

White Paper

“Мы делаем P2P «AdWords» для рынка нативной рекламы у блогеров. Мы хотим, чтобы миллиарды долларов, утекающих в контекстную рекламу, также легко и прозрачно уходили в рекламу у блогеров. Повышая качество рекламы у блогеров и отслеживая её результативность, мы снимаем барьеры для входа на рынок массового рекламодателя. Для удобных P2P международных платежей мы запускаем криптовалюту QZ. У нас есть MVP для YouTube и активно растущий рынок. С вашей помощью мы сделаем этот рынок прозрачней и больше”

Шаяхметов Денис. CEO at qaazqaaz.com

Резюме

Рынок нативной рекламы в Мире активно растет. К 2020 году расходы европейских рекламодателей достигнут \$13,2 млрд, в то время как в 2015 году этот показатель был на уровне \$5,2 млрд. YouTube является одним из самых популярных ресурсов в Мире. Аудитория YouTube >1 млрд. человек. YouTube популярнее, чем любой кабельный канал в США или любой телеканал в России.

Рынок нативной рекламы у лидеров мнений находится на стадии начального развития, когда его агенты и технологические площадки еще не выработали общие правила игры, не нашли точки совместного роста и активно конкурируют между собой за блогеров и рекламодателей вместо синергетического и общего развития. Классические маркетплейсы не снижают транзакционные издержки рекламодателей настолько, чтобы массовый рекламодатель пришел на рынок.

Мероприятия и инструменты qaazqaaz.com повышают качество рекламы за счет обучения блогеров и контроля результативности размещений. Рекламодатели смогут подбирать блогеров по прогнозируемому количеству целевых действий (охват, просмотры, переходы, клики, покупки...) Такой подход позволит рекламодателю выстраивать прозрачные воронки продаж. Тем самым снижаются транзакционные издержки рекламодателей на покупку рекламы и снимаются барьеры входа на рынок для массового рекламодателя. Новый подход к развитию рынка вместе с инструментами от qaazqaaz.com делают рынок прозрачным для всех его участников.

Аудитория успешных блогеров является международной. Открытый рынок и открытые инструменты qaazqaaz.com позволят международным компаниям покупать рекламу у лидеров мнений (блогеров) из любой страны мира и легко оплачивать её при помощи криптовалюты QZ. Международные агентства смогут организовывать рекламные кампании с привлечением лидеров мнений из любых стран.

Текущий успешный опыт выхода MVP qaazqaaz.com на рынок нативной рекламы в YouTube СНГ (охват топовых YouTube блогеров 27%), привлечение YouTube блогеров из, европы, северной америки, позволяет уже сейчас выходить на международный рынок и масштабироваться на другие социальные сети.

Инструменты и мероприятия qaazqaaz.com для блогеров, рекламодателей, агентств и

продюсеров вместе с криптовалютой QZ дадут рынку нативной рекламы у блогеров импульс к развитию.

White Paper	1
Резюме	1
Обзор рынка, перспективы и барьеры роста	5
Рынок нативной рекламы в мире активно растет	5
Реклама у лидеров мнений - мировой тренд 2017 года	5
Сотрудничество с блогерами - приоритет мировых корпораций	5
Нативная реклама в YouTube 5-10 раз эффективнее традиционных рекламных форматов	5
Рынок нативной рекламы в Мире только формируется	5
Рынок нативной рекламы в России также формируется	6
YouTube является одним из самых популярных ресурсов России	6
Рынок нативной рекламы в России только формируется	6
Международные игроки испытывают проблемы с оплатой услуг блогеров на региональных рынках	6
Текущих игроков международного рынка очень мало	7
На международном рынке работает >40 крупных агентств и >60 технологических платформ	7
Высокие транзакционные издержки мешают заходить на рынок массовому рекламодателю	7
390+ блогеров с числом подписчиков более 5 млн	8
Российских игроков рынка рекламы тоже мало	8
Рекламных агентств работающих с блогерами на Российском рынке около десятка	8
Технологические решений не более 10	9
13 русскоговорящих блогеров с числом подписчиков более 5 млн	9
Барьеры для развития рынка нативной рекламы у блогеров	9
Qaazqaaz.com	10
Принципы развития проекта	10
История роста и текущее положение на рынке	10
Чем qaazqaaz.com полезен сейчас и будет полезен рынку:	11
Блогерам	11

Рекламодаателям	11
Агентствам	11
Продюсерам	11
Государству	12
Цель проекта - сформировать прозрачный рынок рекламы у лидеров мнений	12
Использование криптовалюты на рынке	12
Оплата услуг qaazqaaz.com	13
Честные сделки	13
Налоговые и финансовые услуги qaazqaaz.com	13
Традиционные подписки и дополнительный функционал	13
Аналитика по рынку	13
Процесс разработки и технологии	13
План развития проекта	14
Вне зависимости от результатов ICO	14
100-500 btc	14
500-1000 btc	14
1000-5000 btc	14
>5000 btc	14
Команда проекта	14
Процесс ICO	17
PRE ICO	17
Escrow	17
ICO	17
Post ICO	17
Преимущества покупки токенов QZ сейчас	18
Меры для снижения волатильности валюты QZ	18
Smart-контракт	18
Безопасность	18
Программа лояльности	18
Для блогеров и СМИ	18

Для агентств	18
Для продюсеров, партнерских сетей YouTube и партнеров	19
Для команды ICO	19
Управление проектом qaazqaaz.com после ICO	19
Организационная структура управления проектом qaazqaaz.com	19
Участие в управлении qaazqaaz.com и партнерство	19
Для блогеров	19
Для агентств	19
Для продюсеров и партнерских сетей YouTube	20
Для рекламодателей	20
Ссылки	20

Обзор рынка, перспективы и барьеры роста

Рынок нативной рекламы в мире активно растет

Рынок нативной рекламы в мире очень быстро растет. По прогнозам BI Intelligence к 2021 году в США доля «нативки» в общем количестве доходов от рекламы составит 74% (в 2016 году этот показатель – на уровне 56%).

Adyoulike утверждает, что бренды удвоят свои траты на нативную рекламу в ближайшие три года. Исследования eMarketer подтверждают тенденцию: расходы европейских рекламодателей на нативку к 2020 году достигнут \$13,2 млрд, в то время как в 2015 они потратили на спонсорский контент \$5,2 млрд. В 2016 этот показатель ожидался на уровне \$6,7 млрд.

