

SATT

the future of advertisement intelligence



WHITE PAPER

Sommaire

01 • INTRODUCTION	3
02 • LA PUBLICITÉ EN LIGNE	7
Le marché gigantesque de la publicité en ligne	8
Quelques définitions pour bien comprendre la publicité	11
Les différents business model de la publicité en ligne	12
03 • UN SMART CONTRACT POUR RÉGIR LES TRANSACTIONS DE PUBLICITÉS	13
A. Sélection des éditeurs	13
B. Quantifier les résultats d'une campagne de publicité	14
C. Instaurer la confiance, prévenir la fraude	15
D. Utilisation simple	16
E. Diminuer les coûts, accélérer les transactions	16
04 • FONCTIONNEMENT DU SMART-CONTRACT SATT	17
Annonceurs	18
Editeurs	19
API - Oracles	20
05 • PARAMÈTRES DE L'ICO	22
06 • FAQ	26
07 • TIMELINE	27
08 • L'ÉQUIPE	28
09 • CONTACT	29

01

QUI SOMMES-NOUS ?



All the Apps You'll Ever Need

Nous sommes **ATAYEN**, une entreprise américaine spécialisée dans la création d'applications à destination des pages entreprises sur **facebook** et les réseaux sociaux.

Developpeurs facebook depuis 2008, **Gauthier BROS et Stéphanie Clément** fondent **ATAYEN, Inc** en 2014 afin de monétiser la suite d'application marketing qu'ils ont développé pour améliorer une page fan Facebook et communiquer avec sa communauté.

La suite d'application **ATAYEN, Inc** permet de créer un véritable hub de communication grâce à des outils simples et efficaces.

LA SUITE PROPOSE :



Contact Form

Permet de créer un formulaire de contact entièrement personnalisable à intégrer dans votre page Facebook.



Newsletters

Donne la possibilité de créer une véritable campagne d'Emailing à partir de votre page Facebook.



Automatic Newsletter

Envoie automatiquement à vos contacts une newsletter générée à partir de vos actualités Facebook.



Coupons App

Rend possible la création de coupons pour récompenser les fans de votre page et mettre en avant vos produits.



Iframe Apps

Permet d'insérer et de personnaliser le contenu de son choix dans une page Facebook.



Add a Link

Permet d'ajouter des liens personnalisés et redirige les utilisateurs vers les pages de votre choix.



Store App

Aide à créer ou importer votre boutique personnalisée en ligne sur votre page.



Sharing Tool

Permet d'ajouter des liens personnalisés et redirige les utilisateurs vers les pages de votre choix.

⬡ Un défi, révolutionner la publicité grâce à la blockchain.

Nos **4 000 000** de pages clients ont toutes le même besoin : maximiser la diffusion de leur message. Le seul moyen qui leur est aujourd'hui offert c'est de le faire chacun de leur côté. Quand **4 000 000** de pages utilisent le même outil, il devient évident de créer un réseau d'échange de publicités entre les communautés de ces nombreuses pages.

Par exemple pour que la page Mercedes puisse publier sa dernière vidéo sur la page Facebook d'Autojournal ou encore qu'Amnesty International puisse apparaître dans la Newsletter de CNN.

Autre exemple, Nike qui voudrait, sur Instagram, un post sponsorisé de Kob Bryant.

Dans le cadre de nos développements, nous avons eu l'idée de créer un outil permettant aux entreprises d'échanger de la publicité sur leurs différents réseaux sociaux. Jusqu'ici, il n'y avait pas d'offre simple et efficace pour répondre à ce besoin.

L'opportunité était évidente ! 4 000 000 de pages avec le même dénominateur commun et prêtes à échanger de la visibilité !

Durant le développement de notre application, nos recherches nous ont amené à nous intéresser à la **blockchain**.

C'est une base de données décentralisée et distribuée permettant de garantir l'intégrité d'une BDD d'offres ainsi que d'assurer le paiement automatiquement en fonction de paramètres extérieurs fournis par un oracle.

Cette solution nous permet d'offrir à une communauté de développeur un outil puissant et fiable pour régir les relations annonceurs/éditeurs.

L'idée de SaTT était née, un token utility pour régir les relations entre les annonceurs et les éditeurs afin d'échanger de la publicité

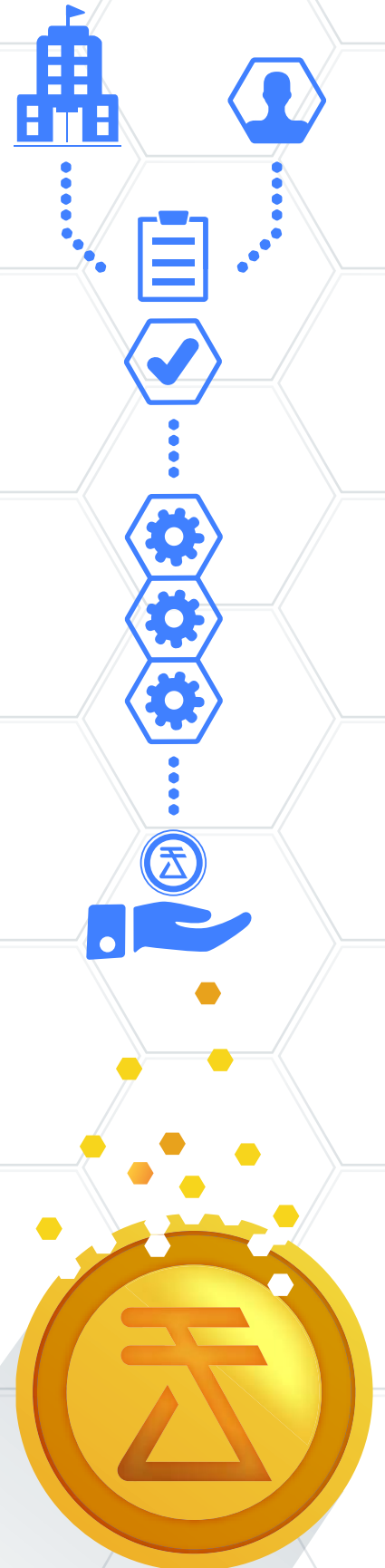
et rémunérer des audiences.

SATT (Smart Advertising Transaction Token)!

Une monnaie régie par un Smart-contract spécialisé qui fixe les conditions de participation aux campagnes des éditeurs, les conditions de succès des campagnes, et ce jusqu'à la rémunération finale.

La blockchain **Ethérum** rend le système rapide, peu coûteux, sûr et polyvalent, ce qui offre la possibilité de se délivrer de toutes contraintes induites par des intermédiaires centralisés.

La mission du projet est de rendre la distribution des récompenses sur le marché du trafic Internet plus équitable et d'établir des nouvelles normes de transparence et d'efficacité pour quantifier et payer les échanges.



TIMELINE

2011

Gauthier & Stéphanie rejoignent le
Facebook Developpeur

facebook developers

2012

«The IFrame App is among the simplest for
dressing up your Facebook presence.»

PCWorld

2013

«Facebook marketing for dummies - vol II»
recommande l'utilisation de Contact Form

Facebook Marketing
THE DUMMIES

2014

Naissance d' **atayen**

2015

Lancement de la version
IFRAME-APPS all-in-one suite à 19\$.
Entrée dans le capital de :

kima
ventures



THE DOT
THE DOT CORP. COM

2016

Ouverture des antennes d'Iframe-Apps aux
USA et Tunisie

2017

Entrée dans le capital de **Soly Azar**

Consulting

GRUPE
SOLLY AZAR

2018



**LANCEMENT DE ICO ATAYEN SMART
ADVERTISING TOKEN**



IFRAME APPS
est créé



CONTACT FORM
est créé



100 000
utilisateurs



800 000
pages installées



NEWSLETTERS
est créé



500 000
utilisateurs



2.000.000
pages installées



750 000
d'utilisateurs



2.300.000
pages installées



1.000.000
d'utilisateurs



3.000.000
pages installées



LANCEMENT
Bêta Sharing Tools



LANCEMENT
V1-Automatic
Newsletters



ONLY FOR LIKERS
est créé



STORE APP
est créé



ADD A LINK
est créé



COUPONS APP
est créé



5000
clients payants



500K
likes on Facebook



LANCEMENT
Bêta Automatic
Newsletters

ATAYEN

EN QUELQUES CHIFFRES

PLUS D'1 MILLION D'UTILISATEURS

121 PAYS
UTILISATEURS
DANS LE
MONDE

CANADA
3 495

USA
460 178

BRÉSIL
27 468
AMÉRIQUE LATINE
52 836

FRANCE : 116 702
ROYAUME-UNI : 99 092
ITALIE : 22 743
ALLEMAGNE : 21 739
ESPAGNE : 20 925

RUSSIA
8 213

JAPAN
3 329

TURQUIE
19 809

ARABIE
SAOUDITE
15 863

INDONÉSIE
20 533

THAÏLANDE
14 162

PRÈS DE
4 MILLIONS
DE PAGES
CRÉÉES

515 505
COMMUNAUTÉS

228 161
PAGES PERSONS

130 140
ARTISTES
MUSICAUX

104 990
PRODUITS/
SERVICES

482 832
APPLICATIONS

115 730
SOCIÉTÉS

207 799
BOUTIQUES

100 753
SITES INTERNET

4 MILLIONS D'ENTREPRISES ONT INSTALLÉ NOS
APPLICATIONS SUR LEUR PAGE FACEBOOK, DONT :



02

LA PUBLICITÉ EN LIGNE

Les annonceurs disposent de nombreux outils pour publier, quantifier et analyser leurs campagnes de publicités. Ils peuvent diffuser leurs messages au travers de :

