



Token White Paper

Маркетплейс на основе Blockchain,
открывающий глобальный рынок
для малого бизнеса

Содержание

Введение	3
Проблематика	6
Целевая аудитория	6
Проблемы мелкосерийных производств	6
Проблемы покупателей онлайн-магазинов	8
Обзор рынка	9
Наше решение — Storiqa	15
Зачем нам Blockchain?	17
Зачем Storiqa продавцам?	18
Преимущества платформы для покупателей	23
Принцип работы платформы	24
Тарифы Storiqa для продавцов	26
Токен	27
Применение токена	27
Механизм трансмиссии развития проекта на курс токена	29
Листинг на криптовалютных биржах	29
Token Sale	31
Участие в Token Sale	33
Бонусная система Token Sale	34
Команда проекта	36
Наши консультанты	37
Дорожная карта проекта	41

Введение

Роль криптовалюты в мире стремительно растет: общая капитализация рынка криптовалют увеличилась более чем в 3 раза с начала 2016 года, а в августе 2017 года достигла почти 150 миллиардов долларов. По имеющимся данным, количество уникальных активных пользователей кошельков с криптовалютами составляет почти 6 млн человек. И ввиду этого самым важным вопросом остается сфера применения криптовалюты.

Если рассматривать ее как платежное средство, что можно купить прямо сейчас? Появляются прецеденты покупки недвижимости и прочих финансовых операций, задействующих биткоины. Каждое масштабное применение криптовалюты становится новостью в криптомире и приближает общество к повсеместному принятию криптовалюты.

Но можете ли вы заплатить биткоином или альткоином любому человеку?

Несмотря на увеличивающееся количество торговых точек, принимающих криптовалюту в качестве оплаты, среднестатистический держатель биткоина и альткоина все еще не может совершать с помощью них привычные ежедневные финансовые операции.

О создании маркетплейса команда проекта задумалась после успешного создания краудфандинговой платформы, где мелкосерийные производства и стартапы находят народное инвестирование для развития своих проектов и реализации собственных идей.

За 5 лет существования нашего проекта были привлечены средства на реализацию более 1500 проектов, ставших полноценным и прибыльным делом. И тут мы столкнулись с тем, что действительно перспективные мелкосерийные производства не могут выйти на международный рынок. Курируя компании и изучив их функционирование изнутри, мы поняли, что мешает им заниматься глобальной торговлей.

1 — <https://coinmarketcap.com/charts/>

2 — «Global Cryptocurrency Benchmarking Study», Dr Garrick Hileman & Michel Rauchs, Cambridge Centre for Alternative Finance, 2017.

Основные причины неудач при масштабировании:

- Отсутствие доверия у покупателя к незнакомому продавцу, качество товара которого не подтверждено;
- Нет возможности обеспечить сервис на уровне международной компании;
- Отсутствие круглосуточной мультиязычной поддержки покупателя;
- Отсутствие грамотной упаковки товара и локализации на несколько языков;
- *Не располагают знаниями для обеспечения международного маркетинга.*



Мы поняли, что мелкосерийным производителям во всем мире необходима площадка для дальнейшего развития и вывода собственной продукции на международный рынок

Построение системы продажи бизнеса в Интернете – задача нетривиальная. Компании приходится тратить много ресурсов на создание команды и каналов дистрибуции. Также необходимо понимать, как продвигать продукт с учетом трендов и специфики каждого конкретного рынка.

Продажи в Интернете

Содержание собственной команды разработчиков

Дорогостоящая разработка каналов дистрибуции (интернет сайт, приложения телефонов IOS, Android, Windows Phone, социальные сети)

Самостоятельное ведение рекламы

Сложность поддержки клиентов по всему миру 24/7

Маркетплейс

Готовый унифицированный интерфейс и доверие к известной площадке

Круглосуточная служба поддержки покупателя

Снижение издержек на маркетинг

Помощь в презентации и локализации товара

Конструктор, позволяющий создать мультиплатформенный канал продаж в Интернете и способный помочь с продвижением — отличное решение для любого бизнеса. Такой конструктор предоставляет готовый интерфейс и всецело

способствуют развитию интернет-бизнеса, обеспечивая его высококачественным сервисом.

Миссия таких платформ заключается в том, чтобы каждый пользователь самостоятельно мог справиться с созданием собственного интернет-магазина и имел возможность получить техническую поддержку, не тратя время на деятельность, которая может отвлечь от процесса производства качественной продукции.

Однако на рынке нет решения, которое предоставляло бы продвинутую систему электронной коммерции и новые технологии в виде смарт-контрактов, оплатой криптовалютами, интеграции с разными площадками и круглосуточной поддержкой покупателей в полной мере.

И наша цель — предложить такое решение для бизнеса!



Storiqa — это маркетплейс, предназначенный для создания магазинов в соответствии с самыми перспективными тенденциями электронной коммерции, в том числе с возможностью оплачивать товары криптовалютой и токеном STQ.

Наша цель — объединить производителей со всего мира и предоставить бизнесу инструменты для вывода уникальных товаров на глобальный рынок без финансовых границ, посредников и сложных бюрократических проволочек и с минимальными транзакционными издержками.

Мы объединим производителей со всего мира, чтобы создать экосистему, которая выведет e-commerce на новый уровень.

Команда Storiqa.

Проблематика

Начать продажи в Интернете – сложная задача, несмотря на стремительное развитие e-commerce индустрии.

Владельцу бизнеса приходится неоптимально использовать собственные ресурсы, которые могли бы быть сконцентрированы на развитии проекта: тратить время на поддержание работы онлайн-магазина, самостоятельно вести рекламную кампанию.

Кроме того, для выхода на международный рынок мелкосерийному производству необходимо инвестировать в бизнес значительные суммы на начальном этапе и в дальнейшем расходовать такие же суммы ежемесячно для поддержания деятельности интернет-магазина. Кроме того, предприятие сталкивается с бюрократическими трудностями и транзакционными издержками при принятии международных платежей. Далеко не все мелкосерийные производства готовы идти на риски и расходы, связанные с международной торговлей и выводом продукта на новые рынки.

Целевая аудитория.

Мелкосерийное производство характерно тем, что, как правило, выпускает примерно 50 товарных позиций и работает на локальном или региональном рынке. Штат такой компании включает в себя от двух до десяти человек, каждый из которых совмещает несколько обязанностей и функций в деятельности предприятия. Зачастую поддержкой клиентов и маркетингом занимается владелец бизнеса или один-два человека.

Проблемы мелкосерийных производств.

Основные проблемы, с которыми сталкивается владелец бизнеса при выходе в e-commerce на международном уровне, заключаются в следующем:

- *Отсутствие круглосуточной мультиязычной поддержки покупателя.*
Международная торговля подразумевает взаимодействие продавцов и покупателей из разных часовых поясов, и отсутствие круглосуточной поддержки на языке покупателя негативно влияет на эффективность коммуникации;

- ***Отсутствие локализации.***

Мелкосерийные производства не в состоянии предоставить перевод описания и характеристик, ключевых параметров продукта к особенностям разных стран, что делает выход на международный рынок невозможным;

- ***Высокие комиссии существующих площадок и различные сборы платежных систем.***

Платформы, которые сейчас есть на рынке, забирают себе существенную часть стоимости, и это без учета сборов платежных систем, комиссий при конвертации, транзакционных издержек и налогов;

- ***Отсутствие доверия покупателя к продавцу.***

Покупатель предпочитает заказывать товары у проверенных продавцов, качество товара которых подтверждено, а неизвестным производителям приходится конкурировать с ними, не имея какой-либо репутации;

- ***Отсутствие качественной презентации продукта.***

Покупатель совершает покупку онлайн, исходя из множества параметров. Отсутствие описания товара и его характеристик, качественных фотографий, видеообзоров и отзывов сказывается на объемах продаж;

- ***Невозможность обеспечить автоматизацию.***

Владелец мелкосерийного производства технически не готов наравне с вышеперечисленным обеспечить автоматизацию работы онлайн-магазина;

- ***Конкуренция с глобальными корпорациями.***

Отсутствие и дороговизна маркетинга международного уровня у мелкосерийных производств делает выход на глобальный рынок невозможным, в то время как корпорации владеют всеми необходимыми инструментами для продвижения товаров;

- ***Кассовый разрыв.***

Мелкосерийный производитель получает деньги за продажу товаров только спустя некоторое время, и без факторинга увеличить объемы продаж не представляется возможным.

Проблемы покупателей онлайн-магазинов.

