

Брендинг в **b2b**  
компаниях — роскошь  
или необходимый  
инструмент



# АНДРЕЙ КОСТЮК



Основатель  
**Brandy.studio**

Эксперт АБКР  
Член Союза дизайнеров России  
Член СПбТТП

## BRANDY.STUDIO

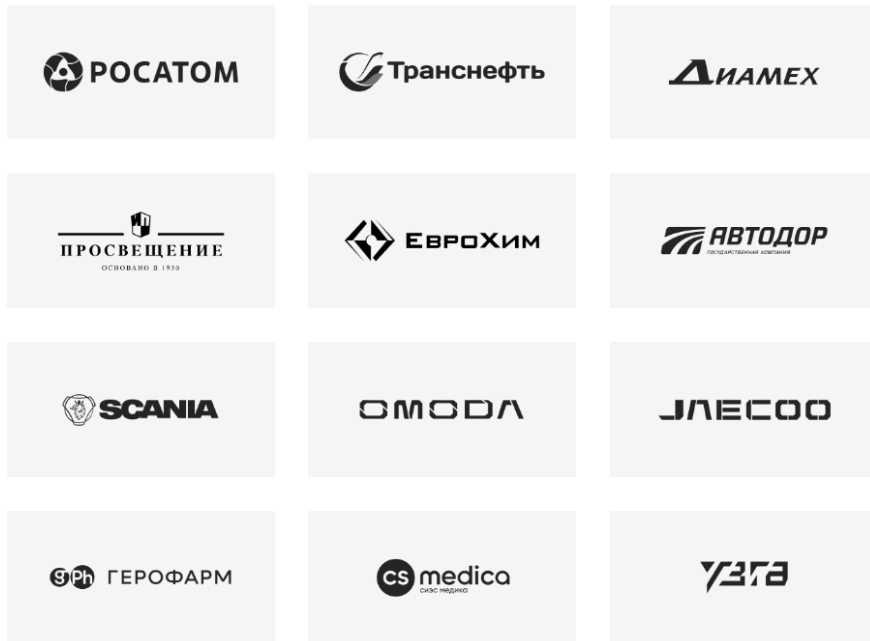
*брендинг для корпораций  
и лидеров рынка*

мы становимся лучше уже

воплощенных идей более

10<sup>лет</sup>

100<sup>тб</sup>



«У нас **B2B!**  
Брендинг не нужен.  
Клиенты выбирают по цене  
и функционалу»

*и вообще все решается не так, как вы думаете*



**Брендинг** — это  
не инструмент.  
Это выбор





**Брендинг** — это  
не инструмент.  
Это выбор



Выбор **стать**  
**образом**, а не просто  
компанией





**Брендинг** — это  
не инструмент.  
Это выбор



Выбор **стать**  
**образом**, а не просто  
компанией



Выбор, который  
требует определённого  
состояния **духа**

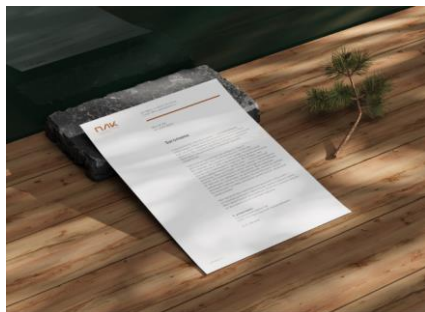
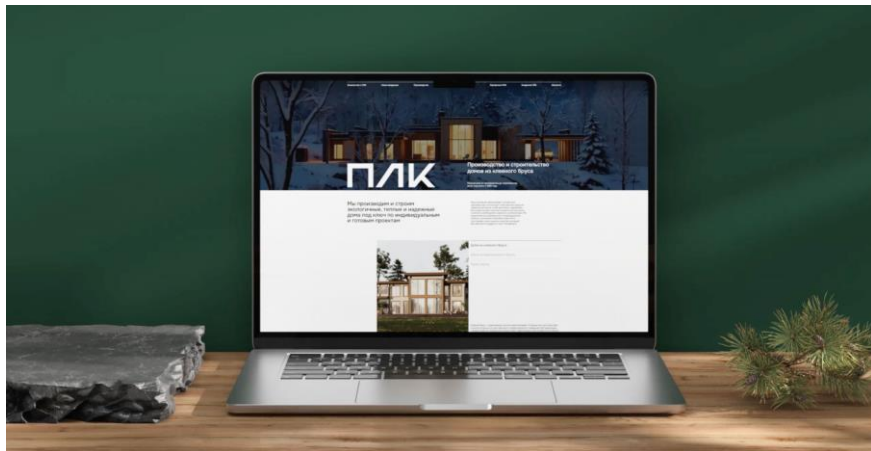