Реклама у лидеров мнений - мировой тренд 2017 года

По данным eMarketer в США 84% маркетологов планируют запустить кампанию с участием лидеров мнений в ближайшие 12 месяцев. По данным сервиса Hookit, который оценивает уровень влияния спортсменов и их рекламную привлекательность, в 2017 году \$44 млрд будет потрачено только на спортивное спонсорство. На Instagram-блоггеров, по оценкам MediaKix, бренды расходуют около \$1 млрд в год и ожидается, что рынок вырастет в 2 раза к 2019 году.

«Вконтакте» в 2013 году оценивала рынок рекламы в сообществах примерно в \$100 млн, в 2016 году стало известно, что объёмы продаж «серой» рекламы сопоставимы с продажей официальной, то есть около 4 млрд рублей в год. Рекламу в пабликах покупают крупные бренды совершенно разных сегментов рынка: Microsoft, Skyscanner, Burger King, IKEA и так далее.

Сотрудничество с блогерами - приоритет мировых корпораций

Блогерам доверяют, они вдохновляют и способны формировать спрос. В 2017 году Amazon объявил о решении работать с лидерами мнений и о запуске специализированной реферальной программы. Отчёт Google и онлайн-магазина одежды Wildberries опубликованный в апреле говорит о том, что путешествие большинства покупателей начинается не с поиска конкретной вещи, а с поиска вдохновения. И за ответом на этот вопрос «что мне вообще нужно?», они идут в социальные сети — преимущественно в Instagram и Youtube

Нативная реклама в YouTube 5-10 раз эффективнее традиционных рекламных форматов

Рекламу в YouTube можно условно разделить на 2 категории. Реклама, продаваемая самим YouTube (через adwords.google.com) и «нативная» реклама, встраиваемая автором видеоролика в ролик при монтаже (продается авторами видеороликов).

Нативная реклама в интернете имеет ряд существенных преимуществ по сравнению с традиционной рекламой. Показатели вовлеченности нативной рекламы в разы превышают показатели традиционных медийных форматов. Согласно comScore, эффективность нативной видеорекламы в 5-10 раз превышает показатели традиционных форматов рекламы, CTR которых колеблется на уровне 0,5-1%.

Рынок нативной рекламы в Мире только формируется

YouTube является одним из самых популярных ресурсов в Мире. Аудитория YouTube >1 млрд. человек. YouTube популярнее, чем любой кабельный канал в США или любой телеканал в России. Спрос на рекламу в YouTube со стороны рекламодателей намного ниже по сравнению с ТВ. Подавляющее большинство рекламных агентств не размещают на YouTube никакую рекламу и не имеют партнеров для размещения. Блогеров YouTube с числом подписчиков >10 млн – 100+; >5 млн – 390+; >3 млн – 1000+.

Рынок нативной рекламы в России также формируется

YouTube является одним из самых популярных ресурсов России

По данным TNS уже в сентябре 2016 года YouTube обогнал самый популярный Российский телевизионный канал («Первый канал») по ежемесячному охвату аудитории в городах с населением более 700 тыс. человек. Отставание от лидеров рейтинга в 2016 году (поисковиков Google, Yandex и социальной сети VK.com) составляло менее 6%. По данным TNS на март 2017 года охват аудитории YouTube в России (без учета абонентов мобильных устройств и территории Калининграда) составил 44,62 млн. человек. По этому показателю YouTube обошел поисковики Yandex и Google и вплотную приблизился к аудитории Vk.com (45.76 млн. человек). Рост YouTube продолжается. «Важно, что одним из наиболее популярных источников информации для покупателей сегодня становятся видеоблогеры на YouTube. Они не только оказывают огромное влияние на аудиторию, но и задают новые тенденции, тренды и форматы». По словам Ярослава Андреева, основателя агентства Wildjam, «объем прямой рекламы у Youtube-блогеров в России составляет 2-3 млрд рублей в год».

В России нативную рекламу размещает большинство топовых медиа. Исследование Digital Advertisers Barometer, проведенное изданием Sostav.ru в первой половине 2015 года, показало, что почти треть российских интернет-реklamодателей уже использовало нативную рекламу. При этом доля «нативки» в общем объеме интерактивной рекламы в России пока колеблется на уровне 4-6%.

Рынок нативной рекламы в России только формируется

Не смотря на всю популярность YouTube рынок нативной рекламы в России еще только формируется.

- Спрос на рекламу в YouTube со стороны рекламодателей намного ниже по сравнению с ТВ. По данным wordstat.yandex.ru на 15.06.2017 запрос «реклама на YouTube» за месяц набирает не более 6 700 показов. В то время как запрос «реклама на ТВ» набирает более 24 400 запросов за тот же период времени.
- Подавляющее большинство рекламных агентств не размещают на YouTube никакую рекламу и не имеют партнеров для размещения. Этот тезис подтверждает проведенный авторами документа опрос рекламных агентств. Среди 823 опрошенных агентств только чуть более 100 подтвердили, что смогут по запросу организовать хоть какое-то размещение рекламы в YouTube. Опрос проводился по компаниям, зарегистрированным в 2Gis в Москве. При этом в 2Gis зарегистрировано более 400 московских рекламных агентств, размещающих рекламу в СМИ.

Международные игроки испытывают проблемы с оплатой услуг блогеров на региональных рынках

Официально купить рекламу у блогера из другой страны еще сложнее, чем законно купить её на локальном рынке. Для официального оформления взаимоотношений с блогером (как с физическим лицом - резидентом другой страны) рекламодателю потребуется в обязательном порядке привлекать крупные региональные агентства. В результате в цепочке между крупными международными рекламодателями и блогерами могут появляться рекламные агентства, которые ничего кроме международного документооборота не делают.

Текущих игроков международного рынка очень мало

На международном рынке работает >40 крупных агентств и >60 технологических платформ

Большинство технологических платформ ориентированы на Instagram и их можно условно поделить на 4 основных типа:

- Классические биржи, которые сводят на своей площадке рекламодателей и блогеров. Работают такие площадки либо на комиссии со сделки либо на абонентской плате за доступ к функционалу. Испытывая проблемы с потоком рекламодателей биржи так или иначе начинают заниматься агентской деятельностью, создавая при этом конкуренцию агентствам.
- Лидогенераторы для агентств. Принадлежат рекламным агентствам, и работают как лидогенераторы для агентства.
- Сервисы статистики. Также на рынке присутствуют сервисы статистики. По ним можно отследить публичную статистику популярных YouTube каналов.
- Автоматизация деятельности агентства

Многие рекламные агентства имеют свои технологические решения. Рекламные агентства существенно повышают качество размещаемой рекламы. С одной стороны они поясняют особенности и возможности рынка рекламодателям. С другой стороны дисциплинируют блогеров, помогая им делать рекламу, которая работает. Общие правила игры еще только формируются. Многие блогеры до сих пор считают, что согласовывать рекламную вставку с рекламодателем перед выходом ролика не нужно. Аргументируя это тем, что блогер имеет право на свое собственное авторское мнение, а это один из важных факторов успеха канала. В результате рекламодатели рискуют получить рекламу в которой их продукт может быть подвергнут критике (не всегда обоснованной).

