

**Андрей Фомин, Rollad:**

**Наша цель — занятие заметной доли рекламного медийного рынка**

CEO проекта Rollad рассказал нашему главреду, что такое Real-Time Bidding, для чего инвестиции уверенному бизнесу и чем платформа Rollad отличается от AdEasy.

**Саша Пеганов:** За последние полгода я огромное количество раз слышал аббревиатуру RTB, но толком так и не понял, что это такое. Вы можете объяснить это так, чтобы это поняла моя условная бабушка?

**Андрей Фомин:** По сути, это когда бабушки не просто пришли в магазин и купили хлеб по цене, указанной в ценнике, а когда каждая буханка хлеба выставляется на торги и продается той бабушке, которая предложила за нее более высокую цену. А если еще представить, что буханки хлеба могут быть разного состава, то каждая из них будет продана именно той бабушке, которой она больше подойдет по вкусу и бабуля уйдет довольной, а магазин выручит наилучшую цену за каждую из них. Это если очень упрощенно.



*Андрей Фомин, фотография из профиля в соцсети*

Применительно к рынку интернет-рекламы, Real-Time Bidding технология позволила перейти от обезличенной покупки показов на площадках рекламодателями и агентствами к возможности покупать внимание аудитории, более результативно выстраивать рекламное обращение, реализовать аукционное ценообразование. Преимущества технологии для площадок – дополнительная монетизация остаточного трафика.

С технологической точки зрения RTB это такой «XML рекламного рынка», если упрощенно. Единый протокол, упрощающий интеграцию рекламных сервисов. RTB имеет много преимуществ, но для брендовых рекламодателей и премиальных площадок технология в чистом виде продолжает содержать ряд вопросов и опасений, связанных с автоматизированным размещением. Брендам требуется выстроить особые отношения с аудиторией и площадками, а премиальным площадкам – понимать, кто рекламируется в ореоле их качественного контента и исключить потенциальную проблему размещения прямых рекламодателей через RTB.

На зарубежном рынке эти проблемы снимает Private marketplace, напрямую соединяя рекламодателя или его агентство и площадку с качественной аудиторией. Да, при таком подходе требуется дополнительная, пусть и автоматизированная, но коммуникация площадки и рекламодателя. Но это позволяет брендовому рекламодателю получить доступ к своей желаемой аудитории по адекватной цене, выстроить коммуникацию с аудиторией, продолжая выбирать площадки для размещения, а премиальным площадкам – увеличить продажи трафика, не опасаясь сломать канал прямых продаж или рекламируя сомнительных рекламодателей.

Помимо этого в рамках Private marketplace площадка может предлагать рекламодателю особые условия по цене и гарантии трафика, и передавать дополнительные данные о поведении пользователя конкретному рекламодателю под его нужды, не выставляя эти данные на общий аукцион. Это и есть концепция, в которой работает Rollad.

rollad +7(499) 505-50-40 [сделайте всё за меня](#) Вход

Известные сайты Лучшие места

Качественная аудитория

**ЭФФЕКТИВНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ**

Быстрый старт

Узнать больше

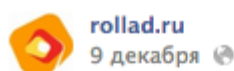
ЭФФЕКТИВНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ГОТОВЫЕ СТРАТЕГИИ КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТА ЭКОНОМИЯ ДЕНЕГ

**СП:** У вас крутая команда — Алексей Басов, другие менее известные люди. В то же время вы участвуете в различных конкурсах стартапов, Техкранч, конкурс от Форбса этот удивительный — зачем это вам нужно? В кофаундерах — мультимиллионеры, вы ищете инвестиции разве?

**АФ:** Да, у нас опытная команда, за плечами большой опыт работы в интернет-рекламе, а также ведущих интернет-агентствах. Алексей Басов является ментором проекта и бизнес-ангелом, помогает нам в общении с инвесторами. И довольно распространенной практикой является привлечение соинвестора для последующего раунда. У всех наших менторов большой портфель активов, и было бы странно, если бы они финансировали их исключительно своими средствами.

