

КАКОВО ЭТО?



**быть хозяйкой самого
креативного рок-бара в
казахстанском «Техасе»**

**Какое это: быть хозяйкой самого креативного рок-бара
в казахстанском «Техасе»**

«Наш бар» начинался с мечты моего мужа – дать возможность местным музыкантам играть свою музыку - и двух квартир в центре города, которые мы выкупили и объединили. У нас не было сцены, тусовки напоминали квартирники, а соседи нас ненавидели.

Хоть мы и старались изо всех сил не нарушать ничей покой: делали шумоизоляцию, вытяжки, но рок-бар и жилой дом – вещи несовместимые. Гости уходили за полночь, шумели, курили под окнами и всячески тревожили сон добропорядочных граждан. Постоянные жалобы, штрафы, угрозы и вызовы в полицию стали частью нашей жизни. Год мы продержались в скандальном рок-н-рольном режиме, но заведение стремительно набирало популярность, гостей становилось все больше, а желания бодаться с соседями все меньше, поэтому решили переехать.

Быстро нашли двухэтажное, отдельно стоящее здание и там уже развернулись. В то время хотелось брутальности, мяса, хардкора. В качестве фирменного стиля выбрали стимпанк. Попросили гостей поделиться старыми вещами, и нам понесли барабаны от стиральных машинок, старые гитары, байкерские шлемы, гаечные ключи, шестеренки, пластинки, магнитофоны. Все эти вещи мы использовали для эксклюзивного декора. Все: от мебели до рядов персонала и обложек меню делали собственными руками.

И вот «Наш бар» стал больше, гостей прибавилось. Мы поставили сцену, хороший звук, стали приглашать музыкантов, в том числе, из других городов. «Терки» с соседями закончились, начались другие проблемы. В ивент-индустрии всегда так, особенно в нашей, отечественной: это сплошная пороховая бочка, не знаешь, где и когда рванет. На носу концерт, столики забронированы, билеты выкуплены, реквизит готов, и тут выясняется, что заболел басист, уехал гитарист, или у звукача семейные проблемы, или группа не может вылететь, потому что отменили рейс. Нужно срочно закрывать пробел, искать замену. Кроме артистов, есть ещё фотографы, видеографы, танцоры, официанты, бармены, которых тоже нужно скоординировать, прописать чек-листы, чтобы все четко понимали задачу, знали, что и как делать, какой результат нужно получить, и что будет, если мы его не получим. Самое сложное – предусмотреть все возможные форс-мажоры, разложить по полочкам, объяснить, и всегда иметь наготове план «икс».

Был случай во время открытия в новом здании. Мы проверили всю аппаратуру по отдельности: кухонную технику, сценический аппарат и т.д. А все вместе ни разу не включали. И вот вечеринка в разгаре, полный зал гостей, сцена и кухня шпарят на всю катушку. И тут проводка не выдерживает, вылетает к чертям, мы оказываемся в темноте и в заднице. Ни свечей, ни фонариков, ни генератора, конечно, не предусмотрели. В такие моменты сначала хочется умереть, но потом берешь себя в руки и говоришь: ничего, это мне опыт на будущее. Что делать? Принесли гитары, включили фонарики на сотках, сделали холодные закуски и провели обалденный акустический концерт. Было до того здорово, что, когда дали свет, гости стали кричать: «Выключите! Нам нравится!». Оказалось, они решили, что так задумано! В другой раз перед важной вечеринкой в трубах замерзла вода. И мои повара отогревали их кипятком. Отогрели.

Сейчас мы, конечно, готовы ко всему: у нас есть и фонарики, и запасная вода в бочках, любой форс-мажор встретим во всеоружии. Набить руку можно только одним способом - каждый день придумывать что-то новое, быть в тонусе, подогревать градус интереса, чтобы гости ждали, готовились, колесико крутилось. В Шымкенте проблема с артистами, поэтому я в постоянном процессе переговоров с другими городами, поиске новых лиц, голосов, тем для мероприятий.

«Набить руку можно только одним способом - каждый день придумывать что-то новое, подогревать градус интереса, чтобы гости ждали, готовились, колесико крутилось».

