

12 ФАКТОРОВ УСПЕХА

(Бенчмаркинг 30 лет спустя)

Сергей ГЛУБОКИЙ

ТРЕНИНГ 2. БЕНЧМАРКИНГ ЦЕНОВОГО ФАКТОРА ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТОВ

*Пусть, пружинной звеня,
эти буквы подцепит безмен
вопросительным знаком: зачем?
Ни цены в них, ни веса...
Интересно –
зачем это «нечто вроде меня».*
С. Кирсанов. «Однажды завтра»

Тяжелым и тревожным был год 2016-й от Рождества Христова. В 2017-м, как и три-четыре десятка лет назад, опять актуален лозунг «Миру – мир!», опять у нас в ходу копейки, опять не всякий товар легко купить (даже через интернет!), опять молодежь слушает интересную музыку, причем каким-то странным трендом вдруг вернулись на рынок аудионосителей виниловые лонгплеи и даже... компакт-кассеты. Ну как тут не нахлынуть воспоминаниям тридцатилетней давности, посвященным продвижению на рынок «неформатных» прогрессивных продуктов, которые опережали свое время?

ХИТРАЯ СТРАТЕГИЯ... ИЛИ ПРОСТО ТРАДИЦИЯ?

Начало и середина 80-х годов прошлого века были интересным периодом в истории отечественной (тогда еще советской) рок-музыки. В моде неожиданно оказался прогрессивный рок, интеллектуальный, креативный и открытый для самых разных жанров и стилей. Он дистанцировался от заумного, помпезного и наскучившего арт-рока 1970-х. Появились группы, специализирующиеся на прог-роке разной степени сложности и позитива, – «Автограф», «Бумеранг», «Лунный Пьеро», «Москва», «Наутилус»,

«Нюанс», «Пикник». Даже созданные ранее хард-роковые «Аракс» и «Земляне» начали записывать более замысловатые композиции.

Бренд «Диалог» был на слуху у поклонников прог-рока после успешного выступления группы на фестивале «Весенние ритмы. Тбилиси-80» в компании с «Машиной времени» и «Автографом», где лидер группы Ким Брейтбург был признан лучшим вокалистом. Меломаны знали и о сложившейся традиции: ежегодно – альбом в сложном стиле и альбом со вполне себе форматной (даже нередко танцевальной!) музыкой. Коммерческими дисками и концертами музыканты «Диалога» зарабатывали себе возможность записывать более интересные для них самих проговые композиции. Такое маркетинговое решение пришло к Киму после того как очень сильные чисто арт-роковые программы «Слово об Игоре походе» и «Под одним небом», сделанные в самом конце 1970-х, оказались неэффективными ни экономически, ни в коммуникационном отношении, то есть не принесли больших денег и не способствовали росту популярности группы. Поэтому уже следующий прог-роковый проект «Я – человек» на стихи Ю. Марцинкявичюса, осуществленный в самом начале 1980-х, шел в «паре» с по-



**РОК-ГРУППА
ДИАЛОГ**

пулярным танцевальным магнитоальбомом в стиле синти-поп «Квадратный человек». (Впрочем, даже для этих, казалось бы, легких песенок использовались отнюдь непростые тексты А. Вознесенского, Ю. Левитанского и А. Тарковского.) Еще через год проговую сюиту «Раздели со мной» на стихи все того же Ю. Марцинкявичюса финансово поддерживали сразу 2 работы – магнитоальбом «Рассказы и сказки» и сборник лучших хитов с характерным названием «Просто», который даже издала многомиллионными тиражами государственная фирма «Мелодия». Хотя это еще вопрос – насчет поддержки, поскольку в середине 1980-х отмечался пик интереса к прогу и даже в своих записях, ориентированных на массовый рынок, «Диалог» активно использовал элементы указанного стиля. А концерты, проходившие в том числе и в Минске, строились по следующей схеме: в 1-м отделении – проговая «сюита в 3 частях с прологом и эпилогом», во 2-м – попу-

лярные хиты. Схема отлично объединяла 2 разные по размерам и интеллектуальному уровню целевые аудитории (Брейтбург тут, конечно, Америки не открыл. Бенчмаркинг знает множество аналогичных примеров. Один из самых известных – английский писатель Грэм Грин, официально чередовавший в своем творчестве «сложные» (serious) и «занимательные» (entertainment) романы, но в конечном счете пришедший к тому, что его очередную книгу даже изощренные критики не могли однозначно идентифицировать с помощью данных «ярлыков».)

