



**БРЕНД В КРИЗИС: ПОЧЕМУ ЕГО СТРОЯТ,  
КОГДА ВСЕ СВОРАЧИВАЮТ**



## **СТАНИСЛАВ ФУРСОВ**

Директор по бренду и креативу

**Банк ДОМ.РФ**

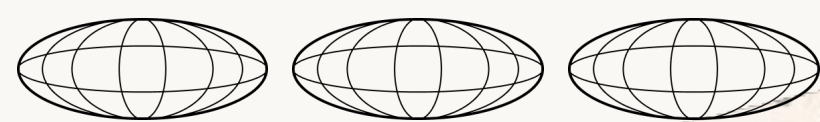




# ПЕРФОМАНС ВЫИГРЫВАЕТ КВАРТАЛ. БРЕНД ВЫИГРЫВАЕТ ЦИКЛ.

На горизонте квартала – экономия.

На горизонте бизнеса – ошибка.

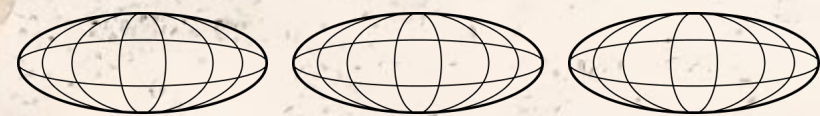




**ДВА КРИЗИСА.  
ОДИН ВЫВОД.**

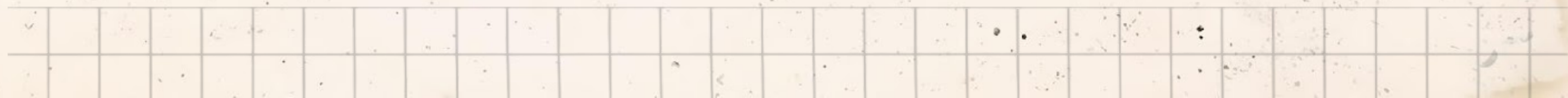


**ПЕРФОМАНС ПРОДАЕТ СЕГОДНЯ.  
БРЕНД РЕШАЕТ, ВЫБЕРУТ ЛИ ВАС  
ЗАВТРА.**





# БРЕНД СТАЛ МЕНЬШЕ БИЗНЕСА

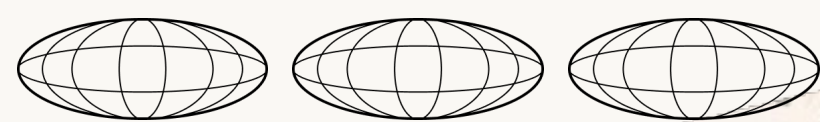




**В КРИЗИС РЫНОК  
ПЕРЕСТАЕТ ПОДБИРАТЬ  
АКТИВЫ ПОД НОГАМИ**



**«ДОЖДЕМся  
СТАБИЛИЗАЦИИ» =  
НЕ СДЕЛАЕМ НИКОГДА**





# FRANK RG:

## ЗНАЧИМОСТЬ ПРИ ВЫБОРЕ БАНКОВСКОГО ВКЛАДА

47,2 %

БРЕНД

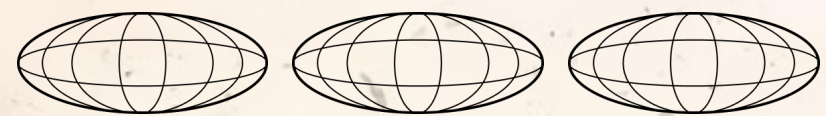
22,9 %

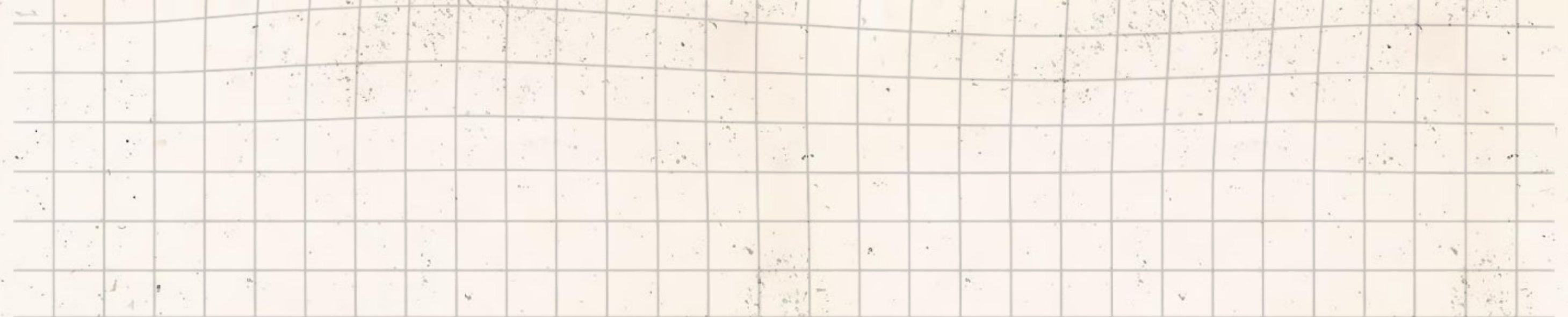
СТАВКА

4,3 п.п.

К СТАВКЕ НУЖНО КОМПЕНСИРОВАТЬ  
СЛАБОМУ БРЕНДУ ДЛЯ КОНКУРЕНЦИИ  
С СИЛЬНЫМ БРЕНДОМ

Источник: исследование Frank RG «Вклады  
и накопительные счета в России», апрель 2026





**КЛИЕНТ, ПРИШЕДШИЙ НА  
СТАВКУ, – АРЕНДОВАННЫЙ  
КЛИЕНТ**



**БРЕНД ПОД НИЗКУЮ  
СТАВКУ СТРОИТСЯ  
ВО ВРЕМЯ ВЫСОКОЙ**





# ПОСМОТРИТЕ НА СВОЮ КАТЕГОРИЮ

**1** КАКАЯ ТЕРРИТОРИЯ В ВАШЕЙ КАТЕГОРИИ УЖЕ  
ОСВОБОДИЛАСЬ – И КТО ЕЁ ЗАЙМЁТ, ЕСЛИ НЕ ВЫ?

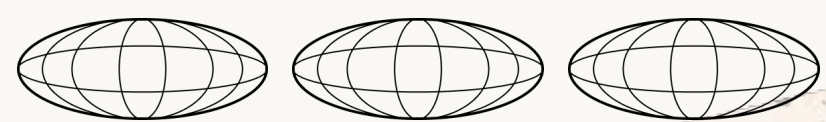
**2** НЕ СТАЛ ЛИ ВАШ БРЕНД МЕНЬШЕ ВАШЕГО БИЗНЕСА?

**3** СКОЛЬКО ВЫ СЕГОДНЯ ПЕРЕПЛАЧИВАЕТЕ ЗА  
КАЖДОГО КЛИЕНТА – ПОТОМУ ЧТО ЕДИНСТВЕННЫЙ  
ВАШ АРГУМЕНТ – ЦЕНА?





ПЕРФОМАНС  
ВЫИГРЫВАЕТ КВАРТАЛ.  
**БРЕНД ВЫИГРЫВАЕТ  
ЦИКЛ.**



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



**СТАНИСЛАВ ФУРСОВ**

ДИРЕКТОР ПО БРЕНДУ И КРЕАТИВУ

**Банк ДОМ.РФ**



@STANFURSOV