- ▶ Sites de marque et sites co-brandés
- ▶ Présence sur les réseaux communautaires
- ▶ Campagnes Rich Média
- ▶ Sponsoring de contenu, brand content, influence marketing

La stratégie digitale doit être construite et mesurée en fonctions de plusieurs contraintes :



La quantification de résultats, visant à évaluer l'efficacité des actions digitales au regard des objectifs de campagnes en termes d'impact sur la marque (notoriété, mémorisation, préférence de marque...) et/ou de performance (accroissement du trafic, des ventes on line, offline, génération d'opportunités ou leads...)



La stratégie d'achat médias, visant à piloter les budgets de communication, en évaluant la capacité du Web à contribuer efficacement au plan média (couverture de la cible, répétition des messages, complémentarité des médias)



L'engagement de communauté par la création de contenu, la participation à l'esprit de la marque et la diffusion sur les réseaux sociaux.



Connaître ses clients et sa communauté pour **appréhender** leurs besoins et attentes.
Connaître la qualification de leads et les datas de comportement par des outils et bases de données tierces.

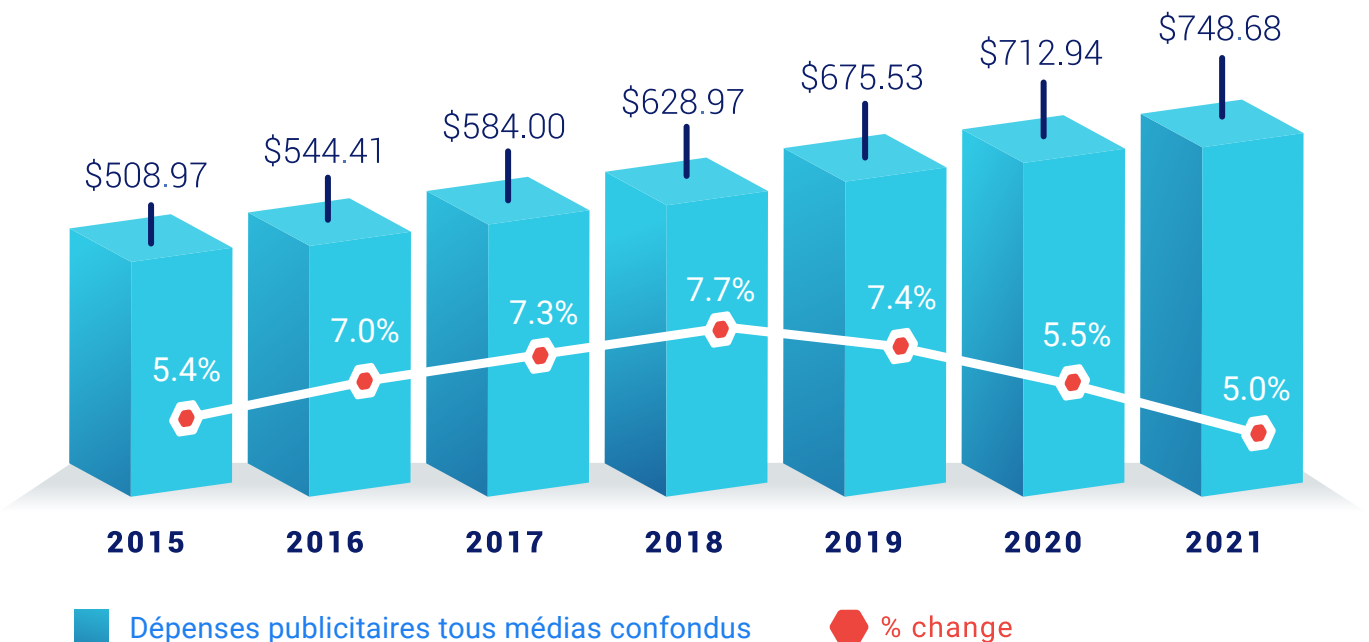
🔷 Le marché gigantesque de la publicité en ligne!

Selon Statista, on estime que le marché de la publicité en ligne augmentera d'environ **15% chaque année** jusqu'en 2021.

Le montant total des revenus de la publicité digitale en 2017 devrait atteindre **227 milliards de dollars**.

🔷 Total des dépenses publicitaire mondiale, 2015-2021

Milliards et % change



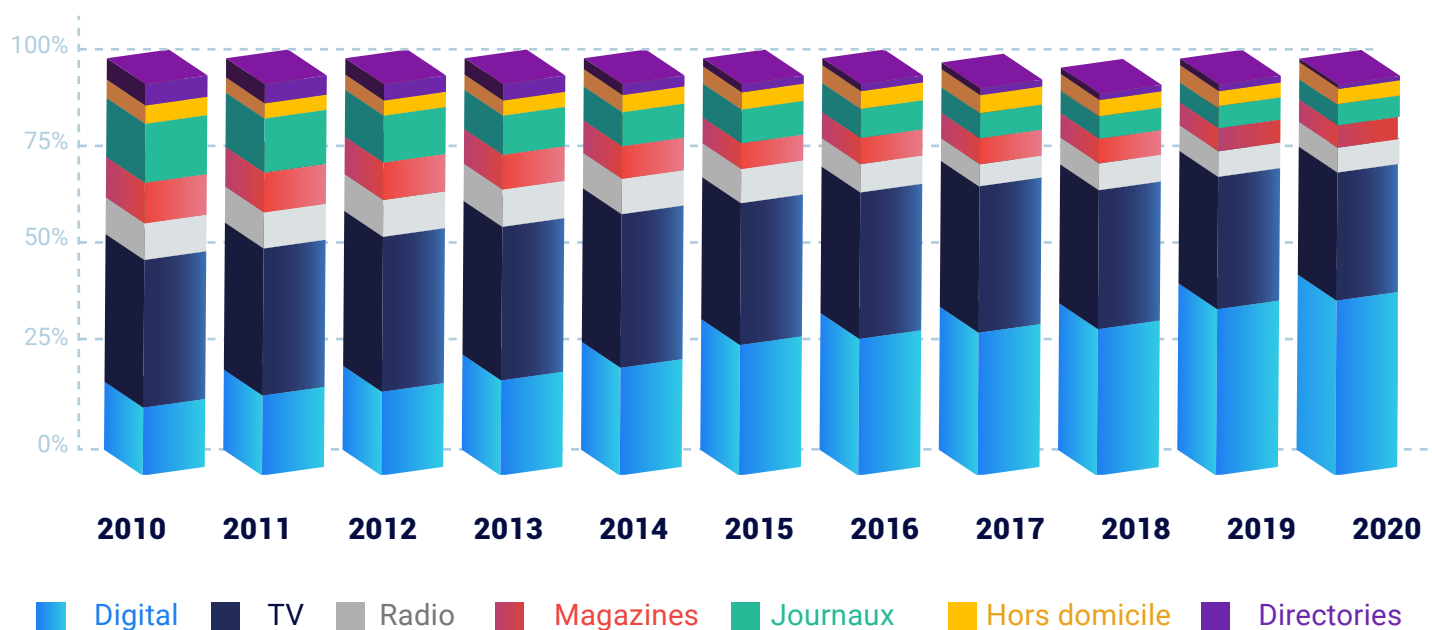
Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones and tablets on all formats mentioned; data through 2012 is derived from IAB/PwC data, numbers may not add up to total due to rounding;

* Includes ads such as Facebook's Sponsored Stories and Twitter's Promoted Tweets

