

От автора

Если вам в какой-то момент показалось, что многие, все или большинство читателей знают, чем вы занимаетесь в жизни, в какой профессии преуспели и чем конкретно можете быть полезны обществу, то вы ошибаетесь.

В связи с этим я кратко представлюсь и опишу круг своих интересов, обязанностей и возможностей.

Итак, моё имя Табриз Шахиди (и в имени, и в фамилии – ударение на последний слог), я таджик, фамилия – персидская (вспомните Рудаки, Фирдоуси). Живу и работаю в Москве. По образованию пианист. Более 25 лет занимаюсь организацией частных и корпоративных праздников, а также публичных мероприятий с участием артистов российской и зарубежной эстрады; 20 лет возглавляю компанию «Империя Музыки»; 17 лет занимаюсь менеджментом артистов.

Поясню: **менеджмент артистов** – это, в переводе на совсем простой, понятный для обывателей язык, **помощь в обеспечении финансового комфорта в рамках творческой самореализации артистов**. В моём случае – продажи. Я, будучи директором телеведущих, артистов и актёров, являюсь эксклюзивным представителем эскадрона топовых селебрити и продаю их таланты и умения на события и в рекламу.

Иными смыслами, если вы обратились в любое агентство за Екатериной Скулкиной, Мишей Галустяном, Лерой Кудрявцевой, Леонидом Ярмольником и Игорем Верником (чтобы они провели ваши корпоратив/свадьбу или отрекламировали ваши продукт/услугу в своих соцсетях), или за Тиной Канделаки и Сергеем Минаевым (выступить на форуме или рассказать про ваш бренд на весь мир, став амбассадорами), то любые посредники, представители брендов, свободные агенты, «знакомые люди», друзья, подружки, которые вспомнили или раздобыли мобильный телефон артиста, а также аферисты, возомнившие себя великими тузовщиками с личными мобильными звёзд, будут отправлены ко мне как к единственному представителю артиста/телеведущего/актёра.

Не теряйте время!

У любого очень богатого человека или HR/PR/маркетинг-директора крупной компании (и у большинства консьерж-служб)

в активе тот, кто днём и ночью готов включить все свои ресурсы и создать праздник завтра/послезавтра или через неделю. **Персональный ивент-гуру** через минуту после получения заявки ответит на вопрос, смогут ли завтра на дне рождения клиента выступить Арбенина, Билан, Клава Кока, Басков, Михайлов, Гагарина, Агутин или Киркоров.

Для своих клиентов и дружественных агентств я – та самая неотложка, тот самый Человек-паук, который приходит на помощь в экстренных ситуациях, и к которому обращаются в период, когда до мероприятия достаточно времени для обстоятельной подготовки. Скорая Артистическая Помощь.

Моя профессия – создатель совершенных механизмов для идеальной коммуникации между клиентами и артистами. Мой девиз: жёсткий PR, как основной инструмент увеличения КПД.

Успех – это натянутая тетива, тяжелейший марафон длиной в десятки лет и сумасшедшая ответственность за каждое слово, каждый шаг. Успех – это умение собрать вселенную вокруг себя и себя размножить во вселенной.

Успех – это тяжёлая работа без единой возможности расслабиться, уехать отдохнуть, забыть обещания, выключить телефон. Успех – это выглядеть безупречно всегда, несмотря на возраст, уровень благосостояния. Не более пяти часов сна каждый день на протяжении многих лет.

Успех – это смелость, такт, решительность, вкус, обаяние; доброжелательность, но не мягкотелость, филигранное умение оградить себя от людей и дел ненужных, а других любить так, чтобы одна мысль о вас каждый день заставляла их чувствовать себя счастливыми. Но чтобы хватало сил и смелости «послать» иных открыто, прекратив всяческое общение.

Успех – это когда ты ходишь и водишь автомобиль медленно (быстро ходят студенты и официанты), а обязательства свои выполняешь молниеносно, точно, полностью отдав себя профессии и своим проектам. Успех означает, что ты на правильном пути.

Успешных людей много. Их становится всё больше. Я несказанно рад, что многие из них окружают меня.

Для кого эта книга?

- Если вам интересна жизнь и работа организатора мероприятий – вы узнаете многое о том, как сделать праздник незабываемым.
- Если вы собираетесь изучить, как работает индустрия развле-

чений, селебрити-менеджмент и что потребуется для того, чтобы когда-нибудь стать её частью, – вы сделали правильный выбор.

- Если вы молоды и только начинаете свою карьеру певца, поэта, музыканта, пиарщика, маркетолога, менеджера артиста, то в российском сегменте нет более полезного контента и контакта.

Ну и самое важное: этот труд посвящён самым талантливым, красивым, достойным, доброжелательным, открытым, душевным, самокритичным, честным, справедливым, строгим, любимым, весёлым, работоспособным людям. Во всяком случае, я ради этого живу и работаю!

Надеюсь, буду полезен вам этим кропотливым трудом, своими мыслями о российском ивент-бизнесе, селебрити-менеджменте и букинге артистов.

Знающие люди говорят

«...Самый профессиональный менеджер в российском бизнесе мероприятий, который опередил развитие индустрии на многие годы и так высоко поднял планку, что большинству конкурентов её просто не разглядеть.

Быть тобой очень сложно. Прежде всего потому, что ты очень строг к себе, и такую требовательность я мало у кого встречала. И, начав с себя, ты имеешь право быть требовательным и к тем, кому повезло работать вместе с тобой.

Оптимист, порядочный человек, успешный бизнесмен и прекрасный семьянин, ты удивительным образом соединяешь в себе большое количество замечательных качеств. Твоя невероятная порядочность является для меня одной из главных характеристик, позволяющих мне называть тебя не только партнёром, но и другом.

Да, порядочность, друг мой, – это уже атавизм; и личностей таких практически не осталось. Тем круче быть одним из редких людей, которым я могу доверить свою репутацию, имя и деньги, зная, что вместе с тобой всё это будет сохранено и приумножено.

Если бы можно было дать премию или отметить человека как лучшего в своей работе, то это, наверняка, был бы Табриз Шахиди



| Тина Канделаки

по одной простой причине: потому что порядочность и профессионализм, помноженные на глубокое знание культуры, образованность, интеллект, скорость, достоинство, на сегодняшний день являются настолько редкой совокупностью качеств в одном человеке, что я не знаю, какие ещё дифирамбы написать, чтобы передать даже частичку того отношения, которое я испытываю к тебе, мой дорогой друг...»

Тина Канделаки

«...Табриз Шахиди, глава конторы “Империя Музыки” и мой кореш, значит для тех деятелей разной степени известности (включая меня), чьи дела он ведёт, больше, никак не меньше, по крайности, чем повитуха в баснословные времена значила для рожениц.

У Табриза Шахиди не бывает подлейшего состояния духа – или, когда такая пренеприятная история с ним случается, он, как и я, никогда и ни за что этого не покажет.

Мир, по Гейне, “пылает трагедийным огнём”, однако этот парень – доподлинный живчик, как наш с ним друг, Коля Басков, он являет собой архетип, который называется “существо образцовой жизнерадостности”.

Как у его старшего товарища Владимира Соловьёва, телерадиодемиурга, у Шахиди органическая аллергия на глупость, беспорядок и лень.

Мир Табриза Шахиди кажется герметичным, но он открыт чужим горестям, его жажда жизни так же непомерна, как желание совершенствоваться, как тяга к вожделенной благодати, которая нисходит только на неистовых. Он “поёт без подражаний, без нарочной мысли”; у него есть все качества, чтобы сделаться колоссом.

Скорее Земля опрокинется, чем такой Шахиди, каким я его знаю и люблю, хоть когда-нибудь, хоть от чего-нибудь впадёт в уныние; нам с ним это состояние представляется, если без мата, неприличным.

Соблюдает режим, вскакивает, как я, горошком чуть свет, благоговееет перед заслуженными артистами (самые заслуженные ему благоволят и доверяют) и не употребляет в обществе срамных слов.

Генеральное достижение Шахиди в том, что наш шоу-бизнес, в котором макабр переплетён с фарсом, обрёл мотор, и я желаю Ему именно вот этого: чтобы Он не впускал в свою жизнь ни макабра, ни фарса.



| Екатерина Скулкина

Надо быть не совсем человеком, чтобы не пожелать парню, не утратившему в боях за успех человеческий облик, светозарной жизни...»

Отар Кушанашвили

«...С артистами работают директора, а со звёздами работает Табриз.

Если бы тебя можно было клонировать, то это непременно стоило бы сделать. Так хочется, чтобы таких людей, как ты, было больше. Но боюсь, что даже две, пять, двадцать, сто копий не справились бы с тем объёмом задач, которые ты так легко и изящно решаешь. Ты обладаешь уникальными качествами, которые позволили тебе выйти на недостижимый уровень и держать его столько лет в любом деле, за которое ты берёшься.

Многозадачность – твой конёк. Здоровая педантичность во всём – твой козырный туз. Нестандартное видение любой ситуации – твоя секретная оптика. Человечность и способность всегда протянуть руку помощи – твоя миссия, добровольно принятая на себя. Философский взгляд на жизнь – твоё тайное увлечение. А твои харизматичность и обаяние делают тебя совершенно неотразимым, даже когда ты отражаешься в зеркале.

Обнимаю, мой дорогой друг...»

