

Афера мистера Крынкина

http://www.e-executive.ru/friday/article_4435/

Все герои и названия в рассказе — вымышленные. Любые совпадения с реально существующими лицами и компаниями являются случайными и непреднамеренными.

Владислав Владимирович Крынкин задумчиво покачивался в директорском кресле в лучах утреннего июньского солнышка, оранжевыми полосками уютно просвечивавшего через офисные жалюзи на respectable директорский стол. Можно было бы сказать, что жизнь удалась, но нечто в глубинах крынкинского подсознания мешало насладиться спокойным летним утром, покалывало и позуживало, ныло и беспокоило.

Есть ли у вас план, мистер Фикс?

Скосив глаз в сторону настенных часов, показывавших начало двенадцатого, Крынкин подумал, что надо бы приступить к руководству волшебной компанией «Кофедар». Волшебство заключалось прежде всего в том, что, несмотря на все усилия Крынкина, компания все еще держалась на плаву. Более того, она все еще приносила прибыль и имела неплохую репутацию. То есть в некоторых интимных местах ее репутация была уже некоторым образом подмочена, но со стороны этого пока не было видно.

Крынкин бодро щелкнул мышью и открыл вордовский документ под гордым названием «План развития компании». Его взору предстала невозмутимо чистая страница, что несколько его озадачило. Причиной создания этого документа была та самая мысль, давно тревожившая директора «Кофедара». Дело в том, что ему периодически начинало казаться, что он, Крынкин, несмотря на уже имеющиеся успехи, заслуживает в этой жизни гораздо большего. Созерцание respectable стола, конечно, несколько отвлекало, но полного удовлетворения, увы, не приносило. Каждый день Крынкин видел в

телевизоре, газетах и журналах, а также в Интернете (будь он неладен) довольные лица других успешных менеджеров или, еще хуже, — олигархов, что вызывало новый приступ душевного томления. В такие моменты Крынкин с горечью думал о том, что он безвозвратно упустил возможность приватизировать что-нибудь такое нефте-металлургическое или хотя бы производственно-арендодательное и теперь вместо того, чтобы наслаждаться размышлениями о высоких материях, вынужден был в поте лица зарабатывать на хлеб насущный. Хлеба Крынкину хотелось много, а от мыслей обо всем этом он действительно начинал потеть.

Поскольку воровать по-крупному Крынкину не хватало наглости ни раньше, ни теперь, было очевидно, что надо срочно придумывать альтернативу. Например, стать кофейным королем, раз уж судьба забросила его на просторы кофейной отрасли. Причем как можно быстрее. Потому что ему уже сорок три года. Сейчас — или никогда.

Вчера в середине рабочего дня Крынкин со всей ясностью осознал, что ему необходим план. План покорения мира. Начать надо с «Кофедара», превратить его из мелкой торговой компании в настоящую кофейную империю. Тут Крынкин несколько отвлекся, представляя конечный результат в виде всеобщего восхищения и почестей, триумфального выхода «Кофедара» на европейский (а потом и мировой) рынок, счета в надежном швейцарском банке (желательно с девятью нулями), собственного острова и белоснежной яхты, персонального автопарка, выходных на Лазурном берегу в окружении приветливых фотомодельных красавиц, будней в пентхаусе новомодного небоскреба где-нибудь в центре столицы, задушевных бесед с Дональдом Трампом и Уорреном Баффетом о том, куда лучше инвестировать пару-тройку лишних миллионов, тихих лондонских вечеров в компании Романа Абрамовича и...

Тем временем полет крынкинской фантазии был прерван бесцеремонным звуком работающего пылесоса, ознаменовавшего

вечерний приход уборщицы. Мысль о конкретных шагах по покорению мира, устремившаяся уже было на белоснежный лист, возмущенная неделикатным вторжением, ускакала в неведомые дали. Короче, вчера дальше вордовского документа дело не пошло. Но сегодня Крынкин был полон решимости, он чувствовал, что способен совершить нечто гениальное, масштабное, дерзкое. Открыв «План развития компании», он уже был готов изложить свое видение, но тут в дверь постучали, и через секунду в проеме директорского кабинета материализовалась фигура менеджера Александра Коржикова.

— А, Александр, вы очень кстати, — вновь оторвался от глобальных планов Крынкин. (Возможно, приход Коржикова — знак свыше. Раз уж он его прервал, пусть теперь сам план развития и напишет. А он, Крынкин, его скорректирует в соответствии со своим директорским видением. Пугать мировым масштабом пока не будем, попробуем национальный.) — У меня к вам дело, присядьте. Я вас попрошу написать план по выводу «Кофедара» на национальный уровень.

