg2
OV+N/VTueHwiyQsmAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAACTesP6h/KL9fCvydwR0+vb2U2+me6y
gsmAA
AAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK2+M/wC6Nxfzizr82cEexyvxx6qdzW+EWSFkwAAAAAAAAAAAAA
A AAAAAAAAAAAVr1h/UP5Rfr4V+TrEdPr29lNvpnusolJqW0XlPYu5d5W47kVLXwmNFEcrBnmT
dQu3jNRuHkPmtai9xMw0NcoJJcOJ9PTSfnf47S+C17fDX1YSq3jvXP9NaSzyj/gHVzWcVUy
w2fsjK3FKqKOVGcJiNXRK1yfFedlvdi7L6fNIQvnstSCHJ3dtZiZ50ums2s41ruP+TG8N
lQvHrG8IpMoQMs3HW5p/FeXPnKsqmmfwmzarZU6FHbeZVLjyl8+wg3Un+0bNTnVKu3Ne7vtN
cY45+Tt7euuc+GPm3XFPJ3K7Sp0vDu6KniZlf7XtdSbcisKfVEh2lJCs3X36xS1JV0fXCacb
J3tw251PIRdhrXvWyZ55xXL25x+GWvPeTOysuXjWO4UWl4xa7UzvMqzXmYW6H5ldDw7CFIFm
3EdlMmP9TJlSk9Y7bTiG+riVKX8quc/et4Ttxt8l79uTn4SfnWsXnk95CJ1PGzvGqrWz11hO
cPaw29XTvxV2O5kCryJTQ5lM5GeL/hHEy25C0PGa0pV0l1KTyfL3t7rmY4XF+JO3rnFz5t8s
PJ/M9fVXkYztGssx7JdD4ni86OWOpm/S3F/kUOY6i1w3JcU97apDLTaC++STUaj9PTX37r1T

bGZJ+dc+3LjHi3DWvkNkGYZA1T3VXT1zS9JYns9T0dbv7wvjnFKjpU44ZGw39Mnp6dvU+yj9
BrTu28/KVzbST88ImovIzyJ2lI0pQarptc1WSbD0+3s/I5GVot1wWXFzI0P6WIUF73CT2kEr
5+x8f3v04+7vtZnCzszxavb11znPPC7OXX9vimucnyl1iJLv8axubauRke4UR2ZDhrfNCeT9
z21OI4L17df7R6NrZrb6IyZuFPbby0y8sKqMkoaChkzYfjpN3ZmzTy5DjTE5yAy5V1zBNuEa
EOyPfNzUk7G23wg+3Jjz/ftkx/jlX7Uz74bLkHkfmNxtPENI6uiY2rPcj1vLzCwschbmuVcC
zMoLkGG6cRxLnVTTzrjiSM1kk2VEfCvXV71u3TrjOMk7cxm8stp8UNnbm3Fg7+wtnQcLrKS3
ITleKV+LpsSINu1NjMrJypqpq1oNK3IpKa9v16n83qO9jfbeZ2wz3dddbiLVC6YAAAAAAAAA
AAAK
2+M/7o3F/O
LOvzZwR7HK/G/qP3PD4RZIWTAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAABSCu1dUbE8jvJGRZ5NmFA
u sRhJLTemZHZ0TbiVVLq+z7cB9lLqiM+CUsjMi9C4Iebom2+3G+HK4W6saz3T7helKLB75rIY
GY57dSWmHY5QMgy24t4Jpe68qVEmSXWjWXX5VGnlPrx8RXXtTW5zfzrF3zPBS+TpbY1rtdd3
HxuTHob3eF5DzhcmOpKZWGPRaW7ZkpUakH7SrGkQylaef94pPwMx5/tW7Z9flwv7K9cx7fNG
uMYfLxKN4yzPITtmQ5xr3H8ByaDX4S3jUjIfoc3mXSXmVTqptp0kLkQSNuM68johRq5UjnsW
NdbJr1zMxeGPHL Vuc9N45+Tg13aZFoi/8RXXM11dc0ztXTbrXluF49XrnycfrbHJ4c2O6xBhp
Ut+MylxlH/DoVw2rugjQka0t06czz/U2nV1Yvk2Oh0hebAxjU1xneq50uj2z5I5HtLM8DvK/
3TqQ00q7VmvK3jK7pa5Q3GNaV/BaySrhXoGvbzJmc9rXLvi3F5TDD2Gq28XsteO7Z0jPzbTG
is62Nhr00yieyP6bEslciWWL29fCbakuSosEm0w1KQlTjPKi6/IHTZZmcJbPbwd6s5xeNk/1
TFc4bZZB4tJh4JoROqYtztHG7vHdb1FccSd+CRMsrHG7OygNtpOPIchxvfebMjNtBESj5SZF
Sy3ThMcf3Yz/AH43PD9nWzfSmaZZv3yhzGRST14jCwesmYLD+mM03mVFj1nWR1x1GRpeKA1J
dSSS9UvPIV8UkMbdq3fa+nzw7N5NZPVreBeNVbmmQ4yrcGnWsgH434zYBQVCshrPebh38QrE
p0Rk3UmSJLXLZOJL5k8p/SGnazjM/wBsNu5jlfGtq8X9eZ5jWd+PFhkWIW1JBx7xjYxm8lTY
y2URLkriveOveNRF0fJtpSuh+vBGO9rWzeXH+39zubSy/FPWdeOusq4tvbUxDBlf4v5Xi2QR
l3UaVOdkS5E+AbRtojLfUx2cNttJElsvUvT4mKbdnWZ2k42VOdy8JbwUkZ0HkuttUMUeD6qt
6xnbvpcY/sbH6SErhZPoFTGfhRs46fVEt8n5jCXOvZbh9FCnxxCdu668Jz14/FbrlvG8tvk
nrW2oc1xLani9f39TItb5WFZtYbhZBmO4UdF/bS48hmM64r/AHaWmon00dB8fs2PQuSUK6aX
W6558csbbSy+2PmmTw7xnIsP8fcTx/KqWZj15FuMrelVM9o2ZDbcvJbSSwpSFepE4y6haf0p
URjX/n1uukl9f1Y7tl24LOC6YAA
AAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK2+M/7o3F/OLOvzZwR7HK/G/qP3PD4RZIWTAAAAAAAAA
AAA AAAAAAAAAAAAAAAAAABWvWH9Q/lf+vhX5O4I6fXt7KbftPdZQWTAABoVprqgtjYltCU5MLJMMp7ak
qGm3ElFONcuRHJJutmg1KWRwm+pkouPm5I+S4zdZbK1NuGG+jTIAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
CtvjP+6Nxf
zizr82cEexyvvx6qdzw+EWSFkwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVr1h/UP5Rfr4V+TuCon1
7eym30z3WUfK3B9TGKQUM5DZSzbN4ovcvcNsj6mvpzzxz6c8AOcBwRpUaY170SQ1KZNSkk8y
tK09kn1UXKTMuSMuDAfW5Ed5bzbL7brkZXSQhCiUbajlIdVkr+h8GR8GA5gABwx5EeWyiRff
bkx3OTbfaUS0K4Pg+FJMyP1IBzAA
AAAA
AAArb4z/ujcX84s6/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFOcY2Lr7BvI3yWjZrneO4fIsE4Y9Aj3dpEr1vtpqXEKW0mS62
akkouOS9OfQeebzXfbNxyVutusxPNYbHds6ry+0RSYnsvFMounGlvt1FRcwZspTTXhDZMsPL
WaU8lyfHBCs7mtuJYxdbOcUZ1DpSs3Qd5vOwtlVG12N35FIPNDbN+WrgqSzk0R4wlRuNmme/
XtKZNBHwSle71NZEIadvr/tjn8Rbfp/r4Y/FV4yHUOCa5jeVzevquTiVpB2Lhuq8UvY1hP
eepsdzBnHG7diN9RIcJPulLe4WZGpJr+VRegle1rr1dPDw/Nub29OfK1Im3MaotE3/lfrHVV
b/BmC5N4zzM6LHaxbjMODE1L8qp+rioJXDTkiObXuKQRG4polrNSvUa2k0221nK65/ZzW9U1
t837zfC6TQdjrcLgCZUJ/d+ldgVm0rA33XJF3YUmPouYl1PcUszcmk+4+k3z+fh3pz1SIJZ3
1nbxjx1ufaZJerOfCxr+H27+4838MMGyAl2mpIuBWWCZFAOS8j8cu14NHm3CluMuIWPqllTU
fsSuffN7g+UGOa3rukVLGPlxLOmbXxz+7Uo+D43r7x9zWTg2LWsjIto74laju2aq0kotLDFW
Mwxkx0sR+ZLSyppyGyqKlxS0fKs+7n2h0a6a3E53Hs71W7cfCZ+Tbsrw3J8d1f5OU0DTV/on
TOe/4fRsYwawm1qWmrqdfMVdz+Hs1M6UmM3LYXH9zhSeVEai4MzGt9bNduGJcfq5LLZxzeLv
X+G0GGAx849aYnGfp8Tj7VxPHqWmbmSV+xHuG8XbeYaedW6knVy188L9Ox8BtrNdNpOWZ+x
LnbW3y/libCoxzUkvNMexp1zFMEwjyz16pqKqkIVHglpU9XNmKpx91ava+ZxaiUoyHNpNOE4
SbR2Xq58+mtbyvO81uq7y62BcsWJTL290RkuYhGcNEmLSzL1J1teTalPQiTiJtpW6RqSXuO
9VmXX05129Vv/EmsnTPi2DyBz7I8tZ82rOfh2Vawfh6ewmLGx7InYbcw0LvLQlyWyrJs1gkO
ks0ck72+U+SIh3v7Wze8uENNZOx416e6s0nrDSkG4rNY4unF4N/KRnt2Ey5kv3n22yZSvmY