Екатерина Скулкина

«...Табриз Шахиди наделён чуткостью к Слову. Это обыкновенно для мыслящих людей, а он – истый мыслитель; он равнодушен, и он – я именно за это его люблю – очень болеет за тех, к кому привязан, к кому лежит душенька его, разом таджикская и европейская; он не отступает от идеалов своих, своих принципов.

В Табризе нет, как, например, во мне, ничего от Оззи Осборна – он аристократических кровей; его экзистенция – это экзистенция парня, у которого от рассвета до заката есть чёткий план.

Напрямую я его не спрашивал, но, кажется, он знает, что драматический релятивизм никто не отменял, и Слава, и Успех не тождественны Счастью. (Мне ли, горемычному пройдохе, этого не знать.) Но иногда случается и такое: есть Успех, и Человек счастлив.

В первую очередь потому, что занимает своё место, потому что равен себе, потому что не ждёт милостей, а сам их конструирует.

Впереди – марафон, но у этого парня поставлены дыхание и техника.

Он добежит.

Вот там мы с ним и встретимся, и сверим часы, и проверим пульс, и он, есть такое подозрение, тут же побежит дальше...»

Отар Кушанашвили

«Уважаемые претенденты-организаторы моих мастер-классов! Пожалуйста, подпишитесь на телеграм-канал @TabrizSuper – более вменяемой и прямолинейной информации про взаимоотношения местных организаторов публичных мероприятий и команд звёзд вы не найдёте нигде. Прочитав посты этого канала, вы точно найдёте ответ на вопрос “А почему региональный директор Эвелины нам даже не отвечает?” И примечание: это не реклама, не взаимный PR, а Табриз – не мой агент».

Эвелина Хромченко

«Есть люди, в работе которых уверен на 200 процентов. Спасибо, Табриз, за то, что ты именно такой редкий человек».

Александр Олешко

«...Табриз Шахиди – гуру отечественной ивент-индустрии, который работает с самыми популярными артистами нашей страны. Я очень рада, что мне довелось сотрудничать с Табризом! Ведь если он организует мероприятие, то это всегда надёжно и красиво...»

Алла Михеева

«И хоть я один из немногих, кто ещё не рекрутирован – держусь из последних сил – в мощную Армию звёзд его гигантской “Империи”, не перестаю восхищаться профессионализмом и человеческими качествами “того самого Табриза”».

Андрей Разыграев

«Когда твой директор может решить даже то, о чём ты не успеваешь подумать! Табриз, спасибо! Мы дарим людям праздник, когда ведём мероприятия, но сами, благодаря тем, кто заботится о нас, получаем не меньшее удовольствие».

Оскар Кучера

«... Артист на сцене – это верхушка айсберга. До этого проводится огромная работа людьми “невидимого фронта”. Всегда рад работать с настоящими профи! Табриз, нас ждут великие дела!»

Валерий Меладзе

«Табриз – большой профессионал и невероятный тёплый воспитанный в лучших традициях человек. Я очень дорожу нашей дружбой, мой брат. Спасибо твоей семье за твой такт и преданность твоему делу. Для меня всегда большая радость тебя видеть, потому что ты – родная душа, человек порядочный, позитивный, светлый, творческий. Ты – музыка, и ещё с ясными мозгами, таких людей очень мало. Ты делаешь любимое дело, в котором абсолютно уверен и которое прекрасно знаешь, гораздо лучше, чем большинство артистов. Если бы таких, как ты, было больше, – притом в любой среде, в любой профессии – конечно же, наша жизнь была бы гораздо лучше, гораздо добрее, гораздо красивее и обязательно мирной».

Сосо Павлиашвили

«Когда “попадаешь” в его руки, когда его внимание на гастролях сосредоточено на артисте, можно забыть обо всём. Как ему удаётся молча создавать атмосферу абсолютного комфорта и заботы – понять невозможно. Удивительные ощущения!»

Михаил Галустян

«Промоутер, проверенный временем!»

Валерий Сюткин

«Это Т-34 русского шоу-бизнеса, только с компьютерным управлением. Несокрушимость танка в сочетании с патологической порядочностью. Табриз, таких больше нет, это “Красная книга”! Горжусь, что знаком лично».

Эрнест Мацкявичюс

Рецензии на телеграм-канал Табриза Шахиди от подписчиков

Я благодарю каждого высказавшегося за то внимание и скрупулёзность, с которой они подошли к написанию рецензий, и хочу, чтобы читатели познакомились с этими замечательными талантливыми людьми.

Екатерина Васильева, директор по PR и рекламе, «МОИ БИЛЕТЫ.РФ»:

«...Он раздражает своей прямолинейностью и восхищает профессионализмом. Жёсткий перфекционист, превративший своё хобби в эдакий #todolist для всех причастных к ивент-индустрии.

Теоретические и практические знания, наблюдения, дисциплина, коммуникации и, наконец, объективная критика, разбивающая вдребезги узколобость любой причастной к концертной деятельности стороны, – всё это многолетний опыт и тернистый путь Табриза Шахиди, доступный к прочтению и анализу прямо сейчас...»

Дарья Щур, хореограф, журналист:

«...Здесь вы найдёте максимум полезной и грамотной информации, которую сможете применять в своей работе. Это огромный багаж знаний и личного опыта человека, который сотрудничает и работает со множеством эстрадных артистов. Обязательно найдёте подсказки и ключи к созданию успешного бизнеса...»

Евгения Фокина, юрист, маркетолог:

«...Проект уверенно претендует на роль наставника для новичков: журит, направляет, делится жизненным опытом, при этом сохраняя приятельскую атмосферу повествования.

Мудрый и уверенный мужской слог со стойким ароматом успеха не оставляет равнодушными, превращая “прохожих” и профессионалов в добрых постояльцев, которые всегда возвращаются!

Сквозит во всём этом атмосфера утреннего кофе за чтением нью-йоркского The Times.

Эдакое послевкусие успеха, открывающее новые коммерческие ивент-горизонты...»

Лия Оганова-Саакян, тележурналист, ведущая мероприятий:

«...Дневник человека, которого считают незаменимым десятки звёзд первой величины, в том числе – лучшие эстрадные артисты, мэтры отечественной журналистики, актёры театра и кино и признанные гении мировой классической музыки.

Хлёстко и метко о закулистье ивента, щедро и без купюр о своём многолетнем опыте в топе индустрии. Бескомпромиссная правда о тонкостях искусства мира торжеств от лучшего импресарио страны с железной репутацией...»

Ольга Даллакян, зам. главного редактора ГАУ «Клинское информ-агентство МО»:

«...Уникальная экспертиза, абсолютная клиентоориентированность, профессионализм – секрет успеха тех, кто хочет работать и зарабатывать в современном мире. Именно эти ценности декларирует Табриз Шахиди.

Тексты автора канала способны не только давать пищу для размышлений и действий всякому недюжинному пытливому уму, но и образовывать, воспитывать, открывать новые профессиональные горизонты любому человеку, интересующемуся бизнес-процессами, развитием музыкального искусства и личностным ростом...»

Ксения Башлай, бизнес-консалтинг, СНГ–Китай:

«...Если вы профессионал или начинаете покорять ивент-бизнес, особенно с амбициями на звёздных артистов на ваших мероприятиях, то канал @TabrizSuper – это ваша главная настольная книга, Библия, учебник. Называйте как хотите, но к прочтению с самого начала и подробному пересказу – рекомендовано! Аксиомы успешного менеджера, реальные кейсы и секреты успеха здесь! Всё гениальное просто, но не все приходят к этому самостоятельно.

Удивительно, но столько элементарных вещей, которые я не использовала в своем бизнесе раньше, сегодня умножают мой доход, повышают лояльность клиентов и раздражают конкурентов!

Спасибо, Табриз! Вы – супер!

Ах да, важно запомнить: тендеры – это зло...»

Мой путь

Шахиди – профессиональные музыканты. Мой отец, Толибхон Шахиди, окончил Московскую государственную консерваторию им. Чайковского, класс композиции Арама Хачатуряна, – и сейчас, являясь мастером своего дела, продолжает традиции советской композиторской школы. Мой дед, по сути, основоположник таджикской академической симфонической музыки. Мама Гульсифат – кандидат филологических наук, автор множества книг. Я – профессиональный пианист, учился в музыкальном училище при Московской консерватории и в Венской консерватории, гастролировал по Европе, становился лауреатом различных конкурсов.

Но что такое академическая музыка? Это высокое искусство, которому служишь, посвящаешь всего себя, всё свое время и силы. Чтобы быть пианистом номер один, ты должен играть по 5–6 часов в день, а иначе, я считаю, нет смысла даже садиться за инструмент. Данные, чтобы продолжать карьеру, во всяком случае по рецензиям педагогов и критиков, у меня были, но в определённый период мне потребовалось зарабатывать на кусок хлеба в буквальном смысле слова, днём и ночью, и я уже не мог отдавать музыке всего себя, как раньше. В 1997 году, по окончании Высшей академии музыки в Вене, я вернулся в Россию.

Жизнь пришлось начинать с нуля. Потенциала продолжать карьеру пианиста я уже не видел. Я принял очень тяжёлое для себя решение не в пользу профессии, которой отдал без малого 16 лет: пошёл в журналистику.