Source: eMarketer. Aug 2013

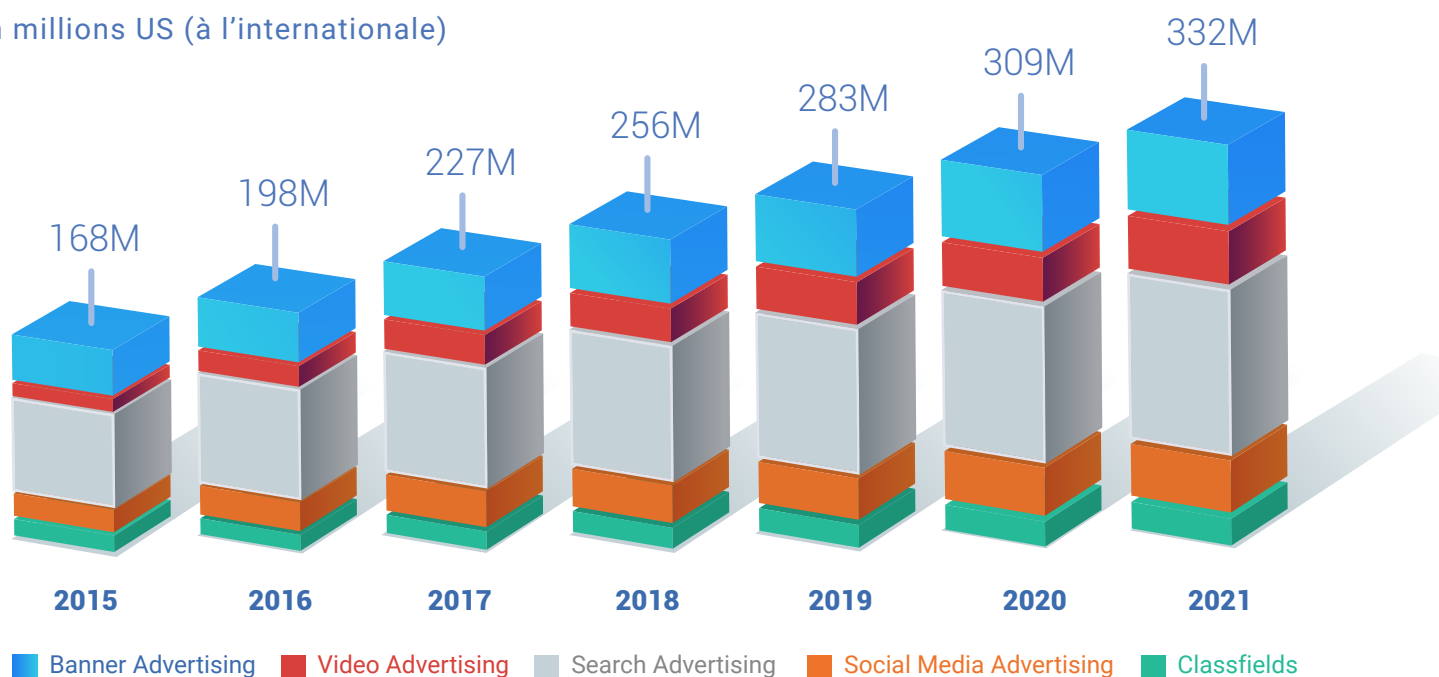
◆ Part de marché par type de média

En pourcentage



◆ Revenu du marché de la publicité en ligne

En millions US (à l'internationale)



Top 3 des raisons pour lesquelles les spécialistes du marketing investissent dans le marketing et la publicité axés sur les données



52.7%

demandent à se recentrer sur la communication avec le client.



49.3%

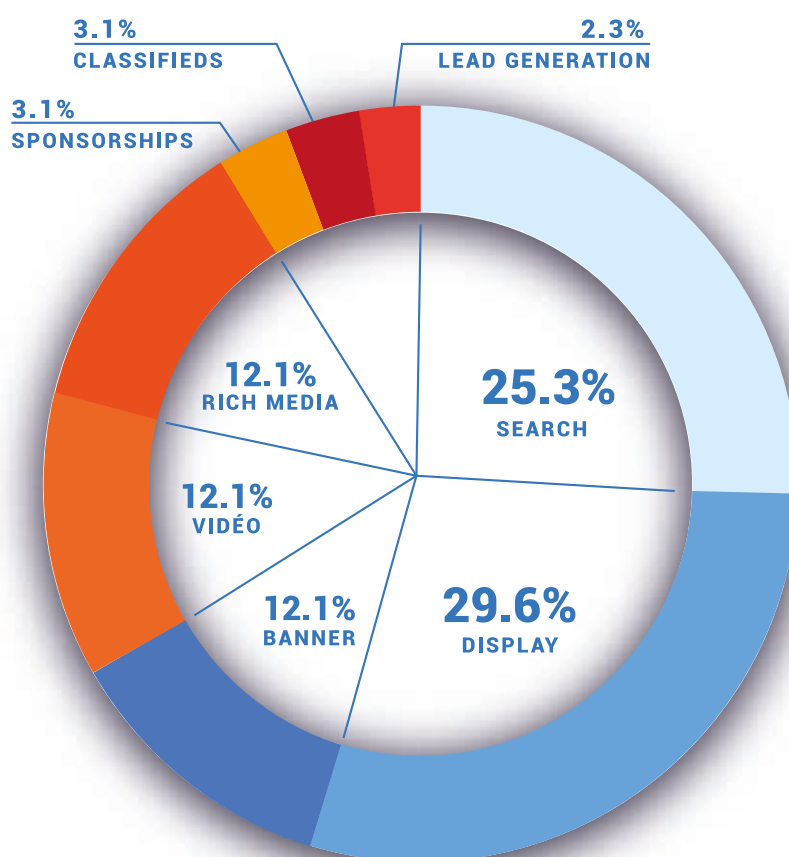
souhaitent maximiser l'efficacité de leurs investissements marketing.



33.2%

ressentent le besoin de mieux comprendre leurs clients/prospects.

Répartition en fonction du marché en fonction des types de supports



Note: inclut la publicité qui apparaît sur les ordinateurs de bureau et portables ainsi que les téléphones mobiles et les tablettes sur tous les formats mentionnés. Les données jusqu'en 2012 sont dérivées des données de l'IAB / PwC, les chiffres peuvent ne pas correspondre au total en raison de l'arrondissement.

* Inclut des publicités telles que les Facebook's Sponsored Stories et les Twitter's Promoted Tweets

Source: eMarketer. Août 2013

📁 Quelques définitions pour bien comprendre la publicité!

L'INFLUENCE MARKETING consiste à s'appuyer sur une personne visible et reconnue pour communiquer sur un produit ou service.

LE MARKETING DE LA PERFORMANCE est une filière de l'industrie marketing dont le but est d'obtenir des résultats concrets et mesurables.

Sa particularité est sa capacité à tous les stades, un indicateur quantitatif spécifique qui reflète les résultats de chaque activité de marketing individuelle (par exemple : coût des visiteurs du site, coût d'application, coût d'achat, coût de commande, et coût final d'attirer le client qui a effectué l'activité cible).

LE MARKETING D'AFFILIATION fait partie de l'industrie du marketing digital. Il fonctionne sur la base d'un modèle de paiement pour affiliés (web-master) pour chaque action ciblée effectuée pour leurs clients (commande, achat, installation, etc.). De manière générale les annonceurs fonctionnent indirectement avec des réseaux d'affiliation (CPA Networks).

RÉSEAUX D'AFFILIATION (CPA NETWORKS) - Services de marketing d'affiliation qui offrent des récompenses aux annonceurs dans le modèle de CPA et fournit un service pour la création de programmes d'affiliation. Les réseaux d'affiliation facturent aux annonceurs les actions des clients, paient des commissions aux affiliés et facturent des commissions pour le service.

UN AFFILIÉ (webmaster, éditeur, annonceur, influenceur) est un professionnel du marketing (ou un groupe de marketeur au sein d'un seul compte dans un réseau d'affiliation) qui font de la publicité pour un produit ou un service pour des annonceurs et reçoit une récompense en argent pour l'action cible du client.

UN ANNONCEUR dans ce contexte, est celui qui incite les affiliés à trouver des clients en créant des offres et en payant les affiliés (souvent par le biais des réseaux d'affiliation) pour des actions clients ciblées et qui correspondent aux conditions de cette offre.

TRACKING : suivi de nombreux paramètres de campagne dans le processus de marketing d'affiliation. Par exemple, temps, source et nombre d'activités cibles.

FRAUDE : en termes de marketing d'affiliation, les différentes façons de tromper le réseau d'affiliation et les annonceurs, afin d'obtenir une récompense pécuniaire. Une variété de fraudes peuvent être mise en place : Emulation d'actions ciblées, usurpation de la source des clients introduits (cookie-stuffing), tromper les clients en utilisant des publicités trompeuses pour augmenter la probabilité d'action cible (par exemple, en utilisant un prix nettement inférieur à l'offre de l'annonceur) et autres.

