

Промышленный гигант заплатил фрилансеру за логотип 15 тыс. рублей

«Промышленные силовые машины» провели ребрендинг за небольшую сумму

Автор: Анна Вовнякова

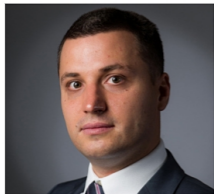


Российское машиностроительное и инженеринговое предприятие «Промышленные силовые машины» (ПСМ) провело ребрендинг. В связи с глобальными изменениями в структуре, системе работы и продуктовой линейке компания решила обновить логотип и фирменный стиль. ПСМ не стало обращаться к агентству - автора символа для крупного промышленного производителя нашли на открытой платформе для фрилансеров. За 15 тыс. рублей.

История "Промышленных силовых машин" началась в 2005 году, когда 25-летние маркетологи завода «Автодизель» Андрей Медведев и Александр Сальников решили построить собственный бизнес - доводить до ума дизель-генераторы. После продажи за первый год 165 дизельных установок стартап нацелился на выполнение сложных инженеринговых проектов, реализовывал крупные заказы для Газпрома и Роснефти.

В 2009 году компания вышла на международную арену и выполняла проекты для Азербайджана, Ливии, Эфиопии и других государств. Сейчас ПСМ - крупное машиностроительное предприятие, которое производит электростанции, насосные установки, силовые приводы и спецоборудование на базе дизельных двигателей, выступает в качестве ЕРС-подрядчика по созданию комплексных энергетических объектов.

С 2010 года и по сегодняшний день «ПСМ» с долей 24,4% занимает первое место по выпуску дизельных электростанций в России. Офис компании расположен в Ярославле, а два завода находятся в Ярославской области. Как рассказал Sostav.ru генеральный директор компании, причиной для ребрендинга стали разрозненные мнения клиентов, партнеров и сотрудников о целях, ценностях и отличиях "ПСМ" от конкурентов.



Андрей Медведев, генеральный директор компании "ПСМ"

За 10 лет работы на машиностроительном рынке ПСМ превратилась из региональной инженеринговой компании в производителя всероссийского масштаба. Изменилось все: продуктовая линейка, качество оборудования, внутренняя структура и система работы, уровень клиентов, партнеров и задач.

Имя «ПСМ» стало узнаваемым, а вот бренд и образ компании получились размытыми. Небольшой опрос, проведенный среди клиентов, партнеров и сотрудников нашей компании показал, что логотип и стиль уже устарели и требуют обновления. задач.

В основу обновленной концепции бренда предприятия легли ответы, полученные при анкетировании, а также результаты «мозгового штурма» с топ-менеджерами компании. Новая концепция отражена в сообщении: «ПСМ больше, чем завод». "Действительно, мы здорово отличаемся от шаблонного представления о заводе. Мы производим реальный продукт, который необходим людям", - говорит руководитель.

Концепцию должен был поддержать и обновленный логотип, разработку которого топ-менеджеры не доверили дизайн-агентству, ссылаясь на неэффективный опыт обращения к специалистам. По словам гендиректора "ПСМ", предложенный командой вариант не оправдал ожиданий руководства и не отражал основные принципы компании.

Поэтому "ПСМ" решили провести эксперимент - отдали логотип на **аутсорсинг** в рамках виртуальной фриланс-площадки godesigner.ru, посчитав, что такой формат работы позволит получить многосторонний взгляд и расширить представление о компании. За создание символа компания предложила специалистам награду в размере 15 тыс. рублей.

"В предварительно подготовленном техническом задании мы описали «ПСМ» и ее основные преимущества, а также требования к логотипу. Было решено, что между старым и новым лого обязательно должна быть связь, преемственность. Поэтому главным требованием было сохранение букв ПСМ в логотипе, а также близкое цветовое решение. В результате мы получили более 100 разнообразных вариантов, из которых выбрали лучший", - рассказывает Андрей Медведев.



Новый логотип



Победителем конкурса и автором нового официального логотипа "ПСМ" стала некая Ольга С. Разработанный символ сохранил прежнее цветовое решение и черты, и в то же время приобрел новые. В знаке появился элемент в виде цифры «1», который отражает стратегическую цель компании быть первыми во всем: в разработке продуктов, внедрении решений, технологиях и развитии.

По словам гендиректора, процесс изменений в компании будет происходить постепенно. Проведенный ребрендинг должен помочь компании соответствовать скорости изменений и рынка, четко определить идеи, свойства и качества, отличающие ПСМ от других производителей.