Основные проблемы, с которыми, в свою очередь, сталкивается покупатель, заключаются в следующем:

- *Поиск товаров.*

Многие уникальные товары, которые выпускают мелкосерийные производства, не имеют в онлайн-магазинах качественного описания и фотографий, что затрудняет поиск товаров, соответствующих характеристикам. Кроме того, многие качественные товары мелкосерийного производства вообще невозможно заказать онлайн;

- *Недостаточность презентационных материалов.*

Из-за отсутствия грамотных презентационных материалов покупатель не может составить полноценное впечатление о продукте, поэтому отказывается от покупки;

- *Отсутствие достоверных отзывов.*

Покупатель не имеет возможности узнать реальное мнение о продукте, потому что нельзя проверить достоверность отзывов, публикуемых на сайтах магазинов;

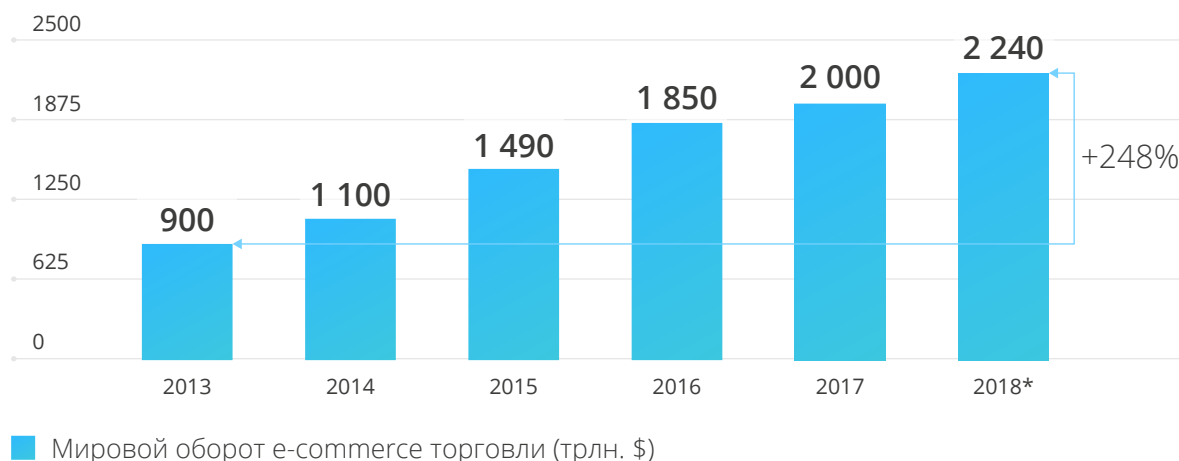
- *Отсутствие гарантий.*

Многие онлайн-магазины требуют предоплату товаров, но покупатели не готовы идти на риск, отправляя деньги незнакомому интернет-магазину, который может оказаться сайтом-однодневкой.

Обзор рынка

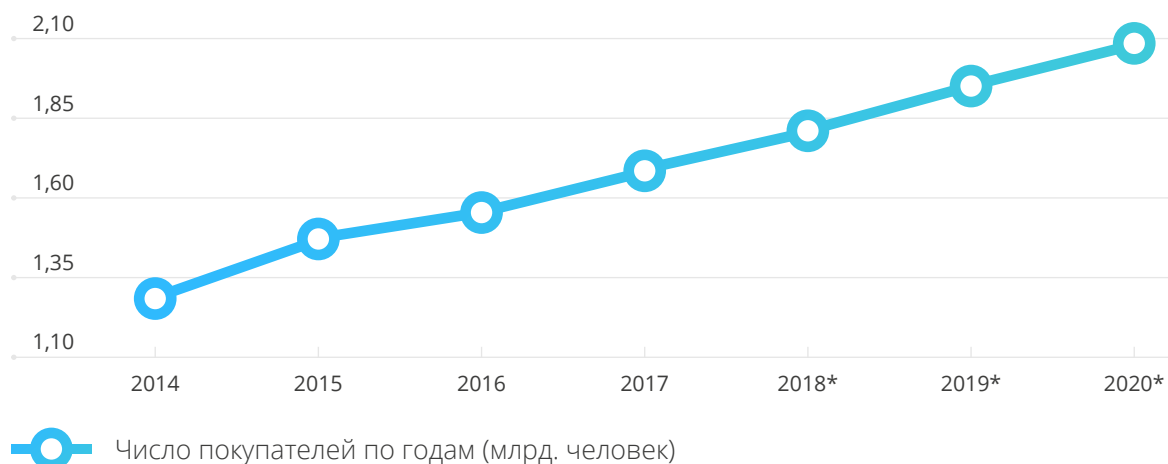
В условиях мирового экономического роста online-retail постепенно завоевывает долю глобального рынка retail продаж, расширяя число пользователей e-commerce площадок как среди покупателей, так и среди продавцов.

Мировая интернет-торговля демонстрирует высокий темп роста, и к 2018 г. ожидается достижение оборотов в \$2,2 трлн.:



Ежегодно количество людей, регулярно совершающих покупки в Интернете по всему миру, вырастает. Согласно маркетинговому исследованию компании Nielsen, специализирующейся на маркетинговых измерениях в индустрии товаров повседневного спроса «Global E-commerce Report», количество людей, которые покупают через Интернет, ежегодно увеличивается в среднем на 16%, и сейчас их количество составляет 1.66 млрд по всему миру.

В мире насчитывается больше 1,5 миллиардов покупателей онлайн-маркетплейсов:



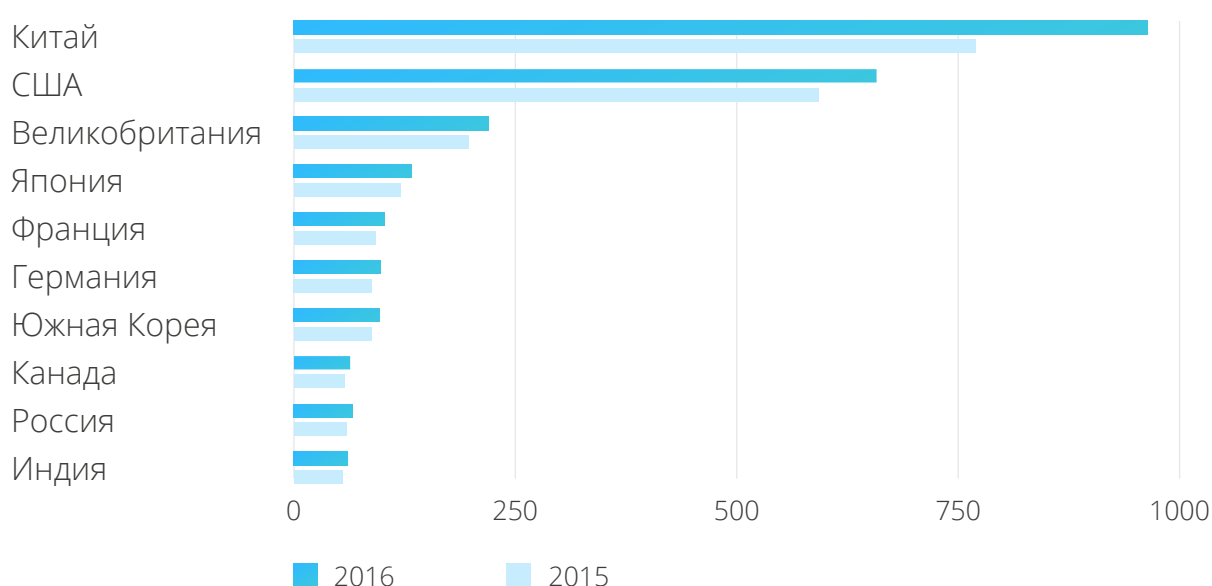
Источник: Statista. B2C e-commerce sales worldwide research.

Объемы мировой онлайн-торговли исчисляются триллионами долларов ежегодно, рекордсменами по тратам являются Китай, США, Великобритания и Япония.

Ввиду роста потребительского спроса в сфере e-commerce все большее число малых и средних компаний нуждается в помощи маркетплейсов для вывода собственного продукта на новые рынки и привлечения новых клиентов.

Огромный объем глобальных рынков стимулирует продавцов выходить на международные площадки:

Объемы B2C e-commerce рынков (в млрд. \$)



Источник: Statista. B2C e-commerce sales worldwide research.

Однако для большинства небольших предприятий барьеры входа на международный рынок являются труднопреодолимыми, а расходы на маркетинговый бюджет — непозволительной роскошью.

