

Брызгалов: Топовые российские клубы стали заложниками большинства

Источник: Алмаз Хаиров, Бизнес Online

Дата: 25.09.2016, 11:34

Директор казанского "Зенита" Олег Брызгалов рассказал, почему в грядущем сезоне не будет плей-офф, оценил маркетинговую работу клуба, прокомментировал опубликованную сумму бюджета и отметил, что к Новому году "Зенит" запустит интернет-магазин.

"К "ЗЕНИТУ" ЕСТЬ ИНТЕРЕС ПО ВСЕЙ РОССИИ"

- Олег Георгиевич, в плане спортивных результатов прошлый сезон для "Зенита" стал лучшим в истории. А как вы оцениваете маркетинговую работу?

- Не могу сказать, что полностью доволен. Мы всегда критично оцениваем свою работу и работу своих партнеров, поэтому удовлетворенность не наступит до тех пор, пока на каждой игре у нас не будет аншлагов. В прошлом сезоне средняя посещаемость всех матчей составила 1700 зрителей - конечно, мы этим не удовлетворены. Поэтому перед сезоном мы проанализировали ситуацию и обстоятельно обсудили ее с нашими партнерами, отвечающими за маркетинговую составляющую.

- В социальных сетях у "Зенита" в сумме порядка 100 тыс. подписчиков - это намного больше, чем у других российских клубов.

- Да, это неплохой результат. Мы действительно работаем на имидж клуба, его узнаваемость. Сейчас по активности в соцсетях мы видим, что к команде есть большой интерес по всей России. Положительные отзывы получает работа клубного интернет канала "Зенит-ТВ. По некоторым параметрам мы даже опережаем хоккейные и футбольные клубы. Это радует.

Мы стараемся серьезно подходить к анализу своей аудитории. Именно для этого создаем электронную базу болельщиков. Через программу лояльности "Зеномания", через продажу билетов через интернет мы получаем информацию о нашем зрителе: сколько ему лет, в каком районе города он живёт. Эта помогает в рекламной политике, помогает сообщать болельщикам о важных для клуба событиях с помощью сообщений или писем на электронный ящик.

- В свое время Центр волейбола стоял буквально на пустыре. Сейчас вокруг него целый микрорайон "Солнечный город".

- Да, несколько лет люди покупали в нем квартиры, но не жили. Сейчас ситуация изменилась. Мы сделаем серьёзный акцент на информирование людей в этом районе. Если до нас сложно доехать, то несложно дойти. Проблема отдаленности арены от центра города, отсутствие остановки общественного транспорта рядом с Центром волейбола, к сожалению, остаются теми факторами, которые мешают нам.

Надо объективно смотреть на вещи. Город у нас насыщен не только спортивными событиями, но и культурно-развлекательными. У горожан огромный выбор мероприятий, на которые можно потратить свои время и деньги. Конкуренцию нам составляют не только другие спортивные клубы, но и концерты, спектакли, кинотеатры. В связи с этим мы в этом сезоне будем делать ставку на

отдельные матчи, перед которыми реклама будет более активной.

"ПРОДОЛЖАЕМ ВЕРИТЬ В "ЗЕНОМАНИЮ"

- У вас появились абонементы на 5 топ-матчей сезона.

- Мы понимаем, что не все могут посещать игры два-три раза в месяц, но один раз в месяц приходить на матчи "Зенита" можно и даже нужно. Мы ведь предлагаем не какой-то залежалый товар, а волейбол высочайшего качества, учитывая, какие звёзды играют в нашей команде.

- Это так, но большинство матчей "Зенита" не содержат интриги и не всегда бывает тот накал борьбы, который любят болельщики.

- Соперникам мы здесь ничем не можем помочь. Мы не один год создавали эту команду, перед тем, как она стала лучшей. Конечно, рядовой болельщик хочет увидеть пятисетовую напряжённую игру. Но и победа в трех партиях далеко не всегда говорит об отсутствии борьбы. В чемпионате России достаточно сильных соперников, да и аутсайдеры выходят против "Зенита" с сумасшедшей мотивацией. Всегда можно получить удовольствие от качества игры и атмосферы на трибунах. Живое общение добавляет красок в жизнь и никакая трансляция его не заменит. И пусть даже матч заканчивается за полтора часа, мы стараемся, чтобы они для болельщиков прошли интересно.

- Что "Зенит" поменял в своей билетно-абонементной программе?

- Мы увеличили ее вариативность, чтобы каждый мог найти оптимальный для себя вариант, как в плане количества матчей, так и цены. Например, у нас появились места для зрителей прямо возле площадки - для желающих ощутить дыхание игры и увидеть эмоции игроков в непосредственной близости.

Прошлогодняя статистика показывает, что 93 процента билетов зрителями приобретается прямо перед игрой. Эта консервативная привычка пока сохраняется, поэтому иногда в кассах образуются очереди. Мы стимулируем наших болельщиков покупать билеты онлайн, так они на 20 процентов дешевле.

