



 efir

# WHITEPAPER

efir.io (former qaazqaaz.com)

April, 2018  
v3.0

We are producing this site for native advertising with bloggers. All of the barriers for advertisers are removed thanks to increased advertising quality, decentralized training, and effectiveness control. Our technologies allow us to buy native advertising from bloggers all over the world. We will help bloggers who share their unique skills to reach success. Our API allows technological startups aimed at increasing the quality of advertising with bloggers to get access to the market. Our successful experience in the CIS market on YouTube allows entry to international markets and represents us on social networks.



«With your assistance we will make this market transparent and wider».  
**Shayakhmetov Denis. CEO at Efir.io (qaazqaaz.com)**

## 요약

전 세계 네이티브 광고 시장이 급속도로 성장하고 있습니다. 2020년에 이르면 유럽 광고주가 인플루언서와의 캠페인에 지출하는 광고비는 132억 USD에 달할 것으로 예상되며, 2015년에는 52억 USD를 지출했습니다.

우리는 시장 장벽을 부수고 토큰의 가치를 높이기 위해, 시스템적으로 중요한 프로젝트를 진행합니다. 시장 규모 확장을 위해 우리는 어떤 장벽들을 제거해야 할까요? 바로 다음과 같은 5가지가 있습니다.

무료, 공개된 블로거 검색 엔진과 마켓플레이스가 존재하지 않습니다. 우리는 지능형 검색 엔진과 네이티브 광고 시장 플레이어 및 외부 스타트업을 위한 무료 마켓플레이스를 구축함으로써 이러한 문제를 해결합니다. 블로거, 광고주 및 외부 스타트업과의 거래를 위해 스마트 계약을 기반으로 한 QZ 토큰을 사용합니다.

블로거가 전문 광고 제작자가 아니라는 점입니다. 블로거의 광고 품질을 향상시키고, 일부 틈새 주제를 다루는 블로거의 부족 현상을 해결하기 위해 우리는 분산형 제작이라 불리는 서비스를 시작했습니다. 또한 블로거의 클라우드 펀딩을 위해 QZ 토큰을 사용합니다.

광고 에이전시가 턱없이 부족합니다. 에이전시의 시장 진출을 돕기 위해, 우리는 6개월 전에 전문 에이전시 톨을 출시했습니다. 또한 지금은 에이전시의 비즈니스 과정을 완벽하게 자동화 할 수 있는 톨을 개발중입니다. 톨은 유료 서비스이며,

QZ 토큰으로 서비스 요금을 지불할 수 있습니다. PR 품질을 측정할 수 있는 능력이 존재하지 않습니다. PR 품질을 어떻게 측정하는지 알고 계신분이 있나요? 우리는 그 방법을 알고 있으며, 프로젝트 지능형 측정방식을 통해 블로거의 PR 품질을 측정합니다. 톨은 유료 서비스이며, QZ 토큰으로 서비스 요금을 지불할 수 있습니다.

네이티브 광고 시장이 매우 혼탁하다는 점입니다. 우리의 분석 서비스를 통해 시장 투명성을 향상시킬 수 있습니다. 톨은 유료 서비스이며, QZ 토큰으로 서비스 요금을 지불할 수 있습니다.

위 내용 뿐만 아니라, 우리는 수많은 전용 데이터를 보유하고 있으며, 외부 스타트업이 API를 통해 그것을 활용할 수 있도록 합니다. 외부 스타트업이 efir.io 플랫폼에 자신들의 서비스를 판매하기 위해서는 우리의 토큰을 사용해야만 합니다.

우리는 약속한 것 이상을 실천했습니다. 17개 언어 지원, 178,000명에 달하는 블로거의 지능형 검색, PR 품질 평가 등에 대해 그 어떤 것도 약속드린 적이 없습니다. 우리는 여전히 발표되지 않은 몇몇 뛰어난 프로젝트를 진행하고 있으며, 당신의 기대치를 훨씬 초과할 것입니다.

우리의 토큰 거래에 참가하시면 함께 시장을 변화시킬 수 있습니다 exchange.efir.io에서 가입하실 수 있습니다. 토큰 배분에는 ERC20 스마트 계약이 사용됩니다. 발행된 모든 토큰은 모든 참가자에게 배분됩니다. 가상화폐공개(ICO) 역시 메인 토큰 거래 이후에 진행됩니다.

## Contents

<b>요약</b>	<b>2</b>
<b>2. 시장 리뷰: 성장 가능성과 진입 장벽</b>	<b>4</b>
2.1 성장중인 전 세계 네이티브 광고 시장	4
2.2 우리는 소셜 네트워크에 집중합니다.	4
2.3 높은 개발 가능성의 YouTube P2P 광고 시장	6
2.4 YouTube Famebit(및 기타)는 efir.io의 경쟁자가 아닙니다	7
2.5 시장 장벽	8
<b>3. Efir.io (리브랜딩 이전 qaazqaaz.com) 서브 프로젝트 및 토큰 사용</b>	<b>9</b>
3.1 Efir.io 검색 엔진 및 마켓플레이스	9
3.2 Production.efir.io	10
3.3 Agencies.efir.io	11
3.4 PR.quality.efir.io	11
3.5 Analytics.efir.io	12
3.6 API.efir.io & 외부 스타트업	12
3.7 시장의 성장 역사와 현재 상황	12
3.8 Efir.io가 현재와 미래의 시장에 가져다 주는 혜택:	13
3.9 프로젝트의 목표는 바로 시장 규모 확장	14
3.10 Efir.io 유료화	15
3.11 개발 및 기술적 과정	15
3.12 프로젝트 개발 계획	15
<b>4. 프로젝트 팀</b>	<b>17</b>
<b>5. 토큰 거래 과정</b>	<b>21</b>
5.1 비공개 거래	21
5.2 사전 토큰 거래	21
5.3 메인 토큰 거래	21
5.4 포스트 토큰 거래	22
5.5 토큰을 지금 바로 구매해야 하는 이유	22
<b>6. 로열티 프로그램</b>	<b>23</b>
6.1 블로거 & 대중매체	23
6.2 ICO 팀	23
<b>7. 토큰 거래 이후의 프로젝트 관리</b>	<b>24</b>
<b>8. 링크</b>	<b>25</b>

## 2. 시장 리뷰: 성장 가능성과 진입 장벽

### 2.1 성장중인 전 세계 네이티브 광고 시장

전 세계 네이티브 광고 시장이 급속하게 성장하고 있습니다. BI 인텔리전스에 따르면, 미국에서 네이티브 광고가 차지하는 수익 비율은 2016년 56%에서 2021년에는 74%로 성장할 것으로 예상됩니다.