Поэтому в 1986 году Ким замахнулся даже на двойной концептуальный альбом. В качестве текстов для композиций была взята необычная по форме и содержанию поэма «Однажды завтра» Семена Кирсанова, чьи стихи уже с начала десятилетия успешно использовались в отечественном арт-роке, в том числе и самими «диалоговцами». Но все же Брейтбург решил подстраховаться и записать еще одну программу – попроще. Так появилась довольно странная пластинка «Ночной дождь», выпущенная «Мелодией» многомиллионными тиражами. Стихи Евтушенко, Тарковского и того же Кирсанова здесь оказались в обрамлении некоего неопознанного стиля с чертами прога, на которые указал известный критик Артемий Троицкий, рецензируя этот диск. Дело в том, что во 2-й половине 1980-х в моду стал входить ска (ska) – музыкальный стиль, появившийся на Ямайке еще в конце 1950-х годов как прообраз стиля реггей, для которого характерен раскачивающийся ритм 2/4, когда гитара играет на четные удары барабанов, а контрабас или бас-гитара подчеркивают нечетные. Мелодия с ярко выраженной джазовой основой обычно исполняется в ска духовой секцией, включающей трубы, тромбоны и саксофоны. (Яркие примеры исполнителей этого стиля – московские «Браво» и «Бригада С», питерские «Странные игры» и наш «Ляпис Трубецкой».) Так вот, с моей точки зрения, «диалоговцы» не избежали этого повального увлечения, только партии духовых инструментов были заменены на синкопы синтезаторов и многоголосые вокализы. Поэтому можно квалифицировать данный стиль как прогрессивный ска.

Но вернемся к «Однажды завтра» и проанализируем этот проект по форме 12П с расстановкой баллов и последующим усреднением их по формулам средней геометрической как корнем в 12-й степени из произведения всех 12 оценок. Сумма баллов или их средняя арифметическая величина не могут

быть использованы в бенчмаркинге, поскольку искажают оценку:

$$Ba1 = 8,83;$$

$$Bg1 = 0.$$

Как видно, ценовой фактор (от 8 руб. за «двойник» плюс 2,5 руб. за дополнительный лонгплей) полностью обнуляет этот креативный проект, как это случилось на самом деле, хотя среднеарифметическая оценка показывает его достаточно большой маркетинговый потенциал. Таким образом, среднегеометрический

балл можно использовать для анализа фактического результата.

Если не считать болгарского релиза, альбом был впервые издан официально только в 2004 году фирмой «Монолит» в CD-формате. Только тогда большинство поклонников «Диалога» смогли услышать, как Брейтбург экспериментировал с самой сложной поэмой классика советской литературы. Не все проходит «на ура» сразу, но это как раз тот случай, когда «радость узнавания» с каждым новым прослушиванием все сильнее. Вот уж действительно: если я слушал (и продолжаю слушать) эту музыку и эти стихи, то «никто сказать не может, что я не жил».

