



White Paper ICO Traff OÜ

White paper является официально ознакомительным документом о деятельности фирмы Traff OÜ в интернет-маркетинге.

Оглавление

I.	Введение	2
II.	Описание бизнес-процесса	3
	Что такое интернет-маркетинг	
	Особенности платформы	
	Рекламодабель	
	Владелец площадки	
	Защита от мошенничества	
	Организация рабочего процесса	
III.	Маркетинг	10
	Анализ рынка	
	Рейтинг в интернет-маркетинге	
	Конкуренция	
	Ценообразование	
IV.	Приложение	13
	Первоначальные расходы	
	Денежный поток	
	Прогноз продаж	

Введение

В данном документе вы узнаете, что такое интернет-маркетинг.

Как Traff организует работу с персоналом, а также что служит мотивации у этого персонала.

Также мы постарались максимально подробно раскрыть как расходуется бюджет фирмы и какие основные затраты несет компания.

Кроме того без внимания мы не оставили такие аспекты как тенденции рекламного рынка и почему люди предпочитают интернет-рекламу, а не газетную и медийную по телевизору.

Что такое интернет-маркетинг

¹Интернет-маркетинг является составляющей электронной коммерции. Его также называют online-маркетингом. Он может включать такие части, как интернет-интеграция, информационный менеджмент, PR, служба работы с покупателями и продажи. Электронная коммерция и интернет-маркетинг стали популярными с расширением доступа к интернету и являются собой неотъемлемую часть любой нормальной маркетинговой кампании. Сегмент интернет-маркетинга и рекламы растёт как в потребительском секторе, о чем свидетельствует появление с каждым днем все новых интернет-магазинов, так и на рынке B2B. Основными преимуществами интернет-маркетинга считаются интерактивность, возможность максимально точного таргетинга, возможность постклик-анализа, который ведет к максимальному повышению таких показателей как конверсия сайта и ROI интернет-рекламы. Интернет-маркетинг включает в себя такие элементы системы как:

- медийная реклама
- контекстная реклама
- поисковый маркетинг в целом и SEO в частности
- продвижение в социальных сетях: SMO и SMM
- прямой маркетинг с использованием email, RSS и т. п.
- вирусный маркетинг
- партизанский маркетинг
- интернет-брендинг
- email-маркетинг
- контент-маркетинг

Из списка предоставленного Wikipedia относительного интернет-маркетинга мы представляем каждый аспект online-маркетинг. Что дает нам большое преимущество перед конкурентами, которые специализируются только на конкретном аспекте.

К примеру фирмы занимающиеся e-mail маркетингом, ограничены только почтовым клиентом и базой э-майлов, но на сегодняшний день, практически любой почтовой клиент научился бороться со СПАМ-ом и имеет определенные скрипты, которые автоматический определяют что письмо относится к разделу вредоносных и автоматический отправляет их в СПАМ. Мы же используем e-mail-ы клиентов исключительно для оповещений новых компаний, на которых они могу заработать, используя свои ресурсы.

Особенности платформы

¹ Wikipedia - <https://www.traff.co/cFaL2X>

И так мы подошли к развязке, почему мы конкурентны на рынке online-маркетинг и что нас отличает от конкурентов.

AdExchange - это рекламная платформа, которая дает нам высокую производительность с максимальной эффективностью. Мы можем обслуживать любые показатели затрат, используя Ad Exchange, который помогает увеличивать показатели рекламы. Наш индекс качества трафика дает дополнительную прозрачность для каждой транзакции.

AdExchange создан чтобы предлагать все, что может понадобиться клиентам рекламной сети в одном месте: данные в режиме реального времени, легкая оптимизация, трафик с гарантированным качеством и варианты таргетинга по электронной почте, мобильным, видео и веб-браузерам. Нет ограничений на количество клиентов, которые вы можете добавить в систему, что делает SRXcenter простым и доступным вариантом для масштабирования рекламного бизнеса.

AdExchange имеет следующие преимущества:

Управление владельцами площадок.

Система использует точный алгоритм подсчета трафика, что дает пользователям возможность определять, откуда возникают неправильные источники трафика. Это поможет им определить, какие издатели предоставляют им худший сервис, и в то же время дать им представление о лучших источниках качественного трафика. Предоставленные данные также позволяют пользователям понять, что составляет действительный и недействительный интернет-трафик.

