# DIZCOVERY NETWORK

WHITEPAPER

https://dizcovery.network

# Отказ от ответсвенности

Этот документ не является ни советом к инвестированию или проспектом любого вида, и никоим образом не связан с предложением ценных бумаг. Документ не включает и не содержит никакой информации или указаний, которые могут быть расценены как рекомендации или которые могли бы использованы для обоснования каких-либо инвестиционных решений. Этот документ не представляет собой предложение или приглашение продать акции, ценные бумаги или права, принадлежащие DIZCOVERY NETWORK или любым связанным или ассоциированным компаниям. Резиденты или туземцы стран, которые запрещают покупку ІСО исключаются из покупки токенов Dizcovery. Этот документ представляет собой только описание платформы Dizcovery Network и функционирование токенов Dizcovery. DIZCOVERY не может рассматриваться в качестве консультанта по любым юридическим, налоговым или финансовым вопросам. Вся информация в данном документе дается исключительно с общей информационной целью и DIZCOVERY не предоставляет каких-либо гарантий относительно точности и полноты этой информации. Учитывая недостаток криптотокеновой квалификации в большинстве стран, каждому покупателю настоятельно рекомендуется провести юридический и налоговый анализ, касающийся покупки и владения DIZCOVERY в соответствии с их гражданством и местом жительства.

## CETH DIZCOVERY

Интернет, который платит вам

Ваше время и мнение важны: зарабывай, когда ты лайкаешь, рекомендуешь, делишься и комментируешь

Получайте деньги, когда обнаружили контент в интернете

# Обнаружение контента

#### **ВВЕДЕНИЕ**

Было ли у Вас такое, что Вы наткнулись на страницу, подписались, стали делиться, лайкать, комментировать, загружать или даже покупать в случае, если это какой-то продукт?

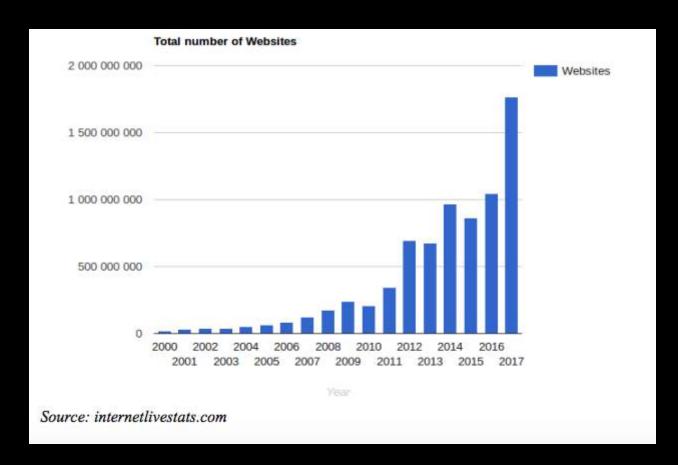
Держим пари, что не раз.

Это что-то очень мощное, поэтому мы и создали Dizcovery.

Dizcovery - это платформа для обнаружения веб-контента, который помогает своим пользователям находить и сохранять удивительные материалы в интернете на основании их интересов, социальных сетей и искусственного интеллекта, основанного на блокчейнтехнологии. Мы называем это Вашим настроенным веб-сайтом.

# ПОЧЕМУ СЕЙЧАС

По состоянию на март 2018 года насчитывалось более 1,7 миллиарда зарегистрированных веб-сайтов и более 4,5 миллиардов «индексированных» веб-страниц 1. Это означает, что каждый раз, совершая поиск в поисковых системах, вас отделяет более чем 4.5 млрд, результатов, и возможность найти точную информацию может быть очень слабой. Процесс поиска именно того, что Вы ищете, может быть подавляющим.



Чтобы найти релевантную информацию Вы можете использовать ключевые слова или поисковые фразы. Поисковые системы используют ключевые слова, популярность веб-сайтов и 'бизнес-интересы', чтобы решить, какая вебстраница будет в топе отображенных результатов.

С появлением вознаграждений, основанных на «трафике», большинство создателей веб-контента и издателей злоупотребляли этим, путем использования ключевых слов с высокой вероятностью трафика, чтобы привлечь трафик на свои сайты и заработать комиссию на основе рекламы. Не стоит забывать и тот факт, что некоторые недобросовестные, нечестные и криминально мыслящие люди, которые знают, как работают алгоритмы поисковых систем намечают ключевые слова, не относящиеся к контексту, только чтобы повысить трафик их сайта для умышленных или даже криминальных намерений.

#### Реклама

#### Роль рекламы в обнаружении контента

Каждый раз, когда Вы обращаетесь к поисковой системе и вводите поисковый термин, Вы рассчитываете, что информация есть где-то в интернете. Роль поисковой системы - служить указателем на то, где такая информация была записана.

Издатель веб-контента также хотел бы, чтобы Вы посмотрели контент, а он смог добиться того, что имел в виду при создании контента. На март 2018, более 4.5 млрд.вебстраниц было индексировано лучшими поисковыми системами.

Качество поисковых результатов базируется на нескольких ключевых факторах, в основном управляемых бизнес-интересами поисковой системы. Поскольку возможность нахождения содержимого в Интернете может быть настолько тонкой и трудоемкой.

Издатели выбрали платную рекламу для людей, которые, по их мнению, будут оценивать информацию, содержащуюся на веб-страницах или веб-контенте.

