



РОМАН С ПИАРОМ

Роман Масленников

Роман с Пиаром

«Автор»

2013

Масленников Р. М.

Роман с Пиаром / Р. М. Масленников — «Автор», 2013

Если вы видите данную книгу – к автору можно больше с просьбой об интервью не обращаться! Данный сборник представляет собой все интересные интервью Романа Масленникова, собранные за весь период PR-деятельности с 2006 по 2013 годы. Теперь не надо бегать по всему интернету в поисках «чего-то интересного от Масленникова». Все интервью – под одной обложкой. Больше интервью, кстати, не будет. Незачем, некогда, некому.

© Масленников Р. М., 2013

© Автор, 2013

Содержание

Вместо вступления	5
Через 10 лет я буду в белом фраке!	6
Интервью с самим собой	10
«Я придерживаюсь детского принципа – занимаюсь всем, что лично интересно» – интервью с Романом Масленниковым (Простор: PR & Консалтинг)	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Составитель Татьяна Буренкова Роман с Пиаром. Сборник интервью с Романом Масленниковым

Вместо вступления



Если вы видите данную книгу – к автору можно больше с просьбой об интервью не обращаться!

Данный сборник представляет собой все интересные интервью Романа Масленникова, собранные за весь период PR-деятельности с 2006 по 2013 годы.

Теперь не надо бегать по всему интернету в поисках «чего-то интересного от Масленникова». Все интервью – под одной обложкой.

Больше интервью, кстати, не будет.

Незачем, некогда, некому.

P.S. Есть один-единственный способ нарушить «сухой закон», но о нем я расскажу в первом интервью, когда это свершится, ок?

Через 10 лет я буду в белом фраке!

19 августа 2008

http://topevent.ru/my/interview/creative_profession/maslennikov_roman.php

Родившись в очень интеллигентной семье Роман поддавшись на уговоры друга освоил PR. Роман не стал композитором, не стал он и профессором или врачом, зато Роман стал хорошим руководителем, создал своё агентство и является успешным предпринимателем.

Роман совмещает творческую и предпринимательскую деятельность, занимается он PR-ом артистов.

TopEvent (TE): Роман, здравствуйте, расскажите нам читателям о своём детстве?

Роман Масленников (PM): Детство как детство: родился и вырос. Родной город – Калинин, впоследствии – Тверь. Мама и папа – инженеры. Впоследствии – сотрудники Центробанка. Отец работал в Налоговой службе, а сейчас – аудитор. Оба – меломаны, мама любит зарубежную эстраду, а папа – отечественную.

TE: Иначе говоря, Вы выросли в достаточно интеллигентной семье?

PM: Очень!

TE: В детстве любили музыку?

PM: Да, исключительно на виниле. Я слушал коллекцию бабушки и сказки.

TE: На какой воспитывались?

PM: Майкл Джексон, группа «Zodiak», сказка «Мальчик-С-Пальчик», и многие другие.

TE: Роман как на Вас повлияли группы и исполнители, возникшие в период перестройки в СССР?

PM: До сих пор люблю «Кармэн», «Мальчишник», Богдана Титомира и «Сектор Газа».

TE: Наверняка хорошо помните то время – брожение умов и воздух свободы, какие Вас тогда мысли посещали?

PM: Меня тогда в силу нежного возраста не волновали подобные вопросы. Мысли были одни – о безответной любви, и о том, как ее сделать «ответной».

TE: А какие факторы стали определяющими в выборе образования?

PM: Выбор друга. Он увлек меня сферой пиара, специальной литературой. Сам поступил на отделение социологии, и я пошел туда же. Книга «Generation Пи» тоже как-то повлияла. А друг сейчас, кстати – лучший дизайнер в России, на мой взгляд. Его работы видели все посетители сайта самой известной российской Студии дизайна.

Я умею заинтересовать!

TE: Роман, помните, о чём была Ваша первая публикация?

PM: Моя первая публикация вышла в местной газете, когда я учился в 10 классе Тверского лицея. Текст был про новые и лучшие, на мой взгляд, места досуга, отдыха и танцев в нашем городе. Со мной долго спорил рекламный отдел: «Сколько тебе заплатили»? Когда я указал, что в тексте есть и критика, вопросы снялись и текст вышел в печать.

Кстати, вопрос «Сколько ты заплатил?» преследует меня после каждой моей публикации и даже после выхода моей книги. Отвечаю: я не плачу за публикации, и мне не платят за конкретные публикации – только за абонентское PR-обслуживание или, другими словами, за создание атмосферы, когда о моем клиенте нельзя не написать (бесплатно). Я умею заинтересовывать.

Журналистов и издателей деньгами всегда можно заинтересовать. Сделать это «за интерес» – вот драйв, экшн и адреналин!