애드유라이크(Adyoulike)는 3년 안에 전 세계 브랜드의 네이티브 광고 지출액이 2배로 증가할 것이라 예측했습니다. 이마케터(eMarketer)의 연구는 이러한 트렌드를 증명하고 있습니다: 2020년에 이르면 유럽 광고주가 네이티브 광고에 지출하는 비용은 132억 달러에 달할 것으로 예상되며, 2015년에는 52억 달러, 2016년에는 67억 달러를 기록했습니다.

#### 2.1.1 오피니언 리더를 통한 광고가 이제 세계적인 트렌드

이마케터(eMarketer)에 따르면, 84%의 미국 시장 전문가들이 12개월 내에 오피니언 리더와 캠페인을 시작할 예정입니다. 후킷(Hookit)에 의하면 2017년 스포츠맨 광고 유치, 인플루언서를 위한 스포츠 스폰서십에 지출되는 비용은 440억 달러에 달했습니다. 미디어믹스(Mediakix)에 따르면 전 세계 브랜드가 인스타 블로거를 통해 지출하는 연간 광고비는 10억 달러이며, 2019년에는 2배에 이를 것으로 보입니다.

“VK.com”은 2013년 각 분야 광고 시장이 1억 달러 규모에 이르렀다고 밝혔습니다. 2016에는 비공식 광고 시장과 공식 시장이 약 40억 달러로 동일한 규모에 이르렀습니다. 그룹 광고는 이미 다음과 같은 다양한 브랜드 사이에서 인기 있는 광고 방식입니다: Microsoft, Skyscanner, Burger King, IKEA 등

#### 2.1.2 전 세계 기업들은 블로거와의 협업을 매우 중시하고 있습니다.

블로거는 신뢰할 수 있으며, 그들은 수요를 창출해 낼 능력이 있습니다. 2017년, Amazon은 오피니언 리더와의 협력을 위한 특별 프로그램을 발표했습니다. 2017년 4월 발표된 Google과 Wildberries(온라인 의류 스토어)의 공동 리포트에 의하면, 고객들은 이제 특정 상품을 찾기 위함이 아니라 영감을 얻기 위해 쇼핑을 합니다. 그리고 Instagram, YouTube와 같은 소셜 네트워크에서 그 영감을 찾습니다.

### 2.2 우리는 소셜 네트워크에 집중합니다.

2.2.1 모든 네트워크가 블로거와의 P2P 광고를 지원하지는 않습니다. 그것이 바로 우리가 Youtube를 가장 중시하는 이유입니다.

소셜 네트워크는 P2P 광고 시장 개발에 관심이 없습니다. 이는 광고주의 돈이 소셜 네트워크를 거치지 않고 바로 블로거에게 전달되기 때문입니다. 일부 소셜 네트워크에게는 P2P 시장에서 승부를 펼칠 기회가 있겠지만, 대부분의 경우 그렇지 않습니다.

모든 소셜 네트워크는 2개의 세그먼트로 분류될 수 있습니다. 하나는 커뮤니케이션 지향성(Facebook, Instagram), 다른 하나는 콘텐츠 지향성(YouTube, Twitch, ...)입니다. 커뮤니케이션 지향성 네트워크는 친구들과의 커뮤니케이션을 위해 주로 사용됩니다. 이러한 종류의 소셜 네트워크는 포스팅 속에 광고를 숨겨두며, 블로거의 활동을 지원하는 데는 큰 관심이 없습니다. 이 때문에 블로거와 그들을 통한 광고를 크게 제한하게 됩니다. 일례로, Facebook은 5,000명 이상의 친구 추가를 허용하지 않으며, Instagram은 외부 소스로의 링크를 허용하지 않습니다.

콘텐츠 지향성 네트워크는 일반적으로 콘텐츠 그 자체를 위해 사용됩니다. 콘텐츠에 접근하는 주요 방식은 특정 블로거를 구독하는 방법이지만, 이러한 경우 소셜 네트워크의 규정에 따라야 합니다. 고품질 콘텐츠 생산을 위해서는 특별한 기술과 자원이 필요합니다. 이러한 네트워크의 일부가 되는 것이 인기 크리에이터(블로거)의 일상 업무가 되었습니다. 일반적으로 대용량 콘텐츠가 존재하며, 사용자들이 모든 포스팅을 확인하기 위해서는 상당한 시간이 필요합니다. 이 때문에 네트워크는 콘텐츠 속에 광고를 포함시킵니다. 이러한 네트워크는 블로거 없이는 존재할 수 없으며, 오피니언 리더 개발에 큰 노력을 기울입니다. 콘텐츠 지향성(YouTube, Twitch 등) 네트워크에게 P2P 광고 진행은 큰 의미가 없습니다. 블로거에게 가해지는 모든 영향력은 오디언스에게 부정적인 영향을 미칩니다. 이러한 상황에서 콘텐츠 지향성 네트워크는 P2P 광고 시장을 축소시키기 위해 그 어떤 일도 할 수 없습니다. 이 때문에 가장 큰 콘텐츠 지향성 네트워크인 YouTube가 바로 우리의 주 타겟이며, Instagram, Facebook과 같은 네트워크는 그렇지 않습니다.

#### 2.2.2 YouTube 네이티브 광고는 전통적인 광고보다 5~10배 더 효율적입니다.

YouTube 광고는 크게 두 가지로 분류할 수 있습니다. 하나는 YouTube 자체에서 판매되는 것이며(adwords.google.com을 통해), 다른 하나는 비디오 크리에이터가 판매하는 네이티브 광고입니다. 전통적인 광고와 비교할 때, 네이티브 광고는 몇 가지 중요한 이점을 가지고 있습니다. 컴스코어(comScore)에 따르면, 네이티브 광고는 전통적인 광고에 비해 5~10배 더 높은 효율성을 보이며, CTR 역시 0.5~1%에 달한다고 합니다.

## 2.3 높은 개발 가능성의 YouTube P2P 광고 시장

### 2.3.1 540개 이상의 YouTube 채널과 500만 이상의 구독자

YouTube는 10억명 이상의 오디언스를 보유한 세계 최대의 인기 리소스입니다.

YouTube의 인기는 미국 또는 러시아의 그 어떤 케이블 채널보다 높지만, YouTube 광고 수요는 TV보다 훨씬 낮습니다.

1천만명 이상의 구독자를 보유한 YouTube 채널이 140개 이상, 5백만 이상의 구독자의 경우 540개, 2백만 이상의 경우 1500개 이상의 채널이 있습니다.

광고주는 2만명 이상의 구독자를 보유한 YouTube 채널에 관심이 있습니다. 이러한 채널은 전 세계적으로 178,000개나 존재합니다.