# Что такое реклама

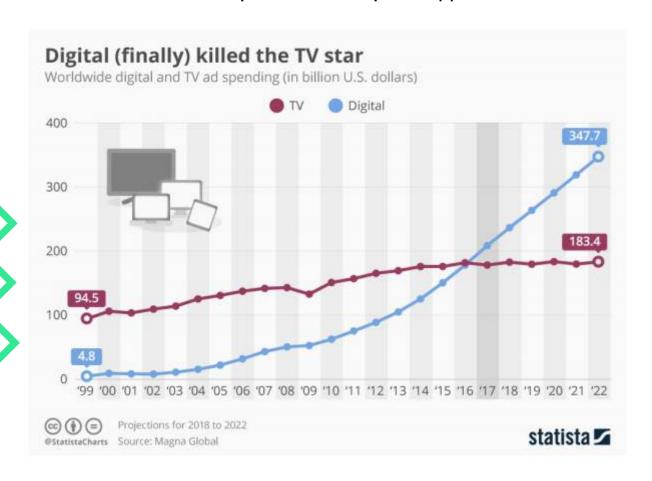
Объявление - это всего лишь что-то, что предлагает рассмотреть услугу или продукт. Реклама - это любая мера, призванная рекомендовать или повлиять на Вас рассмотреть конкретный продукт\услугу.

Часто, решение для этого сервиса - Путешесвтие в открытие. Согласно Oxford Dictionary 2, Открывать - это значит находить неожиданно или во время поиска.

Реклама принимала разные формы за историю человечества. Современная форма рекламы появилась в 19 веке с печатными технологиями, но более чем 200 лет управляла телевизионная реклама. Однако в 2017 цифровая реклама превысила телевизионную.

Цифровая реклама стала одной из самых быстрорастущих и самых прибыльных отраслей в мире на сегодняшний день и доходы, которые могут быть получены от рекламы, абсолютно невероятных

Конкретнее: расходы на цифровые рекламные кампании достигли 209 млрд. долларов США во всем мире, 41% рекламного рынка в 2017 году, в то время как телевидение принесло 178 млрд. долларов США, или 35% рынка в соответствии с Мадпа, исследовательским подразделением медиа, купившим фирму IPG Mediabrands. И ожидается, что разрыв будет расти: в 2018 году MAGNA ожидает, что расходы на цифровые рекламные кампании вырастут на 13% до 237 млрд. долларов США. К 2020 году MAGNA ожидает, что цифровая реклама составит 50% всех рекламных расходов.



# Проблема цифровых объявлений

Несмотря на то, насколько прибыльна эта индустрия, система не работает должным образом. Это приводит Марк Притчард, главный маркетолог крупнейшего рекламодателя, Р&G, заявивший в 2017, что пришло время, когда отрасль коллективно "вырастает и придерживается некоторых общих стандартов." Некоторые из этих проблем изложены ниже.

### Рекламное

### мошенничество

Новый отчет Juniper Research выяснил, что that цифровые рекламодатели потеряют приблизительно 19 млрд. долларов США на мошеннической деятельности в 2018, что равняется 51 млн. долларов США в день. Эта цифра, представляющая рекламу на онлайн- и мобильных устройствах, будет продолжать подниматься, достигая 44 млрд. долларов США на 2024. Существует предпосылка для рекламного мошенничества; стандартная мера представления рекламы - трафик. Большинство издателей, которые платят за трафик - это маленькие издатели, которые испытывают недостаток ресурсов и\или контента для привлечения посетителей на их сайт. Это привело к появлению торговых брокеров, которые взимают трафик на свои сайты.

В конечном итоге некоторые брокеры используют ботов, которые запрограммированы создавать иллюзию человеческого трафика.

Кроме того, большинство основных законодателей моды цифровой рекламы, таких как Facebook и Alphabet (Google) используют закрытые площадки, которые не позволяют провести полный аудит эффективности рекламы. Это заставило Марка

С. Притчарда - главного маркетолога Procter & Gamble - урезать около 140 млн. долларов США в рекламе, потраченных в прошлом году; требовать, чтобы операторы рекламных сетей были более открытыми с помощью своих средств измерения представления рекламы.

Тот же отчет Juniper в дальнейшем установил, что 'Закрытые площадки', подход с закрытой платформой, благодаря которому рекламные платформы ограничивают поток данных эффективности рекламы рекламодателям и издателям должны быть заброшены, чтобы стимулировать прозрачность между заинтересованными сторонами. В отчете установлено, что в результате этого темп рекламного мошенничества будет продолжать увеличиваться, что еще больше затрудняет усилия заинтересованных сторон в борьбе с мошенничеством.

## Операции посредника

Другая большая проблема - это существование посредника – рекламного брокера, который берет себе большой процент (большинство исследователей считает, что это более 50%) рекламного бюджета. Этот посредник существует из-за фрагментированной природы онлайн-рекламы. С тех пор как издатели часто стали лишаться прямых методов связи с рекламодателями,

они вынуждены использовать этих посредников, которые требуют от них платить за размещение рекламы в сетях. Эти посредники формируют один из самых больших недостатков системы, поскольку издатели и рекламодатели не имеют или располагают лишь малой прозрачностью в условиях валидации рекламных просмотров. Другая причина этих высоких мошеннических цифр - не большой стимул борьбы с рекламным мошенничеством с точки зрения посредников. Так происходит потому что посредник получает ту же сумму за мошенническое объявление, как и за настоящее.

### Злонамеренная реклама

Другая угроза - злонамеренная реклама, поддельные объявления, завлекающие пользователя кликнуть на нее, а затем загружающие злонамеренный код и вредоносные программы. Злонамеренная реклама может также побуждать пользователей посещать поддельные домены, используемые для кражи финансовой информации.