Таблица 1

Бенчмаркинг проекта № 1 по форме 12 П

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Двойной альбом группы «Диалог» 1986 года: «Однажды завтра». Трек-лист: 1. Предисловие. 2. Нечто вроде меня. 3. Никто сказать не может, что я не жил. 4. Я жив. 5. Нет так нет. 6. Бесконечно. 7. Только не смейся. 8. Богатейшая в мире. 9. Давно не дитя. 10. Делать нечего. 11. До свиданья. 12. Будущему «я». 13. Чтобы яблоки были. 14. Нашелся. 15. При всех. 16. Прощайте. 17. Однажды завтра	10
П2	Процесс	Стиль – прог-рок, лайт-прог	10
П3	Персонал	Автор музыки: К. Брейтбург. Автор стихов: С. Кирсанов. Исполнители: К. Брейтбург (вокал, клавишные, гитара), В. Литвиненко (электрогитара, акустическая гитара), С. Васильченко, Е. Рязанов (клавишные), В. Радиевский (бас-гитара), А. Дейнега (ударные)	10
П4	Промоция	В том же 1986 году «Диалог» выпустил альбом «Ночной дождь» из более легких композиций, которые были растасканы на разные праздничные сборники фирмы «Мелодия». Маленькие пластинки не выпускались, поскольку еще продолжали успешно «работать» синглы и миньоны, продвигавшие предыдущий лонгплей «Диалога» под названием «Просто»	8
П5	Пиар/Паблिसити	В прессе высказывался большой интерес к выходу двойного альбома серьезной музыки на сложные стихи, но запись так и не была выпущена «Мелодией». Некоторые газеты и рок-энциклопедии впоследствии сообщили, что альбом вышел в Болгарии	10
П6	Пэкинг	Многие поклонники «Диалога» сходятся на том, что оформление конверта пластинки «Ночной дождь» первоначально предназначалось для альбома «Однажды завтра», особенно – ее оборотной стороны. Этакая студийная концептуальная работа!	8
П7	Прогноз	Учитывая стабильный интерес к творчеству К. Брейтбурга и «Диалога» можно было ожидать продаж на уровне миллиона экземпляров	10
П8	Продажи	«Ночной дождь» продавался многомиллионными тиражами, поскольку прогрессивный ска для массового рынка – нечто среднее между реггеем и твистом. Двойной «Однажды завтра» мог бы иметь тираж на порядок меньше, что, однако, по нынешним временам расценивалось бы как суперуспех	10
П9	Платеж	В СССР запись не вышла, но, по слухам, болгарское издание двойного альбома официально продавалось за 8 левов, что соответствовало нашим 8 руб. Спекулятивные цены могли быть в несколько раз больше. Довольно дорого для основной целевой аудитории – студенческой молодежи со стипендией в 40 руб.	0
П10	Прибыль	Себестоимость единицы продукции с учетом расходов на штамповку 2 виниловых дисков-гигантов, на обложку и авторских отчислений – 60 коп. При минимальной цене альбома с неламинированной обложкой 8 руб. прибыль на единицу продукции – 7 руб. 40 коп. Таким образом, прогноз прибыли даже при миллионном тираже – 7 400 000 руб.	10

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П11	Психология	30 лет спустя альбом «Однажды завтра» воспринимается как безусловный шедевр, вошедший в историю российского рока и до сих пор помогающий слушателям полнее ощущать жизненные ценности	10
П12	Политика	В 1986 году политический фактор вряд ли играл столь же существенную роль, как в 1-й половине 1980-х. Скорее всего, менеджеры «Мелодии» решили, что 3 лонгплея «Диалога» в одном году целевая аудитория просто не потянет	10
Сумма баллов Бс1			106
Средний арифметический балл Ба1			8,83
Средний геометрический балл Бг1			0

НА ВЕРХНЕМ ПИКЕ

Яркий пример еще одного неформатного альбома, выпущенного группой на пике популярности, – «Родившийся в эту ночь» от Вячеслава Бутусова и его «Наутилуса Помпилиуса». После нескольких магнитоальбомов и пластинок, песни с которых хоть и включали элементы арт-рока, но смогли стать народными хитами («Казанова», «Гуд-бай, Америка!», «Я хочу быть с тобой», «Скованные одной цепью», «Шар цвета хаки» и др.), группа ударились в элитарный гитарный прог и едва не растеряла всех своих поклонников.

