Между клизмой и харизмой

Автор:
Самвел Аветисян

Между клизмой и харизмой

Самвел Аветисян

Бизнес. Сенсация

Самвел Аветисян ? первопроходимец российского маркетинга, известный благодаря участию в запуске и провокационному продвижению кампаний «Тинькофф», «Дарья» и «Техношок». В искрометной и ироничной попытке автобиографии Самвел рассказывает историю рождения российского бизнеса.

Один из главных героев истории ? типичный российский бизнесмен начала 90-х. Напористый и дерзкий предприниматель Ярдов нанимает бывшего сотрудника публичной библиотеки на должность маркетолога, полагая, что «армяне те же евреи, но подешевле». Работая на бизнесмена, автор повествования занимается созданием и продвижением брендов пива «Ярдофф», пельменей «Варвара» и «Царь-батюшка».

В циничной манере Самвел дает характеристику целой эпохе. Маркетингу, который стремился залезть в сердце и печень потребителей. Рекламным кампаниям, которые должны быть настолько WOW, чтобы с думских трибун о них кричали не иначе как о «национальном позоре».

Содержит нецензурную брань.

Самвел Аветисян

Между клизмой и харизмой

© Аветисян С., текст, 2018

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2019

Все права защищены. Книга или любая ее часть не может быть скопирована, воспроизведена в электронной или механической форме, в виде фотокопии, записи в память ЭВМ, репродукции или каким-либо иным способом, а также использована в любой информационной системе без получения разрешения от издателя. Копирование, воспроизведение и иное использование книги или ее части без согласия издателя является незаконным и влечет за собой уголовную, административную и гражданскую ответственность.

***

Амвел Аветисян – первопроходец российского маркетинга, известный благодаря участию в запуске и провокационному продвижению компаний «Тинькофф», «Дарья» и «Техношок». Четверть века манипулирует потребителями.

***

Маркетинг в эпоху фаллократичного generation B («БИ» – БАНАН)

История о том, как возбудить интерес, залезть в сердце и печенки аудитории

В ГЛАВНЫХ РОЛЯХ

Типичный бизнесмен, лидер-харизматик, уверенный, что все в жизни – секс: деньги, тачки, джеты, яхты, бизнес и власть.

Маркетолог, который нащупал точку WOW рынка, заставляет в экстазе и ярости биться общество и органы власти.

ЖАНР

Перепостмодернизм

СЮЖЕТ

С появлением первых язв рыночной экономики молодой историк оставляет науку и устраивается маркетологом к скандальному бизнесмену. Вместе они выжимают из рынка максимум, ломают стереотипы о рекламе и позиционировании.

ВНИМАНИЕ! ВСЕ СОВПАДЕНИЯ С РЕАЛЬНЫМИ ЛЮДЬМИ И СОБЫТИЯМИ СЛУЧАЙНЫ

***

«Если бы книги о бизнесе были фильмами, то история, написанная Амвелом Аветисяном, была бы достойна Гая Ричи. Сочная, живая, местами безумно смешная и резкая, очень откровенная книга. Историк по образованию, Амвел Аветисян создал мощный портрет российского бизнеса 90-х и нулевых годов. Прочитал на одном дыхании, словно посмотрел кино».

Федор Овчинников, основатель сети пиццерий «Додо Пицца»

***

ИРОНИЯ – это экзистенциальное определение, а потому нет ничего смехотворнее, чем рассматривать ее как стиль речи или же как счастливую удачу автора, когда тот время от времени может выразить себя иронически. Человек, наделенный сущностной иронией, обладает ею все время; он не связан никаким стилем, поскольку бесконечное уже располагается внутри него. Ирония – это утончение духа.

S?ren Aabye Kierkegaard.

Afsluttende uvidenskabelig Efterskrift[1 - Серен Обю Кьеркегор. Заключительное ненаучное послесловие (дат.).]

ХАРИЗМА (греч. ???????) – благодать, божий дар…

Харизмой называется качество личности, признаваемое необычайным, благодаря которому она оценивается как одаренная сверхчеловеческими свойствами и силами, недоступными другим людям. Харизматическую личность считают пророком, избавителем, полубогом, носителем Высшей Правды. Даже явные неудачи оборачиваются его прославлением: бегство воспринимается как спасение, любые потери – как обязательные жертвы или козни врагов, абсурдные утверждения – как непостижимая мудрость. Но зачастую под харизматической личностью скрывается рафинированный тип афериста…

Maximilian Weber.

Merkmale der charismatischen Herrschaft[2 - Максимилиан Вебер. Характеристики харизматического господства (нем.).]

КЛИЗМА (лат. enema, греч. ?????? – чищу, промываю) – введение жидкости через задний проход в прямую кишку с целью очищения и ликвидации запора, а также для придания стимулов…

Большой медицинский словарь

***

Посвящается жене

ПОЛЕЗНЫЕ КНИГИ ДЛЯ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

Найди свое «Почему?». Практическое руководство по поиску цели

Продолжение мирового бестселлера «Начти с „Почему?“». Люди и организации, осознающие свое «Почему?», стабильно успешны, пользуются большим доверием и лояльностью среди сотрудников и клиентов. Эта книга дает конкретные инструменты для поиска или формирования вашего «Почему?», а значит – для нового роста и этапа развития.

Мотивация как она есть. Как Coca-Cola, Ernst & Young, MARS, METRO Cash & Carry вдохновляют сотрудников

Эксперт в управлении персоналом Татьяна Кожевникова проверила уже существующие и создала собственные методы повышения эффективности сотрудников. Из этой книги вы узнаете, какие «пороки руководителей» губят даже самых замотивированных работников. И как привлечь и удержать в компании лучших.