++aeEJIuEmRf+kevt9rXt/THm23u3NKgoyAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
A
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAArb4z/ujcX84s6/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFsLxHE8m8i/Jp3JMXqMgdifwW3FdsoTEtTaDqHFGlCnkKNJc
mZ8EIa6y77ZnkrbZrPdYqowPBsfmpsqHDKKksUIU0iWgV0aM+SF8dkk402lXB8FyXIrNZOUT
u1qrqfFe/azlaI2y0xtlUbITlzXSK0/xL+ISd+sVETZ/UdCr1TyKWbX0/ft+zJfQxH7PHnw
zlT7kxy44w2vKfGClY6k8h6SzyiY0jff3XZCxoJmJbforCog18eA8wr3DJ42ZFc2/wCpI5+5
8PmGtu1mbTzcnxj0QftnTgbY7pbyy2ntLNoextnZbqefjEJ2mqVVnfApquDLdbjxoyN5Tqn
JMh9b7ylOcdjJKEpQkucbduybbW8cN67y7aycJltODEmmaXBVeQbK26eYsUusJmCaoZTTNxJ
NVHv4rKJtjYr99wpk322mmeySaQpCOxoJa1cNezbvzhiObdyTlPFJWI+MOP4WjxjYpLxcaF4
2V1pDiREREPK5et6s6+TJeP3TNla3FLkGRduVKMvh6jc7MnT/wAWb3Lc+rpT/F2FM1BmGsWs
0lQba7zmz2Hi2bsQ2/qKW7k3i76C6iOta0PFFfNKFEoy9xHYvk7ei9r+tmfHJ9z+2fTDDQPG
rPmlvoeUbh3G5lMqTktNkGTyJR1h11DJaxcveooUdiRJluMIanGqZIV3NUhZpbV1bbSQ59q2
52v4jv3JOEjOWPjDGtsyu76fnEtWM5Nsqv2VkeGswmkInSqaur4tXCekqcWr2WJVemUrqqvc
Phs+Ep5V29rN58M5c+5w9sMXmviPQ549m7V7lDj9Nnm08d2TdUqoKFNrboYUKGqpUo3uTRJK
Hyp0uDSSuCsFHJ827PVnPNl2d3GPhhks58XoOa3227xWYv1p7Wn69nPxEwUOJg/wDPKC22g/
eQbhSzLqZn19v4l2+AbdnNtzz8idzEnpn5vu3ff+HtiZuWVlZn+jLb+F0OHPttQkP8A0CKO
wlzykpNTyPdN05XQ0GSevXnsfPBO52evPHnMOa9zpx6VaoXTAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFbfGf8AdG4v5xZ1+b
OCPY5X
439VO54fCLJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK16w/qH8ov18K/J3BHT69vZTb6Z7rKC
YAAA
AAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAArb4z/ujcX84s6/NnBHscr8b+qnc8PhFkhZMAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAFa9Yf1D+UX6+Ffk7gip9e3spt9M91lBZNWuf5WaqrdnOaxfK/W5Fu4+LWmfNVT68W
hZHLQhyPSSLYv2SZbhOoIkERpSpSUKUlZ9RL72vV0/PwU+1cZV12hvFWW7lttbzPlp3QmE43
eQ8ZXDx6mVOuraxkJQanLK9ejyYVHHW+so8VKyS4+pLi+xJ6kl7dzq2uvViT8ezumNc4ysL
snyx1PqzI7nELpGS3d5iTMWfm0ago5tmmpj5DPvHc2LrSOjcNpP+8c1Gk/TqfB8V37+utxx
/JjXtXbi7mzfKLWmsZsCufiZHnM2RSpyezZwupevCq8eWaiTcWC4/wArMVXRRpVyalElRoSo
iMd372uvr8DXt3Zw7B8q9W4A1jLiWMizz+J8eRmLTeG1Ei5VDxhZEXXs0miL2Yfr6KP5lcH1
Qrqrjm3f11x4+PDy8/ga9u1vDG8tZy3LlMLIfmqPCIWxZkuPHfcZXjlimSuLNZcJHDnuJiO
GSE8q4IvT1Ib+5r8s+zPrf2drGNyYBmF7i2N0Ns9Kt8ywljYePx1xX2kvY/JdZZbkqWtCUoU
a5CC9tRksufu+g5r3NdrJPGZ9i6WfnhsGO55jOVX+cYzSzVybJXVjGqssjqZcbJiVLhMWDSE
rWkkuEbEhCuUGZFzx8SMam0ts8nLrZxQfceYGlqLKrjE50nJVSAJWmQuruPjVu/TRbmS6yy
1EetG4qoiFmuQ2Xq5/eL9JDF72ucNztbWZfrOPLzTuA5dd4ZavX9hY4dNixtjT6umlyoGLx5
rLT8ewuJSUE2xFcJ5JE4Rq9e3p1Qs0827+suOPr6E7W1mXe2b5U6t1VISMUv28gtXYMGLa5r
e0NS/ZVeMV5sxbcsbeS2SNMVP5Tauf3ldSNzPjHzDu/e11uPxDXtXaZZLbPkzqjS0uBDzWfb
rdn0knJCVSU1hctsVENbbb86S5AYeSywhTqCNxZkn1L1Hd+7rrzc17d25NkRvLWi2NnyDvza
Z09WxLfpVuR3kfsQZ1aVtHfRyj9qlyMZmXt8/MLSPvJMg+7rx48ubnReHqxFV5GapucYostg
3MxVXkuYpwGLZXXTES3sgVIXGVE+mnR3S6KbWpazSSUoQpZmSUMY5O9rZn1x7u3t2XDvq33r
FNZHtzu3voJWwT1ew8UOQfOTFYqqvpeCb56fUoNPu/7vj5u3X1Gvua/PHudF+WXXufIXVNbi
G0c7tshch4zpu8dxvP56okkzi2TKYilMtk33e5+uZJJtkolGrgvUjHL3dZLfCE0tsnmydru
3XNJF2/MtLtcWNoppt7ZLqoz/ENLta3atk3wj9uaozyFETXYzUfT73oO3eTPo5NLceqSquxi
XFZXW8BZuQbSMzMhOKSaDU0+gnEGaVERkZpUXoZDUUwBwd4dAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFbfGf90bi/nFnX5s4I9jlf1U7nh8Is
kLJgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAo1DyfaWP8Akj5Ht681VE2LFkt4YuzlyciYpDjOlVok
lpLbsWQbhGkiV2Iy+PHHoPN1bTfbEzy8VsS6zN8094Pme6rvIWq/N9JQsGx9Ud5x3IWMrjW6
0PI6+21911DZUZL5P5u/px8D5FNdt7eOuPdizWcq87codaX4c+Q2PR3W07Dd8hbKrJnj/il5
HKz2JKg9f7xuKjOMuIMv/Z8H8B5t/wD+W0nPq+eV59c8sfs7WZMU1T46/wCpZUZf7a8hlnV
XvpVlzJUu6iVC8a6p+8ZLcdaJnj+8R8evIXhp3Orz/8Agn1aY8kxUfTj9HurzoVnkgQ29D1p
hU7IDlGkzXWxqGxTPXyr7zRLMyV68cmXPxlb14b758p+jFmddcedQpri72De6whY0ztg9J4x
onx3wy1zy2YpqyZcW7tzTy5bDb8m1Ykk3Cgx4/Tohslm6tZd0mRDottmJcSazwb2kl5ZzakK
iRNyrcx1tgWs9oVGpNx1WgMZv8ssZ9C3Pf4k/VSWI8U5z6m/p2SkodM3G1OKYPIxI8rLnuM
9uSXF6fkzeG1tmZlrmE2VPYwc5sqSoLF6Ky8K8Nk0WMrfVIOvhqayD2o3vu8LdJtJkROKLIR
cKP1MJyv/R2+H/a/s1ikjZxIyvxsNe7Vr9RWuP+IFdbWGT2dZfTYMiHfK1ilRZKJtjaWW+x

EtbqFdkkR8Ceuc64uP6O3GLmZ/ssL4NZ5YbSsN97ItqlFFa5zbYdc2VO339th+VhdMtZN+5y
voo/mR29ep18Rf8A8+/Xm/D9E+9r04nx/VCuSf8Aye8rv/8ArWl/PcSE59O//b+G/HX/AK/y
3O+usQgL/wBU9m4lQkSmKyK7cxnevvKhycejsRCUR+qkuPE4hsv+2ZkXqY3tj/8AT4fs5Jf6
fjxaLgD0ag1P50QNiLbayVjVeIvZIUsvndhOa1ixGS4V6rI5jMlsil/2nb7TGN0Gu2eeJ+jW
3HbXHn+7BZYVnYa42si3kd7XUXhdU4rmpPKInGcgyGE5PejrXCu5MwGlq//AGiefiQzOXw0
k96TnPXZsW5at+FsbXOEwGHk1fmPgmDYhZSoqTNKnMVuI8u0ddNPUjI6Oc+guVfYRF6cjvcn
Ga+G0nyv8GnK3yz+PzYjXcLiHZeI5xf5Qxc6pl+VWwsfxvWpQW4aqm+tH7uNEt1WSVqXKJJ
pdaSwpCEkb5GRqUhIa5m0tvDqvD8zbFmPHpjKG62jWtF3cQjp5zqJfZRFwZZ08oyPn+z1Hby
n/f93PH/AOv7Ie3TAuMmwPz1qXY8mPhet9jXOaWcpKvbbsL+XDpItNGIy9Vtw0MvSXkn6GrT
BGXBesu5LZvPCXP6N6XF19Y3/fNbPzXI9RnC20y4eM4xWQ87zSyZUpDUxddr+L+CVXZPB/N
OY+qdLn7jKU/+0FO5Ltd54Tj8uH49GdOE1v45vVrWqlL11gKlHypWOVRqM/tM4bQ9mn0x5tu
dbqNOAAA
AAAAAAK2+
M/7o3F/OLOvZwR7HK/G/qP3PD4RZIWTAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAABWvWH9Q/IF+vh
X 5O4IfXt7KbTPdZQWTQ1L8etLz9oR9zy9e1j+y4xtuN5Kr3eTfZb9lmUuMTn065DbfyIfU2
bqE/KlZEJ/a16urHFvr2xjPB+sm8fdM5lsOh2tk+Vq24z/GzYVVZA97pGS4qjXFcfYQ4liQu
Oo+WVvNrU0fqK27Wt26rOJN9pMS8EiWviNhOyd4bgz3c2EUmZ4xkDmlSdelFde+pZepYMi
PORJS0bXLLi3EGbK1Lac4I1o5lhK/wDnm2922meWPZud2zWSeqbMz8edK7Dy3G85zPXVVF5R
iTlcalSn0uJlO7LnussSGG1oZktNOfo22+haUK+ZJEr1FduzptZbOMYm+0mJWMzbxbh0JsSFi
Ndl+s6u0hYJG+hxaO2qREKNC+XmEr6V1k3Yx9S5Yd7NH9qBzbs6bYzORO5tOVd3NPG7QmxbK
tt851Hi+UWVRAYq6uVPr2XDYgxjUpmM2XBETTzrV1RwxXJ+g1e1recJ3NpyqKNc+HOqYOs8D
w3bevcS2FcYCu4Zo5siF9VHjQZ1xLsY8ZkpKCV0bbfQk0qLjkj+JfGenYk1k244/lrbu3Nsq
0dNieNY7NvLGio4dRNyV6PIvpMVpLSpTsWM1DYU71IuTbYZbbT+hKSL7BaSRO21g3tX67kV9
5VPYbVOVuS37eU38I46PbmXTTrD7c95PHzPJcitKJZ+vKE/oHOjXyd6qrdF8SMFy3cG3tjbe
wWjyxF3mFPkOuLrjqnmYFHAgoNzEINTLj1MZSYd9xrnqvr2+Evsa3a3aN/dskkqaM/8A
HrS+0sqx7Ns/17WZPk+LpbbqrSV7pGppp332mJTbbiG5TTbv7RDchLiEr+ZKSV6je3a12ubO
LOu+2sxKhjGvC/Us282jk+3tdYjsPI84zu5yOpupkP6qQxVzva+liPLeQk+zJIV8qeUlz6H8
RjXsTjduOa1e7eEl8Gk6Y0LtOgzLQGN51QV5TbVFXFZ8bG82i2Dco8lvLuG3BUqPDNKX4rEG
Mp5Bm/wpa1JNJGIPYY7fb2lmeWvza33llx4rJL1drtyqdo3MLqHKH7IDypdeqMg2vxtUv687
EiMvR/6n9r3L17eo9HRPJLqquG9PCzT2y8U2O/iutCpo9s5m3lIQc/lwurzVrIeJ9c1x5lCn
CWpfKjUkuTM/7TEe72Ndtbica3p3bLM3gsfN1druxpMxxudhlTKodgz3LTN6hyMhTfRNeQyh
yRLRxxw4tSY7ZGZ/9lP6BbomLMc2Oqu1K15g81rOWJeLV0hnZjfs7AbWwkyt2yhpqgdZhf+0L6
ZCWvX+6XAdM4+rnVeHo2mHdi18SLAgslwoLKI8OM2XVDbTSSQhCS+wkplilacdkAAAAAAAA
AAABW3xn/d
G4v5xZ1+b
OCPY5X439VO54fCLJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK16w/qH8ov18K/J3BHT69vZTb6
Z7rKCyYAAAAAAAAAAAAAjrLNUawwW9x3FsvzykoMoy2VHh4zjMqW2VjOelOkwyTEQjN5aVOG
SexJ6kfxMhnbfxXha1NbeMiRRpkAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAA AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA Vt8Z/wB0bi/nFnX5s4I9jlfj1U7nh8IskLJgAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAArXrD+ofyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnuSoLJqO4l5EZ/eU2vsaks07u0b
Hdt3rLNGmIzqYyK7HHZ8+dLYZ95ZoUqrisml1LUklukrgy+UebXu2yTxxj8lr25xvhjKGP8A
OrtE/DO+3GVL5J3BW5QePxq84r34YbC3Uz2pioxSTcNB1Cjd/wB6RGojP/1RP/8A037XV4t/
ZnXjwbPvDyYz6kznbsPENoYJruJ450tdZ2GDZMUV2bnVLrfxiRXsLelsvRGW4ym2m1soUtT
6z5PqnqNdzvWbXFkx4ebmnblkzLx+Ta3PL9BK8jZcm6xrHoWF64xzNdPwbd1EaXOeu8fmWqgm
30uyEHJJLzTSerRJMUTtzyZGO/f+r4S8nPtvcjxbDR+S13CynDW84Ktg4nO8e4+1cndjR3E
SiuFzIcDbEbu8ZdFIINLbRkazWaS7H8D7O9cvPLpy5e3w4eeEH0nlbsrZWdaFp3tjYb4+5ts
6myfKc3zy8iMOxauHRXKquHWwoNnLYbdkyHFE13u5yhLbqkp5Muk539ttZxktzx92725rbwz
hZrV24852t4vWuxaRmlVtauqsjrm0Qe0ylk5FQOy4SHY/DiVLiynoyXEF7nPRZF2P4i+ncu3
bz4pbaTXbHg9zyjye+oMNYHEyIYmM/4/XO48ybksuuk1LTGjpqoTSkuIJKTIK9znk1Ja4I
y+Ixe9ccP8ctfbmffCJpnk55C4TgO6LnLLTDcjv8N1ZhWxcXfgUsqBGYcyaVIZkxZTa7GQby
WEsH1WITfP3jSXwGNu9vNbfHErc7etsx52LZ57vGNGstDr1rkGP5fjuyNklw7I7aBIbsmUMf
g9lPWwh+K8aEPJcit89u3CTP5fUjF9u5yxc5qWunPPHfItRZ5lFC7UeTs/AMItsJ2ztSRiuT
ZpKjyZGb+3YXTtDCsm7JxfssQljzTUduC218rSO5LNxZkPN29rP74mLfdXbWX+ueMnslbP8A
fO1df7WhHe7i1sx+I59W4hB8ZopxJN6qguZ7ddDvVSykpmHLL3kSlsewloMiNjnz84pt3Npt
znPGP3Z10lnK8ubXci3v5QYFQ+Vt7f5fgmRI8cW4MKHFh4xNh/icuzgQLFqS4tdu97TbCJhp
UgiV2457JHN+5vrNrw4OzTS9PPitZubf1RiWj8v2bq22odh2kN+FR4sUGc1Or13dvNj1sNEh