— М-м-м... — промычал Александр Коржиков, озадаченный тем, что ему доверена столь ответственная миссия. Написание плана по выводу чего-либо на национальный уровень в его сознании было сопоставимо по сложности с выводом на околоземную орбиту станции «Мир». Но менеджерские амбиции не позволяли в этом признаться публично. Поэтому с другого конца уважаемого директорского стола он твердым голосом сообщил: — Конечно, план будет.

— Когда? Вы лучше не затягивайте с этим, — сказал Крынкин.

— Через пару дней, — ответил Коржиков, про себя подумав: «Ё***». Однако включать заднюю было уже поздно. Чувствуя, что сейчас ступит на то самое минное поле, где сапер может ошибиться лишь один раз, Коржиков решил все же осторожно прощупать почву. — У вас есть какие-то мысли, пожелания? Что вы хотели бы в этом плане увидеть?

Крынкин задумался. Делиться с Коржиковым нескромными сокровенными мечтами совершенно не хотелось, но в то же время надо было указать сотруднику правильный курс движения.

— Александр, я думаю, совершенно очевидно, что пришло время выводить «Кофедар» на принципиально новый уровень, — осторожно начал излагать Крынкин. (Коржиков энергично закивал в знак согласия и полного одобрения хода директорской мысли.) — Мы достигли хороших результатов на рынке продажи кофе и кофемашин в столичном регионе, наши позиции стабильны, но пришла пора двигаться дальше.

— Насколько дальше? — решил уточнить Коржиков.

— Для начала, я думаю, надо увеличить долю на московском рынке. — Крынкин снова вспомнил о том, что не надо раньше времени пугать менеджера планами завоевания мирового господства. — Сфокусироваться на стратегическом позиционировании. А затем продолжить движение в направлении регионов.

— Ясно, — сказал Коржиков, судорожно пытаясь понять, что надо говорить дальше, чтобы зарекомендовать себя как вдумчивого профессионала. — Мне кажется, я знаю, что нам необходимо сделать в первую очередь.

— Да? И что же? — удивился сообразительности сотрудника Крынкин.

— Дело в том, что бренд нашей компании сложился стихийным образом, целенаправленно этим никто, насколько я знаю, не занимался, — начал Коржиков. — Поэтому, чтобы продолжить движение дальше и завершить его успехом (*выразительная пауза*), нам необходимо, как вы правильно сказали, сфокусироваться на стратегическом позиционировании. То есть определиться с нашим брендом, его позиционированием и раскруткой.

— Так-так, — заерзал Крынкин.

— Но в этом нам потребуется помощь профессионалов, — резюмировал Коржиков.

— Стоп, стоп, — сказал Крынкин, которого посетила не очень приятная мысль. — А сколько эта помощь будет стоить?

— Я посчитаю и тогда скажу точно, — сообщил Коржиков. — Через пару дней. Хорошо?

— Да, только не затягивай, — ответил Крынкин, хмурясь.

Мысль о том, что вывод компании на национальный уровень потребует значительных затрат, мучительной болью пронзила сердце Крынкина. Расставаться с деньгами он не любил больше всего на свете. Каждый месяц, подписывая ведомость, согласно которой сотрудникам выдавались наличные, он грустно наблюдал это неотвратимое явление природы. Как было бы хорошо, если бы не надо было им платить... Но в то же время жадная крынкинская душа понимала, что совсем не платить нельзя, потому что разбегутся, гады. Вот и тут тоже... Один Бог знает, сколько эта «помощь профессионалов» может стоить. Кто же захочет задаром помогать?

Инсайт*

Пока Коржиков (вот уж четвертый день) составлял план запуска бренда «Кофедара» на национальную орбиту, Крынкин весь извелся. Он не находил себе места и стал плохо спать по ночам. Картины покоренного мира у его ног во сне сменялись страшными видениями. Он, Крынкин, сидит на возвышении в золоченом кресле, вокруг красавицы с опахалами, в воздухе витает аромат чудесного свежесваренного кофе. К нему подходит секретарша Светочка со стопкой ведущих деловых изданий, беспорным украшением которых служит его лучезарная улыбка. «В этом году рейтинг богатейших людей, по версии Forbes, возглавил российский бизнесмен Владислав Крынкин!», «Владислав Крынкин — воплощение американской мечты по-русски», «Да здравствует новый

* Момент озарения (от англ. *insight*). Прим. ред..