Новизна в ивент-бизнесе – ключевое слово. Закончился один сезон – все, пора менять декорации. Однажды принятые концептуальные решения, даже самые крутые, приедаются. Мы сами не любим делать одно и то же, и гостей приучили к тому, что, закончив одну вечеринку, они уже интересуются следующей и очень активно участвуют в подготовке. Например, идеи на Хэллоуин предлагают чуть ли не за год. Это один из наших любимых праздников, мы его ждем даже больше, чем Новый год. В качестве референса берем какой-нибудь фильм и делаем по

по нему вечеринку. Готовимся несколько месяцев: шьем костюмы, делаем маски, приглашаем гримеров, объявляем дресс-код, продумываем меню. Создаем целое театральное представление, в котором задействованы все: от персонала до гостей. В позапрошлом году делали вечеринку «От заката до рассвета». Один из гостей был в шоке, когда к нему на стол шагнула красивая девушка с живым питоном на шее и стала танцевать точь-в-точь, как в фильме. Да, нельзя танцевать на столе, это противоречит правилам общепита. Но мы сознательно дерзим и провоцируем, нарушаем правила, переходим границы. Этим и нравимся публике.

«Мы сознательно дерзим и провоцируем, нарушаем правила, переходим границы. Этим и нравимся публике».

В прошлом году Хэллоуин прошел в режиме «Постапокалипсис». Мы разносили гостям на десерт окровавленные «глазные яблоки», разливали черпаком адский дымящийся пунш, а наши гости фотографировались с живым пауком-птицеедом. Мелочи правят бал. Важно все: что транслируется на сцене и на лед-дисплеях, как одеты официанты и бармены, как оформлен зал и подаются блюда. Погружение настолько полное, что после вечеринки мы получаем отзывы в духе: «У нас ощущение, что мы приняли участие в съемках блокбастера! Спасибо!».

Интересно наблюдать, что именно в «Нашем баре» цепляет разных людей. Недавно к нам приезжала группа из Алматы, и вокалистку невероятно восхитило, что в дамской комнате есть всё необходимое: предметы гигиены, ватные диски и палочки, крем для лица и крем для обуви, корзинка для сотки и ключей. А для нас это естественно – заботиться о своих гостях, предусмотреть все удобства. Даже детей у нас есть, чем занять, хотя мы ночное заведение и на детскую аудиторию не рассчитаны. Дети ночью должны спать.

Никогда не тешила себя мыслью, что публику легко развлечь: наливай да пей. Современные гости очень искушенные, насмотренные, их трудно удивлять, тем более к нам часто приезжают из других городов и стран. Плюс мы транслируем весь движ в прямом эфире, как есть, непричесанный. Заодно понимаем по обратной связи: попали в тему или не добрали, не дотянули.

Я просто обожаю свою команду. Они готовы на все. В прошлом году заявляю: «Ребята, будем снимать на Новый год мюзикл. Наденем рюши, корсеты и чулки, будем танцевать канкан. Актеры – мы сами». Что вы думаете? За месяц мои ребята, на секундочку, без малейшего сценического опыта, выучили роли, сшили костюмы, днями и ночами репетировали, плясали и пели на съемочной площадке, при том, что их основную работу никто не отменял. И мы сняли мюзикл и презентовали его на нашей сцене! Большое счастье – найти единомышленников, которые не просто тебя поддержат, а еще сами накидают кучу идей.

Однажды к нам не приехала выступать группа, был субботний вечер, замену найти не смогли. Мы пригласили ди-джея и устроили дискотеку 2000-х. Гости в зале, пьют, едят, а программы нет, никто не заводит публику, и она явно в ожидании. Тогда мои официантки наряжаются в яркое и блестящее, выбегают на сцену, начинают танцевать и кричать в микрофон: «Ребята, вы пришли на супердискотечку, пора шевелиться!». Через 15 минут они подняли весь зал! Это необходимое умение – в критической ситуации быстро переобуваться, менять рельсы, чтобы паровозик дальше катился. Я им всегда говорю: «Вы работаете не на меня, а на себя. Мы – партнёры и должны вместе создавать и придумывать». Мои ребята - не просто обслуживающий персонал, они – герои, актеры, создатели контента. И гости к ним относятся не пренебрежительно - «поди-подай-принеси», а уважительно и даже восторженно, фотографируются с ними, просят автографы. За хамство по отношению к персоналу в «Нашем баре» можно попасть в бан. У нас даже объявление висит: «Клиент НЕ всегда прав».

