



Как монетизировать творчество в ритейле?

Казахстанские эксперты в сфере креативных индустрий поделились своим мнением на тему: как монетизировать творчество в ритейле? Спикеры панельной дискуссии бизнес-конференции международной выставки моды Central Asia Fashion Autumn-2022 обсудили ряд актуальных вопросов. В их числе: каким может быть бизнес в креативных индустриях, кто и как сейчас зарабатывает творчеством в ритейле, сколько можно заработать на уникальном авторском контенте, как инфлюенсеры выстраивают свою собственную экономику и определяют правила новой креативной игры. Главным акцентом в обсуждении спикеров стал один из самых насущных вопросов всего творческого сообщества: как сочетать бизнес и творчество, и при этом не потерять себя?



Панельная дискуссия на бизнес-конференции Central Asia Fashion Autumn-2022

Участница панельной дискуссии бизнес-конференции Central Asia Fashion, генеральный директор и бизнес тренер Retail Academy - Ксения Кушербаева считает взаимодействие с блогерами и инфлюенсерами отличной возможностью для развития бизнеса. В качестве примера спикер рассказала об опыте открытия казахстанкой мультiformатной ритейл-площадки Colab: «Принято считать, что розница это много математики, финансовые расчеты, системное управление и систематизация. В информационном пространстве много говорится о финансовых моделях и необходимых для ее построения расчетах. Но, не нужно забывать, что любой бизнес это еще творческая и креативная составляющая. Без творческой идеи, без желания менять мир и без больших миссий - никакая розница или модный магазин не получится. Лучшее тому подтверждение мой личный пример – открытие не характерное для традиционного казахстанского ритейла, мультiformатного пространства Colab. На первый взгляд простая идея соединить на одной площадке креативных людей, художников, дизайнеров, блогеров, людей искусства, с розницей. Сейчас пространство насчитывает уже более 80-и брендов, а это значит, столько же казахстанцев получили монетизацию своего

творчества!

В целом, как бы мы сейчас скептически не отзывались, время пришло. Я рекомендую выходить со своими творческими идеями к инфлюенсерам и делать крутые коллаборации. Потому что именно это будет двигать креативную индустрию в целом».

В свою очередь спикер панельной дискуссии бизнес-конференции, молодая казахстанская художница, блогер @assolyaa, обладательница награды от президента РК - Асель Бекжан, более известная казахстанцам под творческим псевдонимом Ассоль - поделилась собственным опытом монетизации творчества.



Художница, блогер, обладательница награды от президента РК - Асель Бекжан

«Сейчас я продаю картины и создаю контент, интересный в интернет сообществе. Я показываю процесс работы, делюсь профессиональными лайфхаками, провожу онлайн мастер-классы для начинающих художников, снимаю креативные видео-презентации на свои работы и все это в конечном итоге приводит к монетизации моего творчества. Например, когда я впервые опубликовала портрет президента Казахстана, который был написан в технике «символьная графика», из букв и слов - это вызвало большой ажиотаж. Пост получил около 4 миллионов просмотров в инстаграм. А сейчас картины в этой технике у меня рисуются на потоке. Их с удовольствием заказывают простые клиенты и компании, я подумываю создать в подобном стиле дополнительный мерч».