- Какую аудиторию вы хотите видеть на трибунах Центра волейбола?

- Мы рады абсолютно всем! На трибунах можно встретить и людей старшего поколения с внуками, и студенческую молодежь. Особенно приятно, когда посещение волейбола превращается в семейное событие. Кстати, для этой группы болельщиков мы создали специальное предложение. Например, глава семейства покупает абонемент, его супруге он достаётся с 50-типроцентной скидкой, а детям до 12 лет мы просто дарим абонементы. Мы идем на это, понимая, что эти дети - наши будущие преданные болельщики. Что касается абонементов, то мы сделали на них ставку. Они стоят на 20-30, а то и на 50 процентов дешевле, чем сумма билетов. Плюс есть приятные бонусы в виде бесплатного посещения матчей плей-офф Лиги чемпионов и "Финала шести" чемпионата России, право на проведение которого мы постараемся получить.

В субботу мы пригласили всех владельцев абонементов на презентацию нового состава нашей команды и показ документального фильма, который рассказывал о двух последних сезонах команды. Кадры ярких побед никого не оставили равнодушными. Было приятно вспомнить прошлое. А уже во

вторник, 27 сентября, будет писаться новая история - "Зенит" на своей площадке примет московское "Динамо" в матче за Суперкубок России. Я приглашаю всех болельщиков на этот важнейший матч с нашим давним и принципиальным соперником.

- Какие нововведения ждут болельщиков в Центре волейбола в новом сезоне?

- В новом сезоне будет гораздо больше точек питания, чтобы не было очередей. Также продолжим делать полюбившийся гостям Центра волейбола спортивный макияж, 3D-световое шоу и другие развлечения для детей и взрослых в фойе арены. К сожалению, правила проведения волейбольного матча не позволяют нам делать радикальные эксперименты, но мы в постоянном поиске идей и всегда открыты для предложений со стороны болельщиков.

- В 2014 году лично Рустам Минниханов на презентации "Зенита" запустил программу лояльности для болельщиков "Зеномания". Насколько этот проект себя оправдал?

- Мы продолжаем в него верить, занимаемся им, обновляем его. Конечно, на этом новом проекте мы набрали немало шишек. Будем предпринимать новые попытки заинтересовать болельщиков, чтобы они присоединялись к программе, зарабатывали "зены" за активности и тратили их на разные бонусы. Сегодня в программе 5 тыс. участников. Амбициозно надеемся на ежегодное двойное увеличение участников. В будущем "зены" можно будет использовать и в нашем интернет-магазине, к созданию которого нас побудили многочисленные запросы от иногородних болельщиков. До нового года планируем эту затею реализовать.

"НИЧЕГО НЕ МЕШАЛО ПРОВЕСТИ ПОЛНОЦЕННЫЙ ПЛЕЙ-ОФФ"

- Можете объяснить почему в стартующем чемпионате не будет плей-офф?

- Для меня самого это удивительно. В постолимпийский сезон ничего не мешало провести полноценный розыгрыш плей-офф. К сожалению, большинство клубов приняло тот вариант чемпионата, который мы будем играть - с "Финалом шести". У многих сейчас финансовые сложности и, видимо, решили, что так им будет выгоднее. К сожалению, ведущие российские клубы становятся заложниками не самых сильных клубов, которые большинством фактически заблокировали интересный проект чемпионата, предложенный ВФВ.

Хотя по логике все должны ровняться на сильные клубы, которые представляют страну в Европе. Вот, смотрите. Допустим, мы играем регулярный чемпионат, попадаем в "Финал шести", который проходит в другом городе. Всё, наши болельщики не увидят самые интересные матчи сезона, в которых определяется судьба медалей.

- Расскажите о другом варианте проведения чемпионата. Чем он отличался?

- Этот чемпионат предполагал деление команд после первого круга на две группы. Команды первой шестерки играли бы между собой, что значительно увеличило бы количество зрелищных матчей и избавило бы фаворитов от заведомо проходных матчей. Причем лучшие команды второй восьмерки также выходили бы в розыгрыш плей-офф с 1/4 финала. Мне кажется, чемпионат от такого формата бы выиграл, стал бы более привлекательным для ТВ. В любом случае нужно экспериментировать, искать оптимальные варианты, пытаться сделать чемпионат более зрелищным. Нашему волейболу нужны новые импульсы, чтобы вернуть его на тот высокий уровень, к которому мы все привыкли.

"500 ТЫС. ДЕТСКИМ ТРЕНЕРАМ ЗА ИГРОКА"

- После неудачной Олимпиады много говорят о необходимых российскому волейболу реформах. С чего бы вы начали?