Согласно отчету RiskIQ 2017 года, "количество злонамеренной рекламы увеличилось в общем в 2017 на 2.8% по сравнению с 2016"

В отчете говорится, что «участники угроз используют злонамеренную рекламу всеми способами - фишинг, мошенничество, инструменты для взломов и вредоносное ПО - иногда даже через загрузочный диск, где целевому пользователю не нужно нажимать на вредоносную ссылку; объявление загружает вирус из фрейма без их ведома. Иногда объявление загружает программное обеспечение, которое собирает информацию на компьютере пользователя или рекламные объявления, которые добавляют к широкомасштабной сети мошеннических объявлений. Вымогатели также являются злонамеренным методом, шифруя файлы жертвы и взимая деньги, чтобы получить их незашифрованными"

# Нарушение конфиденциальности и злоупотребление

Нарушение пользовательской конфиденциальности - еще одна из основных затрат, причем настолько большая, что экономисты приравняли ее к загрязнению окружающей среды. Из отчета, проведенного Pew Research

91% совершеннолетних согласен, что потеряли контроль над тем, как собирается и используется компаниями их частная информация.

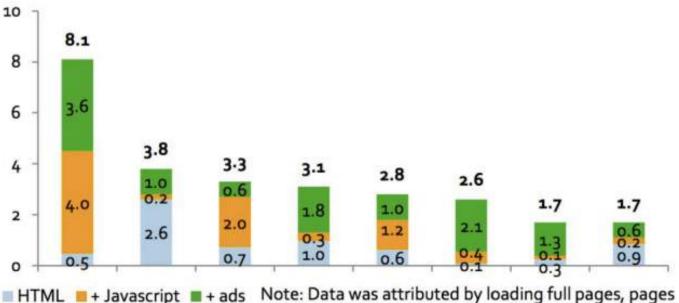
Также большое число (64%) верит, что "правительство должно делать больше для контроля рекламодателей" касательно того, как они используют и хранят личную информацию. Не удивительно, учитывая, что посещение популярного медиа-сайта часто может подвергать читателя действию более 60 трекеров.

Для борьбы с этой угрозой заметно выросло использование ad-блокеров – более 600 млн. устройств, на которых используется ad-блокеры по состоянию на 2017. Это вызывает растущую обеспокоенность у издателей, поскольку охват их рекламных кампаний уменьшается. В дальнейшем это снижает доход издателей; глобально убыток издателей от ad-блокеров вырос до \$42 млрд. с \$28 млрд. в 2016 и оставляет аудиторию, просматривающую рекламу, более привлекательной.

Даже несмотря на то, что большинство рекламных сетей демонстрируют отказ от раскрытия информации своих пользователей третьим сторонам, пользовательские и торговые данные продаются брокерами данных. Однако, нет достоверной информации о данных. Многие исследователи убеждены, что это также многомиллиардная промышленность. Недавние аналитические сводки Facebook - Cambridge доказывают это только больше.

# Стоимость данных и производительность сайта

Большинство веб-пользователей еще не поняли цену, которую они платят за просмотр рекламы. Исследование Enders Analysis показывает, что реклама составляет более 50% мобильных данных, передаваемых во время посещения популярных издательских сайтов.



Note: Data was attributed by loading full pages, pages without ads, and without ads or JavaScript elements [Source: Enders Analysis]

# Стоимость данных и производительность сайта

Исследование показало, что на рекламный контент приходится между 18% и 79% переданных мобильных данных в зависимости от сайта. Элементы JavaScript часто используются для публикации объявлений, а также для визуальных элементов, таких как анимация и добавляют еще от 6% до 68%. Enders отметили, что JavaScript, с которым он столкнулся в исследовании, не был центральным для загружаемых статей. Исследователи заключили, что разумно сказать, что реклама составляет половину всех данных, используемых страницами издателя, загружаемыми через мобильные сети передачи данных на iPhone 6. "Издательские мобильные страницы раздуты реклама - огромная часть этого," говорится в исследовании Enders. Google, Apple, и Facebook недавно выпустили опции для издателей, чтобы помочь уменьшить количество "раздутой" рекламы в пределах своих статей и увеличить количество загрузок страницы все еще принося доход — с запуском Google AMP, Apple News и Facebook Instant Articles. Однако, все эти три инициативы имеют издателей на борту, многие издатели проявляют осторожность в отношении слишком большого контроля над их распределением среди третьих сторон.

### Течение меняется

Жертвы отражают удар - Рост ad-блокеров В рекламе произошли некоторые важные изменения с момента ее зарождения, который, как считается, начался со стальной резьбы у древних египтян

Реклама постоянно адаптировалась и менялась, чтобы соответствовать новым носителям и все более подкованной аудитории. Но был один носитель, который оказал наибольшее влияние на рекламу, чем что-либо прежде.

Всемирная паутина.

Интернет преобразил рекламу самым поразительным образом. Изменился не только способ распространения объявлений, изменился также способ взаимодействия пользователя с ними. Что так радикально изменило рекламный ландшафт? Один писатель выразился: "Мы живем в век ad-блокера".

#### Жертвы отражают удар - Рост ad-блокеров

Сейчас пользователи чаще выбирает некоммерческие сайты, чтобы не быть атакованной объявлениями пока они сидят в интернете. Нужно только взглянуть на рост числа приложений, предотвращающих появление рекламы, и появление платформ с оплатой потока, таких как Netflix. Да, люди активно выбирают платить, чтобы сидеть в интернете без рекламы.