Некоторые агентства помимо рекламной работы занимается продюсированием. Они помогают молодым блогерам (обычно от 100 000 подписчиков) развить свой канал и получить миллионы подписчиков. В ответ получают эксклюзивные права на продажу рекламы. Это обязывает блогера продавать рекламу только через одно агентство. Инвестируя в развитие молодых блогеров агентства получают гарантии стабильного дохода, уже через несколько месяцев.

Именно по причине заинтересованности агентств продавать рекламу на эксклюзивных

правах многие уже успешные блогеры не стремятся идти в агентства и предпочитают работать через своих персональных агентов.

Высокие транзакционные издержки мешают заходить на рынок массовому рекламодателю

Размещение рекламы у блогера процесс не быстрый. Даже при условии, что задача подбора и блогера и его оплаты хоть как-то решается существующими маркетплейсами, времени на постановку задачи, обсуждение условий размещения, согласование форматов рекламы уходит очень много. Невозможно выйти на рынок и быстро купить, например, 1000 кликов на свой сайт по рекламе у блогеров. Транзакционные издержки рекламодателя на получение одного целевого действия становятся настолько высоки, что позволить себе рекламу у блогеров могут только крупные рекламодатели. По этой же причине на рынке наблюдается значительный дисбаланс. Рекламодатели выстраиваются в очереди к топовым блогерам, а молодые блогеры (не уступающие, а зачастую превосходящие по качеству подачи рекламы), оказываются обделены вниманием рекламодателей.

390+ блогеров с числом подписчиков более 5 млн

Блогеров YouTube с числом подписчиков >10 млн – 100+; >5 млн – 390+; >3 млн – 1000+. При этом подавляющее большинство каналов рекламу продают. Реальный интерес к размещению рекламы представляют каналы с числом подписчиков от 20 тысяч. С учетом того, что присутствует корреляция между количеством подписчиков и просмотрами на 1 публикуемое видео транзакционные издержки рекламодателя оказываются высоки, чтобы лично договариваться с блогерами с числом подписчиков менее 20 тыс.

Большинство блогеров YouTube можно найти по контактными данным, указанным в описании их канала. Найдя подходящий канал, рекламодатель может легко отказаться от оплаты комиссии маркетплейсу, связавшись с блогером напрямую.

Популярные блогеры привыкли работать только по 100% предоплате. Публичность и известность блогера не дает ему быть нечестным с рекламодателем. Поэтому маркетплейс, как гарант получения оплаты, не нужен успешным блогерам. Качественная рекламная интеграция требует от блогера и рекламодателя глубокого общения, совместной работы и креатива, что подразумевает большие транзакционные издержки.

Чтобы принять решение о размещении рекламодателю важно понимать, сколько просмотров наберет рекламное видео (это можно спрогнозировать по количеству просмотров предыдущих роликов и эта информация публична), а также какая аудитория будет смотреть ролик (половозрастной состав, география просмотров). Информация по аудитории YouTube канала не является публичной, доступна только блогеру и YouTube не дает инструментов для её публикации.

Немаловажным фактором для рекламодателя является и качество выпускаемой рекламы. Чтобы реклама была результативной, блогер должен встроить её в контекст ролика, грамотно рассказать о ключевых достоинствах рекламируемого продукта и услуги. Грамотная подача рекламы требует от блогеров и рекламодателей большой

совместной работы и глубокого общения. Подавляющее большинство блогеров не является профессионалами в области рекламы, поэтому не способны самостоятельно подготовить качественную рекламу. Это приводит к тому, что рекламодатели часто бывают недовольны качеством полученной рекламы.

Текущие технологические решения позволяют маркетплейсам забирать у YouTube информацию по аудитории блогера и публиковать её. Однако для её публикации требуется разрешение блогера на доступ к статистике канала YouTube для сторонних сервисов. Т.к. YouTube канал для блогеров является основным инструментом работы и заработка, популярные блогеры боятся давать доступ к статистике канала любым сторонним сервисам (маркетплейсам).

Складывается парадоксальная ситуация. Все рекламные агентства обычно получают информацию по аудитории их блогеров со скриншотов. А клиенты частенько получают информацию по аудитории блогера полугодовой давности.

Вставая в цепочку между рекламодателями и блогерами маркетплейсы ухудшают и без того сложное общение рекламодателя и блогера. Большинству блогеров нельзя доверять создание рекламы под ключ. Поэтому использование маркетплейсов не сводящих напрямую блогеров и рекламодателей становится неоправданным.

Российских игроков рынка рекламы тоже мало

Рекламных агентств работающих с блогерами на Российском рынке около десятка

На рынке нативной рекламы в YouTube в России активно работает около десятка агентств - WildJam, Hype Agency, Socium, Zlodei, Adisom, Лидеры мнений, Автормедиа, Carrot Bloging Agency, TAG. Подавляющее большинство агентств активно начали заниматься нативной рекламой в YouTube только в последние 1-2 года. Некоторые и вовсе появились в 2017 году.

Технологические решений не более 10

Технологических решений на российском рынке, тоже не так много. Это plibber.ru, vlogster.ru, labelup.ru, epicstars.com, getblogger.ru (начал работу в начале 2017), appdaddy.com, topussianbloggers.ru, ytprice.ru (начал работу в мае 2017), buzzguru.com (ранее агентство dealmedia.net) и fpshunter.ru. На момент подготовки документа последние 2 сервиса уже не работали. Технологические решения можно разделить на 2 типа. Также на рынке присутствуют сервисы статистики (livedune.ru и whatstat.ru). По ним можно отследить публичную статистику популярных YouTube каналов.