블로거들은 대개 그들의 연락 정보를 채널 정보 페이지에 게시합니다. 적합한 채널을 찾는 광고주는 블로거에게 바로 연락을 취할 수 있으며, 마켓플레이스에게는 그 어떤 비용도 지불할 필요가 없습니다.

인기 블로거의 경우 100% 선불 작업 진행을 선호합니다. 블로거의 인기와 평판에 따라 광고주를 대하는 방식이 달라집니다. 이것이 바로 인기 블로거가 지금 보증인 역할을 하는 마켓플레이스를 필요로 하지 않는 이유입니다.

고품질 광고에 대한 수요가 블로거와 광고주 간의 창의적인 협력 방식과, 그로 인해 발생하는 대규모 커뮤니케이션 비용을 소멸시켰습니다.

광고주는 결정을 내리기 전에 광고를 통해 획득할 수 있는 조회수를 계산해 두어야 합니다. 블로거 오디언스의 품질 역시 고려해야 합니다. 채널 시청자에 대한 정보를 블로거에게만 공개되어 있습니다. YouTube는 그러한 정보의 게시를 위한 그 어떤 정보나 도구도 가지고 있지 않습니다.

광고의 품질 역시 광고주에게 있어 매우 중요한 부분 중 하나입니다. 높은 광고 효과를 얻기 위해서는, 그것이 콘텐츠 속에 전문적으로 통합되어 있어야 합니다. 제품 또는 서비스의 특정 기능과 주요 장점을 분명하게 소개해야 합니다. 대부분의 블로거는 광고 전문가가 아니기 때문에, 그들의 광고가 항상 고객의 요구 사항을 충족시키지는 못 합니다.

현재의 기술 도구는 마켓플레이스가 오디언스의 정보를 수집해 게시할 수 있는 기능까지 제공합니다. 외부 서비스의 경우 YouTube 통계 자료에 접속하기 위해서는 블로거의 승인이 필요합니다. YouTube 채널은 블로거의 주 수입원이며, 이 때문에 인기 블로거는 외부 서비스에 채널에의 접근 권한을 제공하는 것을 꺼려합니다.

이러한 상황은 역설적입니다. 모든 광고 에이전시는 자신의 오디언스 정보를 얻기 위해 보거

(bogger)들이 촬영한 스크린샷을 활용합니다. 하지만 블로거들은 정기적으로 스크린샷을 촬영하지 않기 때문에, 에이전시 고객들은 현재의 상황에 적절하지 않은 정보를 얻게 됩니다. 마켓플레이스가 블로거와 광고주의 커뮤니케이션을 더욱 복잡하게 만듭니다. 대다수의 블로거에게는 기성복처럼 광고주에 딱 맞는 “레디 투 웨어(Ready to wear)” 광고를 제작할 능력이 없습니다. 따라서 블로거와 광고주의 직접 커뮤니케이션을 제공하지 않는 마켓플레이스를 이용할 이유가 전혀 없습니다.

### 2.3.2 60개의 대형 기술 플랫폼만이 존재할 뿐입니다.

모든 인터네셔널 마켓플레이스, 플랫폼 및 서비스는 다음과 같은 4개의 카테고리로 분류할 수 있습니다:

- 먼저 전통적 마켓플레이스(YouTube의 Famebit이 최대)입니다. 이들의 주 수익원은 수수료(또는 구독료)입니다. 광고 품질에 관한 표준이 없기 때문에 광고주가 원하는 수준의 광고를 얻기 위해서는 많은 시간을 들여 블로거와 커뮤니케이션을 진행해야 합니다. 마켓플레이스는 광고주와 블로거를 분리함으로써 광고 품질을 떨어뜨립니다. 현재 이러한 마켓플레이스에서는 재구매가 발생하지 않습니다. 광고 에이전시에 소속되어 있거나, 에이전트 활동과 연관된 일부 마켓플레이스가 실제 에이전시의 경쟁자가 되고 있습니다.
- 다음으로 유료 데이터베이스가 있습니다. 그들은 시장 플레이어들에게 블로거 데이터베이스를 제공합니다. 이는 P2P 블로거 네이티브 광고 시장에서만 성공적인 비즈니스 모델입니다.
- 통계 자료 서비스입니다. 그들은 시장을 대변하기도 합니다. 인기 YouTube 채널에 관한 통계 자료를 확인할 수 있는 환경을 제공하며, 일반적으로 기능을 이용하려면 비용을 지불해야 합니다.
- 마지막으로 시장 플레이어를 위한 비즈니스 프로세스 자동화(대부분 에이전시용)가 있습니다. 일부 광고 에이전시는 그들만의 전용 기술 솔루션을 갖추고 있습니다. 시장에 존재하는 솔루션은 그렇게 많지 않으며, 그들을 가로막고 있는 주요 장벽은 바로 데이터베이스에 블로거가 부족하다는 점입니다.

## 2.4 YouTube Famebit(및 기타)는 efir.io의 경쟁자가 아닙니다

2016년 10월, Google 관계자는 Famebit 인수를 발표했으며, 이는 성공적인 것처럼 보였습니다. YouTube와 같은 거대업체에게 인수되는 일은 장기간 협력의 결과인 것처럼 보였습니다. 하지만 그렇게 간단하지만은 않았습니다.

이 이야기는 Niche(Rob Fishman이 설립한 유사 스타트업)가 Twitter에 인수될 당시를 연상 시킵니다. Niche는 콘텐츠 크리에이터를 광고주와 연결시켜 주고 수수료를 받았습니다. 인수된 후 그 수수료는 모두 Twitter에게 돌아갔습니다.

YouTube는 가장 성공적인 플랫폼 중 하나인 Famebit을 인수함으로써 완벽한 통제권을 장악했습니다(Famebit은 여전히 그들의 완전한 독립성을 주장하고 있음). 성공한 경쟁업체를 인수하고, 자신의 자금을 들여 더 성공적으로 만드는 이유는 무엇일까요? 이유는 없습니다. YouTube는 단순히 Famebit을 인수한 것이 아니라, 그 개발을 완전히 멈추게 만든 것입니다. 그뿐만이 아닙니다. 플랫폼을 인수함으로써 YouTube는 두 마리 토끼를 한 번에 잡을 수 있었습니다. Famebit이 바로 그중 하나이며, 다른 하나는 바로 신생 스타트업 시장 전체입니다. 새로운 플랫폼은 그들이 Google과 경쟁할 수 없다는 것을 깨닫게 됩니다. Google이 자신의 플랫폼을 갖추고 있으면, 다른 플랫폼은 쓸모가 없어져 바로 경쟁 레이스를 포기해 버립니다.

