



Владимир ЛЕНШИН (Санкт-Петербург) — шоумен, радио- и телеведущий, руководитель рекламно-продюсерской фирмы «Лен-Шин-Монтаж», специализирующейся на праздниках и развлекательных программах. Среди клиентов (за последние несколько лет): Северо-Западный банк Сбербанка РФ, «Delta telecom», Philip Morris, «Ниеншанц», ALCATEL, Panasonic, пивоваренный завод «Вена», строительная компания ЛЭК, клуб «Премьер» и многие другие компании и частные лица.
Контакт: lenshin@bk.ru

Три вида целей

Рыба в форме зайца, или Праздник, улучшенный до неузнаваемости

Лучше Шекспира не скажешь: «Весь мир — театр, и люди в нем — актеры». Да, все мы играем, и все любим праздники. Что же нужно для того, чтобы праздник получился? Нет, вы не угадали, бюджет тут не главное! Бывает, что затраты совсем скромные, а веселье рекой льется. А бывает, что денег потрачено сверх меры, а гости только пьют, о делах разговаривают и думают о том, как бы поскорее уйти. Ведь люди тайно ждут не еды-питья и пения звезд, а праздничной атмосферы.

Как же создается праздничная атмосфера? Каждый раз — заново. Потому что единой схемы не существует. Сегодня очень популярны всевозможные типовые планы, таблицы и алгоритмы, в которых все написано. Этакое универсальное клише, в котором меняется только название фирмы, место действия и дата. Воспользоваться таким типовым проектом, конечно, можно. Но в результате вы получите праздник в стиле «фаст-фуд». Вроде бы прилично и съедобно, но вовсе не празднично. Раз уж мы привели съедобное сравнение, то можно сказать, что праздник действительно готовят, словно лакомое блюдо. Путь к счастью предполагает 10 последовательных шагов.

Шаг первый: формулировка повода

Четко сформулируйте повод или событие, которое заставило вас устроить праздник. Это может быть юбилей дамы или юбилей джентльмена (разница громадная!), свадьба, закрытая или открытая корпоративная вечеринка, презентация и т. д.

Шаг второй: для кого праздник?

Уясните, для кого он? Кого вы в первую очередь хотите удивить, ублажить, угостить и т. д. И что в результате всего этого должно получиться, другими словами — какова тайная цель вашего праздника.

Практика показывает, что все тайные цели можно условно разделить на три категории: себя показать, на других посмотреть, «лицом поторговать».

Например, юбилей — способ «лицом поторговать», открытая корпоративная вечеринка — повод «на людей посмотреть», то есть взглянуть вблизи на собственных клиентов; презентация проводится, чтобы «себя показать».

Шаг третий: количество гостей

Определитесь с количеством гостей. Это очень важно, так как от этого зависит выбор места, где развернется праздник, масштабы меню, размеры парковки, количество обслуживающего персонала.

Как правило, на одну «гостевую единицу» нужно 3 кв. метра в условиях банкета и 1,5 кв. метра — на фуршете. На 10 гостей полагается один официант, на 50 человек — одна барная стойка с двумя барменами, и не забудьте про метрдотеля!

Шаг четвертый: место проведения

Место для праздника выбирайте с пристрастием! Там должно быть просторно, комфортно, уютно и пафосно одновременно. Подумайте о том, как туда смогут добраться гости и как они оттуда выберутся.



▲ Секреты фуршета в русском стиле: красные посадские платки, ледяные скульптуры, лукошки и твеса, пирожки. Все это недорого!



◀ ▲ Лед и выглядит стильно, и работает естественным «холодильником». Кому водочки под икорочку?



▲ Фрукты и сами по себе украшают стол. Но, добавив фантазии, можно сделать украшения ярче. Важно помнить, что древесные мотивы для фруктов естественны



▲ Такие огромные «цветы» могут украсить уличную часть праздника. Они живут при помощи насоса, который постоянно нагнетает в них воздух



▲ С помощью надутых гелием шаров можно элегантно решить проблему пространства над головами гостей



▲ И наконец, из шаров можно сделать забавную скульптуру к случаю! Как эти невеста и жених. Мастерам удалось даже передать настроение персонажей



▲ Платье официантки может быть сделано в русле идеи праздника: романтичным (урожай яблок и опавшие листья) или прагматичным (поднос в форме кринолина)



▲ Такая компания создает теплую атмосферу праздника — каждому захочется сфотографироваться рядом!



