

Jeśli masz produkt dla mas, to właśnie przyszedł Twój czas.

Uzupełnieniem tego dokumentu jest kalkulacja_Ea1-3_lat_od_980tys_zl_IG81 v2.xls w MS Excel. Prosimy o zapoznanie się.

W tym dokumencie przedstawię sprawy:

- Gdzie można na tym zarobić? Atrakcyjność dla inwestorów.
- Obecni inwestorzy: Firmy i osoby prywatne
- Aktualna sytuacja finansowa firmy SIP sp.k. na październik 2010
- Koncepcja modelu biznesowego
- Źródła dochodu POI
- Podział dochodu. Wydatki i koszty
- Gdzie zarabia użytkownik, ile i za co?

Wstęp

Na świecie robi się coraz lepsze Interesy. W Internecie najszybciej buduje się strukturę dla MAS, nawiązuje się kontakt, sprzedaje się wirtualne przedmioty a transakcja jest szybka. Dlatego zwirtualizowanie pomysłu to pierwsza praca.

Jeśli już przeczytałeś wstęp do projektu i zaznajomiłeś się z budową i funkcjonowaniem portalu POI, to chciałbym Tobie teraz przedstawić nowatorskie zagadnienia ekonomiczne portalu POI.

Kiedyś budowniczy Internetu (*Arpanet*), z pewnością mieliby trudności w wyartykułowaniu mechanizmów zarabiania i uzyskiwanych kwot z tytułu istnienia Internetu. Czyli również takich przedsięwzięć jak firmy Onet, Allegro czy Google. Nieco podobnie jest w przypadku POI. **Nie mamy szansy do końca przedstawić gdzie jeszcze POI będzie zarabiał.**

Istotą Internetu **było połączenie komputerów** i ich aplikacji, **istotą POI jest połączenie użytkowników.** To połączenie daje możliwości **zaspokajania osobistych potrzeb** i **rozwiązywania problemów** a to podstawa do **sukcesu.** POI to wyspecjalizowane narzędzie i w tym względzie jego **główna siła.**

Źródła dochodu są częściowo nowe, bazują nie tylko na Internecie ale na nowej docelowo jej podobnej w rozproszeniu strukturze. *Więcej informacji w osobistej prezentacji*

Atrakcyjności dla inwestorów

Informacje w przygotowaniu:

Inwestycja może mieć różne formy: pieniądze, konsultacje, uczestnictwo we wszystkim, wsparcie techniczne i personalne.

Przewidujemy uczestnictwo podwykonawców, partnerów biznesowych jak i inwestorów **z opcją wyjścia w każdej dowolnej formule**. Preferujemy inwestorów zaangażowanych w projekt organizacyjnie, merytorycznie lub technicznie.

Mimo, że spodziewamy się atrakcyjnych perspektyw finansowych liczonych w setkach milionów EUR, możemy zaoferować udział procentowy w zyskach z ściśle określoną kwotą wyjścia. Inny układ koliduje z konstrukcją biznesowo-społecznościową projektu.

przykład: objęcie 40% udziału w zyskach portalu przez inwestora jest dalece niewskazane ponieważ użytkownikom liczonemu w dziesiątkach tysięcy (którzy zarabiają w portalu) przypada pozostałe 60% kwoty zysku z czego do ich kieszeni trafia połowa czyli 30%. Taka sytuacja gdzie 1 osoba zarabia krocie a pozostałe resztki może spowodować zawalenie się portalu lub pokonanie przez bardziej otwartą konkurencję.

Najbardziej atrakcyjnym okresem inwestycji jest okres wstępnej realizacji począwszy od pierwszych prac a skończywszy na ok. 1,5 roku działalności. W tym okresie za niewielką inwestycję czy to zaangażowania czy realnej gotówki jesteśmy w stanie ustalić znaczny udział w zyskach. Jednak nie jak już wcześniej wspomniano w formie % a w konkretnie ustalonej kwocie wyjścia.

Udział % w zyskach nie musi być przekładany na udział w decyzjach podejmowanych przez zarząd o czym może stanowić odpowiednio sformułowana umowa współpracy.

Z oczywistych powodów pierwsi inwestorzy POI mogą uzyskać najkorzystniejsze finansowo warunki zwrotu inwestycji.

Ogólne warunki zwrotu inwestycji

Aktualna stopa zwrotu inwestycji w POI w skali roku wynosi nawet 500% kwoty wyjściowej na przestrzeni całego okresu inwestowania. Warunkiem jest utrzymanie tej kwoty nienaruszonej w pierwszym okresie realizacji projektu, czyli ok. 2-3 lat do momentu ustabilizowania się wpływów młodego portalu.