214r5W3pSFuJJRKNBGRGRmRi2/dxpbrxT00ztioRyPaHkro7F81pc7n0Gwbl3IcMpNYbksaz
8DpFu5hNVBI/i0KG+vo1UuJJRqQ4RrQ42SlErkznd99JZePLF+P8NzXXa8PXglXQ+f7Vttob
21XtK8x7KJmrEYs/VZDj9U9TtvoyCFJlOIIdjvTzX8tmyREZOepevHrwWu3vtdttb4Y+bG+sx
LPFagXTAA
AAAAAAAAA
ABW3xn/dG4v5xZ1+bOCPY5X439VO54fCLJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAKRV2C5F
mP kb5Iu0W18o1uiEnDG5EbHmqLxuUo6l1ROPfiVfNWSiI+pdFJLgvUjP1LzTW7b7YtmJbqk1nD
PNPWF6xy3Fr5q4uN45nnkFth1lWOXbNGiGtbnHV0zgVkv7sjj5eHOPX1IxXXSy8drfy/hi7S
zlFYMJwCS356bYmIebexHGsdizXx1zZEf0mS5dFYpJLqlHzwp2JRKPj0+/z9ojrp/wDrb7/n
/wDClv8A+cV+f8ad0HqqTTN4a77Unx6dr3sWJ5j6hWwm466Rgv8AedOfwt1SeevJF832CM7
O3TjH+358v0b+5rn3+SUdj4ha4PuPddzL8WW992W7WKO01JfqoYFvX1l7EqmqiVAvpcpSVwI
qVxmpPuc9FIU4SVe4RJOu+uNrnXOeXD9WdbnWccYZLJPGyZlt/5d22Z6hvxI7W91xjlTqKwV
WwpEdNtDx2fHlNUf1RLdiIblqaSjk0f3D5+Xkubdm272zwmPjjwJ3MTXF8eLv49oTOb3Chjb
aZTUy63DMD0pSQc8J1bS0Ssgp50KZCqnuq1KM2ZTRSI+hoUbSS5Md17Vu2ufCRy7ya3HmhnF
tOZBq2m0ZsPamgLBhtTT0OcYlnuAxKeHktVvWuVPXVPZR61anEuk4g1tuLbPshLiTV6duJ6
9u6SXbXPPhz8W7vNsyXHL9HozomHkEPWGPtHIGv6LVzNXMmO4BjrLbESsYkSnXIjDiWTNs5B
RzbOQaPl93v1+XgevtSzXjMPPvz55ebmstZ7EZ1j5e4hhNEeY291ldjoHXMg3WY8elxWO9Oc
XOkvPL7GzCO7kGtLZKWpxtLaUfaXk00vTtJx49Pt+K9G20zrb8Upb/0TsS2ieS9ThmKS7yBk
OmsHxXC1trYSdhMpbSxckxUEtxPCksOIM+3CT7ccind7e1m0nlGe3vJjPnWrUml83u9+YTtj
D9Dy9JayZzjGVzcAeTVwpCl1NNkbczIpMCrKPRmCNVgxET1Wpxwi7qliHJ27d5ZMTM/d27ya
2W5uP4d2jwTZkGhw7xBTqy/RT4lt5vLZ20nY6Cxd/CluTO5SypuwJfrPcUbcU4pI7JV2WfyF
2NNbMdvHjz8MZz+Zdp9WfD58mqxsE2S9Utaua8e7h3ZVbvONn+2dySYESPv29SjL/wAVjz6u
zU73lvKiLZb9hJEBLTbqVkjBLzJty6eOc2+7uZzzwxy9ksbg07szIcL/wBQGvpcTITp217C
he17GQ4ySrVqHRVMWR7XZwiLh2O4jhfxKy/QKdzTazfHixpvJdfRo11pLPc1oflvK9a6G/wU
rbyswSRgmq7BNXXyb29wq6XeSZbsWrffixVSGyRCbUpzlfBLX1Icvbtlusxy+TU3kxLc8/mk
TYuQb28idW7poKfUd1iWHbDYx3CcBpcxq2IdzHXYYyXG8mvJ8R58zajwo7iTjn6qU433R6GlQ
7tt3NbiYz5/NnWa6WcUleOWi4+kdweQ0PFcKRh+rbqFg6MGOP7aY8t6vrZbFk4SUqNfuE4p
BuqWkjWo+3qZmY12u30b7eXDDPC36tZnnxXIHoSAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
A
AAABW3xn/dG4v5xZ1+bOCPY5X439VO54fCLJCyY
AAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK16w/qH8ov18K/J3BHT69vZTb6Z7rKCyaIdU6XxrUruZ2FZcX
+V5Hn9r+K5Xl+UTzsbOSbaTbiRve6NkmPEaP22G0pIkJ/SfJjGnbmufVrbe7JeG2QAAAABhM
lpTyPHrzH03Flj6ruDIgpvaZ8o1jDN9tTf1ER5SVk263z2Qo0mRKIj4Mc2mZh2XFaxq3WeN6
hwmpwTFlzpNdWrKsJNrayDmWNhNmvrky506SoiN5+Q84pxxZkXqfoREREXNNJrMR3ba7XNSE
NMgAAA
AAAAAAAAA
AAAAAAACtvjP+6Nxfzizr82cEexyvzv6qdzw+EWsfKwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVr1
h/UP5Rfr4V+TuCON17eym30z3WUFkwBxqeZQ400t1CHXu3stGoiUvqXKupfE+C+PAD4t9htx
plx5CHn+3sNKURKX1LlXUj9T4L48AOUAAAAAAGlbgvMqxnCMjyDCcT/AI6yiniHKq8QKSUN
dgbakm4w08pCyJw2+3tkZcKXwkzLnks72yZkzXdzLeLXtS5/kmyam7yS515ca5pjtfXsNr8j
aVDuZsBplrvNmV60kuH3kG6httZms0JS4ZJ7kQ5ptduOMO7ayeOUrDbIAjfaez6PU2MJyO5r
rW+kzprFVjmK0MU5ttb2UnsbMKDH7IJbikoWszUpKUoSpalJSkzGN95rM1rXXqrg1RlexMyx
+dc7H1cvUdidi6zS4xIt4txLcr0oQbUqS5CT7LLjjjUXspWs0kXqrk+CaXazjMG0kvC5SUw+
xJaQ/GeRIZc9W3m1EtKuD49FFyR+o2y+tPMvpUpl1DyUqUhSkKJREpJ8KSZl9pH6GQDkAfDM
kkalGRErCmZ/AiAfhp5p9pDzDqHmXC7NuoUSkqI/tIy9DIB8ZfZktIfjvIfZcLlt5tRKSOvh
6KLkjAHX2I5IN95tknFpbbNxrJ7LV91Jc8cmf2EA5QABxNvsPKdSy8h1TC/bfShRKNC+CPqo
i+B8GR8GA/alJQlS1qJCEEalrUfBERfEzMB8Q6242l5txK2VpJaHUmRpNJlySiMvQy4+0B8a
eafbQ8w6h5lwuzbraiUlRH9pGXoYDkAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAABW3xn/dG4v5xZ1+bOCPY5X439VO54fCLJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAK a45svXGA+R3krGzrYGN4XJsk4Y9XR761h1q5DSKlXClTlJOtmtJK9DNPJc+g8831132zccIb
rbrMTzWOxTaesc8my63BtjYvmdjAYKTOgUVVcCsXmWVK6JdcbjOuKSk1ehKMuOfQV17mu3Kys
XWznHk/kuu8Tslu8tOTIUt3ZmN+VVXQoeT/iM5Jx63+IKFj6VMZL5RzR7chxPCmz9Ff2Fx4u
iXq28Zt/D0za8J4YZTJ8FrpuvfN7fa5kstpad2nkVhqjJnZDzi8fLHkQZ/sQErcNLtC1a3ES
UJikupV1Uk+pDXTmb7eMvBybcddfCx0fKhOPXavIXYeH6my7YOfYNDp5l1u+Xd18SDrmzrq+