Управление рекламодателями.

Эта функция предоставляет пользователю возможность управлять трафиком рекламодателей и помогает достигать других целей. Он также служит системой для определения качества трафика, отправляемого каждому целевому назначению.

Фильтрация

Определяет мошеннический трафик и другой обманчивый трафик и препятствует достижению цели. О мошенническом трафике расскажем подробнее в разделе ниже.

Маршрутизация

Автоматически идентифицирует высококачественный трафик и автоматически доставляет их на предполагаемые сайты.

Расчет.

Определяет недопустимый трафик и помещает их как не подлежащие оплате. Эта функциональность позволяет пользователю создать более интеллектуальный механизм ценообразования, который обеспечивает скидки для трафика высокого качества.

Рекламодатель

В нашей платформе главным является рекламодатель, ведь именно он приносит нам прибыль, поэтому в личном кабинете рекламодатель сделано все максимально просто и интуитивно. Как только вы прошли регистрацию и зашли под своим именем и паролем в кабинет. Вам необходимо всего лишь 5 минут чтобы понять по какому принципу устроен кабинет и что где

находится. В разделе Campaigns рекламодатель создает свою кампанию, выбирая цель своей будущей рекламной кампании.

Мы имеем в своем арсенале такие ценовые модели как:

- CPC (cost per click) оплата происходит за переход
- CPV(cost per view) оплата происходит за показ
- CPM (cost per thousand impressions) оплата происходит за 1000 показов
- CPL (cost per lead) оплата происходит за лид
- CPA (cost per actions) оплата происходит за действие

Также стоит упомянуть о том, что если рекламодатель использует CPL и CPA, ему необходимо выбрать как будет происходить преобразование, мы имеем следующие варианты:

- Заполнение формы
- Инсталляция
- Регистрация
- Продажа
- Ввод Pin
- Ввод email
- Ввод Индекса
- Ввод кредитной карты
- Загрузка
- Подписка на пробную версию
- Подтверждение email
- Верификация через номер телефона

И кроме всего прочего важно не забыть выбрать категорию данной интернет-компании по скольку это будет главную роль при показе рекламы. Важно если рекламодатель будет использовать рекламную кампанию по тематике Adult то и раздел выбирать соответствующий, иначе может попасть в черный список.

После того как раздел Campaigns оформили, необходимо создать Creative или простым языком, то что собирается рекламировать рекламодатель. В разделе тип Creative выбирать баннер который будет использоваться. Мы имеем следующие решения:

- Text Ad
- Graphical Ad
- Flash Ad
- Page / Pop
- HTML / JavaScript
- Mobile banner
- Offer Wall

Как только определились с типом баннером, необходимо дать имя этому Creative, после чего создать трекер, чтобы была максимально эффективно отслеживать свою компанию. В случае если с этим возникнут проблемы наши консультанты всегда готовы придти на помощь.

И вот будущая рекламная компания почти готова, осталось только по полнить баланс. Мы принимаем следующие платежные системы:

- PayPal
- Visa/MasterCard
- Bitpay

Важно помнить, чем выше дневной бюджет и оплата за клик \ показ \ действие, тем больше охват аудитории вы получаете.

Владелец площадки

Владелец площадки или в программе он называется Affiliate или Publisher. Это лицо которое владеет интернет ресурсом или заинтересован путем распространения партнерской ссылки получать прибыль. Мы рассмотрим пример, когда владелец ресурса заинтересован в показе рекламных баннеров на своем сайте.

И так, последовательность довольно-таки простая. Все что необходимо сделать это выбрать категорию баннеров которую хочет показывать Publisher и размер. После чего он получает JavaScript код, который ему необходимо разместить на своем ресурсе. После чего он начинает зарабатывать деньги, когда его посетители выполняют необходимое под конкретный баннер.

Почему владелец площадки важен для нас?

Для платформы Traff интересны интернет-ресурсы, у которых средняя посещаемость в день от 1 тысячи уникальных пользователей. При таком потоке уникальных пользователей показ рекламных баннеров увеличивается, что помогает нашим рекламодателям быстрее достучаться до нужной ему аудитории людей.