TE: А как сейчас Вы её (первую публикацию) оцениваете, спустя годы?

РМ: Отличная публикация!

ТЕ: Что можно считать Вашим дебютом?

РМ: PR-обеспечение промоутерской группы и серии ее вечеринок. Посмотрите архив тех событий!

Ранее я был продюсером электронной группы «Malaya Samara Groove»: делал ТВ-сюжеты, клипы, статьи, гастрологи. Жаль, что не собрали архив.

ТЕ: Роман, в настоящее время Вы плотно занимаетесь PR-ом, причём околомузыкальным. Что думаете о современной российской музыкальной индустрии?

РМ: С усмешкой слежу за сюжетами о российских поп-звездах в отечественных СМИ. И с профессиональным интересом – за заметками звезд международной сцены также в российских СМИ. Как профессионально работают! Когда будут наши звезды так греметь греметь на мировой сцене и в мировой прессе?

ТЕ: Какие на Ваш взгляд произошли коренные изменения в музыкальной индустрии за последние 10 лет?

РМ: Музыка подешевела в производстве и стала доступнее.

ТЕ: Интернет уже давно ассоциируется со СМИ, какова его роль в промоушене артистов?

РМ: С обычного Интернета сливки сняты. Нужно делать ставку на более интересные методы, а в конечном счете – на качество продукта.

ТЕ: А что Вы думаете о потенциале инструментов web 2.0?

РМ: Кто успеет вскочить в последний вагон – будет молодец, хотя и это тоже отмирает. Делайте качественную музыку, треки, ремиксы. Не останавливайтесь. Минимальные PR-шаги, и люди к вам потянутся.

ТЕ: Роман, вы руководитель, наверняка ощущается нехватка молодых, да талантливых, как решаете эту проблему?

РМ: Нехватки нет.

ТЕ: Вопросы менеджмента и PR очень важны, как думаете, почему у подавляющего большинства артистов нет этих специалистов?

РМ: PR-специалисты есть только у музыкальной элиты, которую мы и наблюдаем на звездном Олимпе. Олимп – не резиновый, и PR-специалисты не могут быть у всех. У тех, кто хочет быть известным, по большому счету, есть два выхода: нанимать PR-специалиста или агентство, или – осваивать PR-технологии самому. Во втором случае неизбежно встанет вопрос: «Хватит ли времени на творчество?» Поэтому я советую поступить так – изучить PR-технологии, добиться ими минимальной известности, которая позволит на прибыли нанять PR-агентство и далее творить. В частности, самостоятельно изучить PR-технологии в области диджеинга можно, если прочитать нашу книгу «СуперДиджей: Краткий курс по раскрутке. 33 рецепта» – готовится к изданию.

ТЕ: Компания, которую Вы возглавляете, работает с диджеями. Диджейский мир – целое сообщество, что его ожидает?

РМ: Его ожидает конкретная чистка. Останутся профессионалы и придут богатые самоотверженные люди, которым диджеинг просто по кайфу. В конечном итоге, последние будут доминировать.

ТЕ: В последнее время широкое распространение получила такая фраза «Уж лучше чёрный pr, чем никакого» – что Вы думаете о её содержании?

РМ: Действительно, есть такая технология, когда после скандала остается лишь сухое воспоминание, что «да, где-то я слышал о таком артисте». Это работает в политике и в большом шоу-бизнесе на 100 %, а в мире бизнеса и диджеинга «черный пиар» эффективен на 50 % в лучшем случае. «Не кидайся камнями в стеклянном доме» – есть такая мудрость. Мир диджеинга очень тесен и в России и на планете в целом. Если уж вы хотите закатить скандал, делайте

это, не касаясь коллег по цеху. Мы черным пиаром не занимаемся, а скандалам предпочитаем События и Информационные Поводы типа «Установление мировых рекордов» и др.

ТЕ: Реклама и технологии pr-а – для артистов – это одно и тоже или нет?

PM: Конечно, это разные вещи и для артистов тоже. Реклама – это дорого и тупо. PR – это дешево и креативно. Кто хочет с аудиторией «секса по-быстрому», пусть также готовит денежки. Реальный пиар – это длительная работа. Но она и дольше сохраняется.

ТЕ: Что такое успешный с точки зрения pr-щика артист?

PM: Это тот, у кого входящих запросов от СМИ больше, чем исходящих инициированных запросов. И количество запросов растет от месяца к месяцу.

ТЕ: Роман, Вы принимаете участие в Форуме руководителей ночных клубов, как часто должны проходить такие мероприятия на Ваш взгляд?

PM: Раз в год – достаточно. Можно сделать ежеквартальный Клуб общения пиарщиков от шоу-бизнеса. Это было бы полезно для сообщества и для раскрутки следующих Форумов.