Считается, что этот новый тренд отказа от рекламы обошелся издателям в \$42 млрд. (да, миллиарда) дохода в 2017- по сравнению с \$28 млрд. в 2016

Так что не стоит относиться к этому легкомысленно. Если это не намек рекламодателям, что им нужно изменить курс (если они еще этого не сделали), то я не знаю, что это. На данный момент демография - это миллиарды, но также они наиболее скептичны, когда дело касается рекламы. Недавнее исследование Forbes показало, что они чересчур придирчивы, когда речь заходит о том, кого они будут или не будут слушать, 33% опрошенных просматривали блоги и социальные сети перед совершением покупки, чтобы собрать более "аутентичную" идею продукта и получить реальные обзоры без призмы рекламы.

# Рост контента, сгенерированного пользователями

В попытке построить доверие и привлечь потребителей, бренды сотрудничают с людьми, которые хотят покупать у них. По существу, потребитель становится частью рекламы, нежели пассивным наблюдателем.

Линии между теми, кто нуждается, более размыты, чем когда-либо, так как бренды сфокусированы больше на создании сообщества и привлечь в них потребителя, который поможет им продать продукт. Согласно прогнозам eMarketer, глобальная реклама Normal показала более низкие показатели, поскольку рынок насыщен и потребителя больше ни впечатляет, ни интересует: 615 млн. устройств блокируют раздражающую и бесполезную информацию по всему миру, все больше и больше людей применяет программы ad-блокинга на своих телефонах; 60% кликов по мобильной рекламе было сделано по ошибке. Более вероятно выжить в авиакатастрофе, чем кликнуть по баннеру.

### Почему бы не оставить цифровую рекламу?

Поскольку проблемы цифровой рекламы настолько пугающие, большинство населения планеты переходит и продолжает переходить на цифровые средства коммуникации, развлечений и образования. Отчет от We are social and Hootsuite показывает, что дигитализация объединяет мир. На январь 2018, две трети от 7.6 млрд. населения планеты имеет мобильные телефоны, из которых примерно половина также смартфоны.

Это сравнимо с тем, что половина мира имеет доступ к интернету повсеместно

Согласно данным, представленным Hootsuite and We Are Social когда дело доходит до социальных сетей, более 3 млрд. человек использует их на своих мобильных устройствах. Следовательно, любой рекламодатель, который хочет достичь значительного числа зрителей в конечном счете должен будет использовать цифровые носители.

Помимо огромного числа достижений, цифровая реклама гораздо дешевле, проще для измерений, и, если тщательно исполняется, то более эффективна, чем традиционные рекламные средства. Как следствие, рекламодатели остаются в ужасном положении. Они должны использовать цифровые объявления, но они знают, что у них есть шанс потерять значительную часть своих инвестиций в мошенничество.

# Путь вперед: искусственный интеллект на технологии Blockchain

Juniper Research утверждает, что искусственный интеллект (AI) будет иметь решающее значение для минимизации потери доходов от рекламы в результате мошенничества.

Это предсказывает, что мошенники будут все чаще внедрять инновации в своих подходах, чтобы имитировать подлинную рекламную активность, включая симуляцию кликов, движения мыши и аккаунты социальных сетей. Поэтому решения, которые есть в сфере технологических инноваций искусственного интеллекта будут единственным реальным средством сдерживания цифрового рекламного мошенничества.

# представляем DIZCOVERY NETWORK

# Наше видение

Dizcovery ставит целью стать пространством открытий в интернете и помочь создателям контента охватить сообщество пользователей, которые ценят такой контент без необходимости в обращении к посредникам или брокерам.

Также выступает в роли социального закладки для Ваших любимых и полезных веб-страниц. Пользователи будут помогать другим участникам сообщества открывать удивительный и полезный контент в интернете. Пользователи будут также зарабатывать за взаимодействие со спонсированными открытиями, также как и за другие действия, такие как обмен с другими сайтами в социальных сетях.

У рекламодателей будет возможность достигать конечного пользователя прямо без доступа к их данным и, следовательно, сохранять пользовательскую конфиденциальность, а также создавать ориентировочный таргетинг и большие конверсии. Все возможно с использованием искусственного интеллекта с поддержкой технологии блокчейн.

# Как работает Dizcovery

Dizcovery - платформа для обнаружения вебконтента, созданная, чтобы связывать людей с контентом, базирующимся на их интересах и их действиях в социальных сетях с использованием искусственного интеллекта. Мы создаем платформу, которая сделает доступной простой потребительский интернет для каждого пользователя. Главные действующие лица:

## Пользователи

Люди, которые добавляют в закладки, делятся, комментируют, лайкают и рекомендуют веб-контент. Время от времени, базируясь на их интересах и действиях, рекламодатель сможет показывать им контент, подобный другому контенту, с которым они взаимодействовали. Если они сочтут эту информацию полезной и даже сохранят, поделятся или порекомендуют ее, они получат токены в качестве комиссии за их действия в сети Dizcovery. Иногда, если пользователь выполняет дальнейшие действия, такие как регистрация, покупка и т.д., они могут заработать больше, если рекламодатель установил такие стимулы.

### **Активные Dizcoveries**

Активные корзины. Представьте маму девятимесячного малыша, которая посетила Amazon, чтобы купить детское масло и вместо того, чтобы сохранить его на Amazon, откладывает его (это как сделать закладку на Dizcovery: корзины создаются на основе интересов, тем, событий, т.д.) в корзину "Маленький ангел" в сети Dizcovery. Несколькими часами позже она заходит в свой аккаунт и под секцией Dizcovery находит около четырех других магазинов, которые ближе к ней и имеют такое же масло, может быть даже дешевле и могут предложить бесплатную доставку. Вскоре после того, как она поместит его в корзину, Al-areнt dizcovery сканирует сеть на наличие магазинов с таким же или подобным маслом, блоки, написанные об этом масле, проверяет ее соц.сети и других матерей, купивших подобное масло, их рейтинги, комментарии и другие взаимодействия, которые ранжируют страницы и обеспечивают наиболее релевантные автоматические предложения, такие как магазины рядом с ее офисом или домом, мамские блоги с хорошей репутацией и блоки о 0-5-летних, магазины детских игрушек поблизости, магазины с выгодными предложениями онлайн и т.д.