Маркетплейсы, в свою очередь, помогают с решением данной задачи и имеют множество преимуществ как для продавцов, так и для покупателей:

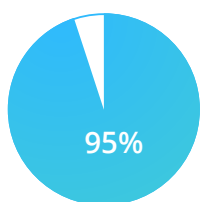
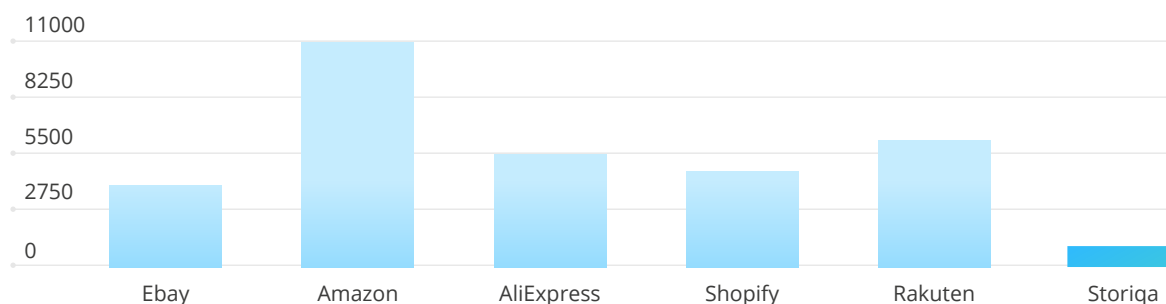


Несмотря на популярность онлайн-маркетплейсов среди продавцов, стоимость открытия своего магазина на платформе остается высокой для мелкосерийных производств:

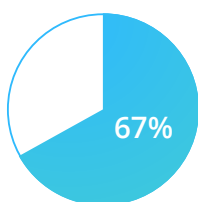
- *Аккордные сборы платформы и комиссии* с продаж забирают существенную долю выручки у продавцов;
- *Расходы на регистрацию и открытие предприятия в стране платформы.* Характерно для китайских маркетплейсов;
- *Выполнение прочих формальных процедур,* необходимых для начала торговли;

- **Дополнительные комиссии** платежных систем, на которых работает маркетплейс (помимо платежных эквайринговых систем);
- **Расходы на маркетинг, рекламу**, необходимые для увеличения посещаемости магазина.

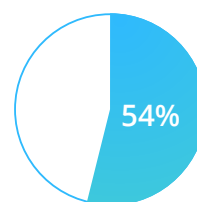
Примерная стоимость открытия и ведения магазина на различных платформах (USD):



95% американцев
сделали покупку
онлайн через интернет
за последний год



67% миллениалов*
предпочитают делать
покупки онлайн,
нежели в
оффлайн-магазине



54% покупок одежды,
обуви и аксессуаров
были сделаны через
маркетплейсы в 2017 г.

Пользователи маркетплейсов имеют собственные предпочтения и привычки, в зависимости от принадлежности к определенной потребительской группе и от страны происхождения.

Стоит так же отметить 3 главных фактора, на которые обращают внимание покупатели перед покупкой через Интернет:

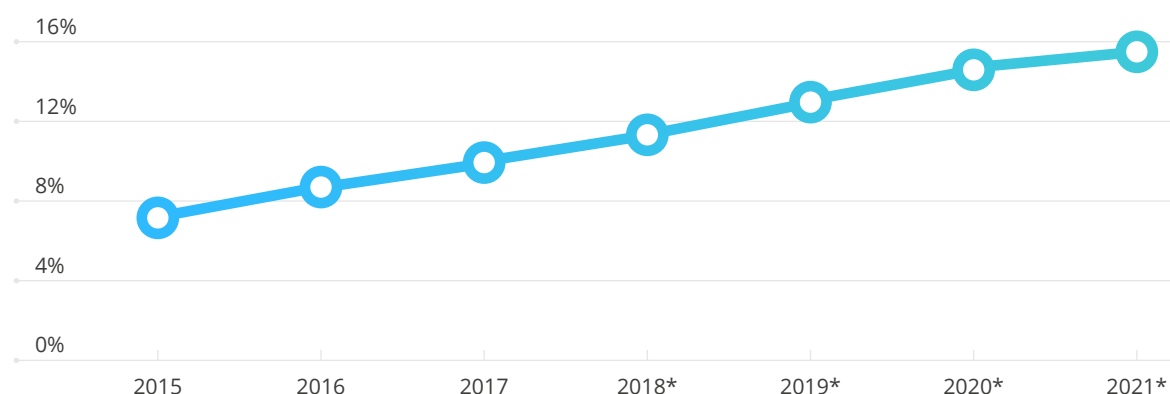
- 70% покупателей заявили, что главным критерием выбора является цена;
- 80% покупателей обращают внимание на стоимость и скорость доставки;

- 71% покупателей считают важным наличие распродаж и промоакций;
- \$1 600 — средняя трата онлайн-покупателя за год;
- \$648 млрд. — Рыночная капитализация наиболее популярных e-commerce площадок.

Источник: Ecommerce Foundation, 2016

Согласно прогнозам исследовательского агентства eMarketer, доля рынка e-commerce компаний в мировой ритейл-торговле будет только возрастать и достигнет 15% к 2021 году, таким образом, наблюдается значительное влияние e-commerce на развитие торговли в мире.

Доля рынка e-commerce компаний в ритейл-торговле:



Источники: Worldwide; eMarketer; 2015 to 2016



Важным является факт, что 45% покупок брендовой продукции в 2017 году были совершены через маркетплейсы, а не через официальные онлайн-магазины бренда.

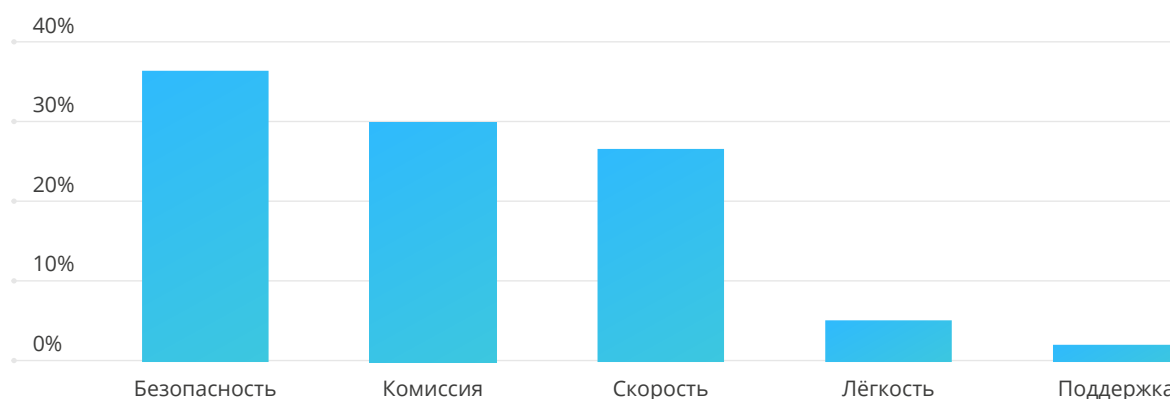
Согласно исследованию «Unlock the Secrets to Building Your Global Ecommerce Business» платежной системы Payoneer, которая обеспечивает возможность получения денежных средств по всему миру лидерам рынка e-commerce, 41% компаний, представленных на более чем одной площадке, имеют выручку более 150 тыс. долларов в год, и лишь 17% компаний, представленных на 1 площадке, имеют такие показатели. По мнению продавцов, каждая из площадок имеет собственные сравнительные преимущества, из-за чего компаниям приходится присутствовать на нескольких площадках.

Основные критерии для выбора маркетплейса:

- Акцент на качественные продукты;
- Большой объем трафика;
- Простые и справедливые правила;
- Служба поддержки.

Безопасность платежей — самый важный фактор. По мнению респондентов, именно это наиболее важно при выборе платежной системы, также большую значимость имеют низкие тарифы и скорость оплаты.

Факторы, которые влияют на выбор платежной системы:



Важным является факт, что 45% покупок брендовой продукции в 2017 году были совершены через маркетплейсы, а не через официальные онлайн-магазины бренда.

Децентрализация и возможности, которые открывает использование криптовалюты в проекте, способны удовлетворить потребности в скорости, доступу к глобальному рынку и безопасности проведения транзакций.

Наше решение — Storiqa

Storiqa — это площадка для продавцов и покупателей со всего мира. С помощью понятного конструктора продавец легко может создать собственный онлайн-магазин и получить доступ к функционалу площадки с минимальной комиссией.

Сервис предоставляет обширные возможности для индивидуальных предпринимателей, небольших производств, семейного бизнеса и handmade-мастеров: набор инструментов для общения с покупателями, ведения финансовой отчетности, подробную аналитику продаж, средства рекламы и продвижения товара.

На Storiqa интегрированы все необходимые инструменты для начала продаж и экспансии продукта на рынки других стран. Это полезно не только начинающим предпринимателям и стартапам, но и владельцам оффлайн-магазинов. Простой функционал платформы позволит с легкостью создать интернет-магазин и управлять им, без дополнительных расходов и штата.