Защита от мошенничества

Как платформа AdExchange борется с мошенниками и какую угрозу это несет интернет-маркетингу.

Помимо расширенной функции мониторинга рекламы, AdExchange направлена на устранение проблем, с некачественным трафиком поступающий от ботов и неверной географии путем использования VPN трафика.

Одно из главных преимуществ AdExchange это распознавание низкочастотных запросов и оценку работ путем встроенной системы. Наши клиенты получают не сгладимое удовольствие от качественных расходов на рекламу, избегая ботов и некачественного трафика. По сколько система автоматически обнаруживает купленные показы, поскольку она обеспечивает большую свободу в отношении посетителей высокого качества. Это приводит к повышению ROI среди рекламодателей.

Мы признаем проблему мошеннического трафика в разных интернет-платформах, в основном большим спросом пользуются такие рекламные компании как мобильная реклама. AdExchange на протяжении многих лет, борется с таким типом мошенническим-трафиком. Мы очень сильно надеемся, что обновленная система предоставит своим клиентам более точную информацию, которая поможет им полностью оптимизировать свою кампанию.

Ожидаемый результат - лучшая отдача от инвестиций в рекламные кампании.

В интернет-маркетинге ни одно предприятие не защищено на все 100% от мошеннического трафика, но в платформе AdExchange этот процент снижен до минимального. Это снижение произошло путем внедрения современных программных обеспечений, которые в свою очередь не мешают рекламодателям рекламировать свой продукт, а владельцем площадок зарабатывать деньги.

Организация рабочего процесса

Рабочий процесс в Traff выстраивается из 16 человек, которые должны работать без удаленного доступа в одном офисе. На 1ом месте при формировании рабочего коллектива должна стоять конкурентная среда. При которой каждый из работников должен стремиться к увеличению оборота компании путем привлечения новых клиентов в фирму.

Для выстраивание конкурентной среды в офисе, необходимо наличие помещения, которое будет соответствовать требованиям к работникам, а также поощрение за хорошо проделанную работу. Обычно используется определенный процент от продаж, либо материально ценные инструменты. К примеру для повышения мотивации внутри коллектива среди отдела продаж, можно использовать различные ваучеры на экстремальные мероприятия, прыжки с парашютом или полет на дельтаплане. Либо при достижении определенной суммы в обороте фирмы устраивать кооперативный отдых в лучших местах Таллинна. Это поспособствует укреплению коллектива, а также даст заряд на достижение новых целей.

Кроме того на рынке нужно быть активным, и одних продаж из офиса будет недостаточно. Если мы хотим закрепиться на рынке online-маркетинга как добросовестные представители рекламы. Мы должны участвовать в различных выставках и мероприятиях, которые организывают представители интернет-маркетинга. Это еще один способ мотивировать работников из отдела продаж для достижения целей. По сколько именно они должны представлять компанию Traff на выставках.

Исходя из наших целей, а цель у нас только одна это закрепление на рынке online-маркетинга и захват доли рынка. Мы выстраиваем следующую иерархию внутри компании:



А теперь о каждой должности отдельно.

Роль Генерального директора направлять каждый из отделов в нужном направлении, а также решать вопросы стратегического характера.

Бухгалтер на постоянной основе необходим, для оперативного выставление счетов, контроля платежей совершаемых клиентов и для разрешение технических проблем с оплатами. А также своевременная подготовка ежемесячных отчетов по обороту фирмы и начислению заработных плат.

Адвокат необходим для работы с фирмой Kredex. По сколько основная доля наших клиентов будут находится за границей. И именно под четким сотрудничеством с Kredex нам позволит снизить риски мошенничества с оплатой счетов из за границе и кидалов со стороны фирм.

Отдел кадров будет осуществлять основную работу с персоналом. Как подбор новых работников так и организовывать рабочий процесс внутри сформировавшегося коллектива.