Termin zwrotu przewidywany jest od czwartego roku w wwyż i będzie najprawdopodobniej uzależniony od osiągnięcia finansowej kondycji POI, w którym kwota potrzebna na pokrycie zobowiązania inwestorskiego będzie stanowiła max. 10% wysokości całego zysku POI.

Pozostałe ustalenia chętnie omówimy w osobistym kontakcie.

Firmy które w nas już inwestują: czas, pieniądze, organizację, pracę, konsultacje:

ECDF sp. z o.o. z Poznania,
ADVIS sp. z o.o z Poznania,
IKERIS sp. z o.o. ze Szczecina
SIP, Ziemowit Gólski spółka komandytowa (3 wspólników):
i 3 inwestorów prywatnych na łączną kwotę: 102 tys.zł

Zespół pracujący nad projektem:

4. Programistów (CT, MK, MM1)
3. Programistów Wolontariuszy (RN, BP, PC)
1. Programista Stażysta (PJ)
1. Grafik (MK3)

2. Pracownik administracyjny (ID, AI)
1. Księgowa (EK)
1. Konsultant Wolontariusz (BD)
1. Kierownik (ZG)

Aktualna sytuacja finansowa firmy SIP sp.k. na wrzesień2010:

- Do dnia dzisiejszego zainwestowaliśmy **102 tys. PLN** prywatnych środków w rezultacie czego powstał prototyp. Wykonaliśmy na jego podstawie konieczne testy oraz obaliliśmy mit o technicznej niewykonalności projektu.
- Pozyskaliśmy środki unijne IG.8.1 na **sumę 200 000 EUR**. Wraz z wkładem własnym jest to ok. **1 mln PLN zł**.
- **zadłużenie firmy SIP wynosi ok. ok. 70 tys PLN**. Na kwotę zadłużenia składają się należności z tytułu przerwanych płatności z tytułu umów terminowych z operatorami telekomunikacyjnymi, wynajemcą lokalu, pracownikami. Zadłużenie powstało w wyniku wyczerpania się prywatnych środków wspólników oraz niemożności pozyskania następnych inwestorów począwszy od 1.01.2009 roku.
- Wydaliśmy zaliczkę dotacji unijnej w wysokości 233.000 PLN i zakończyliśmy I etap harmonogramu dotacji unijnej.
- Do wykorzystania zostało 540.000 PLN tytułem refundacji.
- 1. Poszukujemy inwestora na wkład ok. 550 tys zł celem kontynuacji harmonogramu dotacji unijnej jako środki obrotowe
- 2. Poszukujemy Inwestora Strategicznego na kwotę do 10 mln zł w celu uruchomienia wersji wielojęzycznej projektu.
- Poszukujemy inwestora na 70 000 PLN aby postawić portal inwestując tylko w niewielki zespół programistów w ciągu 3-4 miesięcy.

Koncepcja modelu biznesowego POI.

Co jest produktem, ile jest on wart, kto go tworzy i dla kogo?

Podstawowe źródła przychodów są specyficzne dla projektu POI i mimo, że noszą one podobne nazwy znane z biznesu, Internetu i marketingu, nie są do końca tym samym.

- **Produktem** POI jest czasopismo - dziennik w określonym temacie: **Park Nazwy** (PN).
- **Opiekun PN** wraz z innymi użytkownikami **tworzą PN** na użytek innych użytkowników, w tym biznesowych.
- Produkt **jest tyle wart ile zarobi na sobie** z tytułu umieszczanej w nim informacji biznesowej, odpłatności abonamentowej oraz opłat za usługi.

Ogólnie można powiedzieć, że głównym **płatnikiem jest Biznes** a odbiorcą ustalającym opłaty Centrala POI. (coś jak operator komórkowy). POI jest docelowo (po 6-8 latach) niejako w rękach Internautów, więc to oni ustalają opłaty. Jest to więc sytuacja odwrotna w porównaniu do znanych modeli biznesowych portali. Nie mniej, **model biznesowy POI jest komercyjny a już szczególnie w pierwszym okresie 6-8 lat.**

Prosimy o ostrożną opinią co do zasadności funkcjonowania całego POI i danego źródła dochodu, gdyż jego pełny obraz dobrze jest porównać z prezentacją prototypu portalu w odniesieniu do strategii realizacji i aktualnych trendów, *które chętnie przedstawimy w prezentacji.*

Konkretne źródło ma różny udział w całości dochodów na różnym etapie realizacji. Są takie źródła, które mają znaczenie przy rozruchu a inne mogą wykształcić się w pełni dopiero po ustabilizowaniu się tego portalu w sieci. Inne jak już wspomniano, określone są znanym terminem ale funkcjonują trochę inaczej – tutaj nie obędzie się bez ustnego wprowadzenia w temat. Prosimy o wyrozumiałość - są to informacje strategiczne. *(więcej informacji na życzenie)*

Podsumowując, mimo że wspomniałem: Biznes jest płatnikiem to nie będzie mógł się on utrzymać bez stałych dochodów od swoich klientów detalicznych i biznesowych. To oczywiste.