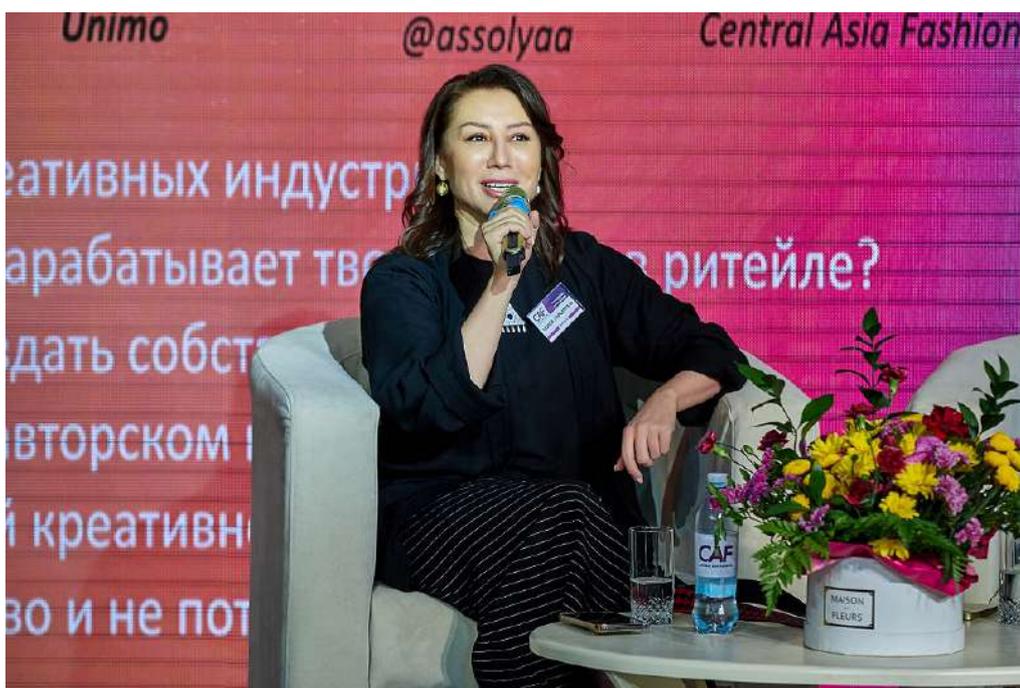


Эксперты панельной дискуссии бизнес-конференции CAF

В то же время Асель Бекжан отмечает что первоначально в основе ее работ всегда стоит творчество, а не коммерция. При этом интерес рекламодателей вызывает именно ее творчество и блог, которые в последствии приводят к коммерциализации.

«У меня так требует душа и сознание. Я сначала творю, а потом получается, что люди хотят это приобрести и тогда я начинаю уже думать о монетизации... Благодаря ведению авторского блога и открытости к коммуникациям ко мне постоянно приходят рекламодатели с различными предложениями. Например, один казахстанский бренд женской одежды обратился, чтобы сделать совместный мерч. В итоге получился интересный креативный проект и успешная ритейл-коллаборация: мы на футболках изобразили четырех женщин - исторических личностей Казахстана. Все они часть нашей истории. За три месяца проект набрал народную популярность и получил продолжение. Теперь на наших футболках добавлены мотивационные девизы: «будь сильной», «покоряй вершины» и т.д.

А между тем спикер бизнес-конференции Central Asia Fashion, казахстанский дизайнер Аида Кауменова, известная как основатель и владелица одного из известнейших домов моды KaumeNOVA, отметила, что интерес к авторским работам сейчас как никогда растет.



Fashion дизайнер, блогер, основатель и владелица Дома моды KaumeNOVA - Аида Кауменова

«Когда-то 20 лет назад, я впервые сделала коллекцию из вельветовых жакетов, в основе дизайна которых были принты с элементами картин Модильяни и Пикассо. Коллекция была настолько удачно принята, что тогда моими клиентками стали такие именитые модницы, как Динара Егеубаева и Баян Максаткызы. Сегодня, наблюдая за клиентскими предпочтениями, я вижу эволюцию вкуса казахстанских покупателей. Те, кто когда то покупал «тяжелый европейский люкс», так и продолжает свое развитие. А вот те, кто приобретал одежду исключительно масс-маркет, сейчас в поиске дизайна и креатива. Среди покупателей все больше осознанных людей, понимающих, что такое качество и национальная айдентика. Эта «народная ниша» в fashion ритейле активно наполняется казахстанскими дизайнерами и местными производителями. И если раньше кто-то работал под копирку, без творчества, то сейчас есть большой «креативный пласт», который умело совмещает творчество и бизнес. Это и есть творческая монетизация, а еще самая большая кративная трансформация!

Спикер бизнес-конференции, именитая дизайнер и народная любимица Аида Кауменова отметила сильные стороны казахстанцев и призвала молодых дизайнеров к сотрудничеству.

«Сильная сторона нашего народа - это креативность! Наш народ круто снимает фильмы, поет, выступает с концертами, может создавать одежду и рисовать картины. Все это получается у казахстанцев на отлично! Я, как дизайнер с опытом и стажем, очень люблю работать с молодыми творческими людьми. Потому что у меня, как у сформировавшегося бренда с устойчивой моделью бизнеса, уже есть свои наработки, творческий опыт и технические возможности. Сейчас любая фабрика может для меня напечатать ткань отрисованного авторского принта, а это сразу производство не менее чем 600 метров

ткани. Начинаящий дизайнер себе этого позволить не сможет. Но если у дизайнера есть классная креативная идея, которую я могу дооформить, то мы вместе можем создать коллекцию, от которой начинающий автор уже получит процент с продаж», - рассказала Аида Кауменова.



Панельная дискуссия на бизнес-конференции Central Asia Fashion Autumn-2022

Еще одна эксперт панельной дискуссии бизнес-конференции САФ, популярный стилист и блогер - Мира Берген @mira_bergen, поделилась информацией о «вынужденном», но коммерчески успешном творчестве своей команды.