Это была революция – прог-рок без синтезаторов и даже без фортепиано! Массовый слушатель не был готов к такому повороту, а немногочисленные приверженцы прогрессивной музыки не могли позволить приобретение пластинки по цене 7 руб. 67 коп. (Привычной была цена в 3 раза меньше – на продукцию государственной фирмы «Мелодия».) Поэтому на многомиллионные тиражи можно было не рассчитывать. Надежды маркетологов выпускающих компаний возлагались только на известность группы и самого Бутусова, портрет которого специально поместили на лицевую сторону обложки.

Альбом был записан в 1990 году в Западном Берлине на фирме LRO Music. Матрица со студийной записью под названием «Родившийся в эту ночь» была отдана в Москву на фирму «Русский диск», где пролежала около полугода. Первые партии виниловых пластинок с таким же названием появились в продаже лишь летом 1991 года. Все треки этого альбома, кроме песни «Люди», вошли в альбом «Наугад», выпущенный в CD-формате фирмой Moroz Records. Так что с нумерацией этой

работы в дискографии «Наутилуса Помпилиуса» существуют проблемы.

Интересно, что последующие программные альбомы группы «Чужая земля», «Титаник» и «Крылья» также включают проговые композиции, но обязательно имеют пару-тройку песен, рассчитанных на коммерческий успех. Здесь же мы можем констатировать категорическое нежелание Бутусова и Кормильцева «делать хит». Шаг, конечно, рискованный, но, как это ни удивительно, принесший свои плоды с маркетинговой точки зрения (про эстетическую и говорить нечего – вполне вероятно, это был наивысший пик достижений группы). Задав самим себе и своим слушателям такую высокую планку, «Наутилус Помпилиус» продемонстрировал собственные креативные возможности и дальше мог позволить себе уже никому ничего не доказывать. «Сдержанная прогрессивность» – вот как это можно назвать, и это гораздо интереснее, чем то, что квалифицируется музыкальными критиками как лайт-прог.

Представленная в таблице 2 среднеарифметическая оценка этого проекта в рамках бенчмаркинга показывает невысокий маркетинговый потенциал проекта:

$$Ba2 = 6,25.$$

Окончательная результативность по среднегеометрической оценке ненамного ниже:

$$Bg2 = 5,025.$$

Все-таки смена стиля – довольно рискованный маркетинговый шаг!