▲ Птичьи забавы — вариант увеселения гостей на открытом воздухе



▲ Надувной экран для лазерного шоу может организовать большое пространство



▲ Лазер можно использовать и для создания особой таинственной атмосферы — например, азартной игры



◀ Бар в восточном стиле и его хозяйка. К услугам гостей: чай, сладости, кальяны и живые фрукты в виде пальм!

Нужен вместительный гардероб, достаточное количество обслуживающего персонала и — очень важный момент!!! — количество туалетов и их состояние. Не поленитесь изучить как мужской, так и женский туалеты — во избежание сюрпризов. Если праздник происходит на открытой площадке, то рекомендуем смело заказывать биотуалеты. Гости обычно бывают растроганы, когда возле кабинок стоит столик с влажными салфетками для мытья рук и прочими гигиеническими мелочами.

Обязательно нужно осмотреть гардероб и подсобные помещения, в которых разместятся участники культурной программы.

Словом, «суньте нос во все кастрюли» и четко оговорите все условия с владельцем места — какие услуги будут включены в стоимость аренды, а какие нет, до которого часа вы сможете резвиться и кто обеспечит вам безопасность.

Шаг пятый: сидя или стоя?

Подумайте, сидя или стоя будут угощаться гости. Другими словами, ответьте на вопрос, что их ждет — банкет, фуршет, буфет и т. п. От этого зависят две судьбоносные вещи: стилистика культурной программы и меню.

Сначала о культуре. Если вы пригласили людей на банкет, то развлекательная программа может быть представлена в жанре кабаре: гости сидят, актеры работают. Опять же на банкете человека проще вовлечь в какие-либо конкурсы: встал из-за тарелки, продемонстрировал свои таланты и снова сел на место. На фуршете гость пребывает в положении «стоя», да еще и с тарелкой в руках. Слишком долго он не простоят: устанет. Поэтому зрелище должно быть кратким. Тарелку гость по доброй воле из рук не выпустит, поэтому всякие интерактивные конкурсы на фуршетах также не популярны. Короче, чтобы не мучиться, запускайте по залу «бродячих» музыкантов, которые будут лавировать между участниками фуршета, а остальные пункты программы отложите до удобного момента. И пусть в вашей памяти не меркнет ответ Ивана Царевича Бабе Яге: «Ты меня накормила, напоила, в бане вымыла? Нет? Не накормила? Вот и займись! А то сразу: «Садись на лопату, полезай в печь!..» Другими словами, голодный гость развлекаться не захочет.

Практическое отступление: о меню

Сейчас очень модно стало швыряться словами типа stand up buffet, coffee-break и т. д. Да и названия блюд приобрели налет нечеловеческой изысканности. Обычный шашлычок все чаще проходит под кличкой «брошет», кабачковую икру обзывают «соте из цуккини на подушке из салата, декорированное розмарином и тимьяном», и прочая-прочая-прочая. Если не боитесь разочаровать гостей — переименовывайте! Дело не в названии, а в качестве и количестве.

Лирическое отступление: «терминология»

Если в разговоре с предполагаемым организатором вы услышите монолог типа: «Для организации корпоративного мероприятия мы провели маркетинговое исследование площадок, кастинг обслуживающего персонала, креативно подошли к разработке концепции, направленной на продвижение позитивного пиара вашей компании и поднятие ее имиджа. Пролонгировано взаимодействие модераторов интерактивных зон праздника со стаффом кейтеринга, перемежаемое с сетями программы...» — то будьте особенно внимательны и осторожны. Вы встретились с крутым теоретиком. Он в совершенстве владеет риторикой и терминологией, обладает хорошо поставленной сценической речью, но вряд ли в состоянии реализовать на практике то, о чем так

Туалеты

Развлечения на фуршете

Теоретики и практики

живописно рассказывает. Настоящий опытный практик скорее всего скажет вам то же самое, но по-русски... Однако продолжим...