Продавец трафика для рекламодателя в рабочие обязанности будет входить работа с частными клиентами путем нахождения их через социальные сети, а также путем холодных звонков. Кроме того в рабочие обязанности будет входить техническая поддержка сайта и программного обеспечения. В первые 3 месяца на испытательном сроке работники будут получать % от продаж, от 1% до 5%

Покупатель трафика у владельцев-площадок основные обязанности данной позиции это поиск площадок, где будут размещены рекламные баннеры и откуда мы будем получать трафик. В первые 3 месяца на испытательном сроке работники будут получать % от продаж, от 1% до 5%

Менеджер по работе с бизнес клиентами это главная движущая сила фирмы, он будет заниматься поиском бизнес клиентов которые будут покупать у нас трафик оптом из-за рубежа. Именно эти работники должны плотно работать с адвокатом и бухгалтером. В первые 3 месяца на испытательном сроке работники будут получать % от продаж, от 1% до 5%

SEO специалист будет заниматься официальной интернет страницей, чтобы поисковые машины типо Google и Yandex выдавали сайт в топ 3 по ключевым запросам.

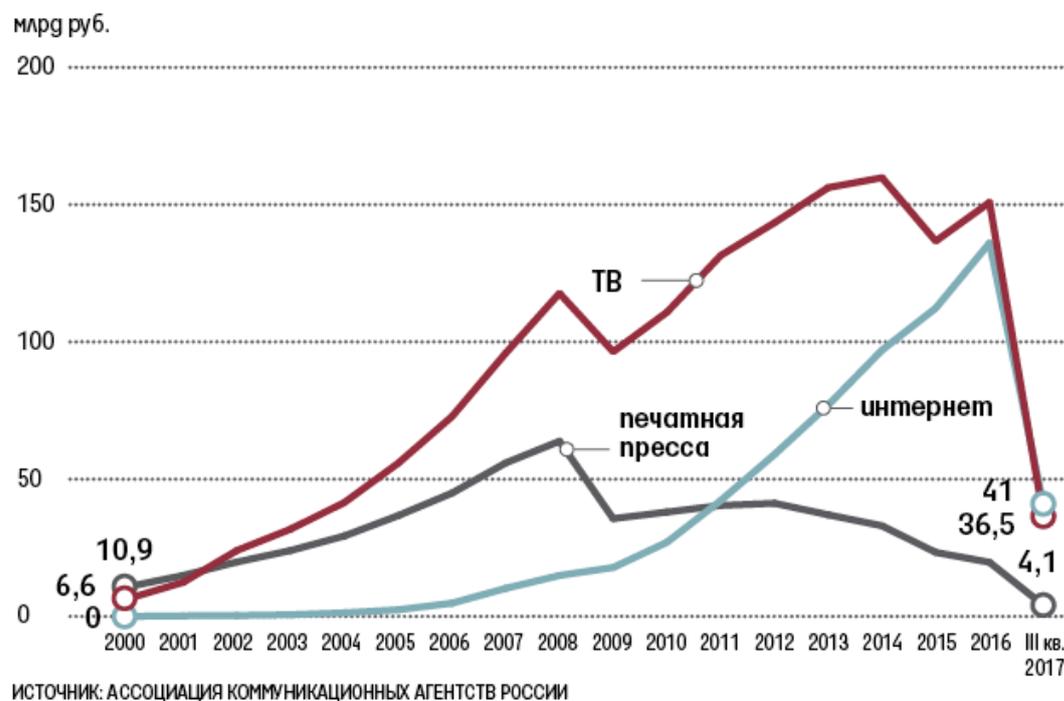
Техническая поддержка или секретарь будет выполнять функции лица фирмы, в случае входящих звонков именно секретарь будет принимать этот звонок и уже потом переводить его к одному из специалистов. Еще в обязанности будет входить работа с онлайн чатом на сайте и оперативная ответа на входящие э-майлы.

Маркетинг

Анализ рынка

Мы провели анализ рынков в интернет-маркетинге и вот что мы выяснили.

Как менялась реклама в России



К III кварталу 2017 года в России интернет реклама наконец-то обогнала рекламу на ТВ. К примеру в США это сделали еще год назад, а в Великобритании аж 5 лет назад об этом сообщает агентство Zenith.

Что это значит?