JYxYOOtuvNSFEwThSJjcZClKW6pLildkoTzvceqyW3zzy+DvbzMS3h5ebFeSMKuuNxeWN1Za
6zXM8lxPC8Qm4LsTF7GTCiYLJdqpqbq7OYUWczl6NrQmSZMRZKjS0ojSXPrzuzO+1xmyTHpwO
39OvH/Vu2a7EyaHfeWON4llZZFIWY8FweJiuTodMorcNrErOfc3zTZK4bQmKjuk0ff5xlpqa
h3bey7Sccyfpxrk1mNc+Fv6uhsTE8c2fgmnImUszbSPhviBeZrUsnPxxZt24VliFMcXHeaU
643+047mpPPqZGY5vJtrM+Gmf0Nbi3H+TasL3Rc6tz2nyyfhGX7Iol/jDrm4y1/HlQ5DlY0y
9Zrkz3482ZGW72QZqMmCccPoZmnj1FNN+my4z/WOXTqmPWutnm5p8LOPNediGIZfsrGc41Ri
tnSZNjBxFwKWPLxu2cZmSfrZ0RbaHUrS6Rx0OK6pMzT26pVnbfjvZxlk/SmunDXPDiyFFsvI
tbbL8fL2BhmV7ajF4qwn7qgxZyO/LQhmbVuOWRsWEqKl8+CNBEg1PKUoiJJlzw12uu2t5/0/
gussvh/ZpN1s+oyq/wAs2RQZQ/8AwJbeSGnbyDbOPOx2m6Z/HKqXI9xKzT0QIHc3UH6EZK5L
0HN95eM5dWrs1xw8cVZDxPyrKc13p5RZVvk6n4jeV1+v77FcedWr/AN2Uc6FafhrLjRmZNvuM
NpeflvUlr6n930r2Nrtvtb6fux3ZJrJPVVrygrKy13f5Y2M/W2a5zkOIYJicvAc7xexkw42D
y3INitVnM+mmsP8AVC20SOGI0lRpZURoLn5pd2S77XGcSY9FO39OvHx/NOM/dNjrLftnmCqH
Jt14u3484fdZFkOIFDdQiM3Z2rj1z9JMMRTWiQ2ZuEmOTi+C9U8FyK/c6ds8/wCsY6OrXHLi
hSoea21t/H8QbyOxmYBsvyJ2BLftqudJjuSKVvAK6waiR5bK2347UttXSFgytCyQpaSMuyhH
X++2PC7X9I3f6658ZJ+rZsjnXON4Rs/xnj5BdyCJd8icM1lUWD0+VInwMQzFNXYSalE911Uh
TbTbz0ZKLUGsm19O3wG7wl08OqT2rk42belrHb0xGJqxryf07rOdNwDCLqFqDKMcq6F5cNrH
rG5zFNJZPVhNmXsKkNxm3FEngu6exF6ny7mvT1ScuF+ZperFvr+iz+scXx7Snlf6i1zWpx/
AM61NHZexxtlbi4zV7T26Kdc5CXFK6uzl0hsn1F6uqaJazUvkkTTWadzpnKzP7J7W7aZvPLW
ttZDPxHzgx1xmL1m5Dw/H8BhVGZMqdUiOmPk9rZRY8l0jPoSWpcRgjUZf3i9fGM9zbHdl8Mfr
l3WZ7dnqqNHuMzk62zmivIV7ly97+TFC1muE1spEefOocgxyNlLtJFekvxG2W3YyG2FpU60X
td2zUXPrGXbpufHb5WZVxm/Cf6N2uKTM8ZxTPtcNaxyPRWjd5bd1njWK4TPmRG34kTJZaY+W
xYBVU2UmLGkHHSfRDiS/budST2NJbsszMY1tn+rMstlzmYX/AEb35T+LeCa58e/InJKX/hMf
pCRI2oMPrVSa5jD7VcSPAs3ISo0lKVtzTQTptKR7aFmo0p+Ya73Zk1t/L0c7fct2nzc25NR6
ZrsoiabwrQuUb3mYjr+S+1rVN7GjY5iMC7nSlruETLqQlabWa8lRNmTq3EttEaPaSXXK2/b1n
9ZrnhyzyNdtuduOKzOn8gusg8JsHyK4tn599P1GxIm3b61KfcfKn9X3HD5UpZmXKlGfJn6/E
W1v/AOfsntMb+7zM1fdJ1bhWEZ5gmJ5dpXIZXjnlRXd5kU56TW7Dvq/Ho02JlrmCnzmEKjr
S7OJThR3fbUaUsqTz08ms6cXXhvvwejadVxePH8l59Z+Ges3cXw2c6la8VzfW9ZX7ixQnZb
K8suUPRLWHezZseUy6UtmQcg1OFypZO9DUSEEkX1/wDPrZM+M4+qO3duffgqRpzU2H3es/Aq
pfasG4+9L25tNwcWU5wsh/DsesXSjTUuPqSph5MZDbrRESFI0+ol2+3Ma+tuVN97L6Nq2
BOnYVQ7J8ascqrflNcueRGL4lX4LTSURpbmLZHRtZPYy3XyH34zbLK3WXmuqn20k04tvulBk
ku78JdJy6p+V44c14428cf6Mq3hOzcXrM4uMa0tmOq9M4jtjWOxMY1ej6WZPYiQ5Z/xg3V19
NLm/8P8Asm5H06FepqcNKC56l3p2meGJmX+TMuOObiz+HGrPmbvFtl5mixt6OgPzJw9w3btm
ZVSyYtY0eOe/9TEmJafjtdCWs23UJ+U+VJIOqYt/5HTxk/wCKxXi7lWUZtv8A8m8vv3nWanLq
HXl3gVC4ZpOBj8lN83X+63yro9JaZKU6XPJG6SD+7wVozdttrfHGpnm3JrJ8V8B6UQAAAA
AAbfGf90bi/nFnX5s4I9jlfj1U7nh
8IskLJgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAqrgdBRXXkT5OquaSBbLYPC0srmRmnzQk6hw+Em4
lRkXJmIayXfb2V2uNZ7rIVmN47SvOyKehrq195BNvPw4rLC1oI+SSpTaUmZc+vBi0knJPNVt
meL0Wxiew8WLNHm05/t2Ltd2acBKjiuRrKusfw4ke+XdKvw8ke7yRl256H14OP2eFmedyp9z
jL6YVdw3RWd7mn+T+Mf4hpxjUGYbzuGtl4Y5VqdmzY1Z+HPKKrnk819OmWsiLUg1tufKgjb6
8rJUdO3d+qZ4dSl3muljjhMuf+I2X5gjc2DVO22cX0xvK4cyjLKFqnN+8Zt3o7DT7EexOWhs
oUh2K066g2fc4I2kOISTshTbsW5kuJbljXuyYuOMZLYHivsPJs02jkGG79Vr7H90UVPj+XKB
vGltlKei1cN6Ao4c9+Yj6ZbzMhwuSZV0M+xcmmRBv2NrbZtjPPga9ySTMzhs9N4l4hj9xta2q
rd1pWwdc1GsseS5GS45RVFVWuV/yO+4RyDe7NuL7En1bSXPBjU7EmfWY+DI7tuPjl1sb8U2K
elzattgTMgl5Bq6BqPEZa4DMdnH8fhVn0iyZZbcNUh2TKWuU6t1zk/kaT1Q2RnzXsYlmdH
whe7y4eOWnZH4fZlMfr2sO3y/hFTM1ZR6mqzQ03jkWdLsqinKShb0SU9KIOTz6JTieXNudOeS
5MiHL2Lym2JjHJ2d2eM8cpKqPGGhx+Pu2to8heg0u3MFocDr6xUYnPWwFQU8unjuJcN0jkGp
uSSjJRI9U8cnzyWp2JOrHjJPYzvczj0rSMh8VM6Kdre21nvdeubjB9Xs6rtLRWNRrZ2fWtuR
nFSWSfmNoivGqMRkfVwk/wBvHrm9i8LLjExyandnHM8csQ34HYLGxebgUPJZJYJLZTCsoPH5
URMhS4WH1sOuVWvP+8k1/W/Smtx0kpNjRmiQfHq//wA0xjwzPkfeuc+PFZXE9VsYrtfbO0W7
lctzacPG4blGcdLaIJY6xLYSaHSWZue99UZmRpT16/bz6V17eNrt54+Sd2zJPJBmyvGLYeWZ
/tPLMG3yet6PdFHU4/n+PoxmNaynItWxJi8w578xv6dbjMtxPYmVdTPt6mRcT37O12tlxnnw
b17kkkszhjc08Qsgn28VWsN0yNW4q9rKo1Lf0ZUMe4mP49UrK+39LPkSW/pn1NSlt+57S+Pv
EXPHDbsX/bcTGHZ3FOZ45cjfh43iuOOR9Y5sjGcsxzZCdi6xtZld9VrDTTxaJynmM++TkmN
lhMLbdWlxtzLZKTwaC5T/wA/TP63xz+2D7ubx8sMr/ISesdQZziN9nzjm1Ng5ejY1ltKFAQh
EDK4r8Z+ufgwHnHSTGhphMMpZW6ZqbJXKiUszLv2c62Z425z6ufc45xw5lJ8h9J5hT6O3ZmG
ws2bybaG48j1vVWtvjUBysg1FbVZNXMwWkuO8/LdSppch6Qpxxw+zivUuqSE+7pZrbxbuP1b

7e8u0knCZW51TpiMsb2PmW29qZ9D2FnV7TQMT0ZNBVfhESvoK112QlBMG/JM35b7pvyFEvp2
4S2lKCIhbTt2XqtzeSe28sxJwY7dHjFT7qsNhSbrKJVXB2BgNfg0qFGjpUqMVfbu27c1DpuF
2V3cJPQ08enPb14Ge52Zvbx5zHzyzdpx8WLzTxbayOLsKVS5o5juT3+eY/sbXtw3AQ4zjtx
jVXAq4SDj+6SZTC2oJpcQZo5Q4pBfAlH3bs5z8cz0dncxj4YY6x8ZswzTBdhM7C2oczbGcX1
NlFL1lRBcZp8YssaWy7TJJaQVKkcNMrZ5e7u93+6+yiPqaeXs2y5vG/IncksxODim+LmRZnr
bflBsjY0ebsHyHTEZyjJqWscj1dXGro7UaFFrq6RLex0bQhSlGt/sta1KPj0D7Nsubxp9zFm
JwjN7C0BndzsfLcz1vs6NgdbtrHK3FttQ5FSc+cqLVlklHmUsn6llMWV7Et1jl1t1tPYnOhr
SQ7v27bbLjPM13mMWcko4TqWNhmj6TSbd05YQaTFP4UzvlME04tlMU4qXjZJaiJRJMjMu3qY
3rpjXp9GbtbKt2F+GV6zGwSg3BudzamDauxCww/AsOh49Hx9qPGs6hVDIemPtyjpkpf4etT
SO3Ukmo1+qhGf+e/7rmT0x6N3u+Uxa3zTXj3nWD5XjuR7F2ixnzGtcNXgOroMKsXWm1WOPMO
Oz7Ra5Un6mc63EYZNSCbbJKDV1NazMtdvtXWY28piOb7yzhOav2daQyPXDxGxPfbC7chX+DZ
Bft0uwnawnWveg49Yy0lLg+8ZGxJ4Nh1CXkqNClDfPvWzY20uvRrL5tzeXqtiYGvE22ma0yG
vvNjE7uvltgsbW/xRiVxJiwkogLZKvTHrnXl9oceOwiN7S3TNbZrM1EpXpv7OZxvHOWfu8eX
DGE1ah13mmIys1yvZOclzXO9gTYsm1TWMPwKKsjQGPP4sKqgPyZSmkJl1LccU4a3Vq5V8E8b
00szbeNY22l4TkinLvEWjzWh2PjN5lS5VJsvbNZs67hLgJNPsqW61p2nMyfl1lfrX8G8XBp7
/cPr82Nuz1Sy3nctTu4x6TCa8Y1fHxnauzNmsWxv/wCltPjNR+AFHS23BTjZWJIWh0ln3J4p
/wB3onr0+KufSk0xtb5sXbMkSqNsgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAK2+M/wC6Nxfzizr82cEexyvzv6qdzW+EWSFkwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVr1h/
UP5Rfr4V+TuCOn17eym30z3WUFkwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAA
AAABW3xn/dG4v5xZ1+bOCpY5X4
39VO5
4fCLJCyYAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAK16w/qH8ov18K/J3BHT69vZTb6Z7rKCybD2N/U
VaJjY57CXoqFLVCJxHvqNLLsJohs1Eo1G0ytRF9pJUfWixy2R3CHKnyR1nbRNeWBSZ9fX7Kw
ex2HSTpkb222KSqbiPsnJZpWo0LSiYg+qSVzwr19C5x92cPWZa+3ePpcNd1v5TYtsPIkyhew
XMsELLKCXIw7bJoMeNGySnhKbJ+RA9iS+4hSUPNu+1IQ24ba0L68H6c1702ru3bsiHnCXVD
AzDS2x5W78yyfA952Fw/oXVlgwlpYfE/fx3bWaq2lFKW5MjxG2lNxoUJMOxOJRyv5FJnpwsub
i8o3tLizHGc0c7hvxbsNdTflzJNnZXX7+kZ/CTiusod+49jEqFPvUV8DFmKhB/TPoerIE4t
zobxO9nTX8h8Y7k211683qzyzw+DWlm16ccMfivQzYuxMe1fjaMpypcR1a7Wppk/RtE859Tc
z2K6Lylk1JLr70hHY+fRPJ+vwHq22mszXn11zcIvzfyc17g0zYFXKg3t1c6/sceoxaqrhE65a
3+To92tpatTjjaEtTZocRySW0LSpailz4xt3tZbPLHzbnbtw+4/wCTeu7HX+eZ9k7FtrIO
rLJdLsfFchikm1q7Eja9mP7ENclMk5RSgjjKjqcJ73EkjLR9STva2W3hgvbuZJxyg/xN8kP4
7y7auEZynMKDJrrYOTz9Y1mZ1j9f7lHDTFNVXDcc5QT8BK+70U1e42lfbg08mmXY73VbLnOb
jP6N93t4ks8rY35Y4Lk+dVuJQsZyeLj2T3dpjGB7Wlw2UYxfXlMl05kGFKS+t7nlh5LTjjK
G3lNok0tRpLtSd6W4+fgxe1ZMqy5RjW1NRUOpNx5ftXKFeQ+c7HpKzINbFeOy8Zso99ZpjyM
fg05LVFS1CgKU4282n3CU2p1Svm9JWbaybW8c/iKSza2ScML47Y2pj2oMWaya+iWfu9ZWcKj
xnGahpD9lb21i6TUSBCacW0hTrquT+ZaUkkIKUoiX6N95pM1HXW7XCL0+VeCtaqyDaFjjWU
wHsRyZvC8q12ma3IyOHkLsxiE3XlFYfW28txcplbZtOqSttaVJM+eBj706c4vD82vt3OGNi+
X2vp+AQzWFiWaOW7mbL1zXaydqUs5JjYztv31wCirfJproz2dW466hCEJUalFwxwad+WZxeeM
erv2mHuyjHlRgqdS5vti3xzKaJOtrZ+Gc4wGTABXkEK5VJjRWoSyzL7jTynlTGfNKadUhxD
iVJV9hPvTpu1zwc+3c482Pg+X2tp2ssj2UVBlSBeOZenAHNftqtMfJZWUOHHSxUx4BvGSnnV
SmySSnElxypRkkjMJ35dc8eePU+1c4d6H5WYCWuc/wA9yCiyTFLPV9ujHc01tPhNuZCzcyFM
ogwY8eM881KVOOSz9Mtl1TbhLI+5cK6vvTptueHh4n27mTzabdebWDYril9kuV6z2LTScJuH
KbZeONVEedNhxh6VmbHIWhxJbjKIspl9CmHkOLSvnj0Mj45t/wCiScZf4dnZtvCxK2C+QmI5
tazaGTj+UYDe1WKozK3psxrPwmTDqnJsuChx9C3F9DNcJxfB/wBzqrn14Gte7NvCzx4s7dux
EEurtvK6ywLN4WYZVhnjVNwc76oPHrh7HLiyyGbKcaR+IOQ3SfSxBitE6hBL6Ldc5Xz7fU84
vcsuca4+bf0Zni2LxM2VJv8ASMCyzXOWskYqbzJanF9hWslItIaCkuHa+FbuuGaEuG437SV
ul6KUZKM+y/XvZ3/AK8a53dcbcFtRZIAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAABW3xn/AHRuL+cWdfmzgJ2OV+N/VTueHwiyQsmAAAAAAAAAAAAA
AAA AAAAAAAAAAACjsF3c7fkh5HlqqBhUyGbeGHbryuXYxnUv/AIU71JhMGO+k0dOOTUZHzz6cDzf3
69unHhZw/r0zPqsXgDu8nLOWLadfgsSmKKk6teKzLORJOT3+YnkzoZCCb6fA0mZ8/ZwK6df+
7Hsnt0+GVYYG19jxvJODmORQ3shwizzPIJp2aXG0mUK7xSHX1sg0JX3R+FnDlV5J6+qZRPfF
SzEZ29uvN5Z/b8RTrnTjx/1Qba45sbfzrC25+X1OxqvS/j9s2TqeA3TuV0tMWiKodjs2jiZ
b6ZTikJabNTSGS4QZ9TUoxyy9u884lblm8+NjvYxAfheQPjNNvd73W6szy7XGYZRkDU6TXqp