Отличительной чертой платформы является интегрирование Blockchain технологии, что позволит сделать площадку прозрачной, открытой и максимально надежной для обеих сторон сделки, а также снизит транзакционные издержки ведения бизнеса и упростит процесс покупки. Децентрализация, глобализация и использование возможностей, которые открывает использование криптовалюты, являются нашими конкурентными преимуществами перед существующими на рынке решениями для бизнеса.

Главные преимущества платформы Storiqa:

- Широкий и удобный функционал;
- Низкие комиссии;
- Низкие транзакционные издержки;
- Подробная аналитика продаж;
- Рекламная поддержка вашего бизнеса;
- Оплата популярными криптовалютами (BTC, ETH, LTC и тд);

- Доступ к международным рынкам;
- Прозрачная и децентрализованная система отзывов;
- Инструменты для общения с покупателями и ведения фин. отчетности;
- Оплата услуг площадки и товаров токенами STQ по промо-цене;
- Собственная CPA-сеть с лидерами мнений для продвижения товаров.

Ключевая роль системы отведена токenu. Оплачивая покупку с помощью токена STQ, покупатель может рассчитывать на лучшее предложение.

Необходимость у продавцов оплачивать комиссионные сборы и другие услуги платформы за STQ обеспечит рост его котировок на бирже.

Сравнительные преимущества различных платформ:

	AliExpress	Amazon	Ebay	Wix constructor	BigCommerce	Shopify	Storiqa
Глобальность	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Поддержка покупателей 24/7	✓	✓	✓	×	×	×	✓
Наличие уникальной продукции	×	×	✓	✓	×	✓	✓
Возможность локализации продукта	✓	×	×	×	×	×	✓
Прозрачная система отзывов	×	×	×	×	×	×	✓
Возможность оплаты криптовалютой	×	×	×	×	×	×	✓
Кэшбек	✓	×	✓	×	×	×	✓
Ведение складского учета	×	✓	×	×	×	×	✓
Партнерский маркетинг	✓	✓	✓	×	×	×	✓

Зачем нам Blockchain?



Оплата криптовалютами и внедрение смарт-контрактов

Оплата покупок на Storiqa происходит напрямую и без посредников, в любой удобной валюте. Внедрение смарт-контрактов и использование блокчейна сделает транзакции максимально безопасными и быстрыми. Смарт-контракт перечислит средства на счет продавца только после того, как товар достигнет конечной точки доставки. Таким образом, покупатель будет оплачивать покупки только после доставки товара в конечный пункт, что повысит его доверие к сервису и сделает онлайн-шоппинг более привлекательным.

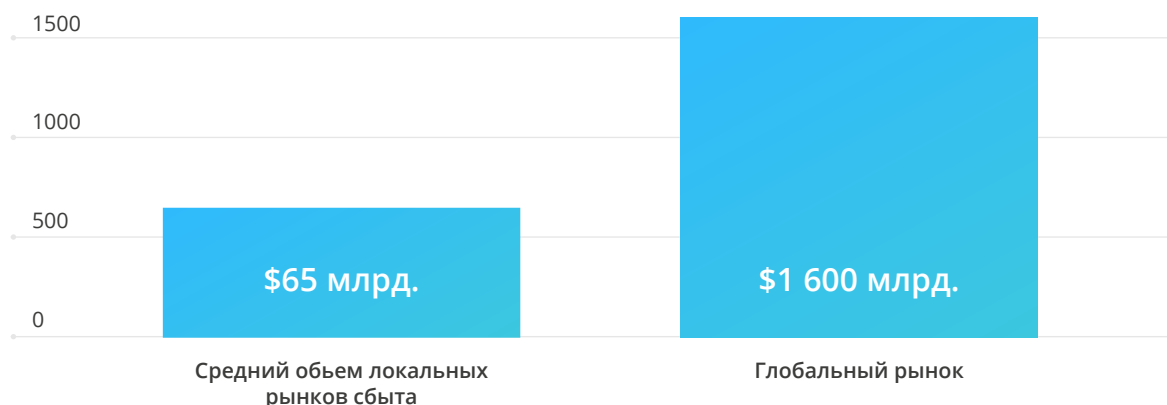
Сохранение открытости и прозрачности:

- Прозрачность транзакций, обеспеченная Blockchain;
- Честные отзывы — своё мнение о продукте смогут оставить только те покупатели, которые действительно купили товар (и это зафиксировано транзакцией в блокчейне);
- Держатели токенов получают доступ к статистике с открытым исходным кодом, где в режиме реального времени будут публиковаться важные метрики бизнес-процессов и динамики развития платформы: покупки, количество активных магазинов и посетителей, средний чек и другие. Это наиболее простой и открытый способ следить за развитием площадки и прогнозировать рост своих бонусов от держания токенов STQ;
- Блокчейн-версия собственной CPA-сети, гарантирующая прозрачность подтвержденных сделок по открытым офферам и отсутствие холда — любой веб-мастер сможет увидеть все покупки по его реферальной ссылке в блокчейне.

Гарантия надежности:

- Система безопасных покупок – любой покупатель сможет вернуть средства за некачественный товар в течение 14 дней с момента покупки, что заложено в условии смарт-контракта. Возврат криптовалюты будет осуществляться по текущему курсу (с привязкой к бирже).

Пример соотношения объемов рынков e-commerce продаж:



Зачем Storiqa продавцам?

1 Низкий барьер входа.

Мы предоставляем эффективный и доступный инструмент для торговли на международном уровне, с универсальным интерфейсом, лояльными клиентами и низкими расходами на ведение бизнеса.

2 Возможность выхода на международный рынок потребительских товаров.

Мелкосерийные производства, вследствие увеличения объемов заказов и маржи, могут претерпеть серьезные структурные изменения. Повышение загруженности основных производственных мощностей увеличит их рентабельность, позволит расширить производство и развивать компанию. Также компании получают конкурентное преимущество в регионах, где их сфера деятельности по тем или иным причинам не имела серьезного развития.

Структура издержек стандартного интернет-магазина, работающего на мировом или международном рынке:

Менеджмент

Бухгалтерия	3
Тимлиды	1

Отдел продаж

Для поставщиков	3
Для клиентов	2

Поддержка

Мультиязычная поддержка	3
Конфликт менеджеры	1

IT отдел

Фронтенд	3
Бэкенд	2

Отдел маркетинга

PR	3
SMM	2
SEO	1

$$\begin{array}{ccccccc}
 \text{Icon: 3 people} & \times & \text{Icon: Money bag} & \times & \text{Icon: Calendar} & = & \text{Icon: 3 money bags} \\
 26 \text{ человек} & & \text{Средняя ставка} & & 12 \text{ месяцев} & & \$ 468\,000 \\
 & & \$1500 \text{ в месяц} & & & &
 \end{array}$$

Реалии мелкосерийных производств — это малочисленность рабочего персонала (в среднем 3-5 человек), ограниченность бюджетов и отсутствие возможности привлечения финансирования на развитие.

Нет возможности тратить пол-миллиона долларов на масштабирование.

Storiqa предоставляет весь необходимый для масштабирования функционал, полностью заменяя собой отделы маркетинга, продаж, коммуникаций и поддержки и IT отдел. При этом стоимость **в десятки раз ниже** затрат, которые предприниматель понес бы при самостоятельном формировании полной команды.

$$50 \text{ товаров} \times 30 \text{ STQ в месяц} \times 12 \text{ месяцев} = 18\,000 \text{ STQ}$$

$$2 \text{ человека} \times \$750 \text{ в месяц} \times 12 \text{ месяцев} = \$18\,000$$

Размещая собственные товары на площадке Storiqa и оплачивая ежегодно комиссию в размере 18000 STQ, продавец получает возможности интернет-магазина, операционные расходы которого эквивалентны \$468 000.

- 3 Основным фактором, останавливающим большинство мелкосерийных производств от выхода на международный рынок, является высокий финансовый барьер, который появляется из-за необходимости формирования дополнительных команд внутри проекта, функции которых до этого зачастую по совместительству выполняют другие работники (разбор редких (в силу низких объемов) конфликтных ситуаций или оформление аренды местного билборда не требуют найма дополнительных сотрудников). Однако при расширении компании сотрудники оказываются перегруженными и начинают не справляться с возросшим объемом задач. А привлечь финансирование на проектное развитие большинству компаний сложно, и это является преградой в развитии.

Storiqa позволяет компаниям решить вопрос с непрофильной деятельностью по продвижению товара и целиком сосредоточиться на главном — эффективном увеличении объемов производства, снижении издержек за счет масштаба.

