



БЛОК НОТ ВЕДУ ЩЕГО

365
ИНСАЙТОВ
И СОВЕТОВ

ВАДИМ КОРОБКОВ

12+

Вадим Коробков
Блокнот ведущего

«ЛитРес: Самиздат»

2018

Коробков В. С.

Блокнот ведущего / В. С. Коробков — «ЛитРес: Самиздат», 2018

ISBN 978-5-532-11081-6

Эта книга для ведущих мероприятий. Для тех, кто хочет овладеть этим ремеслом и тех, кто уже не первый день работает с микрофоном в руках. Здесь собрано 365 идей и советов для ведущих мероприятий. Каждый совет достоин отдельной книги. Без лишней воды, здесь представлены практически все аспекты работы и развития современного ведущего. Эту книгу можно читать с середины или даже с конца. Каждый инсайт имеет особую ценность. Работа ведущим - не такое простое ремесло, как кажется многим!

ISBN 978-5-532-11081-6

© Коробков В. С., 2018
© ЛитРес: Самиздат, 2018

Содержание

Предисловие	5
Для кого эта книга?	5
Как читать эту книгу?	6
Как я ее писал?	7
Кто я?	8
001/365	9
002/365	10
003/365	11
004/365	12
005/365	13
006/365	14
007/365	15
008/365	16
009/365	17
010/365	18
011/365	19
012/365	20
013/365	21
014/365	22
015/365	23
016/365	24
017/365	25
018/365	26
019/365	27
020/365	28
021/365	29
022/365	30
023/365	31
024/365	32
025/365	33
026/365	34
027/365	35
Конец ознакомительного фрагмента.	36

Предисловие

Для кого эта книга?

Эта книга написана в первую очередь для ведущих мероприятий, но в ней львиная доля информации, которая будет полезна абсолютно всем людям, работающим в индустрии организации мероприятий, и тем, кто собирается туда попасть. Некоторые мысли будут полезны также компаниям, предоставляющим услуги.

Как читать эту книгу?

Поскольку она не имеет логической последовательности, читать ее стоит от самого начала и до самого конца. Каждый инсайт или совет является самостоятельной единицей. На каждой странице вы можете найти что-то полезное для себя. Есть книги, в которых на 300 страниц есть только одна основная мысль. В моей книге их 365! Да и невозможно как-то систематизировать собранный материал. Но я попытался это сделать.

В мире интернета, блогов и постов подобная структура уместна и знакома читателю.

Все сказанное в книге является лишь личным мнением автора. Помните об этом, когда ночью соберетесь написать мне, что я в чем-то неправ! Не со всем изложенным здесь вы будете согласны. И это абсолютно нормально. Все знания и выводы сделаны на основе полученного личного опыта, адаптации знаний от прочитанных книг других авторов из смежных областей и рекомендаций коллег.

Как я ее писал?

В течение целого года я каждый день размещал по одному посту в социальных сетях. Было невероятно тяжело, поскольку до этого момента писать приходилось очень мало и редко. Цели книги такие: улучшить навыки письма, собрать накопленный багаж знаний и научиться самоконтролю. Спасибо всем тем людям, которые читали каждый пост, писали слова благодарности за то, что делаю. Вы мне помогали, если бы ваших писем благодарности не было, я бы бросил эту затею где-то на пятом посте. Всего их 365.

Посты выходили под названием БЛОКНОТ КОРОБКОВА. Но назвать книгу своим именем у меня рука не поднялась. Все-таки остались еще капельки скромности. Так как книга предназначена для ведущих мероприятий, пусть она будет называться «Блокнот ведущего».

Кто я?

Я – Вадим Коробков, автор этой книги и ведущий мероприятий. На момент издания этих заметок работаю в профессии уже 10 лет. Столичный ведущий, притом достаточно популярный. Все знают меня как человека, который обучает коллег писать шутки для мероприятий. Помимо всего прочего я один из тысяч ведущих мероприятий, имеющий желание быть лучше. У меня есть стихотворение, написанное на один из профессиональных конкурсов. Пожалуй, оно полностью отражает суть этой работы:

Все скажут: для корпоратива, свадьбы, клуба
Ведущим может стать любой!
Достаточно купить костюм, вконтакте группа,
На букинг проаккаунт – в бой!

Все скажут: не работа – класс,
Ты на виду, все любят и покормят даже,
И в инстграмме для пытливых глаз
«Он лучший!» напишут на экране сажей.

Но так ли просто рот открыть?
Чтоб люди понимали и смеялись,
Чтобы для каждого любимым быть,
Чтоб люди в вас не сомневались?

Когда у многих праздник, выходной,
Мы на работе, мы не спим ночами!
А что же в будни или в пост весной?
Так что же происходит с нами?

Возможно, кто-то отдыхает, но не мы —
Нам завтра нужно быть сильнее, чем сегодня.
Мы книгами питаем тонкие умы:
Статьи, сценарии, чужой язык – там дел за сотню.

Мы словом пьяную свинью усадим,
Мы не заметим обидных криков «тамада!»,
И мы любой чужой косяк уладим —
И все с улыбкой, без особого труда!

Мы там, где трудно, там, где страшно,
Где ты один на всех и безоружен.
Ведь вы поймите – нам всем очень важно
Не лучшим быть, а быть всего лишь нужным!

001/365

Не говорите то, что и так понятно!

Представим себе картину: выносят торт, и он падает. Незапланированно падает на пол ресторана. В зале шок, так как никто не заказывал подобное шоу. Если вы как ведущий скажете, что торт упал, и начнете охоть, тогда наматывайте на предплечье микрофонный шнур и уезжайте домой.

Не будьте «чукчей»! Не говорите то, что и так понятно. Ведущий должен говорить те вещи, которые для слушателя непредсказуемы, интересны. Всегда, в течение всего мероприятия. Демонстрировать свой взгляд на все, особенно на острые и тонкие моменты. Ну, пошутите хотя бы, что это была оригинальная подача торта. Что именно этим и славится данный ресторан и именно из-за этого у ресторана есть Мишленовская звезда. Или скажите, что девушка, которая выносила торт, была в курсе, что торт отравлен, и она спасла всем нам жизни...