Среди этого потока контента может быть (а может и нет) спонсорский контент. Платформа предложит Вам добавить комментарии, лайки, поделиться или проголосовать за большинство статей. Некоторый контент, который спонсируется, может стимулировать к каким-то дейсвтиям и в конце дня Ваш заработок от такого контента будет варьироваться, основываясь на таких взаимодействиях.

# Неактивные корзины

Неактивные корзины - это просто веб-закладки, которые не провоцируют такого мониторинга вокруг себя. Это могут быть милые картинки, видео, вдохновляющие цитаты и т.д. Это подобно тому, что у Вас есть в закладках социальных платформ, где Вы сохраняете UR-адрес важного и полезного контента и возвращаетесь к ним позже. Вы можете переходить от активных к неактивным открытиям, включая их или выключая, что просто будет выключать или включать поток вокруг этих тем.

### Буфер обмена Dizcovery

He хотите сохранять целую страницу? He проблема - выберите или выделите контент в Ваш Dizcovery clipboard. Получайте доступ к контенту из этого буфера обмена Dizcovery clipboard через любой браузер и посредством приложений Dizcovery на разных мобильных платформах.

### Зарабатывайте на своей активности

На некоторый контент, который Вы ищете, создатель потратил огромную сумму денег, чтобы убедиться, что Вы увидите его. Разные формы рекламы и поисковая оптимизация/маркетинг/таргетинг используется, чтобы гарантировать, что контент попадет к Вам. В Dizcovery, основанном на Вашем профиле и действиях, время от времени Вам будет показываться контент, за рекламу которого заплатил создатель, а в качестве компенсации мы будем делиться с Вами некоторыми из собранных нами средств, чтобы показать спонсорские открытия. Вы можете поставить дизлайк - в этом случае он скрывается, например, архивируется, откладывается в корзину и т.д., что означает, что контент релевантен и даже рекомендуется вашим подписчикам. Эти действия могут позволить Вам заработать разные суммы на основе бюджета и настроек рекламодателя.

Каждая платформа, зарабатывающая миллиарды на рекламе зависит от пользователей. Но такие платформы часто ничего не дают взамен. Некоторые даже продают пользовательские данные третьим лицам. Каждый пользователь Dizcovery получает долю из пула. Мы не продаем данные пользователей и доходы, полученные от спонсируемых открытий. разделяются таким образом.

- 40% идет на цели административного и серверного поддержания
- 40% разделяется среди пользователей, которые взаимодействовали со спонсорскими объявлениями
- 20% разделяется среди пользователей, которые поделились информацией об обнаружении и были широко полезны для большого числа пользователей.

Если реклама стоит \$100, а 100 пользователей с ней взаимодействовали, 40% из 100 = \$40/100 = \$0.4. Каждый пользователь получит 0.4\$. Однако это количество будет варьироваться в зависимости от пользователя, базирующийся на других действиях, таких как делиться, комментировать, рекомендовать, регистрироваться, принадлежать к разным типам членства, т.д.

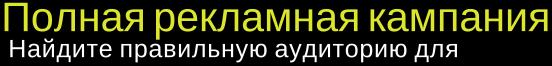
### Конфиденциальность

Рекламодатели не получат доступ к Вашей информации, таргетинг выполняется на панели инструментов рекламодателей путем взаимодействия с данными пользователя на технологии блокчейн, каждый пользовательский идентификатор зашифрован и рекламодатель или сторонние интеграторы не сможет связаться с пользователем за пределами сети Dizcovery.

# Бренды/Рекламодатели

Бренды или торговые марки, которые хотели бы продемонстрировать свое содержание пользователям, которые ценят такой тип контента. Это могут быть издатели, производители, розничные торговцы, исследовательские институты, артисты и т.д. Вместо того, чтобы просто платить за клик и впечатление, что у Вас очень мало шансов проверить подлинность, найти конечную целевую аудиторию, которая даст высокую переработку. Опыт полностью прозрачный, а аналитика - открытая, как и административный сбор за рекламу почти нулевой. Платите меньше, когда Ваш контент находит больше людей и получает больше взаимодействия.

Добро пожаловать в место, где Ваш контент - это Ваша реклама: слайды, видео, формы, продукты электронной коммерции и т.д.



Найдите правильную аудиторию для целевого распределения контента. Одна платформа, связывайтесь со своей аудиторией на всех устройствах – компьютер, планшет и сматрфон

### Ваш контент - это реклама

Распространяйте все формы контента, включая статьи, видео, слайдшоу, формы, продукты электронной коммерции - все с помощью URL-адреса.

# Количество пользователей не важно - нацеливайтесь только на нужных

Находите свою аудиторию по возрасту, полу, местоположению, устройства м, интересам и активностям. Профили наших пользователей аккуратны и хорошо организованы, чтобы Вы могли найти каждого из Вашей целевой аудитории. Тем более, наши пользователи осведомлены, что Вы будете рекламировать и соглашаются видеть Ваш контент. Их профили оптимизированы для наиболее эффективного преобразования.