4 8+ готовых эффективных инструментов для успешных продаж, аналитики и работы с покупателями:

- ***Расширенная продуктовая аналитика***

Storiqa предлагает непрерывный сбор, анализ и обработку сведений о покупателях. Наличие таких инструментов и практик, которые помогут продавцу сформировать портрет своей целевой аудитории и реализовать новые товары с учетом покупательского опыта, позволит быстро реагировать на изменения спроса и предпочтений покупателей.

- ***Эффективная коммуникация***

Storiqa предлагает инструменты для эффективного общения покупателей и продавцов. Основная причина отказа людей от покупки – необходимость увидеть/потрогать товар, то есть узнать дополнительную информацию о его характеристиках. Современному покупателю важно выяснить детали у производителя, принять участие в создании эксклюзивного продукта, получить актуальную информацию об акциях и скидках напрямую. Кроме того, 30% покупателей предпочитают оформлять заказы и уточнять характеристики товаров по телефону. Встроенная телефония позволяет принимать звонки от клиентов в 2 клика, хранить и прослушивать записи звонков, контролировать качество обслуживания клиентов. Инструменты поддержки помогут наладить обратную связь и за счет клиентоориентированности увеличить продажи.

- ***Интегрированный маркетинг***

Быстрое размещение заявки в крупнейших партнерских сетях привлечет новых покупателей, что обеспечит рост продаж, а широкий набор инструментов для отслеживания покупательского опыта позволит сделать торговлю более клиентоориентированной. Кроме того, самые популярные рекламные площадки уже настроены на работу в Storiqa. Автоматическая загрузка расходов на рекламу и продвижение сделает сервис максимально удобным для предпринимателей.

5 *Всесторонняя поддержка от команды Storiqa.*

Владелец магазина может обратиться за помощью в круглосуточную службу поддержки, а через арбитраж Storiqa будут решены любые проблемы с покупателями.

6 *Возможность продавать товары за криптовалюту, при сохранении вывода фиатных средств на счет компании.*

Владелец магазина получает выручку в той валюте, которая ему удобна.

7 *Услуги сообщества Storiqa.*

Storiqa объединяет людей, у которых можно заказать локализацию, описание и фото товаров, видео и письменные обзоры на продукт за токены. Сообщество Storiqa будет функционировать по принципу краудсорсинга. Гибкая система позволит продавцу выбрать конкретные услуги для отдельных товаров или заказать весь набор услуг. Кроме того, заказывая презентационные материалы на Storiqa, продавец получает метку гарантии в карточку товара, которая свидетельствует о том, что товар проверен, и карточка отражает действительное качество товара.

8 *Партнерский маркетинг: монетизация публичности.*

Мы также внедряем монетизацию публичности на основе блокчейна – медийная личность может бесплатно получить любой товар со Storiqa, сделать на него обзор и получать токены по реферальной ссылке за каждую купленную единицу товара.

Согласно исследованию Nielsen, проведенному по заказу inPowered, читатели больше всего доверяют обзорам, тест-драйвам, экспертным статьям, а также мнению людей, уже купивших рассматриваемый товар.

По результатам опроса были сделаны такие выводы:

- 85% людей принимают решение о покупке после изучения «живых» отзывов;
- 67% скорее купят товар, имеющий рекомендацию эксперта;
- 69% людей доверяют подробным обзорам.

Эти данные в той или иной степени актуальны для всех сфер интернет-продаж — от косметики до телекоммуникационной техники. Важно также отметить, что большее доверие вызывает информация о магазине, размещен-

ная не непосредственно в карточках его товаров, а на сторонних сайтах. Наличие качественных обзоров на товары позволит мелкосерийному производству увеличить продажи в Интернете и повысит доверие к бренду. При этом большое количество блогеров нуждаются в рекламных предложениях для развития своего блога и увеличения трафика (больше половины трафика покрывается тремя блогерами из ста, которые получают весь рекламный бюджет). Storiqa объединяет продавцов и блогеров: блогер может выбрать продукт, соответствующий его сфере деятельности, в результате чего продавец получит глубоко интегрированный контент, что принесет в несколько раз больше прибыли, чем аналогичные вложения в привычные способы рекламы.

9 *Гарантированный приток лояльных покупателей.*

Продажа товаров за криптовалюту и токены откроет доступ к большой аудитории клиентов, которые являются их держателями, а так как сфера применения криптовалюты и предложение товаров за токены ограничены, всегда будет гарантированное число покупателей, желающих приобрести товары именно на Storiqa.

10 *Данные для факторинга на основе внутреннего рейтинга.*

На основании нескольких параметров (таких как скорость доставки, качество товаров, отзывы клиентов) будет сформирован внутренний рейтинг магазинов. Исходя из этого рейтинга, мы можем предоставить данные для факторинга, который позволит сократить кассовый разрыв.

11 *Конструктор программ лояльности на собственной CPA-сети.*

Мы предоставляем продавцам возможность проводить программы лояльности, продавая товары со скидками или даря их комьюнити через CPA-сети, к примеру, за отзыв или видеообзор. На платформу будут добавлены в том числе и мировые знаменитости блоггинга, которым участники платформы смогут направлять предложения о продвижении товара, включая и долгосрочные, и % от продаж продвигаемого товара.

12 *Бесплатное тестирование эффективности платформы.*

Мы предлагаем бесплатный тестовый период в 60 дней, за который компания может провести пробные размещения своих товаров и убедиться в работоспособности системы.

Преимущества платформы для покупателей

1 *Возможность делать покупки товаров по всему миру.*

На площадке будет размещено несколько миллионов уникальных товаров мелкосерийных производств со всего мира, которые не представлены ни в одном крупном онлайн-магазине.

2 *Возможность оплаты товаров различной криптовалютой и токеном STQ с незначительными комиссиями,* при сохранении операций с фиатными деньгами.

3 *Повышенный кэшбэк при оплате токенами STQ,* а также возможность участия в промо-акциях при покупке товаров за STQ.

4 *Удобство во время поиска и изучения товарного ассортимента.*

Каталог товаров на Storiqa оснащен фильтрами и делением на категории, что сделает поиск эффективным для покупателя.

5 *Гарантированное качество.*

Платформа берет на себя ответственность за обеспечение качества и гарантирует, что продавец отправил покупателю товар, соответствующий заявленным характеристикам.

6 *Защита интересов покупателя и арбитраж Storiqa.*

Мы гарантируем, что на Storiqa размещаются качественные товары. В случае, если в результате транспортировки груз был поврежден, покупатель может обратиться в арбитраж Storiqa с заявлением, и после рассмотрения мы вернем полную или частичную стоимость товара (по текущему биржевому курсу, если товар был оплачен криптовалютой). Если товар был оплачен STQ, вы получите столько же STQ вне зависимости от биржевого курса.

7 *Безопасность сделки.*

Перечисляя деньги, клиент может быть уверен, что они поступят на счет продавца только в том случае, если товар достиг пункта назначения. Как только продавец отправляет товар, покупатель получает трек-код для отслеживания отправления и может в любой момент посмотреть, на каком этапе доставки находится его заказ. Смарт-контракт перечислит средства на счет продавца только после того, как товар достигнет пункта назначения. В ином случае покупатель сможет вернуть средства в течение 14 дней.

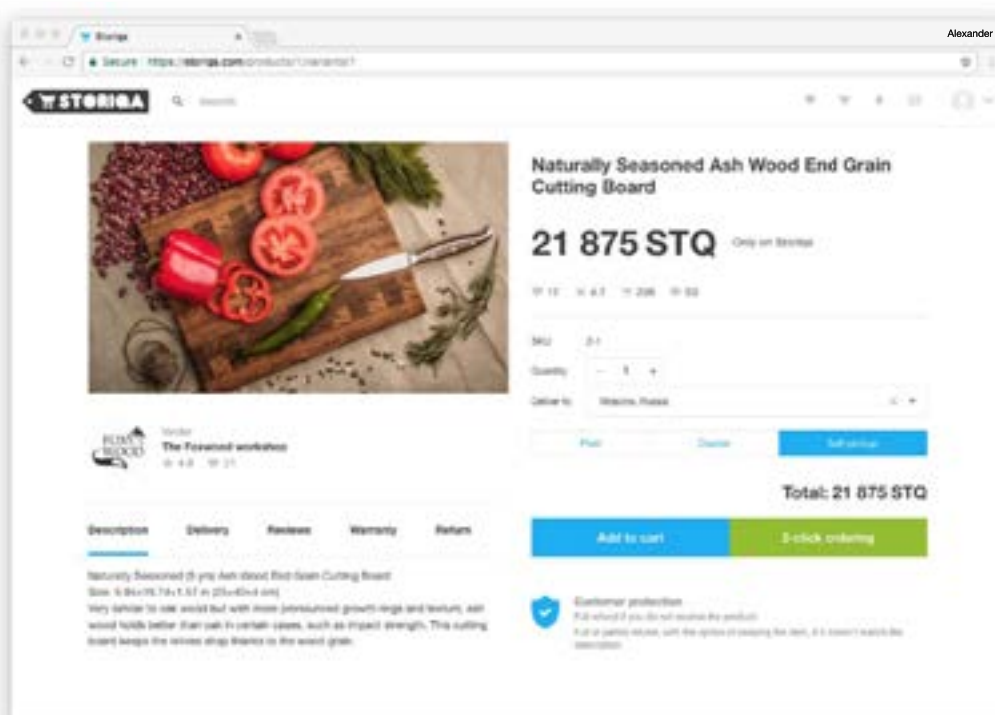
8 Честные отзывы и полная прозрачность платформы.