- На самом деле болевых точек много и они обозначены известными российскими специалистами. Я бы отметил детский волейбол, в котором уже давно назрели реформы. Надо уделять большое внимание качеству подготовки детских тренеров, а кроме того их мотивации. Понятно, что это работа не одного года, но нужно менять отношение к тренерской работе, делать ее более престижной. Например, мы совместно с Федерацией волейбола Татарстана разработали систему грантов для мотивации детских тренеров, подготовивших игроков для системы "Зенита" или женского клуба "Динамо".

- Как она работает?

- Если вкратце, то на одного игрока закладываем 500 тыс. рублей. Например, детский тренер из одного из татарстанских районов передает своего воспитанника в УОР. Мы перечисляем 100 тыс.: 70% - тренеру, 30% - ДЮСШ для улучшения материально-технической базы. Когда игрок переходит в фарм-клуб - еще 50 тыс., а если попадает в команду мастеров - оставшиеся 350 тыс. Но тут уже суммы делятся между первым и вторым тренерами, готовившими игрока, и школами, которые они представляют. Эта система всколыхнула тренерское сообщество в Татарстане.

Еще одно наше нововведение - суперфинал первенства Татарстана среди младших, средних и старших возрастов. Это своеобразная ярмарка талантов, где могут быть замечены самые талантливые дети. В прошлом году такой финал прошел в Казани, в этом году пройдет в Алексеевском районе.

Разумеется, мы хотим, чтобы дети занимались у квалифицированных специалистов, поэтому мы организовали для тренеров республики курсы повышения квалификации и переподготовки в Поволжской академии спорта. Нельзя, чтобы с детьми работали люди, не имеющие представления о важных аспектах анатомии, биологии и других наук. Если ребёнку в определенном возрасте дать не тот объем нагрузки, можно просто погубить его здоровье.

"БЮДЖЕТ "ЗЕНИТА" НЕ МЕНЯЕТСЯ ТРИ ГОДА"

- А у тренеров профессиональных российских клубов есть лицензии?

- Есть, но боюсь, что сейчас получение лицензий носит формальный характер. Это, кстати, очень серьезная тема. Безусловно, России нужно формирование системы лицензирования тренеров с очень принципиальным подходом к обучению и экзаменам. Вот сейчас у нас подходит целая плеяда выдающихся игроков, которые начинают тренерскую карьеру. У многих за спиной только игровой опыт и никакого профильного образования. Нужно обучать молодых специалистов, готовить и уделять этому важнейшее внимание.

Что еще? Спортивная медицина. Необходимо создание единой базы данных по игрокам, где будет информация по травмам и лечению волейболистов, определенные стандарты по реабилитации игроков. Это очень актуально, особенно, когда вопросы касаются сборников. Иногда у игроков

начинаются проблемы только потому, что они получают неправильное лечение.

Если идти в этом вопросе еще дальше, то необходимо создание отечественных спортивных лечебно-реабилитационных медицинских учреждений. Не секрет, что российские спортсмены, в том числе волейболисты, стараются лечиться в Германии и Италии, а это немалые средства. Например, операция обходится порядка 7-15 тыс. евро. Реабилитация после нее - до 1 тыс. евро в сутки. В то же время сегодня в России есть необходимая аппаратура для диагностики и лечения, но нет достаточного количества врачей и физиотерапевтов спортивного направления, нет учреждений с выстроенной методикой лечения реабилитации спортивных травм.

- Что скажете о маркетинговой составляющей российского волейбола?

- Ее нужно улучшать. В недрах Всероссийской федерации волейбола должна взреть программа на ближайшие годы. В своё время мы в Казани в отсутствие достаточного количества телевизионных трансляций сделали интернет-трансляции хорошего качества и в итоге они были включены в регламент чемпионата как обязательные. Это хорошее начинание. Но нужно двигаться дальше, в том числе активно сотрудничать с ведущими спортивными каналами страны. Без телевидения очень сложно надеяться на серьезное продвижение популярности нашего любимого вида спорта. Пока рейтинги волейбола невысоки, но ситуацию нужно менять, что клубы в перспективе получали свои проценты от прав на трансляции. ВФВ необходимо способствовать появлению в регионах новых современных спортивных сооружений, в которых волейбол должен обретать прописку и заинтересовывать телевидение качеством картинки, а болельщиков - качеством сервиса.

- Недавно был опубликован бюджет "Зенита" - порядка 900 млн. рублей. Он был увеличен для удержания легионеров?

- Последние три сезона бюджет "Зенита" остаётся неизменным, за что мы благодарны президенту нашего клуба Рафкату Кантюкову. В нынешнее непростое время он делает всё, чтобы "Зенит" был стабилен и оставался ведущим клубом страны. Да, сумма приличная, но стоит отметить, что она облагается всеми видами налогов, так что значительная часть сразу же возвращается в региональный и федеральный бюджеты. Кроме того, сюда входит и содержание молодежной команды "Зенита", которая выступает в Молодежной лиге, и система грантов. Это наше вложение в будущее и надеемся, что оно даст свои плоды.