LEAD : L'action ciblée d'un client en réponse à une campagne publicitaire : ventes, ordre, appel, registre, installation de l'application (installation), etc.

L'OFFRE est une proposition de publicité pour attirer des activités ciblées des annonceurs ou des réseaux d'affiliation.

ENGAGEMENT : La notion d'engagement social ou d'engagement sur les réseaux sociaux fait généralement référence à l'ensemble des interactions qui peuvent être générées sur les publications sociales (post Facebook, Snap, Tweet, etc.) organiques ou payées. L'engagement social peut donc se traduire par un « j'aime », un commentaire, un partage ou d'autres modes de réaction proposés par les différents réseaux sociaux.

Les différents business model de la publicité en ligne



PPC (Pay Per Click)

Dans le cadre de ce modèle, les annonceurs choisissent le montant maximum qu'ils sont prêts à payer chaque fois qu'un utilisateur clique sur leur annonce.

x1000



CPM (Cost per Thousand)

Le coût pour 1.000 impressions d'annonces (affichage) pas de clics.



CPC (Cost Per Click)

Cela fait référence au coût de chaque clic qu'un annonceur paie lorsqu'un utilisateur clique sur une annonce dans sa campagne PPC.



CTR (Cost through Rate)

Comparaison du nombre de personnes qui affichent vos annonces par rapport au nombre de personnes qui cliquent sur vos annonces, exprimé en pourcentage.



Ce que les annonceurs paient lorsque le clic de leur annonce mène à une action, telle qu'une vente.



CONVERSION RATE

Permet de comparer le nombre total de visiteurs du site web à l'objectif global de l'annonce. Cela pourrait être des clients, de nouveaux utilisateurs, des abonnés ...

03

UN SMART-CONTRACT POUR RÉGIR LES TRANSACTIONS D'E-PUBLICITÉS

Grâce au **SMART-CONTRACT SATT**, un annonceur peut facilement créer des campagnes publicitaires dont les conditions et résultats seront stockées dans des registres distribués décentralisés (blockchain). Ces annonces seront consultables via des API dédiés en fonctions de critères.

Ainsi une transaction pourrait être validée :



Si l'affilié répond à des critères, age, sexe, ville, nombre de fans, ceci étant vérifié par le module **Smart Directory**.



Si l'affilié a bien effectué un post sur sa page, ceci étant validé par le module **Sharing Tools**



Si les 2 API renvoient un résultat positif, alors le **SATT** est transféré à celui ci.

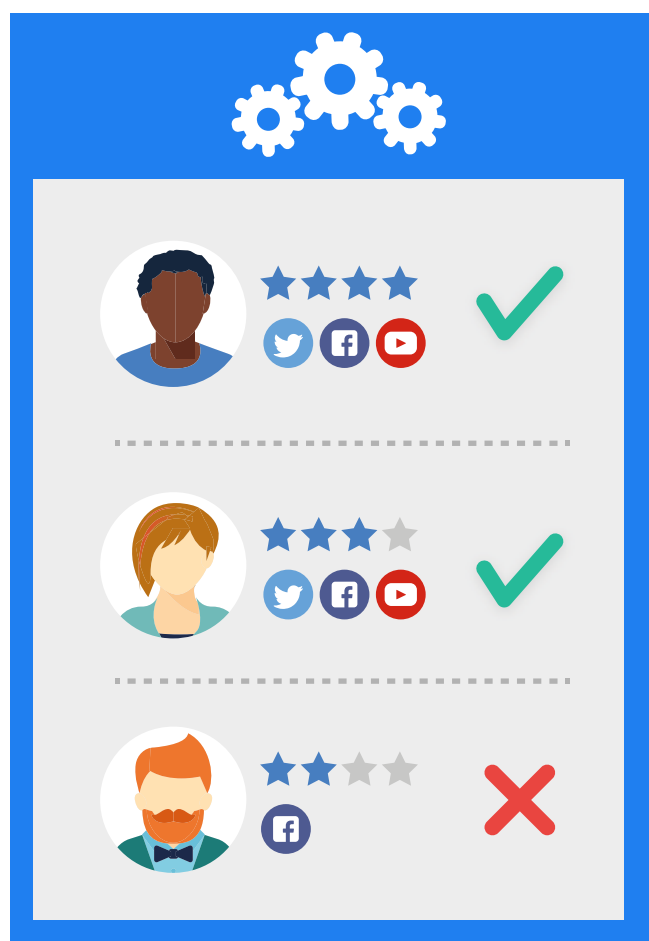
A Sélection des éditeurs

Un des grands défi de la publicité internet est de pouvoir recruter et valider les éditeurs les plus adéquats pour relayer une campagne publicitaire. En effet, **il doit sélectionner les éditeurs aptes à communiquer pour sa marque**, cela peut être en fonction de la portée de leur réseau de diffusion, des sujets abordés ou tout simplement de l'image de l'éditeur.

Un exemple : on sait que les sites de streaming illégaux sont capables de générer un important trafic, mais étant donné le caractère illégal des pratiques que cela implique, un annonceur évitera généralement d'y avoir recours pour y préférer une source d'éditeurs qui ne portera pas atteinte à l'intégralité de son image.

Grâce au **SMART CONTRACT**, l'annonceur pourra **choisir un oracle** compétent afin de statuer sur la qualité des éditeurs pouvant participer à la campagne publicitaire

Un annonceur pourra, par exemple choisir l'application **Klout** pour définir le niveau d'influence requis pour participer.



B Quantifier des résultats d'une campagne de publicité

Dans le modèle actuel, les régies publicitaires ou réseaux d'affiliation sont compétents pour statuer des statistiques de performances que ce soit au nombre d'impression, au clic ou encore au CPA ou CPL.

Ceux-ci intègrent donc un système de tracking inhérent à la plateforme, plus ou moins performant et plus ou moins sécurisé qui n'intègre pas les enjeux actuels comme par exemple les réactions sur les réseaux sociaux comme Instagram, Facebook ou encore Twitter, très utiles pour juger de la performance pour les campagnes d'influence.

Le gros bénéfice du SATT est dans l'utilisation du Smart-contract qui permet à des API tierces de fournir les informations nécessaires au déclenchement d'une transaction.

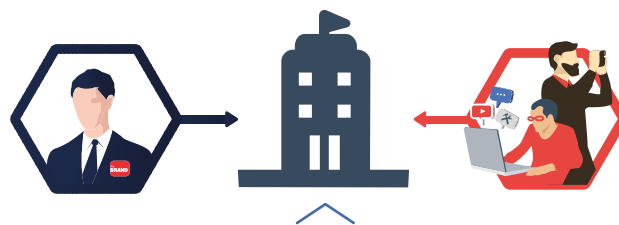
Ces applications jouent le rôle d'oracle et vont interagir avec le Smart-contract pour quantifier les performances d'une publicité et ainsi le montant à payer à l'éditeur.

L'annonceur peut choisir entre des applications tierces en fonction de son objectif.

Par exemple : dans le cadre d'une campagne d'influence, un annonceur pourra définir une application spécialisée dans l'étude de statistiques Instagram comme oracle de performance et ainsi quantifier la somme due à l'éditeur.

De la même manière, un autre pourra choisir Google Analytics comme référent si celui-ci désire quantifier les visites obtenues sur son site Internet.

Modèle actuel



Plateforme d'application indépendante

Le Smart-Contract SATT



C'est l'ensemble des applications habituelles qui jouent le rôle d'oracle.



Grâce à notre système de **triggers ATAYEN Smart-contracts**, qui est fondamentalement différent des méthodes classiques de publicité sur internet, nous allons être en mesure d'offrir des résultats quantifiables tels que l'impression, les clics, les inscrits, les ventes en choisissant l'outil le plus adapté, ce système pourra évoluer grâce à de nouvelles API en fonction de l'évolution des usages d'internet.

Instaurer la confiance, prévenir la fraude

La sécurité dans les réseaux d'affiliation actuels est aussi menacée. Si un réseau centralisé est piraté, les pirates peuvent accéder à tous les comptes du système.

Aussi, dans le cas d'une défaillance technique sur une plateforme centralisée, toutes les campagnes de publicités cessent de fonctionner jusqu'à ce que la cause soit résolue.