Смарт-контракт фиксирует взаимодействие продавца и покупателя, поэтому только человек, совершивший покупку, сможет оставить отзыв о товаре.

Принцип работы платформы

С запуском проекта владельцы магазинов и покупатели получают доступ к базовому функционалу. Продавец сможет выложить в общий каталог свои товары, распределив их по соответствующим категориям, а также создать отдельный и полноценный интернет-магазин.

Продавец может настроить систему скидок (в процентах или валютном эквиваленте). После заполнения необходимых полей на главной странице (название магазина, краткое и полное описание, гарантийные обязательства, способы доставки и условия возврата, логотип и обложка) и каталога (товары с описанием, ценой и обложками) магазин начнет принимать первые заказы.



Доставка и оплата

Покупатель оформляет заказ на платформе и производит его оплату на транзитный счет, доступ к которому не имеет ни продавец, ни Storiqa. После получения заказа продавец поставляет товар на специальный склад Storiqa — отдел Quality Assurance, где товар проверяется на внешние дефекты, фотографируется, при необходимости переупаковывается и/или брендируется. В случае несоответствия товара заявленным характеристикам или стандартам качества товар возвращается продавцу. В случае успешной верификации товар передается логистической компании, выбранной покупателем, и страхуется от повреждений в пути за счет Storiqa. В процессе доставки покупатель может отслеживать статус отправления с помощью трек-кода и получать уведомления на email. В момент доставки товара практически мгновенно с помощью смарт-контракта происходит перечисление средств за заказ. В случае проблем, произошедших в результате транспортировки и входящих в страховой перечень, покупатель и продавец автоматически получают выплату.



Quality Assurance — важный раздел в системе Storiqa, именно его аббревиатура зашифрована в названии проекта.

Схема взаимодействия агентов при доставке:



На Storiqa действует круглосуточная поддержка как продавцов, так и покупателей. Также есть возможность сохранять и прослушивать звонки, что делает решение спорных ситуаций более быстрым и удобным.

Тарифы Storiqa для продавцов

На Storiqa предусмотрено три тарифных плана, каждый из которых дает определенные преимущества на платформе. При старте проекта все магазины будут работать на базовом тарифе (1 STQ за 1 товара в сутки). В этот тариф входит полный базовый функционал маркетплейса: интернет-магазин с каталогом, хостинг, система скидок и круглосуточная поддержка. В дальнейшем планируется появление тарифов E-commerce (2 STQ за 1 товар в сутки) и Премиум (3 STQ за 1 товар в сутки). E-commerce откроет доступ к онлайн-платежам по картам, а при подключении Премиума продавец получит удобные средства связи с покупателем (телефония, чат и обратный звонок, а также рассылка), инструменты для продвижения (подключение рекламных товаров), размещение в каталоге товаров Storiqa (каталог оснащен фильтрацией по цвету, размеру и цене, что делает поиск удобным и эффективным для покупателей). Подсчет средств, потраченных продавцом за предыдущий период, происходит 1 числа следующего месяца, и указанная сумма списывается со счета продавца в STQ, а при отсутствии токенов на счете они автоматически приобретаются через интегрированную биржевую надстройку путем списания соответствующей рыночному курсу суммы денежных средств с банковской карты.

1 STQ за 1 товар в сутки	2 STQ за 1 товар в сутки	3 STQ за 1 товар в сутки
Базовый интернет-магазин с каталогом, хостинг, система скидок, круглосуточная поддержка	eCommerce Онлайн платежи по картам	Премиум Средства связи с покупателем инструменты для продвижения, размещение в каталоге

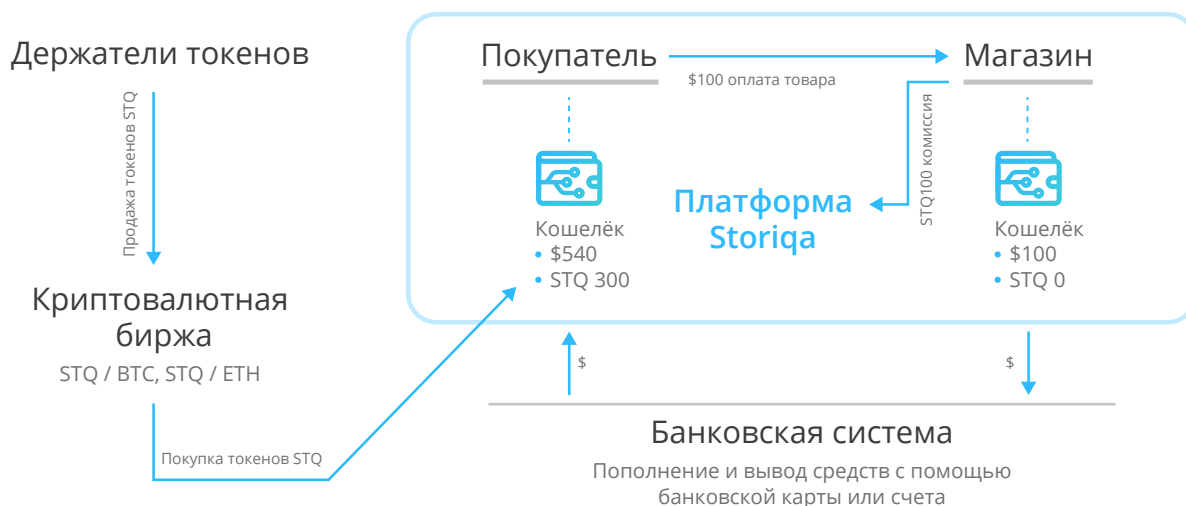
Перспективы Storiqa

В соответствии с современными тенденциями развития электронной коммерции расчеты на Storiqa в дальнейшем будут осуществляться с помощью смарт-контрактов, что сделает платежи максимально безопасными (деньги поступают на счет продавца только после того, как товар будет доставлен в конечную точку доставки), появятся мобильные приложения для Android и iOS для легких и быстрых покупок, будет введен мультивалютный кошелек с возможностью

расплачиваться криптовалютой, которая избавит от необходимости следить за курсом фиатных денег. Покупки на Storiqa можно будет делать «в два клика» из любой точки мира без посредников.

Токен

Токен STQ выпускается для внутренних и внешних расчетов участников экосистемы Storiqa, а также является единственным средством оплаты комиссий и услуг маркетплейса. Токен глубоко интегрирован в систему для обеспечения максимального оборота, так как стоимость любой криптовалюты экспоненциально растет с увеличением количества агентов, пользующихся ею.



Применение токена.

Комиссия за размещение товара

За каждый месяц размещения товаров на маркетплейсе каждый магазин должен платить комиссию в токенах STQ. Размер комиссии на момент старта будет в 10 раз меньше стоимости размещения у конкурентов и будет всегда оставаться низким в реальном выражении, так как при росте курса STQ номинальный размер комиссии будет пропорционально снижаться.

При этом для удобства пользователя ему необязательно обладать токенами или разбираться в работе криптобирж — он может оплатить комиссию своей банковской картой или платежной системой, а платформа автоматически приобретет на эти деньги токены и оплатит ими комиссию. Факт безусловной покупки токенов с биржи при каждом использовании платформы крайне важен, так как гарантирует инвесторам Token Sale ликвидность котировок и постоян-

ный спрос на токены со стороны магазинов, что является базовым принципом, обеспечивающим рост котировок токена.

Также спрос будет наблюдаться и со стороны потребителей, так как множество магазинов будут предоставлять повышенный кэшбэк и специальные цены покупателям, приобретающим товар за STQ, тем не менее, в данной схеме не будет возникать серьезного профицита, так как магазины ожидаемо будут использовать полученные в оплату за товар токены STQ для расчетов с контрагентами в фиатных деньгах. Таким образом, данный механизм увеличит ликвидность, но влияние на рыночный курс будет незначительным.

Услуги по продвижению и прочие услуги.