кофейный король!» — приятно пестрят заголовки. «Наконец-то, жизнь удалась», — думает Крынкин, любуясь обложками и первыми полосами, и в этот момент благообразная Светочка трансформируется в натурального черта с рогами и копытами. «А ты подумал о том, сколько все это стоит? — гаденько хихикает черт, щекоча Крынкину нос непристойно рыжей кисточкой на кончике своего хвоста. — Пришла пора расплачиваться, кофейный мой». К его креслу со всех сторон ползут сотрудники «Кофедара», с безумными глазами требуя внеочередной выплаты зарплаты и годовых бонусов, а черт все хихикает и хихикает, все щекочет и щекочет...

«Апчхи, — громко чихает Крынкин. — Боже, какое счастье, что это всего лишь сон».

На пятый день ровно в 10:00 в кабинет директора вошел гордый Александр Коржиков со стопкой свежераспечатанного, еще тепленького плана создания и развития национального бренда. Но последующие события приняли недобрый для амбициозного Коржикова оборот.

Вместо того чтобы восхититься превосходным планом, включающим помимо умных, но не вполне понятных слов также и подробную смету, директор издал странный звук, покрылся красными пятнами и попросил Коржикова... нет, не провести презентацию плана, а покинуть директорский кабинет в кратчайшие сроки.

Ничего не понимающий Коржиков с выражением вселенской скорби на лице печально приземлился на стул в приемной и приготовился ждать. Однако долго ждать не пришлось: дверь кабинета резко распахнулась, и в проеме возникла фигура Крынкина с планом развития, имевшим уже не столь свежий вид.

— Что это такое? — сдавленным голосом спросил Крынкин, светясь недобрый румянцем.

— План, — не вполне уверенно ответил Коржиков, который в этот трагический момент засомневался в том, что

отправил на печать именно план, а не найденный накануне в дебрях Всемирной паутины прелестный образец эротической прозы.

Наблюдавшая за сценой в приемной благообразная Светочка начала всерьез беспокоиться за здоровье обоих участников представления, и не беспочвенно. Во-первых, Крынкин не краснел, даже когда откровенно врал поставщикам, что счет уже неделю как оплачен, а в том, что он не дошел, виноват исключительно разгильдяйский банк. Во-вторых, Коржиков мог временами принимать вид хитрый, нахальный, самодовольный, но никогда не выглядел растерянным. Так что все происходящее было явно из ряда вон.

— Что это там, в самом конце? — голос Крынкина был крадчив, а взгляд пристален.

«Господи, а чем там могло закончиться-то?» — судорожно пытался вспомнить Коржиков, с ужасом понимая, что прелестный образчик эротической прозы не был дочитан, будучи оставленным «на сладкое», и страшно даже представить, что там может быть в самом конце.

— Александр, что это за цифра в конце плана? — еще раз спросил Крынкин, конкретизируя проблему и развеивая худшие подозрения Коржикова.

— Владислав Владимирович, это смета, — с облегчением выдохнул Коржиков.

— Ясно, — сказал Крынкин, после чего снова скрылся в кабинете.

Финальная сумма в смете была чудовищной, она потрясла крынкинское воображение, которое, как мы уже знаем, излишней скромностью обычно не страдало. Правда, Крынкин был склонен, как правило, воображать поступление, а не выдачу казначейских билетов. И что самое ужасное, эти многие тысячи евро не предполагали покорения национального (даже не международного) рынка, а должны были осесть в карманах консультантов по маркетингу и рекламе.

Крынкин сидел за respectable директорским столом, на котором лежал злополучный документ, обхватив голову руками и покачиваясь из стороны в сторону. Он не хотел, не мог, не находил душевных сил выложить такую реально огромную сумму на такую нереальную ерунду. Все это не укладывалось в крынкинском сознании, ему казалось, что он вот-вот сойдет с ума от отчаяния. Неужели он должен отказаться от своей мечты? Неужели ему придется покориться судьбе?

Но тут на отчаявшегося было директора «Кофедара» снизошло озарение... И оно было прекрасно...

— Александр, прекрасный план, давайте искать подходящее маркетинговое агентство, — бодро вещал Крынкин офигевшему от смены настроений руководству Коржикову. — Компанию необходимо выводить на новый уровень, национальные бренды вот так, на коленках, не создаются. Вызывай к нам, будем общаться.

Нам в Париж по делу, срочно...