Используя нетривиальный подход к описанию ситуаций, вы становитесь интересным и индивидуальным. Как только стали банальным, ударьте себя по губам. Не при всех. Ладно, бить себя не стоит, но старайтесь быть интересным. Рассуждайте, делайте выводы, выдвигайте собственное мнение.

Когда мы читаем книгу, в которой нет для нас ничегошеньки нового, она нам становится совершенно не интересной. Мы ее используем как отличное снотворное в конце дня. Так же работает и ведущий. Ведущий типа «Капитан Очевидность» надоедает через 15 минут.

Самым непредсказуемым элементом шоу является шутка. Не случайно ведущие с чувством юмора более востребованы.

Да и вообще, шутите чаще. Так часто, как только сможете.

002/365

Галстук-бабочка для детей

Прошу, умоляю – не носите уже завязанные галстуки-бабочки. Их придумали для детей или для ведущих, которые в детстве упали в чан с безвкусицей. Если для вас дорого купить брендовые самовязы, закажите у портного. Обойдется в те же деньги, за которые вы приобрели свою.

«От рождения» завязанная бабочка выглядит слишком ровной и нелепой. Я сам такие носил, но вовремя одумался. Возьмите старые бабочки и раздайте их детям... Не встретили детей – сожгите в чистом поле в полнолуние. Возможно, после этого у вас появятся обеспеченные клиенты.

Но совет не про галстуки-бабочки. Совет такой: если вы носите классику, узнайте, как она носится. Интернет и поисковик вам в помощь. Вспомните, как выглядит Джеймс Бонд. И что-то я не видел на Бонде завязанных бабочек и тем более деревянных с выжженными микрофонами по краям.

Деревянные бабочки хороши только в одном случае: если вы ведете корпоратив для компании, которая производит эти бабочки.

Я себе иногда представляю максимально утрированную ситуацию. Корпоратив, посвященный защите природы. Со всего мира съехались лучшие экологи. На сцене вот-вот должен выступить президент организации с темой «Спасем лес – спасем нашу планету!» А объявляет доклад президента ведущий, у которого на шее красуется бабочка с выжженным логотипом по уголкам из дорогого красного дерева.

Купите себе самовяз.

003/365

Приглашаем гостей

Очень тяжело бывает пригласить человека на какой-либо конкурс или интерактив.

Есть маленькие хитрости, которые помогут:

1. Если вы приглашаете девушку, иногда можно просто протянуть ей руку, она «на автомате» согласится. Да, это не всегда, но работает. Не забывайте при этом улыбаться.

2. Если человек замешкался и на 2–3 секунды задумался, идти на конкурс или нет, говорите фразу – «спасибо, что вы согласились! Поаплодируем этому смелому человеку». Иногда нужно решить за другого.

3. Немного перехваливайте в шуточной форме. Хорошо помогает фраза – «нам нужны красивые люди для этого конкурса, и без вас – никак!». Если вы мужчина и приглашаете мужчину, слово «красивый» заменяйте на «сильный» или «стильный», в зависимости того, насколько тот мужчина.

4. Просите помочь виновников торжества. Таким образом вы снимаете ответственности с себя. На свадьбе жених и невеста, на корпоративном мероприятии директор компании с удовольствием вам помогут.

5. Не нужно тащить человека на конкурс, если он не хочет! Не-нуж-но! Есть много других способов вытянуть людей из-за стола, но самый главный, 100 %-ный – это просто хорошо, интеллигентно, не пошло вести вечер. Ведите так, чтобы гости сами рвались к вам на интерактивы.

6. Когда объявляете что-то, дайте понять, что ничего страшного не произойдет, а лучше уверьте в том, что находиться на сцене – большая честь, которой смогут воспользоваться абсолютно все присутствующие.

004/365

Как часто делать посты?

Работа ведущим, господа, это бизнес. А точнее, бизнес-практика. И без грамотного маркетинга не обойтись.

Звонит мне мой коллега и спрашивает: «Вадим, ты почему-то выкладываешь посты не каждый день. Разве это верно?»

А давайте разберемся, как часто необходимо выкладывать посты в социальные сети?

Во-первых, определимся с целевой аудиторией. Кто она? Молодожены, корпоративные клиенты, event-агентства, коллеги?

Скажем, писать отчет после каждого мероприятия и хвалиться количеством праздников – скорее всего, ориентировано на коллег. Я еще не встречал ни одной компании или молодоженов, которым было бы важно, как часто я работаю. Где работал – важно! Как работаю – очень важно! Подумайте, для кого все эти посты.

Возможно, достаточно выложить два-три поста в неделю, но отвечающих запросам целевой аудитории.

Во-вторых, а каков наш контент? Способны ли мы генерировать качественный, не надоедающий, не повторяющийся контент каждый день? В это трудно поверить. Самостоятельно невозможно. Отдать на откуп маркетологов – опасно. К сожалению, наш бизнес очень специфичен и непрост. При выборе частоты постов я склоняюсь в пользу качества, а не количества. Не знаю, как вы, но я отписываюсь от коллег, которые регулярно выкладывают неинтересный контент.

Возможно, спасут постоянные рубрики и правильный, спланированный контент-план. Регулярность публикаций – залог привыкания и привязанности аудитории к вашим страницам.

005/365

Текст на презентациях

Работая на презентациях, всегда учите текст заранее и, если хотите избежать проклятий, никогда не уходите от сценарного плана. Дело в том, что авторы текста прошли семь, нет, восемь кругов ада, чтобы согласовать текст со своим руководством. Я это вам говорю и как ведущий, и как сценарист мероприятий. Каждое слово, каждая буква, каждый порядок важен в том листочке, который вы держите в руках. Любые изменения должны быть согласованы. Нельзя взять и своими словами пересказать текст презентации, которая уже написана.

К сожалению, окончательный сценарий ведущий чаще всего получает за несколько часов до самой презентации. Возможно ли его выучить за такое короткое время? Да, возможно! Если в том тексте будут знакомые вам слова. Для этого всегда просите предварительный сценарий. Он чаще всего на 100 % отличается от конечного продукта, но вы будете в курсе того, что читаете.