Таблица 2

Бенчмаркинг проекта № 2 по форме 12 П

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Альбом группы «Наутилус Помпилиус» 1990 года: «Родившийся в эту ночь». Трек-лист: 1. Родившийся в эту ночь. 2. Тихие игры. 3. Люди. 4. Последний человек на земле. 5. Бриллиантовые дороги. 6. Она ждет. 7. Музыка на песке. 8. Черные птицы. 9. Джульетта. 10. Как падший ангел	10
П2	Процесс	Стиль – прог-рок, софт-рок, альт-рок без клавишных инструментов	10
П3	Персонал	Музыка: В. Бутусов, А. Беляев, И. Копылов. Стихи: И. Кормильцев, В. Бутусов, Е. Аникина. Музыканты: В. Бутусов (вокал, гитара), Е. Белкин (гитара), А. Беляев (гитара), И. Копылов (бас-гитара), И. Джавад-заде (ударные)	10
П4	Пэкинг	Лицевая сторона конверта пластинки оформлена так, как будто это – сольная работа Бутусова. (И на «Князе тишины» был размещен его портрет, но там «боевой раскрас глэм-рока» служил элементом имиджа группы.) Зато на обороте сразу видно – серьезный прог-роковый коллектив без всякого гламура	9
П5	Промоция	Пластинка совершенно не рекламировалась. Ни синглы, ни миньоны не выпускались. Видеоклипы не снимались. Работал только бренд «Наутилуса Помпилиуса», ставший таковым благодаря успеху предыдущих альбомов	4
П6	Пиар/ Паблицити	В прессе больше внимания уделялось расставанию Бутусова с музыкантами, с которыми были записаны предыдущие альбомы, чем стилистике новой работы	3
П7	Продажи	Виниловая пластинка продавалась миллионными тиражами. Коммерческий успех компакт-диска был, конечно, на порядок меньше	8
П8	Платеж	Пластинка «Родившийся в эту ночь» продавалась по цене 7,67 руб., что было довольно дорого для основной целевой аудитории – студенческой молодежи. Вышедший значительно позже компакт-диск «Наугад» стоил уже 3-5 долл. США по курсу, что было вполне доступно для той же, но уже несколько повзрослевшей и работающей в бизнесе «целевки»	3
П9	Психология	Массовый слушатель считает «Родившийся в эту ночь» худшим альбомом группы, а приверженцы прог-рока, наоборот, – лучшим	5
П10	Прогноз	В условиях экономического кризиса 1991-1992 годов трудно было делать какие-либо прогнозы	2
П11	Прибыль	Несмотря на высокую цену пластинки, гиперинфляция съела почти всю прибыль даже от более форматных проектов	1
П12	Политика	Политический фактор в условиях экономического кризиса 1991-1992 годов полностью сошел на нет. Начинался диктат продюсеров, который в наше время, 25-30 лет спустя, никогда бы не выпустил такую неформатную работу на рынок	10
Сумма баллов Бс2			75
Средний арифметический балл Ба2			6,25
Средний геометрический балл Бг2			5,025

ЗАПРОГРАММИРОВАННЫЙ «ПРОВАЛ»

И для сравнения – еще один пример попытки уйти в «неформат» на волне «форматного успеха», но уже из «новейшей истории» рок-музыки. Для бенчмаркинга он интересен тем, что демонстрирует позитивную мудрость участников и железную выдержку топ-менеджеров, а это, согласитесь, не так уж часто встречается.

Питерская группа «Сплин» стала мегапопулярной после ошеломительного успеха их 4-го студийного «Гранатового альбома», включавшего несколько суперхитов (типа «Орбит без сахара», «Выхода нет», «Весь этот бред») и за пару лет получившего платиновый

статус. 18-месячное концертное турне по СНГ было триумфальным. Фотопортреты Александра Васильева, лидера ансамбля, вокалиста, гитариста, автора текстов и музыки, не сходили с обложек таблоидов. Когда в Россию приехали Rolling Stones, чести сыграть на «разогреве» удостоился именно «Сплин». От журналистов не было отбоя. Один из вопросов, который волновал всех: «Чего ждать на следующем диске?» «Это будет совершенно другой альбом, – отвечал Васильев. – Я считаю, что в направлении, которого мы придерживались, нами достигнут пик. Мы себя исчерпали. Ну и отлично! Теперь мы пойдем за свежими впечатлениями.»

Специалисты интересовались, чего ждать больше – электроники или живой акустики, но Александр не спешил раскрывать секреты. «Не боишься, что эксперименты просто похоронят твою популярность?» – допытывались критики. «А другого пути все равно нет. В «Гранатовом» мы до вершины довели схему куплет-припев-проигрыш. Дальше ее развивать некуда. Я уже давно понял, что мне это смертельно надоело. Хочу писать песни, которые развиваются по другим законам. Нужно ломать собственную логику, чтобы она не застыла, чтобы она была живой и подвижной».

Повторить феноменальный успех последних лет было сложно или даже невозможно. Это понимали и менеджеры, и музыканты. И решили устроить нечто вроде «контролируемого провала» – проект «Альтависта». «Когда мы почувствовали, что группа начинает понемногу снижаться, мы именно в этот момент сделали все, чтобы буквально обрушиться вниз», – признался впоследствии Васильев. Исполнявшийся ранее альт-рок, вполне доступный пониманию даже воспетых Виктором Цоем «пэтэушниц», трансформировался в сложные проговые композиции для искушенных слушателей. Здесь правят бал флейта и акустическая гитара, электронные клавишные и медные духовые инструменты.