Grâce à la blockchain, les membres de la plateforme **ATAYEN** ne sont pas connectés les uns aux autres, de cette manière, ils ne sont pas tous affectés par un piratage ou un dysfonctionnement. La solution logicielle décentralisée d'**ATAYEN** permet aux modules d'être autonomes; dans le cas d'un mauvais fonctionnement d'un module d'un analyst, la plateforme continue de fonctionner.

Les clients de nombreux réseaux publicitaires doivent leur faire confiance sans pouvoir vérifier les résultats de leurs travail.

Quelques fraudes communes

De la part des annonceurs par rapport aux éditeurs

- ▶ Informer un affilié qu'une commande n'a pas été livrée et refuser de payer la commission sur l'achat d'un client.
- ▶ Modifier le code de tracking d'affiliation sur votre site afin que tous les leads ne pas soient enregistrés sur le système d'affiliation.
- ▶ Injections de faux comptes pour toucher la commission CPA.
- ▶ Truquer les statistiques.

De la part des réseaux d'affiliation et annonceurs

- ▶ Faire des erreurs sur le calculs des rémunérations affiliés.
- ▶ Afficher des estimations sous évaluées des leads affiliés.
- ▶ Débitier discrètement les comptes des affiliés.
- ▶ Exagérer les résultats en truquant les statistiques.
- ▶ Débitier discrètement les comptes des annonceurs.

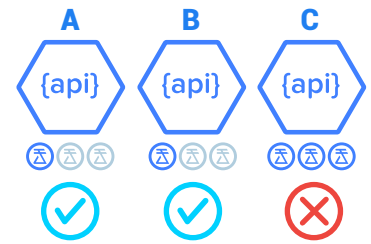
Pour lutter contre la fraude, la plateforme assure le filtrage et la détection des sources douteuses de trafic.

D Diminuer les coûts, accélérer les transactions

Le business model traditionnel d'une plateforme d'affiliation classique repose sur un coût d'entrée prohibitif ainsi qu'une facturation mensuelle pour leurs services.

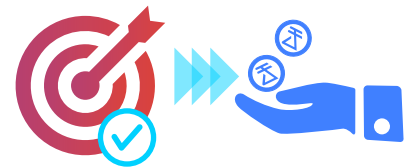
La redevance minimale pour l'utilisation va de plusieurs centaines à des milliers de dollars.

En utilisant la blockchain, le coût de transaction est **répartie** entre les modules oracles en fonction des besoins d'utilisation, il n'y a pas de minimum de facturation **mensuelle** et une concurrence des API qui assure un niveau de service élevé.



Dans les plateformes d'affiliations traditionnelles et centralisées, les versements des commissions affiliés peuvent prendre **jusqu'à deux à trois mois** et entraîner des frais de transfert importants.

Grâce aux smart contracts et à la blockchain, les paiements issus des transactions sont **immédiats dès les critères de succès dûment remplis** et n'engrent pas de frais de transfert en devise notamment dans les relations internationales.



E Un produit

- Prêt logiciel open-source.
- Une API pour intégration.
- Un SDK pour le développement

Il est également intéressant de noter qu'il n'y a pas de mécanisme pratique pour traiter les grandes quantités de données des annonceurs lorsque vous travaillez avec plusieurs réseaux de CPA. En conséquence, les annonceurs ont un problème pour évaluer l'efficacité des campagnes publicitaires.

L'environnement **SATT** stocke les données sur la blockchain, ce qui permet aux annonceurs de visualiser toutes les données de la plateforme **ATAYEN** et analyser leurs résultats pour chaque type d'activité client (leads, installation, appels, ventes, etc).

En outre, un membre de la plateforme peut générer un rapport simple, efficace et facilement compréhensible ne contenant que les informations dont ils ont besoin.

Les réseaux et les plates-formes d'affiliation centralisés actuels sont largement opaques et incapables de résoudre les problèmes susmentionnés.

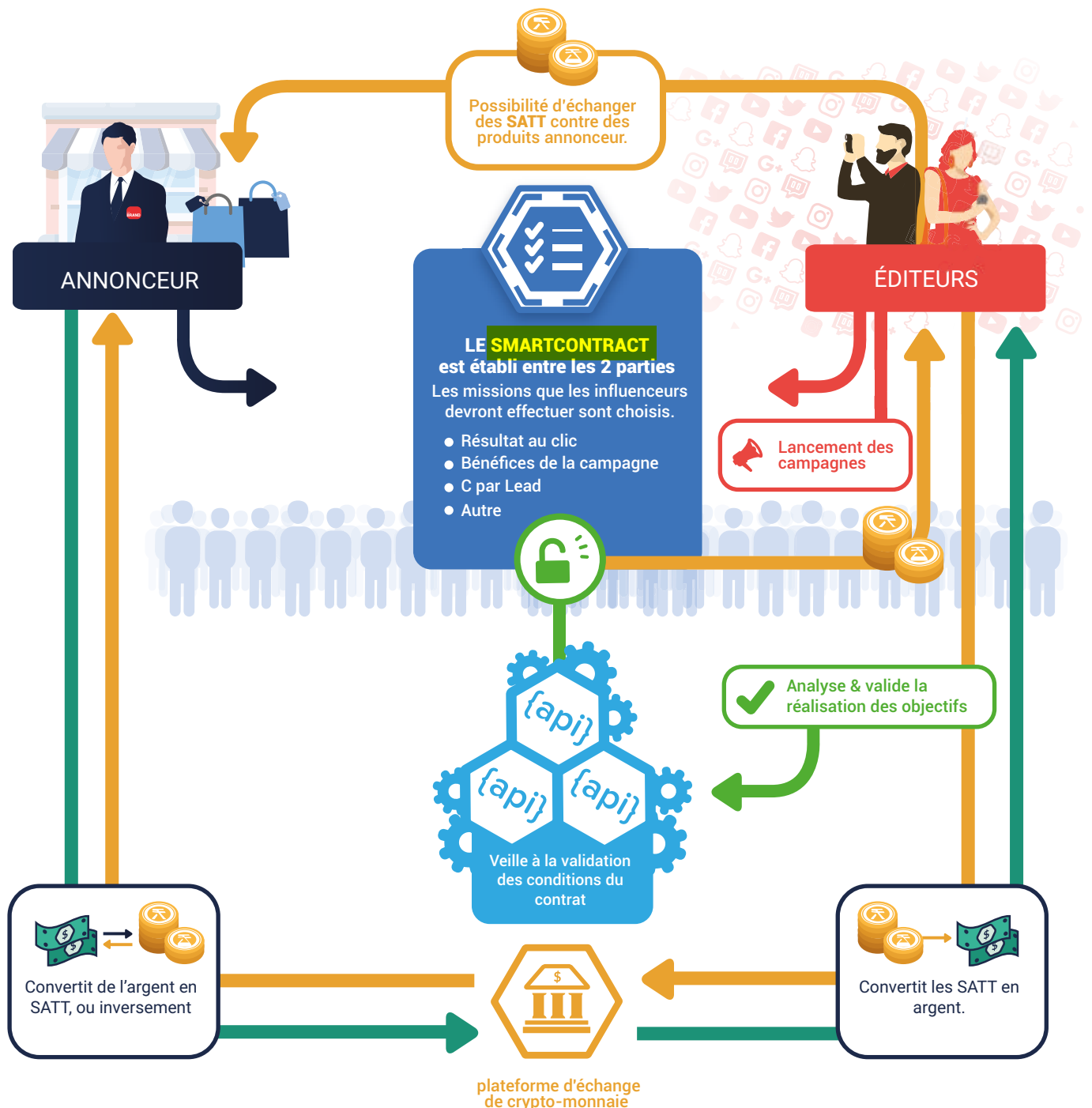
La technologie ATAYEN surpasse la compétition et, grâce aux solutions de l'équipe de conception, peut répondre à la plupart des problèmes actuels du marché.