Работая по сценарию или сценарному плану, будьте готовы заменить любого представителя компании. Просто прочитайте все, что найдете в интернете, о продукте, который презентуете. Изучите, представьте в голове форс-мажоры.

У меня лично случилась ситуация, когда человек, который должен был рассказывать о технических особенностях автомобиля, просто не пришел. Решил, что ему там не будет интересно, и остался дома. Естественно, пришлось рассказывать мне. Все, что вычитал, я успешно рассказал. После такого в глазах заказчика вы становитесь спасителем и супергероем! Практически человеком, который на глазах детей снял с дерева 50 котят разом.

Готовимся всегда! Даже если вам за это мероприятие заплатят запчастями от автомобиля, который вы презентуете.

006/365

Хвалите персонал

После мероприятия, когда проделана работа и пришло время подводить итоги, всегда хвалите сотрудников ресторана, технических работников, администраторов. Общайтесь с ними уважительно. Даже если ваша зарплата в тысячу раз больше их годового заработка. Эти люди при желании могут вам не только плюнуть в кофе, подсыпать туда слабительное, отравить, в конце концов, но и могут вам помочь. Они порекомендуют вас агентству, клиенту, который будет искать помещение для своего мероприятия.

Да и вообще не стоит зазнаваться. Ведущий – тоже обслуживающий персонал, только с более широкими функциями и запредельным эгоцентризмом. Оставайтесь людьми до конца! Я эти слова всегда говорю ведущим мероприятий и девушкам, которые собираются ловить букет на свадьбе.

Мое отношение к персоналу максимально уважительное! Да, на работу официантом может попасть практически любой человек, и это удешевляет профессию официанта в целом. Но согласитесь, что он может заставить приходить в заведение снова и снова. Хороших официантов мало, и отмечать их труд необходимо.

Представьте такую ситуацию: вы пришли на встречу к заказчику, а обслуживающий официант, прежде чем принять заказ, говорит, что на прошлой неделе вы блестяще провели мероприятие в этом ресторане. И пусть на самом деле на прошлой неделе вы сидели дома, смотрели Instagram коллег и вздыхали от зависти. Но, однажды на мероприятии сказав ему «спасибо», вы запомнились человеку на всю жизнь!

007/365

Пути развития ведущего

Вы знали, что среди древних приматов, наших прародителей, были две модели выживания?

Первая модель – это когда особь постоянно меняла свое поведение в зависимости от обстоятельств, подстраивалась под окружающий мир и таким образом эволюционировала. И вторая модель – когда примат повторял поведение более успешных сородичей. Естественно, второй вариант не мог привести к успеху в группе, но позволял выживать.

А теперь задумайтесь, сколько процентов из того, что вы говорите и делаете на мероприятии, придумано именно вами?

Вам не кажется, что многие коллеги просто пытаются выжить?

В начале карьеры ведущего обязательно нужно брать пример с более успешных. Но через год-два следует писать все себе самому. Не надо превращаться в «китайский» аналог известного ведущего. Будьте уникальны, будьте собой. Повторять за кем-то – тупиковый путь развития. Будьте неповторимы. Добейтесь такого уровня, когда копируют вас.

Я иногда советую начинающему ведущему сходить на мероприятие, которое ведет опытный коллега. Но если вы уже провели с десяток мероприятий, хватит ходить за другими.

А если не можете придумать что-то свое? Не получается найти свой стиль и т. п.? Или, не дай бог, работаете по одному сценарию?

Не занимаетесь творчеством внутри своей профессии ведущего? У вас не горят глаза? Мероприятия похожи на день сурка? Вам все равно, что будет завтра? Не верите, что завтра можно стать лучшей моделью себя?

Тогда вывод напрашивается очевидный: ведение мероприятий – не ваше дело. Не занимайте чужое место.

008/365

Как ты выглядишь?

Этот пост будет немного обидным. Но правдивым. Скажу то, что и так все знают. Ведущий должен выглядеть хорошо. Даже очень хорошо. И я не про дорогой костюм. Я про физические данные. Вы скажете: «Не-е-ет! Вон сколько популярных ведущих не красавцев и с пузиком, а заказов куча». Да, у них заказов куча, но лишь потому, что они обладают суперспособностями: харизмой, ярким чувством юмора и т. д. При прочих равных выберут ведущего подтянутого, спортивного (не перекачанного – это тоже излишне, иногда отпугивает).

Плохие физические данные удешевляют образ. Конечно, на вкус и цвет все фломастеры разные. Но поставьте себя на место заказчика. И не врите себе. Белые ровные зубы, стройное спортивное тело – все это ваш огромный плюс.

При большой конкуренции заказчик смотрит на нас как на ящик с помидорами. И в этом ящике мы все разные. Клиент ищет красивых, не мятых, молодых и, конечно, вкусных. Хотя вкусные, по идее, все. Это нам, помидорам, кажется, что наш вкус уникален и неповторим.

Кстати, я невысок ростом – 172 см. Но на 4 см выше Месси между прочим. (Всегда сравниваю себя с более мелкими, чтобы оправдать свой рост.) Несколько раз проигрывал кастинг более рослым коллегам.

И если я уже не вырасту, то убрать жирок при помощи тренировок, выровнять и отбелить зубы в клинике и засадить просеки на голове новыми волосами можно. Ведущий с красивым телом и лицом заработает больше. Ведущий – он не радио, он как телевизор. Его не только слушают, но и смотрят. Сделайте все, чтобы после мероприятия не просили фотографа стереть ваше непрезентабельное тело со всех отчетных фотографий.

009/365

Шути сразу

Если вы ведете не официальное мероприятие, а свадьбу или корпоратив, – шутите с самого начала. С самых первых фраз. Не можете импровизировать – заготовьте несколько смешных фраз.