«Мои ребята - не просто обслуживающий персонал, они – герои, актеры, создатели контента»

Мы всё обсуждаем вместе с командой: новые позиции в меню, развлечения для гостей, фишки, конкурсы, сюрпризы. Плюс внимательно отслеживаем настроение, состояние и потребности нашей аудитории, слушаем, что нам говорят, пишут, чем делятся, смотрим, на какой волне наши гости, и добавляем эти частоты.

Например, после карантина люди потянулись к здоровому образу жизни, и мы решили смягчить формат, уйти от жесткого рок-брутала в сторону эко. Закрыли бар на лето, провели ребрендинг. Гаечные ключи, металл, кожу, клепки и косухи сменили на цветы и зелень, перешли форму официантов, обложки меню вместо гаек и шестеренок украсили букетами. В меню жирные, жареные, тяжелые блюда заменили более легкими, здоровыми и полезными, с большим количеством зелени и овощей. Пристроили лаундж-террасу для тех, кто не любит шума, хочет уединиться, пообщаться, подышать свежим воздухом. Стали мультибрендовыми, название «рок-бар» поменяли на «арт-комьюнити». Теперь помимо концертов у нас проходят встречи, выставки, вечеринки, мастер-классы с разными творческими людьми: художниками, фотографами, поэтами, писателями, стендап-комиками, бизнес-тренерами, хэндмейдерами. Круто, когда разные люди собираются вместе, делятся своим творчеством, создают коллаборации, придумывают новые проекты. Мы подготовили много интересных штук для фото- и видеосъемки, приглашаем всех, кому нужна классная, необычная локация. Площадка открыта для любых проектов, вплоть до театральных постановок.

«Мы смотрим, на какой волне наши гости, и добавляем эти частоты»

Важно нести заряд огня, иначе за тобой не пойдут. Приказывать бесполезно, только вдохновлять своим примером. Тогда люди согласятся на любую, самую сумасбродную идею. Организаторские скиллы тоже нужно прокачивать. Я постоянно изучаю устройство различных шоу: от показов мод до киноиндустрии и театральных представлений, подмечаю разные фишки, нюансы и потом применяю их на практике.

Ещё одно золотое правило бизнеса – бизнесмен получает, когда получают все. Прошла вечеринка, сначала заплати артистам, фотографам, видеографам, персоналу, только потом бери свое. Сделаешь хорошее шоу, гости останутся довольны – заработаешь, нет - думай, где прокосячил. И у меня бывает, что по деньгам на нуле, но со мной остаются эмоции, опыт, радость от состоявшегося праздника, его история. И эта история завтра приведет других людей, а значит – будет новый праздник и деньги тоже будут.

«Золотое правило бизнеса – бизнесмен получает, когда получают все»

До начала пандемии мы открыли «Наш бар» в Алматы. Очень мощно стартанули, несмотря на огромную конкуренцию, которой не было в Шымкенте. Было много артистов, к нам приезжали в гости Р.О.Д. и «Чайф», мы успели реализовать много крутых и важных проектов, обзавестись классными друзьями и партнерами, создать хорошее, качественное впечатление о себе. Но начался карантин, заведение мы закрыли, а аренду нам не убрали, и мы пошли в минус. С рынка пришлось уйти. Тем не менее, получили огромный опыт и понимание, что не важно, где ты находишься, главное – что к тебе хотят приходить.

Когда у тебя ночной бар, ты не только бизнесмен. Ты режиссёр-постановщик, художник, кризис-менеджер, повар и много кто ещё. Я изучаю биографии известных личностей, вижу, через что пришлось им пройти, как они справлялись в тяжелых ситуациях. Это знание и постоянная практика делают сильнее, закаляют и позволяют не сдаваться, когда что-то не получается. Я просто принимаю трудности как нечто само собой разумеющееся. Наши ошибки - лучший тренажер. А сегодняшний день – самый лучший день в этой жизни. И если удастся добавить в него радости и праздника и разделить это с другими людьми – я самый счастливый человек на свете.