04

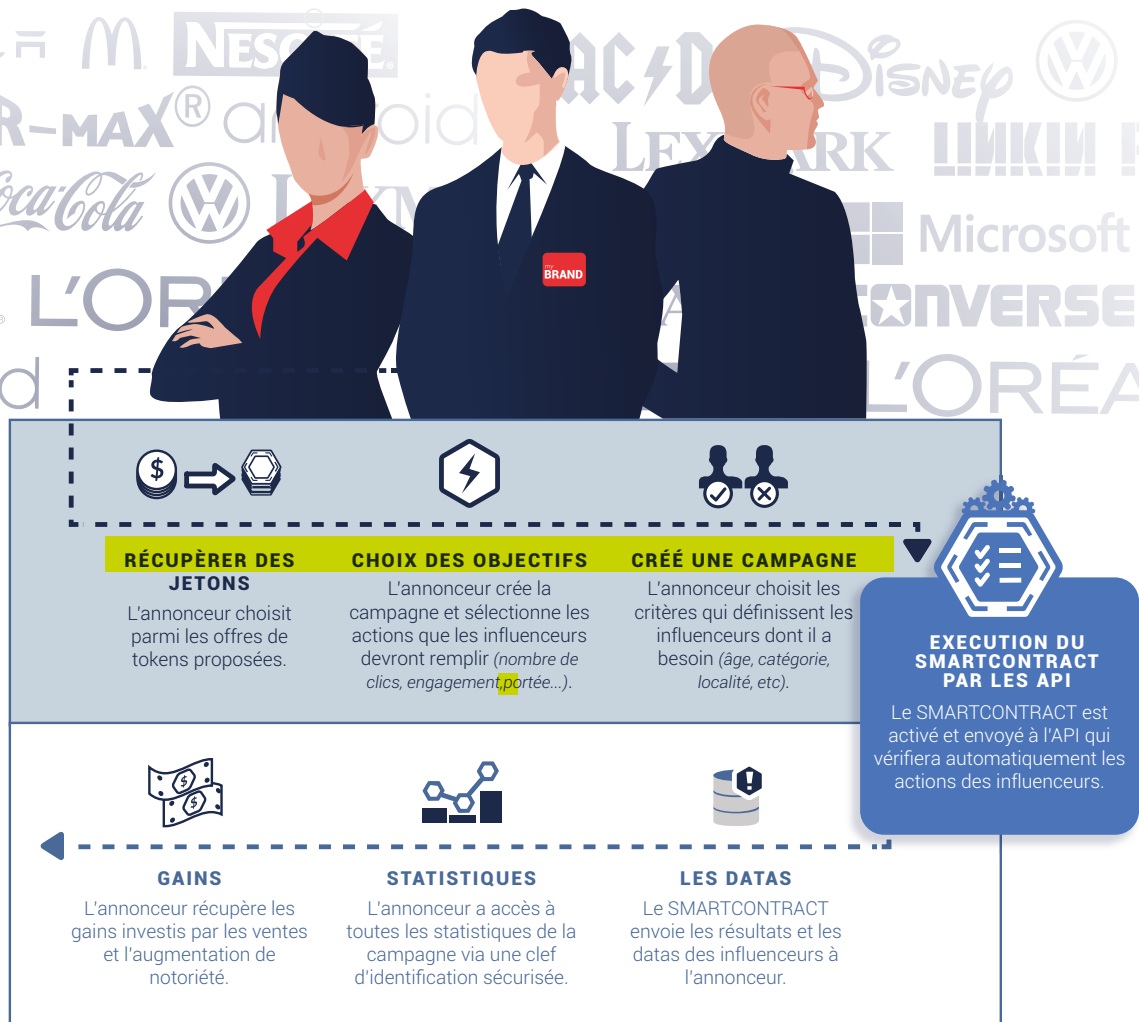
FONCTIONNEMENT DU SMART-CONTRACT SATT

Le Smart-contract SATT fonctionne de manière décentralisée et distribuée, la blockchain comprendra toutes les offres en cours permettant à n'importe quelle API ou plateforme d'effectuer des opérations que ce soit la création dans le cadre d'un adbuilder, de l'affichage pour faire un annuaire d'annonce, ou encore en tant qu'Oracle par exemple en fournissant les statistiques nécessaires pour valider et quantifier la transaction.

L'avantage d'un tel smart-contract étant de réunir les offres du marchés dans une base de données décentralisée, de fixer les règles qui s'appliquent aux contrats publicitaires et de déclencher automatiquement les paiements une fois le contrat réalisé.



Les annonceurs



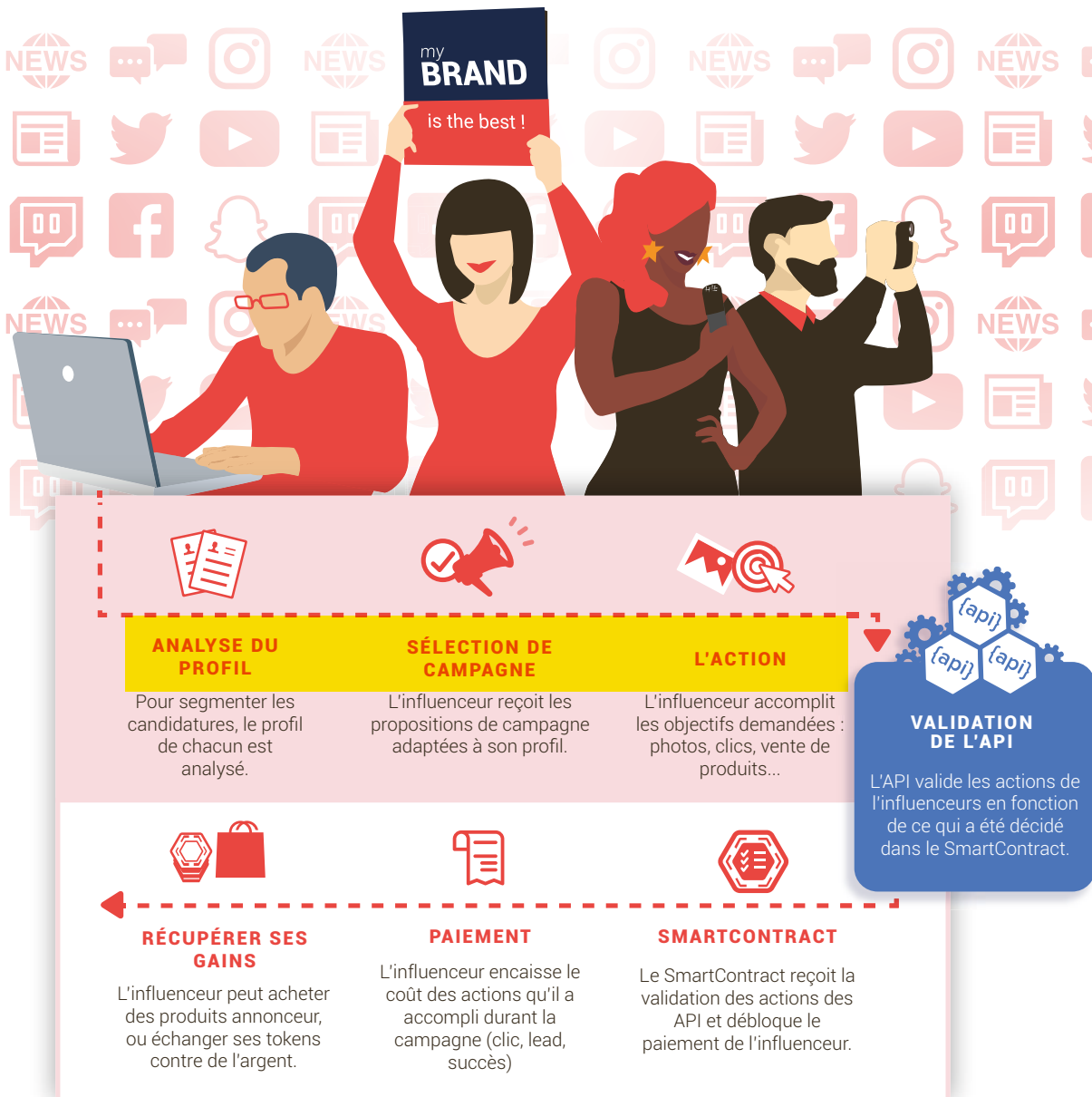
L'annonceur crée une campagne grâce à une offre de tokens activable via des smart-contracts API.

Il peut restreindre sa campagne à des critères d'influenceurs, catégories, âges, localités et définir une action (engagement, portée, nombre de clics...)

Il peut suivre l'évolution de sa campagne de publicités grâce à des API tierces dédiées qu'il a l'habitude d'utiliser comme Google Analytics, Instagram, Facebook Analytics...

Ses annonces sont diffusées sur tous les réseaux, par le biais des éditeurs.