Ты же оратор. Мощные инструменты для выступлений и презентаций

Экспресс-прокачка навыков для эффектных презентаций! «Ты же оратор» – это проверенные на опыте крупнейших компаний и тысяч учеников инструменты, которые можно применять как систему или использовать по отдельности. Александр Яныхбаш пошагово разбирает этапы подготовки успешного выступления, помогает учесть индивидуальные особенности и сформировать собственный стиль.

Nutella. Как создать обожаемый бренд

Как с нуля построить крупнейшую международную компанию? Как достичь стабильного увеличения спроса и навсегда покорить сердца потребителей? Из

этой книги вы узнаете секрет создания бренда-легенды. А также поймете, на каких пяти столпах бизнес-философии стоит компания «Ferrero», кто входит в Объединённую Нацию Сладкоежек и почему именно Наполеон был «отцом» Nutella.

Предисловие

Дуб – дерево.

Роза – цветок.

Олень – животное.

Гений – социальное зло.

Смерть неизбежна.

Х. Е. Розенталь.

Учебник грамматики

Даже не верится, что я наконец-то написал эту книгу. Я, можно сказать, писал ее, как дышал. А у меня одышка. Из-за кардиомиопатии. Это когда сердце работает вполсилы. Так врачи говорят. Но мне известно, что это из-за лишнего веса. Я действительно много ем, а еще больше пью. Вино в основном. Не только потому, что оно полезно сердцу и приятно телу. А еще потому, что в вине прячется истина.

Я, разумеется, пытался сбросить вес. И не однажды. Как-то даже умудрился целый месяц не есть ничего жирного, мучного, сладкого и соленого. Запретил себе подходить к холодильнику по ночам. Стал обливаться, бегать, отжиматься, крутить педали – короче, все, как положено. В результате потерял целых тридцать дней, полных жизни и удовольствия. Пришлось потом наверстывать.

О чем книга? По гамбургскому счету – ни о чем. Нет в ней ни глубокой идеи, ни жизненной правды, ни даже полезных советов. И это не мемуары, несмотря на обозначенный в подзаголовке жанр. Это скорее попытка саморефлексии, или, если точнее выразиться, литературной интроспекции авторского мировосприятия. А раз так, было бы совершенной глупостью отождествлять автора (то есть меня) с лирическим героем, от лица которого ведется повествование. Более того, автор необязательно разделяет религиозные, метафизические, идеологические, политические, моральные, эстетические, национальные, гастрономические и другие взгляды и мнения, высказываемые ее лирическим героем и прочими персонажами.

Такой же благоглупостью было бы считать главного героя книги Ярдова личностью подлинной. Харизматик по рождению и параноик по жизни, Ярдов – обобщенный образ русского предпринимателя на рубеже тысячелетий.

Все остальные персонажи, за исключением лиц публичных и знаменитых, также являются фигурами вымышленными. Любое совпадение с реально живущими или когда-то жившими людьми носит случайный характер. Да и описываемые в книге события необязательно происходили в реальности, хотя могли бы. Ибо вымысел, как известно, достовернее реальности.

Читать книгу можно с любого места – с середины, с конца, пролистывая и пропуская главы. Даже задом наперед, если хотите. Каждая глава – отдельная история, законченный рассказ. Но можно и не читать, дело хозяйское. Главное – книгу купить и тем самым помочь автору немного заработать.

Книга посвящена моей жене. Потому что она вот уже тридцать лет выдерживает меня, выносящего ей мозги, терпит меня нетерпимого, прощает то, что и Бог не простит, спасает от уныния, гордыни и прочих смертных грехов, не давая мне заработать гастрит и цирроз печени. Вот уже тридцать лет она остается единственной женщиной, к которой (пусть и по утрам порой) я неизменно возвращаюсь. Благодаря ей вот уже тридцать лет я могу гордиться детьми, в воспитании которых принимал ровно такое же участие, какое принимает кукушка в воспитании своих кукушат.

У армян есть мудрое пожелание к супругам состариться на одной подушке. Лет еще тридцать, я думаю, мы не будем стареть. Умрем молодыми на одной подушке. Причем в один день…

Армяне – те же евреи, но подешевле

Уже почти год я искал работу, уволившись из Государственной публичной библиотеки им. М. Е. Салтыкова-Щедрина, где восемь лет прослужил в отделе библиографии и книговедения. Параллельно писал диссертацию на тему «Научное наследие Н. М. Карамзина в оценке американской историографии». Но так и не дописал. Помешали Чубайс с Гайдаром, отпустившие цены то ли в 1992, то ли 1993 году. Мое и так скромное жалованье младшего научного сотрудника стало еще более скромным. Его еле хватало на оплату проезда на службу и обратно.

Я стал искать работу, резонно полагая, что мой какой-никакой английский позволит найти приличное место, допустим, в иностранной компании. Их в Питере к тому времени было предостаточно: всякие там Джонсоны с Джонсонами, Проктеры с Гэмблами, Хьюлетты с Паккардами. Почти не задумываясь, я выбрал маркетинг. Ну, во-первых, я гуманитарий. А маркетинг, как ни крути, гуманитарная дисциплина.

Первое, что я сделал, это написал резюме и разослал по разным рекрутинговым компаниям. Помог мне в этом однокурсник, работавший в финской компании по продаже каких-то там утеплителей. Надо написать, говорил он, про солидный опыт и обязательно про компьютерную грамотность.