65ufVwTbkU0SDHYKMzJUakoSa3CNCOS49TPMn99bnPC/oX6bwxxiKtF0k+8xn/T52hkECRWP
RMmr8I19VvH6N01fjd2qwnmkzPhVnNaJZehfsWWP+0Yz25np2vwa3uLtHoTNwzHsy8s2r/Jr
2pyCRq/A4EnBMAdW85JprCzsJiZl4qOtr2CU+0y0w04SzWnov5U8ko/T0y9zN8IhmzTh41h/
OSNkm+P8uFBsXKIdNzTBWIVsyhDjkV5zKqtKH0IdJSFKbUZKIEaTMvUjIO/9H5fq72fq/P9
FR5Sk4LsyLjOa5KvLrHXfldjN7nWez2mGJM2NmGGvxqSwsMwEtx4yY0lSIKFMobZ+QjJCVdu
YctsXw2nzivOZnjP3cWznSc2p5MbNjSUytaYPuzSbudTmCJ2MhOMNx/x1bvXklfR/VRjf5+5
7R9uOgzvL1bbeGdfLzNeUnjitgwjJMdy3dOCUGJXcC9yBryRz3MnF1khuWbGNs41LiPTHFMq
WSGJD0tlpC1GsvqMiTyNabS7Yn+Vcss1ufKNR8ecIx2TqfxJPO9+Zk67X57Gi47pZmFUKai5
hjsmc7KivexXIYoZjmh5Tynnj4QpKlq4UgZ7WsuubefL1ju9udsTw5+i7lHhOMZT5ZbDzrI
r2nyzI9ZYzj1Vr/Fycfdl4o3aomv2EtyO42TDb1jwhKHm1KcNps0GaU+h+iay9y2+HySts0k
82O8q3WK7IPFS/tFJax6l3TU/i8xz/cxlzqm1gwnXTP0Sk5T7aCUfoSIEO9646fidvx+CN9r
7B1lmdhRYJgFexFyi48jsap8IKOxGZeu7DE3a64vJ7RtKU5JRXxY7bD7y0/s1oJpXHy8z7m+
u3Cc+qfLm1rrZxvkh7HcoyXvJM01Xi2YSdbt7l8rM3psh2JCRGOZBhQKFixVDguS0OstS5y2
UssrUhRp+bqk1cCem1zZOGdr+jdkxLzxrGiVd3icGl2Zr9vZsjMq7PPKffQdGcZTZw1z50HG
4lHa28p+ShEZlphNW4ylxKCSf7NPJqUXPMzFmc/2nP0w7i8LjwdukyCgXeXOU/isKwxWj87
XLC7sWHm30oEnZY6itr5zziVGLJzXm0k4Z9e3rz8p8dlnP/AJlnh/xd7bzqH90b62HHltHr
vEN56DZzW6JafomHKFZJt1PLI+n/AA310RDvJ/KZdVcdQ34b7beGdXNfpk8cVOvxl2vch0P
5u1OKUiI+U4hUvNdsTKWorDbdhMcjx34sf6ttRrFXEjuJQtKyL2+xJL7RTu7S67Y58MsdqWb
a5dbatFOzzzPv9WmXpCKDO9NY4ew7xhSkFGx6syO3fmwuyTTwuzU43FL19GLPK4+Ug7k6u50
+FnH4ZNbjTPq1fCKeHmH+n742YPdZhBw3HdgysRx/LFy5EmGqzqZdqN6ymiPREKcQ9OZQbCP
VKtJRUpKTMc1me1rM+TtuO5amPyg05c3uO4FjWrMBZdpsOxjMa/8HrvahRjgWGPuU8KiaQl
TZNoky5Md7skv2SYprLhRJ513+3mSseF/Rnt74zm+S3uG1VxRYhilJkV0rJMgp6eDBvciWkk
KnlzI8dDciUpJeiTecSazL7ORfWwSSpW5rZBpwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
A AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAFbfGf90bi/nFnX5s4I9ljf1U7nh8IskLJgAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAArXrD+ofyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnusoLJgDETMfobCwjW1hSQJ1rDiyYEOzk
RmnZDUWZ0OSw26tJqS297SPcSR8K6p7EfBDlkruWj4VpTUOuG1NYHrPGcSSqW/OI6ysjR1Jk
SW/ZeWhSEEaezfyGRGRdPl+76DM01nKO3e3nW1sYbiEWHjldGxWnjV+HOJexGC1BjoZqnENL
YQuC2lBJqS04tBG2SeEqUn4GY70zhw5OZrvNUFExdy8mZpYDOST4jNfPyBEZpM5+JHWtxmO
5JJPuLbbW6tSUGrqk1KMi5Mx3Ezky/dtS01/DKvvamFdQCfYlFBnsNyWffiupfju+26lSe7T
qErQrjKiJrCGRBZLzJcMFf69wPKmchYyXC6S9byyAzV5P8AXQI76rCFGWtxiPJUtBqdbaW4
pTaVGZIUZqTwZ8jl0l5wm1j5ievcGwTFWcHw7EanG8PYbdbRjcCI0zDNL/Jvd2kp6rNw1Gaz
VyauT7chNZJiF2tuahnx18fKjRb23JESixmtez7O7a+pHqCC3FXGopPsnBrXVJZZMijqS4ZN
o5bR2+X4mJ9rtdGfW/Lyb7m/Vj4JQrNParpc7tNn1OvMfrdh3bam7XM48BhuxfJZETHqfSkI
crIiJaueVcF2M+BSaay5xxZu1sxng3GLQUUG2tr+FSwId7fjtXl0xGablzUQ0qTGTJfSklu
kylaiQsZpQrn145HcTOXMuvk+L45mtBaYrl1HByXG7pn6e2o7JhEiNlb5JRJcacI0nwoiUX6
DIjL1ILJziktnGMNjGtNd4VEx6DiWD0W0xsSiyoOMIgQI7CoEec4l2W1GWlBkbTicQlbuU/2
iiJS+TLkcmms5Qu1vN0sn1Hq7NKC4xbKde4/eY7kFidzdVEmvjqZlWsuCOc6RlLtiMkkRu/f
49OwXTWzGHZtXyiflvFrWWQ7IwHJpeDYfJwfDMWt8fcwCXQw34jz01ysKHJS0ts2UnFYrza
TygzJKuqTli4E72NbZwmJ6NTuWSzLmxPpk17jGwbnfaxLFka123UY3WP6zh00aNXNnSjnpfc
ejtpJhw3/q0GXCCMuhep+nDXs6628Ji44fAvctk84lal1RrPHMGe1lR4FRVuvZTD8aZhjMFk
q59qTz76Xo5pNDnu8n3NZGavt5FJpJMY4M3a25zxfjHtS6vxTC3dc49r7H6rA5Hc5eINV8c6
983TJTin46kGh1SjSXXJrlzPgufgE01kxjgXa25zxbemkpU3D+QpqISb+VDbRpN4UdspjkNlx
brCZcjr7imkLcWpKDPqSLKMi5Mx3EzLzLE/wLhJU1Ljn8HUf8PY1JjTMdovw+N9Hakwl+7Ge
iR/b9tlbK/mbUhJGk/VPBjnTMYwZrahpwAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
A
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAVt8Z/3RuL+cWdfmzgJ2OV+N/VTueHwiYQsmAAAAAAAAAAAAA
AA AAAAA4ydaU4tlLiVOtklTjRGRqSsuepmXxLNg+AHVhWdbZfWFXWEawOvkrhTyjOod9iS1wbj
LvQz6LT2LlJ+pc/AclyOIV5LjL5LTYfJkFbcTqJ4o13Cgy2ZDsN4+eG5CG1KU0r0P0WRGE2l
5O2WMu060+2l1xDzSueriDJST4Pg+DL0+I645AFa9Yf1D+UX6+Ffk7gjp9e3spt9M91lBZM
AAAAAAAAAAAAAAAAAABg8nyWjw3HbzLMmsEVOO43Bfsry0cStSI0SMg3HnVkhKlcIQkzPgj9By2
SZrsmbhjQD08Qym3v6HHb+LcW2LNV71/FjGa/pkWsf6qEal8dD95nhxPBn8pkZ/EueTaW4hd
bG2jTgAAA
AAAAAAAAA
AAArb4z/ALo3F/OLOvZwR7HK/G/qP3PD4RZIWTAAAAAAAAAGl7Hzmo1jgGabEv0uuU2EUs2
7sWWODddahMqENtolGRGtfXqnk/iZDO23TLXddEq4V91FurcFtkNljO6dc0+JzrLCWtiYbPx
yXMmwm61x32X6i0flR2UosIqltGs2+W3ErM0fcUJadza3G08M/j1U20mMy+iONW+aF9fHczt