В проблемах классических маркетплейсов признаются и текущие участники рынка. Слов Татьяны Ивановой, основателя медиаплатформы HelloBlogger. «За последние несколько лет появлялись многие маркетплейсы, подобные GetBlogger, но все они потерпели неудачу». Основатель GetBlogger Анна Шкирина считает, что на текущем рынке технологическим площадкам следует работать как полноценным агентствам. «Спустя около трех месяцев работы GetBlogger в формате платформы для «встречи» блогеров и брендов, стало ясно, что модель нужно изменить в сторону «интернет-агентства».

13 русскоговорящих блогеров с числом подписчиков более 5 млн

Русскоговорящих YouTube каналов с числом подписчиков более 5 млн всего 13. Каналов с числом подписчиков более 2 млн уже 75. А каналов с числом подписчиков более 1 млн уже более 230.

Барьеры для развития рынка нативной рекламы у блогеров

Развитию маркетплейсов и рынка в целом мешают следующие барьеры:

- Низкое качество рекламы, большинства блогеров приводят к высоким транзакционным издержкам рекламодателя. Для подготовки качественной рекламы требуется активная совместная работа блогера и рекламодателя. Отсутствие рекламного опыта, низкая бизнес-культура работы большинства блогеров, отсутствие профессиональных стандартов, непонимание потребностей рекламодателей приводит к тому, что рекламодатели работающие не через агентства часто получают рекламу низкого качества.
- Результативность размещения рекламы не отслеживается. Рекламодатель не может даже спрогнозировать, сколько целевых действий он получит по факту размещения рекламы.
- Существующие маркетплейсы сокращают транзакционные издержки только в части подбора блогеров
- Международным компаниям для оплаты услуг блогеров на локальных рынках приходится в обязательном порядке пользоваться услугами региональных агентств.
- Игроки рынка не спешат к сотрудничеству. Рекламные агентства не спешат сотрудничать с технологическими игроками. Во-первых, потому что некоторые маркетплейсы де-факто принадлежат агентствам и являются их лидогенераторами. Во-вторых, маркетплейсы сами начинают заниматься деятельностью рекламного агентства и как следствие создают конкуренцию с рекламным агентствам. Информация по стоимости рекламы у блогеров миллионников не сотрудничающих с рекламными агентствами доступна обычно только по запросу у блогера. Популярные блогеры не спешат сотрудничать с технологическими игроками и агентствами. Успех у популярных блогеров уже есть, а платить меньшие комиссионные можно собственному агенту. Поток запросов от рекламодателей популярные блогеры легко получают по контактными данным в описании аккаунта.
- Популярные блогеры боятся давать доступ к статистической информации по аудитории канала для маркетплейсов и агентств.
- Крупным рекламодателям затруднительно официально оплачивать услуги блогеров, как физических лиц.
- Некоторые рекламные агентства занимаются продюсированием блогеров, что приводит к конфликту интересов. Рекламные агентства, занимающиеся продюсированием, заинтересованы продавать в первую очередь своих блогеров, т.к. на них они больше зарабатывают. В результате клиент получает не лучшее решение с рынка, а только портфель блогеров агентства. Деятельность по продюсированию блогеров не выделена в отдельное профессиональное направление рынка со своими игроками и инструментами.

Qaazqaaz.com

Принципы развития проекта

Понимая барьеры рынка qaazqaaz.com установил следующие принципы своего развития:

- Повышаем качество рекламы у блогеров за счет обучения, отслеживания результативности размещений
- Снижаем транзакционные издержки рекламодателей за счет построения прозрачной воронки от показов рекламы к целевым действиям.
- Снижаем издержки на международные платежи между рекламодателями и блогерами за счет использования криптовалюты QZ
- Не являемся и не планируем быть рекламным агентством, не ведем агентскую деятельность. Сервис не аффилирован ни с одним рекламным или продюсерским агентством на рынке.
 - Сервис открыто публикует прямые контакты блогеров (их эксклюзивных агентов) для рекламодателей и контакты рекламодателей для блогеров, не требуя своего обязательного участия в процессе сделки.
 - Сервис открыто публикует контакты агентств и блогеров, работающих с агентствами и продюсерами на эксклюзивных правах.
- Делаем рынок нативной рекламы у блогеров YouTube прозрачным для всех игроков рынка.
- Ключевой функционал сервиса является бесплатным для рекламодателей и блогеров.
- Выделяем деятельность по продюсированию блогеров и развиваем профессиональное сообщество успешных блогеров, занимающихся продюсированием начинающих блогеров

Сохранение безупречной репутации, бесплатность, отсутствие аффилированности с агентствами является гарантом для блогеров честности площадки (нам можно доверить доступ к статистике по аудитории блога). В результате с каждым днем на сервисе регистрируются все новые и новые блогеры, предоставляя доступ к статистике по аудитории своих каналов. На момент публикации доступ к статистике уже предоставили блогеры с числом подписчиков более 2 млн.

История роста и текущее положение на рынке

Отсутствие аффилированности с любыми агентствами позволило сервису за несколько месяцев собрать у себя предложения по размещению рекламы со всех крупных рекламных агентств России. На текущий момент qaazqaaz.com – это MVP, который доказал рынку свою необходимость и важность. Сервис начал работу 1 января 2017 года как бесплатная площадка для размещения прайс-листов для русскоговорящих блогеров YouTube. Сейчас qaazqaaz.com является признанной участниками рынка площадкой на которой встречаются блогеры, рекламодатели и агентства.

За неполные полгода с момента начала работы удалось достичь:

- 1) Опубликовано более 650 предложений по рекламе от популярных блогеров. Из них 70 от блогеров с числом подписчиков более 1 млн (всего на рынке 238). 150 с числом подписчиков более 500 тыс (всего на рынке 541). По отношению к общему

числу русскоговорящих блогеров с числом подписчиков более 100 тысяч сервис qaazqaaz.com охватывает 27% всех блогеров. Подобного охвата успешных блогеров нет больше ни у кого на рынке СНГ.