Про компьютерную грамотность, мол, знаю паскаль и бейсик, я соврал. А вся моя биография уместилась в несколько строк: родился в Тбилиси, закончил исторический факультет ЛГУ, по окончании которого был распределен в ПТУ № 29 преподавать обществоведение, но, получив через год прописку и койко-место в рабочем общежитии, полагавшиеся мне как молодому специалисту, тут же уволился и устроился в Публичку. По блату, разумеется. Научный руководитель моей диссертации Александр Львович Шапиро позвонил своему бывшему аспиранту Александру Якимовичу Дегтяреву, который в то время возглавлял отдел науки Ленинградского обкома КПСС, с просьбой позвонить Владимиру Николаевичу Зайцеву, директору библиотеки. Про блат, само собой, в резюме не писал – просто вспомнилось.

Однокурсник настоял также, чтоб фразу «владею английским со словарем», я заменил на «свободно владею английским». Зато я отстоял строчку про знание армянского и грузинского языков, которая, по его мнению, была бесполезной.

Спустя месяц мне позвонили из компании Business Link и пригласили заполнить анкету. Катя Неваляйнен, директор по работе с важными клиентами, красивая и совсем не конопатая для ингерманландки девушка, встретила меня в приемной и проводила в отдельную комнату. После заполнения анкеты и прохождения графологической экспертизы она поинтересовалась, знаю ли я что-нибудь о фирме «Сан-Франциско» и ее владельце Ярдове.

– Что-то читал про него в «Деловом Петербурге», – вспомнил я. – это тот, что открыл магазин на Васильевском?

– Точно, – сквозь тонкие очки улыбнулась строгая Екатерина. – Ярдов ищет менеджера по маркетингу для будущей сети магазинов. Но хочу вас предупредить: Ярдов – нетипичный бизнесмен. Не то чтобы агрессивный или невоспитанный, но молодой. Ему только двадцать четыре года. Все делает быстро, решения принимает мгновенно и не терпит, когда возражают ему. Вам это интересно?

Мне была интересна любая работа от трехсот долларов (я заранее просчитал свой физиологический минимум), а здесь обещали аж восемьсот. Сопливым апрельским утром я направился в офис «Сан-Франциско» на собеседование.

Офис располагался в полуподвальном помещении и был выкрашен в желто-зеленый цвет. Охранник провел меня в комнату переговоров. Пока я разглядывал образцы продукции, выставленные по периметру, в переговорную вбежал высокий, под два метра детина в ярко-синем костюме с изображением медузы Горгоны на галстуке. Не здороваясь, он развалился на стуле и стал монотонно раскачиваться, вперившись в меня изучающим взглядом:

– Давай рассказывай, что такое маркетинг!

Сомнений не было, это был Ярдов. Именно так его описала Катя – молниеносный, мощный, бесцеремонный. Пока я вспоминал определение маркетинга по Котлеру, заученное накануне, Ярдов, не дожидаясь ответа, продолжил:

– Маркетинг – это сила! Я был в Штатах, там рулит маркетинг! И у меня должен быть маркетинг. Рассказывай!

– Э-э-это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. – Я стал пересказывать Котлера, имея привычку вращать в руках карандаш или ручку. На этот раз была ручка BIC. Ее и вращал, то возвращая в пластиковую кружку в центре стола, то доставая обратно.

– Мы получили эксклюзивные права на Bang & Olufsen. Будем открывать закрытый бутик с эксклюзивным сервисом и доступом по спецприглашениям. Круче, чем в Москве! С чего начнешь раскрутку?

Я первый раз слышал об этой марке и понятия не имел, что это за техника. В сознании никак не умещалось, что телевизор может стоить дороже двухкомнатной квартиры. Уж не помню, что я бормотал про раскрутку, пытаясь разглядеть буклет, который перед моим носом листал Ярдов. Скорее всего, что-то про четыре «пи» и сегментацию. Ярдов явно не слушал меня, то и дело косясь на ручку. Зевнув, он грубо оборвал меня на полуслове:

– Все это полная хуйня!

Назвав меня теоретиком сраным, он стал излагать свое понимание маркетинга:

– Когда надо было узнать реальные продажи конкурента, я снял напротив их магазина квартиру и сидел на подоконнике и считал, сколько за день продается чего. И нехуй тут Котлера разводить какого-то! – Довольный сказанным, Ярдов откинулся на спинку стула и стал вертеть передо мной Cartier с золотым пером.

Наступила свинцовая пауза. Я сник. Ярдов как ворвался в комнату, не здороваясь, так же стремительно вышел из нее, не прощаясь. Ежу было понятно, я не подошел.

На следующий день позвонила Катя Неваляйнен:

– Знаете, а вы подошли! Ярдов оставил вам номер своего мобильного и просил срочно позвонить. Поздравляю!

Легко сказать «позвонить на мобильный»! Я никогда его вблизи не видел. Ярдов пару раз во время беседы доставал черную плоскую коробочку с откидывающейся крышкой и вытягивающимся проводом. Я понятия не имел, как звонить. В офисе сотовой компании Fora Communications мне объяснили и даже помогли сделать звонок. За недорого.

– Привет! – сухо отозвался Ярдов. – Я улетаю в Штаты. Короче, позвони моему заму, он тебе все расскажет. С понедельника приступай к работе! Я вернусь через три месяца. Мы должны поставить всех раком!

В назначенный день я вышел на работу. Меня провели по офису, познакомили с коллективом и показали рабочее место. Мне явно все нравилось: уже знакомый желтый фон стен в зеленом обрамлении дверных и оконных проемов, строгое декольте длинноногой секретарши, подчеркнуто деловой вид и серьезное выражение лиц сотрудников. Но больше всего меня поразило мое рабочее место с высоким кожаным креслом на колесах и компьютером IBM…

Спустя три месяца, когда стало ясно, что с помощью рекламы удалось-таки поставить город в нужное Ярдову положение, и пользуясь благостным состоянием босса, я осмелился поинтересоваться у него, почему он остановил выбор на мне.

– Знающие люди посоветовали брать на маркетинг еврея. А армяне – те же евреи, но подешевле, – ответил Ярдов.