Storika будет предоставлять интернет-магазинам широкий спектр услуг (приоритетное выделение в поиске, рейтинговые системы, показы на главной странице), позволяющих привлечь большее количество покупателей. Все данные услуги можно будет оплатить с помощью STQ.

Реферальные выплаты.

Участники платформы смогут дополнительно заработать токены STQ, участвуя в реферальных программах площадки и получая награды за офферы во внутренней CPA-сети.

Внутренние расчеты участников.

Специально для удобства продавцов в продвижении товара на глобальном рынке будет создана интегрированная фриланс-биржа, на которой можно будет по фиксированной цене получить услуги по локализации товаров, подготовке их описаний, фотографий и видео. При этом расчеты производятся в STQ с нулевой комиссией. В случае оплаты за пределами платформы, участники потеряют возможность разрешения потенциальных конфликтов в арбитраже Storika, а также гарантии цены и качества.

Покупки на Storika за токены.

Оплачивая покупки на платформе за токены, покупатель сможет рассчитывать на повышенный кэшбэк и лучшее предложение. Важно отметить, что все транзакции, сделанные с помощью криптовалюты, будут отражены в блокчейне. Оплачивая товар на платформе, покупатель получает дополнительную защиту транзакции благодаря смарт-контрактам и гарантии Storika.

При этом обеим сторонам не выгодно заключать сделку вне платформы, так как внутри системы они получают ряд преимуществ:

- Все сделки в STQ, проходящие на платформе, защищаются посредством заключения смарт-контракта, исполнение которого гарантируется децентрализованным Blockchain Ethereum.
- Обе стороны защищены от некачественного или неполного исполнения обязательств другой стороной, предоставления некачественного товара. В случае разногласий происходит арбитраж, и Storiqa всегда встанет на сторону добросовестного клиента.
- Каждая сделка на платформе формирует образ магазина и влияет на его внутренний рейтинг, что позволяет повышать репутацию магазинов и получать больше заказов. Большое количество заказов на площадке будет являться одним из самых ценных активов для продавцов.

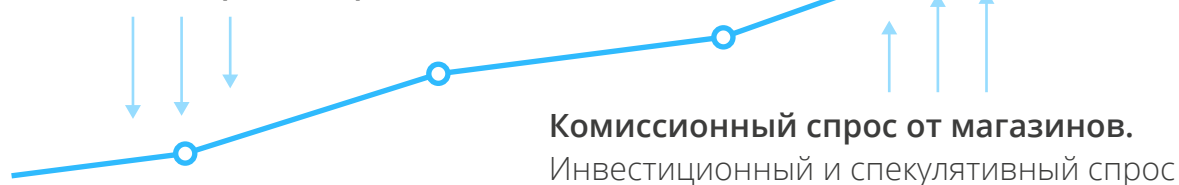
Платежная система для внешних магазинов.

Любой внешний магазин может подключить систему оплаты своих товаров токенами STQ и рассчитывать на расширение потребительского спроса, предоставления высококачественного сервиса и гарантий системы.

Механизм трансмиссии развития проекта на курс токена

Необходимость оплаты комиссии и дополнительные бонусы купившим за STQ обуславливает наличие спроса на токены, что, с одной стороны, дает держателям токенов возможность выхода из проекта и в то же время оказывает положительное влияние на рыночные котировки — так как единственными продавцами токенов будут являться держатели токенов.

Предложение токенов возможно только со стороны держателей токенов



Ценность токенов, как и любой другой валюты, будет определяться готовностью людей принимать их в качестве оплаты своих товаров и услуг. Наличие ликвидности на биржах позволит STQ развиваться на сторонних сайтах. Поми-

мо этого, партнерские проекты смогут производить расчеты при помощи токенов STQ, выигрывая в скорости и прозрачности транзакции, а также в пиаре и маркетинге за счет причастности к популярному тренду.



Таким образом курс токена на системном уровне экономически жестко скоррелирован с оборотом платформы Storiqa, ее развитием как проекта. Чем больше продавцов и покупателей, сделок и активности на платформе, тем больше выгоды получают все участники.

Комиссия за размещение платится в токенах, которые продавцы вынуждены самостоятельно или опосредованно через Storiqa приобретать у держателей токенов на бирже, что в конечном итоге увеличивает спрос на STQ.

Важно отметить тот факт, что цены площадки адаптивные, и в случае повышения стоимости токена размер комиссии за размещение товаров и услуг по продвижению магазина внутри платформы снижается в номинальном выражении STQ и рассчитывается по текущему курсу токена.

Платформа не будет осуществлять ежедневную покупку или продажу токенов, оставляя преимущество за держателями токенов. Фонд платформы будет постоянно пополняться за счет сбора комиссий, однако данные токены не будут продаваться на бирже. Их дальнейшая судьба будет определяться по итогам анализа развития проекта в первые годы, при достижении благоприятной конъюнктуры данные токены могут быть использованы для финансирования дальнейшего развития системы.

Листинг на криптовалютных биржах

После проведения Token Sale токены можно будет свободно купить или продать на множестве криптовалютных бирж. По мере роста оборота торговой площадки и запросов пользователей из разных стран, количество бирж будет расти.

На биржах будет возможно провести моментальный обмен токенов STQ на все ликвидные криптовалюты (BTC, ETH).

Token Sale

Token Sale проводится согласно двум основным целям:

- Ввод токена STQ в оборот;
- Привлечение средств на разработку и продвижение площадки Storiqa.

Будет выпущено фиксированное количество токенов, которое ограничено Hard Cap. Распределение будет выполняться через смарт-контракт. Собранные средства будут направлены на запуск платформы, интеграцию токена и финансирование рекламы и маркетинга. В зависимости от собранной суммы мы реализуем наш проект на различных уровнях.

Тикет токена	STQ
Дата начала Token sale	28 ноября 2017 года
Дата окончания Token sale	13 февраля 2018 года
Стоимость токена на первом этапе	\$0.003
Total Supply	не более Hard Cap

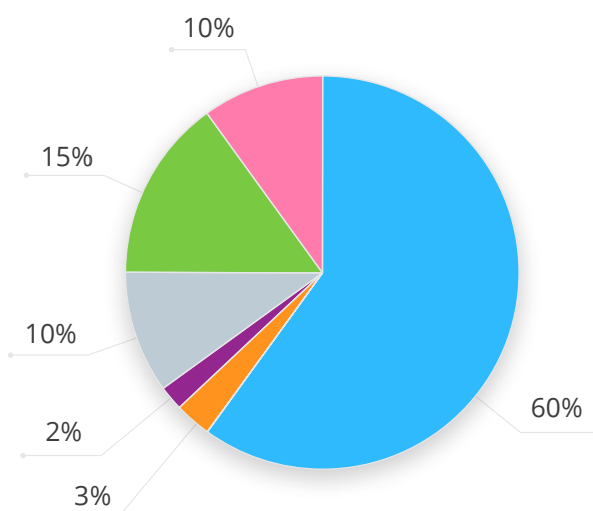
Soft Cap — \$5 000 000

Hard Cap — \$25 000 000

При достижении Hard Cap Token Sale заканчивается.

15% эмиссии резервируется для команды и партнеров, при этом доля будет размораживаться по 3% при достижении определенных точек market cap: завершение Token Sale, \$100 млн., \$250 млн., \$500 млн., \$1 млрд., под контролем Escrow.

Распределение токенов:



■ 10% — войдет в фонд развития (доля разморозится по истечении двух первых периодов по 9 месяцев согласно Road Map);

■ 10% — получают ранние инвесторы;

■ 15% — составит доля команды. Доля будет размораживаться по 3% при достижении определенных точек рыночной капитализации токена: завершение Token Sale, \$100M, \$250M, \$500M, \$1000M под контролем Escrow. Команда замотивирована на увеличение рыночной капитализации токена минимум в 20 раз. Таким образом, интересы держателей токенов и команды в области роста цены токена совпадают;

■ 3% — составит доля bounty-наград;

■ 2% — выделяется в качестве доли консультантов;

■ 60% — получают держатели токенов.

Таким образом, интересы инвесторов и команды в области роста цены токена совпадают. 10% эмиссии отводится на Фонд Развития (половина фонда разблокируется через 9 месяц для выхода на рынок Азии, оставшаяся половина разблокируется еще через 9 месяцев для выхода на рынок Северной Америки), 10% ранним инвесторам, еще 3% направляется в bounty-программу и 2% advisory board. Основная часть токенов, 60%, распределяется посредством Token Sale.

После Token Sale дальнейшие централизованные размещения токенов будут проходить за счет фонда, наполняемого комиссионными отчислениями. Стоимость будет определяться рыночными котировками, при этом гарантируется, что будет учитываться факт, что дополнительная продажа создает избыток предложения, а, следовательно, и риск снижения рыночных котировок. Механизм размещения должен максимально нивелировать данный риск с целью защиты прав держателей токенов (например, за счет растяжения процесса по времени).