- 2) Каждый день 1-2 новых блогера, самостоятельно регистрируются и размещают информацию о стоимости рекламы. При этом мы не расходует ни копейки на рекламу для привлечения новых блогеров.
- 3) qaazqaaz.com вышел на рынок СНГ. На площадке зарегистрированы русскоговорящие блогеры из России, Стран СНГ, Европы, Северной Америки. Для работы с блогерами площадку уже используют рекламные агентства не только из стран СНГ, но и из Китая.
- 4) 8 топовых рекламных агентств СНГ, профессионально занимающихся рекламой у блогеров и публикующихся в разделе с агентствами. Цены на их блогеров поддерживаются в актуальном состоянии.
- 5) Высокая и стабильно растущая посещаемость сервиса при полном отсутствии затрат на рекламу. За неделю до подготовки документа – 100-200+ посетителей в день
- 6) Публикации о qaazqaaz.com в топовых тематических российских СМИ (vc.ru, cossa.ru, habrahabr.ru), десятки тысяч прочтений, сотни переходов, которые продолжаются уже не первый месяц.
- 7) Топовые места в поисковых выдачах Google, Yandex на тематические запросы по СНГ
- 8) Сформировавшаяся клиентская аудитория. Каждый третий заход в сервис выполняется постоянным пользователем.
- 9) Активное блогерское сообщество, которое читает наши ежемесячные почтовые рассылки и следует нашим просьбам и рекомендациям (более 60% писем из рассылок блогерам открываются и прочитываются)

Чем qaazqaaz.com полезен сейчас и будет полезен рынку:

Блогерам

Мы помогаем блогерам делать качественную рекламу, приводим новых рекламодателей и помогаем и быть прозрачными перед рекламодателями и государством.

Рекламодателям

Мы снижаем транзакционные издержки на размещение рекламы, отслеживаем её результативность и эффективность и помогаем не зависеть от страны проживания блогера.

Агентствам

Мы помогаем агентствам работать эффективно: качественно продавать, отслеживать результативность размещённой рекламы и прозрачно отчитываться перед клиентом о результатах размещения.

Продюсерам

Мы поддерживаем продвижение блогеров и помогаем продавать рекламу на эксклюзивных правах.

Государству

Мы делаем рынок прозрачным для государства

Цель проекта - сформировать прозрачный рынок рекламы у лидеров мнений

Основная цель развития qaazqaaz.com - сформировать прозрачный для всех участников (в том числе для международных игроков) рынок рекламы у лидеров мнений.

Для реализации поставленной цели потребуются решение следующих задач:

- 1) Повысить качество нативной рекламы у блогеров за счет обучения и отслеживания результативности размещений
- 2) Выйти на международный рынок и существенно его увеличить при помощи инструментов qaazqaaz.com
- 3) Сформировать и развить профессиональное блогерское сообщество при помощи инструментов и экспертизы qaazqaaz.com
- 4) Поддержать и развить продюсерское движение, в том числе продюсерское движение среди успешных блогеров. Сформировать условия и площадки на которых успешные сейчас блогеры смогут заниматься продюсированием молодых блогеров.
- 5) Сформировать и развить независимую от qaazqaaz.com сеть рекламных агентств, продающих нативную рекламу у блогеров YouTube при помощи инструментов qaazqaaz.com для рекламных агентств.
- 6) Перейти от MVP к продукту и реализовать полный функционал сервиса для всех игроков рынка:
 - a. Инструменты для работы с популярными социальными сетями (Twitch, Instagram..)
 - b. Инструменты сквозной автоматизации для рекламных агентств (поиск клиента, подбор блогеров, организация рекламной кампании, отслеживание результативности размещений, публикация результатов и отзывов)
 - c. Инструменты автоматизации деятельности блогеров (подбор рекламодателей, проведение сделок с агентствами и продюсерами, отслеживание результативности размещений, ведение портфолио, налоговые отчисления)
 - d. Инструменты сквозной автоматизации деятельности рекламодателей (рейтингование блогеров и рекламодателей, организация рекламных кампаний для рекламодателей с блогерами, подбор блогеров по соответствию целевой аудитории, результативности предыдущих размещений, безопасные сделки, официальное оформление работ с блогерами для юридических лиц)
 - e. Инструменты сквозной автоматизации для продюсеров (организация кампаний по продюсированию, арбитраж и защита интересов)
 - f. Инструментарий проведения оплат в традиционной валюте и в криптовалюте.

Использование криптовалюты QZ для международных платежей

Аудитория блогеров редко ограничивается только одной страной. Обычно она распределяется между странами с носителями одного языка. Однако для покрытия аудитории нескольких стран международным компаниям традиционно приходится прибегать к услугам рекламных агентств в странах проживания блогеров.

Использование криптовалюты QZ для оплаты рекламных услуг позволит всем участникам рынка (блогерам, рекламодателям, продюсерам, агентствам) не зависеть от фактического нахождения. Более того, возможности оплаты любого блогера по миру позволяет рекламным агентствам, специализирующимся на работе с блогерами не зависеть от географии клиента и блогеров.

Для организации честных (безопасных) сделок между блогерами и рекламодателями будут выпущен токен QZ. Сделка между блогером и рекламодателем будет фиксироваться через смарт-контракт. Условием выполнения сделки будет являться достижение целевых показателей размещения рекламы, например, охват аудитории, количество просмотров рекламы, количество переходов на ресурсы рекламодателя, выполнение целевых действий на ресурсах рекламодателя и др. Отслеживанием выполнения целевых действий будут заниматься разрабатываемые сервисы qaazqaaz.com, а также другие внешние сервисы.

За проведение сделки с использованием смарт-контракта взимается комиссия. Комиссия распределяется между сервисами сбора статистики по результатам размещения (это могут быть внешние сервисы или сервисы qaazqaaz.com) и сервисом выполнения смарт-контракта qaazqaaz.com.

Монетизация qaazqaaz.com

Основная монетизация qaazqaaz.com предполагается за счет сервисов сбора статистики по результатам размещения рекламы.

Дополнительные способы монетизации

Блогеры из РФ и других стран, как и любые физические лица обязаны платить налоги в стране проживания. Публичная доступность информации о стоимости рекламы у блогера, объеме размещений делает простым расчет налогооблагаемой базы для государственных органов. В этой ситуации становится оправданным привлечение региональных партнеров для организации быстрого открытия для блогера ЮЛ и подключение региональных банков для официального ведения налогового и бухгалтерского учета под ключ.

Традиционные подписки и дополнительный функционал

Объем традиционных вариантов монетизации связанных с оплатой услуг qaazqaaz.com будут являться ключевыми показателями роста популярности qaazqaaz.com. Основными среди них планируются доходы от рекламных агентств: подписка на функционал сквозной автоматизации деятельности рекламных агентств, а также различные варианты подписок на приоритетные размещения в рейтингах, поисках и т.д. Дополнительный доход планируется от расширенных возможностей для рекламодателей и блогеров. Использование платных подписок позволит начинающим

блогерам конкурировать за внимание рекламодателя с уже опытными блогерами. Чтобы платные инструменты не становились барьером для роста, максимально возможный функционал qaazqaaz.com будет бесплатным для всех участников рынка. Оплата дополнительных услуг qaazqaaz.com будет вестись с использованием криптовалюты QZ.