По словам Васильева, весь альбом «Альтависта» вышел из одной психоделической 8-минутной композиции – «Мария и Хуана» из предыдущей пластинки. В остальном он считал «Гранатовый альбом» «абсолютно одинаковым и стильным от начала до конца». «А здесь захотелось структуру сломать, чтобы все было синкопировано и рвано, – признался Александр в интервью. – Раньше все наши записи – это ведь был самопал. А тут студия потрясающая, продюсер отменный... Не знаю, как теперь песни с «Альтависты» играть вживую... Могу сказать прямо: это самый лучший наш альбом. Самый лучший альбом самой плохой группы. Я полностью им доволен».

Но больше восторгов по поводу этой работы не выражал никто. «Вместо простых и понятных хитов Васильев выдал зубодробительный и очень-очень трудно воспринимаемый диск», – писала критика. Это был полный «неформат». На радио удалось пристроить лишь пару песен.

Впрочем, менеджеры фирмы Real Records подстраховались и параллельно выпустили пластинку «Знаменатель. Сборник песен для радио» от группы «Сплин». Так что на концерты люди продолжали по инерции идти, но диски с «Альтавистой» покупали единицы. Как написал об этом периоде жизни Васильева биограф российского рока Илья Стогофф: «С самой вер-

шины, где тебя облизывал ласковый ветерок всеобщего обожания, нырнуть в обжигающую прорубь такой же всеобщей неприязни, – не знаю, есть ли на свете более неприятное ощущение».

Если это ощущение и было для Александра неприятным, то он умело скрывал свои отрицательные эмоции. И уже следующие пластинки «25-й кадр» и «Новые люди» снова вознесли «Сплин» к вершинам хит-парадов. Потом опять был «запрограммированный спад» в виде альбомов «Реверсивная хроника событий» и «Раздвоение личности». Затем – очередной взлет благодаря дискам «Сигнал из космоса» и «Обман зрения». На одной из пресс-конференций журналист задал Васильеву вопрос, прямо как какой-нибудь маркетолог-аналитик: «Так что, синусоида правит миром?» «Абсолютно! – ответил тот. – Меня вообще обламывает, когда мы на вершине. Мне сразу хочется оттуда сбегать... Поэтому, как только мы становимся чересчур популярными, мы записываем альбом типа «Альтависты» и – на дно! Вот там я себя хорошо чувствую».

Как уже исторически сложилось, в дискографии всех великих групп по аналогии с The Beatles должен быть свой самый успешный «Сержант Пеппер» и свой самый большой двойной «Белый альбом». И если у «Сплина» на роль «Пеппера» могут претендовать несколько пластинок, то ранг «Белого», безусловно, у двухчастного концептуального «Резонанса» – работы совсем недавнего времени. Интересно, что на волне успеха «Обмана зрения» и «Резонанса» (с серьезным использованием элементов прог-рока!) старые приверженцы группы вспомнили и об «Альтависте», раскупив остатки компакт-дисков со складов. А для новых поклонников она вообще явилась откровением. Маркетологи же считают ее украшением своих бенчмаркингových досье.

Представленные в таблице 3 оценки этого проекта показывают, что разрыв между маркетинговым потенциалом креативного проекта и его реальной результативностью может быть довольно существенным:

$$\begin{aligned} \text{БаЗ} &= 6; \\ \text{БгЗ} &= 4,26. \end{aligned}$$

Факторы «Продажи», «Платеж» и «Прибыль», напрямую связанные с ценовым фактором, сильно понижают суммарные и средние показатели данного креативного проекта. Тем не менее это все-таки не «ноль». Проект состоялся, вошел в досье бенчмаркинга и заставляет задуматься маркетологов-аналитиков о «синусоидальности» успехов и неудач на рынке.