Например:

«Дорогие друзья, приглашаю вас на праздничные места. Советую поторопиться, так как мест хватит не всем»;

«Чтобы найти свое праздничное место, вы можете обратиться к координаторам. Всего лишь нужно им сказать свое имя, фамилию, дату и час рождения... номер пенсионного, и тогда они с удовольствием покажут ваше праздничное место»;

«Друзья, меня зовут (назвать свое имя). Сегодня очень важное мероприятие. Я готовился к этому дню. Волнение не покидало меня с того времени, как выбрали ведущим именно меня. Я не спал 24...дня. Говорят, так бывает, если ты до этого никогда не работал ведущим. Но меня часто приглашали гостем, так что работает профессионал... начнем!»;

«Друзья, я прошу вас сегодня делать все, что вам заблагорассудится: танцуйте на столах, катайтесь на люстрах, кидайтесь салатами, мне все равно, я в этом ресторане впервые и так же, как вы, в последний раз»;

«Давай вместе докажем этому ресторану, что мы самые веселые люди, которые когда-либо были здесь. И пусть после нас здесь запретят проводить мероприятия и нас по домам развезут на пожарных машинах, но мы сегодня отмечаем...»

Это нужно для того, чтобы расположить зрителей к себе. Шутка, выходящая за рамки официальных приветствий, стирает расстояние и оправдывает ожидание гостей, которые пришли на праздник. Из контекста понятно, что вы все это говорили не всерьез. Все хотят веселья, юмора, танцев и быть счастливыми.

Первая фраза очень важна, чтобы составить впечатление о себе. Также после сказанной шутки вы поймете отношение людей к празднику. Открытые и готовые к веселью гости вас поддержат смехом или аплодисментами. Те, кто не отреагирует, попадут под ваш прицел. Вы сможете сделать нужные выводы о присутствующих и разработать план того, как себя вести дальше. Возможно, сказав первую шутку, поймете, что больше не стоит шутить. Но это уже крайности. На моей практике только однажды меня попросили меньше юморить. Это были родственники 90-летней бабушки, которая от смеха хваталась за сумку с таблетками от сердца.

010/365

Два микрофона

На мероприятии у вас должно быть два микрофона. Нет, не для артистов. И не потому, что вы – за гигиену и говорите только в свой личный, именной, обработанный мирамистином микрофон. И не для DJ, который во время дискотеки кричит «давай-давай» и «пут е хэндс ап». Каждый раз, когда гости говорят в микрофон, в эти моменты вы абсолютно безоружны. Вы ничего не можете сделать. Что бы ни сказали без микрофона, вас просто не услышат. Самое страшное, что сможете придумать, если необходимо остановить оратора, – это пытаться отнять микрофон силой. Часто бывает, что в голове рождается гениальная шутка, которую было бы идеально вставить в дополнение сказанному. Но микрофон не у вас.

Или вдруг тоскующий начинает говорить лишнее!..

И самое страшное. То, что случается хотя бы раз в жизни любого ведущего. Когда пьяный гость вырывает у вас микрофон из рук и не собирается его отдавать. Что в таком случае делать? Лично я пытаюсь отшутиться; если в ход пошла физическая сила, со спокойной душой отдаю микрофон и иду за вторым к звукорежиссеру. Не нужно выключать микрофон гостя, иначе он и второй отнимет. Вы теперь на равных боретесь с пьяным субъектом. Здесь начинается словесная дуэль. Хороший ведущий легко с ней справится. Он сможет успокоить захмелевшего человека и убедить его продолжить вечер за праздничным столом.

Если весельчак отнял у вас и второй микрофон, решив показать, что он принципиально не хочет давать вам слово, отправляйтесь к заказчику, скажите, что не можете справиться с его гостем, который портит праздник непристойным поведением. Вы не охранник, чтобы успокаивать буйных субъектов. Пьяные и неадекватные люди – это уже работа службы безопасности. После праздника обязательно сделайте все, чтобы на вашем пути больше не попадались подобные личности. Самый верный способ – повысить цены на свои услуги. В ценовом сегменте выше среднего подобные ситуации случаются крайне редко.

011/365

Как сделать свою речь богатой и красивой?

Как не повторяться во время описания людей и каких-либо действий на мероприятии? Есть самый простой способ, доступный каждому ведущему. Вы должны расширить список используемых прилагательных хотя бы в два раза. Для начала раздобудьте видео своей работы и посчитайте, сколько прилагательных используете и как часто они повторяются. У большинства ведущих это страшная болезнь. Что говорить, сам грешил, но вовремя встал на путь неминуемого исправления.

Скажем, объявляя гостя, молодоженов, само мероприятие, мы употребляем тривиальные эпитеты. Вот неполный список прилагательных, которые расширят и основательно украсят вашу речь: божественный; примечательный; восхитительный; изумительный; несравненный; исключительный; достопамятный; превосходный; прекрасный; непревзойденный; волшебный; сказочный; чудный; чудесный; дивный; не имеющий себе равных; великолепный; потрясающий; шикарный; поразительный; хороший; достойный внимания; колоссальный; кристальный; блистательный; яркий; бесподобный; выдающийся; незаурядный; роскошный; упоительный; выше всяких похвал; потрясный; мощный; первый среди равных; отдай все – мало; ни с чем не сравнимый; потолочный; золотой; фешиенебельный; мировой; ошеломительный; конфетка; АНТИК-МУАР С ГВОЗДИКОЙ.

Прочтите этот список перед началом действа. Обновите свой лексикон. Если хотя бы треть из перечисленного вы сможете использовать на мероприятии, ваша речь будет казаться богатой и заиграет новыми красками.

012/365

Юридическое лицо для ведущего

Стоит ли официально оформлять себя как юридическое лицо для того, чтобы вести мероприятия?

Человек, не связанный с event-рынком, может спросить: «А что, можно работать без ИП или ООО?».

Для незнающих расскажу страшную тайну. Больше половины ведущих никак не оформлены. У них нет ни расчетного счета, ни ООО, ни даже ИП. Договоры, которые они подписывают с клиентом, не имеют какой-либо юридической силы. Это просто бумажка с какими-то буквами. Отговорки смешные: дорого платить налоги; я не знаю, что делать, чтобы оформить ИП.