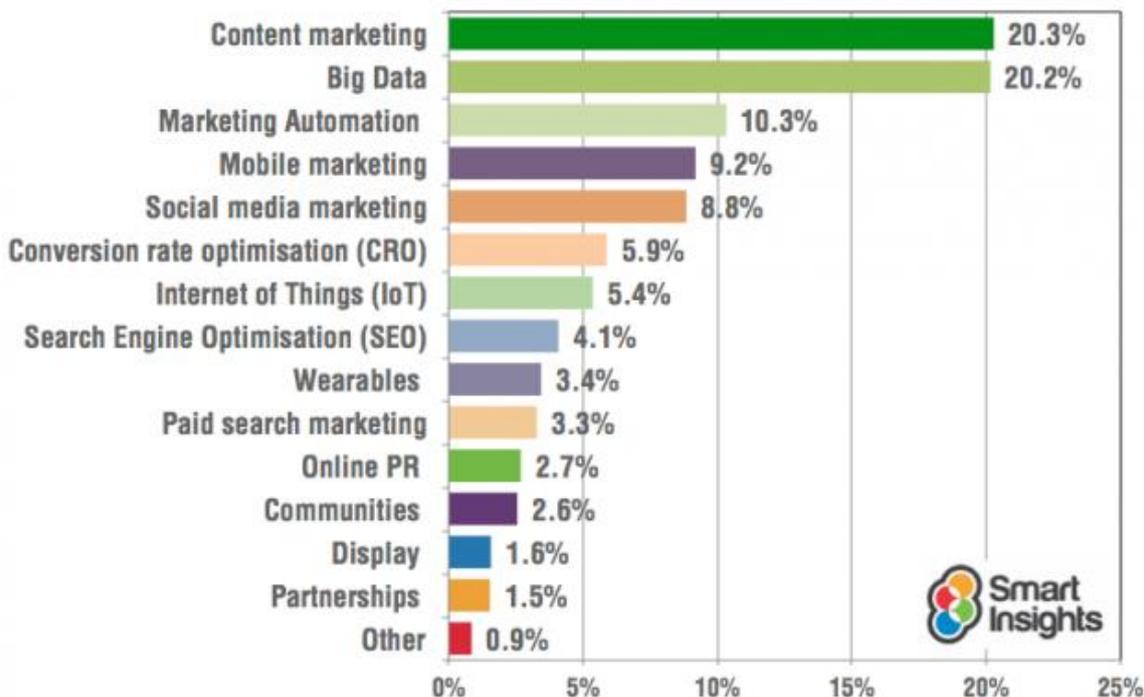
В 90 годах рекламодатели предпочитали рекламировать свои продукты и услуги путем печатных изданий. В 2003 в России рекламодатели стали больше отдавать предпочтения телевизионной рекламе и вот спустя 14 лет, интернет реклама сместила ТВ рекламу с первого места, а печатную обогнала еще в 2011 году.

С каждым годом на рынке мобильных технологий появляется все больше и больше различных гаджетов, что не может нас радовать. По сколько именно новые тенденции заставляют

отказываться от привычных ранее тенденций и переходить на более новые устройства, где мы показываем свою рекламу и укрепляем позиции на рынке.

Рейтинг в интернет-маркетинге

Top-rated digital marketing techniques 2017



В самом начале писали о том как структурирован интернет-маркетинг и вот подробная статистика на 2017 год, кто какую занимает позицию на рынке. И вот контекстный маркетинг в списке лидирует, опережая Big Data на 0.1% но это временная тенденция по сколько мобильный маркетинг должен подвить 2ую и 3ию строчку рейтинга.

Конкуренция

На мировом рынке digital-маркетинге царит безумная конкуренция. На внутреннем рынке Эстонии, наши прямые конкуренты это Google, Yandex, AdCash. Но при правильном распределении рабочих ресурсов, компании типа AdCash не будут нам конкурентами, а мелких игроков из Google и Yandex мы переманим качеством обслуживанием и высоким уровнем трафика. По сколько как писалось выше о мошенничестве с трафиком, именно в у крупных игроков больше всего проблем с накруткой трафика и бот алгоритмов для выкачивание денег из мелких рекламодателей.

Ценообразование

Как образуется ценообразование, а также как рассчитывается прибыль в интернет-маркетинге и конкретно у нас.

Минимальная ставка клик по CPC составляет 0,001 \$ клиент может указывать ставку выше если хочет более интенсивно продвигать свою компании. Также рекламодателю необходимо установить дневной бюджет выше которой интернет-компания не поднимется.