Сам натворил – сам и расхлебывай!

Первые три месяца работы были самыми сложными. Хотя бы потому, что я не знал компьютера. То есть совершенно не знал – с какой стороны подступиться и как его включить.

Получив первую зарплату, я нанял за сто долларов приходящего программиста, проводившего со мной компьютерный ликбез. Компьютер надо было знать. Ярдов требовал ежедневного отчета. Я тратил уйму времени, набирая указательным пальцем отчет, распечатывая его на матричном принтере и

отправляя Ярдову по факсу в Америку. Раньше полуночи из офиса не уходил. Этим создавал у Ярдова впечатление невероятного усердия. Однажды, во время очередного разноса, он поставил меня в пример:

– Берите пример с армяшки! Учитесь, суки, как надо работать!

До меня вся маркетинговая активность компании выражалась в размещении рекламы в бесплатных газетах «Экстра-Балт» и «Центр Плюс». А еще регулярно заказывались ежедневники, визитки, ручки с логотипом компании в виде изображения гризли. Почему гризли? Не знаю. Но каждый раз при виде этого зверя вспоминался анекдот про двух грузинов, возвращавшихся с охоты.

– Это гризли? – спрашивали их встречные.

– Пачиму гризли? Падстрелили!

Рекламная продукция закупалась в Штатах. Не столько по причине дешевизны или лучшего качества, а потому, что, со слов Ярдова, у Америки все сосут. Помню, как в первый раз зашел к нему в кабинет и поразился огромному звездно-полосатому флагу в углу. Этим же повальным увлечением «сосать у Америки» объяснялось упорство Ярдова в продвижении продукции корпорации Recoton, производившей аксессуары к бытовой технике: шнуры, переходники, разъемы.

Как писал «Деловой Петербург», «в планах компании, ставшей эксклюзивным дистрибьютором, было создание дилерской сети и привитие новой культуры быта». Но несмотря на то, что за пару лет Ярдов выгнал нескольких менеджеров, которым вменялось в обязанность создание этой самой сети и привитие новой бытовой культуры, продажи никак не шли. Гордый житель Петербурга не понимал, почему ему надо платить кучу денег за аккуратные шнуры, если можно самому с помощью плоскогубцев и изоленты сделать удлинитель или разъем. Или зачем ему специальная кассета для чистки головки магнитофона, стоившая дороже водки, если можно обойтись кусочком ваты, пропитанной той же водкой?

Чтобы хоть как-то сдвинуть с мертвой точки продажи шнуров и разъемов, Ярдов меня и нового менеджера по аксессуарам Лидию отправил в Лас-Вегас, на выставку достижений бытовой электроники, на Consumer Electronics Show.

Тонкая Лидия, нанятая не только за красивые ноги, но и за диплом MBA, должна была с помощью этих самых ног и диплома MBA, полученного в Санкт-Петербургском международном институте менеджмента, убедить американских партнеров в необходимости предоставления нам бессрочного товарного кредита. А мне было приказано выбить внушительный рекламный бюджет и заодно поучиться маркетингу у американцев.

– Гондоны, трачу на вас огромные бабки, а вы как были лохами, так лохами и останетесь! Лидия, будешь уволена, если не понравишься Дадли.

– Дадли?

– Дура, это вице-президент по маркетингу. А ты, жирдяй, впитывай все и без бюджета не возвращайся!

С бюджетом я вернулся. Только не с внушительным, а лишь с его половиной. Мистер Дадли доходчиво объяснил, что бюджеты совместной рекламы формируются из соотношения фифти-фифти. Выражение «фифти-фифти» мне понравилось из-за прозрачности и справедливости, но не понравилось Ярдову. Надо было искать выход! И он был найден. Дружественная фирма «Депутат Балтики» предложила свои услуги в проведении рекламной кампании, а взамен пообещала представить американцам отчет, в котором официальный бюджет окажется в два раза больше фактического.

Вернувшись из Америки, я взялся за формирование своего отдела. Но не с чистого листа. До меня за рекламно-канцелярскую продукцию в компании отвечала Эльвира Урачевская, дама строгих лет и строгой внешности, но при этом мягкая и ранимая. Когда Ярдов влетал в нашу комнату с криком и матом «почему никто не работает?», Эльвира, подобно тургеневской барышне, в слезах выбегала из комнаты. Это повторялось чуть ли не ежедневно, пока в один прекрасный день Эльвира не отказалась выходить на работу. Не скрою, я был рад этому. Теперь можно было с нуля создавать отдел.

С чего начать? Ну, разумеется, с поиска маркетингового аналитика. Как же без исследований? Искать этого самого аналитика пришлось долго – почти все лето. Я даже разместил объявление в «Деловом Петербурге». И чтобы вакансия выглядела убедительно, дал объявление по-английски:

Leading consumer electronics store chain are pleased

a new opening of Marketing Analyst…[3 - Ведущая сеть магазинов бытовой электроники открывает вакансию маркетингового аналитика (англ.).]

Но тщетно. На интервью приходили либо безоблачные оптимисты, либо хмурые аутисты. А Ярдов грозно торопил меня:

– Чтоб в сентябре все были набраны, мать твою!

Помог случай. В конце лета со мной связался ректор недавно созданной бизнес-школы ЛЭТИ-Lovanium профессор Янчевский с предложением стать корпоративными членами школы. Это членство, рассудил я, помимо необходимого статуса и нужного имиджа, даст возможность быстрее находить сотрудников, включая искомого аналитика. Свои соображения я изложил Ярдову. Ярдов возбудился:

– Звони профессору и договаривайся о встрече!

Уже в машине, уезжая со встречи, Ярдов, все еще возбужденный, кричал в мою сторону:

– Срочно оформляй корпоративное членство! На работу теперь берем только профессионалов! Друзья – это хорошо, но друг – не профессия.