Dotychczas istnieje jednak pewna **pułapka dla pieniądza** wydawanego przez biznes na reklamę w Internecie, który zamiast iść do potencjalnego klienta ląduje w niezliczonej ilości agencji reklamowych, dużych portali i domów mediowych kumulujących kapitał ponad osobiste ludzkie potrzeby. POI tę pułapkę eliminuje w znacznym stopniu kierując finanse do masowego użytkownika, czyli potencjalnego klienta reklamodawcy. Zobrazowaliśmy to zjawisko poniższym schematem.

Pieniądze na reklamę utykają (*znaczek „|” w schemacie poniżej*) u właściciela portalu czy w domu mediowym. Dlatego wyjaśniam tutaj, że w **ogólnym obiegu pieniądza** w branży IT portal POI nie jest usytuowany jak to zwyczajowo znamy (1.):

> przepływ pieniądza
- przepływ innych wartości

1. > Reklamodawca > X portal | Tylko reklama – użytkownik portalu > Rynek
2. > Klient bizn. i reklamodawca > POI > użytkownik > Klient bizn.>

Oznacza to, że **POI reprezentuje w sposób realny masowego użytkownika** i przez niego jest też POI kontrolowany. To jest nowością (2.powyżej).

Ponieważ „Biznes” to również ludzie więc wzajemne wyczucie się stron i ich interesów w nowym układzie powinno szybko zaistnieć w sposób oczywisty. Użytkownik chce zarobić a biznes chce pozyskać klienta, który znajduje go w użytkowniku portalu. Użytkownik pozyskując pieniądze wyda je w znanych sobie miejscach (tam gdzie jest biznes, w e-sklepie, e-usługach i w realu) i tu się nic nie zmienia.

Jeśli pojawia się pytanie: **Kto straci na tym? Kto zyska?** – odpowiem: Zyska na tym Biznes gdyż przepływ pieniądza pomiędzy użytkownikiem i biznesem jest **udrożniony** (punkt 2 powyżej). Biznes płaci użytkownikowi. Ostatecznie **wydaje mądrzej swoje pieniądze** za obecność czy reklamę w Internecie gdyż zamiast płacić za banery i linki sponsorowane właścicielowi portalu dociera do klienta i **z przekazem reklamowym i z pieniędzmi** (POI przecież płaci użytkownikom!).

Przedstawiamy (wybrane) **źródła dochodu POI:**

1. Reklama kontekstowa – to znane i główne źródło dochodu portali w Internecie. Jest jednak mało „wyeksploatowane” – można tu jeszcze dużo działać.

Reklamodawca umieszcza reklamę tam **gdzie znajduje się użytkownik zgłębiający treść w temacie reklamy**. Co to oznacza? Użytkownik przebywa na stronie ponieważ szuka informacji w danym temacie a reklamodawca podsuwa mu pomysł lub alternatywę na rozwiązanie jego problemu ale to nie wszystko.

POI jest specjalistyczną platformą do wykorzystania niemal wszystkich walorów przekazu kontekstowego / marketingu bezpośredniego (w prototypie pokazujemy ten mechanizm na przykładzie hasła „Pralka”). Reklamodawca ma **możliwość kontynuowania** swojego zmiennego przekazu **na kolejnych stronach** po których porusza się użytkownik w miarę jak on coraz głębiej wchodzi w temat, który go interesuje. Pełna moc takiego przekazu reklamowego jest związana ze sposobem poruszania się po POI (i co ważne), nawet podczas jego opuszczania, kiedy użytkownik przechodzi do specjalistycznego portalu* zewnętrznego. *(w tym miejscu to źródło zająłoby się ze źródłem opisanym w pkt. 10).

- + więcej miejsca na reklamę - *każda strona inny temat – wyselekcjonowany odbiorca*
- + banery graficzne i tekstowe,
- + własne „Adwords” i znane Google Adwords.
- + linki opłaty DUO, (patrz punkt 6.)
- + artykuły sponsorowane – odkryte! – umieszczone również w specjalnych boksach.
- + linki, fotki produktów, w tekstach itp.