## Платите меньше, когда привлекаете больше людей

Когда-нибудь слышали что-то подобное? Dizcovery была создана, чтобы поощрять пользователей обнаруживать контент, который им нравится, если с Вашим продвигаемым контентом будут много взаимодействовать и пользователи начнут делиться, рекомендовать и лайкать, это значит, что Ваш контент релевантен, следовательно, при каждом увеличении взаимодействия затраты на взаимодействие начинают снижаться на основе нашего искусственного интеллекта. Это может продолжаться, пока не будет достигнута отметка практически в ноль.

# Полный контроль и прозрачная статистика объявлений и аудита

Познакомьтесь со всеми деталями каждого из взаимодействий, дорабатывайте свою аудиторию на лету; баньте/ блокируйте подозрительных. Все представление рекламы - на блокчейне, полностью независимо от сети Dizcovery. Это прозрачность на другом уровне. Следите за деньгами, приложите свою руку к тому, где есть деньги, независимо от вашего слогана.

### Открытый **API** и сторонние разработки

Со времени открытия нашего API у брендов, рекламных компаний и других сторонних лиц появилась возможность разрабатывать приложения для Dizcovery network, чтобы удовлетворять своим вариантам использования. Вдобавок, третьи стороны могут использовать API, чтобы интегрировать сервисы Dizcovery network в свои существующие продукты, расширяя ценность своей продукции.

## Конкурентная среда

#### Некоторые действующие лица в этой области:

Dizcovery Network	Getpocket	StumbleUpon
Blockchain based interaction for users and advertisers	Not yet on blockchain	Not yet on Blockchain
Users Earn from activities	User pay subscription for premium	No
Archiving of web contents	Yes for premium	Yes
Advertisers get open API	Skeletal API limited use case	Use of widget and buttons
Protection of user data and privacy from third-party and advertisers by cryptography	Normal privacy policy	Normal privacy Policy

### Технический материал для гиков

Dizcovery - это сеть обнаружения контента, построенная на Ethereum (ETH), через создание токенов Dizcovery (DIZ). Ядро сервиса разработано, чтобы поддержать создание множество продуктов и сервисов в новом типе обнаружения веб-контента и рекламного пространства. Посредством опенсорстехнологий и общедоступного API, технология и инструментарий Dizcovery Networks даст сети Dizcovery и третьим лицам возможность построить комбинацию on-chain и off-chain сервисов.

Главными продуктами, которые будут запущены Dizcovery в первую очередь станут платформа для поиска вебконтента, которая позволит пользователям открыть удивительный двигатель искусственного интеллекта и простоту и веселье нахождения полезного контента в интернете. При построении и увеличении платформы, рекламодатели могут быть привлечены, чтобы испытать рекламу, аналитику и протоколы таргетинга, разработанные, чтобы оказывать большое сопротивление мошенничеству.

Ядро программного обеспечения сети Dizcovery допускает создание искусственного интеллекта и связь с многочисленными источниками данных, построенных на блокчейне, который обеспечивает прозрачность путем документирования всех транзакций, действий и торгов на гроссбухе, который находится в открытом доступе для чтения. Эта платформа увидит предотвращение мошенничества, встроенное в систему и разрешающее широкий и глубокий анализ действий на платформе.

Портал юзера

Стороннее API

Ядро Dizcovery

Портал рекламодателя Прямое взаимодействие между рекламодателем и пользователем отсутствует. Это обеспечивает отсутствие у рекламодателя доступа к данным пользователя. Пользовательские данные кодируются с использованием технологии блокчейн, таким образом, хоть рекламодатель и знает такие данные, как пол, возраст, интересы, может видеть актиыне и неактивные открытия, знает взаимодействия и наиболее активные часы и т.д., рекламодатель не может следить за пользователем вне сети Dizcovery, поскольку личность пользователя затуманена.

# Токены сети Dizcovery

Токены Dizcovery (DIZ) являются стандартными актами транзакции в сети Dizcovery.

Рекламодатели должны будут иметь токены DIZ, чтобы спонсировать открытия. Пользователи будут награждены токенами DIZ, если они будут просматривать спонсорские открытия. Будущие проекты включают SDK для издателей, сети передачи данных, премиум-аналитику и сторонние приложения dApps. Это все будет оплачиваться с использованием токенов DIZ. Всего будет создано 1,000,000,000 DIZ-токенов. Никаких других токенов больше создано не будет.

# Кредиты Dizcovery

Для того, чтобы уменьшить нагрузку и плату за трансфер токенов, токены конвертируются в dizcovery-кредиты, которые будут использоваться для уреголирования спонсорских открытий. То есть, если объявление будет стоить \$100, рекламодатель переводит стоимость \$100 в DIZ-токенах и ему зачисляются discovery-кредиты. Когда спонсируемое объявление просматривается, эквивалент DIZ-токенов будет вычитаться у рекламодателя и перечисляться пользователю. Затем пользователь сможет переконвертировать кредиты в DIZ-токены просто отправив их на ERC20-адрес.