Что такое **бренд**  
в **b2b**?

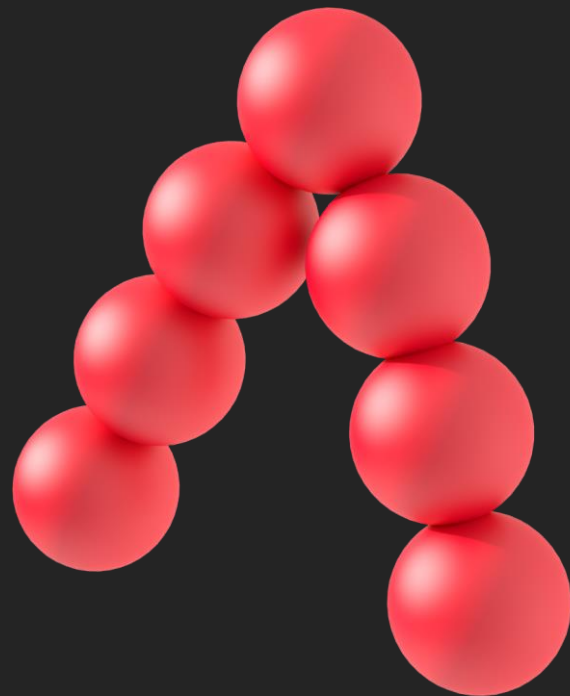


**«Бренд — это живая экосистема  
СМЫСЛОВ, которая работает 24/7  
во всех каналах коммуникации  
и создаёт измеримую ценность сразу  
для трёх сторон: клиентов, сотрудников  
и руководства.»**





# Плюсы для **КЛИЕНТОВ**



# Деньги

**Бренд**  
= деньги

**BRANDY**  
.studio

**+18%**

к стоимости товара или услуги

*BCG, 2023*

# *Узнаваемость*

**Бренд**  
= узнаваемость

**BRANDY**  
.studio

**+30%**

скорость попадания в шорт-  
листы закупщиков

# *Лояльность*

**Бренд**  
= ЛОЯЛЬНОСТЬ

**BRANDY**  
.studio

**+27%**

удержания клиентов в кризис

*BCG, 2023*

# Падение доверия

BRANDY  
.studio

# -42%

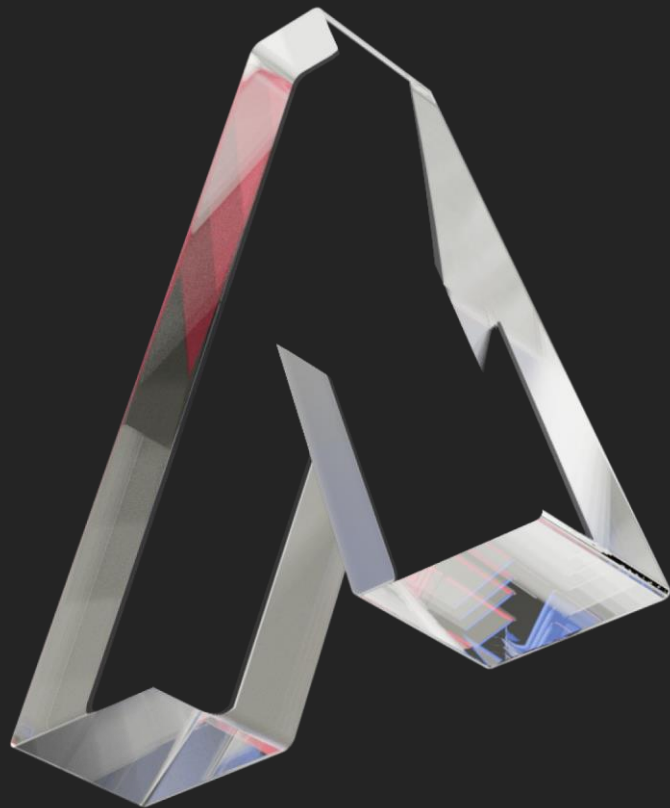
при несоответствии визуала  
заявленным ценностям