Wysokość opłat: stała rynkowa lub obliczana w zależności od zysków i ilości pracowników firmy.
Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 30%
suma za 3 rok = 63 448 000,-zł
Prototyp: tak, reklama banerowa i linki w wybranych nazwach.

2. Opłata za wykupienie pakietu punktów / waluty wewnętrznej – służących do wiarygodniejszego oceniania i punktowania różnych prac wykonanych przez użytkowników. W POI istnieją różne typy punktacji, jedną z nich jest punktacja, której punkty można kupić. Punkty pełnią rolę wewnętrznej waluty do zapłaty za podstawowe czynności wykonywane na rzecz użytkownika, w których procesie bierze udział pracownik Centrali z obsługi klienta lub inny użytkownik. Ilość uzyskanych punktów wpływa na zarabianie użytkowników z tego powodu te mechanizmy się wzajemnie napędzają.

Wysokość: Orientacyjny koszt 1zł = 100 punktów.
Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 3-5%
suma za 3 rok = 877 000,-zł
Prototyp: brak

3. Udział (50%) w cenie sprzedaży Nazwy lub Parku na aukcji w odsprzedaży pomiędzy uczestnikami i dla firm. Aby odprzedać Nazwę lub cały aktywny Park należy to zgłosić w systemie. Sprzedaż jest umieszczana na aukcji wewnątrz PN'. Jest to rynek porównywalny do odsprzedawania nazw domen tyle tylko, że za mniejsze kwoty ale przy szerokim udziale masowego użytkownika Internetu. Do dyspozycji jest też większy zasób słów. (np. nazwy trendowych produktów, gwiazd,

osobistości, polityków). Handel Nazwami PN nie wpływa na działanie POI, np. nie można przetrzymać nazwy przez lata jak to jest w przypadku domen.

*Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 5%
suma za 3 rok = 330 000,-zł*

4. Udział (50%) w standardowej cenie odsprzedaży wybranych widgetów dla ich właścicieli. Opiekun PN jest zobowiązany do odsprzedaży np. Widgetu ADRES lub Dane Techniczne firmie, która tego zażąda.
suma za 3 rok = 480 000,-zł

5. Opłata parkowania/utrzymania Nazwy. W celu zmniejszenia budowy Parków o bzdurnych nazwach jak i parkowania nazw w celu ich komercjalizacji lub dalszej odsprzedaży pobierana jest jednorazowa opłata w wysokości 1-10 zł (*docelowo 3-30zł*) za kod parkowania. Opłata za utrzymanie nazwy dotyczy firm, które wykupiły prawa do zarządzania PN w formie abonamentu.

Wysokość opłat:

1 zł - za hasło ogólne,

3-10 zł - za nazwę produktu, usługi, marki (z prawem pierwokupu przez właściciela - powiadomienie)

10-20 zł - za nazwę firmy, domenę firmy (z prawem pierwokupu przez firmę - powiadomienie)

Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 10%

Prototyp: tak, w całości funkcjonuje, oparta o płatności.pl

suma za 3 rok = 480 000,-zł

6. Opłata wiarygodności (nowość), (tzw opłata DUO- dobrowolnie uiszczana opłata), którą wnosi firma dobrowolnie chcąc przed użytkownikami wykazać się przychylnością dla platformy EA i jej celów co jest uwidocznione kolorem lub ikonką. Odpowiednikiem opłaty DUO w Realu są działania PR firmy, ładna elewacja sklepu, wskazówki dojazdowe do siedziby itp.
Ważna wskazówka: umieszczanie informacji w POI jest zawsze możliwe i nie jest to związane z odpłatnością. Powstające należności są wyliczane ale dobrowolne (!). Oznacza to występowanie popularnego zjawiska braku odpłatności za usługę umieszczania informacji przez biznes w POI. Fakt ten jest każdorazowo uwidaczniany (w postaci znaczka i ewentualnej kwoty zadłużenia) przy tym elemencie, który jest akurat nie opłacony. Dany Podmiot, który chce usunięcia tego znaczka musi go sam, dobrowolnie opłacić. To rozwiązanie wprowadza nowy rodzaj odpowiedzialności, który z początku może być zaniebdywany. Jednak każdy użytkownik wie, że brak opłaty to brak pieniędzy lub innej wartości dla niego samego (jako ogółu i indywidualnie w PN, który zarządza) i może chętniej skorzystać z oferty podmiotu, który opłatę na rzecz POI uiszczył. W bilansie zaznaczono to zjawisko "1/3 wpływów"

Na opłatę wiarygodności składają się dwie podstawowe opcje: opłata standardowa i opłata indywidualnie wyliczona, która jest z reguły niższa ale płatnik musi odstąpić karty.