Забегая вперёд: в ту пору я не представлял себе, что создам крупнейший селебрити-менеджмент в России. У меня не было таких целей и амбиций. Сформировались в чёткие намерения они в тот миг, когда пошли первые успешные проекты. До того я брался за любую работу, которая хоть как-то была мне близка (речь о близости к искусству). Цель стояла – обеспечить минимум для выживания: аренда квартиры, еда, одежда; но я всё равно продолжал ходить на концерты классической музыки, мне интересно было писать о них. Довольно продолжительный период в качестве корреспондента я готовил репортажи из концертных залов для разных изданий, радиостанций и телерадиокомпаний. Моя мама Гульсифат тогда работала в филиале межгосударственной телерадиокомпании «Мир», созданной государствами СНГ, чтобы

не потерять культурную связь между нашими народами, – попросила своих московских коллег «приютить» меня, молодого, только что приехавшего из Австрии, человека, который внезапно решил сменить свою профессию, свою жизнь.

«Мир» находился буквально за соседней дверью с другой радиостанцией, будущей частью большого холдинга при Правительстве Москвы. С её главным редактором у нас завязалась дружба, и впоследствии я перешёл работать к нему.

Помимо журналистской работы и музыкального программирования радиостанции я выступал как продюсер авторских программ. Ежедневно в 21:00 в прямой эфир выходила передача «Звёздная гостиная» – там и началось моё знакомство с шоу-бизнесом: гостями были звёзды экрана, музыканты, композиторы, поэты, селебрити. Знакомство, приятельские отношения, укрепление связей с яркими талантливыми людьми в тот период явились отправной точкой, стартом, рождением меня как промоутера, событийного менеджера, организатора мероприятий и человека, отстаивающего интересы кумиров миллионов. Выстраивать диалог на равных и завоёвывать их расположение мне помогало в том числе и моё классическое образование – оно бесспорно даёт много преимуществ.

Параллельно в моей биографии появилась важная глава под названием «РокДержава» – большие фестивали, живые концерты артистов СНГ, которые мы организовывали вдвоём с моей коллегой по ТРК «Мир» и первым партнёром по бизнесу Виленой Арцруни. Для нас, двадцатилетних, «поднять» масштабный проект было чем-то невообразимым! И всё-таки мы его воплотили: находили деньги, спонсоров, нужных профессионалов, приглашали музыкантов. И даже выпустили два CD «РокДержава», собрание 1 и 2 с альтернативной, неформатной и этнической музыкой, которая не ротировалась на радио.

Таким образом мы проявляли уважение и внимание к музыкантам, которым чуждо было существование в мейнстриме (или их там не жаловали). Среди них была, в том числе, и Нино Катамадзе, нынешняя звезда этнической грузинской музыки. CD «РокДержава» был первым сборником, где появились треки «Ночных Снайперов» – тогда ещё единого дуэта Арбениной и Сургановой. Не могу безапелляционно заявлять, что именно мы с Арцруни открыли этих артистов для большой аудитории, но, надеюсь, что для них это был важный, полезный шаг в профессиональной карьере.

«РокДержава» – единственное в мире государство, созданное ради искусства.

Кстати, «Ночные Снайперы» выступали потом перед хедлайнером ещё одного большого концерта, который мы сделали в 1999 году на главной сцене Центрального парка культуры и отдыха в Москве. В нём участвовали 25 главных, на тот момент, артистов страны. Удалось нам такое глобальное мероприятие благодаря тому, что на волнах радиостанций нашего холдинга (при Правительстве Москвы) эти артисты были в горячей ротации.

» Любопытный факт, который отпечатался на всю жизнь в моей памяти. Я, выпускающий режиссёр концерта, перед главным, на тот период, хедлайнером вечера певцом Никитой поставил неизвестный тогда широкой аудитории дуэт. Арбенина и Сурганова с двумя гитарами в акустику «взорвали» огромную толпу зрителей, сыграв три песни. Но вышедший следом Никита, закрывавший концерт, должен был петь всего две!

Недовольный «унизительным» несоответствием (количеством песен) Айзеншпис подошёл ко мне с претензией и... получил жёсткий отпор. К своему стыду, я не узнал (или даже не знал тогда) Юрия Шмилевича. Слава богу, он не стал «закапывать» наглого юнца, и все закончилось мирно, а Никита, под ревуший хор двадцатитысячной зрительской аудитории, спел свои хиты «Улетели навсегда» и «Однажды».

Могу сказать, что профессия организатора событий, будь то публичные концерты или что-то частное, камерное, стала привлекать меня уже в период работы на радио. И у радиостанций, и у «РокДержавы» случались разнообразные ивенты: маленькие клубные концерты, где участвовали по 5–10 коллективов, и большие фестивали, подобные тому, что проходил в МДМ (Московском Дворце Молодежи) – свои концерты отыграли 15 коллективов из всех бывших республик Советского Союза. Я ещё не грезил мечтой о своём собственном бизнесе, но уже получал от всех этих процессов удовольствие. Ни с чем не сравнимый кайф от того, что я могу делать классные мероприятия для живой аудитории.

Вопросы подписчиков

@arzhaana_sanaa: *Что вы больше всего любите в своей работе, что вас когда-то зацепило в том, чем вы занимаетесь сегодня?*

– Общение и работа с людьми большого таланта, гениальными профи.

Кстати, основы финансовых отношений в фестивальных и кассовых концертах не имеют ничего общего с частными ивентами и корпоративными событиями. Да, в плане организации технического обеспечения и бытовых условий, выступление Гарика Сукачева на фестивале и на корпоративном мероприятии – одно и то же. Но путь к достижению цели (прибыли) иной. В первом случае надо вложиться (инвестировать) в звуковое и световое оборудование, в логистику, в наружную рекламу, анонсы на радио и телевидении, следом ожидать компенсацию от продажи билетов. На организацию корпоратива деньги от заказчика поступают моментально – и это тоже непросто, доверие надо заработать! Но ивентер ничем не рискует: ни средствами клиента, ни своими. При железобетонном условии, что делает он эту услугу на образцовом уровне, а отношение к чужим деньгам до безгливости чистоплотное.

В 2000 году я начал работать в офисе одного из гигантов мировой звукозаписывающей индустрии, международной компании Bertelsmann Music Group (BMG) – эксклюзивного дистрибьютора клипов и музыки западных суперзвёзд из каталога BMG. С ней сотрудничали все телеканалы, печатные и электронные СМИ. Этот период принёс мне бесценный опыт в public relations, рекламе и продвижении музыкальных продуктов.

Когда в рамках промоушн-туров западные артисты каталога BMG посещали Россию, мы, как маркетинг-департамент представительства большой транснациональной корпорации, обязаны были проводить PR-кампанию гастролей этих артистов, чтобы CD (компакт-диски), которые мы продаём, разлетались ещё большими тиражами. При этом организацией концертов занимались промоутеры (такие, как я сейчас), а наши обязанности заключались в работе со СМИ: интервью, пресс-конференции, фотосессии. Промоутеры разрешали нам Meet & Greet – встречу российского офиса BMG с «нашей» звездой, прилетевшей в Москву с сольным концертом. Как московское представительство звукозаписывающей компании, мы имели право встретиться с артистом и организовать

пресс-конференцию, в первую очередь приглашая туда журналистов лояльных к нам СМИ. А они, в благодарность за это, помогали нам продвигать, ротировать музыкальный продукт на телеканалах, радиостанциях, освещать в журналах, газетах, на страницах электронных СМИ в сети Интернет. Предельно прозрачная схема.

В 2003 году, параллельно с работой в VMG, я создал компанию «Империя Музыки» – с этого момента начался мой собственный путь в необъятную вселенную под условным названием «менеджмент артистов и ивент-индустрия».

Агентства в индустрии развлечений были, есть и будут, потому что на их услуги спрос велик. Организатор требуется для того, чтобы клиент (или его персональный ассистент, как это часто бывает) вернулся к своим непосредственным обязанностям в рамках профессии или бизнеса. Директор артиста (которому по обычаю пытаются звонить клиенты) никогда не будет заниматься подготовкой гримёрки, обеспечением звукового оборудования, кейтерингом, декорациями, организацией парковки. Иногда – точнее, почти всегда – бонвиван жадничает, пробует обойтись своими силами, без посредника, не платить 5–10% агентского вознаграждения. Но как только ему переадресовываются вопросы по сценарию (для ведущих), бытовым спецификациям и звуковым райдерам, заказчик понимает, что сподручнее заплатить эти деньги организатору, чем разгребать возможные казусы вплоть до отмены выступления артиста. И стоит ли мизерный профит таких потерь? Причём, обычный человек не заметит и не сможет предусмотреть того, что профессиональный устроитель сделает легко, безукоризненно, не напрягаясь.

Подумайте ещё вот о чём: клиент в любом случае хочет, чтобы артист к нему относился позитивно, по-доброму, открыто, чтобы не проблемой было подойти и сказать: «Можно сфотографироваться?», а в ответ услышать: «Конечно, да!» И вот забавный момент: если бы организатор и директор не обеспечили его, артиста, комфортом, он клиенту ответил бы иначе. Или убежал бы сразу, выступил – и в гримёрку, ни с кем не общаясь дружелюбно. У него не было бы настроения. Да, он бы отработал свой сет 45 минут и умчался, не проронив никому и доброго слова.

Для чего нужны менеджеры артистов, организаторы на мероприятиях? Для того, чтобы артист отдал всего себя аудитории! Это не вопрос денег, поверьте, клиент уже оплатил райдер. А я знаю,

как сделать «праздником в празднике» само пребывание артиста на площадке, и, конечно, он будет с огромным удовольствием отвечать хозяину праздника на любой его запрос вплоть до дополнительной песни, до поздравления со сцены. Вот что важно.