Таблица 3

Бенчмаркинг проекта № 3 по форме 12 П

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Альбом группы «Сплин» 1999 года: «Альтависта». Трек-лист: 1. Альтависта. 2. Молоко и мед. 3. Пил-куррил. 4. Терпсихора. 5. Далеко домой. 6. Абсент. 7. Добрых дел мастер. 8. Мотоциклетная цепь. 9. Су-масшедший автобус. 10. Алкоголь. 11. Встретимся завтра	10
П2	Процесс	Стиль – прог-рок, арт-рок, альт-рок, лайт-прог. На альбоме есть два семпла, сделанные на компьютере самим А. Васильевым. Основой для них послужили звуки шотландских волынок и музыка великой прог-роковой группы King Crimson	10
П3	Персонал	Музыка: группа «Сплин». Тексты: А. Васильев. Музыканты группы «Сплин»: А. Васильев (вокал, гитара, аккордеон, программирование), А. Морозов (бас-гитара), Я. Николенко (флейта, бэк-вокал), С. Березовский (гитары), С. Наветный (ударные). В записи также принимали участие: Лена Тэ, А. Пономарев, (бэк-вокал), А. Пилявин, Н. Ростовский (клавишные), С. Небольсин, Н. Ксенофонтов (перкуссия), М. Владимиров (губная гармоника), М. Прокушенков (бас), А. Мешаев (тромбон, бэк-вокал), С. Бушкевич (труба), А. Васильева (скрипка), симфонический квартет им. Ч. Буковски. Отличный состав для избранного стиля!	10
П4	Пэкинг	Обложка альбома выполнена не на глянцевой бумаге, на которой обычно оформляются буклеты компакт-дисков (а ранее печатались вкладыши компакт-кассет), а на «газетке», которая со временем приобретала все более коричневый оттенок и винтажный вид. Как выразился один из критиков, «жизнеутверждающий гранатовый колорит обложки (имеется в виду пэкинг предыдущей пластинки группы – «Гранатовый альбом») сменился бесстрастным коричневым оттенком»	10
П5	Промоция	Промоция строилась на драматических аллюзиях, рассчитанных на поклонников классики рока. Так, в песне «Алкоголь» упоминается Брайан Джонс, безвременно ушедший гитарист группы Rolling Stones. «Молоко и мед» («Milk and Honey») – название альбома Джона Леннона, выпущенного после гибели музыканта его вдовой Йоко Оно. (Кстати, эта композиция получила от журнала Fuzz звание «Песни года-1999», что также способствовало привлечению внимания ценителей серьезной музыки.) Не была забыта и отечественная классика. У Бориса Гребенщикова есть песня под названием «Трамвай», которая начинается так: «Близилась ночь, рельсы несли свой груз...» У «Сплина» же «Су-масшедший автобус» начинается так: «Близится ночь, кто-то несет свой груз...» Был снят видеоклип на более-менее простую композицию «Пил-куррил». Состоялось выступление на фестивале Maxidrom	2
П6	Пиар/Паблицити	Начало текста для телевизионного рекламного ролика альбома звучало: «Real records и «Наше радио» могут даже не представлять», что, конечно, сразу выделяло проект на общем заискивающем (перед мэйджор-лейблами и радиостанциями) фоне	2
П7	Прогноз	На успех альбома никто не рассчитывал. Васильев хотел поэкспериментировать, а мудрые менеджеры понимали, что после бешеного успеха всегда наступает спад. Так пусть он будет «запрограммированным» и подконтрольным, чем неожиданным и стихийным	2
П8	Продажи	Показатели продаж оказались на порядок ниже предыдущего альбома	1
П9	Платеж	Цена компакт-диска составляла от 3 до 5 долл., что было довольно дорого для целевой аудитории, доходы которой не поспевали за ростом цен	2
П10	Прибыль	Рентабельность проекта, как и ожидалось, оказалась отрицательной	1
П11	Психология	Альбом оценили только поклонники арт- и прог-рока, которые считали его лучшим в дискографии группы... пока не вышел «Резонанс» (в 2 частях)	7
П12	Политика	Цензура могла бы иметь претензии только к алкогольно-психоделической тематике песен, что несколько сдерживало трансляцию клипа «Пил-куррил» на массовых телеканалах	5
Сумма баллов БсЗ			50
Средний арифметический балл БаЗ			4,17
Средний геометрический балл БгЗ			2,53



