

@TuristasTV



Медиапространство, включающее
в себя 314 стикерпаков Telegram
(по состоянию на 31.07.2018 года)

Презентация для покупателей

Что из себя представляет данное медиапространство?

- * Идея создания медиапространства по созданию стикерпаков в Telegram Messenger возникла в 2017 году. Медиапространство @TuristasTV авторства Александра Жданова, задумывалось как нечто, что будет попадать в мобильные телефоны людей разных возрастных категорий без ограничений по региону, полу, ориентации и городам.
- * Создатель Telegram Павел Дуров и его команда за все время запустили около 280 (официальных) стикерпаков Telegram Team. В то же время, Александр Жданов является самым крупным разработчиком неофициальных стикерпаков в России. За последний год ему удалось сравняться со всей командой Telegram, а к осени 2018-го у него в планах довести общее количество стикерпаков до 350 и остановиться на этой цифре.

Что из себя представляет данное медиапространство?

- * Аудитория Telegram по данным на март 2018 года составляла 200 млн. активных пользователей и их количество продолжает расти с каждым днем. Ежедневно в Telegram регистрируется минимум 600 тысяч новых пользователей.
- * Автору удалось создать это медиапространство и “завирусить” его так, что теперь без его ведома и усилий ежедневно устанавливается 9 тысяч паков (только из его списка) и 70 тысяч ежедневного использования (просмотров).
- * Практически на каждой странице (начиная с первой) основного неофициального сайта всех стикерпаков tigrm.ru/stickers в топе есть один или несколько стикерпаков от @TuristasTV. Все наборы прошли модерацию Telegram и 260 из них допущены на этот сайт. Кроме того, наши стикерпаки можно найти и на других сайтах по стикерам (tigrm.su/stickers/sort=stat, telegram.org.ru/stickers/, tgram.ru/stickers).

Инфографика

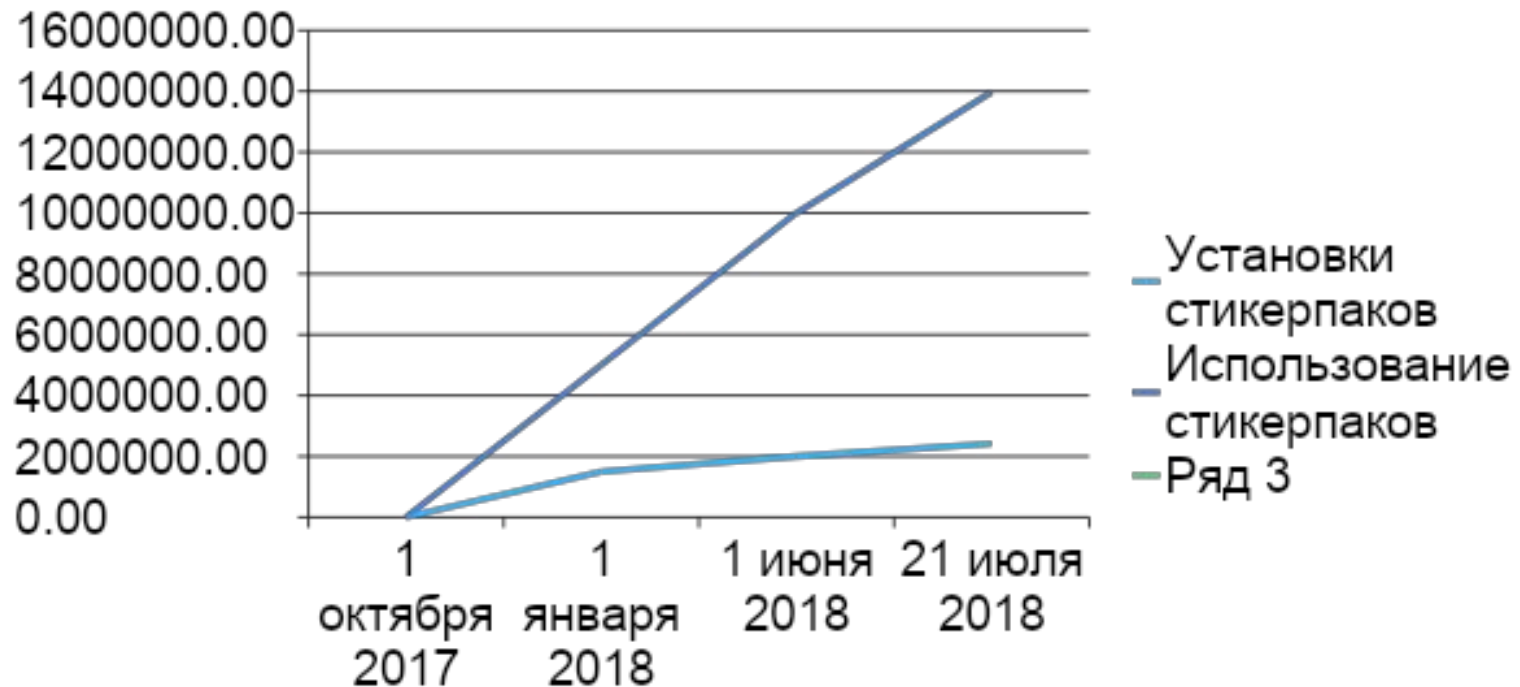
Установки всех стикерпаков за 1 день /24 часа (данные за 21 июля 2018 года): **9 608** штук

Установки всех стикерпаков за все время: **2 422 830** штук

Использований всех стикерпаков за все время (с 1 октября 2017 года): **13 976 355** штук

Использований за 1 день /24 часа (данные за 21 июля 2018 года): **70 723** просмотров

Среднее количество использований за месяц (с 21 июня 2018 по 21 июля 2018): **2 192 000**



Инфографика

- * Каждый день (без дополнительного промо, участия и вмешательства автора) стикерпаки стали жить своей жизнью и 70 тысяч человек ежедневно открывая свой Telegram видят/используют любимые стикеры (наборы, которые им уже приглянулись) и которые их к себе добавили, в дальнейшем пользователи отправляют своим собеседникам эти картинки, а те дальше.
- * За первые 10 месяцев существования стикерпаков от @TuristasTV, ими воспользовалось практически 14 млн. пользователей. При должном умении, финансировании и продолженной работе – уже через год есть возможно увеличить их количество до 40 млн. пользователей.