ТЕ: В Вашу компанию обращались руководители каких-либо клубов с желанием оформить заказ на ваши услуги?

PM: Было несколько заказов от клубов, но в основном наши клиенты – диджеи: персональный PR.

ТЕ: Я слышала о том, что во многих клубах не очень хорошо работают pr-менеджеры, как думаете – почему?

PM: Сказывается отсутствие классических знаний о пиаре. Сначала нужно изучить основы, а потом креативить.

ТЕ: Роман что на Ваш взгляд должны делать профессиональные PR-щики для популяризации самого PR как такового?

PM: Увеличивать число своих довольных клиентов.

Экстрим пока в мечтах...

ТЕ: Роман, много ли Вы читаете?

PM: Последние год-два – очень много.

ТЕ: Что чаще?

PM: Пресс-релизы и статьи своих сотрудников. Шучу. Обожаю русскую литературу.

ТЕ: Вы гурман?

PM: Если вы о еде – я не гурман, люблю простую понятную грубую и вредную пищу – пищу, гамбургеры, шашлык и алкоголь. Если говорить о работе, то – да, гурман. Я люблю многоходовые PR-комбинации.

ТЕ: Какую музыку любите слушать?

PM: Я слушаю радио «Серебряный дождь», аудиокниги и миксы диджеев. Больше ничем не интересуюсь.

ТЕ: Роман, а Пугачёва как же?

PM: Нравится.

ТЕ: Экстрим – это Ваше?

PM: Пока – в мечтах.

ТЕ: Как отмечаете свой день рождения?

PM: Узкий семейно-дружеский круг.

ТЕ: Вас можно назвать компанейским человеком?

PM: Можно!

ТЕ: И любимчиком публики?

PM: Нет. Но анекдоты знаю – закачаетесь! Моя любимая тройка сегодня такая:

• Русские поп-звезды пригрозили стереть с лица Земли зарубежную эстраду. Для этого они вагонами закупают их постеры и ластики.

- Состоялся суд на спамером. Подсудимый был приговорен к операциям по увеличению груди и удлинению пениса.

- Смертельный номер: факир садится голым на доску, утыканную острейшими гвоздями.

Его спрашивают после концерта:

– Скажите, а вам не больно?

– Да, в общем, нет. Больно только в первый раз. А потом – главное в дырки попадать.

ТЕ: Дайте три совета начинающему PR-специалисту.

PM: Вот, пожалуйста::

1. Читать книги. Желательно – на родном языке.
2. Учиться общаться эффективно и устно и письменно.
3. Открыть свой блог и качественно его вести.

ТЕ: В каком городе вы хотели бы жить через 5 лет?

PM: В Лондоне или Нью-Йорке.

ТЕ: А кем себя видите через 10 лет?

PM: Директором лучшего PR-агентства. В белом фраке.

ТЕ: Роман, спасибо за интересные ответы.

PM: Спасибо вам за интересные вопросы! До встречи на Форуме!

Автор: Анна Крошкина

Интервью с самим собой

15 ноября 2009

<http://blog.imhonet.ru/author/pr-maslennikov/post/999631/>

Представьтесь, пожалуйста.

Роман Масленников, генеральный директор PR-агентства ПРОСТОП: PR & Консалтинг, автор книги «СуперФирма: Краткий курс по раскрутке. От Тинькова до Чичваркина» и соавтор цифрового руководства «СуперДиджей: 33 рецепта».

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Я основал PR-агентство ПРОСТОП в 2006 году, а мечтал о нем всегда, когда строил осмысленную PR-карьеру. Интереснее то, что подходит тебе по психологическому типу: творить «под прикрытием» в какой-то мере безответственно или делать бизнес. Но сложно решиться делать что-то одно определенное. Интереснее всего получать результаты, которые вдохновляют тебя и клиентов, тебя и работодателя, – а в каком качестве генерального директора PR-агентства или PR-директора по большому счету не имеет значения.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Обучиться можно на практике. Как мы с друзьями делали наш клубный проект – организовывали вечеринки в ночных клубах Твери, – приходилось завязывать связи с журналистами – убеждать, чтобы напечатали анонсы; делать встречи СМИ и звезд мероприятия, организовывать интервью с диджеями, писать короткие тексты и рассылать их по собранной базе журналистов, потом смотреть – что вышло, оценивать, как перестраивать отношения, кого можно привлечь как спонсора мероприятий и мн. др. Только потом из книжек я узнал слова «лояльный пул СМИ», «пресс-конференция», «пресс-релиз», «пост-релиз», «фоллоу-ап», «эксклюзив», «мониторинг», «фандрайзинг», и т. п. Я отчетливо помню момент, когда после прочтения мельком одной из глав книги Фрейзера П. Сайтела «Современные публик рилейшнз» (Fraser P. Seitel "The practice of PR") мы идем с другом в редакцию тверской газеты «Караван Плюс» по мосту через Волгу. Холод, ветер. И я озаряюсь:

«Стас, так мы же делаем не что иное, как построение коммуникационных потоков!»
Да! И это грело душу.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Единомышленники были на первых этапах. Если мы не расходимся в принципиальных вопросах: здоровье, виды отдыха, музыкальная ориентация, отношение к жизни в целом, – для меня это достаточно. Профессионалы однозначно выгоднее для бизнеса. Именно профессионалы чаще всего могут постоянно бурлить идеями, быть инициативными, грамотными, точными, постоянно совершенствоваться, чему-то постоянно учиться, учить тебя и коллег. От просто «единомышленников» мне и бизнесу не холодно не жарко, но такое понимание пришло не сразу.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Я всегда за лекции и мини-лекции. Это повод поговорить, убедит в своих идеях «на местах». Основами пиар-технологий должен владеть сегодня представитель любой профессии, студент, школьник, родственник в конце концов, друг. Без пиара продвигаться по жизни практически невозможно – и в этом я стараюсь убедить всех, кто еще этим не проникся. Очень

стараюсь в такие моменты не сорваться в «прогруз», «вынос мозга» и «запаривание ума», но, кажется, удачные формулировки и метафоры стали находиться.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: общение с пользой для себя, для фирмы, для клиента, для друзей, родственников и коллег и вообще.

PR – это: решение конкретных бизнес-задач или просто достижение целей элегантно, гармонично и экономно.

PR – это: та изюминка, которой порой не хватает в своих кампаниях больших фирмам, звездам, продуктам; божественная искра!

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Кайф до дрожи в руках испытываю от каждого опубликованного сPRовоцированного материала – комментария в Интернете, заметки в деловой газете, колонки в журнале, статьи в региональной прессе, упоминанию бренда в деловом журнале, «письма в редакцию» в глянце. Помню, самым счастливым днем на 1-м курсе университета для меня стал день, когда утром в ларьке я приобрел газету «Вся Тверь» с моей статьей и журнал «ОМ» с моим «письмом читателя». Причем не важно, упоминание это относится к моему клиенту или моему агентству. В означенный час икс утром я перед трудовым днем я бегу в киоск "Пресса" за своей порцией восторга: сначала просматриваю не покупая: если нет – день потерян, разбор полетов; если есть ОНО – беру сразу несколько экземпляров и перечитываю, перечитываю, всем звоню или смс-каю "вышло!", горжусь.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

У меня все родственники, родители прошли базовый пиар-курс. Думаю, что и моим детям не составит труда войти в PR-профессию, благо такие навыки помогут и в любых других областях. Девочка, путешественница, непоседа – все предпосылки есть!

«Я придерживаюсь детского принципа – занимаюсь всем, что лично интересно» – интервью с Романом Масленниковым (Простор: PR & Консалтинг)

25 декабря 2009

http://marketingpluspr.ru/2009/12/25/pr_maslennikov_interview/

Сегодня на мои вопросы отвечает Роман Масленников, генеральный директор PR-агентства «Простор: PR & Консалтинг», концертный директор группы «Мальчишник», учредитель DJ букинг-агентства MyDJ.ru, автор книг «СуперФирма» и «СуперДиджей», и по совместительству очень интересный и целеустремленный человек.

Мы беседуем о PR, бизнесе, выборе пути в жизни и фирменных секретах успеха Романа.
Роман, кем ты мечтал стать в детстве?

Обычно по ответам детей на вопрос «кем ты хочешь стать?» можно много сказать о приоритетах времени. Например, во времена социализма дети мечтали стать летчиками и космонавтами. Потом на заре капитализма в моду вошли профессии бизнесмена, банкира. Интересно узнать, какая профессия тебя больше всего привлекала в детстве?

Честно говоря, в детстве я о будущей профессии даже и не думал. Я хотел заниматься тем, чем нравится, к чему душа лежит. А в детстве я был расположен ко многим занятиям. В начальной школе занимался эстрадными танцами в коллективе, и позже – через 7 лет – стал заниматься спортивными бальными танцами. Рисовал в художественной школе. Любил собирать новые машины из нескольких конструкторов сразу – пластмассовых и железных. Машины как таковые, кстати, всегда нравились.

Одно время меня «прессовали» родители: хотели во мне видеть врача, но удалось выкрутиться.

Возможно, сейчас в трудовой деятельности я тоже придерживаюсь детского принципа – занимаюсь всем, что лично интересно.

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.