# Дорожная карта

11/2017

Выявлена возможность слияния контента discovery и объявлений, используя искусственный интеллект на базе блокчейн

12/2017

Исследования, разработка технической и маркетинговой стратегии

02/2018

Demo-разработка и Тимбилдинг

03/2018

Релиз Whitepaper

06/2018

PRE-ICO

07/2018

Beta-запуск Dizcovery Network

08/2018

ІСО Краудсейл

10/2018

(Beta)-запуск портала для разработчиков

02/2019

Реализация на базе блокчейн

#### **PRE-ICO**

- Pre-ICO будет финансировать рекламу и публичный бюджет, команду и партнерства, а также вопросы регулирования.
- Pre ICO начнется 8 июня 2018 и закончится 30 июня 2018 или пока сумма сборов не достигнет 25,000,000.00 DIZ. 2.5% всех токенов Dizcovery будет доступно на протяжении Pre-ICO.
- Вы можете участвовать в Pre ICO с платежами Ethereum,
  Віtcoin или Litecoin. Вы можете связаться с нами
  по pp@dizcovery.network или нашему телеграм-каналу если у Вас
  другие средства платежа. После успешного платежа токены будут
  доступны на Вашем аккаунте discovery, но заблокированы.
- Токены станут доступны для перевода в конце краудсейла ІСО.

#### Обзор PRE-ICO

- Start June 8, 2018 (1:00PM GMT)
- End
   June 30, 2018 (11:59PM GMT)
- Acceptable currencies
   ETH, BTC, LTC

- Number of tokens for sale 25,000,000 DIZ (2.5%)
- Tokens exchange rate
   1 DIZ = \$0.16
- Minimal transaction amount \$50

#### Бонусы

60% бонусов за один первый час (rush hour) 40% бонусов за первые 23 часа 20% бонусов за первую неделю

# Краудсейл

- Краудсейл будет финансировать начальную разработку и принятие платформы Discovery Network.
- ІСО начнется 8 августа 2018 и закончится 30 августа 2018 или пока сумма сбора не достигнет \$20,000,000.00. 60% всех токенов Dizcovery будет доступно в течение ICO.
- Вы можете участвовать в ICO с Ethereum, Bitcoin или Litecoin. После успешной оплаты токены будут доступны на Вашей панели.
- Токены будут немедленно переведены после краудсейла или когда сумма сбора достигнет \$20,000,000.00.

#### Обзор ІСО

Start

August 8, 2018 (1:00PM GMT)

- End August 31, 2018 (11:59PM GMT)
- Acceptable currencies ETH. BTC. LTC

 Number of tokens for sale 600,000,000 DIZ (60%)

Tokens exchange rate

1 DIZ = \$0.25

 Minimal transaction amount \$50

#### Бонусы

Бонусы доступны на протяжении ІСО и будут уменьшатся по шкале следующим образом:

30% бонусов за первые 24 часа

20% бонусов за 1ю неделю

10% бонусов за 2ю неделю

5% бонусов за 3ю неделю

После Зй недели для финальных дней ІСО бонусов не будет.



#### Распределение DIZ-токенов

60% от общего количества созданных токенов будет доступно во время ICO. 12% токенов перейдет во внутренний резервный фонд с тем, чтобы создать депозит заблокированных токенов, которые будут использоваться для будущего финансирования, для предоставления простого доступа к DIZ для портирования пользователей, рекламодателей и в приложениях dApps. Токены резервного фонда будут заблокированы на 24 месяца с 6 месяцами клифа. 10% токенов отойдут к нашим партнерам за поддержку нашего бизнеса. Партнеры включают налоговых, бухгалтерских, юридических, стратегических, маркетинговых и других партнеров. 4% общего количества токенов будут обеспечены консультантам и будут заблокированы на 6 месяцев. 5% процентами токенов будет вознаграждена команда за их важную роль в проекте . 5% от всех токенов будет доступно компании в качестве фонда на непредвиденные ситуации. Этот фонд будет использован только по необходимости. 4% будет обеспечено пользователм через программы Баунти.

Все непроданные токены будут храниться на адресе фонда Dizcovery, будут законны в течение 24 месяцев с 6-ти месячным клифом и использованы командой Dizcovery для предоставления простого доступа к DIZ для портирования пользователей, рекламодателей и через приложения dApps. Они также будут играть роль формы продолжения финансирования продукции.

# Токен сейл





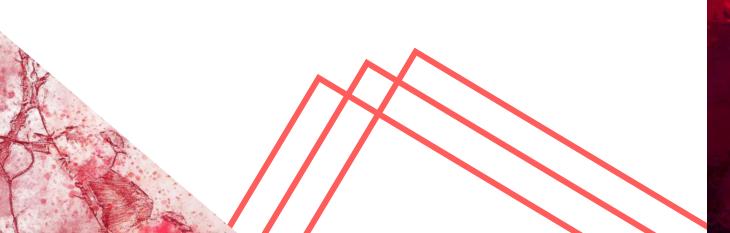
### Распределение средств

Разработка ПО: 40% средств будут направлены на разработку и улучшение платформы Dizcovery Network. Сюда также входят внешняя безопасность, тесты на уязвимость и аудит.