Участие в Token Sale

В ходе проведения Token Sale вы сможете приобрести токены STQ, совершив прямой перевод ETH на адрес смарт-контракта. Мы принимаем ETH только с кошельков. Будьте внимательны и помните, что не следует осуществлять оплату из несовместимых с контрактами ERC20 кошельков или со счета на криптовалютной бирже – это может привести к потере контроля над приобретенными вами токенами.

Мы рекомендуем пользоваться следующими кошельками:



Расширение
для Google Chrome



MyEtherWallet

Не требует установки



ETHEREUM

Требует установки

Команда проекта

Команда проекта включает в себя людей, имеющих опыт создания успешных проектов и участия в инвестиционных кампаниях. Командой было создано более 10 успешных проектов, в которых успешно работает более 500 человек. Суммарный оборот компаний составляет 25 млн. долларов в год.



РУСЛАН ТУГУШЕВ

CEO, Основатель Storiqa

Юрист, предприниматель, сооснователь крупнейшей в России краудфандинговой платформы Boomstarter и владелец инвестиционной платформы Tugush (более 1500 инвесторов, инвестиционный потенциал 800 млн. долларов.)



ЕВГЕНИЙ ГАВРИЛИН

Первый инвестор и сооснователь Storiqa

Предприниматель, основатель более десяти компаний. Сооснователь краудфандинговой платформы Boomstarter, которая помогла найти финансирование уже более 1548 проектов по направлениям: бизнес, технологии, книги, путешествия, кино, музыка, эвенты.

Создатель Youtube-канала о бизнесе Жизнь Би (более 400 тыс. подписчиков).

Владелец агентства года Nectarin, которое возглавляет рейтинги digital-агентств России с 2014 по 2017 год.

Сооснователь инвестиционной платформы Tugush.



НАДИЯ ЧЕРКАСОВА

Ранний инвестор, консультант проекта

Старший вице-президент, директор департамента обслуживания клиентов малого бизнеса ВТБ 24, возглавляет направление развития и кредитования малого и среднего бизнеса в банке ВТБ24*

Наши консультанты



ПЭДДИ ТЭН

Консультант

Основатель InterVentures Asia. Обладает огромным опытом определения технологических стартапов от идеи до наставничества, финансирования и приобретения. Улучшает условия бизнеса, привлекающие основателей, партнеров и венчурных капиталистов для воплощения самых смелых бизнес-планов.



ОСТИН КИММ

Консультант

Стратегический консультант международного уровня как для стартапов, так и для крупных компаний.



АЛАН ВОНГ

Консультант

Алан - разработчик эко-систем, бизнес-консультант и предприниматель с уникальным сочетанием опыта работы как в крупных организациях, так и в стартапах. Будучи предпринимателем-наставником, Алан продолжает оказывать поддержку начинающим проектам. Имея опыт высокого уровня в области развития бизнеса, маркетинга и технологий в крупных MNC, таких как Cable & Wireless и Huawei Devices, он делится необходимыми знаниями для достижения целей и поддержания устойчивого роста компании. Проекты Алана демонстрируют высокую жизнеспособность.



СЕРГЕЙ ФЕДОРИНОВ

Консультант по построению больших e-commerce проектов

Ulmart — единственная российская компания, вошедшая в топ-50 глобальных игроков e-commerce по версии Deloitte с оборотом более \$800 млн. и капитализацией в \$6 млрд. Дистрибьюторская сеть компании охватывает свыше 400 пунктов продаж разного формата более чем в 240 городах. В случае успешного проведения Token Sale, Сергею будет сделано предложение возглавить компанию. Сооснователь инвестиционной платформы Tugush.



МАРК ГИНЗБУРГ

Консультант

Президент Украинского Инвестиционного Холдинга, идеолог блокчейна. Заключил первую в истории сделку по продаже квартиры в Киеве за криптовалюту.



АЛЕКСЕЙ АНТОНОВ

Маркетинговый и финансовый консультант

Предприниматель и эксперт технологии блокчейн. Публично выступает по темам ICO и блокчейн, является автором нескольких публикаций, включая критические замечания по сомнительным проектам ICO.

Алексей — инвестор 15-ти различных ICO. Основал компанию suicide.ventures и успешно управлял несколькими проектами ICO (включая SONM.io). Алексей активно участвует в торговле криптовалютами, с количеством сделок более 6000.



НИКОЛАЙ ОРЕШКИН

Венчурный капиталист, энтузиаст блокчейн

Профессионал в сфере инвестиций, инженер и опытный предприниматель с проверенной репутацией. В настоящее время Николай отвечает за все аспекты заключения сделок и их структурирование, стратегическую оценку и переговоры в GVA Capital. Ранее Николай был партнером F50 Ventures.

В компетенции Николая также входят Consumer Mobile, Blockchain, Artificial Intelligence, Computer Vision, VR / AR.



ВУЛЬФ КААЛ

Предприниматель, технолог, профессор

Вульф Каал является ведущим экспертом в области права, бизнеса и технологий. Его исследования сосредоточены на инновациях, технологиях применения блокчейн, смарт-контрактах, ICO, хедж-фондах и динамических методах регулирования. Каал является директором Института частного инвестиционного фонда (PIFI). До поступления в академию он был связан с Cravath, Swain & Moore LLP в Нью-Йорке и Goldman Sachs в Лондоне, Великобритания.



ПИТЕР СЮЙ

Партнер Galaxy Group

Питер занимал руководящие должности в США и Китае как в венчурном капитале, так и в технологических компаниях. Он возглавлял зарубежные инвестиции Galaxy Venture Capital, венчурного подразделения Galaxy Group, фондов венчурного капитала и бизнес-инкубаторов по всему миру. Он также имеет большой опыт в налаживании партнерских отношений с публичными торговыми компаниями и фондами M & A. Питер уделяет основное внимание инвестициям в ранние стадии развития проектов в области AI, электронной коммерции, финансовых услуг и мобильных секторов.

Дорожная карта проекта

2016

1

2 — 3 квартал

Изучение потребностей рынка

- Анализ рынка
- Анализ потребностей бизнеса и покупателей
- Привлечение ранних инвесторов для создания тестовой версии продукта — \$200.000
- Тестирование вывода бизнеса на международный рынок
- Привлечение первых магазинов к сотрудничеству
- Формирование стратегии вывода бизнеса на международный рынок
- Разработка концепции маркетплейса
- Дизайн-проект маркетплейса
- Вывод первых магазинов на международный рынок, аналитика обратной связи
- Решение вопросов логистики товаров

2

4 квартал

Старт разработки продукта

- Разработка маркетплейса
- Решение вопросов международного маркетинга
- Решение вопросов мультиязычной поддержки клиентов 24/7

2017

3

1 — 2 квартал

Первая версия продукта

- Разработка первой версии магазина
- Подготовка использования блокчейн-технологии в проекте
- Начало работы над Whitepaper
- Привлечение магазинов к тестированию платформы
- Знакомство магазинов с потенциалом платформы
- Создание презентационных материалов для карточек товаров: фото, копирайтинг, локализация
- Конструктор магазина
- Общий продуктовый каталог
- Базовый торговый функционал
- Второй раунд финансирования — \$300.000

4 3 квартал

Подготовка Token sale

- Альфа-версия продукта
- Начало маркетинговых компаний по Token sale
- Начало организации сообщества Storiqa
- Pre-sale токенов
- Презентация проекта ранним инвесторам
- Привлечение \$500.000 на ранней стадии pre-sale

5 4 quarter

Pre-Token sale и Token sale

- Презентация основного функционала магазинам
- Презентация проекта
- Старт привлечения капитала для вывода продукта на рынок
- Презентация проекта на международном уровне
- Демоверсия продукта
- Завершение Token sale

2018

6 2 — 3 квартал

MVP площадки

- Прием платежей в криптовалюте
- Смарт-контракты, интегрированные с системами логистики
- Привлечение продавцов, заключение партнерств в B2B-секторе

7 3 — 4 квартал

Предварительный запуск платформы

- Разблокировка 5% фонда развития
- Тестирование бета-версии
- Blockchain Testnet
- Внутренний обмен валют и мультивалютный кошелек

2019

8

1 квартал

Релиз площадки

- Привлечение клиентов
- Blockchain Mainnet
- Инструменты эффективного продвижения
- Разработка мобильных приложений
- Локализация на дополнительные языки
- Запуск внутренней CPA-сети для лидеров мнений
- Разблокировка 5% фонда развития
- Выход на рынок США
- Разработка дополнительного функционала
- Объединение со сторонними сервисами
- Выпуск товаров на внешние торговые площадки