Так, среди выпускников бизнес-школы нашелся первый сотрудник отдела – не по годам серьезный, немногословный и всегда невозмутимый Владислав Молчун. Но проработал он маркетинговым аналитиком недолго. За тихую любовь к цифрам и трепетное отношение к таблицам его вскоре перевели в финансовый отдел.

Честно говоря, никаким анализом рынка или мониторингом цен наш отдел так и не занялся: все считалось на пальцах или бралось из воздуха. Обычно Ярдов давал команду покупать «того и того по такой-то цене и продавать вот по такой». И никто не смел возражать.

Не в пример аналитику менеджер по связям с общественностью нашелся легко и внезапно. Ранним сентябрьским утром мне позвонил директор недавно

открывшегося магазина на проспекте Культуры:

– Слушай, нужна реклама! В эту глушь никто не едет. Продаж нет. Надо нагнать народу! Если не сделаю месячный план, Ярдов включит счетчик.

– А что значит «включит счетчик», Леонид?

– Тебе литературно объяснить или прозой жизни?

Мне хватило литературного объяснения. Чтобы быстрее отделаться от Леонида и полностью сосредоточиться на рекламе всей сети магазинов, я предложил ему идею «счастливого часа», суть которой выражалась в продаже в строго назначенный час определенного товара со скидкой. Таким товаром была видеокассета TDK.

В первый же день акции, примерно в час пополудни, раздался звонок от Леонида:

– У нас тут двери в магазине ломают! Очередь тянется аж с метро. Дуй срочно сюда!

Я рванул к Леониду через весь город. Огромная толпа, которую лениво сдерживала милиция и злорадно допекали журналисты, осаждала магазин.

– Сам натворил – сам и расхлебывай! – встретил меня напуганный Леонид и провел через служебный вход в зал, после чего закрылся в своем кабинете.

– Неужели из-за одной кассеты вы готовы стоять в такой очереди? – обратился я к пожилой женщине, стоявшей у кассы. – Откуда приехали?

– Из Гатчины!

– Но ведь дорога сюда стоит дороже кассеты?

– Я ветеран. Я езжу бесплатно!

Среди журналистов я увидел Михаила Гонцова из «Делового Петербурга».

– Миша, мы же свои! Прошу, не пиши ничего про скандал! Давай посидим в ресторане, все обсудим!

Миша не внял моей просьбе. На следующий день в газете вышла статья о том, как магазин поиздевался над ветеранами. Я позвонил Гонцову:

– Миша, я же просил. Приезжай – поговорим!

Миша приехал и с ходу озадачил меня вопросом:

– Я ищу работу. Вам не нужен специалист по пиару?

– Нужен. А какую зарплату просишь?

– Меня устроит четыреста, – произнес Михаил и добавил: – долларов!

– Хватит ему и трехсот, – одобрил мой выбор Ярдов.

Позже в наш отдел маркетинга пришла Ольга Сидорова отвечать за рекламное производство: вывески, карнизы, стеллажи, различные стенды.

Отдел маркетинга из трех сотрудников, сформированный за лето, заработал, возбужденный куражом от дерзких планов и страхом не дай бог их не выполнить.

Все происходящее – случайно

Вместе с созданием вверенного мне отдела я все лето жадно «погружался в тему»: изучал литературу по бытовой технике, читал инструкции по эксплуатации, мучил вопросами продавцов про dolby surround, sony trinitron и прочий multicooking.

Уже на второй неделе работы меня и директора по закупкам Кирилла Коломенского Ярдов отправил в Москву для переговоров с представителями Hitachi, Aiwa, Pioneer, Panasonic, Sharp, Akai, Supra, Moulinex, Rowenta, Kenwood, Braun, Krupp, Minolta и Nakamichi (вроде никого не упустил).

– Нужно раскрутить фирмачей на бабло, – напутствовал нас перед поездкой Ярдов. – Я дал Коломенскому свою American Express. Сводите в ресторан, снимите им баб. Короче, выбивайте бюджет на совместные акции!

– American Express – это чековая книжка? – возбудился я.

– Это кредитная карточка, долбоеб.

Кирилл, один из старожилов компании, хорошо разбирался в переговорных хитросплетениях, знал, с кем перетереть, кого куда сводить и как не перепить лишнего. К тому же он знал все злачные места Москвы: «Метелица», «Титаник», «Птюч», «Тоннель», «Ацтека», Doll’s…

И вот сидим мы как-то в ресторане гостиницы «Москва», выгуливаем фирмачей – главу российского представительства Aiwa Жан-Люк Тряпье и двух его замов. Помня грозный наказ Ярдова, пытаемся выбить из них бюджет. Сидим долго. По третьему разу пьем на дижестив Amaretto Disaronno, а ясности с бюджетом все нет.

Устав от изнурительной беседы, я решил развеяться и со смутными желаниями направился к тонкой девушке за барной стойкой. Похожая на Монику Витти, девушка с голой спиной, перехватив мой липкий взгляд, кивком головы поздоровалась со мной. Я кивнул в ответ:

– Извините, а мы знакомы?

– Ну конечно. Мы встречались во сне, – ответила Моника.

– Во сне? В вашем или моем?

– В нашем…

Я подсел к ней. Она угостила меня какой-то приторной гадостью под названием «Клубничные ласки». Это был коктейль из водки, ликера Cointreau, клубничного сиропа, сгущенного молока и клюквенного морса. Далее общение потекло, как в вязком сне. Моника рассказала, как мы познакомились. Это было, сказала она, в прошлую субботу на Патриарших. Но в субботу я не был на Патриарших. Меня вообще в Москве не было. Она гуляла с сенбернаром, я читал книгу. Заметив сенбернара, справившего свою собачью нужду, я сделал замечание, что хорошо бы убрать за питомцем. Она не смутилась и попросила салфетку. Салфетки у меня не оказалось – ни сухой, ни влажной. Но была книжка «Логико-философский трактат» Витгенштейна. Недолго думая, я вырвал страницу и протянул ей. Она присела на корточки. Я последовал за ней.

