

Manifest

New native advertisement market paradigm

¿Por qué estamos desarrollando Efir.io?

La historia comienza en 2016, cuando obtuvimos unos resultados increíbles en la compra de publicidad de bloggers de Youtube, para uno de nuestros clientes. Sin embargo, para lograr dichos resultados, nos vimos obligados a enfrentarnos a los mismos problemas una y otra vez.

La parte más difícil fue elegir los bloggers adecuados

Y esto fue porque no había ningún motor de búsqueda gratuito que proporcionase los precios de los bloggers y los detalles de contacto.

Pero la ausencia de motores de búsqueda no era el único problema al que nos enfrentábamos. El hecho de que los bloggers no son publicistas profesionales obstaculiza la obtención de publicidad nativa de alta calidad.

Además, es imposible pagar a los bloggers de acuerdo con el modelo clásico de CPA. Esto es porque el tipo de publicidad de los bloggers está más basado en las relaciones públicas que en las ventas reales.

Las agencias de publicidad tampoco ayudan al mercado. Primero de todo, porque no hay muchas de ellas, y en segundo lugar, porque las que hay están siempre hasta arriba de trabajo.

Además, en general, el mercado es opaco.

En enero de 2017, después de recopilar los datos de 300 bloggers (formas de contacto y precios), hicimos pública nuestra base de datos y dimos la oportunidad a otros bloggers de formar parte de ella.

Así es como creamos efir.io (qaazqaaz.com antes del cambio de nombre).

En solo un año, hemos encontrado la mayoría de canales de Youtube con más de 20k suscriptores (más de 170k canales) a través de efir.io

Los nuevos subproyectos de Efir, destinados a resolver los problemas del mercado, han empezado a lanzarse medio año después de la creación de Efir.

Hasta el momento, hemos anunciado oficialmente los siguientes proyectos:

1. Production.efir.io - producción descentralizada de bloggers
2. PRQuality.efir.io - evaluación de calidad de relaciones públicas según el modelo de CPA
3. Agencies.efir.io - servicios automatizados para agencias de publicidad
4. Analytics.efir.io - análisis del mercado de publicidad nativa de bloggers

También nos hemos dado cuenta de que la plataforma principal debía evolucionar, de un motor de búsqueda a un sistema adecuado para aquellas startups que resuelven los problemas del mercado publicitario nativo.

El mercado es enorme sigue creciendo activamente, y entendemos que no podemos cubrirlo solos.

Sin embargo, hemos sido capaces de crear un ecosistema, dentro del que podemos desarrollar el mercado junto con otras empresas del mercado.

Hemos proporcionado acceso a todos los datos del mercado principal, e invitamos a startups de TI externas a desarrollar el mercado junto a nosotros.

Definimos los siguientes principios de desarrollo del mercado publicitario nativo de bloggers:

- 1 Un Blog es un medio moderno, descentralizado y no controlado que posee el corazón y las ideas de la audiencia. **Apoyamos la descentralización** del mercado de los bloggers.
- 2 **Nuestra prioridad es la comunicación directa entre los agentes del mercado.** Es por eso que publicamos de forma abierta y libre todos los detalles de contacto de los integrantes del mercado (bloggers, agencias de producción y publicidad, anunciantes, etc.)
- 3 **La profesión de Blogger está al alcance de todo el mundo.** Unimos especialistas de los medios (editoriales de radio y TV) y damos a los bloggers la oportunidad de adoptar sus competencias profesionales.
- 4 El Blogger es un especialista que puede trabajar en múltiples plataformas diferentes al mismo tiempo (sitios web, redes sociales, etc.). **El trabajo simultáneo sobre diferentes fuentes disminuye la dependencia del blogger en la política de cada una de ellas en particular.**
- 5 **La publicidad P2P es una fuente natural de ingresos para los bloggers, pero al resto de plataformas no les resulta interesante.** Además, la publicidad de los bloggers no se basa solo en el marketing, sino también en las relaciones públicas. El pago de la publicidad para el blogger debe basarse en el resultado tanto en la parte de marketing como en la de relaciones públicas. Ayudamos a comprar y vender publicidad con pagos por resultado y no por el mero hecho de la publicación.
- 6 Las agencias de publicidad deberían ofrecer los mejores bloggers del mercado a los anunciantes, pero no a los productores. Para evitar conflictos de intereses, **las actividades de producción deben separarse de las actividades de las agencias de publicidad.**
- 7 La funcionalidad clave de la plataforma/ecosistema efir.io es gratuita para todos sus participantes. Usar efir.io **no debe implicar comisiones** o tarifas obligatorias.
- 8 **No estamos afiliados con ningún agente del mercado y solo representamos sus intereses.**

Hemos proporcionado acceso a todos los datos del mercado principal, e invitamos a otras empresas a externas a desarrollar el mercado junto a nosotros.

En marzo de 2018, lanzamos la primera versión del sistema de búsqueda de bloggers intelectuales.

Ahora, en lugar de buscar un blogger usando el nombre y la descripción del canal, los anunciantes podrán hacerlo de acuerdo al contenido del blogger.

La plataforma principal se ha localizado a 17 idiomas, gracias a lo cual, ahora pueden acceder y trabajar con ella, las agencias anunciantes de todo el mundo.

Aún nos queda mucho por hacer, para completar el desarrollo de nuestra plataforma principal y de los subproyectos.

Con su ayuda, haremos que el mercado publicitario nativo de los bloggers sea transparente y conveniente para todos sus participantes.

Denis Shayahmetov

CEO & Founder of Efir Ecosystem

ICO page: www.exchange.efir.io

Product: www.efir.io

Social: <https://www.facebook.com/qaazqaazcom/>

<https://bitcointalk.org/index.php?topic=1988584.40>

https://twitter.com/efir_qaazqaaz

<https://vk.com/qaazqaaz>

<https://medium.com/@efir.io>

t.me/joinchat/Ely2R0aqr7cn0JHYpE7jg