Мы планируем при 1 одном продавце для рекламодателей продавать частным клиентам трафик в обороте от 5,000.00 до 30,000.00 в месяц.

У работника с бизнес-клиентами оборот сделок должен быть выше, чем у продавцов по рекламодателям, должен составлять. от 50,000.00 до 75,000.00 в месяц.

Предположим, что 2а продавца для рекламодателей продали продали трафика на 35,000.00 в месяц и работник с бизнес-клиентами выполнил объем в 50,000.00. Оборот составил 85,000.00, а чистая прибыль составил 30% или 25,500.00

Приложение

Первоначальные расходы

Аренда помещения	3,500 €
Залог под аренду офиса	3,500 €
Оплата услуг маклера	3,500 €
Рабочая техника ***	25,072 €
Офисная мебель	15,300 €
Рабочая одежда	300 €
Оформление фирменного стиля	400 €
Брошюры	200 €
Элемент 2	
ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЕ РАСХОДЫ, ВСЕГО	51,772 €

***<https://www.traff.co/4GvWlc> <https://www.traff.co/kvmmEY>

<https://www.traff.co/6ju76R>

Денежный поток

	Месяц 1	Месяц 2	Месяц 3	Месяц 4	Месяц 5	Месяц 6	Месяц 7	Месяц 8	Месяц 9	Месяц 10	Месяц 11	Месяц 12
Начальная сумма	48 228,00 €	45 943,00 €	52 058,00 €	61 973,00 €	70 588,00 €	73 403,00 €	70 918,00 €	77 633,00 €	84 948,00 €	79 563,00 €	92 278,00 €	95 093,00 €
Доходы:												
Поступления	17 000,00 €	29 000,00 €	33 000,00 €	47 000,00 €	50 000,00 €	55 000,00 €	59 000,00 €	65 000,00 €	55 000,00 €	70 000,00 €	75 000,00 €	90 000,00 €
Общие доходы	65 228,00 €	74 943,00 €	85 058,00 €	108 973,00 €	120 588,00 €	128 403,00 €	129 918,00 €	142 633,00 €	139 948,00 €	149 563,00 €	167 278,00 €	185 093,00 €
Расходы:												
Аренда	- €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €	3 500,00 €
Коммунальные услуги	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Заработная плата (включая налоги) :												
Бухгалтера	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €
Адвоката	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €	4 500,00 €
Отдел кадров	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €
Продавцы				20 000,00 €	25 000,00 €	30 000,00 €	30 000,00 €	35 000,00 €	35 000,00 €	35 000,00 €	50 000,00 €	50 000,00 €
SEO и Техподдержка	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €	7 200,00 €
Поездки	- €	- €	- €	- €	- €	5 000,00 €	- €	- €	3 000,00 €	- €	- €	
Реклама	500,00 €	600,00 €	800,00 €	- €	- €	300,00 €	- €	400,00 €	200,00 €	- €	- €	500,00 €
Гонорары специалистов												20 000,00 €
Канцелярские принадлежности	100,00 €	100,00 €	100,00 €	- €	- €	- €	100,00 €	100,00 €	- €	100,00 €	- €	- €
Телефон	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €
Интернет	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €
Общие расходы	19 285,00 €	22 885,00 €	23 085,00 €	38 385,00 €	47 185,00 €	57 485,00 €	52 285,00 €	57 685,00 €	60 385,00 €	57 285,00 €	72 185,00 €	89 185,00 €
Баланс на конец периода	45 943,00 €	52 058,00 €	61 973,00 €	70 588,00 €	73 403,00 €	70 918,00 €	77 633,00 €	84 948,00 €	79 563,00 €	92 278,00 €	95 093,00 €	95 908,00 €

Прогноз продаж

Прогноз продаж мы планируем держать от 50.000 до 80.000 в месяц. На этот прогноз будут влиять такие факторы как, успешность заключение сделок со стороны лиц работающих с бизнес-клиентами, а также с умением быстро находить общий язык работников с мелкие игроками такими как рекламодатели.

На рост продаж разумеется будет также влиять опыт их работ, а также профессионализм и большая мотивация закрывать как можно большие сделки и приводить новый игроков. Именно эти две позиции будут играть главную роль в фирме.