Шаг шестой: кто будет кормить?

Обратите пристальное внимание на подбор кейтеринговой компании или ресторана выездного обслуживания (кому как больше нравится).

Тут важно все: персонал, его одежда, мебель, посуда, скатерти, салфетки, приборы, оформление столов и — самое главное — повара и результат их работы, то есть угощение! Стоимость декорирования и обслуживания не должна быть выше стоимости блюд. Можно «наоборотить» и надекорировать бутафории, как на выставке, но есть будет либо нечего, либо очень не по-русски.

Так, некая фирма взялась красиво накормить гостей корпоративного праздника. Сервировка поражала воображение. Но при ближайшем рассмотрении выяснилось, что на блюдах с фруктами аппетитнее всего выглядели искусственные фрукты, что гигантские осетры на столах представляли собой чистую бутафорию, а съесть можно было лишь тончайшие ломтики осетрины, разложенные вокруг на тарелочках. Апофеоз — роскошный многоярусный торт из белого пенопласта, на котором среди пластиковых вишен можно было разыскать кусочки размороженного полуфабриката.

Как вы думаете, что на это сказали гости? Учтите: в России любят поесть вкусно и обильно. Вам простят отсутствие костяного фарфора и посеребренного мельхиора, но не простят отсутствия качественной и обильной еды. Будем считать, что это национальная особенность, против которой медицина бессильна.

Не так давно один американский мультимиллионер устроил праздник для другого мультимиллионера. Да, он пригласил варьете, девицы взмахивали ножками под живую музыку, но вот в качестве угощения были поданы так называемые «ножки Буша» на пластиковых тарелочках, причем курятина была не с барбекю, а примитивно разогретая в микроволновке. Однако американские гости шумно восторгались вечеринкой, ведь для них главное не угощение, а возможность потусоваться.

Убежден, что в России такой номер не прошел бы. Тусовка тусовкой, но питание первично!

К слову сказать, вы и сами знаете, что кусок свежезажаренного мяса по вкусу, виду и запаху сильно отличается от размороженных полуфабрикатов или приготовленных заранее и разогретых блюд.

Между прочим, когда будете составлять меню, не забывайте смотреть на выход блюд в граммах! Другими словами, вам должны четко написать в предложении: меню — столько, обслуживание (повара, официанты) — столько, декорирование (цветы, свечи и т. д.) — столько. Грустно, если гости после праздника скажут: «Здорово все было, вот только голодно!»

Практика показывает, что ни одна кейтеринговая кампания в формате банкета на выезде не в состоянии подготовить нормальное угощение за 25 долларов на человека. Вдумайтесь, ведь в эту сумму должны войти стоимость продуктов, работа повара, официанты, мебель, транспорт, уборщица, мойщица посуды... и прибыль, в конце концов! Честные фирмы не берутся за такой заказ. Кстати, не забывайте, что заказывать выездное обслуживание можно не только в кейтеринговых фирмах, но и в ресторанах. И получается очень даже хорошо, если, конечно, у ресторана есть опыт выездного обслуживания.

Однако блюдите гармонию! На угощении вредно экономить, но и швыряться деньгами тоже не следует. Роскошный стол — палка о двух концах. Если гости объедаются черной икрой, омарами и запивают все это каким-нибудь ХО, то ваша программа должна быть такой же расфуфыренной и навороченной. И наоборот, на фоне канале со столовым вином просто дико будут смотреться выступления столичных и зарубежных звезд. Баланс между хлебом и зрелищами должен быть соблюден.

Шаг седьмой: звук и свет

Подготовьте техническое оснащение, другими словами — звук и свет. Здесь нужны звукорежиссеры и другой персонал.

Если у вас небольшое мероприятие без звезд и технических чудес, то стоимость звука и света, конечно, может быть небольшой. Но если у вас певцы, балет, несколько площадок, действие на открытом воздухе, фейерверки и дрессированные собачки — не верьте обещаниям выставить звук, свет и сцену за 700 долларов! Так не бывает. Конечно, три фонаря и две колонки — это тоже свет и звук, но лучше вообще не делать праздник, чем делать его плохо. Представьте себе, что при приготовлении пирога с капустой вы вместо килограмма начинки положили сто граммов, взяли ржаную муку вместо пшеничной, а яйца и масло в тесто решили вообще не класть, другими словами — сэкономили. Пирожок в этом случае получится слишком диетическим, а попросту говоря — невкусным.