Fashion стилист, автор легендарного курса «СтильБерген», блогер - Мира Берген

«До того, как открывать собственный магазин и бренд, я прошла около тысячи шопингов с обычными людьми, с их реальными запросами. Я видела их типы фигур и тот ассортимент магазинов, который в наличии. То есть, стилисты, в отличие от дизайнеров, всегда очень зависимы. Мы не можем взять и что-то создать. Мы приходим в магазин и работаем с теми условиями, которые предлагают ритейлеры. И когда в очередной раз я поняла, что моя команда стилистов не находит то, что нужно, нам пришлось творить самим. В итоге, наше творчество оказалось вынужденным, потому что мы не могли найти те предложения, которые сейчас продаем в своем же магазине. Однако, оказалось, что этот формат суперуспешен! Уже в первый же месяц после открытия магазина мы вышли на окупаемость и выполнили 108% коммерческого плана. Получается, что я превратила свой опыт работы с реальными людьми в творчество! Итогда бизнес приводит к творчеству, причем это работает и коммерчески востребовано».

Творчество и коммерция

О поддержке и заинтересованности инвесторов в творческих проектах казахстанцев рассказала приглашенный эксперт бизнес-конференции CAF, основатель сообщества частных инвесторов UNIMO - Ирина Абасова.



Основатель сообщества частных инвесторов UNIMO - Ирина Абасова

«Я вхожу в сообщество частных инвесторов, в котором около 100 человек. Это обычные люди, у которых есть свободные деньги, и мы хотим, чтобы средства работали, поэтому начали инвестировать в действующий бизнес. Нам интересно поддерживать креативную индустрию своей страны и производственную индустрию казахстанского бизнеса. Например, молодые дизайнеры хотят запустить линейку, но у них нет денег на запуск. Сейчас это можно решить с помощью поддержки частного инвестора.

Многие предприниматели думают, что инвестор – это некий Карабас-Барабас, который отберет бизнес. Мы хотим изменить этот стереотип и рассматриваем все предложения на равных. Человек не идет просить деньги, он приходит со своей идеей и предложением. Желательно, чтобы предприниматель был готов предоставить цифры и данные, за определенный период работы бизнеса. Такой проект может привлекать инвестиции в разных форматах: от простого заема средств, как в банке, так до продажи доли или проектного партнерства. На самом деле инвесторы - довольно гибкие люди и ними можно договориться о любых условиях. Например, выплачивать не с первого месяца, а через четыре, - рассказывает Ирина Абасова. - Я слышала, что творческие люди не любят считать. Тогда нужно найти человека, который за вас соберет все цифры в нужный формат и посчитает, потому что если вы все-таки хотите зарабатывать, а не просто творить, то нужно как-то находить компромисс. Нужно понимать, что реальные инвестиции без конкретных цифр просто невозможны».

В то же время спикер бизнес-конференции CAF Ксения Кушербаева считает, что главная проблема в том, что авторы творческих проектов зачастую не понимают, как сделать из идеи бизнес и не обладают достаточными знаниями, чтобы защитить проект перед инвестором.

«Сейчас есть огромный разрыв между нашими криэйторами и потребителями. Зачастую бывает, что дизайн или принты наш казахстанский потребитель еще не готов понимать. Поэтому, помимо успешных креативных проектов есть миллионы неуспешных, когда покупатель просто не хочет покупать очередную футболку с орнаментом, перевернутым вверх ногами и другого цвета. Да, молодые fashion бренды появляются, но учиться им пока не на ком, индустрия в целом молодая. Звучит конечно заманчиво: «Идите и получите деньги от государства, ведь у нас есть доступные программы для креативных отраслей». Но здесь начинается челлендж: нужно залог внести, бизнес-план написать, финансовую модель просчитать, а наша творческая индустрия элементарно не знает, как маржу считать. Пока что самый больной вопрос творческого сообщества: где средства искать и как научиться доказывать работоспособность?»



Соучредитель мультимедийной площадки Colab – Ксения Кушербаева

В заключении панельной дискуссии спикеры бизнес-конференции Central Asia Fashion дали советы желающим зарабатывать на креативе по монетизации творчества. Так, художница Асель Бекжан пожелала творческим людям не терять любовь к творчеству и находить путь к заработку через любимое дело. Основатель сообщества частных инвесторов - Ирина Абасова, отметила необходимость объединения талантов в искусстве и бизнесе для успеха проектов. Дизайнер Аида Кауменова рекомендовала всем творческим людям придерживаться задуманного плана, верить в свою мечту и целеустремленно идти до конца.



Спикеры панельной дискуссии (с лево на право): Ксения Кушербаева, Мира Берген, Аида Кауменова, Милена Ершова, Ирина Абасова, Асель Бекжан

При использовании данных релиза обязательно указание источника: Бизнес-конференция международной выставки моды Central Asia Fashion. При использовании фотографий необходимо указание: пресс-служба Central Asia Fashion.

Все исключительные права на Материалы, принадлежат организаторам международной выставки моды CAF — ТОО САТЕХРО.

Все права на фотографии защищены казахстанским и международным законодательством об авторских и смежных правах.