Со стороны кажется, что работа организатора событий – это пустяк, кайф, удовольствие. На практике выходит, что требуются навыки, умения, внимательность, трудолюбие, симпатия и очень, очень серьёзные знания. Их не получить в одну секунду.

Когда «Империя Музыки» начинала свой путь в истории российского шоу-бизнеса и событийного маркетинга, особо и прочитать об этом было негде, книг об индустрии не существовало. Информация из немногочисленных источников – переводы западной литературы на эту тему – никакого отношения к российской индустрии развлечений не имела.

Буквально «по кирпичику», организовывая мелкие вечеринки и концерты, мы с командой «Империи Музыки» возводили свои первые «башни». Затем постепенно выстраивали из них и «города». Это многолетний ежедневный труд, результаты которого вряд ли ожидаемы спонтанно, внезапно. Где-то мы предоставляли кавер-группы для концертных номеров, где-то – работу не очень известного ведущего... Или организовывали маленький ивент в ресторане. Мизерная отработка, которая в нашей нынешней «китайской стене» – буквально один крошечный, но очень гордый кирпичик, очень важный мазок цемента.

Первыми клиентами становились друзья, знакомые, родственники – так это обычно и бывает. Никак иначе не получится начать свою карьеру в индустрии развлечений. Ни договоров, ни банковских перечислений и счетов, очевидно, тогда не имелось, все было на доверии и за наличные деньги.

Представлять интересы артистов я тоже стал не в один миг, а постепенно.

Первым моим «артистом» стал Владимир Соловьёв. Меня с ним познакомила редактор ТРК «Мир» и телевизионный продюсер Гаянэ Амбарцумян. «Я очень хочу сотрудничать с Владимиром Соловьёвым! Не знаю, чем я могу быть ему полезен, но я хочу с ним сотрудничать», – сказал я Гаянэ Самсоновне.

Владимир на моё предложение ответил: «Табриз, я – с удовольствием, но что делать-то будем? Я на телеке, а ты – в шоу-бизнесе.

Вот у меня лежат записанные когда-то два вокальных альбома... давай выпустим?»

Мы решили издать альбомы, сделать их живую презентацию, пригласив в качестве гостей звёзд шоу-бизнеса и политики. «Молодая гвардия» на Дмитровке тогда только открылась, место слыло модным, его администрация предложила организовать мероприятие у них. Именно на презентации у Владимира Соловьёва украли из гримёрки паспорт, портмоне с кредитками и даже наличность из брюк. Возможно, кто-то из персонала, но вполне вероятно, что и совершенно посторонний человек. Эта история – никакой не секрет: о ней написали многие СМИ. Но в моей жизни это был первый настолько жуткий случай, после чего на всех моих площадках у гримёрки всегда стоит охрана. Я даже не мог представить, что в пафосном месте, где нас отлично приютили, накормили, на статусном событии, где в зале присутствовали Соловьёв, Маргулис, Макаревич, случится происшествие.

В остальном всё прошло идеально, да и больших потерь не было: карты все заблокировали, паспорт подкинули, по итогу – никаких трагических последствий. Запомнилось, правда, надолго.

» Очень небольшая группа людей – сильно меньше, чем аудитория телеканала «Россия» – знает Владимира близко. Мало кто догадывается, сколько добрых дел он сделал и продолжает делать для родных, друзей, знакомых, коллег, друзей друзей и часто совсем чужих людей.

Его чуткости и отзывчивости следует учиться. Его агрессивному желанию решить любую проблему или помочь в тяжёлой ситуации удивляются даже неприятели. Мы работаем вместе и дружим почти 20 лет – и дай Бог, чтобы мы продолжали этот путь на светлой стороне. Все остальное сотрёт, покажет и расставит по своим местам Время.

Дальше мы с Владимиром вплотную занялись его творческими вечерами: дважды в год они проходили в Москве, несколько раз в год – по регионам: в Екатеринбурге, Ярославле, Нижнем Новгороде, Казани. До сих пор проводим мастер-классы для топ-менеджеров и руководителей подразделений крупных и маленьких компаний. Соловьёв выступает в качестве ведущего, спикера, лектора, модераторствует различные форумы от Питерского экономи-

| Владимир Соловьёв



ческого до небольших региональных. После творческих вечеров я планомерно начал формировать его карьеру в этом направлении, потому что он – номер один, например, в жестких переговорах или в ораторском искусстве.

Через пару лет после знакомства Владимир Соловьёв рекомендовал меня Ярмольнику, тот – Якубовичу. С Верником мы много работали, в определённый момент я предложил ему себя в качестве директора. К Авроре я пришёл сам – конечно, с выгодными для неё условиями сотрудничества. Так и сказал: «Мне кажется, ты должна стоить других денег. Давай попробуем!» Мы ездили с ней по городам России и в Казахстан, она работала как ведущая корпоративных и частных мероприятий, и это был стремительный рост в её карьере. С артистами так и продолжалось: где-то я приходил к артисту с предложениями себя в качестве директора, где-то рекомендовали меня.

Потом заработали социальные сети – витрина профессиональных побед и достижений. И они, как снежный ком, с каждой публикацией усиливали статус и приносили свои плоды.

На сегодняшний день мы с командой обеспечиваем концертный менеджмент тридцати артистов, актёров, селебрити. Продвижением и раскруткой молодых артистов давно не занимаюсь. У меня не остаётся времени. Я человек очень ответственный, и мне важно уделять максимум внимания тем, с кем я уже работаю. Да и не хочу объяснять неопытным, что исключительная работоспособность и ежедневные крошечные и большие победы над собой и в профессии – залог яркого будущего.

«Империя Музыки» сегодня – это концертно-гастрольная компания, агентство полного цикла, которое занимается организацией любых мероприятий и обеспечением присутствия на событиях спикеров, ведущих и артистов самых разных жанров. Понятия «неформатный» для нас не существует. Нет бюджетных ограничений в работе с заказчиками. Даже самые скромные, поначалу, клиенты со временем становятся на ноги, а значит, через несколько лет «Империя Музыки» будет создавать им большие праздники!

Одно из наших изобретений в прошлом – эксклюзивное приложение для iPhone и iPad «Артисты и цены. iBooking». Это база, в которую внесены более 1100 российских и зарубежных артистов и их гонорары за выступления на частных вечеринках, свадьбах

и корпоративах. Приложение появилось в App Store в 2015 году. Доступ к информации о размерах гонораров могли получить только зарегистрированные пользователи, чьи данные я или мои сотрудники досконально проверяли. Из праздного любопытства заглянуть в базу не получится.

На самом деле это классическое B2B приложение: потенциальные пользователи нашей базы являются либо прямыми частными заказчиками (около 40% зарегистрированных аккаунтов), либо ивент-агентствами. Представленные в приложении размеры гонораров являются номинальными и стартовыми при любых переговорах, ниже мало кто из артистов опустится, тем более, если звонить им напрямую. Так что «сливать» важную бизнес-информацию куда-то на сторону нашим пользователям нет смысла. Большинство журналистов тоже прекрасно понимают, что есть информация, о которой не стоит писать. В широком доступе база не появится по этическим соображениям: никому не хочется видеть напротив своей фамилии цену. При этом никто из представленных в приложении артистов не только не возражал против этого прорыва в ивент-индустрии, но многие, напротив, звонили и просили о размещении, если не находили себя в ростере.

Бренд «Империя Музыки» стабильно усиливает позиции. Объёмы продаж, несмотря на колебания рынка, фантастические. Если в первый год организовывалось около 10 мероприятий за сезон, то сейчас – минимум 20 мероприятий и/или продаж в месяц. Такими показателями может похвастаться только первая пятёрка лидеров рынка.

Ивент-индустрия – как все устроено. Однажды в вашей жизни случится праздник

Общество в целом не отдаёт себе отчёт, что это вообще за процесс – создание мероприятия, ивента. Состоятельный человек, который покупает праздник с участием Филиппа Киркорова, Полины Гагариной, ведущим события Игорем Верником и платит за 4 часа шоу (включая кейтеринг, декор и все остальные сопутствующие финансовые издержки) 350 тысяч евро, фактически «тратит эти деньги впустую». Бесспорно получит удовольствие,

гости будут изумлены, останутся крутые воспоминания на долгие годы, фотографии со звездой. Но вот бриллиантовое кольцо Graff и часы Patek Philippe за ту же сумму будут служить и как украшение, и как инвестиция. Их всегда можно продать, или же средства останутся на руках в виде имущества, в отличие от выступления артиста и мероприятия, которое мгновенно завершилось.

Чтобы серьёзные и богатые люди доверяли свои праздники и деньги организатору событий, ему приходится не просто безупречно работать всю жизнь – ему нельзя ни разу ошибиться! Основа этого бизнеса – доверие клиента. Без него не построить идеальный механизм, который будет приносить стабильные дивиденды. Нужно много и тяжело работать; исключить возможность непрофессионального отношения к своим обязанностям перед клиентом и перед артистом; быть порядочным; отвечать на любой запрос человека, который несёт тебе деньги за самый дорогой продукт – точнее, услугу – в истории человечества.