Więcej informacji w osobistej prezentacji. Więcej inf. w biznesplanie.

+ za **strony wizytówki**: dla produktów, usług, marek i firm oraz

+ za **linki** do tych stron.

+ za **zlecane** ankiety i sondy w temacie.

+ za **ogłoszenia biznesowe**, oferty

Wysokość: stała lub obliczana w zależności od zysków i ilości pracowników firmy.

Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 30%
Prototyp: tak, tylko prezentacyjnie, na prawo od buttonu znajdź/publikuj
suma za 3 rok = 2 194 000,-zł

7. Opłata za badania, ankiety i sondy, które firma umieszcza odpłatnie a użytkownicy zarabiają **stałą opłatę** za jej wypełnienie.

Wysokość: stała lub obliczana w zależności od zysków i ilości pracowników firmy.
Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 5%
suma za 3 rok = 731 000,-zł

8. Opłata za korzystanie z logo POI do celów komercyjnych (po 3-4 latach) – ponieważ w Parkach Nazw mogą być oceniane produkty, marki, usługi przez ich użytkowników - EA będzie stopniowo uzyskiwał renomę platformy testowej produktów i usług. Z tego tytułu producenci będą zainteresowani umieszczeniem logo portalu na swoich produktach. Również portal będzie zainteresowany zainwestowaniem w przedsięwzięcie testujące produkty zanim one się dostaną na rynek.

Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 15%
suma za 3 rok = 19 000,-zł, spodziewany wzrost po 5-6 latach ze względu na dojrzałość platformy testowej produktów.

9. Prowizja z tytułu pośrednictwa w e-handlu. Firmy i użytkownicy mogą w specjalnym boksie wystawiać przedmioty na sprzedaż i w formie aukcji. Z tego tytułu Ea może pobierać prowizję. Generalnie chcemy doprowadzić do sytuacji w której cały e-handel odbywa się poprzez POI. Park Nazwy ze swoimi funkcjonalnościami, jak m.in. opiniotwórstwo i budowanie wiarygodności biznesowej oraz społeczny niekomercyjny charakter portalu nadają się znakomicie do umieszczania pierwszej wzmianki o promocji i sprzedaży na jednej platformie. Sama sprzedaż i formalności odbywa się już na zewnątrz POI.

Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 15%
suma za 3 rok = 2 000 000,-zł

10. Prowizja za przeniesienie loginu i kontynuację reklamy (po 3-4 latach) umieszczanej na innych zewnętrznych i niezależnych portalach poprzez płynne przejście (bez ponownej rejestracji i logowania) użytkownika do zewnętrznego portalu.

Taki układ jest możliwy tylko dzięki wysokiemu prestiżowi społecznego postrzegania jaki może osiągnąć portal POI na tle innych portali (status podobny Wikipedii) – i zostanie uznany jako zaufany punkt odniesienia w sieci. Ważne są tutaj z góry określone i egzekwowane cechy portalu: sposób jego zarządzania oraz przeznaczenie.

W.w. prowizja ma sens ponieważ nasz użytkownik będzie targetowany realnie. Realność jest związana z autoryzacją użytkownika, która może być raz dobrze wykonana w naszym portalu (*np.: ze względu na płatność wobec użytkownika, podobnie jak w Allegro oraz systemy punktacji i oceny użytkownika*) oraz sukcesywnie odświeżana w przeciwieństwie do potrzeby wykonania tych samych procesów w dziesiątkach innych portali. Dodatkowym argumentem jest sytuacja w której znajduje się nasz użytkownik: w każdym momencie znajduje się on na ściśle

określonym temacie PN, opuszcza nasz portal z tego określonego tematu i przechodzi do jeszcze bardziej wyspecjalizowanego w określonym temacie zewnętrznego serwisu. Przeniesienie loginu może być dlatego wymogiem reklamodawców chcących towarzyszyć konkretnemu użytkownikowi reklamą również w innych portalach. W ten sposób Ea może partycypować w zyskach w reklamie (ponieważ ją wnosi do innego portalu wraz z użytkownikiem) w obcym portalu. Odbywać się to będzie z obopólną korzyścią dla stron: im więcej użytkowników przychodzących z Ea do obcego portalu (większa interaktywność międzyportalowa) tym więcej reklamy z własnych źródeł i prowizji za wniesienie jej do obcego portalu. Opłaty kontrahentów korzystających biznesowo z informacji i struktury EA i inne.

*Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 30%
suma za 3 rok = 3 000 000,-zł*

11. Opłata za wdrożenie i dystrybucję komercyjnego Interfejsu Parku Nazwy. Po stabilizacji portalu w Sieci (i ewentualnie planowanej lub osiągniętej przez decyzję użytkowników możliwości odłączenia oglądania reklamy) jedną z form subtelnej reklamy dla zamożniejszych firm lub firm z zapleczem informatycznym będzie budowa i ulepszanie firmowego interfejsu Parku Nazwy. Taki interfejs będzie budowany w kolorach firmowych i zawierał będzie różne elementy nawiązujące do działalności firmy, jej marki, produktu lub usługi. Oddziaływanie takiego interfejsu szczególnie pokrywać się będzie z działaniami Public Relations danej firmy.

*Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 5%
suma za 3 rok = 1 500 000,-zł*

12. Opłata za hosting edytowanych przez opiekuna Parku Nazwy boxów. Ponieważ PN jest źródłem dochodu i niektórzy opiekunowie będą opiekowali się PN tylko z pobudek zarobkowych. Użytkownik może ponosić drobne opłaty za hosting tych elementów strony, które podlegają wyłącznej jego edycji.

*Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 3%
suma za 3 rok = 0,-zł, wdrożenie przewidywane po 4 latach,*

13. Opłaty za wyłączenie opcji standardowych i włączanie dodatkowych opcji wyświetlania PN dla biznesu. *Więcej informacji w osobistej prezentacji* .

*Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 3%
suma za 3 rok = 19 500,-zł*

14. Udziały POI (50%/50%) w handlu interfejsami PN, wykonanymi przez użytkowników na zasadzie modyfikacji pliku CSS oraz przez programistów, którzy wykonując interfejs od podstaw w dowolnej technologii na podstawie API będą chcieli go udostępnić odpłatnie.

suma za 3 rok = 50 000,-zł

15. Odsetki lokat bankowych od Inwestycji użytkowników w pomysły i PN innych użytkowników, które wydają się przynosić zyski w przyszłości. Środki na realizację tych przedsięwzięć będą gromadzone na specjalnym koncie i wypłacane w momencie kiedy organizacja ich realizacji będzie zapewniona przez zewnętrzne

podmioty na podstawie umów. To źródło odnosi się m.in. do punktu **q**. e-usługa POI „bank pomysłów i realizacji” w dokumencie 11.

suma za 3 rok = 30 000,-zł

16. Dochody z tytułu udziału w przedsięwzięciach, w które zainwestował POI. To źródło odnosi się do punktu **q** e-usługa POI „bank pomysłów i realizacji”.

suma za 3 rok = 2000,-zł, rozkwit nastąpi po 5-6 roku

17. Prowizja za drobne płatności on-line i SMS. Jest to alternatywa do drogiej oferty firm telekomunikacyjnych. Ponieważ użytkownik zarabia więc może zgromadzonymi punktami zapłacić za różne małe płatności on-line. Również wysłanie SMS na odpowiedni numer może spowodować przelanie z jego konta odpowiedniej sumy pieniędzy pod wskazany adres. Prowizja za płatność jeśli będzie wynosiła nawet 20% (zakładamy 10% ze względu na rynek, gdyż operatorzy zejdu z ceną) to będzie już o połowę niższa od dzisiejszej opłaty rynkowej.

Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 10%

*suma za 3 rok = 390 000,-zł, to źródło ma potencjał rozwoju***17. Prowizja za drobne płatności on-line i SMS.** Jest to alternatywa do drogiej oferty firm telekomunikacyjnych. Ponieważ użytkownik zarabia więc może zgromadzonymi punktami zapłacić za różne małe płatności on-line. Również wysłanie SMS na odpowiedni numer może spowodować przelanie z jego konta odpowiedniej sumy punktów (= pieniędzy) pod wskazany adres lub na konto POI. Prowizja za płatność jeśli będzie wynosiła nawet 20% (zakładamy 10% ze względu na rynek, gdyż operatorzy zejdu z ceną) to będzie już o połowę niższa od dzisiejszej opłaty rynkowej.