Les éditeurs

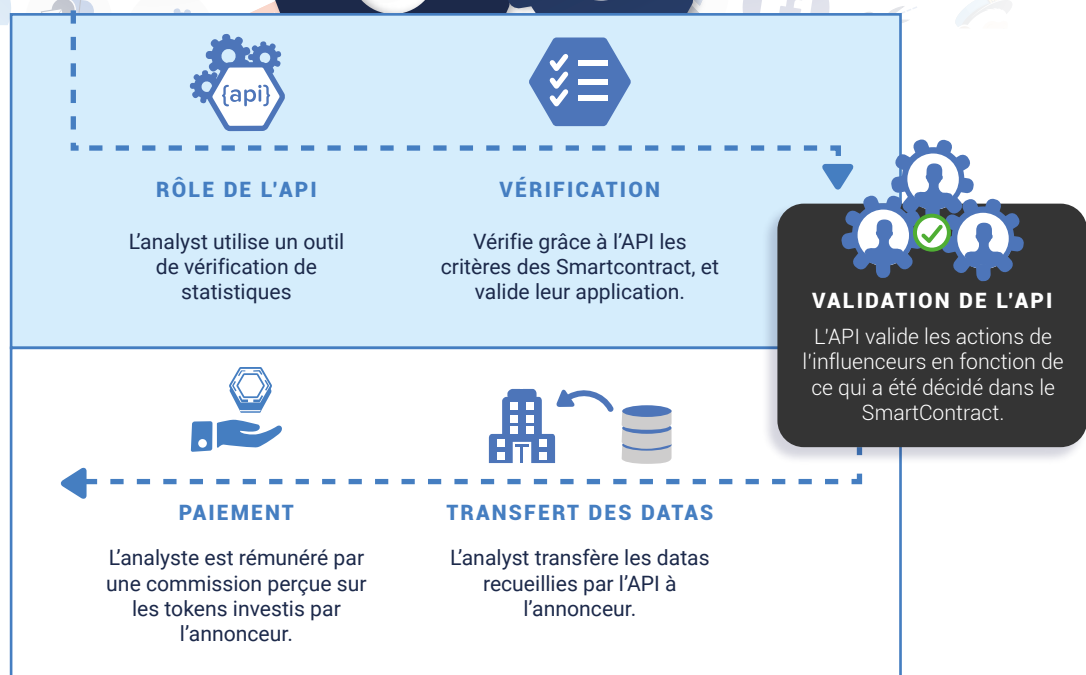


Un **éditeur** qui souhaite promouvoir l'offre d'un annonceur candidate sur le marché des offres de campagnes. Suivant les objectifs de la campagne, l'affilié **relaye** un contenu, **crée** un contenu ou **vend** directement des produits.

S'il complète tous les critères spécifiés sur l'offre, le Smart Contract déclenche la transaction et les fonds spécifiés sont directement transférés sur son portefeuille. Il encaisse le coût de l'action (clic, lead, succès campagne) sur le compte de l'affilié, moins la commission payée aux modules oracles (API).

Les éditeurs peuvent alors consommer leurs gains en les échangeant contre leurs devises, en consommant des produits de leur marque partenaire ou en faisant eux aussi de la promotion pour développer leur audience.

API - developper center



Qu'est ce qu'une API ?

Une API est un module qui vérifie les critères d'une transaction. Il agit en tant qu'Oracle pour arbitrer une transaction.

Il va pouvoir déclencher des triggers en fonction d'événements, de statistiques afin de valider une transaction et que celle ci soit dûment effectué.

Plusieurs Oracles peuvent intervenir pour la réalisation d'une transaction, par exemple [Coca Cola](#) pourrait définir que l'entreprise [REECH](#) décide de la capacité des éditeurs à participer, conditionne la transaction à [2000 vues](#) et définisse [Google Analytics](#) comme Oracle pour obtenir les statistiques, soit les résultats de la campagne.

Le choix des **oracles** permettra donc de définir un ou des référents acceptés par les deux partis, qui pourront mesurer la performance de la campagne.

Les différents types d'Oracle



ORACLE DE PERFORMANCE

Un oracle de performance va s'occuper de la collecte, de l'organisation et de l'analyse de données. Il peut s'agir de mails, de tweets, d'achat, ou de statistiques. Tout cela permet d'acquérir des informations précises sur la situation de la campagne.

MailChimp

 Google Analytics

 Magento

 PrestaShop

facebook

twitter 

zanox.

 Contact Form



ORACLE DE CAPACITÉ

Cet oracle va analyser les profils des différents affiliés afin de trouver ceux qui correspondent le mieux à la campagne à mettre en place. Des données concernant la participations aux réseaux sociaux, les fans, les diffusions, sont examinés.

REECH

socialmention*

 KLOUT



ORACLE DE SÉCURITÉ

L'oracle de sécurité va analyser les statistiques pour évaluer la qualité via un scoring.


DATADOME

05

PARAMÈTRES DE L'ICO

DURÉE DE L'ICO :



SEMAINES



Début le 15 Février 2018



Fin le 15 Avril 2018

NOMBRE DE SATT ÉMIS HARDCAP

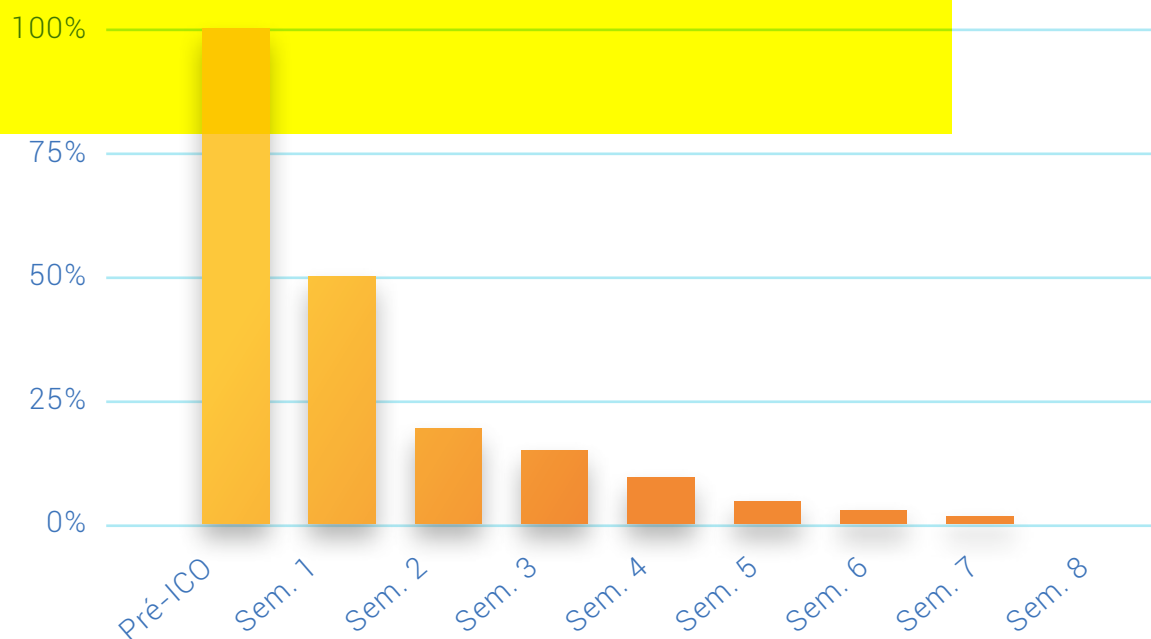
420 000 000 

Décimale token	6
Prix du token	\$ 0.42
Montant HardCAP	\$ 74 273 684
Montant MinCAP	\$ 7 427 368
Protocole	ETH 223
Païement	\$/€/BTC/ETHEREUM

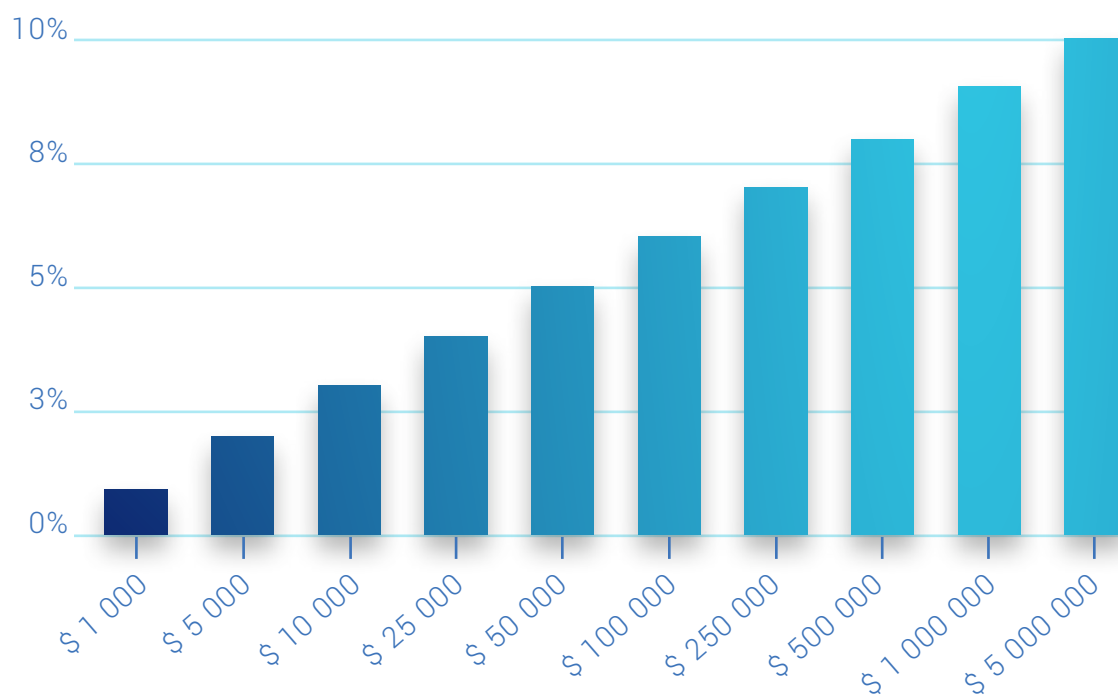


Taux d'affiliation : 10%

◆ Bonus !