Красиво или сытно?

Сколько стоит угощение?

Однако вспомним типичные монологи заказчиков: «Да что вы меня лечите! Вот у меня дома стоит стереосистема, включи погромче — и все слышно, а ведущему микрофон не нужен, пусть говорит погромче. Свет нам ни к чему, мы не в театре. Люстра светит — и ладно». Но, друзья мои, мы с вами именно в театре — ведь весь праздник, который устраивается, это по сути один большой спектакль, где все приглашенные — одновременно и зрители, и актеры.

Другой пример: «В этом помещении ничего не нужно оформлять, гости тут покурят, там кофе попьют, поставим сюда музыкальный центр, и ладно!» Нет, не ладно! Любое помещение необходимо технически грамотно оборудовать. Пусть будут только две маленькие колоночки, усилитель и CD-проигрыватель, но оборудование должно быть профессиональным, и его должен обслуживать специально обученный человек. Его дело — за громкостью следить, диски менять, наблюдать, чтобы гости на колоночку случайно не пролили кофе или не поставили на нее бокал вина.

Вернемся к технике, то есть к звуку и свету. Профессиональный звук и свет — залог успешного праздника. Если у вас, к примеру, Элтон Джон поет, но его слышно плохо, да и не видно, какой смысл его привозить? Да и не приедет он, если вы не выставите ему именно то оборудование, которое он потребует. Существует такое понятие, как райдер, то есть технические требования, без которых ни один уважающий себя исполнитель работать не будет. Есть еще, кстати, и бытовой райдер — ведь артиста нужно где-то разместить, переодеть, чем-то напоить-накормить и т. д.

Райдер для артиста

Так вот, слышно этого исполнителя должно быть всем, везде, из любого места и как следует. Как следует — это не значит громко. Это значит качественно. И все должно быть видно. Освещено, подсвечено, украшено с помощью спецэффектов и т. д. Помните: свет — это страшная сила. С помощью световых приборов можно любой сарай превратить в палаццо, где разворачивается фантастическое зрелище.

Свет бывает трех видов: сценический, динамический, интерьерный.

1. Сценический освещает сцену или то место, где происходит ваша программа.
2. Динамический свет понадобится вам, когда гости начнут танцевать.
3. Интерьерный (как нетрудно догадаться) служит для оформления интерьера: ну там стены подсветить, потолок, завитушки на колоннах, декорации. Иногда здание (и деревья, если они есть) подсвечиваются снаружи. Получается очень нарядно.

Три вида освещения

Антураж — великое дело! Мы как-то раз делали фуршет под флагом «кухни народов мира». Поставили дорожные указатели типа «Булонский лес», «Великая китайская стена» и т. д., установили пограничные столбы. Декорировали столы в национальном духе и нарядили-загримировали официантов за этими столами. Скажем, в «Булонском лесу» месье в парике подавал всевозможные сыры с французскими винами, русский стол с грибочками-кулебяками был дивно задрапирован яркими шальями, опять же подсветка... Гости ахали от восхищения.

Звук, кстати, тоже не должен концентрироваться в одном-единственном месте. Нужно озвучить как сценическую площадку, так и остальные помещения, где могут находиться гости. А если у вас не один зал, а несколько, то это тем более необходимо.

Естественно, финансовые затраты на звук и свет рассчитываются индивидуально для каждого праздника.

Шаг восьмой: выбор ведущего

Дело это непростое. Ведущий — залог успеха (или провала) вашего праздника. Профессионал «вытянет» мероприятие даже в самой безумной ситуации, а любитель провалит, что бы вы там ни изобрели.