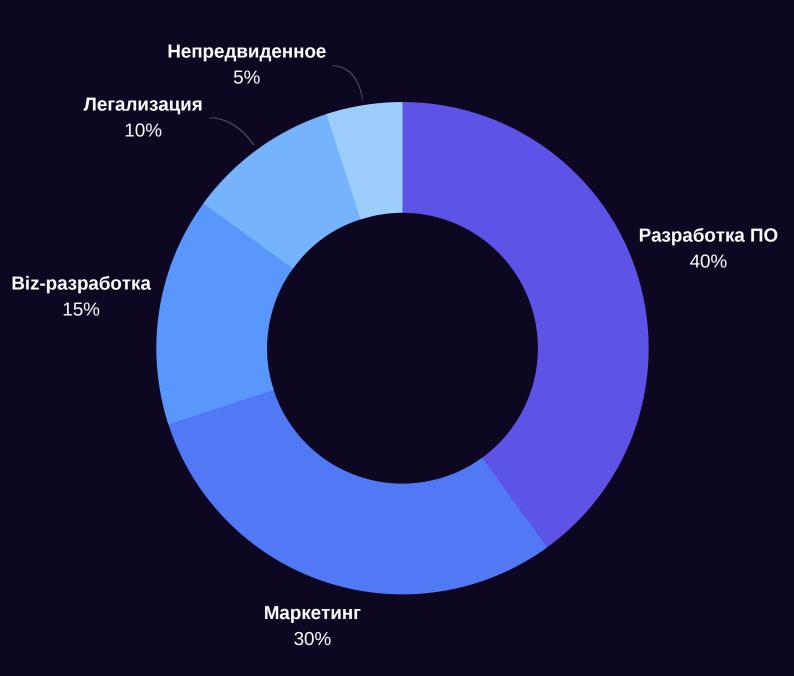
**Маркетинг**: 30% средств будут направлены на действия, которые обеспечат пользователям и рекламодателям широкую осведомленность и принятие Dizcovery Network. Сюда могут входить бесплатные dizcovery-кредиты для реффералов и испытания рекламы.

**Бизнес-развитие:** 15% бюджета будет распределено на разработку сетевых бизнес-моделей таким способом, который привлечет человеческие ресурсы из бизнесразработки, специалистов цифровой контекстной рекламы и разработчиков, которые создадут независимую стороннюю интеграцию и приложения.

**Легализация и администрирование**: большинство из 10% будет использовано на развитие правовой основы сети Dizcovery, бухгалтерские и административные пошлины. **Непредвиденные обстоятельства**: Вы никогда не знаете, что может Вас ожидать, поэтому лучше быть готовым, чем жалеть. 5% будут служить резервом на всякий случай.



# Распределение средств





# DIZCOVERY NETWORK KOMAHAA



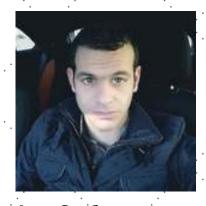
#### Узуа Тимчосен Со-основатель, Главный разработчик

Тим начинал как самоучка в возрасте 13, когда наткнулся на С++. Имея высшее образование в области компьютерных наук и более 15 лет разработки, его опыт пересекается с разными областями, включая: блокчейн, ИИ, финансовые технологии, венчурный и стартап-капитал, банкинг и мбильные деньги, электронная коммерция и т.д. Мечта - отрастить бороду длиной как у Аристотеля.



Тони Ини Со-основатель, Технический директор

Его любовь к простому, безопасному и "рабочему" коду бесценна. С магистерской степенью в области информационных системах и опытом, более чем в 10 лет Тони работал с клиентами и коллегами из разных стран. У тони есть секрет, связанный с его бородой, но вы его не узнаете, потому что скоро он собирается сбрить ее.



Анас Сунбал Программист искусственного интеллекта

искусственного интеллекта
Анас работал во многих
проектах в области Natural
Language Processing
алгоритмов машинного
обучения(ML) и Dataмайнинга. Его предыдущие
проекты включают системы
анализа данных соц сетей,
генерацию BPMN-диаграмм из
текста, системы
рекомендаций, системы
оценки мнений и система
распознавания звуков птиц
среди прочего.



Александр Гатылюк Блокчейн-разработчик

Опытный разработчик полного цикла, интересующийся блокчейном и смарт-контрактами. Помимо блокчейна, он разработал много вебпроектов с разнообразным и сложным функционалом в качестве главного программиста и системного инженера.



Остин Онче Разработчик полного цикла

Octuн располагает опытом в PHP и современном JS (ReactJS, AngularJS, & NodeJS) и имеет опыт работы в Solidity и Python, MEAN stack, AWS, Heroku, и базах данных, например, MongoDB, PostgreSQL и т.д.



Дунг Ху Нгуен Менеджер сообщества Вьетанамский



Юлиан Родригес Менеджер сообщества -Испанский



Адриана Сат Менеджер сообщества -Французский





Адам Бакар Менеджер сообщества-Арабский



**Джи Джо**Менеджер сообщества - **Корейский** 



**Виктор Джев**Менеджер сообщества - **Русский** 



Есть вопросы? Свяжитесь с нами и ответим Вам как можно скорее. Подпишитесь, чтобы быть в курсе обновлений:



https://dizcovery.network



https://fb.me/dizcoveryICO



https://twitter.com/dizcoveryICO



https://t.me/dizcoveryICO



hello@dizcovery.network



- 1. Размер Всемирной паутины (Интернет)
- 2. Определение "открывать": Oxford Dictionary
- 3. Цифровые технологии (в конечном счете) убили TVзвезду: Statista.com
- 4. Цифровая реклама будет стоить \$420 млрд.
- 5. P&G сокращает траты до \$140 млн. на цифровую рекламу
- 6. Сложные чувства американцев в отношении социальных сетей в эпоху конфиденциальности.
- 7. Отчет Adblock за 2017
- 8. Отчет RiskIQ для Q4 2017
- 9. Обучение Adblocker'y от Enders Analysis
- 10. Потеря доходов издателя от блокировки рекламы выросла до \$42 млрд.
- 11. Скорее всего, вы переживете крушение самолета или выиграете лотерею, чем нажмете на рекламный баннер
- 12. Цифровые технологии перевернули мир
- 13. Искусственный интеллект & Гонка за данными
- 14. Будущее цифровой рекламы искусственный интеллект, рекламное мошенничество и Ad-блокинг в 2017-2022

# СПАСИБО ЗА ПРОЧТЕНИЕ

# DIZCOVERY NETWORK

WHITEPAPER