*McKinsey, 2024*

Бренд превращает  
сложный выбор  
в ***простое решение.***



Плюсы  
для **сотрудников**



# Ценности

# Соответствие ценностей

# 63%

соискателей сравнивают  
принципы и ценности компании  
со своими убеждениями

*LinkedIn Workplace Culture  
Report, 2023*

# Гордость

# Гордость сопричастности

# +40%

упоминаний компании  
сотрудниками в социальных  
сетях

# Репутация

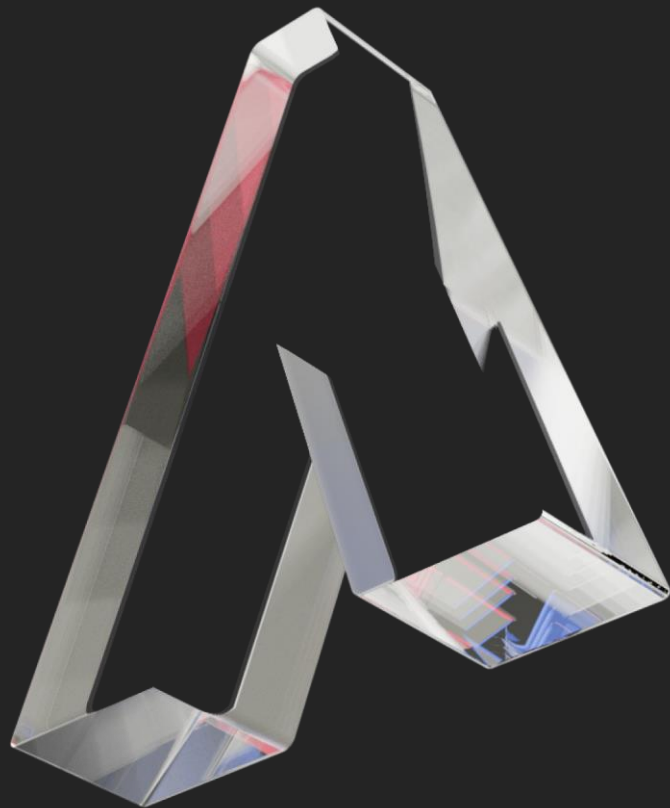
# 78%

сотрудников в компаниях  
с сильным брендом считают,  
что работа там повысила  
их рыночную стоимость

