

В главном мы
не меняемся

СТАНОВИМСЯ
ТОЛЬКО СМЕЛЕЕ

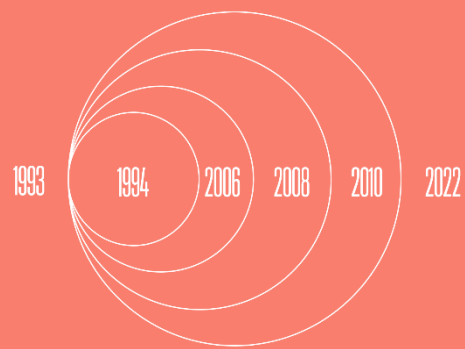
Ketchum Moscow проводит ребрендинг и меняет название на maslov:agency

21 июня 2022г.

Консультанты с международным опытом по вопросам имиджа и репутации, ранее известные на рынке как Ketchum Moscow, объявили о ребрендинге и обновили фирменный стиль. Агентство переименовано в maslov:agency и объединяет все профильные практики под единым брендом. В каждый элемент, от капители "м" до двоеточия, вложен смысл изменений, которые произошли с компанией с момента ее появления в 1993 году.

Вперед, к истокам

Вперед,
к истокам



Новый этап продиктован изменениями в структуре собственности компании. В марте 2022 года международное агентство Ketchum (входит в холдинг Omnicom Group) объявило об уходе с российского рынка. Контроль над организацией вернули со-основателям и партнерам московского офиса Михаилу Маслову и Сергею Чумину.

За 28 лет сотрудничества с глобальной консалтинговой сетью агентство прошло большой путь. Партнерство расширило возможности клиентской службы и укрепило позиции компании в регионе. Фирма существенно выросла из рамок PR агентства, появились профильные практики и специалитеты: от анализа данных и разработки визуала до сопровождения изменений, налаживания внутренних коммуникаций и работы с госорганами.

«maslov:agency – эволюция того, чем компания занимается уже почти 30 лет: строит отношения, – комментирует Сергей Чумин. – Диалог, общение – краеугольный камень нашей работы, прямая речь – ее основная форма. Двоеточие предваряет прямую речь, помогает раскрыть основные тезисы. Так сложилась и формула maslov:agency. Мы возвращаемся к истокам нашего бренда: мы снова *масловы*, но существенно динамичнее себя прежних».

Михаил Маслов дополняет: «При этом в основе нашего ДНК все те же ценности: доверие, уважение, достоинство. Убежден, без этого не выстроить отношений. Двоеточие в обновленном бренде подчеркивает это уточнение: мы здесь давно, в главном мы не меняемся и становимся только смелее».



Сергей Чумин

«maslov:agency – эволюция того, чем компания занимается уже почти 30 лет: строит отношения. Диалог, общение – краеугольный камень нашей работы, прямая речь – ее основная форма. Двоеточие предваряет прямую речь, помогает раскрыть основные тезисы. Так сложилась и формула maslov:agency. Мы возвращаемся к истокам нашего бренда: мы снова масловы, но существенно динамичнее себя прежних».



Михаил Маслов

«При этом в основе нашего ДНК все те же ценности: доверие, уважение, достоинство. Убежден, без этого не выстроить отношений. Двоеточие в обновленном бренде подчеркивает это уточнение: мы здесь давно, в главном мы не меняемся и становимся только смелее».

Манифест бренда maslov:agency

Говорят, в мире бизнеса правят цифры и факты – без них никуда. Сами по себе они редко могут вдохновить и повести за собой. Людям больше свойственно прислушиваться к словам и образам. Слова могут вводить в заблуждение, образы – отталкивать. А могут разъяснять и вдохновлять, созидать и поддерживать. Мы работаем с цифрами и фактами, создаем образы и находим нужные слова, за которыми следуют люди.