최대 마켓플레이스인 Famebit은 개발을 중단했기 때문에, 더 이상 경쟁자가 될 수 없습니다. 다른 마켓플레이스의 경우 광고주와 블로거를 분리해 광고의 품질을 저하시키므로 역시 경쟁자가 될 수 없습니다. efir.io는 데이터베이스에 대한 무료 액세스를 제공하기 때문에, 데이터베이스 유료 액세스 및 통계 자료 서비스 역시 efir.io의 경쟁자가 아닙니다. 비즈니스 프로세스 자동화 서비스 역시 efir.io만큼 방대한 데이터베이스를 갖추고 있지 않기 때문에 우리의 경쟁자가 될 수 없습니다.

## 2.5 시장 장벽

우리는 시장 장벽을 부수고 토큰의 가치를 높이기 위해, 시스템적으로 중요한 프로젝트를 진행합니다. 시장 규모 확장을 위해 우리는 어떤 장벽들을 제거해야 할까요? 바로 다음과 같은 5가지가 있습니다.

2.5.1 무료, 공개형 블로거 검색 엔진과 마켓플레이스가 존재하지 않습니다.

우리는 지능형 검색 엔진과 네이티브 광고 시장 플레이어 및 외부 스타트업을 위한 무료 마켓플레이스를 구축함으로써 이러한 문제를 해결합니다.

2.5.2 블로거는 전문 광고 제작자가 아닙니다.

블로거 시장은 역사가 그다지 깊지 않습니다. 모든 틈새 주제가 공개된 것이 아니므로, 당신이 모르는 성공적인 비밀 블로거가 생각보다 많을 수 있습니다. 블로거의 광고 품질을 향상시키고, 일부 틈새 주제를 다루는 블로거의 부족 현상을 해결하기 위해 우리는 분산형 제

작이라 불리는 서비스를 시작했습니다.

2.5.3 광고 에이전시가 턱없이 부족합니다.

모스크바에는 1,000개가 넘는 광고 에이전시가 있지만, 블로거와 협력 중인 에이전시는 15개도 되지 않습니다. 그 이유는 무엇일까요? 뛰어난 제안서를 작성하기 위해 에이전시는 최소 1주일이라는 시간을 소비해야 합니다. 하지만 가장 어려운 부분은 블로거를 찾아 현재의 가격 정보를 알아낸 후 클라이언트를 위해 다른 제안과 비교하는 일입니다. 에이전시의 시장 진출을 돕기 위해, 우리는 6개월 전에 전문 에이전시 툴을 출시했습니다. 또한 지금은 에이전시의 비즈니스 과정을 완벽하게 자동화 할 수 있는 툴을 개발중입니다.

2.5.4. PR 품질을 측정할 수 있는 능력이 존재하지 않습니다.

블로거 광고는 TV 또는 라디오 광고와 유사합니다. 따라서 직접 마케팅 및 판매보다는 PR 쪽에 더 가깝습니다. 우리는 평소 어떻게 PR의 결과를 측정하나요? 대개 도달수만으로 측정합니다. 하지만 진정한 PR 결과는 무엇을 포함하고 있을까요? 바로 PR 품질과 PR 도달수입니다. PR 도달수를 측정하는 방법은 누구나 알고 있습니다. YouTube의 경우 조회수를 보고 도달수를 바로 파악할 수 있습니다. 하지만 품질을 측정하는 방법을 알고 계신 분이 있나요? 우리는 그 방법을 알고 있으며, 프로젝트 지능형 측정방식을 통해 블로거의 PR 품질을 측정합니다.

2.5.5. 네이티브 광고 시장은 매우 혼탁합니다.

블로거를 통제하는 것은 전통적인 미디어의 경우처럼 간단하지 않습니다. 블로거는 평범한 사람들입니다. 그들의 말 속에는 오디언스의 생각이 반영되어 있습니다. 우리의 스파이더는 4천만 이상의 YouTuber를 검색합니다. 우리는 그들이 다양한 언어로 말하는 모든 단어를 분석합니다. 블로거가 하는 모든 말을 이해하면, 그들의 오디언스가 무엇을 생각하는지 알 수 있습니다. 우리가 블로거 분석을 시작하기 전, 네이티브 광고 시장은 매우 혼탁했습니다. 우리의 분석 서비스를 통해 시장 투명성을 향상시킬 수 있습니다.

# 3. Efir.io (리브랜딩 이전 qaazqaaz.com) 서브 프로젝트 및 토큰 사용

## 3.1 Efir.io 검색 엔진 및 마켓플레이스

Efir는 네이티브 광고 시장 플레이어 및 외부 스타트업을 위한 지능형 검색 엔진이자 무료 마켓플레이스입니다.

그렇다면 efir.io 마켓플레이스는 어떻게 작동할까요? 플랫폼에 등록된 블로거는 자신의 비공개 통계 자료, 연락처 정보 및 광고료를 제공합니다. 우리는 검색 엔진이 이러한 블로거 계정에 접근할 수 있도록 만듭니다. 광고주는 우리의 계정을 얻을 수 있는 Google에서 블로거를 찾거나, 우리의 지능형 검색을 이용할 수도 있습니다. 모든 YouTuber가 플랫폼에 가입하게 만들 수는 없습니다. 이 때문에 우선 블로거 계정의 연락처 정보와 공개 데이터만을 게시합니다. 광고주는 이를 통해 더욱 쉽게 블로거를 찾고 연락할 수 있습니다.

2017년 1월, 우리는 임시 도메인 qaazqaaz.com에서 efir.io를 출시했습니다. 그 후 6개월 내에, 러시아어를 구사하는 톱 블로거의 4분의 1이 efir.io에 가입했습니다. 2017년 8월에 우리는 외국어로의 번역 작업을 시작했습니다. 2018년 3월 말, 우리는 전 세계 2만명 이상의 구독자를 보유한 178,000개의 YouTube 계정의 지능형 검색이 가능한 베타 버전을 출시했습니다.

메인 토큰 거래 후 블로거 및 광고주를 위한 스마트 계약이 출시될 예정입니다. 기본 오라클 역시 출시 준비가 완료되었습니다. 스마트 계약을 통한 모든 거래는 토큰의 가치를 상승시킵니다.

### 3.2 Production.efir.io

어떻게 블로거의 광고 품질을 높이고 그들의 오디언스를 증가시킬 수 있을까요? 진정한 전문가가 되기 위해 블로거는 어떠한 자질을 갖추어야 하나요? 블로거는 카메라맨, 사운드 감독, 비디오 편집자, 시나리오 작가, 그래픽 디자이너 등 동시에 다양한 일을 수행해야 합니다. 우리는 전문 블로거가 되기 위한 8개의 주요 능력 및 40개의 부수적 능력을 알고 있습니다. 미디어 시장 전문가를 모아 전문가 협회를 만들고 블로거들이 이러한 협회에 가입하도록 권장합니다.