Бренд превращает  
работу ***В СМЫСЛ.***



Плюсы  
для ***руководства***



# *Время*

# Скорость СОГЛАСОВАНИЯ

# —30%

время принятия решений  
при запуске новых продуктов

*McKinsey & Company, 2024*

# Люди

# Затраты рекрутинга

# -43%

у компаний с выстроенным  
работодательским брендом

*LinkedIn Workplace Culture  
Report, 2023*

# СТОИМОСТЬ

# Стоимость при продаже

# +23%

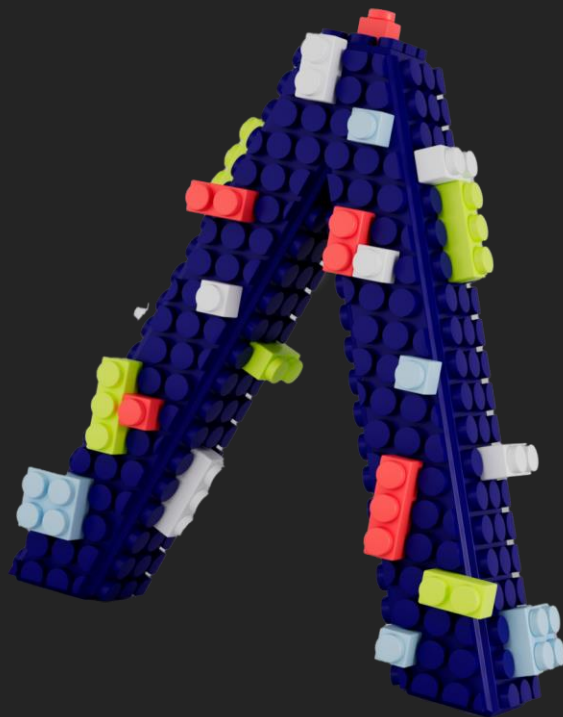
платит за доверие, которое  
бренд уже построил на рынке

*Harvard Business Review*

Бренд это не расходы.  
Это ***инвестиция***  
***в будущее вашей***  
***компании.***



Операционная  
**ЭФФЕКТИВНОСТЬ**



**Пример:**

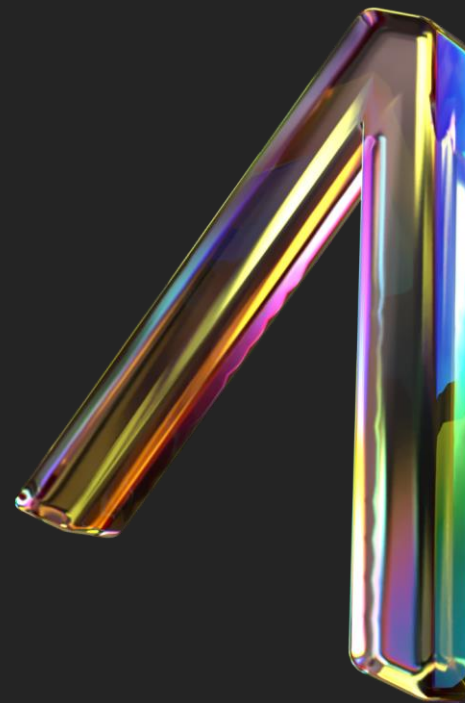
**BRANDY**  
*.studio*

Корпоративная экосистема  
с **450+** организациями.



<b>Метрика</b>	<b>Результат</b>
Узнаваемость бренда	<b>+33%</b>
Время согласования материалов	<b>-70%</b>
Стоимость лида	<b>-18-22%</b>
Скорость попадания в шорт-листы	<b>+30%</b>

Единая система позволяет  
сотням организаций  
говорить на **одном языке**,  
не теряя индивидуальности.



---

**«Минусы»**  
бренд-стратегии



Требует **долгосрочного планирование** (бренд работает на десятилетия, не на квартал)





Требует **долгосрочного планирование** (бренд работает на десятилетия, не на квартал)



Требует **желания создавать и отличаться** (смелость заявить: «Мы делаем иначе»)





Требует **долгосрочного планирование** (бренд работает на десятилетия, не на квартал)



Требует **желания создавать и отличаться** (смелость заявить: «Мы делаем иначе»)

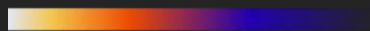


Требует **веры в себя и свою организацию** (без веры бренд – просто картинка)



Это не недостатки.  
Это условия для  
получения **ПЛЮСОВ.**

**BRANDY**  
*.studio*



***ИТОГ***

# Плюсы

**+30%**

скорость в шорт-листах

**+27%**

удержание в кризис

**+18%**

стоимость товара

**-30%**

время принятия решений

**-43%**

затраты на рекрутинг

**+23%**

стоимость при продаже

# «Минусы»

1/

**Долгосрочное  
мышление**

2/

**Желание  
отличаться**

3/

**Вера  
в себя**

***Бренд – это выбор.***  
Выбор стать образом.  
Образом на который  
будут ровняться.



# АНДРЕЙ КОСТЮК

BRANDY  
*.studio*



Напишите для **диалога**,  
не для продаж