Пример успешного кейса

Статистика по стикерпаку Boss Baby от автора @mmd_19 с привлечением инвестиций в раскрутку стикерпака (данные на 30.07.2018 года):

Использование за сегодня: 37 940

Установок за сегодня: 1 445

Удаления за сегодня: 229

Использование за вчера: 122 667

Установок за сегодня: 4 178

Удаления за сегодня: 550

Использование за все время (с 17.09.2015 года): **88 045 096**

Установок за все время (с 17.09.2015 года): **3 116 729**

Удаления за все время (с 17.09.2015 года): **344 697**

Пример успешного кейса

- * Автор @mmd_19 вложил денежные средства в раскрутку своего стикерпака Boss Baby, что позволило сделать данный стикерпак популярным во всей стране.
- * 88 млн. человек воспользовались данным стикерпаком, что является показателем того, на какую большую аудиторию может работать реклама стикерпака.

Как инвестору заработать на данном медиапространстве?

- * Проведение рекламных компаний для больших корпораций: рекламу можно вставить вторым стикером в стикерпаке, сразу же после аватара того или иного стикерпака.
- * Кроме рекламы это место также может быть использовано под идеи, название фирмы, информации о мероприятиях, о глобальных идеях и т.д.

Факторы риска

Внутренние риски и затраты:	Внешние риски:
<ul style="list-style-type: none">• Необходимость инвестиций в персонал (художников, которые рисуют и компануют стикеры) для продолжения разработки стикерпаков, построения “Стикеримперии”, а также для их продвижения	<ul style="list-style-type: none">• Долгая окупаемость проекта, затрат на покупку стикеримперии (но при этом у проекта будет продолжать расти количество использований и установок, что будет приносить владельцу медиапространства больше прибыли)
<ul style="list-style-type: none">• Покупка готовых фотографий/изображений в фотобанках	<ul style="list-style-type: none">• Неблагоприятная рыночная конъюнктура (Блокировка Telegram в России и других странах)
<ul style="list-style-type: none">• Риск увольнения ключевых сотрудников	<ul style="list-style-type: none">• Рост числа конкурентов

Затраты в месяц

- * 120 000 рублей (в месяц) – стоимость работы одного художника стикерпаков (хорошего уровня)
- * 199 USD (в месяц) – стоимость лицензии в Shutterstock (право на использование в стикерпаках 750 фотографий/изображений)
- * 100 000 рублей (в месяц) – дополнительный промоушен и реклама (промоушен стикеров внутри других Telegram-каналов)
- * всех ключевых рекламных агентов, которые работали с данным медиапространством, автор передаст покупателю



Чистая прибыль
(на примере реального кейса)

Фестиваль Вконтакте (VK Fest)

Чистая прибыль (на примере VK Fest)

Фестиваль Вконтакте, который прошел 28-29 июля 2018 года:

- * Вводная: фестиваль проходит в Санкт-Петербурге
- * Задача: привлечь внимание молодежи на то, чтобы они посетили данное мероприятие, приводящееся на открытом пространстве и купили заранее туда билеты
- * Действия/Затраты: на первом этапе художником рисуется картинка с рекламой фестиваля и ставится во всех стикерпаках, в дальнейшем, незадолго до даты проведения мероприятия ставится рекламный баннер с разъяснением где и как приобрести билеты на фестиваль
- * Результат: 2 млн. человек увидели рекламу VK Fest за 2 недели до мероприятия и как итог – приобрели на него билеты

Чистая прибыль – 300 тыс. рублей за 2-х недельную рекламную кампанию, промоушен и продвижение на молодежную аудиторию пользователей.

* Какие-либо индивидуальные моменты рассчитывается инвестором самостоятельно в зависимости от того, по какой стоимости будет продаваться реклама во всех стикерпаках.

Чистая прибыль (заказ политической рекламы)

На примере выборов в мэры Москвы:

- * На протяжении 2-х недель – рекламная информация о дате выборов или о продвижении или о продвижении нужного кандидата на аудиторию из 2-х миллионов человек
- * Чистая прибыль – 500 тыс. рублей за 2-х недельную политическую рекламу и продвижение кандидата на пост мэра Москвы, выборы которого состояться в сентябре

Поиск персонала

- * Сложнее всего будет найти профессиональных художников, которые разрабатывают стикерпаки для Telegram, так как для качественной работы потребуются опыт создания и компоновки стикеров, а также профильное образование.

Описание рынка сбыта

Оценивая концепцию данного проекта, важно понимать, какой именно сегмент вы планируете охватить.

Потенциальная среда рынка сбыта:

- * Все пользователи Telegram Messenger (количество которых продолжает расти и составляет более 200 млн. человек).

ТОП разработчиков по количеству стикерпаков (по данным сайта tlgrm.ru)

№ п/п	Название автора	Количество стикерпаков
1.	Telegram Team	281 шт.
2.	TuristasTV	314 шт.
3.	Киностикеры	110 шт.
4.	EeZee	48 шт.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!