Одна ошибка или оплошность способна перечеркнуть всё, что сделано за 20 лет. Заказчик, потерявший огромные деньги, одним сообщением в СМИ или в соцсети уничтожит репутацию недобросовестного организатора. За любой обман или нечистоплотность затопчут в одно мгновение. Это не 90-е, когда можно было спрятаться, убежать и от правосудия, и от полиции, и от клиента. Тогда действительно воровали гигантскими суммами. Сейчас – совершенно другое время, большинство коллег работает за очень небольшую маржу и обязано каждый день доказывать, что они безупречны, что они – эталон. Вот к этому и надо стремиться.

Люди не верят, что «секреты» успеха «Империи Музыки» настолько банальны. Да их вообще нет. Снова и снова спрашивают, в чем наша отстройка от конкурентов, преимущества, что мы «продаём» особенного, чего больше никто не предложит на рынке.

Ничего! Мы ничего нового никогда не придумаем в этой области. Все, что положено знать менеджеру агентства и заказчику об организации мероприятия, – с момента появления мысли о событии до необыкновенного его воплощения – я расскажу подробно в разделе «Золотые правила безупречного ивента». Если грубо, широкими мазками, то мы проработаем такие понятия как бюджет, тендер (в основном в негативной трактовке), дата и время, букинг артистов, гости, место (площадка), программа (сценарий), декор и флористика, райдеры и организационная структура.

И всё это должно быть осуществлено очень быстро, в соответствии с высокими стандартами нашего бизнеса:

- бронирование выбранного ресторана – 3 минуты (а для этого ты обязан знать банкетных менеджеров основных ресторанов и отелей и обладать соответствующим авторитетом);
- предоставление выборки по звёздным артистам и ведущим в рамках заданного бюджета – 20 минут;
- бронирование утверждённых артистов и ведущих – 15 минут;
- подготовка контрактов, предоставление документации – 60 минут;
- всё остальное время до начала праздника займут оплаты/бухгалтерия, режиссёрская работа, сценарий, штудирование райдеров, согласование таймингов, саундчеков и непосредственно события.

Эти и любые другие вопросы – не заботы клиента. «Империя Музыки» делает свою работу на высочайшем уровне без оперативного участия заказчика.

Каждый пункт важен, но самое приятное, дорогое и запоминающееся для гостей во всём мероприятии – это артист. Конечно, бывали случаи, когда декор и флористика обходились клиенту дороже, чем пул самых дорогих звёзд, но так безрассудно тратить деньги на пластмассу и дерево я бы не стал (у декораторов своё мнение на этот счёт).

На протяжении нескольких лет мы проводили наблюдения: значительное большинство гостей на вопрос «Что вам понравилось сегодня?» – а это были и частные свадьбы, и роскошные презентации, – отвечали не про кейтеринг или декорации. Все говорили про артистов и ведущих. Как бы вкусно ни было, как бы красиво ни было, люди запоминают, в основном, только звёзд. Поэтому и для ивент-агентств, и для гостей самый впечатляющий момент праздника – выступления звёзд эстрады.

Но, как я уже писал, это не «новое», не про «выделяться». Нет другой ценности, кроме точного знания своих обязанностей и безукоризненного их исполнения вовремя.

Не буду утверждать, что научиться безупречной работе ивента нельзя. Всё-таки это ремесло, и не настолько сложное, как исполнение третьего концерта Рахманинова – его вообще никогда в жизни не смогут сыграть 99,9% людей. Ещё нюанс: те, кто боится брать на себя ответственность, – ну нет у них нужного качества, – не

пойдут никогда в эту профессию. Важна ещё и смелость (которая своевременно превратит вас в лидера), но всё это второстепенно, когда речь идет о глубоких знаниях и превосходной подготовке.

Удача – это спутница трудолюбивых, это королева, которая награждает генералов своей армии за стойкость, целеустремлённость и победы.

Мероприятие, даже самое сложное, можно выстроить и собрать, как конструктор. Как всё работает, что от чего зависит, как распределяется время, почему возникают паузы и что надо делать, чтобы их не было, – эти важные каноны и механизмы их воплощения можно выстроить. Они элементарнее таблицы умножения, их можно выстраивать с помощью совокупности сведений и навыков.

Успешный ивентер обладает определёнными и совершенно чёткими знаниями: от стоимости выступления топ-100 артистов и ведущих до понимания, из чего состоит бюджет на декор и флористику. Из чего складывается стоимость разных уровней кейтеринга и технических райдеров на определённую площадку. Эти знания сокращают количество часов на утверждение бюджета мероприятия с клиентом, что чуть ли не главное для оперативного начала работы над событием и его организацией. Всё вышеперечисленное нарабатывается.

Меня часто упрекают близкие друзья, топ-менеджеры, коллеги, эталонные клиенты и даже старший сын: «Зачем ты рассказываешь, как нужно работать? Зачем ты раскрываешь все секреты и публикуешь свой многолетний бесценный опыт на весь мир?» Иными словами, зачем растишь себе сильных конкурентов?

Если кратко, то для своего же комфорта.

Представляете, сколько удовольствия доставляет звонок менеджера высочайшей компетенции из ивент-агентства, когда мы за 30 секунд решаем его или мой вопрос? Какое блаженство, когда клиент взаимодействует открыто и диалог с тобой ведёт на равных! Когда доверяет с первой секунды, чётко знает, кому звонит или пишет.

Вот что я хотел бы в очередной раз донести до молодых ивент-менеджеров: каждый из вас живет в эпоху гигантских возможностей, и грамотным новичкам необходимо изучить, как минимум, базис! Я искренне (великодушно) и щедро делюсь с вами своим опытом, своими знаниями, своими кейсами. Исключительно из корыстных соображений: если вы станете профессионалами внутри индустрии, мне станет легче работать с вами. Делитесь моими знаниями с коллегами, сотрудниками, своими подчинёнными.

Знания и совершенная интуиция – залог идеальных переговоров, а такт и умение слышать в общении – великая сила.

Ивент-индустрия – бизнес взаимоотношений.

Это бизнес о том, как собрать вокруг себя профессионалов и создать условия, среду для идеальной производительности.

Квалификация, компетенция и погружение в профессию подобно тому, как это делают пианисты или олимпийские чемпионы, – залог успеха на любом поприще. Стремитесь к совершенству, чем бы вы ни занимались. Тогда и качество жизни будет другим!

Российский рынок ивент-индустрии

У «Империи Музыки» два основных направления:

Artist Management. Компания эксклюзивно представляет интересы определённых артистов. Куда бы вы ни обратились, в конце концов запрос придет ко мне, директору артиста.

Event & Booking Management. В «Империю» можно обращаться за любыми артистами и услугами по организации событий.

Долю рынка одного, даже крупного агентства, на сегодня измерить невозможно. Я не могу следить за всеми и не знаю, что происходит по всей России. Понятно, что информация о большинстве мероприятий (хотя бы в виде запроса) проходит через меня, по причине того, что у меня в менеджменте топ-лист ведущих, которых клиенты и агентства так или иначе рассматривают для концеранса. Но огромный пласт индустрии – это форумы: большие

выезды крупных компаний в столицы и на побережья. Туда не приглашают звёзд, но это тоже ивент-рынок. Его я оценить не могу.

В той части рынка, о которой я могу судить, частный и корпоративный сектор имеют самые большие бюджеты. Туда привозили и Стинга, и Джей Ло, и Jamiroquai, и Ramazzotti. Разве что Челентано никогда не приедет – вот кому готовы заплатить и 10 миллионов евро, но он уже никуда не выезжает, возраст не позволяет.

Много желающих лицезреть артистов из списка групп 80-х годов, таких как Boney M., Ricchi e Poveri или Ottawan, от оригинального состава которых почти ничего не осталось, да и качество их выступлений оставляет желать лучшего. Но имя вроде громкое, да и стоят они в два-три раза дешевле большинства топовых российских артистов. Хотя лично для меня успех этих групп в нашей стране – загадка. Я понимаю, почему их приглашали в первые годы после развала СССР, но приглашать их через 30 лет, когда на Западе появилось несколько поколений блестящих музыкантов – уму непостижимо. Мне как профессиональному (в прошлом) музыканту, мечтается о другом.

В последнее время руководство компаний стало ориентироваться на мнение большинства сотрудников. Мои клиенты с 2015 года при подготовке новогодних корпоративов рассылают по внутренней сети опросник и выявляют топ-3 артистов, которых сотрудники хотели бы видеть на празднике. Крупные банки предпочитают Валерия Меладзе, Леонида Агутина, Сергея Лазарева, Диму Билана, Uma2rman, «Моральный кодекс», «Би-2». Нефтяники же (нефтедобывающие регионы) любят, чтобы было «исконно русское», «деревенско-народное», чтобы за душу брало, и после третьей рюмки слеза наворачивалась. Ничего плохого в этом нет. Им привлекательны Елена Ваенга, Стас Михайлов и Григорий Лепс. Последний эту аудиторию и вырастил, честно выступая перед молодыми предпринимателями лет десять по столичным казино. IT-компании, у которых бюджеты на празднования скромнее, приглашают тех, кто им по карману. Многие заказчики, которым надо и праздник сделать, и имя получить, и деньги сэкономить, приглашают группы 80-х (см. выше).

Что касается востребованности услуг, на рынке ивентов Санкт-Петербург и Екатеринбург – два абсолютных региональных лидера по букингу артистов и мероприятиям «Империи Музыки» за последние пять лет. Москву я в расчет не беру – до 50% бизне-

са так или иначе здесь. На пятки лидерам уже наступают Казань, Нижний Новгород и Минск.