그 첫 번째 단계는 블로거 평가이며, 이를 통해 우리는 블로거와 시장 미디어 전문가로 구성된 전문팀을 구성할 수 있습니다. 전문가는 블로거에게 교육을 제공하거나, 팀 구성원의 일원으로 고용될 수 있습니다. 블로거 팀이 구성되면 벤처 투자자들은 향후 광고 배치를 위한 블로거의 권리를 구매할 수 있습니다.

세 번째 단계는 바로 블로거 개발입니다. 블로거 팀은 수집된 자금을 활용해 블로거를 개발합니다. 그 결과 콘텐츠 품질이 높아지고, 오디언스가 증가하며, 블로거의 광고비 역시 증가합니다. 이에 따라 투자자가 갖고 있는 광고권 역시 그 가치가 점점 상승합니다. 마지막 단계는 efir.io를 통한 광고권 판매입니다. 2017년 4월, 러시아에서 production.efir.io의 베

타 테스트를 시작했습니다. 스마트 계약을 통한 모든 거래는 토큰의 가치를 상승시킵니다.

### 3.3 Agencies.efir.io

현재 러시아 에이전시는 서비스에 진입해 블로거를 검색하고, 에이전시 수수료를 설정한 후 버튼 하나만으로 10초 내에 PowerPoint로 된 광고주용 비즈니스 제안서를 다운로드 할 수 있습니다. 제안서는 에이전시 신분 및 에이전시 연락처 정보 슬라이드로 구성되어 있으며, 블로거 당 하나의 슬라이드를 차지합니다. 슬라이드에서는 블로거의 공개 및 비공개 분석 정보를 제공합니다. 최신 10개 비디오의 조회수, 오디언스의 나이 및 성별 분포, 전체 가격, 조회수 당 가격 등의 정보가 포함되어 있습니다. 에이전시는 클라이언트에 대한 슬라이드만을 추가해 바로 제안서를 전송할 수 있습니다. 그 효과는 매우 즉각적입니다. 우리는 LOP에서 최종 리포트에 이르는 에이전시의 모든 비즈니스 프로세스를 자동화 할 예정입니다. 톨은 유료 서비스이며, 이를 사용하는 모든 에이전시는 토큰의 가치를 상승시킵니다.

### 3.4 PR.quality.efir.io

모든 사람들이 스마트폰을 사용하며, Samsung, Apple, Xiaomi 등 그 종류는 수도 없이 많습니다. 모든 스마트폰이 동일하게 전화 통화, 메시지 전송, 브라우저 실행 및 사진 촬영 등의 기능을 갖추고 있습니다. 하지만 왜 누군가는 Samsung, 누군가는 Apple의 제품을 구매할까요? 카메라 픽셀의 차이 때문일까요? 최신 프로세서와 구형 프로세서의 차이를 우리는 정말로 느낄 수 있을까요?

우리가 Apple이나 Samsung의 제품을 구매하는 것은 이들 브랜드가 우리를 행복하게 만들고, 성공했다는 느낌을 주기 때문일 것입니다. PR은 바로 이렇게 당신의 머리 속에 브랜드에 대한 좋은 인상을 심어주는 역할을 합니다. 인기 브랜드들은 그들이 우리를 몇 배 더 기분 좋게 만들 수 있다고 끊임없이 말하며, 우리는 그렇다고 믿습니다.

PR 전문가는 어떤 방식으로 PR의 결과를 측정하나요? 대개 도달수만으로 측정합니다. 하지만 우리는 PR 품질을 제대로 측정할 수 있는 방법을 알고 있습니다.

우리는 블로거들이 다양한 언어로 말하는 모든 단어를 분석합니다. 그리고는 모든 문장 및 전체 스피치를 통해 얻는 방향성에 대한 모든 이모션을 계산합니다. 우리는 모든 블로거의 콘텐츠를 음성, 음악 및 그림으로 분류해 각각 유사한 방식으로 접근합니다. 감정적인 매개체를 요약해 블로거의 비디오가 주는 감정적 등급을 매깁니다. 이것이 바로 우리가 광고 비디오가 미치는 감정적인 영향을 산출하는 방식입니다.

PR 품질 평가는 블로거와 광고주 사이의 스마트 계약 거래를 위한 유료 신탁의 기능을 수행합니다. 따라서 이 서비스는 다른 모든 것과 마찬가지로 토큰의 가치를 상승시킵니다.

### 3.5 Analytics.efir.io

전 세계적인 트렌드를 모니터링함으로써 복합적인 질문에 신속하게 답변할 수 있습니다. 예를 들어 우리는 브랜드의 각 지역별 인기도에 따라 경쟁 브랜드와 비교할 수 있습니다. 어느 브랜드가 더 높은 인기를 가지고 있을까요: Coke와 Pepsi, BMW와 Mercedes, Apple 아니면 Samsung?

우리는 소셜의 관점에서 트렌드와 변화를 예측할 수 있습니다. 예를 들면 어떤 여행 목적지가 다음 계절에 더 인기가 있을지, 어떤 스포츠의 인기가 점점 더 높아지는지 등이 있겠죠. 우리는 이러한 모든 질문에 신뢰할 수 있는 데이터 기반의 답변을 제공합니다.

Analytics.efir.io는 유료 서비스입니다. 때문에 다른 모든 것과 마찬가지로 토큰의 가치를 상승시킵니다.

### 3.6 API.efir.io & 외부 스타트업

우리는 수많은 전용 데이터를 보유하고 있으며, 외부 스타트업이 API를 통해 그것을 활용할 수 있도록 합니다. 외부 스타트업이 efir.io 플랫폼에 자신들의 서비스를 판매하기 위해서는 우리의 토큰을 사용해야만 합니다. 당신이 Efir.io에서 새로운 서비스를 판매해 수익을 올릴 수 있는 환경을 제공합니다. 우리는 당신을 시장 플레이어와 연결시켜 드립니다. 외부 서비스는 다른 모든 것과 마찬가지로 토큰의 가치를 상승시킵니다. 우리는 이미 몇몇 프로젝트와의 파트너십을 진행하고 있으며, 추후에 통합 결과를 공개할 예정입니다.

### 3.7 시장의 성장 역사와 현재 상황

광고 에이전시와의 비제휴 때문에, 우리는 최근 몇 개월 동안 대형 러시아 광고 에이전시들로부터의 광고 요청 수집을 관리했습니다. 당시 Efir.io는 매우 유용하게 사용되었으며, 고객을 위해 매우 중요한 역할을 수행했습니다. 2017년 1월, 무료 웹사이트에서 러시아어 구사 YouTube 블로거의 광고료 목록을 제공함으로써 서비스는 시작되었습니다. 서비스의 초기 명칭은 qaazqaaz.com이었으나, 12월 초에 Efir.io로 그 명칭을 바꾸었습니다.