ra3r8BoYOmWd3QJ1Rcu3Dy6F555tLLzTsGGSJHVhSuqVKI/Ilj5P05p38854Za27UnK+OEG6
m3ttW1zzEsM3TgFHHctu4zLy/VC6SwkTXWY8D6VUunuEyGWSKcw1MacUpnlo/nSXqn17p3Nr
cbTnyZ20mMy8mhaw8utmZq9CXcaQiNM5TrG62Xr6qx++XY2lm1UzosFuucYfgRG2npBykqSa
XFkRf2+hZ07+23HHhl3btSePjhmIW8/JOpvr/Acv1bgkYJul/x9hcKqyGczVuVEWc3Cs4E+
U/AddRNiG+0ZKQ0bTvb0NHUx2d3eXFkzjP49To1xmW4ZPW/kznWUY54+5Hl+tgjG2PIe/RCx
iPW3j1iuLVOUMu5RLkm5AjETpqi+17SeS4V27+nU9a923GZzc27cmcXkucLJKaeOzN1sbX+6
dt014mly3eOV5GnE8sXHTLVW1VI89j9CZR3DJtxMdEM5BIPhKluLNXPYx5+1/bW7S8bf9Irv
wsnrlqY8j1l4iec8fDrm1sckwHPNNox6bJ5bv2zr8KO2R2DzyUp7yOSU8auPvCXat17e/pa
pvjbfXPIGbg4rprSuy/BO001FqaSZsqPOoLyZUE0h3KKGXQHMTOSnGyJUtaJcd5Lzhmrso/
UyPgak11unT/APLmdtptnwWP0FKXi+1fJTCCUmLxPI6/M8OZM+EMV+axlzZMZlBHwltuzjz
FJluCLvx8OBTtcNttfXP5p78ZL+OC1wumrXrD+ofyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnusoLJvPzaG+9
4Y3tjNIeNT8RY11gee65w2dST6mXItZqMzOEUT9E1uey2ybP1fyEbCuft+Hzebbu7dVnhLPm
vrprZ64vyYfy/mLl2Dar3jkaIVPKzbE9wWGVNb1n0z62HK+AuvcfmT20P91FHjvurccSaEEf
tkZJ59c7f+izXa+MuIa9qWz4Zd7yo8it0aryTYzuuZWKlxbU2F4tk2Q11zVypsyfJyO+k1P0
7UhmDGQwSGWPcIzbXyfp9vJO/wB7bS3HKSfOna7eu0mfFrW4fKrPMeyncmV4psjBcfw7x3t4
1T0m7dJjHe5p7LEWXdusyHJbT0M2G5Jtw/aZcJ11tXf5T4Jv3rLbLOHh5u69uWSWc/HybHn2
5fJGTknkhd4DY4rW4H4wrhXDDlJrnJmVMIj2PxbyVWuyLSC+i9th1Sm3m2zUpa0JNPVCu3dt
982yzE+fbzXTXEzqYcb8laO33UWG2eRY/Q4XketMUzXAL2UhuHYTpWQ557amKkefJLPe0wz
whCOxKUfJnyRFSd6XbGeFmWb2/659W76O2VkoXpW7Wb9mEynXez7nDqE4Ta2zXX18WC8yt/u
452dNUIXZSepGXHyL9ve1vdurPhcM76yY+CFqLyhyFOf+V+K5PXV7MDT0c5+sXmWnELsWY8Z
CJTMpXuudlpmvMILqhPo4Xp8DE5371bS+Dd7cxrZ4sNqzypya8T4tubHl4zi8fcGG5fb5vJe
5gts22Py4MZhil5lkqShj++72So1mrgjIj5ad7PTnxybduTOPBqc/yqzTJsY17RVmdYfrC
92vnGwamBtuybYfqavHcJsH46JLMeXMBZlSpKTjto5d6H2W514IiLO3fuJMyZzx+DU7UlvDO
JPmyev8Ay+vLS00xS5Pe4gqFPz3O9e7TzqM4TVVMfxSrdmwLCsfVJ9plM3llakqUsuVKQnj0
DX/0W2T1svtHNU1zx5Ssx8pM0saiXc1ZY9YwD8nIOoayfGaceYfxqTLiR1SEOlKGlcnh5fD
iT6cl9z0D79x/wDbHs59uflLAZP5bZLaTfJ2JjVTSWWJasyXXGK4u9YQ3XkWrOU3JVF684Xv
JQ+z29xuOpBEkzQo1dy+Udvftu2OUx/q1O1OGfHKQNBZh9TvczWgNSYPQ4XrTXNPAs3VVF
cQ52RS5kqPaOE6lRIDbY9IEb7nKXG1o7dUpSWu1tOu668ozvL0za86uyPQiAAAAAAAAAAAA
AAKkyueMdcx
cZTa47uP Z+Gx8tvJ2RWNDR3UVmA3OsnPdLKYbdgOrQla/m6ms+DM+BD7HG4tmVPuekfV/LhP/wCo3cv/
AJ/B/wCWDv2f+V/Hsfc9If5cJ/8A1G7l/wDP4P8AywPs/wDK/j2PuekP8uE//qN3L/5/B/5Y
H2f+V/Hsfc9If5cJ/wD1G7l/8/g/8sD7P/K/j2PuekP8uE//AKjdy/8An8H/AJYH2f8Alfx7
H3PSH+XCf/1G7l/8/g/8sD7P/K/j2PuekP8ALhP/AOo3cv8A5/B/5YH2f+V/Hsfc9I+H43zz
Iy/zG7lLn7Sv4P8AywPs/wDK/j2PuekdnyD1te5P4t7S1jjsyxyrJJEdTq2mlWLqHrCzlsRj
NonnUpbQp6QtBJNXVJdlfYQ73Nb0WTjwNNsby+qrmB+a1Vd6n2PJwTHbGyoqfW6Kt+4OHMbm
R9i3zhVlbiyYrjKFOyGkKWuT7fPt8IL4rIRvzfLjy+fkpO1izPn8vNXd0sb2BmORam1u9czH
7fxA/wALMBIWtBcUSLXIMeekyXobP4rDinz7C2IKUfy8L47GfoJ8Lemf44/JvjJm/wCWUi6l
yPxixE29h6U0XIVxnOv8CnSc8nRv4mmzsbvpTceCxiCK+cbxOz5kla2lJbLiaQ37q1E0fYu9
v7evHWXOPXhfJzeb3hbWz6Ovm2vdt6wwzB6TFam0RmuG+J11SWdhTNuLfi2Dlxjh2jcf9nkj
lojIKWx1V3UpHZHqG2u2msk5zX+CbTa8f8v5bBoqk0ke9rG88ZcLkRtTr0je08nP48GxRFvb
1NpXuqZORObJyTlJtF+0cUZqUtakeqm1Envb6bvnScOm/s5vdun+3PLD5hi+OK8Zv9PyBt3F
r2VguPv1StjVsKvuHpkJpGKz2mzfZqGznN9ZKm0n1Ij59D9OR3bWXTWbcbZb1bY/HfCfw3r8
krdSWLFrFvYgKLy/IHdQ1uTnKO4jYcuYo6hqWU41SU8l7G2l4zWTRtkYt2Jenjyzw+CXdxn8
c2v+F8yFhPi5Bpbhx5L+nrTMAHLmmmnZMhl6ku7A3iJhLK3XFqaJKyQhJqV2IkkZmQz/AOf+
vbx5ZO7x3+OEX+KGxozuM+WDDBiN7kuRz9iZ1sLFMOs6eypk3lRZqQusQ3Js4bTKTmqQbZIV
ytHxWgiGOxtibcOObW+7rx1+Ein9JY5oPYW59OWXjZrN3EarCZtpme+n3YNlGKkuVVb9fX41
7likkNuNSrB91UWN1aR7ZuJT8xGMduabbS6Tlxxv8nd7tNb1X4LYawNVz5beUV6wk/w/HaHB
MSXIL1Q5OajWFrIQR/AzaasGCMvs7D0aXPc29k9uGk92zSvHadKly5ReQ24IxS33XyisXsJL
TROrNfttJotMyQjnkjM+ClvUw+z/wAq51+kQBr3RljL3h5EVLe+tgQDp1Yl3s49tX/VzPfq
lrL6lxytWSvb+6jqSeC+PJ+olp2r17f2vh+OTe2/9Zwi22vtWTcDs7CylbYzzYCJ8VMZNZlc
+FLixzSvv7zKI0GKonD+6Zmoy4+wX006bzt+KW22fCKgXesNp5fiuc5xY4LMpsn2VvjCMqi4
Ut+M9NgYzi8+ngtPy1NOKaS4qNXuSloS4rolZJ5NRG19G1luOdn5KzaS4zylR5lvjTsy8wvz
Lp4fmS8jzXN7GPp7G1LZT/7rs7Knl2Vi2o3CQX1pxEEZqMIE2wRfbwJ7dna67+dvD5NTuSX
X4Iv3Tk2cbXxHzOuMb0lnd7B2LY1eP4bl8RmqVTNU2tp5pmuvuu2LclKnJbM9aUpYyVrtd8T
Vxnu53m+JeP7NaSa3XN5fukWPUtxrnYtvReKEbdV75FXEHYuh9h3+NwrKnhxMkrYByIuSWaj
WuuRACq457ff9olXDJqUYlicbNc54y2efmzn/bGOfc2W5dn8TNfPLWGE6lyPOpe1bSsxfD8

[illegible]

[illegible][illegible]

AAAAA
e6y gsmoWjygzSzlZThdKrGV7H/+c1hi1Qpt151jHIv00qZayoKJJPuqZh++ZuJNDZK6GZERGSv
L9+8Z49WPbzW+3OfhjLHX3kDvGt24pmNIw5Wqm950+n/AMDXTWTFXakT6ePZPTvrynkwrRpW90
Sn6f4ep/D1XvbTb06sOzt649cZdfI/MDKMD13R2r1fVv5tlW7bLXILCaiSFxWqGqyr8Hkz30
E/2JSI5ttmvuSffdb+Tg+o7t38T1twTtS32y1/b3lRn2P5RuTLcT2Bg1JhPjtbRqiy1FcpYO
+zM2WIsu7dYkrItOw/p2pJtwybYcJ11Cu/ynwWd+9ZbZZw8PPzd17cskvj8kiZ35U2WIUnmD
IVaYrHvNJJu6wq5qzbcG5WNwbdO5LKPpKHH+78pSS9rp8vCfvEZnvbvY6uXDkzO3np9XPhu
w/JKfvq31/kOUYBJw7HMRqs6sCg49YsWEiDcPz47UBt5y2dbQ40qFybptmSiP7iR3Xbfqxcc
sl116c8WHLy1tZ3hW7vmjtcSt9q1mKVlzf45Fc9+JCmTJLLDjb8NqUchpJd1ESVUEfJfEY27
/wD+V2mMu/a/v0+C9UuwjsllNtyWTmssrcRFNZd+UoNRco55449R6coKQa88qrmNcV8P5jdd
iszKt4WJxtkUsFfdyCy3R2Vi6qMwUpbjBpfiNpM3e/BGafiZGUNe9ma8s1bbt4u3o1bA/ITd
cl7Su6MvsqNzSvkdI5YljmumKw49ljNcicwsfnqs/fWctcz6ZBSEKaSlBup9vjgxnXu7cNry
txh3bTXjJzjo0Hk/umVmsR56411fY3P3ZZ6tPVUGHNay1qsiWz9d+LNPFpFQ6cdtspT5KioQ
TKVq7p9Bz722fDnjHi7e3rjx5ZZLP99bb17tWcEqBU1nDj2efV2IVvjYyuPIyNgyZyK+FkJ
yymFKOQZuokqjIGS0lnlJr7F2Hdu5trtznPGP3c10lnK8ubrI8gvIHAEeT2RbPvMCyHG/GuM
mO7WUdFY10q6sbCmjVWCsZD9pLTHR70ttlwbvWfHJkY7e5tr1W44HRrcYzxd6fuXyJ0onYVJ
t28xnObx7TWR7Wwa3G6t6ivtsbQhVlj7rCJTpymGiksrafNbiiJZL9epk699c58s/6HRrt
jHnht2ts7upth6spdZWOP2l5bH4xY3+EO9LAXDvI9rUw4892mckKfdOc25EeW57yCiSr3G1k
RdDtW07m0sm3+7l6Oba62XHgwDHIxb2PhJY78p7TErTbVJh7F7eYzGwB8SHMycJZU3lhNyjk
NJ9TIkrcI+ftD7+e31TGXB2sb9Pg9AB6UAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
A