Если вы занимаетесь ведением мероприятий и у вас нет хотя бы свидетельства ИП, с вами не будут сотрудничать крупные компании и event-агентства. Это, в конце концов, несерьезно. И самое главное – платите налоги и спите спокойно! Тем более не такие они уж большие, как кажутся на первый взгляд. Вам нужно ИП на упрощенной системе налогообложения и расчетный счет в каком-либо банке. Для простоты ведения бухгалтерии пользуйтесь услугами компаний, которые за небольшие деньги будут отправлять за вас отчеты, вести бухгалтерию и напоминать об отчислениях. А некоторые банки совершенно бесплатно сами рассчитывают налоги и заполняют за вас декларации. Ведение мероприятий – бизнес. И у этого бизнеса есть правила.

Лично я за легальный бизнес. За то, чтобы все ведущие, которые занимаются этим делом несерьезно, ушли из рынка. Откровенно говоря, наш рынок переполнен непрофессионалами и дилетантами. Хочешь работать ведущим – будь готов платить налоги государству.

013/365

Аптечка ведущего

Мы обычно вспоминаем про лекарства тогда, когда случается беда. Но нужно быть предусмотрительным и подготовиться к проблемам, иногда возникающим на мероприятиях.

Итак, основные лекарства, которые могут пригодиться в аптечке ведущего. Первое и самое главное – Гомеовокс, он применяется для восстановления и профилактики голосовых расстройств. Ничто так не поможет, как этот чудо-препарат.

Далее, если с больным горлом мы теоретически будем в состоянии шепотом или жестами объяснить, что хотим от людей, то при симптомах диареи просто физически не сможем находиться на мероприятии. Смекта, активированный уголь, Лоперамид... Вариантов уйма. У меня подобных проблем не возникало, но береженого бог бережет.

Мероприятия бывают разные, некоторые проходят в сложных условиях и на разных площадках. Работая на улице, обязательно нужно позаботиться о своем иммунитете (фраза из рекламы). Какой же ведущий не вел мероприятия с температурой! Чтобы себя обезопасить, не забывайте про витамины или хотя бы аскорбинку. Да, аскорбинка спасает. Там сахар и хорошая доза витамина С.

Помним об элементарном пластыре и влажных спиртовых салфетках. Пластырь – понятный товарищ. Салфетки могут быстро вывести жирное пятно на вашей сорочке или галстук.

В целом представленный список короткий, естественно, его нужно дополнять. Я лишь поднял эту проблему, а вы уже думайте, что вам делать. Но все в меру! Не стоит сильно переживать из-за своего здоровья, каждый час мерить давление или брать вашего лечащего врача на мероприятия. Как сказала великая современница – «жить здорово!».

014/365

Как формируется цена на услуги ведущего?

Если вы мне скажете, что она зависит напрямую от качества работы, то окажетесь неправы. Нет объективных критериев качества для ведущего. Кому-то нравятся серьезные, кому-то с юмором, кому-то высокие, кому-то я.

Так какую цену необходимо объявлять? Определите для начала, как часто хотите работать. Вам комфортно проводить в месяц восемь мероприятий или достаточно четырех? Если имеете восемь, но вас хватает только на четыре и в целом много обращений на дублирующие даты, не думая, поднимайте цену на свои услуги. Если же имеете четыре, но хотите провести восемь раз – попробуйте заняться своим продвижением, возможно, о вас мало кто знает. А если вы перепробовали все способы продвижения и по-прежнему имеете четыре мероприятия, то, скорее всего, пришло время делать скидки. Цифры взяты из головы, бывает, что за месяц ты проводишь и 15, и 20 мероприятий. А бывает, что наступает «великий пост».

Цена на услугу – это в первую очередь спрос. Чем чаще к вам обращаются за услугами, тем чаще вы будете повышать цену, и наоборот. Замечаете, что обращений становится меньше, – снижайте цены. Ничего в этом зазорного нет. Ведущие любят мериться ценами. Но ваша задача заработать больше в общей сумме, а не провести одно мероприятие, но за 1 миллион. Хотя это тоже оправданная стратегия – вести меньше, но дороже.

Если вы только начинаете путь ведущего или переехали из другого города, не ставьте минимальную цену. Может получиться так, что потом всю жизнь будете работать только по этой цене. Из низкого сегмента очень тяжело расти. Попробуйте сразу со средней цены. Это даст возможность для маневров.

015/365

Каким должен быть DJ, с которым вы работаете?

DJ часто привязан к ведущему, но если вы его еще ищете, то уделите внимание следующим параметрам.

Самое главное, что есть у DJ, – это понимание того, что же нужно поставить тем или иным людям. Хороший DJ с первого взгляда определит любителя джаза или Сердючки. Хороший DJ ставит ту музыку, которую любят гости. Музыку, которая нравится ему, он слушает дома.

Умение сводить треки однозначно не помешает. Человек, который запускает музыкальные композиции через программу WinAmp, – не DJ.

Немаловажна коммуникабельность этого человека и стальная выдержка. Гости могут просить поставить какие-то странные песни, хамить или, возможно, даже угрожать. DJ не станет грубо отвечать, он понимает всю ситуацию и спокойно, с достоинством выйдет из нее.

Имеет значение и внешний вид. Я лично считаю, что DJ должен выглядеть не хуже ведущего. Да, костюм. Да, галстук или бабочка, если, конечно, это не гавайская вечеринка и можно прийти в шортах.

DJ обязан разбираться в звуковой технике. И не нужно заставлять его включать еще и световые приборы, пусть этим занимается отдельный человек.

Немаловажно, чтобы DJ проводил работу и до мероприятия, готовился к нему. И конечно, он должен подходить вам как человек. В идеале – стать чуть ли не другом.

016/365

Нужен ли сайт ведущему?

Однозначно да! Есть много примеров успешных ведущих, которые достаточно легко обходились без сайта, пользовались плодами своего сарафанного радио и тем были довольны. Но времена меняются. И, скорее всего, тот, кто читает этот пост, не до конца доволен положением своих дел. Я вообще довольных ведущих не встречал. Всем всего мало! К сожалению, правда звучит так: тебя нет в интернете – тебя нет для заказчика!