– Ты веришь в случайность? – спросила Моника и вернула назад вырванную страницу, но уже с завернутым в нее собачьим говном.

– Нет.

– А вот Витгенштейн верит. – Моника ткнула пальцем в теплый сверток у меня в руке, где можно было прочесть: «В мире все есть, как оно есть, и все происходит так, как происходит. Ибо все происходящее – случайно».

Потом Моника долго убеждала меня и Кирилла, почему ночь с ней стоит четыреста долларов и ни цента меньше. Убедила. Мы сняли деньги с American Express в банкомате, взяли расписку и проводили Монику с мосье Тряпье до лифта.

Утром я позвонил Ярдову докладывать про переговоры.

– Вчера встречались с «Айвой». Компания выразила доверие к нашим предложениям, проявила принципиальную заинтересованность в нашем…

– Не еби мне мозги! Дают деньги на рекламу? – оборвал меня Ярдов.

– Они разделяют наше стремление к взаимовыгодному сотрудничеству и приветствуют нашу маркетинговую открытость.

– Слышь, ты, гондон штопаный, не тяни за яйца! – заорал Ярдов. – Дают они деньги, или, сука, я тебя уволю!

Деньги дала лишь Sony. Бюджет совместной рекламной кампании мы через подставные фирмы раздули в два раза. Так что почти все расходы понесла противная сторона, которая об этом не узнала, поэтому осталась довольна результатами акции.

– В программе с фирмой «Сан-Франциско» мы добились двух целей: увеличения популярности и продвижения радиотелефона стандарта GSM, – сообщил «Деловому Петербургу» представитель компании Виктор Папахчан.

Ближе к зиме была проведена еще одна акция – с итальянским производителем холодильников и плит Merloni. Питерское представительство в те годы возглавлял шикарный грузин необъятного обаяния Коба Кахидзе.

– Дорогой, наша компания эксклюзивно для России произвела узкие стиральные машины, самые узкие в мире, – похвастался новостью Коба, – для жителей хрущевок.

– Да, но наши покупатели не живут в хрущевках, – возразил я.

– Ты не прав, генацвале. Продажи сумасшедшие! Мне чуть ли не каждый день звонят высокопоставленные женщины и просят сорок два сантиметра!

Я попытался представить этих женщин, кем-то куда-то высоко поставленных и жаждущих сорок два сантиметра, но ничего приличного в голову не лезло.

– Закажете большую партию – дам хорошую скидку.

– Коба, дорогой, предложение заманчивое, но надо измерить рынок, понять эластичность спроса, рассчитать пропускную способность. Я попробую выбить у Ярдова бюджет на экспресс-исследование и по результатам скажу, сколько сможем купить.

Ярдов денег не дал.

– Какие на хуй исследования! Рынок голый. Пусть этот жирный грузин даст двойную скидку – закупим в два раза больше.

Ослушавшись Ярдова, я все же силами менеджеров магазина опросил посетителей, задав один-единственный вопрос: планируют ли они в ближайшие полгода покупку стиральной машины? Если американской домохозяйке задать такой вопрос, то положительный ответ означал бы, что она планирует покупку и откладывает на эти цели нужную сумму. А у нас же вышло, как в том анекдоте про Ашота.

– Do you speak english[4 - Вы говорите по-английски? (англ.).]?

– Канэшна хачу!

Мечту наших домохозяек о чудо-стиралке мы приняли за реальное намерение купить ее. И получалось у нас, что чуть ли не каждая петербургская семья планировала купить стиральную машину до конца года. Сколько точно было закуплено стиральных машин, уже не помню. Продавали мы их мучительно и долго. Окончательно избавились от них через год, проведя убойную акцию: «Купи холодильник Siemens и получи стиральную машину Ariston бесплатно!» А раз избавлялись долго и бесплатно, то Ярдов посчитал справедливым не расплачиваться с Merloni.

– Да пошел он на хуй! Передай грузину, пусть успокоится. Или братки им займутся.

Позже от нашего казначея я узнал, что стиралки были небесплатными: их стоимость была спрятана в цену холодильника.

еМоя конституция

В городе не было ни одного мало-мальски влиятельного издания, которое бы не писало о нас: «Смена», «Невское время», «Час Пик», «Вечерний Петербург», не говоря уже о «Деловом Петербурге», сделавшемся ручным для нас. С пиаром, одним словом, было более-менее нормально. Вот только самая читаемая газета

Петербурга не писала о нас.

– Слушай, Миша, хорошо бы сделать материал о Ярдове в «Ленинградской правде», – мы пили кофе в «Севере», – лучше даже интервью с ним.

– Ты имеешь в виду «Санкт-Петербургские ведомости»?

– Да. Это я по старой советской привычке. Газету читает практически весь город. Понимаешь, нужно поменять отношение обывателя к бизнесу, показать, что бизнесмен – не бандит или спекулянт, а такой же полезный член общества, как врач и учитель.

– Не получится.

– Почему?

– Газета финансируется из городского бюджета. Не подкупить.

– Зачем подкупать? Надо придумать что-то такое, чтоб и читателю польза, и газете тираж, и нам репутация.

– Давай я поговорю с заведующим отделом по работе с письмами. Ефим Моисеевич Мудрый больше сорока лет в газете. Он что-нибудь придумает.