우리의 성과:

- 지능형 검색 엔진의 베타 버전은 전 세계 2만명 이상의 구독자를 보유하고 있는 170,000

개 YouTube 채널을 검색할 수 있습니다(구독자 수를 제한하지 않는 경우 4000만 개 이상의 채널이 있습니다).

- 분산형 제작의 베타 버전은 러시아에서 베타 테스트를 진행중입니다.
- 전 세계 37,000개 이상 YouTube 채널의 연락 정보를 보유하고 있습니다.
- YouTube 및 Twitch 블로거로부터의 1000개 이상의 비공개 통계 자료 광고 제안, 광고료 및 연락 정보를 제공합니다. 우리는 32%의 러시아어 구사 블로거 오디언스에 접근하고 있으며, 각 100,000명 이상의 구독자를 보유하고 있습니다.
- 매일 우리는 1~2명의 새로운 블로거와 협력하고 있습니다. 그들은 등록을 통해 광고료를 게시합니다. 새로운 블로거를 모집하기 위해 우리는 그 어떤 비용도 지출하지 않습니다.
- Efir.io는 인터네셔널 시장에도 진출해 있으며, 우리의 서비스는 17개 언어를 지원합니다. 전 세계 수많은 블로거들이 우리의 웹사이트에 등록되어 있으며, 인터네셔널 광고 에이전시 역시 우리의 서비스를 사용하고 있습니다.
- 전문 미디어와 인터네셔널 블로거에 의해 폭넓고 긍정적인 평가를 받았습니다(예: Clif High report). Clif High report)
- 3분의 1에 달하는 일반 고객이 방문하고 있습니다.
- 우리의 이메일을 구독중인 블로거를 위한 활성화된 커뮤니티가 운영되고 있습니다(60% 이상의 발신 이메일이 오픈 및 열람).

### 3.8 Efir.io가 현재와 미래의 시장에 가져다 주는 혜택:

블로거

- 공개 광고 가격표를 전 세계 광고주에게 노출
- 블로거의 콘텐츠 품질 향상과 오디언스 증가를 통한 광고주 유치
- 고품질 PR을 통한 더 높은 수익 창출
- 모든 사람들이 각자의 특별한 기술을 가지고 있으며, 그것을 공유하고 블로거가 될 준비가 되어 있습니다. 이를 바탕으로 한 분산형 제작을 통해 전문적인 성장을 이루어 냅니다.

광고주

- 다양한 블로거 및 에이전시, 연락처 정보, 공개 가격, 등록이 필요없는 직접 거래
- 광고의 품질을 높임으로써 제품과 서비스를 더욱 효율적으로 홍보할 수 있습니다.
- 측정 가능한 PR 캠페인 결과를 도출함으로써 전체 PR 품질 제고

- 인터네셔널 블로거와의 분산형 거래

- 시장 투명성

#### 에이전시

- 시장에서의 접근, 블로거 및 광고주와의 직접적인 접근
- 비경쟁형 플랫폼
- 제안서에서 최종 보고서에 이르는 비즈니스 과정을 에이전시를 위해 세분화
- 전 세계 블로거 및 광고주와의 전 세계적 광고 캠페인 진행

#### 제작자 및 시장 전문가

- 블로거의 광고권 판매를 통한 수익
- 블로거 프로젝트 및 투자 유인의 빠른 시작
- 미디어 전문가의 블로거 교육을 통한 이윤
- 제작자의 블로거 개발을 통한 수익
- 새로운 스타의 발굴

#### 투자자

- 블로거 개발 투자를 위한 톨
- 톨의 가치는 거래에의 필요, 블로거 개발을 위한 클라우드 펀딩, 외부 시장 플레이어에 대한 지불 및 제한된 발행량으로 인해 증가합니다

#### IT 스타트업

- 블로거 & 그들의 통계 자료 데이터베이스로의 액세스, 마켓플레이스에서의 서비스 거래
- 시장 플레이어 플로우

### 3.9 프로젝트의 목표는 바로 시장 규모 확장

목표 실현을 위해 반드시 필요한 일:

1. 무료, 공개형 블로거 검색 엔진과 마켓플레이스를 개발합니다.
2. 블로거 광고의 품질을 향상시킵니다.
3. 광고 에이전시 부족 문제를 해결합니다.
4. PR 품질 측정 도구 개발
5. 네이티브 광고 시장의 투명화

### 3.10 Efir.io 유료화

Efir.io 검색 엔진과 마켓플레이스는 유료화되지 않았으며, 앞으로도 무료로 운영될 예정입니다. 외부 서비스 및 efir.io의 서브 프로젝트(agencies.efir.io, PRQuality.efir.io, analytics.efir.io 등)의 경우만 유료화 될 수 있습니다.

### 3.11 개발 및 기술적 과정

현재의 Efir.io 개발은 머큐리얼 버전 컨트롤 시스템을 기반으로 진행되고 있으며, 초기 코드는 깃허브 폐쇄형 리포지토리에 저장되어 있습니다. 라라벨을 메인 프레임워크로 활용하고 있으며, 멀티서버 아키텍처가 설치되어 있습니다. 이는 다수의 대륙에 걸친 수많은 서버에서 동시에 작동합니다. 부하 분산 장치와 geoDNS가 애플리케이션 서버의 기술 서비스를 원활하게 제공할 수 있는 환경을 제공합니다. Efir.io의 중앙 서버는 티어 3 레벨 데이터센터에 설치되어 있습니다.

개발 영역은 메인 서버와 분리되어 있으며, 백업 복사 멀티레벨 시스템이 개발되어 있습니다. 프로젝트는 현대 기술과 방법론적 솔루션, 아키텍처 접근법 및 추가 서버 가동을 통해 매우 신속하게 확장할 수 있습니다.

모든 개발 과정은 2017년 10월 설립된 모스크바 사무실에서 진행되었습니다.

### 3.12 프로젝트 개발 계획

관련 투자에 따른 우리의 개발 계획은 다음과 같습니다.

#### 250 ETH (비공개 거래 방식으로 수집. 완료됨)

- 개발 사무실이 모스크바에 설립되었습니다. (Efir 개발 LLC)
- 제품은 12개 언어(스페인어, 이탈리아어, 포르투갈어, 독일어, 프랑스어, 터키어, 러시아어, 우크라이나어, 영어, 중국어, 한국어, 일본어)를 지원하며, 22개국에서 사용할 수 있습니다.
- 제품 리브랜딩과 재디자인 작업을 수행했습니다(qaazqaaz.com에서 efir.io로 변경).
- Twitch를 시작했습니다. 첫 번째 블로거가 등록되었습니다.