Udział % w całości dochodów, źródło w rozkwicie (niezależnie od etapu): 10%

suma za 3 rok = 390 000,-zł, to źródło ma potencjał rozwoju

18. Opłaty za obsługę masowej wysyłki SMS. Na rynku istnieją darmowe bramki SMS, jednak do celów komercyjnych one się nie nadają. Do rozsyłania powiadomień, uaktualnień oferty, promocji do znanych sobie klientów poprzez SMS potrzeba każdorazowo budować nową aplikację oraz wykupić podstawowy abonament wysyłki SMS. Koszt takiego SMS wynosi ok.7 gr. Na początek proponujemy tutaj proste rozwiązanie na bazie ilości rozsyłanych SMS poprzez wykupienie abonamentu z najwyższego pakietu gdzie SMS kosztuje już 4-5 groszy a dla użytkownika końcowego pozostaje tylko zgromadzić numery telefoniczne i napisać treść wiadomości.

19. Opłata za wyłączenie wyświetlania reklamy

20. Inne opłaty kontrahentów korzystających biznesowo z treści i struktury EA.

21. Inne źródła, m.in.

- zewnętrzne podprojekty oparte o strukturę POI (posiadamy kilka na start)
- zewnętrzne komercyjne portale oparte o strukturę POI, np. w temacie motoryzacji, filmu, muzyki, turystyki, fotografii itp.

UWAGA: Razem wzięte pojedyncze źródła dochodu w jeden funkcjonujący mechanizm samofinansującego się przedsięwzięcia gdzie **produktem jest Park Nazwy a pracownikiem** otrzymującym zapłatę za rozwój produktu jest **użytkownik i opiekun Parku** pokazuje w pełni możliwości i rolę POI w środowisku Internetu oraz w biznesie. Rola naszego „pracownika” nie odbiega za bardzo od tej stosowanej w Realu. Jego działanie może być przez nas nieznacznie ukierunkowane →w kierunku praktyczności.

Gdzie zarabia użytkownik, ile i za co?

Powyżej wymienione źródła dochodów POI dotyczą również użytkownika. W większości przypadków jest to układ fifty-fifty, 50% dla użytkownika i 50% dla POI. Warto tu wspomnieć, że POI swój udział 50% jak i inne zyski inwestuje na powrót w użytkownika, wspierając jego społeczności w różnych działaniach. **Gdzie zarobi inwestor?** – w pierwszym etapie (6-8 lat) POI działa jak normalny komercyjny podmiot. Proszę zapoznaj się z częścią dla inwestora poniżej.

Dochody użytkownika POI związane są ze **źródłami zewnętrznymi i wewnętrznymi**, który stanowi Centrala POI. Ich wysokość zależy od zaangażowania, znalezienia zaraz na starcie lub wykupieniu intratnego miejsca (Parku Nazwy z dużą oglądalnością) w POI i innych. Na kolejnych etapach rozwoju projektu źródła dochodu się zmieniają lub odgrywają różną rolę w zarobku użytkownika. POI wymaga aktywności i uważności.

Źródła zewnętrze, bezpośredni zarobek:

1. pierwsze pozyskanie reklamy do PN. 50/50%. Użytkownik buduje PN i zachęca uzyskanymi statystykami potencjalnych reklamodawców osobiście. Reklamodawca otrzymuje rabat 15% jeśli wszystkie formalności przygotuje z opiekunem danego PN.

Więcej w biznesplanie i prezentacji

Z kwoty wartości reklamy (np.:7500zł)

- max 2000 zł za 1 miesiąc,
- 1000 zł za 2 miesiąc
- 500 zł za 3 miesiąc
- 250 zł za 4 miesiąc.

Sumarycznie max. jednak 50% kosztu reklamy. (dla użytkownika)

2. namówienie właściciela do DUO elementu POI (PN, linki, fotki, teksty biznesowe). Reklamodawca otrzymuje rabat 20% jeśli głosi chęć opłacenia przez użytkownika.

= 25% wartości abonamentu opłaty DUO. (dla użytkownika)

3. przekazanie praw do edycji wybranych widgetów właścicielowi informacji: Firma przejmuje do własnej edycji np. widget „dane techniczne produktu” lub „kontakt do firmy”. Rozwinięciem tego sposobu zarabiania jest sprzedaż całego PN do firmy, patrz punkt 5.

= 50% wartości abonamentu. (dla użytkownika)

4. wymianę punktów walutowych otrzymanych za usługi świadczone dla innych użytkowników i firm na pieniądze.

= 99% (dla użytkownika)

5. sprzedaż całych PN, poprzez aukcje do firm, innych użytkowników, szkół, urzędów. Nie jest możliwa wymiana PN pomiędzy użytkownikiem i firmą. Ponadto firma musi wyodrębnić osobę ze swojego grona do osobistej opieki, na którą prawa do edycji PN są zapisane.

= 50% (dla użytkownika)

6. sprzedaż tylko nazw PN, poprzez aukcje do firm, innych użytkowników, szkół, urzędów. Zaraz po ich zaparkowaniu i jeszcze przed oficjalną publikacją.