AAAFGYms
HNheSPkdJR snOMEKsbw1g4uJWjdezi7VTq/cfSuO92WXPUIj9yClh5ejq7m3GzlyW6sazhPFYvXup3Nf2l
hZr2hnudFYRUxSrsstm7CKx1X391htEdk0uH90z5P09OBbTt9Pjb8U9ts+EUae0bmONyti7n
qdVyJO0aDyQcy6rsqqpG1ktzgi1xI02HfLqdaU7HeiuyDTGdeShRl90lcDzfb2mdscZtn2W6
5cTPDHzbIepdo2WPa4yiwwyVAv8ALfJ2FtXJsU92O9IoaJTb0Rn6xxtw2lOMxmWFOk2pXVSj
SXbgdvv2xLj/AHZOucZ/xw0iH477Pa1rtKxs6GVZZbkw8Y0zDaDo37ldiDOwWL595Bmsy/4l
XuS3DSfJoS0nj5OB2dq4t8c/LLv3JmfD9nbyjXz2A7H3fSq8Tq/eGb7YzD+KtNbFt8aiW9FH
RaxYjEyNfWziFLr2oD7DrhIUZG4hRe1ypXA5t28W/wBc23hcE2zJ/bGOBJ7X8ZUZvV+dd7Ya
aqsnzfKjZTpW9sKuBKsllHxSuiIKrlPJU4wSJBs0oJKkcKLn+0a27eerh8Pyc17mOnj8fzWI
xnCcsieQed5ZKopLGP2WncVoIFmrp7btnCnXDsmMnhRn3bTlbM+ft5i9RSa3qz6J2zp93mKX
jlsy+05iGPYb40W+sM21/ra1odo5E/Eqa9/NJ9g9XpYgsfRSluTUpdZVLN+SSent8F8y/Xx7
dra6411xw4+r0/cK243PH8nfsK0qrtGdTuRde0xbUeYdSWboioKzUaohwuPf9D5Vmj9l+r6D
33t6566Xk67jGeCjWpfGZWd4x4N3sLFTTjuxcWtFHua/h1kGNbX5sGN205VIMZS141jkPN
ErlauVGK/wCQ0Q7eJrwW27mbtx4eDEa/wzaN3SeMnjPf6vyOif8AG/PoeQ5xsqZD9rGplTia
pa6Vynq9+sp2ebsYzbQRqa4dJ1K0ORma7bdOlnK5z4cHdRjnbPONeo9TZV/F02orPGe6oduL

mc+PdHnVtuW1nZBPgq3Pr2Pry4YjoaMokSOdjxJYNZGZuH+Ir9FfL8pDW3bzn1mGZvjHpcqz
yPHLZ+M7k1ZlTtsZPtWhzHEco1fmdi/QVMOPTY07UuzIhKdrojRIUqcwySXHD7KPhHbgzJUL
2tptOOcyz2U+5LreGPFtFf4MwH6TH6rONx5Nnr+C1dFj+tJMuHwWmqGnpbOusjjMR4TDSXXJ
P4Wwy6+8a3DbLjnn1Gp/55jFvLk597yi+Q9KIAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAArXrD+o
fyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnusolJgAAA
A
AA
AAAAAAAAAAAA ArXrD+ofyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnusolJsbMt62D7iZM1lDzZH/wvdPvKP23HlSlnspRoaW
oiIuTJjn9hjmTCrus/MjWu0cnwzGqnE89x1OxIk2dg2S5Jjz1XUWrFfGOW+uJmDX0dImS7ka
efQR0/8ARrtcYvFXbtXWZ4MrgfljrZYGUwccgUOU0tfk8Wzm6zzO3r0R6jLY9MZnNcpnUvLd
X0Qk3Uk800bjX7RBKT6juve1tx+Xq5t2r16ms/L/AFntS/w+sx+lyqvoNisyv8O8/t6z6Olu
51e1702uivKdN0pDKSc9HGkoWbTpNLX0MNO/rveGeLu3aurvteVmvXdjNYGVJkqKaTk68Gh7
WVBbLFnsqbl+1M3L973je9wlMkr2faN5KmicNRcDv3pnHrjPq59u4y79f5R6usq7GrFg7ptW
Rx8ulLrnq9xEqtbwc1t3Z2TXPMb2XUpaLt95a0En73lfe14e/wAj7d/HqwuuVL7Vew5SrlX
l+vjmY5Jy6hlZrQyqaNkUkTt6VOrpLhKakNstvNrV1Vz1USiI0+o5p39dvOfE27VjH4v5g4
dIK3Eta12LVptMXnZlrcplI37uZVFebfvOUMdiU6886aHmnUMOoadU24hZI4P0a9+Xwvp6/B
29qzx8nNn1D5P4NuSVeMU2NZlicSgOQzLu8vpXaWCuZCcdbnQWZEhfVcmIbKzfaL1bJKjV8D
47p3pv4WfFzbt3VYtl5qQ00+w6h9h9CXGXm1EpC0KLlKkqLkjlYpKjIVTcgAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAACjcLJNqUPkh5Ht661fXbCiyG8NXZypuRoo1RnSqnCS2ltcKX7hGki
V25T8eOD+I82dpvtiZ5eK2JdZm+axevso25e2dhG2Hqat1/VsRUuV1nCyZu8XIkGvhTKmEQY
htkSfm79j5+HH2ium21vGY909pJyqrTWpNn1XkTc53dsOXWIVZKktozcmmtKERbTEYsOokmh
K+ySqzhy6/p1+b6onvitZiP29pvm+d/T8RXqnTj8c1c6KFZ2Wrf9O+spG1O3djQ/P49OyKzJ
S5TuEuIZIuvr6rURegleM0x5X9G7z2+M/VuPj9jlaVg/Ci9yDyKv8vknjsmfqXVp1tK1CjzK
3F5EG2juyYEFuUlmC244ws33j4c6oWo3FFzvtYxrbt+MOB3jtw/GWuYHfUWTeOH+mpj2lWkO
ZkX+JOOpHrVo99tvHIVivITNBfMXtNmpLp8f+0Tz6LlZ5nOuknn/wDLu0xtvnydLU2Dw5ur
cLh7H8isjoa+NveTRu6fhVlM8hvNImYyZ8SH9QUFdmXuLSiU4an/AJWlG4rhovTnbn9Znbx5
euTbbjwnhz9MP1jt1QRNteVeeboIsXdfJPEM3Y0fcty1OpmycKYci5MllsvlbK2ft9ck0f7x
DBrM/QclnVtfCy49uf5llxrPLGffk1fBs1utS1fj/nbuyonkDZ13jxk1pjOEPR4LLuFlVY5C
s0khFT7fuNSTjogrXLSb3oRjd5NxJ812uvTef9b7cPxHbOrMxjj+aaSHr7OJ5I+Ic/Jt4224
syZLCMPyq5gSV1qKasYnVcP2pFNFgRWFMSpQNTaCW46SkoNRcHzzTX69LnPCsX6duGOLvYbi
2Q5bqqTGxmpesptN5P5lez5TCURONWVuQWz9iXtrMkuHNik5AJB/eOR6+hGZdmts4f5Fsl9o
ub45YnleC6L1biObYFP5PRY/FjWTC1e4qGXBqZgG5yfufRtGiP7hnyv2+x+pi/Z1uuklS7ll
2tiahRgAA
AAAAAAAA
AAABWvWH9Q/lF+vhX5O4I6fXt7KbFTPdZQ
WtFlaEOIW24hLjbiTStCi5JRH6GRkfxIwGswsIwusRi7ddiNLXowhlyPhaI0CO0VQy817DjcAkI
L6ZK2vkUTXUjT8p+gz0zhw5O5rTaPRup8QvsvzLCtd49jGa5qy+3fZLBhNMSZKpB93O7iE8p
JxwiW4SeO6i7K5V6jk7esuZOLt3t4Wo28cvGXC9MYjr6ZZ4bi57jx/EoON5Pn9TFI3ZRxmyQ
4bclxl1RL4IjWpCVqSSSV6ERFjtdqaScJlrudy7W+SVG9K6ka2M9t1rXVC3s19lTDubphNF
YGLTXsKV7xFz3No/bNf3zR8nbr6Df29c5xxZ67jGeDPo15gLddjLO3hNC3U4eSyxOsTXRij1
hOMORVlCaJvqwSmHVtK9si5QpST+VRko9MxjDnVWFxHTGn8AdsZGCapw/C37iMcO2foqOBXL
lRzPk2X1RmWzcRz/AHVcl/YE01nKO3e3nXVwXR2ndZH21/rPG8RcKc/ZNv1tewy43Jktmy64
04SezfZszRwkyIk/KREn0HNe3rryhd9rzrf6iipMfYkxaGng0kabMk2MyPAjtxm3Zkx1T8mQ
4lpKSU484pS1rP5IKMzUZmY1JJyctyyo64AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
A
AA
AAAAAK16w/
qH8ov18K/J3BHT69vZTb6Z7rKCiyAAA
AAA
AA
AAAAAAAAAAAA
AAK16w/qH8oj/wDXwr8nWI6fXt7KbFTPdZQWTeZ+aeY1jjOBeseJzYeI125MG2q9jGs8KlPQ