#### 1000+ ETH (사전 거래 방식으로 수집. 작업 진행 중)

- 관리 사무실 설립
- 베타 검색 엔진을 통해 170,000개 채널 검색 가능
- 35,000개 채널의 연락 정보 제공



- 제품이 17개 언어를 지원하며, 전 세계 모든 국가에서 사용할 수 있게 되었습니다.
- 국제성, 지역별 전문가 커뮤니티가 개설되었습니다. (블로거, 제작자...)
- 암호 화폐를 사용한 첫 번째 거래가 성사되었습니다.
- 전문 제작자 커뮤니티를 위한 기본 기능이 생성되었습니다.
- 새로운 콘텐츠 지향성 소셜 네트워크가 서비스를 시작했습니다.
- 에이전시, 광고주 및 블로거를 위한 기능이 완료되었습니다.
- 외부 서비스용 기본 API가 생성되었습니다.

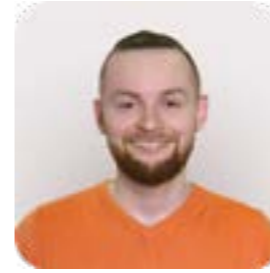
#### 7500 ETH+

- 자금관리 이사회가 설립될 예정입니다.
- 분산형 제작에 참여함으로써 블로거 수가 증가될 예정입니다.
- 지역 에이전트 네트워크가 생성될 예정입니다.
- 지역 본부 분석이 진행되고 리포트가 게시될 예정입니다.
- efir.io의 모든 거래가 QZ 암호 화폐를 사용해 진행될 예정입니다.
- 새로운 콘텐츠 지향성 소셜 네트워크가 서비스를 시작할 예정입니다.
- 분산형 제작 커뮤니티와 블로거 교육을 위한 완전한 기능이 개발될 예정입니다.
- 외부 서비스를 위한 완전한 API를 출시할 예정입니다.
- QZ 변동성 관리 기구가 개발될 예정입니다.

7500 ETH 이상의 수입은 바로 준비금에 편입되며, 커뮤니티 개발과 암호 화폐 지원에 사용됩니다

## 4. 프로젝트 팀

There is an international project team developing Efir.io



### Denis Shayahmetov

CEO

Russia, Moscow. 9 years in IT. 4 years in large federal IT projects management. Certified IPMA project manager



### Askar Abildayev

Efir.io PM

8 years of IT experience. Federal level projects web and mobile applications development control



### Dr Sanjaya Kanthan

Regional Consultant (APAC)

Australia, Sydney. 8 years in Investments and 4 years in Blockchain



### Vicky He

Regional consultant (Asia)

Magic Wallet co-founder, Broad Harvest Holdings Limited administrative partner, Chief Operations Officer at GTSTokens Chief Operation



### Vladimir Koveshnikov

Marketing&Product Development

Russia, Moscow. 13 years in IT. Projects design and implementation at the leading Russian and foreign companies



### **Michael Belyakov**

English speaking segment supervisor

Moscow, Russia. More than 30 years in the Ministry of Foreign Affairs and foreign companies



### **Anna Kozlovskaya**

Legal

Russia, Moscow. Ph.D. 10 years in IT jurisprudence



### **Nikolay Yakovlev**

Data Scientist

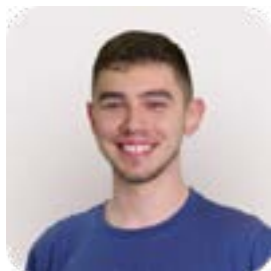
Data Scientist. More than 15 years of experience in financial departments of leading transnational industrial corporations such as “Procter and Gamble”, “Oracle”, “Uponor Rus”, “Alfalaval”. Partisipation in projects of World Bank and



### **Inna Rudaya**

PR Manager

Russia, Moscow. International Youth Projects organization and promotion experience



### **Anton Elovikov**

Product Designer

Moscow, Russia. 3 years in IT. Former brand-designer in hackRussia (the first and biggest all-Russian hackathon) and co-founder in Cassiopeia Labs.



### **Elizabeth Kornaukhova**

Regional consultant (Asia)

Ukraine, Severodonetsk. Administration and support for users of popular Internet projects in Russia and Ukraine



### **Ilya Holnov**

Agencies.efir.io PM

Russia, Moscow. 3 years in IT. Successful development of Russian digital projects



### **Zotova Anastasia**

Production.efir.io PM

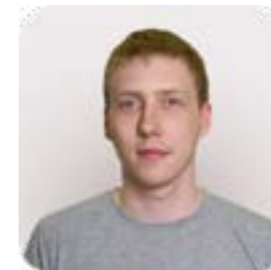
Moscow, Russia. Digital sphere projects control and promotion experience



### **Dmitry Vinokurov**

CTO

Russia, Perm. 8 years in IT. 3 years of management in successful Russian start-ups



### **Danil Vishnyakov**

Back-end Developer

Russia, Kotlas. 9 years IT experience. Successfull implementation of IT start-ups. 6 years of experience. Implementation of MVP efir.io (qaazqaaz.com)



### Kirill Dolmatov

Front-end Developer

Russia, Moscow. 5 years in IT. Interface development in successful Russian start-ups



### Alexander Gerasimov

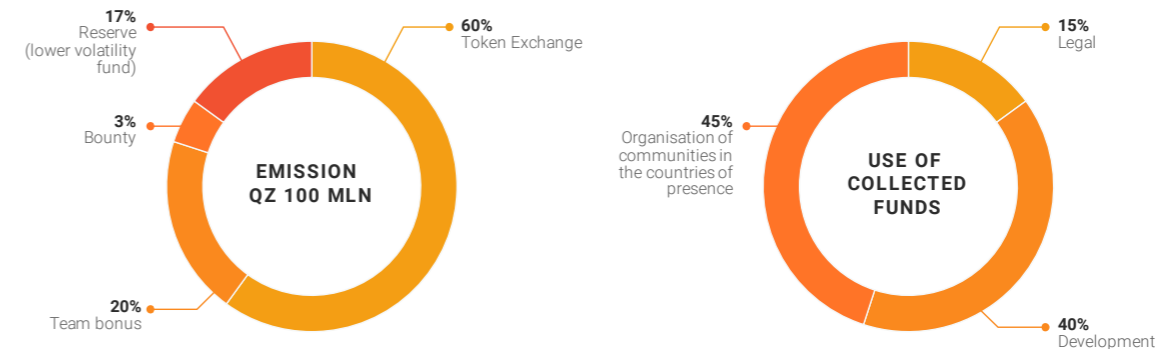
System Administrator

Russia, Moscow. 8 years in IT. Management of industrial servers. 5 year experience

## 5. 토큰 거래 과정

1억개의 채굴 불가능 QZ 토큰이 우리의 토큰 거래를 통해 발행될 예정입니다. 6천만개의 토큰이 토큰 거래를 통해 공유됩니다. 3백만개의 토큰이 바운티 프로그램에 제공됩니다. 2천만개의 토큰이 팀에게 배분되며, 1천 7백만개의 토큰이 Efir.io 준비금으로 할당됩니다. 해당 준비금은 화폐 변동성을 낮추는 데 활용됩니다.