За рубежом работа идет стабильно: Италия, Франция и Арабские Эмираты – в топах. Жаль, что Алматы и Астана, которые держали пальму первенства с 2007 по 2015, сейчас сильно отстают. Уверен, что Казахстан выдерживает временную стратегическую паузу и скоро мы начнём чаще радовать наших казахстанских друзей и клиентов.

Вопросы подписчиков

@mary_ogo_69: Ивент-индустрия в РФ развивается по своей самобытной линии, в своей парадигме и темпе, или это скорее «догонялки» с зарубежной ивент-индустрией, адаптированные к нашему рынку? Как «Империя Музыки» реализовывала события за рубежом? Доводилось ли весомую часть задач делегировать/доверять локальным специалистам? Даже если большая часть команды проекта была своя родная, все равно жутко интересно, какие ключевые особенности/отличия подхода к работе зарубежных специалистов были замечены? Что мешало работать, а что, наоборот, захотелось позаимствовать/перенять/интегрировать и в свои процессы?

– На эти темы можно говорить бесконечно, в рамках одного ответа сложно затронуть все грани.

Европа и Эмираты с Турцией, Америка и Китай – подходы везде разные. Важно отметить, что наш ивент-рынок по красоте, технологиям и креативу давно обогнал любой зарубежный рынок. Внимание (!), я сейчас не про сольные концерты больших артистов, а, к примеру, про свадьбы, камерные ивенты, корпоративы, потому что театральные постановки тех же китайских коллег нам пока по технологичности не догнать.

Рассмотрим несколько факторов:

Ценообразование: технический продакшен жутко дорогой, как и всё, что касается декора. Немногие за рубежом заморачиваются визуальными изысками так, как могут себе позволить шикануть у нас в Барвихе, например. Если видите что-то эдакое в Италии, то знайте: делают наши и наши заказывают.

Охрана труда: в Европе никто задницу рвать не будет, ночные смены крайне редки, сотрудники продакшенов – вальяжные пав-

лины, которые никогда не ощущают себя простыми послушными поставщиками услуг, которые в РФ, к примеру, могут легко работать ночью. В Турции персонал ещё более ленив и нетороплив.

Очень показателен пример нашей работы со Стингом в Венеции:

- 1 день – прибытие фур с оборудованием, разгрузка – 5 часов, только днём
- 2 день – настройка аппарата, подготовка к саундчеку – 8 часов, только днём, с обеденным перерывом в 1 час
- 3 день – саундчек – 2 часа без артиста, 15 минут с артистом, вечером концерт
- 4 день – сбор аппарата – 6 часов
- 5 день – погрузка и выезд

Продукт массовый и нет. Популярность, востребованность, лайки и качество

Часто к шоу-бизнесу предъявляют претензии, что якобы он скормливает широкой публике «низкопробное», не высококультурное, и потом «с экранов льётся всякая чушь». Во-первых, хочу сказать, что развлекательную и воспитательную функции всё-таки надо разделять, это разные вещи. Да, в своем телеграм-канале я часто и с удовольствием делюсь шедеврами классической музыки в исполнении великих мастеров – отличная прививка хорошего вкуса; но она не может быть насильственной. А во-вторых, рынок всегда следует спросу.

Откуда же берётся спрос на то самое «низкопробное, бескультурное»?

Всеобщая музыкальная безграмотность порождает общий уровень того, что любит народ. Чем проще звучание, тем оно ближе широкой аудитории. Что поделать, если большая часть её тяжело воспринимает музыку Ирины Богушевой или группы Marimba Plus, творчество которых, богатое модуляциями и сложными гармоническими переплетениями, – академическая композиторская школа. Это не единственный пример.

В 2020 году на своей странице я провел эксперимент: выложил ролик очередной премьеры от Ольги Бузовой, а следом, через несколько дней – новый выпуск «Парфенона» Леонида Парфёнова,

потрясающе владеющего русским языком, великолепно образованного журналиста энциклопедического склада ума. Что в итоге:

- Бузова: 550 «лайков», более 51 000 просмотров, 516 репостов. Пусть большинство и с негативными комментариями;
- Парфёнов: 8 «лайков», 0 комментов, 0 репостов. Нет, на самом канале «Парфенон» на тот момент было полмиллиона просмотров и тысячи комментариев, но не здесь.

В статистике «Ютьюба», кстати, наблюдалась ещё более удручающая разница в цифрах. Значит, уважаемая аудитория, вы сами смотрите, собственноручно распространяете и комментируете то, что самолично считаете «дном». В том, что этот продукт разлетается, тиражируется и набирает рейтинги, персональная ответственность каждого, сделавшего репост (публикацию у себя).

Вы не отмечаете раскованность и витиеватость мысли, феноменальную память, гениальное повествование и блестящие знания Леонида Геннадиевича в разных областях истории и культуры. Не обсуждаете трактовки исполнений пианистов Дениса Мацуева, Аркадия Володоса, Дмитрия Маслеева, Екатерины Мечетиной или Дмитрия Шишкина (их Рахманинова, Шопена, Скрябина или Брамса). Вы смакуете то, что, по вашему мнению, недостойно интереса, наделяя это беспрецедентным вниманием. Вот в чём на самом деле трагедия.

Ольга Бузова из примера выше – продукт с полки магазина под названием «российский шоу-бизнес» из отдела товаров массового потребления. Имеет место быть. Ничего против не имею. Но в этом же «торговом центре» расположился и элитный корнер с эксклюзивными продуктами высокого качества. Не поверите, но отделы джаза и академической музыки там тоже представлены яркой палитрой.

Однако производители «мяса» для широких масс намного «талантливее», точнее, чуть-чуть грамотнее вываливают его на прилавок (в мозги и в сердца), виртуозно «обыгрывая» других производителей. Доказательства – это цифры охватов и спрос рекламодателей.

Тотальное духовное обнищание – налицо. Но ведь это было во все времена? А социальные сети обнажают, выставляют напоказ: доступность любого проявления безграмотности ложится на «благодатную» почву всеобщей необразованности.

Интернет – как инструмент формирования культурного кода? Хотите расскажу о самой глобальной проблеме нашего общества?

Нация не знает основ экономического развития страны, не знакома с механизмами роста; подавляющее большинство населения не в курсе элементарной азбуки производственных циклов.

Всё просто: обеспечьте детей и молодёжь знаниями об успехах в сельском хозяйстве и малом бизнесе, искусстве и культуре, науке и технологиях, и вы совсем скоро увидите поколение красивых, умных и здоровых. Детям, которые гордятся достижениями своей страны с юных лет, можно будет доверить будущее.

Вы в сотый раз укажете мне на тривиальную очевидность мысли, но я вам в сотый раз отвечу, что я вижу миллионы просмотров у гривуазного или скандального контента, производимого тоннами и распространяемого массами. Но совсем не наблюдаю желания и стремлений создавать и распространять сложный созидательный образовательный контент.

Скромным, но фундаментальным вкладом считаю создание проекта «Русская Фортепианная Школа. Мастера и наше будущее», главная цель которого – производство и достойное продвижение музыкального контента для юных талантливых пианистов. В России этим никто никогда не занимался. Лучшая в мире школа игры на королевском инструменте, а поддержки в медиа – ноль.

1 апреля 2023, в день рождения великого русского композитора и пианиста Сергея Васильевича Рахманинова (кстати, весь академический мир в 2023 году празднует его 150-летие), мы начали публиковать профессионально отснятые и превосходно записанные музыкальные видео в телеграме – на платформе, ставшей главным современным инструментом распространения информации.

Вопросы подписчиков:

@01gaaa: Хочу развивать проект с поэтическими вечерами, но как союзников/инвесторов привлечь – вопрос. Имиджевая крутая история, интеллектуальная и идеологическая составляющие, а вот дальше ступор. Нелегко одной двигать эту мощь.

— Как и в любом бизнесе, здесь требуются инвестиции. Чтобы задуманные вами вечера имели успех, приглашайте читать

стихи профессионалов, титанов. Им, конечно же, надо достойно платить.

Любой рейтинг и опрос субъективны. Кто-то обязательно будет недоволен тем, за что голосует большинство. Ивент-индустрия – это не «купленные» радио-премии. Здесь всё как на ладони: в прошлом году лидировали одни, в этом году – другие.

Пример: опросы на предмет востребованности звёзд, которые я регулярно провожу в своем телеграм-канале, неоднократно вызывали шквал негодования от некоторых артистов, продюсеров – и уж совсем неадекватную реакцию их выкормышей, в смысле «медиа цыплят». Кто не знаком с этим явлением, поясню: сеть изобилует телеграм-каналами и платформами, проплаченными определёнными продюсерами, – там часто появляются заказные статьи, прицельно очерняющие какую-то персону. Про меня там тоже писали.

Знатная истерика была посвящена тому, что абсолютным лидером в декабре 2019 года оказался Агутин Леонид: 28 (двадцать восемь) мероприятий. Гонорар его, разумеется, «цыплятам» даже не снился.

Было бы опросных строчек в теге чуть больше, я с удовольствием добавил бы Филиппа Киркорова, Диму Билана и других, уже не говорю про нежно любимых мной Анну Асти, Полину Гагарину и Ани Лорак (кого забыл упомянуть – не кидайте в меня камни). Девочки, кстати, – настоящие королевы сцены! Оказались мудрее, выше всяких истеричек и выяснения отношений, чем доказали искренность и честность многолетней дружбы со мной. Поэтому и работа с ними ладится. Остальным стоило бы у них поучиться.