МЫ ЗНАЕМ:

**Что говорить
Как говорить
Кому говорить**

**Тогда, когда это
особенно важно: чтобы
быть услышанными**

Мы знаем: что говорить
Мы знаем: как говорить
Мы знаем: кому говорить
Тогда, когда это особенно важно
Чтобы быть услышанными

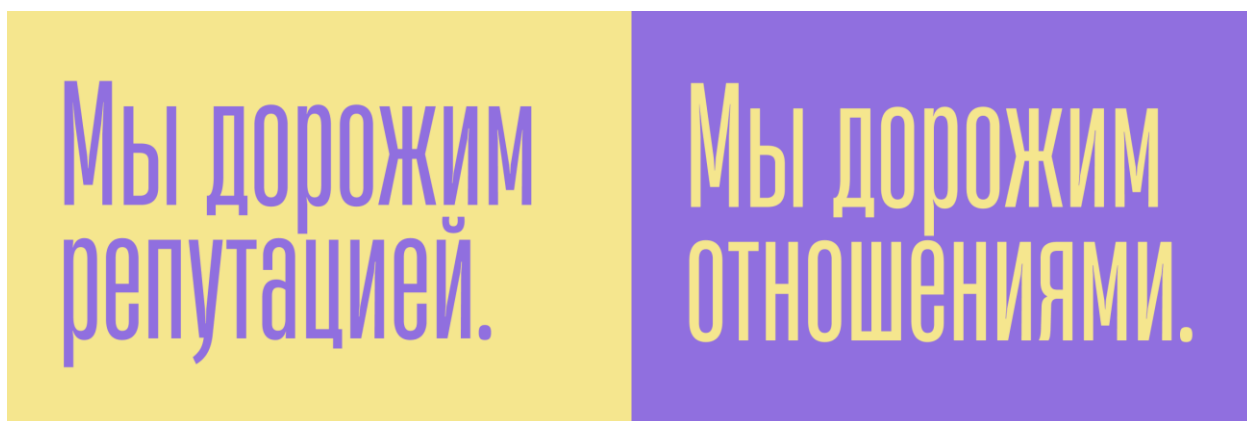
30 лет мы помогаем клиентам воплощать в жизнь их самые амбициозные планы: от вывода бренда на рынок до первых строчек в рейтингах.

И заботимся об их репутации, как о своей собственной.

Мы и есть *те самые международные консультанты*, с которыми приятно работать.

К нам приходят за связями с общественностью – мы уточняем, *чтобы что*, создаем образы, подбираем правильные слова и строим отношения: с сотрудниками, журналистами, блогерами, потребителями, инвесторами, институтами развития, партнерами. Строим порядочные, доверительные, здоровые отношения на стыке интересов сторон.

Мы дорожим репутацией. Мы дорожим отношениями.



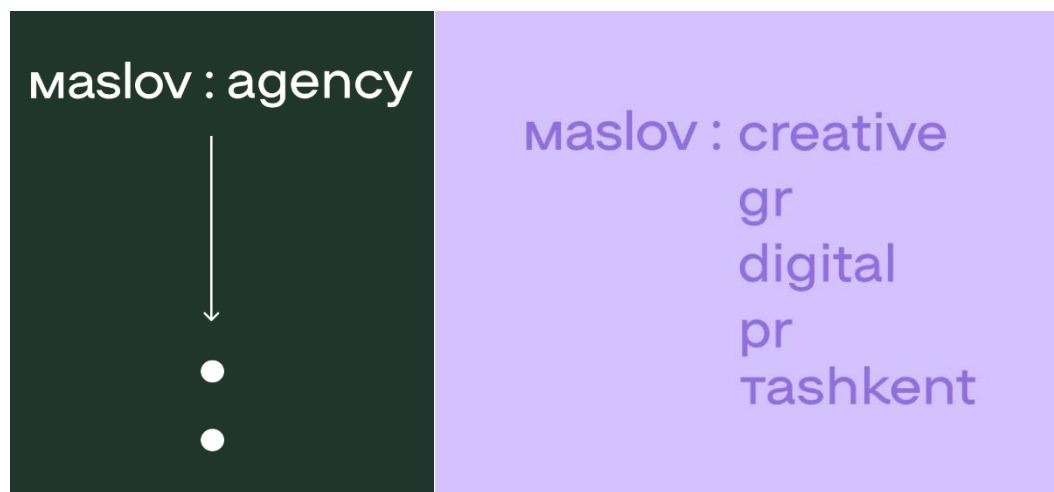
maslov:agency
Когда отношения важнее связей