0WkilKwq2G1Jq1vE/J5ZkPn7iU+vUz/ujx7d+zXbz14fDg9E7WbOHDDh3nv7PdVbGt5s/wAi
sPg3dXltLDxTxgrl0Oa7bYzNlxIrzllLeYTOj2TrclchCW3EtIS2jgnErUod7nc21t4+PI00
m05e6XKW933nW7t2oqNu1mK640zk1dVlgh4vHnv2cd2ihWjxKtFy2nGTUuUaeSbVwRCmd7tc
XhPRnGs1nDjUV6o3VvyPQ+MO6No5tW3el+RdvExK311Bqo0WPTP28Z9yksYcxP8AxK3XXlHf
JQ6pSP2/DaUe2RnPTubya7bXncfw1tprmyTk68Tf2fYzvTX+NZD5FYfnWV5jnz+KZz46Y3Gh
vw8erJSJf0UiJZpYbnrkW1R2jLE+vgzdWj20dEcp3dptM3ObjHl7nRLReHhzZqJujeLu+qnt
nlY7qy43dcaqZwBNGwUhEaronbE5n4t7vuGo32jQaPb+znv9gTubXfnwzjDnRr08uOMt6wPy
giZBgG8YVhsLF17mwS42Mxj2FpkxEWaYeNypya5xdWTpPrSlhlClK6/MXJ8/Ebnd/rePGZ+T
l7eLOHDgsvpjJ7bN9PanzO+cbdvMuw2iurp1lBNNqlz69iS+aEF6JSa3D4IvgQr2trtpLfGR
PeY2sSWNsgAA
AAAAAAAA
AAozD0nqnbPkh5HTNjYPXZbLp
m8NjV cicThqZZXVOOKQjotPBGoZMeb7eu++3VM8luu66zHqsXr3RGoNUWlhda6wKtxO0tYqYVjNhE
4S3Y6F+4ltXdai4JXqK6drXS5kwntvtzqmeV+M+Y3Gp/KGCWu6yx2Dnu43cqWGU65XfVyKX
8TppCHUTVr/Yfsojx9FrSouOOvqXpN27O1124cbeHw4LTuTM48MNXyjWm6pGM7y0pQ6WmSrn
PdsP59a7bemVzVVbY6u/jW0Vtl9cgn/r2mGUxEx3GkttobNZOkRpI22m11xzufm7Ntcy58F
u9dYpK+L5t5VZDe1n0NRsDJ4driUv3mXfq4cGq6C470bWpbfD8dxHVwkq+Xki6mRnfXWY7J
bWwWajxUj8dKrae3NW+E+B2+r5lBhWqpVZsG52cuXDCq58OqhS0Y+xAQh1chUlX+QhUItxpH
te2ZkaOrSPP25tvNZZwnH+Fu5jW7XPPg+0mM7awrVOMMUutJT8XpvFjLV59urNJEyuNnIVVM
eydXYUi0SFOzDle99Q+byG1oMyaSTh88c6dprJZ9NzS2W2558I1DH7fcNBjHjrsPPdD29Bj0
Hb6tlbAz4rylpxC9hSZcCL9LDjzXJfVpV3HTwpsjJDfrx9nNbtJLZ45z8XbJbZL4Y/Jt1v4
+bvyFq6181pVnH01G1s62DXbtXbUxrnV1o5Zuqw6EwxIOaldgmW2y775NtoQR9+fQi1t2ttu
GPG3LM31nHPPhJh6Q6Rx24w/TGosSyGIUC/xfCqCovIJOIdJiZBmGJDZONKUhXVxBlykz/i
RmQ9Pa1uukl8JEN7na31SeKMgAA
AAAA
AAArXrD
+ofyi/Xwr 8ncEdPr29lNvpnusoLJgAA4nmW5DLsd5Pd9Cm3UepcpUXBl6f2GA13C8NxxXuJ49g+H134R
i+KwWq2hrPddf9iMwnq237r63HF8F9q1GZ/aY5rrNZiO223NZa4qK2/qbSiuYbdjT3UR+Ba1
7xctvxpLamnml9qVoUZH/YFmZiuS4YOxwTD7f4GFWWPQ5mKVf4d+HUTiOY7P4Q8y/A6J59
PYcYbUj9BpIc6ZjHg71XOW2jTgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAA
AAAozE2p
H115I+R0V 7As4zJVm3hr6X8Son7hlk1TqOj62TIm1nxyST+zxg5uvs324W8uS3TnWcfNYvXu3Y+w7Swq
2deZ7hyq6KmUqdlmPyKiK8Sl9PbYeeMyW4XxNJevHqK6dzqvKz4xPbXHjHmBe6v1/bVu9NpT
8TrZOyKny3qKqqzd1olWEaGeRY8z7Dbx+qUEh5Zdfh8xjyTWXqvj1fw9M2vCeHT/AC4JeKbd
2Zd7fy3CPHZ7LNNwd6WTmE+RsjIaKJlqIWkX7de1WtsyH257cREKG4y4wkujprUrhXbklm9z
iZuefAzrMS3hjzOTa8xeVq7z13UqI2ztDXO08hs9eZqokqm0T2Nt19jGTWur5VGJ99S/fJs
yJ4ldVkoiIg6ZZvfGVybXOs8MOTb2P53uba/lRArvHWTue5rKjHMa1pmir6kq14RMfxyNcNv
VyLN5qQy79dPJ9bzHqskpQZ/L1Pu82224Z5Y9OBpZrJxx+7AbN1hSZvH85sm3HiFXkG0tea
WwqVFtZSESHKm6/hewfmLhupM0pP6poldKHwfUvshOnN36uck/R3XbHTjlbXa2Bimb7Wz3yM
oavx7kbxtMfxfEsT1lnSr6kq14XLcxeLbNSK5Nk8y+y8c6cUhbzHqokpRz8ppNtNrtMZ4TH
pwNbNZOOP34tp8i39i67xvdOQZ/r7KMjk7e8bKzGbbJ8ZglaV1VkdRGtjtU2z7LnEVkjnpdS
8ZG2pKV8GaiJJ73u2suZeOvzc0xbMXlWN3zWY9lkbckMb0Ae6suwXUtSxnOwslu41fBwlaaN
ywgN40iRGkPfWe2spjxMG16m32dI1kQz3MXOJnhxvlw8DThjNxx/NvOudRavyLyy09ldxhVR
bZBc6Gh7FsrX2KSXpWVN3FWaLpww/wCZ5Wo+5+vqY7ppL3J/1z75nFzbazSz1w0DxksrXLbb
xPwwM8XkUeEYtk+zsmwTJpkhmZEyy/hWVollDEaOtsRyA1LkvEqYlHY21e0SvvDHZueiXlx
9673OHVZ6I/w3Kbi91z4nYdVPpbxjW+9qqfnsj1NUq3u85tiqq1Ci44OPH7S3iPkuFsF8T9M

a7Z11nlt+7VmLtfOfs9yB9N4wAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAA
AAVr1h/UP5Rf
r4V+TuC
On17eym30z3WUFk1Y5XjHQycYzzGDymxQxnm1Y21Zksmme7EyNYV9gmE2XBEbRqr0p7H83Cj
EfszFmedyp9zjL6YapbeKFnNzDJvwbtnRaXzvMI+e51qGPXMm7NumnGpEhLF17pPxokyRHa
efYS2ZqUSyQ4hLiiGb2OPC8Lc4dnd4cuPmgHDvG/LNv3nkjX3GxbjDdU5Xu+3c2HrNVQ0pOR
Qq38NfjLhWDhtPRG5Jtk3IUhLpPIT1T09eZ6dq73bNxM8lL3JrjhxwsZs/xivsxzPNskwTcV
lqyo3BUQaPdNFCrI8922jV6FRmn66W+4hVdKVDcXGU6lDhGjookEtCVCu/ZttsuM809e5icZ
nHJnrPgxibC39WxL+wroG+cRqcOmR0IQ7+FQ6eskVbC4ynOVOKNuQaj9wz9S+I79mf29Z+j
n3Lw9Go514p3t3fZHYyBue01lT7Nx2rxftTFq409+4iVLJw2ZMCW84hVdLXDWuOt1KHC6dF
EgltpUM7di28LjPN3XuY5zOOSfs61jT5pqPKNPNyn6OgyPFpOKNzGP2z0WJliKhpUj3jV3Uh
B+nY/X7TFtM69LE2xcq9Zn4k22S2+dxqbctpiuu9wVEct3BhjFXfKsRrYtk07bsKycWSoJ
PRmWUPoJpzuSDJKkdzMS27NucXEvNud3HhxiYMX0hWYzsDDthN38ubYYhrRvWrEFbTTbL8Vu
XGlnMV0LiLhqjEXUvl4Ma17Um0vlMM3fMx65adjPi/S4pjek6OpzG1anaQy61ymkvPajm7NR
dvWKRgvtmg0E081ZON9kcKT1Soj5HNezNZJnlXb3M2+ro0XiXiGPa9wXAIF/OQ3huzo+0pd
2TLCZFpaR7V2zJuURF1JJktDPZJEfRCRydidMnlcu3u2230wteLpAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAAAAArXrD+ofyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnusolJgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AA
AAAAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAArXrD+ofyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnusolJsDJynGoc78Lk30Bq091LBV
ZyGzLG8qO7LS2TBKNw1qYYccJFyaEqURcEY51R3Fvt195TtZtmeGUFnqblMGxba6LFenc9u
voij334WwqU+12Gy+uVAU4whbzCZLaTdbSoylJLqJa97Nkxz5KbdvE58ubMY15UYDIETU0yB
TXzLe4mstextL7EZKmE4abhT/q+slXQ3PaP2unbn07dBzXv63Hrn5OXt2Z9MfNltf+SOC7Et
cMqqyBbVS831o1tOBMs0RmWl1M7Jaje1JWiQ50fSp0lKIuyCSRn3Gte7LcemXNu3Z+eEdxfM
7E72j1PcYNq/Pdg7kgX9pitJSxatMxuFjk1EGXIkIMsozaErW6hTfVajNJlyST9Bmd+WsyX
jn5Nfaszmzg3TBvKDB89jaMkVtFkFcvfj2RR8Xiz2IzbsF7GESFzkWJNyXCbPmMtKpBNzk+O
eo7r39dun1z8nNu3Zn0d7B/JHC8+yLDsfpqe8YPPtZBeL2stmMiNjYXYR62ZKLrIW4TUh6R
zh5R2UlKlSj5e3de7NsY8c/Jy9uz5fNmMA8gtZbCxSTmkC+YpMfatMhrYk24kRoyZbeMyHW
Z82OZPLSqOSWjeJfJGTfClkn147r3dbMm2llwmpC0OIQ42tLjbiSUhaT5JRH6kZGXxIxRh+g
AA
AAAAAAAAAAAA
AAABSKuqtWxkZ5Iq1nm2M4lHaThhWrN/j0q7W86d
S6aVsuR7WuJpJJ4l0qSszP17J+B+bG1326bJy8M/vFs69MzPNYnAqfctbYz3dlZ5iuWVTkZKK
2HQ45KpXmpHfTjji0i2sCWk0+nUkJpn17fYLaTafVZfb/VPa6+EVptNR7TwHdOXbqjwCzimr
L3LcprWXZCPqHm7PElkeAXsksl94EirVXNJSXqxK7kXb3DHnrb213u3Pnfl+IrNpdcfjmr9r
WxpLzbHgvmc3euS7c2VslVtlWb08u7KZRUYpuKzzW3GqGTPKWqbkuHGZSSErUSHknyaVcT0s
u2l6rbePyb2mJtMYk/IGms9saspK3w7gXOy8VqJ2HR91sZdCm3MGO7VO2TksoTc5DjyVR1ST
MvaJwkmv+7yMduyTT/7Nba23bh5Nv1Xjtzm+R+KGA1Brarc38X6aBn9my4aFxmBj28OTYtEa
fUjnk2mER/YTq1f3eRua3bbWeevH4Z/Ec2uJtfVvXicbP8QeGTCZptiMzhe6G4sZkiJtplGW
QUNoQkvglKSJKS/QQ1/5/wDb7/qz3f8Ad7fo0XXGMvZviXgBi8LMLzBJNrkM4Vs5bjD8di1j
JaXcLUUdyUxKaInC+VfLRn1P5TSrhRT7czO3PXb92tri7X4OTDzyDJ5niHrfGI0euvHmZ2zq
3NbOpNTS6RipuayHbWbiXHHFty340Y1l3Vz78lCy9DId1ls11nrC4nVb6VvWD6nusj0/DxvW
WIR36XXO69rzWK1L7DCDrIf4/VxaFJvKRY1ZKlNRXT+6lrupXqSTGvt2641nK39+Huzd8Xj4
yfs9H9RYlbYFqvW+EX1uu+u8Rxmqq7a5cPk5MmFEbYdc5+JkakHwZ8nx8TM+THr7et11kqG1
zbUiDbIAAA
AAAAAAAAAAAA
AAArXrD+ofyi/Xwr8ncEdPr29lNvpnusolJ
gDSsf1trvE5FhLxbAsdxqXbWB21pKqquJDckz1JWk5bymWkGt40uL1q5VwpXr6mMzSTlHbt
bzrgd1ZrB9x91/XGLvOylm5Kdcp4SlOLM+qxWZs8qPk+eTDo18o71XzbTEpKaA7Geg1MKE9D
iFAiOsR221NREqJRR2zSkjS2RkR9C9OfsHcRnL8RaGjgrhuQqWDDXXIfbr1sRmmzYRJWTj6W
jSkuhOLILlIvH6mGI7kjONFE/D/AKWlgrVwlyTy6r2ozSPplSOfeNnqkvbNzsfbrx25PkMQy
/TNHSx5n4jHp4LFh3fc+ubjtpe7yunvq9wkkrl320dz5+bqnnnggxDLsw4EGubdar4TEFp55
2Q83HbS0lbzjyW64okERGPajNSjP1M/Ux3GHHbAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA

[illegible]

[illegible]