От того, что в давно прошедшем декабре обиженные постом артисты работали чуть меньше, чем «Иванушки», «Руки Вверх», «Ленинград» или Агутин, я их любить меньше не стал. От того, что лидеры опросов работали чуть чаще остальных, я их больше любить тоже не стану. Как любил, уважал, дружил, продавал до этого, так и буду впредь. С тем же энтузиазмом.



| Полина Гагарина

Рабочий день ивента

Девиз: «Помчался “гасить” ожесточённые конфликты доброты с негой, света с радостью; успею и на схватку любви и обожания. Разнимая, “задушу” в объятьях каждую...»

Я понял, что кроме нескольких встреч (а я стараюсь не ставить их с понедельника по пятницу), двух поездок в неделю в любимый банк и 2–4 вечеров, занятых праздниками «Империи Музыки» или выступлениями наших артистов на событиях партнёров, день мой состоит из бесконечных переписок в мессенджерах, подписания бумаг, утверждения макетов афиш или рекламных кампаний, получения документов, обсуждения райдеров и перелётов.

Самолёты – моя страсть! Мои любимые ивент-города в РФ: Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Нижний Новгород, Новосибирск, Иркутск, Тюмень, Астрахань. В братских республиках – Алма-Ата, Астана, Минск, Ереван, Киев, Одесса, Ташкент, Баку. Вот в родной Душанбе я совсем не летаю. Не только потому, что «Аэрофлот» не облюбовал это направление, но и потому что ивент-индустрия там «развивается» пока на локальном уровне.

Личные бизнес-встречи я не жалею по вполне понятным причинам: с одной стороны, не могу сосредоточиться на разговоре, потому что поток запросов в мессенджер этого сделать не даёт, а с другой – нет ни одной проблемы или вопроса, которые нельзя решить по телефону или в переписке. Мне, скорее всего, повезло, или имя моё – уже бренд, вызывающий доверие, но 98% новых контрактов подписываются исключительно через телефонные звонки, e-mail и мессенджер. Нет необходимости встречаться, чтобы убедиться в моей адекватности или получить нужный объём информации.

Ежедневная деловая активность может выглядеть примерно так:

- сотня чатов за день с 7:00 утра: консультации, координация выступлений, предоплаты, договоры, согласования перелётов и райдеров, расписания передвижений артистов;
- заказ частных бортов, инвойсы для иностранных и счета для российских компаний;
- составление и сдача бюджетов по новым проектам, визы и специальные приглашения к ним, отправка прайсов по рекламе на социальных платформах артистов ежечасно десятки раз;

- обучение неофитов рекламного рынка: как составлять оффер (заявку) к большому амбассадорскому контракту и неустанное повторение пяти «постулатов» закатать клиенту то, что он раскатал;
- утверждение промо-материалов и макетов (афиши, аудиореклама, видеоролики), обсуждение райдеров и бесконечный торг.

Чувствую, что у современных людей вероятность появления второго подбородка в разы больше, нежели у тех, кто жил во времена отсутствия гаджетов и круглосуточной в них работы. Однако приоритеты у нас определены и ответственность высокая: клиент/заказчик не может часами и днями ждать ответов на свои интерpellации по артистам, праздникам и рекламе. При этом вечером я должен выглядеть «огурцом» на своих корпоративах и «частниках».

Секреты моей трудоспособности очень просты, но не все могут их перенять. Например, я считаю, что мужчина должен спать мало – от четырёх до шести часов, а с самого утра и до вечера работать над собой и своими проектами. Девушкам на сон надо чуть больше времени, потому что у них всё-таки другие физические данные. При этом никто из спорящих со мной не верит, что мне 48, и никто не упрекнёт меня, что я плохо выгляжу. Я почти не болею. Слава Всевышнему. Так что я и есть доказательство своих жизненных принципов и приоритетов.

Артистов тоже порой удивляет моя работоспособность. Вот Екатерине Скулкиной принадлежит копирайт на прозвище «целеустремлённый киборг».

Почему я не отдыхаю и когда уже, наконец, отвлекусь от работы? В моём понимании, я не «отдыхаю» потому, что не нуждаюсь в отключении от повседневности. Кто-то отпрашивается на работу и занимается там одними и теми же делами, которые ему неинтересны. У меня нет этой рутины, каждый новый день – шахматная партия. Я могу уехать на два-три дня, но органически не способен две недели лежать на пляже. Телефон и компьютер всегда со мной. Один день перезагрузки (в моём случае – зарядки от солнечных батарей) в активном рабочем режиме, с контролем всех процессов, ни на секунду не выключая телефон, – и я в полной боевой готовности к предстоящему марафону.

Я не «тусуюсь», не наряжаюсь в костюмы на Хэллоуин. Упаси меня Всевышний от визитов на премии или презентации, например. Мне всегда казалось, что свободное время, если оно случилось, стоит посвятить саморазвитию (книгам/знаниям), своим мыслям (статьям, рецензиям), своим родным, родителям, в конце концов. Ещё, наверное, с возрастом приходит ценность уединения – как высшей формы умиротворения... Но пока мне все время хочется что-то предпринимать, быть в движении, в действии. Быстро ответить на вопрос клиента или артиста, потому что молниеносное получение информации – важнейшая составляющая успешности бизнеса. К тому же как директор топовых звёзд, я обязан быть для них всегда в зоне доступности – они для меня, в общем и целом, работодатели.

» В ивент-индустрии не имеют права работать люди, которые позволяют себе выходные или отпуск в традиционном смысле. То же касается и директоров артистов, позволяющих себе не отвечать на СМС по 10 часов.

Удивляют «труженики», которые задают невнятный вопрос – и исчезают! Я потом сижу, автоматически монитору статусы, смотрю на свой уточняющий вопрос (потому что никто не умеет грамотно писать офферы/заявки), а рядом с ним – две серенькие галочки: не прочитано. Зачем приходил, для чего спрашивал?

Лидеры всегда в полной боевой готовности. Заранее неизвестно, когда и какая светлая или безумная мысль придёт в голову клиенту, – реагируй моментально, даже в воскресенье. Зато представьте, какой кайф работать в выходные: размеренно отвечать на письма и говорить по телефону; обстоятельно и подробно общаться с коллегами; передвигаться без пробок. Офисные работники тысяч компаний набухиваются в конце недели и проваливаются в черные космические дыры – по их последнему появлению в мессенджере в пятницу в 21:34 и отсутствию там до вечера субботы можно отслеживать их состояние. Это совсем не значит, что они появятся с ответом даже в воскресенье, но в понедельник я напоминаю им о договоренностях и обязательствах. После бурных выходных такие сотрудники, возможно, ненавидят всех и вся – а тут я, весь на бриолине, в хорошем боевом настроении, неистово настраивающий коллег на новую неделю.

Когда мне говорят об усталости, о нехватке времени, о том, что в этом мире кто-то кого-то не любит или не ценит, я ставлю в пример Тину Канделаки. У нас с Тиной совершенное совпадение взглядов на мир, на бизнес, на отношения между партнёрами. Мы одинаково чутко относимся к приоритетам и авторитетам, адекватно реагируем на критику. Мы не договаривались о правилах работы между селебрити и директором, но знаем, как работают эти механизмы. Отсюда и успех: в продажах, продвижении, public relations. Если вам нужна лекция про идеальную синергию директор-артист/селебрити – спросите об этом Тину.

»» За свою карьеру я успела поработать с большим количеством разных людей. Все мы являемся частью индустрии, наполненной продавцами воздуха, чьи личностные бренды стоят больше, чем иной технологический бренд. Именно поэтому я считаю, что если твой гонорар исчисляется десятками тысяч евро, то качество твоей работы и качество людей, помогающих тебе её выполнять, не должны вызывать никаких вопросов у тех, кто эту работу оплачивает.

В работе я соблюдаю несколько правил. Во-первых, я мгновенно отвечаю на звонки, СМС и письма, присланные на рабочую почту. Во-вторых, я всегда выполняю «домашнее задание», которому посвящаю не менее двух недель. Это касается всех аспектов моей работы – от подготовки материала и PR/SMM-сопровождения мероприятия до продумывания внешнего облика. В-третьих, я понимаю, что моё отношение к каждому публичному выступлению определяет, будет это шаг вперед или шаг назад в моём развитии. Поэтому никогда не расслабляюсь.

Поскольку часть работы зависит не от меня, я внимательно отношусь к людям, которые меня окружают. Мне важны их настрой и профессионализм. Я не приемлю рядом с собой тех, кто декларирует одинаковое со мной отношение к работе, на деле просто бросаясь словами. При этом ценю тех, кто делает больше, чем говорит.

Тина Канделаки

Для Тины моя с ней деятельность по организации выступлений или рекламе, по взаимодействию с коммерческими структурами – едва ли 5% от всей её невероятной загруженности. Для нее 48 ча-

сов в сутках – не фантастика, а реальность: она своими успехами доказала, что это возможно.

В период антипандемийных мер моя суточная активность, конечно, несколько снизилась – можно сказать, получился вынужденный отдых. Но я просыпался по обычаю в шесть утра, всегда делал (и делаю) зарядку, что особенно важно было тогда, чтобы избежать гиподинамии. Дополнительно тренируя сердце, вечером я поднимался по лестнице – и каждый день добавлял один этаж. Стремился максимально сохранить режим дня, заполнить его созиданием; мечтал, писал, смотрел хорошее кино; придумывал концепции; работал над будущими проектами, пока никто ничего внятного не мог объяснить по поводу ситуации в стране и в мире. Взрослые люди всё равно понимали, что когда-то это закончится, мы проходили через кризисы, бывали в разных ситуациях.