Через несколько дней в офис «Кофедара» потянулись специалисты маркетинговых агентств, которые задавали Крынкину множество вопросов, на которые он с нескрываемым удовольствием отвечал. Он рассказывал о своем видении блестящего будущего компании в контексте текущей рыночной информации, образовавшемся исключительно благоприятном моменте для начала активных действий, о скорости происходящих вокруг изменений и необходимости действовать максимально оперативно. Тем временем Коржиков, также участвовавший в переговорах с маркетологами, достиг состояния окончательного и бесповоротного офигения, граничившего с состоянием нирваны. Крынкин внезапно обрел харизму и был столь убедителен, что Коржиков начал искренне верить во все, что тот рассказывал, даже будучи в курсе реального положения дел и понимая, что директор ведет себя несколько странно.

В ходе множественных переговоров «Кофедар» избрал своей жертвой молодое маркетинговое агентство «Маркетинг профешнлз» и изготовился пить свежую консультантскую кровь. Сначала агентство в лице молодого специалиста Ларисы Зеленской было существенно «продавлено» по цене (а опыт успешной реализации подобных проектов у вас есть?). Но кровожадный Крынкин этим не удовлетворился. Агентство согласилось приступить к работе над проектом «прямо сейчас» и «бросив на проект все лучшие силы» (потому что ни в коем случае нельзя упустить благоприятный рыночный момент), за небольшую предоплату (на днях ждем крупный платеж, а время не терпит) и в сжатые сроки (а то затянем — и пиши пропало).

Лариса Зеленская, конечно, мучилась сомнениями относительно размера уступок, но перспектива получить первый по-настоящему крупный заказ агентства (и причитающийся за это бонус) согревала. К тому же она тоже пала жертвой крынкинской харизмы, и ее молодое девичье сердце распахнулось навстречу планам по выведению российской компании на национальный, а потом и международный уровень. Договор был подписан, и поздно было пить боржоми.

Обуреваемый энтузиазмом Крынкин активно участвовал в процессе, вынимая из сотрудников «Маркетинг профешнлз» всю душу и тормозя обещанный платеж. Он требовал еще немного поднажать и «ускориться», привлечь побольше специалистов с «правильным» опытом, хотел видеть промежуточные результаты и придирался к каждой запятой. Маркетологи готовы были развить космическую скорость, чтобы сделать глоток свежего воздуха, не пропитанного ароматом кофе. За время работы над проектом смысл словосочетания «утренний кофе» в «Маркетинг профешнлз» изменился с безобидно-безмятежного на угрожающе-зловещий. Кофе в компании больше никто не пил, даже когда проект наконец завершился.

После проведения финальной презентации проекта маркетологи с удивлением обнаружили, что источник, подпитывавший Крынкина энтузиазмом, чудесным образом иссяк. Во время презентации он был скучен и мрачен и всем своим видом демонстрировал неудовольствие, а по окончании сухо поблагодарил и сказал, что ему надо осмыслить услышанное. Маркетологи в тот же день напились, имея на это полное моральное право, потому что: 1) чувствовали себя как народные массы в день отмены крепостного права; 2) это был первый крупный проект агентства, и это надо отметить; 3) клиент однозначно свинья и вурдалак, и это стоит обсудить.

Когда обещанный платеж не поступил, несмотря на седьмое по счету обещание, Лариса Зеленская расстроилась, но удовлетворилась объяснением, что эта прискорбная неприятность произошла по причине того, что крупный клиент «Кофедара» допустил какие-то ошибки в оформлении финансовых документов, вследствие чего платеж, который должен был быть перенаправлен на счет «Маркетинг профешнлз», потерялся где-то на полпути. Еще несколько недель Зеленская тщетно пыталась застать на месте Крынкина или Коржикова, которые постоянно совещались, встречались, обедали, болели, уезжали в командировки и отпуска, не отвечая ни на звонки, ни на письма.

Терпение Зеленской иссякло, и ей пришлось озвучить секретарю Светочке последнее китайское предупреждение в виде обращения в судебные инстанции, после чего Крынкин все же оказался на месте и (о чудо!) согласился поговорить. Однако ответ на вопрос, когда же наконец поступит платеж за оказанные профессиональные услуги, потряс Зеленскую до глубины ее маркетинговой души.

— Никогда, — ответил спокойный голос Крынкина на другом конце провода. — Качество вашей работы нас не удовлетворило. Более того, мы потеряли драгоценное время, что негативно сказалось на наших рыночных позициях. Вы

нанесли нам непоправимый ущерб своим непрофессионализмом и волокитой.

— Мы подадим на вас в суд, — попробовала еще раз воспользоваться последним китайским предупреждением Зеленская, изо всех сил стараясь не расплакаться прямо в телефонную трубку.

— А у вас есть подписанный акт? — поинтересовался Крынкин. — А если бы даже и был, компания, на которую был оформлен договор, прекратила свое существование. Так что давайте не будем более тратить драгоценное время на беспредметные разговоры.