К тому же нас всегда выбирают. Нас всегда с кем-то сравнивают, и если приходится выбирать между ведущими с сайтом и без, предпочитают человека, имеющего сайт. Сайт ассоциируется с серьезностью намерений. Отсутствие его оправданно только тогда, когда абсолютно все агентства знают о твоём существовании и постоянно рекомендуют тебя заказчикам.

Сайт должен быть информативным и понятным. Разделяйте страницы с услугами на свадебные мероприятия и event-сферу. Это абсолютно разные клиенты, и им лучше не встречаться на одной площадке. Возможно, есть смысл сделать несколько сайтов. Не перегружайте их информацией, главная задача сайта – заставить человека позвонить вам, а не узнать всю жизнь ведущего с самого рождения.

Нет денег на дорогой сайт? Сделайте его сами. Огромный выбор конструкторов, в которых результат получается очень даже стильным и красивым. Лично я стараюсь обновлять свои страницы раз в полгода, тестирую тот или иной дизайн, поднимая или опуская нужные блоки.

Сайт может быть площадкой для ведения собственного блога и продажи дополнительных услуг.

017/365

Как искать людей для шуток?

Один из способов создания шутки на мероприятии – найти нужных людей и пошутить над ними. Шутить надо по-доброму. Я это подчеркиваю! ПО-ДОБРОМУ!

Используйте гиперболы и сравнения (это такие юмористические приемы) для того, чтобы в шутке похвалить человека. Никому не нравится, когда его высмеивают при всех. А вот если хвалят и делают это смешно – однозначно плюс в вашу копилку.

Шутить, что лысый человек – рекламное лицо новой коллекции от Фаберже или шампуня «Яичный», не стоит! Не нужно иронизировать над недостатками, ищите достоинства. Например, если человек в хорошей физической форме, то стоит упомянуть, что он раз в шесть физически сильнее ведущего и его фитнес-тренера. Что он может одним ударом руки прекратить конкурс и сердцебиение ведущего.

Высмеивайте себя! Самоирония – путь к сердцам гостей. Так кого же искать на празднике? Ищите самого сильного, самую красивую, самую яркую(го), самого высокого. Ищите людей, которые похожи на кого-то, но хорошего! Если человек похож на Гитлера, – такова божья воля, не нужно при нем говорить на немецком. Ищите крайности и гиперболизируйте. Этим советую заниматься перед мероприятием, на welcome-зоне.

Обязательно изучайте списки гостей. Проанализируйте, кто чем занимается. По-хорошему у вас должны быть заготовки на типичных людей. Напишите шутки про профессии. Очень часто встречаются врачи, госслужащие, работники банковской сферы, IT-специалисты, безработные в конце концов. Не забывайте о хобби. Я еще не встречал свадьбу без мужика, который увлекается рыбалкой или охотой.

Выбирать людей для шуток стоит тогда, когда на празднике присутствует больше 50 человек. При небольшом их количестве старайтесь уделить внимание абсолютно каждому гостю.

018/365

Порядок поздравлений на свадьбе

Может быть, тема банальная, но требует внимания. На свадьбе существует иерархия поздравлений, которая определена годами и традицией. Конечно, все зависит от пожелания заказчика, но лучше придерживаться следующего списка: первыми поздравляют родители жениха, затем родители невесты. (В восточных странах, кстати, принято и называть молодоженов в таком порядке, сначала имя жениха, а затем невесты.) После родителей всегда идут бабушки и дедушки. Порядок поздравлений – от самого пожилого к младшему. После слово предоставляется крестным родителям. Затем идут братья и сестры. И только после этого можно дать слово важному бизнес-партнеру, мэру и т. п. Если таковых нет, слово предоставляют тетям и дядям в порядке кровной близости.

Друзья приглашаются следующим образом: первыми идут друзья родителей, затем друзья молодоженов. И в самом конце приглашают лучших друзей жениха и невесты. Вот и все.

Если кто-то не хочет говорить, ничего страшного не случится. Старайтесь заранее уточнить, кто будет поздравлять.

Данный порядок не меняется годами, но помните о самом главном правиле предоставления слов: говорить должны те гости, которые готовы это делать. Обязательно предупреждайте заранее, что вы будете предоставлять слово. Если человек выходит к микрофону жующий – это ваша вина.

019/365

Отдать ли предоплату?

Форс-мажор. Мероприятия не будет. Такое иногда случается. Стоит ли отдавать предоплату? До мероприятия осталось несколько недель, а возможно, и дней. Раздается звонок, и вам сообщают, что на эту дату вы свободны и можете гулять с детьми в парке.

Да, на встрече вы обговаривали этот момент, что предоплата – гарантия вашей занятости и в случае отказа мероприятия сумма остается у вас. Но слезы в трубке просят вернуть ее обратно. Что делать?

Это мое мнение, и вы с ним можете не согласиться, но я считаю, что стоит вернуть. Возвратить, если это частное мероприятие и человек просит это сделать. В случае с корпоративным клиентом таких вопросов не возникнет. Все прописано в договоре. Если же вам звонит невеста, задумайтесь. Может быть, случилось что-то, что молодожены не могли предвидеть. Даже если это написано в вашем договоре, человеческие отношения превыше всего. Верните, не тыкайте пальцем в бумажку и пункт с условиями оплаты.

Да, вы этих людей, возможно, никогда не встретите, но точно оставите хорошее впечатление и покажете свое человеческое лицо. Всех денег не заработать.

Помните о карме, даже если вы в нее не верите. Тысячу раз проверено и доказано, что плохое всегда возвращается, а хорошее тем более.

020/365

Лучшие интерактивы – интерактивы без экрана и реквизита

Если конкурсы без реквизита и экрана лучше, то какие нужны?

Лучше использовать максимально простые, потому что они универсальны. Мы всегда должны быть готовы к форс-мажорам – как бы ни старались подобрать под людей программу, контент и писать ночами смешные подводки под каждого человека, делать смешную презентацию и очередную игру в формате презентации. Может просто сгореть лампа в проекторе (к примеру), и вы останетесь гол как сокол. В идеале – должны обладать набором интерактивных конкурсов без всего.