Ефим Моисеевич придумал идею, которая обошлась нам дороже взятки: каждому блокаднику – по бесплатной газете. Взамен газета согласилась сделать большое, на всю полосу, интервью с Ярдовым.

Брать интервью пришел сам Мудрый. Ярдов пообещал ему привезти из Америки галстук в подарок. Я встретил Мудрого и провел в кабинет Ярдова. Мы уселись на диване, точнее, провалились в него. Ярдов сидел за стеклянным столом, на котором, кроме «Санкт-Петербургских ведомостей» и ручки Cartier, ничего не было.

– Пока я шел сюда, придумал название, – Ефим Моисеевич выпрямил спину, придвинувшись к краю дивана. – материал назовем «Интервью с самым молодым миллионером».

Мы с Ярдовым переглянулись. В наших взглядах читалось одобрение.

– Начнем. – Ефим Моисеевич раскрыл блокнот и вынул из пенала простой карандаш koh-i-noor. – За годы существования рынка в Петербурге появились тысячи фирм. Многие, мелькнув на страницах прессы, канули в Лету. Шумное начало деятельности с презентациями и фуршетами, и вот уже незадачливых коммерсантов ищет Интерпол.

– А кто-то уже труп и замурован в бетоне, – пошутил не к месту Ярдов.

– Тем интереснее история про вашу компанию, созданную с нуля. Господин Ярдов, расскажите, как стали самым молодым миллионером Петербурга? – От Ефима Моисеевича пахло чесноком.

– Начинал челноком, продавал все, что под руку попадалось: лак для ногтей, бензопилы, цветы искусственные, калькуляторы Citizen. Но быстро понял: без структуры бизнес не построишь. Многие фирмы организованы на двух друзьях с радиотелефонами. Они считают, что могут контролировать продажу кетчупа, например. Я много где был, но ни в одной стране не видел компании, построенной на понятиях. Структура – это логистика, маркетинг, учет и контроль. Посмотрим через десять лет, где будем мы и где будут эти два друга с мобилами.

– Что в бизнесе главное?

– Люди. Были бы профессионалы, а все остальное само сложится. Сейчас мы ищем только профессионалов! Недавно вот переманили к себе маркетолога и юриста.

– А переманивать этично?

– Однозначно нет. Но бизнес – это война. А на войне, как на тебе. Это, – смеется, – не я сказал. Это «Агата Кристи».

– Из какого произведения?

– Из песни.

– Не знал, что эта старушка писала еще и песни.

– Обидно, когда людей переманивают или они уходят, чтобы сделать свой бизнес. Если знаешь, как сделать лучше, поделись! Ты же получаешь у меня зарплату. Почему, научившись всему у меня, ты считаешь, что ничего не должен компании? Поэтому никто не может уйти сам. У меня правило: за ошибки – поощряю, за одни и те же – выгоняю. По своей воле никто не может уйти.

– Но, насколько я знаю, компания исповедует один важный моральный принцип: «Процветаешь сам, помоги страждущим!». Не так ли? – В углах рта Мудрого все время набивалась слюна, которую он смачно присасывал.

– Так. Мы участвуем в благотворительных акциях. Недавно из Америки я привез более семисот пар джинсов для воспитанников детских домов. А с помощью «Почты России» в рамках акции «Подари человеку газету!» мы планируем бесплатно распространить двадцать пять тысяч экземпляров «Санкт-Петербургских ведомостей».

– Замечательный почин! Скажите, какова философия процветания вашей компании?

– Наша философия и цель нашего бизнеса – нажива. На долю рынка работать невозможно. Монополия нужна лишь для контроля рынка. Но Россия настолько велика, что контролировать ее просто нереально.

– И последний вопрос: сколько стоит ваша компания?

– Недавно я отказался продать ее за три миллиона пятьсот тысяч долларов. Предложение ко мне пришло окольным путем. Я в шутку сказал, что готов получить наличными и поселиться где-нибудь на острове. Но, если серьезно, продавать компанию пока не собираюсь. Когда она будет стоить миллиард, я об этом подумаю.

– Зачем резать курицу, несущую яйца? – Это уже я встрял в разговор. – Мы думаем со временем выйти на биржу, стать публичной компанией.

На этом интервью закончилось. Мудрый, довольный подарком, долго прощался, но никак не уходил. Ярдов похлопал его по плечу и силой вытолкал из кабинета. А мне указательным пальцем, направленным в пол, велел задержаться.

– Слышишь ты, мудило, никогда не встревай в разговор, пока тебе слова не дали! Понял, сука? – Лицо Ярдова стало багровым. – И заруби себе на носу: здесь действует моя конституция. Она состоит из двух пунктов. Пункт номер один: я всегда прав! Пункт номер два: если я не прав, смотри пункт первый…

Поднимаясь к себе на рабочее место, я мучительно вспоминал, где я уже слышал про эту конституцию. Ах да! Это же было со мной лет десять назад еще в той жизни – советской. А дело было так. В кромешный зимний вечер, каким он бывает в Ленинграде, по давней ученой привычке я зашел в «Книжную лавку писателей».

– Извините, у вас не осталось двухтомника «Избранных произведений» Антокольского? – обратился я к продавщице. Обратился без особой надежды: хорошие книги уходили из-под полы знакомым или доставались книжным спекулянтам, с утра дежурившим у магазина. Продавщица была новенькой. Раньше я ее не видел, хотя чуть ли не каждый день заходил в «Лавку». С круглым лицом и строгой челкой, как у Цветаевой, лет девятнадцати от роду.

– Четыре двадцать – в кассу, – не глядя в мою сторону и почти шепотом произнесла «юная Цветаева».

Не очень веря своему счастью, я направился к кассе. У кассы обнаружилось, что для счастья мне не хватает двадцати копеек. Понурый возвратился обратно.