토큰은 ETH로만 구매할 수 있습니다. 프로젝트 팀의 QZ는 6개월 간 동결됩니다.



### 5.1 비공개 거래

2017년 10월에 진행되었으며, 75명의 투자자로부터 250 ETH를 수집했습니다. 250개의 비공개 QZ가 메인 토큰 거래 스테이지에서 75%의 보너스를 추가해 QZ 토큰으로 변환될 예정입니다.

### 5.2 사전 토큰 거래

2017년 12월 11~18일에 진행되었으며, 1000 ETH가 수집되었습니다. 메인 토큰 거래를 위한 준비로서 진행되었습니다. 1000개의 사전 QZ가 메인 토큰 거래 스테이지에서 50%의 보너스를 추가해 QZ 토큰으로 변환될 예정입니다.

### 5.3 메인 토큰 거래

2018년 봄에 시작될 예정이며, 6천만개의 QZ 토큰이 발행됩니다. 토큰 거래가 진행되면 50%의 최종 자금을 프로젝트 수행에 사용할 수 있습니다. 나머지 50%의 Efir ltd 에스스로 펀드는 토큰 거래 완료 후 9개월 동안 3개월 간격으로 동일하게 배분될 예정입니다(각 분기

리포트 게시 완료 후). 분기 리포트에는 재정, 개발 및 활동 관련 정보가 포함됩니다. 토큰 거래에 참가하려면 반드시 인증 절차를 거쳐야 합니다.

## 5.4 포스트 토큰 거래

메인 토큰 거래가 시작되면 담당팀에서 암호 화폐를 사용한 결제 기능을 출시할 예정입니다. 충분한 자금을 바탕으로 프로젝트 팀은 QZ 재구매 등을 포함한 QZ 변동성을 낮추기 위해 각고의 노력을 기울일 것입니다.

## 5.5 토큰을 지금 바로 구매해야 하는 이유

QZ의 한정된 발행량, 비공개 QZ와 사전 QZ 간의 고정 환율, 지속적인 제품 개발, 뛰어난 서버 프로젝트, 분산형 커뮤니티 등으로 인해 거래 환율이 상승할 것으로 예상됩니다.

# 6. 로열티 프로그램

## 6.1 블로거 & 대중매체

블로거는 YouTube에서의 Efir.io 프로젝트 리뷰, 비공개 거래 스테이지에서의 ICO 관련 정보를 대량 생산함으로써 사전 거래 및 메인 거래에서 비디오 조회수 당 보너스를 획득할 수 있습니다. 대중매체의 경우 efir.io (qaazqaaz.com)에 관한 정보를 대량 생산함으로써 토큰 거래에서 조회수 당 보너스를 획득할 수 있습니다. 3,000,000개의 QZ 토큰이 미디어와 블로거에게 제공될 예정입니다. 전적으로 Efir.io (qaazqaaz.com)에 관한 정보만을 제공하는 YouTube 비디오는 조회수 당 5 크레딧을 지급받을 수 있습니다. Efir.io에 대한 정보를 제공하는 상업적 내용의 YouTube 비디오의 경우 1 크레딧, 대중매체 출판물의 경우 0.5 크레딧을 지급받게 됩니다. 블로거는 게시물 업로드 후 지역 매니저에게 통지해 주십시오. 대중매체의 경우 게시물 공개 24시간 전에 지역 매니저에게 통지해야 합니다. 기구 및 리소스에 관한 내용 역시 토론을 거쳐야 합니다. 토큰 거래 종료 후에는 모든 크레딧이 모아지며, 각자의 크레딧에 따라 모든 참가자에게 암호 화폐가 제공됩니다. QZ 관련 모든 요청은 메인 토큰 거래 종료 하루 전까지 보내주시기 바랍니다.

## 6.2 ICO 팀

20,000,000개의 QZ가 프로젝트 팀에 할당되며, 메인 토큰 거래 후 6개월 동안 동결됩니다.

## 7. 토큰 거래 이후의 프로젝트 관리

Efir.io 프로젝트에는 2 단계의 관리 시스템이 있습니다. 이 문서에 언급된 관리 사무실에 의해 관리되는 전략 및 제품 개발은 하위 단계에 속합니다. 관리 사무실은 법인으로 등록될 예정입니다. 개발 사무실은 관리 사무실에 소속되며, 마찬가지로 러시아 연방의 법인으로 등록됩니다(Efir 개발 LLC).

자금관리 이사회는 Efir.io의 최고 단계 관리기구이며, 주요 인사, 파트너, 블로거 및 광고 에이전시 대표로 구성될 예정입니다. 자금관리 이사회는 Efir.io의 전략을 조율합니다. 관리 사무실은 자금관리 이사회에 제출할 분기별 프로젝트 수행 리포트를 작성하며, 해당 리포트는 프로젝트 웹사이트에 게시되어야 합니다. 프로젝트를 위한 자금 지원 결정이 리포트의 내용에 따라 결정됩니다. 자금관리 이사회의 모든 구성원은 선거를 통해 선출되며, 선거 규정은 메인 토큰 거래 이후에 결정됩니다.

## 8. 링크

- [http://mediakix.com/2017/03/instagram-influencer-marketing-industry-size-how-big/#gs.\\_8i5sD0](http://mediakix.com/2017/03/instagram-influencer-marketing-industry-size-how-big/#gs._8i5sD0)
- <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/345727-bitva-za-liderov-mneniy-kak-blogery-stali-vygodnee-lyuboy-reklamy>
- <https://vc.ru/p/ad-on-youtube-channels>
- <http://www.cossa.ru/trends/157312/>
- <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://mediakix.com/2017/03/instagram-influencer-marketing-industry-size-how-big/#gs.\\_8i5sD0](http://mediakix.com/2017/03/instagram-influencer-marketing-industry-size-how-big/#gs._8i5sD0)
- <http://theinfluencemarketer.com/133-influencer-marketing-agencies-platforms-tools-companies/>
- <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/](https://www.tapinfluence.com/tp_resource/nielsen-case-study/)