Чем проще в механике, тем лучше. Никакой реквизит не спасет. Мой совет – запаситесь следующим набором интерактивов:

Взаимодействие с публикой (два-три раза), в котором вы только что-то спрашиваете у людей – естественно, смешно. В такие интерактивы я закладываю иногда варианты конкурсов, где люди даже не отвечают, но участвуют. Общение превращается в небольшое юмористическое шоу с минимальным контактом с аудиторией.

Интерактивы (пять-шесть), где зрители работают в группах и идет соревновательный процесс. (Проводите их сидя за столами, если еще только начало мероприятия, и на ногах, если прошло 2–3 часа.)

Общение (пять-шесть), где участвуют все присутствующие, разделенные на две группы (мальчики против девочек; старшее поколение против молодого; женатые против холостяков и т. д.).

Не забывайте про вариативность. В идеале – прописать для себя 20–25 конкурсов и чередовать их в зависимости от типа гостей праздника.

И помните, что интерактивы от мероприятия к мероприятию должны проходить абсолютно по-разному. Остаются неизменными только механика и условия. А иногда и условия могут изменяться до неузнаваемости.

021/365

Шутки над иностранцами

Иногда на мероприятие (корпоратив или свадьбу) приглашают иностранных гостей. Гость не говорит по-русски. Это можно использовать. Прием ооооочень старый, но для тех, кто еще не в курсе, расскажу:

Во время поздравления иностранца объявите всем, что он может говорить на родном языке, а вы синхронно переведете присутствующим. Естественно, гость будет говорить одно, а вы другое.

И что так можно сказать?

– Мы не хотели приезжать, но так получилось, что мы с вами...

– *Не могли бы вы вернуть деньги за перелет?*

– Мы не купили конверт, у нас нет киосков Роспечати.

– *Счастья, здоровья!*

– Мы пришли с миром.

– *Что я должен сделать, чтобы мне дали российское гражданство и квартиру в Мордовии?*

– Я нормальный, нормальный!

– *Сегодня на улице на меня напал медведь...*

И т. д.

Так шутить можно только с теми людьми, с которыми можно. Не стоит поднимать межнациональные проблемы и темы войн... Не нужно шутить про немцев в том ключе, что они фашисты (это пример не выдуманный, я видел своими глазами, как ведущий пытался острить подобным образом). Это обидно. Старайтесь чувствовать грань... Иногда сами гости позволяют себе больше, таким образом отодвигая эту планку дальше...

В целом это безобидный розыгрыш, если до этого вы так же шутили. Помните о том, что юмор в течение всего мероприятия должен лежать «ровным слоем», как масло на хлебе.

022/365

Что пить и кушать на мероприятии?

Кто-то из ведущих выставляет райдер, где указано меню. Но я почему-то уверен, что среди моих читателей таких нет. Пока нет.

Так что же кушать или пить на празднике? Во-первых, воду! Самое главное – это снабдить себя негазированной водой. НЕгазированной! От газированной могут возникнуть всем известные проблемы. Не буду рассказывать о пользе и свойствах воды. Лишь скажу, что, по некоторым источникам, в обезвоженном состоянии головной мозг работает на 30 % хуже.

Что касается кофе. Давно уже доказано, что бодрящий эффект от него действует первые 30–40 минут. Далее включается обратный эффект – вам попросту захочется спать. А выпивать каждый час по чашке кофе – не лучшая идея для сердца и состояния в целом.

Из еды не советую кушать мясо или что-то тяжелое. Да и вообще объедаться не стоит. Кровь приливает к желудку, вас, опять же, тянет в сон.

Очень хорошо помогают утолить голод и взбодриться энергетические батончики. Если раньше они продавались только в спортивных магазинах, то сейчас встречаются везде.

Остерегайтесь твердых фруктов и орехов. Я не видел, но коллеги рассказывали, как ведущие откалывали себе зубы прямо на мероприятии. Будьте аккуратны. И не пейте алкоголь. Это плохо для здоровья, реакции и вашего имиджа.

Как грамотно сказать гостю, что вы его уважаете и при этом не будете пить с ним? Я всегда отшучиваюсь:

- Извините, это для меня слишком дорого.
- Нет, мне нельзя, я обещал жене.
- Давайте не будем, я, когда выпью, очень хочу петь, а пою я ужасно. Лучше не пробовать.
- И т. п. Держите марку до самого окончания мероприятия.

023/365

Как выбрать место для встречи с клиентом?

В идеале для встречи с клиентом надо отдать право выбора условий самому клиенту. У него есть излюбленные места, там, где ему близко, комфортно, и где он себя чувствует в безопасности.

Если выбираете вы, то место должно отвечать нескольким критериям. Первое – оно должно соответствовать вкусу вашего заказчика. Не стоит вести его на фуд-корт ТРЦ, если он привык обедать в ресторане, и наоборот.

Второе – место должно быть тихим и удобным. При общении с клиентом вас ничто не должно отвлекать от дела.

Третье – дополнительным плюсом будет, если в этом месте вас знают. Если знают с плохой стороны, то – минусом.

Четвертое – до этой точки можно легко добраться. Как на машине, так и на метро. Уточните, на чем будут передвигаться ваши заказчики.

Пятое – должна быть удобная посадка. Клиенту нужно сидеть комфортно, возможно, утопать в диване, если это стулья, то обязательно – с высокой спинкой. И за спиной никого не должно быть. Собеседнику необходимо максимально расслабиться.

Лично у меня есть несколько излюбленных мест. Прихожу на встречу первым, занимаю место так, чтобы клиент сел в самые удобные кресла. Меня знают официанты, и я знаю, что из меню можно предложить визави.

024/365

Варианты поздравления на юбилее

Юбилей – не такое частое мероприятие в графике ведущего, как свадьба, но количество подобных событий может легко перевалить за 20–30 в год.

Основа юбилея – поздравление именинника. Необходимо грамотно предоставить слово и координировать процесс всего праздника, создавая нужное настроение. Иногда бывает, что от поздравлений отказываются и торжество превращается в концерт ведущего. Рассмотрим наиболее частые варианты, когда все же нужно предоставить слово.