Само собою, у каждого из нас могут быть кумиры. Но помните, что главное не фамилия ведущего, а его профессиональные качества. Нередко оказывается, что супер-профессиональный, популярный теле- и радиоведущий не умеет работать на площадке с публикой. Даже блестящий актер может испортить дело, так как спектакль — это одно, а праздник — совсем другое. Здесь требуется практик, умеющий «держать аудиторию», способный чутко следить за ситуацией и творчески контролировать ее. Любой праздник можно провалить, если тупо следовать сценарию, ведь жизнь постоянно подкидывает большие и маленькие сюрпризы. Поэтому нужно импровизировать, причем так, чтобы у публики создавалось впечатление, что все так и задумано. Нравится вам это слово или нет, но профессиональный ведущий должен быть хорошим массовиком-затейником. И часто никому не известный ведущий может работать покруче «заговорившей телезвезды», да и гонорар у него скромнее.

Творчески контролировать ситуацию

Поинтересуйтесь у кандидата в ведущие опытом работы и, если вы видите человека впервые, попросите у него резюме с перечнем организованных им мероприятий за последние годы. Встретили названия знакомых фирм? Позвоните туда, узнайте, как прошел праздник. Реклама «из уст в уста» в данном случае наиболее правдивая.

И помните, что ведущему нужна определенная степень свободы. Только дайте ему всю необходимую информацию, фамилии выступающих и перечень тех тем, которых

► Музыкальная программа должна соответствовать основной идее праздника



он не должен касаться. Помнится, один из заказчиков сформулировал запрет так: «Оркестр может играть все, кроме джаза и еврейских мелодий». Занятно было бы в разгар праздника сыграть лично ему «Хава нагила» в джазовой обработке!

Необходимая степень свободы

Не додумайте ведущего вопросами, как и что он будет говорить, не требуйте от него заранее написанных текстов и конкурсов. Все равно это вам не поможет (хотите вы этого или нет, импровизация неизбежна). Форма одежды — единственное, что следует оговорить с ведущим заранее, чтобы он не оказался во фраке на спортивном уличном празднике или в «косухе» на светском рауте.

Шаг девятый: составление программы

Кто же вас и ваших гостей развлекать будет?

Постройте программу так, чтобы она была интересна всем, постарайтесь охватить все жанры — разговорный, вокальный, оригинальный, танцевальный и т. д.

Программа должна быть органичной

В программе должно быть все, чтобы гости не заскучали, но в таком количестве, чтобы их особо не додумали. Развлекать гостей нужно с первой до последней минуты, но только не переборщите. А то был случай, когда на празднике работали несколько ведущих по очереди. Джаз, цыгане, спортивные конкурсы, поп-звезды, диджеи и т. д. шли без перерывов, без остановки и без намека на целостность. Публика стонала.

Лучше заранее и спокойно обсудите развлекательную тему с ведущим. Профессионал вам плохого не порекомендует!

Шаг десятый: подготовьтесь сами

Ведущий выбран. Как с ним общаться? На всякий случай — три маленьких совета:

Оплата

1. За хороший труд платить нужно хорошо, серьезная и объемная работа не может низко оцениваться. Если на вопрос о стоимости услуг вам ответят «столько, сколько посчитаете нужным» — это неправильно. Человек должен четко представлять, как оценивается его работа, и назовет вам четкий гонорар.

Доверие

2. Доверяйте выбранному вами организатору и предлагайте (а не навязывайте) ему свои желания. Он вам сам скажет, реальны или нереальны ваши мечты. Если заказчик будет упорно настаивать на невозможных, по мнению организатора, моментах, то уважающий себя профессионал вежливо откажется от данной работы.

К сожалению, очень часто бывает, что блестяще организованное мероприятие заказчик ставит в заслугу себе, говоря, что сам все придумал и сделал, а неудачи списывает на организатора.

Тендер

3. Если вы проводите тендер, говорите об этом честно и сразу. А если собираетесь использовать чужие идеи, полученные в результате тендера, то дело даже не в цинизме. Поверьте, воплотить в жизнь чужие замыслы вам все равно не удастся, сделать это как следует сможет только автор.

Организация любого праздника — от юбилея на 20 человек до дня города — сравнима со сборкой автомобиля. Он никуда не поедет, если соорудить его из несовместимых деталей. Именно знание всех деталей и отличает профессионала от дилетанта... ■