Работа над обновлением бренда началась с оценки себя и комментариев сотрудников, клиентов, партнеров и выпускников агентства по работе с компанией на разных этапах ее развития. Манифест стал квинтэссенцией знаний о культуре команды, ее устремлениях, подходах и чертах характера. В основу философии бренда легли тезисы тех, с кем команда maslov:agency состоит в длительных доверительных отношениях, с кем разделяет успех и смыслы своей работы. В агентстве уверены: многим друзьям бренда моментально отзовутся слова манифеста, а хорошо знакомые цитаты всплывут в памяти приятными воспоминаниями о совместной работе.

Алсу Загорская, директор по коммуникациям ПАО «Энел Россия»: «Мы сотрудничаем с Агентством уже более 10 лет. Залогом нашей успешной кооперации, на мой взгляд, является стремление идти в ногу со временем и мыслить в едином направлении, иметь общее видение коммуникационных процессов, а также умение команды поддерживать планку высокого качества услуг, что является одним из важнейших элементов клиентоориентированного подхода. Бренд maslov:agency, однозначно, передает все эти ощущения от работы с Агентством».

Визуальный код

Двоеточие – центральный элемент фирменного стиля. Акцентируя внимание на диалоге как связующем звене между брендом и его аудиторией, двоеточие в maslov:agency подчеркивает роль общения в этих отношениях, олицетворяет знания и технологии агентства по работе с аудиториями и открывает возможности для заигрывания суббрендов — maslov:creative, maslov:gr, maslov:digital, maslov:pr и maslov:tashkent и др.




«Капитель в первой букве логотипа — кириллическая м, равная по размеру строчным буквам. Это и отсылка к российским корням агентства, и отражение характера бренда: мы отличаемся, но не ставим себя выше других», — говорит Влада Цимбрикова, арт-директор maslov:agency.

” Капитель в первой букве логотипа – кириллическая м, равная по размеру строчным буквам. Это и отсылка к российским корням агентства, и отражение характера бренда: мы отличаемся, но не ставим себя выше других. ”

M + m — maslov

Основным и главным цветом бренда остается темно-зеленый. Фирменный стиль дополняют иллюстрации в форме кругов, которые обыгрывают двоеточие из логотипа и символизируют ориентированность на отношения, взаимодействие и трансформацию.

Showreel бренда maslov:agency



maslov:agency

Что дальше?

«Еще несколько месяцев назад мы не предполагали, что будем заниматься собственным ребрендингом, тем более в таких темпах, — комментирует дальнейшие планы Михаил Маслов, генеральный директор агентства. — Но мы это сделали. Бренд создан, наш визуальный код проработан, мы готовы двигаться вперед. В планах запуск нового сайта — домен maslov.agency зарегистрирован. А дальше, как и всегда, мы будем следовать своему призванию — строить отношения. Они по-прежнему важнее связей».

Для справки

С 1993 года компания занимается коммуникационной поддержкой и информационным развитием своих клиентов: от вывода продуктов и сервисов на рынок до первых строчек в деловых рейтингах. В 1994 фирма стала партнером международного коммуникационного агентства Ketchum (входит в холдинг Omnicom Group). В 2004 соглашение распространилось на Содружество Независимых Государств (СНГ). В 2006 появился бренд Maslov PR, а в 2008 агентство открыло собственную практику Maslov PR Tashkent в Узбекистане и со временем стало координировать работу уже на восьми рынках стран бывшего СССР.

В 2010 сложившиеся отношения с Ketchum вышли на новый уровень: агентство стало офисом своего давнего партнера в России, со-основатели сохранили свои позиции в новом подразделении международной сети, а фирма сменила название на Ketchum.

В марте 2022 г. было принято решение о выходе глобальной сети Omnicom Group из акционерного капитала ООО Кетчум Маслов и передаче доли со-основателям и партнерам московского офиса сети Ketchum Михаилу Маслову и Сергею Чумину.

Контакты для СМИ:

Павел Цой
+7 926 879 8252
pavel.tsoy@maslov.agency

Инна Романова
+7 916 752 9840
inna.romanova@maslov.agency