Первый достаточно банален. Вам пишут список поздравлений, прилагая краткое описание человека. Это не новость для большинства ведущих. Но бывает такое, что на юбилее присутствуют деловые партнеры, друзья, важные люди. Кому дать слово вначале? И как сделать так, чтобы никто не обиделся? Здесь вы или ждете, когда люди сами изъявят желание, или прибегаете ко второму методу, методу рандомного поздравления.

В рандомном поздравлении у вас есть имена и корзина, из которой вы вытягиваете фамилии людей. Всплывают явные плюсы. Все равны перед жребием и все до конца не знают, кто будет следующий, от этого внимание гостей на каждом поздравлении максимальное.

Существует и третий вариант. Каждый гость должен принести с собой одну маленькую вещь. Все вещи собираются в корзину. Юбиляр выбирает любой из предметов и пытается догадаться, кто из гостей мог его принести. Чью вещь юбиляр достает, тот и произносит поздравление.

На встрече с заказчиком после получения вводных данных обязательно предлагайте правильные варианты поздравления. Заказчик не знает подводных камней. Ваша задача объяснить, как сделать лучше.

025/365

В топку визитки

Я действительно считаю, что визитки не нужны. Они у меня есть, хорошие, качественные, но они не нужны. Давайте подумаем почему? Вы сами собираете визитки? Где они у вас хранятся? И даже если вы старовер и собираете эти бумажки в визитницу, разве она всегда под рукой? Если вам нужен необходимый контакт, вы первым делом смотрите в собственный телефон. Смотрите в контакты телефона или друзей в соцсетях. Вывод напрашивается простой: хотите, чтобы вам потом перезвонили? Обменяйтесь контактами в телефоне, а лучше подружите в соцсетях. Идеально для этого подходит Facebook. Если в вконтакте мы дружим со всеми подряд, то на Facebook чаще встречаются наши коллеги и партнеры. Чтобы вас могли найти в поисковике друзей по запросу «ведущий», создайте официальную страницу, отвечающую запросу «ведущий на корпоратив» или «ведущий на свадьбу». Неважно, сколько там будет человек и как часто вы выкладываете свой контент. Главное, что эта страница есть и вас легко можно найти в соцсетях.

Одна из хороших идей упрощения получения контактов – создание QR-кода с ссылкой на вашу страницу. Разместите QR-код на заднюю стенку телефона. Человек наводит камеру своего телефона на ваш код – и автоматический становится вашим другом в социальных сетях.

Надеюсь, когда вы будете читать эту книгу, придумают что-то еще более удобное и быстрое.

026/365

Зачем общаться с гостями на welcom-зоне?

Я знаю, что многие из ведущих предпочитают не выходить к гостям до мероприятия. Это оправданно, если только у вас невероятное появление на сцене. Например, вы выходите в перьях, с подстановкой, огнем и конфетти из гречи. В ином случае выходить к гостям перед мероприятием очень даже полезно! Поставьте себя на место гостей. У них есть вопросы, а вы как раз тот человек, который сможет ответить на них. Во сколько начало? Как дарить подарки? Адекватный ли ведущий? Да! Многие боятся, что ведущий окажется непрофессионалом и, возможно, испортит вечер. Ведь не все ведущие настолько хороши, как вы! Поприветствуйте гостей, представьтесь, предложите помощь, если умеете, то обязательно пошутите. Сделайте все, чтобы пришедшие доверились вам, и тогда в самом начале праздника будет гораздо комфортнее работать. Проявляйте услужливость и внимание, но не переходите черту дозволенного. Не стоит пить шампанское, драться с подружками невесты за канапе и т. п. Познакомьтесь с родственниками и друзьями. Вы сможете в лицо узнавать тех людей, про которых так тщательно писали шутки. А если работаете с агентством, то это точно будет плюсиком к вашей репутации, и шансы, что вас еще раз пригласят, возрастут.

Welcome – отличное время для творчества. Вы сможете провести легкий розыгрыш или взять интервью у присутствующих. Иногда я играю роль тоже гостя, который знакомится с другими и пытается сказать всем, что ведущий вечера будет не очень интересным. Рассказываю им о своих опасениях по поводу его персоны. Иногда делюсь вымышленными случаями, где ведущий повел себя ужасно. Затем с гостями сажусь на праздничные места. И в какой-то момент встаю и начинаю вести праздник. Для гостей это легкий шок и удивление.

027/365

Если люди не танцуют на мероприятии, что делать?

Бывает такое, что на свадьбе или корпоративе начинает играть кавер-группа или DJ. Вы приглашаете гостей на танцпол, а никто не идет танцевать. Никто!

Что делать в эти моменты? Провалиться сквозь землю? Танцевать одному? Рефлексировать?

Самое главное – не паниковать. Причин может быть много, почему гости не танцуют. Они стесняются. Им не нравится музыка. Еще рано. Просто не хотят.

Если отвечающие за музыкальное сопровождение люди понимают, что проблема в них, они попробуют изменить репертуар.

В эти моменты больше всего раздражает DJ, который видит, что никто не танцует под его трек, а он его слушает до конца, так как, видите ли, песня еще не закончилась. Еще хуже, если вы в панике отправляетесь к нему, просите приключить песню, DJ паникует и ставит трек еще более скучный.

Спасать ситуацию нужно вам. Да, вы не виноваты, но вы единственный человек, который сможет найти выход из положения. DJ за пять минут умнее не станет, и гости свои музыкальные предпочтения не поменяют. Вы должны или объявить паузу, во время которой присутствующие смогут подышать свежим воздухом, или пообщаться вне столов ближайшие 10–15 минут. Либо прекратить попытки с танцами и начать работать самому.

У меня случались мероприятия, на которых я работал до 6 часов чистого времени. Именно 6 часов говорил. Это очень сложно и утомительно для вас и гостей, но это было единственным выходом. К сожалению, если даже DJ или кавер-группа с вами не были знакомы до этого дня и этих ребят рекомендовали сторонние люди, для большинства гостей вы и музыкальное сопровождение – единое целое. Советуйте проверенных людей. Если работаете с непроверенными музыкантами, старайтесь на встрече с заказчиком снять с себя ответственность за их работу. На самом мероприятии это не поможет, но вы всегда сможете сказать – «я же говорил!».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.