Аналитика по рынку

Аудиторию Youtube в любой стране мира сейчас может измерить только YouTube. Каждый блогер обладает доступом к статистике только по своей аудитории. Данные по аудитории подавляющего большинства блогеров любой страны мира позволят qaazqaaz.com независимо от YouTube выпускать аналитические отчеты и рейтинги.

Процесс разработки и технологии

Текущий процесс разработки qaazqaaz.com выстроен с использованием системы контроля версий mercurial. Исходный код хранится в закрытом репозитории на bitbucket.org. Деплой приложения организован через ftploy.com. Планирование и управление разработкой выполняются через taiga.io по методологии Agile. В качестве основного фреймворка используется Laravel. Боевой сервер qaazqaaz.com развернут в дата центре уровня TIER 3. Среда разработки отделена от боевого сервера. Выстроена трехуровневая система резервного копирования. Современные технологические решения и методология разработки, заложенные архитектурные подходы позволяют проекту быстро масштабироваться.

Вся разработка на текущий момент выполняется распределённо. Сложность и амбициозность поставленных задач потребует от ключевых участников проекта большого объема совместной работы. В этой связи текущая команда проекта и новые участники соберутся в открываемом офисе в Москве.

План развития проекта

Ниже представлен план развития проекта, в зависимости от объема привлеченных инвестиций.

Вне зависимости от результатов ICO

- Локализация MVP на английский.
- Реализация минимального функционала для агентств и рекламодателей в рамках MVP.
- Расширение присутствия на рынке СНГ.

99-500 btc

- Открытие офиса разработки в Москве.
- Разработка полного функционала для агентств, рекламодателей, блогеров.
- Полноценный выход на рынок англоговорящих стран.
- Интеграция с Twitch, Facebook, Instagram..
- Проведение образовательных курсов для популярных блогеров.
- Развитие независимой от qaazqaaz.com сети рекламных агентств, продающих нативную рекламу у блогеров
- Развитие профессионального блогерского сообщества Ru и En

500-1000 btc

- Открытие управляющего офиса и организация попечительского совета
- Локализация и вывод продукта на рынок стран Esp, Por, Deu, Fra, Ita, Pol, Tur
- Развитие продюсерского движения в том числе среди популярных блогеров ютуб.
- Развитие профессиональных региональных блогерских сообществ.
- Разработка полного функционала для продюсеров и интеграция с региональными партнерами для ведения налогового и финансового учета блогеров
- Интеграция со всеми крупнейшими региональными социальными сетями мира

1000-5000 btc

- Открытие региональных офисов в странах присутствия.
- Локализация и вывод продукта на рынок стран Jpn, Ara, Hin, Chi
- Развитие региональных агентских сетей продающих рекламу по всему миру при помощи инструментов qaazqaaz.com
- Публикация отраслевой аналитики и отчетов
- Реализация инструментов контроля над волатильностью криптовалюты QZ.
- Перевод функционала qaazqaaz.com на opensource и масштабирование на более мелкие региональные рынки

5000-7000 btc

Все средства свыше 5000 btc будут направлены в резервный фонд, средства которого будут использоваться для поддержания стабильности выпущенной криптовалюты и развития блогерского сообщества.

Команда проекта

Развитием qaazqaaz.com на текущий момент занимается интернациональная команда из 5-х человек из России и Украины.

Шаяхметов Денис, Москва. CEO (shayahmetov@cbtec.ru).

Квалификация

Moscow Institute of Physics and Technology (MIPT) Department: Information Business Systems.

2011— 2013

Specialty: MSC in Management and Consulting in Business Informatization

Perm State University (PSU). Department: Mechanics&Mathematics 2005-2010

Speciality: Applied Mathematics and Information Science

Сертификаты

IPMA Level D - Certified Project Management Associate, 2013

Опыт

11.2016 — nowadays, CEO, qaazqaaz.com, Moscow

06.2012 — 09.2016 Project Manager, IBS Group, Moscow

Key projects:

1. Financial Systems integration for the Ministry of Education and Science, 2015
2. Online-lectures translation system development for Volga state academy of physical culture, sports 2014
3. BI information system integration for Northern Arctic Federal University, 2013
4. Financial motivation system development for IBS department, 2013-2014

03.2009 — 08.2011 Sole Trader, Perm

Key projects:

1. Remote manager for telecommunication devices development, SPA «LISKO»
2. StepMania Game localization

10.2008 — 07.2009 System Developer, JCS «PROGNOZ», Perm —

UI development (C++, MFC) for Business Intelligence system «Prognoz Platform»

Винокуров Дмитрий, Пермь. СТО

Квалификация

Perm State University (PSU). Department: Mechanics&Mathematics 2005-2010

Specialty: Applied Mathematics and Information Science

Опыт

06.2017 — nowadays, СТО, qaazqaaz.com

09.2016 — 06.2017 Программист, Руководитель разработки, promo-bot.ru, Пермь.

Достижения:

1. Внедрение системы управления проектом Тайга;
2. Внедрение системы контроля версий Git
3. Внедрение методологии разработки Agile
4. Внедрение автоматического тестирования критически важного функционала

02.2014 — 08.2016, Разработчик, AwardWallet LLC, Пермь

Достижения:

1. Разработка ключевого функционала AwardWallet
2. Оптимизация процесса разработки,
3. Развитие инструментария автоматического тестирования

12.2010 — 12.2013, Аспирант, Разработчик, ПГНИУ, Пермь

Корнаухова Елизавета, Северодонецк. Администратор (manager@qaazqaaz.com).

Квалификация

Институт последипломного образования и дистанционного обучения

Восточноукраинского национального университета Владимира Даля. Экономический факультет. 2008-2009г.

Специальность: «Экономика и предпринимательство».

Северодонецкий технологический институт Восточноукраинского национального университета Владимира Даля. Химический факультет . 2001-2006 г.

Специальность: «Химическая технология и инженерия»

Опыт

12.2016 — н.в. qaazqaaz.com. Администрирование qaazqaaz.com. Привлечение блогеров для размещения на qaazqaaz.com

04.2016 — 11.2016. Freelance. Работа с клиентами, Администрирование популярных интернет-проектов России и Украины.

09.2006 — 03.2013. ЧАО «Северодонецкое объединение Азот». Экономист.

