

Кирилл Горский, первый заместитель главного редактора *Forbes*, Россия (2005–2013)

«НАДО ПРОСТО»

ПРИНЯТО СЧИТАТЬ, ЧТО ДИЗАЙНЕРЫ ИНТЕРЬЕРОВ ЗАНИМАЮТСЯ... ДА, ДИЗАЙНОМ ИНТЕРЬЕРОВ! НО НЕ ВСЕ. РИЖСКИЙ ДИЗАЙНЕР НАТАЛЬЯ МИТИНА, ПОМIMО ТОГО ЧТО ОФОРМЛЯЕТ ЖИЛЫЕ ДОМА, КЛУБЫ, РЕСТОРАНЫ И МАГАЗИНЫ В РИГЕ, ЮРМАЛЕ, МОСКВЕ И СТРАНАХ СЕВЕРНОЙ ЕВРОПЫ, НАХОДИТ ЕЩЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ЧТЕНИЯ ЛЕКЦИЙ О ТОМ, КАК ДИЗАЙНЕРУ СДЕЛАТЬ КАРЬЕРУ И ПОСТРОИТЬ УСПЕШНОЕ БЮРО, И ВЫПУСКАЕТ УЖЕ ВТОРУЮ КНИГУ НА ТУ ЖЕ ТЕМУ. КНИГУ «56 СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ В ДИЗАЙНЕ» ОНА НАПИСАЛА В ЧЕТЫРЕ РУКИ С МОСКОВСКИМ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ЖУРНАЛИСТОМ КИРИЛЛОМ ГОРСКИМ. ПЕРЕД ВАМИ – СВОЕОБРАЗНОЕ ИНТЕРВЬЮ, ТОЧНЕЕ, БЕСЕДА ДВУХ СОАВТОРОВ ЭТОЙ КНИГИ О ТОМ, КАК СТАНОВЯТСЯ ИЗВЕСТНЫМИ ДИЗАЙНЕРАМИ, И НЕМНОГО О ЖИЗНИ.

Для начала нужно рассказать предысторию... Еще четыре года назад Наталья Митина писала статьи о бизнесе в дизайне чисто «для себя», но Кирилл Горский, как журналист, конечно, стремился информацией распространить и выкладывал материалы в открытый доступ на дизайнерском форуме *homeideas.ru*. Сначала это был набор отдельных статей про авторский надзор, про первую встречу дизайнера с заказчиком, про разные аспекты работы интерьерного дизайнера. Но Кирилл все время требовал: «Автор, пиши еще». Когда Наталья составила план статей по всему циклу работы дизайн-бюро, то поняла, что получился план книги. И, собственно, села эту книгу писать. Кирилл вдохновил Наталью и вдохновился сам. Он решил использовать свои журналистские наработки – а у него было собрано огромное количество историй дизайнеров, обобщенных на профессиональном форуме *homeideas.ru*, – и у Горского тоже получилась собственная книга: «Бизнес в дизайне интерьера».

Кирилл Горский: В результате мы вместе с Натальей общались с издательствами, и две наши книги теперь стоят в соседних залах московских магазинов. И для следующей книги-учебника мы решили объединить усилия. Главное, что интересует начинающего, да и не только дизайнера, – где брать заказчиков. И мы решили объяснить это.

Наталья Митина: У американского маркетолога Дэна Кеннеди есть фраза, которую мы включили в послесловие. В вольном переводе она звучит так: «Я не знаю способа найти 30 клиентов, но я знаю 30 способов найти по одному клиенту и использую их все».

К. Г.: У нас было соревнование, кто больше способов отыщет, вспомнит, придумает, возьмет из других отраслей.

Н. М.: Помню, как мы боролись за красивую цифру, например «55 способов», но получилось на один больше.

К. Г.: Да, и эти 56 способов поиска клиентов – больше, чем нужно любому дизайнеру, огромный выбор. Нам есть что рассказать практикующим дизайнерам. Собственно, ты уже рассказываешь: проводишь профессиональные семинары. Как ты к этому пришла?

Н. М.: Вопрос о семинарах встал сразу после выхода еще первой моей книги. Издатели устраивали презентации, на которых мне нужно было выступать. Любая презентация превращалась в практический семинар: люди задавали вопросы, что лично им делать в той или иной рабочей ситуации. Стало ясно, что семинары актуальны. Сначала я провела две презентации в Москве, потом – в Риге. Затем я приехала уже именно с рабочим семинаром в Москву, потом в Прагу, и завертелось.

К. Г.: А почему вдруг Прага?

Н. М.: Как оказалось, в Праге крупное русскоязычное сообщество, очень сплоченное, большое, и, как это ни удивительно, очень много русских дизайнеров. На моем семинаре было человек двадцать. Меня поразило до глубины души, что пришли люди и в разы старше меня, и с большим, чем у меня, опытом. Когда увидела эту аудиторию, даже испугалась: что я могу дать им нового? Но они подходили после семинара с благодарностью.

К. Г.: Ты ведь сама прошла все карьерные шаги, была когда-то начинающим дизайнером, но теперь у тебя 14 лет профессионального опыта, а твоему собственному бюро уже

На ежегодном мероприятии
для дизайнеров интерьера
в салоне Krassky

ДЕЛАТЬ!»