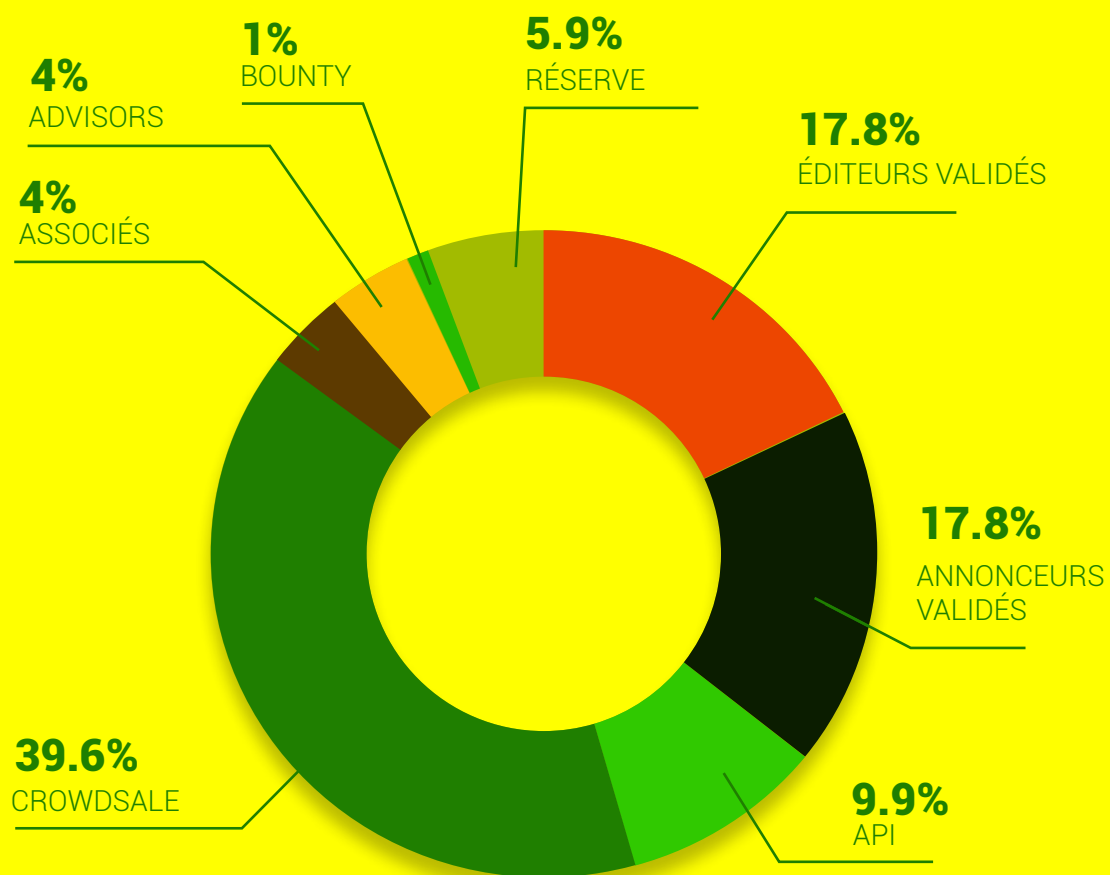


◆ Bonus en fonction du volume de SATT achetés



Lié au montant

● Bonus en fonction du volume de SATT achetés



06

FAQ

◆ QU'EST CE QU'UN JETON SATT ?

Les jetons Satt sont une nouvelle blockchain de jetons basés sur la technologie Ethereum compatible ERC223.

◆ EST-CE QUE LE JETON CONFÈRE UNE PROPRIÉTÉ SUR LA SOCIÉTÉ ATAYEN, INC ?

Non, les jetons ne confèrent aucun droit ni aucune propriété sur la société Atayen, Inc. Le jeton permet d'utiliser les services de publicités mis à disposition par la société Atayen, Inc. En effet, il pourra être échangé contre des services ou produits auprès de nos partenaires et ce, de façon totalement libre.

◆ QUEL EST LE MONTANT DE LA CROWDSALE ?

Nous allons emettre **420,000,000** Jetons SaTT dont X à la vente
Nous ne procéderons plus d'émission de Jetons dans le futur, ni n'émettrons de nouveaux jetons.

07

TIMELINE



08

L'ÉQUIPE



Gauthier BROS

Président Directeur Général

Développeur Facebook depuis 2008. Inventeur de Contact Form, d'Iframe apps. J'aime les business plans... et les réaliser ! Amateur de la blockchain et passionné par les API en général.



Stéphanie CLÉMENT

Directrice technique

Stéphanie travaille avec Gauthier depuis 2007, d'abord sur des sites web comme développeur puis sur des applications Facebook Canvas. Elle s'associe à Gauthier pour créer Atayen et en prend la direction technique en 2014.



Samir KSIBI

Administrateur Système

Expert en Emailing, management des systèmes d'information et production informatique, Samir a rejoint en 2013 Stéphanie et Gauthier en tant que consultant avant de s'associer avec eux et créer Atayen en 2014.



Soumaya DRIDI

Ingénieur informatique

Ingénieure en informatique, Soumaya rejoint l'équipe avec comme mission la création, la maintenance et la reprise de sites internet. Elle est spécialisée dans l'intégration HTML/CSS sur mesure, l'accessibilité, le développement front-end, la qualité web et le responsive.



Caroline POURCHIER

Graphiste / Webdesigner

Graphiste freelance depuis 2006, Caroline travaille aux côtés de Gauthier et Stéphanie dès la fondation d'Atayen. Ses missions consistent à communiquer sur l'entreprise, mais aussi à s'occuper de toute la partie UX/UI des applications.



Thamer BEN DHAHER

Ingénieur informatique

Ingénieur en informatique, son domaine est le génie logiciel (Conception UML/ Création des applications/applications Facebook), avec une spécialité dans PHP (Symfony), angularJS, base de donnée (SQL, NOSQL) et développement front-end/back-end.





Geoffrey MOYA

Développeur

Aenean nec lacus id risus bibendum feugiat. Fusce vitae convallis lacus. Aliquam in lectus semper, iaculis lectus non, dictum risus. Quisque consectetur est et massa varius, in eleifend nulla blandit.



Jordan DELAGNAU

Chief Marketing Officer

A back ground of Business development, Management and Economics. Blockchain passionate and early adopter of bitcoins. Graduated from Aix en Provence university in Economics and IAE Poitiers in International Management



Soraya KHIREDINE

Marketing

Nunc feugiat, quam ac ultricies aliquet, felis ante sollicitudin tellus, eget fermentum metus metus convallis turpis. Fusce dapibus lacus ut porta scelerisque. Integer efficitur at ipsum eu blandit. Donec quis ipsum tellus. Vestibulum dapibus nisl tortor, eget aliquet mauris accumsan vel.



Ludovic DELAHERCHE

Marketing

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In ut molestie elit. Donec ultrices ut neque a iaculis. Quisque consequat tempor dolor, ut maximus augue auctor sed.



Richard ESTEVE

Investisseur

Etiam enim libero, elementum at placerat eget, consequat sit amet nibh. Quisque eget maximus velit. Quisque fermentum sapien purus, sit amet pretium tellus mollis non. Ut ut luctus elit, in efficitur mi. Aenean consequat metus ex, a mattis massa iaculis eget. Nuncipit placerat.



Philippe ERB

Investisseur

Donec malesuada bibendum ornare. Curabitur eget vulputate urna, vitae dignissim metus. Vivamus nec erat et arcu viverra mattis varius eu nulla. Etiam condimentum nisi nec consectetur pretium. Pellentesque dapibus nunc quis metus auctor, vestibulum ultricies ligula blandit.