Данил, Котлас. Разработчик

Квалификация

Сертификаты

Опыт

Герасимов Александр, Москва. Системный администратор

Квалификация

2005 — 2010 Смоленский Техникум Электронных Приборов, «Программное обеспечение вычислительной техники и автоматизированных систем»

Сертификаты

Опыт

11.2016 — н.в. qaazqaaz.com. Системное администрирование серверов qaazqaaz.com.

03.2015 — 10.2017 obnovica.com, системный-администратор, Москва

Достижения:

1. Разворот и поддержка полноценного хостинга для десятков проектов различной технологической направленности и нагрузки
2. Внедрение 2-х уровневой системы резервного копирования
3. Внедрение системного ПО для поддержки SSL-сертификатов шифрования для доменов

Консультируют проект

- 1) Зюзин Антон, Нижний Новгород, трекер ФРИИ.
- 2) Суходоев Владимир, Руководитель проектов, Strategy Partners Group.
- 3) Дмитрий Василевский, Associate, BCG

Процесс ICO

В рамках ICO будет выпущено 100 млн. non-minable токенов QZ. 60 млн токенов будут распределены на ICO. 3 млн направлено на Bounty программу. 20 млн будет распределено между командой и еще 17 млн направлено в резервный фонд Qaazqaaz Ltd. Средства резервного фонда будут использоваться для снижения волатильности

валюты. Для покупки токенов принимается только ETH. Токены QZ, которые отходят команде проекта, будут заморожены на 3 месяца.

PRE ICO

Этап pre-ico стартует в сентябре 2017. Цель - pre ICO привлечь финансирование для проведения полноценного ICO. Участие в pre-ICO подразумевает обязательную идентификацию. Минимальная сумма, для признания pre-ico состоявшимся - 5BTC. В случае, если минимальная сумма не будет собрана, все собранные средства будут возвращены. На пре-ICO будет выпущен токен PQZ. По результатам проведения ICO токен PQZ будет сконвертирован в QZ с бонусом в 50%

Escrow

<..в активном поиске...>

ICO

ICO стартует осенью 2017. Все собираемые в криптовалюте средства будут также находиться в хранилище, вывод средств с которого возможен только при участии Escrow. В рамках ICO будет распределено 60 млн. токенов QZ.

По окончании ICO 50% собранных средств будут направлены в Qaazqaaz ltd на реализацию проекта. Перечисление оставшихся 50% средств от Escrow в Qaazqaaz ltd будет проходить равными частями раз в квартал в течение 9 месяцев после окончания ICO по факту публикации квартальной отчетности проекта. В квартальную отчетность будет входить информация по разработке, по всем активностям проекта, а также финансовая информация о расходовании средств. Участие в ICO подразумевает обязательную идентификацию. В первые сутки после старта ICO каждому токеноу QZ будет начисляться бонус 20%. Вторые сутки после старта ICO к каждому токеноу QZ будет начисляться бонус 10%. В течение последующих 5 дней после старта ICO к каждому 1 токеноу QZ будет начисляться бонус 5%.

Post ICO

Продажа и вывод токенов QZ будет невозможна в течение не более чем 1 квартала с момента окончания ICO. За это время команда проекта успеет реализовать критически важный функционал для экосистемы криптовалюты QZ. По факту запуска функционала проведения оплат между блогерами и рекламодателями в криптовалюте QZ, будет разрешена официальная продажа криптовалюты на биржах. При наличии финансовых возможностей qazqaaz.com будет предпринимать все усилия для снижения волатильности QZ, в том числе с привлечением средств ICO для обратного выкупа QZ.

Преимущества покупки токенов QZ сейчас

Рекламодатели, купившие токен на ICO, получают приоритетный доступ к закрытым исследованиям, приоритетный доступ к аналитике по рынку. С учетом роста курса продажи токенов покупка токенов на ICO даст возможность купить больше качественной рекламы по низкой цене после ICO.

Блогеры, купившие токены на ICO получают приоритетный доступ к образовательным ресурсам qazqaaz.com и закрытым мероприятиям с рекламодателями.

Агентства, купившие токены на ICO получают льготные условия использования коммерческого функционала (приоритетное ранжирование, рекомендации рекламодателям) а также доступ к закрытым мероприятиям с блогерами, участие в образовательных курсах, выгодную оплату коммерческих подписок qaazqaaz.com.

Smart-контракт

Блогеры и рекламодатели нередко не доверяют друг другу. Использование смарт-контрактов позволит реализовать механизм честных сделок, когда оплата размещения рекламы у блогера фиксируется до момента размещения рекламы. Измерение результативности рекламных размещений средствами qaazqaaz.com (измерение количеств рекламных просмотров, лайков, комментариев, переходов на сайт рекламодателя, совершения целевых действий на сайте рекламодателя) позволит блогерам и рекламодателям заключать сделки с оплатой в зависимости от достижения фактического (измеримого) результата. Автоматизация через Smart-контракт вместе с инструментами измерения результативности qaazqaaz.com приблизят рынок к модели продажи рекламы CPA (Cost Per Action).

Меры для снижения волатильности валюты QZ

<в разработке>

Безопасность

<в разработке>

Программа лояльности

Для блогеров и СМИ

Блогеры, зарегистрированные на qaazqaaz.com и подтвердившие свои контактные данные в с третьего дня проведения ICO и до его завершения получают персональный бонус на покупку токенов QZ в размере 30%. Бонус не суммируется бонусами установленными в первую неделю продаж QZ.

Блогеры, разместившие в YouTube обзоры проекта qaazqaaz.com, информации о проведении ICO на этапах pre-ICO и ICO по окончании ICO получают бонусы за каждый просмотр видео, с размещённой информацией. СМИ, разместившие у себя обзоры проекта qaazqaaz.com, информации о проведении ICO на этапах pre-ICO и ICO по окончании ICO получают бонусы за каждый материала, с размещённой информацией. К распределению между блогерами и СМИ выделяется сумма в 3 000 000 QZ. Ролики YouTube, полностью посвященные проекту qaazqaaz.com получают 5 баллов за каждый просмотр видео. Ролики YouTube, с короткими рекламными вставками (интеграции, прероллы) получают 1 балл за каждый просмотр видео. Публикации СМИ, полностью посвященные проекту qaazqaaz.com получают 0,5 баллов за каждый просмотр материала. О выходе видео блогеру необходимо проинформировать регионального менеджера по факту публикации. О выходе публикации СМИ необходимо за сутки до публикации проинформировать регионального менеджера и согласовать с ним ваш ресурс и инструменты расчета посещаемости. По окончании проведения ICO все баллы суммируются и всем участникам будет начислена криптовалюта в соответствии с заработанными баллами. Прием заявок на начисление QZ по факту размещения

рекламы в ролике заканчивается за 1 день до окончания ICO.