= 50% (dla użytkownika)

7. usługi dla firm i innych użytkowników (opiekun PN jest często specjalistą w danej dziedzinie i może pomóc w pozyskaniu dodatkowych informacji). Sortowanie informacji, odrębne zestawienia Newsletter opiekuna PN do zainteresowanych aktualnościami.

= 75-99% (dla użytkownika)

8. Oferta specjalna opiekuna PN. Jest to dowolna niezależna od POI działalność użytkownika **w temacie PN**. Wejście do niej jest umieszczone w panelu opiekuna.

= 100%(dla użytkownika)

Źródła wewnętrzne, pośredni zarobek, płatnikiem jest Centrala POI. Dochody opierają się na otrzymaniu i wymianie punktów z tytułu różnych czynności: np. wpisywania linków, fotek, komentarzy i innych poniżej wymienionych czynności. Szczegóły punktacji w dokumencie nr.: 14. Punktacja, ocena, głosowania w POI.doc

za działania innych:

- **oglądalność mojego PN**
- **ocenę innego PARKU NAZWY:**
 - treści PN,
 - jego nazwy,
 - jego opiekuna
- widniejącej reklamy
- Za zaproszenie innego użytkownika, który dodatkowo wykonał czynności :
 - **zarejestrował się,**
 - **zaparkował nazwę**
 - **opublikował PN**

- **jego PN zaczął zarabiać**
- **zaprosił kolejnych znajomych**

za swoje działania

- Rejestrację, wraz z podaniem punktowanych informacji, (wiek, zamieszkanie, płeć)
- zaparkowanie nazwy
- opublikowanie PN
- **publikowanie** lub edycja informacji: link, tekst, foto, video, (aktywacja po publikacji)
- **udział w sondzie**, ankiecie - głosowanie. np.: sponsorowanej przez firmę
- zgłoszenie nieprawidłowości (weryfikacja moderatora)
- komentarze do treści, linków, fotek
- samo punktowanie tam gdzie można
- **za dobrą, pozytywną ocenę** innych
- **zaproszenie innego użytkownika**, który się zarejestrował

Podział dochodu. Wydatki i koszty

Informacje w przygotowaniu, więcej w biznesplanie:

Całość zysków portalu po odciążeniu zobowiązań z tytułu udziałów inwestora oraz kosztów własnych projektu jest przeznaczana na działalność portalu, w częściach:.

50% zysku – opłaty za redakcję Parku Nazwy i inne działania użytkowników
50% zysku – inwestycje własne portalu, w dodatkowe przedsięwzięcia również poza sieciowe, pomysły użytkowników.

w tym:

50% - inwestycje krajowe(=25%), w tym:
- 50% inwestycje lokalne (=12,5%)
- 50% inwestycje ogólnokrajowe (=12,5%)

50% - inwestycje światowe (=25%)

Należy tutaj przypomnieć, że inwestycje, krajowe, lokalne itd. (*punkt 12 źródła... powyżej*) . Mogą również być kolejnymi biznesami użytkowników a tym całego portalu POI.

Powyższy podział dotyczy wszystkich językowych części projektu POI. Inwestycje światowe mogą się więc kumulować.

Może być ciekawym zjawiskiem obserwować na co różne narody decydują się wydać pieniądze z inwestycji krajowych i światowych, jakie projekty zyskują najwięcej poparcia. Kto zabiega o przewodnictwo w różnych projektach by przyciągnąć jak największą liczbę zwolenników. Ten który zyska największą ilość głosujących za nim będzie otrzymywał wsparcie finansowe w jego realizacji.

Dochód POI jest przewidywany w liczbach 10 cyfrowych. Wynika to z atrakcyjności miejsca (PN) jakie otrzymuje użytkownik:

Weź w opiekę kawałek Internetu i zarabiaj

Z miejscem PN związana jest też grupa odwiedzających, klientów, zainteresowanych tematycznie, zawodowo, hobbystów. Posiadać własne i stałe miejsce wraz z zapewnioną grupą odwiedzających daje gwarancję i perspektywę na przyszłość w rozwijaniu „pikobiznesu”.

Z tej perspektywy POI jest **platformą telepracy**. Pierwszą taką platformą ponieważ modelu biznesowego panującego w Realu jeszcze nikomu nie udało się zaszcześcić w Internecie (nie było produktu):

pracownik > produkt > firma > zapłata > pracownik

Jest on jednak wszystkim znany. **Produktem w POI jest Park Nazwy.**

Ziemowit Gólski