РИСКОВАННОЕ ПАБЛИСИТИ

Неожиданные успехи и «запланированные» провалы «Сплина» происходили во времена распространения интернета в СНГ, когда он в качестве средства массовой информации начинал соперничать с телевидением, радио, газетами и журналами. Ксения Рождественская выдала на портале «Звуки Ру» еще в 1999 году такую рецензию на альбом «Альтависта»:

«Богатый психоделический опыт (БПО) часто делает хороших людей занудами, при этом философия их становится несколько однобокой, а музыка, за редким исключением, очень хорошей. В своем новом альбоме «Альтависта» группа «Сплин», по уверениям самих музыкантов, делится со слушателями своим БПО. Им есть чем делиться. Подростковый задор «Орбита» сменился алкогольно-никотиновой умудренностью «Пил-курил», гипнотическая «Мария и Хуана», претерпев минимум изменений, превратилась в «Мотоциклетную цепь», а жизнеутверждающий гранатовый колорит обложки сменился бесстрастным коричневым оттенком.

«Сплин» утверждает, что «Альтависта» совершенно не похожа на их предыдущие альбомы. Так, мол, им сказал Борис Борисыч Гребенщиков, а уж он-то в этом деле разбирается. Правда, весь альбом так или иначе напоминает «Марию и Хуану» с «Гранатового», а наиболее раскрученная вещь

«Молоко и мед» ужасно похожа на некоторые ранние вещи «Сплина». Неудивительно: эта песня была написана больше года назад и должна была войти в «Гранатовый альбом». Хорошо, что не вошла: это дало ей возможность стать «Орбитом» в «Альтависте». Ведь, в сущности, слушателю «Сплина» все равно, что мерить одним стаканом – «Орбит», «Молоко или мед».

«Альтависта» – это альбом обо всем, что можно принимать внутрь: от пейота до спирта, от портера до бензина, от меда до сетевой информации. Кстати, поисковая система «Альтависта», как утверждает «Сплин», не имеет никакого отношения к идее альбома. Однако в сплиновской версии «Альтависты» можно много чего найти. «Кинг Кримсон», Нусрат Фатех Али Хан, поздний Борис Гребенщиков и отзвуки янкиных интонаций – в этом коктейле процентное содержание веселящей жидкости настолько высоко, что подросткам это пойло вовсе не рекомендуется. Не поймут, не проймет их. Зато слушатели повзрослее будут смаковать «Альтависту» медленно, прекрасно понимая, что утреннее похмелье неизбежно...»

Рискованное паблисити, но, согласитесь, интригующее даже тех самых подростков, на которых оно не ориентировано.

ЗАДАНИЕ ПО ТРЕНИНГУ

Попытайтесь отыскать «синусоиду» в истории своей компании и предлагаемых ею на рынок товаров и услуг в виде чередований взлетов и падений. Бенчмаркинговые формы 12П помогут в этом. Посмотрите, как влиял ценовой фактор на колебания спроса. Оцените возможность применения стратегии чередования «форматных» и «неформатных» продуктов. Попытайтесь применить их для своих креативных проектов с привязкой к тому или иному элитному, интеллектуальному или эксклюзивному продукту, который вы предлагаете на рынке, и понять, какие из них являются факторами успеха, а какие – факторами неудачи проекта.

При таком системном подходе к бенчмаркингу, хорошей интегрированности маркетинговых направлений и превращении факторов неудачи в факторы успеха креативный проект будет успешно реализован на рынке и даже среднегеометрические оценки по нему окажутся достаточно высокими.

Продолжение следует