Для агентств

Рекламные агентства, зарегистрированные на qaazqaaz.com с третьего дня проведения ICO и до его завершения получают персональный бонус на покупку токенов QZ в размере 20%. Скидка не суммируется со скидками установленными в первую неделю продаж QZ.

Для продюсеров, партнерских сетей YouTube и партнеров

Продюсеры, продюсерские агентства, партнерские сети и партнеры с третьего дня проведения ICO и до его завершения получают персональный бонус на покупку токенов QZ в размере 20%. Бонус не суммируется со скидками установленными в первую неделю продаж QZ.

Для команды ICO

20 000 000 QZ зарезервировано под бонусы для команды проекта. Бонусы будут выплачены через 3 месяца после окончания ICO по факту публикации первой квартальной отчетности проекта.

Управление проектом qaazqaaz.com после ICO

Организационная структура управления проектом qaazqaaz.com

Структура управления проектом qaazqaaz.com трехуровневая. На нижнем уровне находится управляющие региональные офисы qaazqaaz.com в странах присутствия. Региональные офисы представляют интересы qaazqaaz.com в регионе присутствия и выполняют операционные задачи: проводят мероприятия для блогеров, рекламодателей, агентств, при необходимости оформляют официальные договорные отношения с юридическими лицами в юрисдикции страны.

На среднем уровне находится управляющий офис qaazqaaz.com, который управляет разработкой продукта и занимается реализацией принятых стратегических решений (в том числе закрепленных в настоящем документе), осуществляет общее управление всеми мероприятиями, проводимыми во всех региональных офисах. Управляющий офис (qaazqaaz.com ltd) будет зарегистрирован как ЮЛ в стране с юрисдикцией обеспечивающей официальный оборот криптовалюты. В непосредственном подчинении управляющего офиса находится офис разработки, зарегистрированный как ЮЛ в РФ.

На высшем уровне находится попечительский совет qaazqaaz.com. В него входят ключевые сотрудники управляющего офиса а также представители блогеров, рекламодателей, агентств, продюсеров и партнерских сетей, а также Escrow (на период первого года реализации проекта). Попечительский совет согласовывает стратегические решения связанные с развитием проекта qaazqaaz.com. Раз в квартал управляющий офис отчитывается перед попечительским советом о ходе реализации проекта. После рассмотрения управляющим офисом отчетность подлежит публикации на сайте проекта. По факту отчетности управляющий офис принимает решение о продолжении финансирования проекта и поручает Escrow выполнить перевод зарезервированной части средств в управляющий офис.

Участие в управлении qaazqaaz.com и партнерство

Для блогеров

Топ 10 блогеров по объему купленных токенов включаются в попечительский совет qaazqaaz.com и получают право голоса в решении стратегических вопросов развития площадки qaazqaaz.com.

Топ 100 блогеров по объему купленных токенов включаются в экспертный совет блогеров и получают право голоса при определении приоритетов разработки, функционала платформы для блогеров, а также первыми получают доступ к новому функционалу для тестирования и адаптации под свои потребности.

Для агентств

Топ 5 агентств по объему купленных токенов получают статус “стратегического партнера” и включаются в попечительский совет qaazqaaz.com, а также получают право голоса в решении стратегических вопросов развития площадки qaazqaaz.com.

Топ 20 агентств по объему купленных токенов получают статус “регионального партнера” и получают право голоса при определении приоритетов разработки, функционала платформы для агентств, первыми получают доступ к новому функционалу для тестирования и адаптации под свои потребности.

Топ 50 агентств по объему купленных токенов получают право на бесплатное использование всего функционала qaazqaaz.com для агентств в течение следующего года с момента проведения ICO

Для продюсеров и партнерских сетей YouTube

Топ 5 продюсеров и партнерских сетей по объему купленных токенов получают статус “стратегического партнера”, включаются в попечительский совет qaazqaaz.com, а также получают право голоса в решении стратегических вопросов развития площадки qaazqaaz.com.

Топ 20 продюсеров и партнерских сетей по объему купленных токенов получают статус “регионального партнера” и получают право участия в определении приоритетов разработки, функционала платформы для продюсеров и партнерских сетей, а также первыми получают доступ к новому функционалу для тестирования и адаптации под свои потребности. Также получают право на бесплатное участие во всех региональных профессиональных мероприятиях для блогеров, проводимых qaazqaaz.com в течение следующего года с момента проведения ICO.

Топ 50 продюсеров и партнерских сетей по объему купленных токенов получают право на бесплатное использование всего функционала qaazqaaz.com для продюсеров и партнерских сетей в течение следующего года с момента проведения ICO

Для рекламодателей

Топ 10 рекламодателей по объему купленных токенов получают статус “стратегического партнера” и включаются в попечительский совет qaazqaaz.com, а также получают право голоса в решении стратегических вопросов развития площадки qaazqaaz.com.

Топ 20 рекламодателей по объему купленных токенов получают статус “регионального партнера” и получают право голоса при определении приоритетов разработки, функционала платформы для рекламодателей, первыми получают доступ к новому функционалу для тестирования и адаптации под свои потребности.

Ссылки

<http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/345727-bitva-za-liderov-mneniy-kak-blogery-stali-vygodn-ee-lyuboy-reklamy>

<https://vc.ru/p/ad-on-youtube-channels>

<http://www.cossa.ru/trends/157312/>

<http://www.emarketer.com/Article/Marketers-Pair-Up-with-Influencersand-Works/1012709?ecid=MX1086>

<http://public.adyoulike.com/Info/native-advertising-is-eating-the-world/index.html>

<http://www.businessinsider.com/the-native-ad-report-forecast-2016-5>

<http://www.adweek.com/digital/native-advertising-facebook-audience-network-study/>

<http://theinfluencemarketer.com/133-influencer-marketing-agencies-platforms-tools-companies/>

<https://www.facebook.com/herman.paliashchuk/posts/1460434467379691>

<http://blog.tomoson.com/influencer-marketing-study/>

<http://www.adweek.com/digital/10-reasons-why-influencer-marketing-is-the-next-big-thing/>

https://www.tapinfluence.com/tp_resource/nielsen-case-study/