Требую продолжения банкета!

Крынкин был доволен, он ощущал прилив сил и творческого вдохновения. Концепция бренда Sky Cup, разработанная специалистами «Маркетинг профешнлз» за символические деньги, вполне его устраивала — более того, она приближала его к осуществлению мечты. В голове директора «Кофедара» существовало ясное представление о том, куда двигаться дальше. Он отдал команду находившемуся под впечатлением от наглости и, что более важно, безнаказанности шефа Коржикову (тому по наивности казалось, что дикие 90-е давно позади): «Саша, пора раскручивать!»

Решив не заморачиваться точным соблюдением концепции (которая местами требовала напряжения умственных способностей читающего) и тем более составлением грамотного медиаплана, рекламную кампанию начали с Интернета. Силами собственного дизайнера Юры и обладавшей вкусом Светочки изваяли респектабельный сайт, силами Коржикова составили список подходящих для размещения баннеров интернет-ресурсов. К приятному удивлению Крынкина, многие работали без договора и готовы были пойти навстречу даже клиенту с подмоченной в интимных местах репутацией (надо заметить, что, не имея возможности отстоять свои права в

соответствии с законодательством, «Маркетинг профешнлз» не стеснялись в выражениях, и по небольшому в общем-то кофейному рынку поползли слухи). Крынкин, уже имея в активе оправдавший себя инструмент, ощутил, что его душа требует продолжения банкета.

На Коржикова была возложена почетная миссия по созданию рекламных сообщений и баннеров, и он сляпал их как умел. Сразу несколько сайтов согласились ввиду большой срочности для клиента повесить у себя баннеры без предоплаты. Нашлись и печатные отраслевые издания, готовые предоставить услуги на основе джентльменского соглашения. Коржиков, с трудом веривший в собственное счастье, рапортовал Крынкину о потрясающих результатах.

Когда начали поступать звонки от множества людей, которых по невероятному стечению обстоятельств интересовал один и тот же вопрос — «Где деньги?», Коржиков, зараженный коварством своего руководства, с трепетом в голосе сообщал, что «тут такое дело, руководство сначала утвердило, а потом отказалось — в общем, ужас-ужас». После чего к процессу подключалось руководство, не считавшее необходимым скрываться, и невозмутимо сообщало: «Это цена за сколько? За год? Как за один раз? Нет, это просто неприемлемая для нас цена. Нет, вы ввели нас в заблуждение, это вымогательство, мы вообще на вас в суд можем подать».

* * *

Крынкин был счастлив, он чувствовал себя чудовищно умным, никогда его самооценка не была столь высока. Разработка концепции его светлого будущего стоила символических денег, а за рекламную кампанию и вовсе не было заплачено ни копейки. «Без лоха жизнь плоха» — вспоминал он непонятно откуда всплывшую поговорку. Возмездия за содеянное также не предвиделось. Ни в виде неофициальных представителей службы безопасности компании-

исполнителя, вежливо предлагающих решить проблему без человеческих жертв и увечий, потому что суммы в каждом отдельном случае были в общем-то копеечные... Ни в виде судебных предписаний, потому что документы либо были оформлены на подставную компанию, либо вовсе представляли собой лишь «честное» слово руководителя будущей кофейной империи. Нет документов — нет проблем. Catch me if you can. Так что Крынкин чувствовал себя не просто умным, он чувствовал себя натуральным гением. Или даже гением в законе.

Триумф, правда, слегка омрачал тот факт, что продажи, вопреки ожиданиям, не выросли, а некоторым образом упали. И еще главный бухгалтер уволилась.

Через несколько месяцев, когда «благополучно» реализованное доморощенными методами Коржикова позиционирование вкупе с недокрученной рекламой так и не дали результата, Крынкин немного загрустил. Появилось стойкое ощущение, что кофейное божество почему-то не желает ему покровительствовать, а мечта тускнеет и ускользает. «Все-таки фигня та еще — реклама эта, маркетинг, — думал Крынкин. — Врут Траут с Огилви, старые прохиндеи. Не работает все это».

И к тому же снова сны стали сниться нехорошие какие-то, неприятные. Опять этот черт с рогами, копытами, рыжей кисточкой и гнусавеньким «Пришла пора расплавиться». Сам по себе, без золоченого кресла и Светочки со стопкой деловых изданий, прославляющих предпринимательский гений Крынкина. Надо все же почаще мечтать о покорении мира. Вдруг материализуется?

Марина Попова



[Почитать описание, отзывы
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