– Потом занесете! – по-прежнему не глядя в мою сторону и царапая монетой по стеклу прилавка, протянула мне недостающую сумму моя спасительница.

Окрыленный, я выбежал из магазина, обнимая Антокольского, завернутого в грубую пергаментную бумагу. Надо как-то отблагодарить мою новую знакомую, думал я весь следующий день, и неплохо бы с ней подружиться. Такими связями не разбрасываются. После работы я направился в «Лавку».

– Вы любите джаз? Приглашаю вас на Пола Уинтера. Он в своем творчестве использует голоса разных зверей, волков, китов, беременных дельфинов. – про

беременных дельфинов я присочинил, почему-то полагая, что юным девам, похожим на Цветаеву, это должно понравиться. – вы когда заканчиваете работу? Если не против, я дождусь вас у входа.

После концерта Пола Уинтера мы сходили на «Покаяние» Абуладзе, за что я получил в дар «Детей Арбата». Потом были на «Холстомере» в БДТ. А еще смогли попасть на концерт Иегуди Менухина в Большом зале филармонии. Достать билеты на Менухина для меня было вопросом чести: надо было симметрично отблагодарить «юную Цветаеву» за «Одно лето в аду» Артюра Рембо и «Цветы зла» Шарля Бодлера.

Моя книжная фея жила на краю географии, в самой западной части города. Я провожал ее до конечной станции метро «Проспект Ветеранов», а далее на автобусе до Солдата Корзуна и зачастую опаздывал обратно на метро и пешком добирался к себе в рабочее общежитие в противоположном конце города. Но как-то раз, узнав об этих бессонных прогулках, моя милосердная подруга сжалилась и оставила меня ночевать на кухне, на раскладушке. Мне понравилось, и я стал искать любой предлог остаться. Намеренно брал билеты на последний сеанс, а после долго бродил с ней по улицам и паркам, чтобы опоздать на метро. Утром радушная хозяйка уходила на работу раньше меня. Я же приходил на работу в Публичную библиотеку к полудню, чем вызывал косые взгляды коллег. А как я мог приходить раньше, если каждое утро на столе меня ждал горячий завтрак, а на спинке стула дышала чистотой постиранная и свежевыглаженная рубашка?

Наши театрально-книжные отношения продолжались примерно полгода. За это время я собрал приличную библиотеку, и смысл продолжать отношения постепенно исчез. Я стал реже захаживать в «Лавку». Более того, вскоре у меня появилось новое увлечение. Я познакомился с актрисой. И все свободные вечера теперь проводил с ней на громких премьерах, обильных банкетах и затяжных пьянках. Но чем больше уходил в загул, тем сильнее свербило в груди: отчего мне неймется, чего не хватает?

Как-то январским вечером я сидел в библиотеке и разбирал письма Карамзина к своей жене Екатерине Андреевне. Чтение однообразных писем вконец утомило, но бросить его я не мог. На следующей неделе предстояло делать доклад об эпистолярном наследии историка на заседании ученого совета. Читая больше по инерции и вскользь, взгляд мой вдруг застрял на строчке из последнего письма Карамзина: «Мое сокровище и жизнь, береги себя и наших малюток! Спасибо

Всевышнему и тебе за счастие быть отцом и мужем нашего большого семейства!» Не очень понимая, отчего так взволновала меня эта строчка, я выбежал из библиотеки и направился в «Лавку».

– Можешь выйти на улицу? Мне нужно многое тебе сказать.

– Не могу. Я одна за прилавком. Может, через двадцать минут?

– Хорошо! Буду ждать тебя в Екатерининском саду.

Валил щедрый, густой снег. Желтый свет фонарей придавал безлюдному саду мягкую грусть и тихую печаль. Она подошла. Я взял ее за руки:

– Выходи за меня замуж! Только у меня три условия: выучить армянский язык, родить семерых детей и принять мою конституцию. Она состоит из двух пунктов. Пункт первый: муж всегда прав. Пункт второй: если муж не прав, смотри пункт первый. Согласна?

– Согласна.

Снег продолжал валить, не прекращая. Он становился все щедрее и гуще, залепляя мохнатыми снежинками челку, брови и ресницы моей невесты. Только на щеках, соленых от слез, таяли снежинки.

Zora

Тихо, тихо ползи,

Улитка, по склону Фудзи

Вверх, до самых высот!

Кобаяси Исса (1763–1828)

В конце июля Ярдов улетел в Америку. Второй раз за полгода.

– Вернусь в сентябре, чтоб повсюду висела наша реклама. Спускаюсь по трапу – и вижу вывеску на крыше аэропорта. Открываю «Санкт-Петербургские ведомости» – реклама на всю полосу. Сажусь в машину – по радио наш джингл. Еду по городу – всюду щиты. Включаю телик – и снова наш невъебенный ролик. Короче, мы должны порвать город.

«Даже если включишь утюг, – подумал я про себя, – и оттуда польется реклама».

– И завтра же объяви конкурс среди сотрудников на лучшее название сети. – Ярдов похлопал меня по плечу. – Давай, армяшка, дерзай.

Сеть? Ах да, два магазина – это уже сеть. В сентябре планировалось открытие третьего на Комендантском.

Конец ознакомительного фрагмента.

notes

Примечания

1

Серен Обю Кьеркегор. Заключительное ненаучное послесловие (дат.).

2

Максимилиан Вебер. Характеристики харизматического господства (нем.).

3

Ведущая сеть магазинов бытовой электроники открывает вакансию маркетингового аналитика (англ.).

4

Вы говорите по-английски? (англ.).

Купить: https://tellnovel.com/ru/avetisyan_samvel/mezhdu-klizmoy-i-harizmoy

Текст предоставлен ООО «ИТ»
Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию: Купить