7 лет. И заказчики у тебя не только в Латвии, но и в Москве, Польше, Германии. И весь этот путь ты прошла сама, с нуля, без посторонней помощи, без инвесторов и покровителей. Как ты считаешь, сейчас молодому дизайнеру, который только вступает в жизнь, под силу пройти такой путь?

Н. М.: Конечно, да!

К. Г.: Что для этого нужно делать?

Н. М.: В первую очередь – надо просто делать! Намечать цели и методично к ним двигаться. В этом идея второй книги – ты идешь и делаешь одно за другим, одно за другим. Не все выстреливает, срабатывает, не всегда все проходит успешно, но, по моему мнению, именно в этой методичности, последовательности и есть весь секрет.

К. Г.: А вот вопрос, который интересует очень большое количество дизайнеров – не только начинающих, но имеющих хорошую практику на российском рынке: насколько легко русскому дизайнеру, человеку, начинавшему на русскоязычном рынке, выйти в Европу и получить заказчиков там?

Н. М.: Получить европейских заказчиков в Европе трудно, почти невозможно. В Латвии я сделала достаточно много заказов для живущих здесь итальянцев. Но когда им понадобились проекты в Италии, они ко мне не обратились, работают там со своими соотечественниками.

К. Г.: Но у тебя есть заказчики в Польше и Германии.

Н. М.: Это русские заказчики, которые живут там, у которых там бизнес. В Европе огромная русская диаспора, и здесь одно из конкурентных преимуществ для русскоязычного дизайнера – язык.

К. Г.: Какими своими объектами ты особенно гордишься?

Н. М.: Во многом объектами в Вентспилсе. Там я сделала для своей клиентки обувной магазин, затем для нее же – еще один объект и сейчас делаю третий. У нас сложилось взаимопонимание. Первая же концепция была сразу одобрена и пошла в работу, никаких правок. И магазин имел успех у общественности. Люди заходили с улицы со словами «Как у вас красиво!». Не могу называть цифры, но у магазина выросли показатели по продажам. А мы за этот интерьер получили награду мэрии Вентспилса – Balta Duna от мэра Айвара Лембергса за самый лучший интерьер в 2011 году. Это очень престижная награда, потому что на эту премию невозможно подать заявку. Мэрия Вентспилса сама выбирает объекты для номинации.

К. Г.: Большинство дизайнеров интерьера работает с жилыми объектами, а у твоего бюро половина объектов – коммерческие. Это после премии в Вентспилсе?

Н. М.: Нет, с самого начала работы. У меня одним из первых объектов стал ночной клуб Godvil в Риге. Моим дипломным проектом в Балтийской международной академии был ночной клуб. И когда я начала работать, то на своем сайте вывесила этот дипломный проект. И получила Godvil, владельцы решили нанять именно меня. И с тех пор коммерческих объектов у нас действительно около половины, если считать по площади.

К. Г.: Насколько сложно небольшому бюро работать одновременно в Риге, Юрмале, Москве, Германии и Польше? А ведь тебе еще приходится ездить с лекциями в Москву и Чехию. Что ты делаешь, чтобы везде успевать?

Н. М.: Меня многие спрашивают: «Как ты все успеваешь?» А мне кажется, я так мало делаю, если бы не ленилась – успевала бы в пять раз больше.



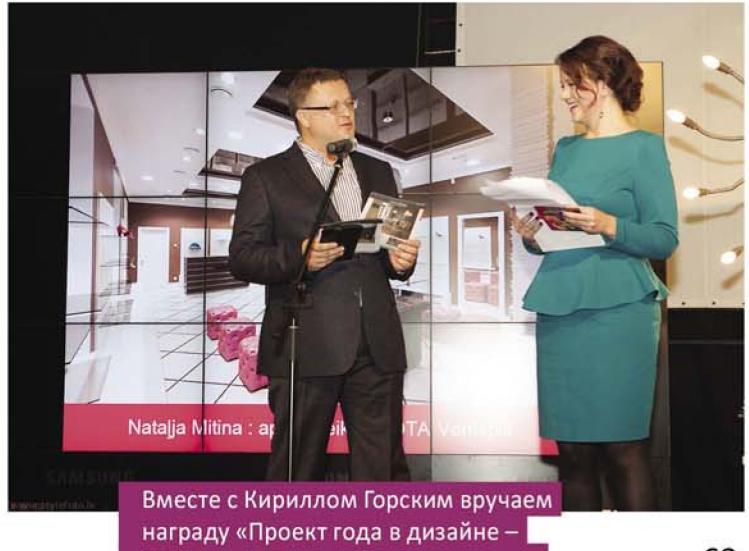
На своем объекте –
Baltic Beach Hotel SPA



Получает награду «Baltā dūna 2011»
от мэра Вентспилса Айварса Лембергса



Презентация книги «Дизайн интерьера.
Как открыть свое дело»
в Москве, Московский Дом книги



Вместе с Кириллом Горским вручаем
награду «Проект года в дизайне –
2012» в сфере дизайна интерьеров