Клиентов, сейчас загружающих меня работой по самое «хочу, могу, создаю», я боготворю. Низкий поклон им за то, что у меня нет времени на написание злобных комментариев под постами разных звёзд в соцсетях, нет необходимости вникать в то, что происходит на премиях, на подмостках театров, на форумах, зато намечены десятки целей на следующую неделю, непременно достижимых.

Как работать с артистами и приглашёнными звёздами

Артист знает, что, если я занимаюсь организацией события или выступления, переживать не о чем. С того момента, как он произнесёт «Табриз, дата твоя», он (его директор) знает, что нервотрёпка и дискомфорт исключены, лишь благолепие и забота. Потому что, как я уже писал выше, звезда – центральная, ключевая фигура мероприятия, а услуга в виде выступления, которую предоставляет певец, актёр, ведущий, эксперт, спортсмен, – самый дорогой «товар» в истории человечества.

Определимся с базовыми понятиями. Кто такой директор (менеджер артиста), как вообще работают артисты и другие селебрити?

Менеджмент – это директор, помощники, администраторы, персональные ассистенты, PR-директор, контент-менеджер. В струк-

туре может быть три человека или семь – главное, что у каждого своя зона ответственности. Нередко все обязанности заключаются в одном человеке, поэтому, говоря «менеджмент», мы подразумеваем «директор». Он отвечает за все сферы деятельности артиста, но не в смысле личной ответственности, а в плане реагирования на запросы – от концертных организаций, СМИ, заказчиков, организаторов премий и фестивалей.

Среди селебрити (в основном артисты вокального жанра) строят карьеру те, кто является чьим-то проектом, и те, кто развивается самостоятельно. Особой разницы в структуре менеджмента нет, она в позиционировании внутри этого маленького предприятия. И заказчику безразлично, кем и как создан обожаемый персонаж и его репертуар – продюсерским центром или творческой единицей.

В первой категории один из колоритных примеров – группа «ВИА Гра». Её создал продюсер Константин Меладзе, им же были написаны все хиты. В течение 20 лет внутри группы менялись только солистки, а сам бренд «ВИА Гра», как музыкальный коллектив, с успехом продавался. Кто-то из девушек совсем уходил из шоу-бизнеса; кто-то делал сольную карьеру; кто-то становился звездой, кто-то – нет (или звездой не такого масштаба, как мечтал). Иные добивались большого признания – Loboda, к примеру. Если и выделять девочек по уровню пиков популярности среди бывших участниц разнообразных групп, то у Светы – самая высокая точка, на которую вообще поднимались солистки девичьих коллективов. В этом контексте уместно отметить и успех Веры Брежневой, Анны Седоковой, Анны Семенович, Юлии Ковальчук и, в своё время, Жанны Фриске.

Так вот, в подобных проектах всё решает продюсер. У его групп (или сольных исполнителей) в штате концертный директор, у продюсерского менеджмента – свои пиарщики, IT и SMM-специалисты, юристы. Это креативная команда, выстраивающая работу над стилем, музыкальным материалом артиста, его продвижением и продажами. Большие продюсерские центры могут позволить себе отдельные департаменты и подразделения, которые продают рекламу в соцсетях и имидж артиста, регулируют использование имени и образа артиста в продвижении брендов и услуг.

Проект – продукт креатива продюсера, его профессиональное детище, соответственно, менеджмент работает, скорее, для арти-

ста и над его творчеством. В случае самостоятельной работы, артист сам является главой предприятия, работодателем, нанимая пиарщиков, пресс-службу и концертного директора. Становится тем, кто принимает решения. И хотя для публики, аудитории и клиентов разницы нет, творческой единице, конечно, этот факт независимой самоидентификации очень важен.

» Я неоднократно говорил, что не могу считать себя продюсером в западном понимании этого слова, не стоит меня так называть. Менеджером, помощником, концертным директором, «правой рукой», верным другом, консультантом с огромным опытом – кем угодно, но не продюсером.

Я могу администрировать дела, ходить на переговоры, готовить и подписывать контракты, проверять бытовые и технические спецификации, составлять графики, советовать что-то в творческом плане (право совещательного голоса), заниматься организацией концертов – тем, что приносит реальный доход артисту.

Но я точно не имею никаких прав указывать Владимиру Соловьёву, как, где и что говорить, писать, на какие темы выступать. Или, не дай Бог, пояснять пианистам высочайшего класса Денису Мацуеву и Дмитрию Шишкину как интерпретировать, например, побочную партию ре-минорного фортепианного концерта Рахманинова. Это творческие единицы (читай: «единственные», лучшие в своем роде), мастерство которых в профессии не подлежит корректировке или критике на уровне обывателей.

В каких случаях агентства, ивентеры или заказчики контактируют с артистом напрямую, лично, «без посредника» в виде менеджмента?

Во-первых, пока певец, музыкант, ведущий, спикер или блогер молод или едва начинает свой путь, он не готов набирать менеджмент, не находит в нём смысла. У дебютантов нет таких объёмов обязательств, занятости или востребованности, как у состоявшихся знаменитостей, – в этом статусе выполнить всю работу персонально нет шансов. Мэтры делегируют полномочия – продажу концертов – профессионалам своего дела, то есть условному Табризу, условному Саше Качану, любому директору, который существует на рынке. А сами концентрируются на сво-



| Саша Спилберг

ём внешнем виде, стиле, музыкальном материале. Чем выше статус, уровень, популярность, тем больше людей помогают артисту удержать популярность, авторитет, славу, доброе имя.

Во-вторых, иногда к прямому контакту подталкивают обстоятельства. Бывало, что я звонил звезде на персональный телефон, когда происходила смена менеджмента, а мне нужно было точно знать, доступен ли артист, в строю ли, – никто, кроме флагмана этого предприятия, информацией не обладал.

И в-третьих, единичные случаи по примеру Ивана Урганта – у него никогда не было директора. Таких артистов можно пересчитать по пальцам одной руки – буквально 0,001% звёзд российского шоу-бизнеса.

У значительного большинства есть менеджмент. И он должен быть безукоризненным. Настойчиво прошу уяснить: **менеджмент – это не посредник.**

О блогерах

Эта категория селебрیتی появилась относительно недавно, в течение жизни одного поколения. Музыканты, поэты, спортсмены, конферансье, композиторы, именитые врачи, учёные – это общепризнанные, имеющие осязаемую ценность единицы, а блогеры с миллионной (но виртуальной) аудиторией – продукт новоизобретённый. Чем они отличаются от других знаменитостей в части партнёрского сотрудничества?

Данность такова, что блогеры стали популярны за счет технологий, а особых умений у них нет. Они не Леонардо да Винчи, не Чайковский, не Пугачёва, в конце концов. Уникальных «ремесленных» талантов среди большинства блогеров, конечно, пока не наблюдается. Они привлекательны лишь в своей раскрепощённости, открытости, может быть, в незрелой непосредственности.

Блогерство – это явление, которое, несомненно, обслуживает определённые потребности в обществе и приносит серьёзные деньги, много рекламных контрактов. В блогерстве масса ответвлений. Люся Чеботина начинала сразу как блогер-певица. Саша Спилберг поначалу развивала свой канал, создавая модные тренды в детском лайф-стайл. Повзрослев, стала петь и записа-

ла альбом – интересный, замысловатый, достойный того, чтобы послушать его и изучить. Продукт спорный, с точки зрения мейн-стрима или классики, но похвально иное: Саша не останавливается в поисках и развитии себя как человека, музыканта, артиста, селебрити.

Её пример подтверждает, что отдельные блогеры всё-таки ищут себя, не только болтают ни о чем в ютьюбчике. Каждый из них старается нащупать ту сферу, где ему удастся отличиться, стать лучшим, стать звездой. Скорее всего, в какой-то момент кто-то из них обнаружит в себе тот самый необыкновенный (читай: «эксклюзивный») дар, который начнёт развивать, предложит своей аудитории и повзрослеет вместе с ней.

«В каком качестве в таком случае блогеров зовут на мероприятия?»

Здесь все банально: в качестве селебрити – известной персоны, чтобы «поднять» статус события и иметь возможность прикоснуться к «звезде». Не имеет значения, певец это будет, танцор или блогер. Дети «пищат» от удовольствия и рады возможности услышать кумира, когда к ним приезжает Милана Хаметова, потому что хотели посмотреть на неё собственными глазами, вживую, а не на экране своих смартфонов. Аналогично и взрослые – мечтают увидеть в нескольких шагах от себя легендарных Юрия Михайловича Антонова или Виктора Сухорукова, сфотографироваться с ними. Слушать их песни и танцевать под них, послушать авторский вечер Виктора Ивановича – это ведь неизгладимые впечатления. Такая близость с любимым артистом в реальности – память и положительные эмоции, которые помогают почувствовать себя немало счастливее.

Блогеров, телеведущих, артистов, певцов, поп-звёзд, рок-звёзд, спортсменов, врачей, композиторов, учёных, мыслителей, танцовщиков, балерин, оперных певиц приглашают исключительно как известную персону. Как недосыгаемого талантливого и неординарного человека «с экрана», который своими знаниями, умениями, упорством, очарованием заслужил популярность.

Правила работы с блогерами не отличаются от канонов взаимодействия с другими селебрити.