Например, некоторое время назад Алексей, являясь инвестором Pruffi, впустил в компанию финансового инвестора Almaz Capital. Похожим образом он пригласил в

Rollad и The Untitled venture company. Несмотря на активное участие в стартап-сообществе, нельзя сказать что мы находимся в активной фазе поиска финансирования. У нас достаточно средств, кроме того, выручка компании быстро растет, и на окупаемость компания выйдет к началу весны. Участие в стартап-тусовках для нас — способ общения с миром. Мы хотим показать себя, поделиться идеями, услышать отзывы. И конечно, не пропадать с радаров инвесторов или возможных стратегов.



Участие в стартап-конкурсах – оч полезный опыт. Теперь мы можем рассказать о компании за любой промежуток времени от 15 сек до 7 мин. )

Мне нравится · Комментировать · Поделиться

9 пользователям это нравится



Роман Нестер А зачем?)

9 декабря в 15:56 с мобильного · Мне нравится



rollad.ru Тонизирует и правильно целеполагает )

9 декабря в 16:46 с мобильного · Мне нравится

**СП:** Я прочитал ваш сайт и понял, что Rollad — платформа для размещения рекламы на площадках. У вас там уже 250 огромных сайтов, цены от 500 до 50 рублей за CPM и тд. У меня, например, стоит система AdEasy. У вас лучше/другая/менее выгодная? В чем отличие? Могу ли я себе поставить Rollad?

**АФ:** AdEasy — отличная технология, но она не является активной стороной в привлечении рекламодателей. Rollad — платформа ориентированная на активные продажи. Активные продажи приносят больше денег чем пассивные. Мы помогаем агентствам медиапланировать и проводить кампании на сайтах, выбирать и контролировать желаемые целевые показатели CPM, CPC, CPA и CR, динамически перераспределяя бюджет между сайтами. Мы реализуем то, что скрывается за словосочетанием Performance marketing.

Да, Цукерберг позвонит может выставить свои рекламные места на продажу через Rollad. Любая площадка с качественной аудиторией может подключиться к платформе и стать нашим партнером.

Но здесь нужно понимать, что спрос на площадки разный, отдача может быть не мгновенной. Некоторые сайты расходятся, как горячие пирожки, а некоторые так и остаются строчкой в ассортименте. Все зависит от репутации площадки, ее аудитории, ну и от цены конечно.

ВЫБЕРИТЕ КАТЕГОРИЮ: Все категории

ПОКАЗАТЬ: Все площадки | Подешевле | Подороже

--	--	--	--	--	--

**СП: Вы открылись год назад, то есть такой уже не совсем стартап. Кто вкладывал первоначальные деньги? На каких условиях?**

**АФ:** Открылись мы меньше года назад. Старт продаж состоялся в июле 2012 года. А весь период с момента инвестирования ушел на запуск промышленной платформы из созданного ранее на предпосевной стадии прототипа. The Untitled venture company поверил в нашу идею коренным образом изменить рынок медийной интернет-рекламы и мы достаточно быстро закрыли сделку. Посевной инвестор оценил компанию год назад в \$2 млн., что на наш взгляд соответствует рынку инвестиций в рекламные проекты. Долю инвестора мы не раскрываем, но это миноритарная доля. Мы уверены, что посевных инвестиций хватит до момента выхода на окупаемость проекта. Но наша цель — это быстрое масштабирование проекта и занятие заметной доли рекламного медийного рынка. Поэтому мы не исключаем возможности следующего раунда инвестиций и надеемся, что рыночная оценка нашего проекта существенно выросла.

**СП: Я обычно стартаперов спрашиваю — как вы пришли к идее, но в вашем случае, я так понимаю, все довольно очевидно — топ-менеджеры Бегуна ушли из разваливающейся компании и сделали новую, более свежую и бодрую — верно?**

**АФ:** Не совсем верно. Я не был топ-менеджером Бегуна, а покинул его еще в 2006 году. Безусловно тот опыт, то понимание становления рынка контекстной рекламы «изнутри», повлияло на проект. Но основные идеи пришли позже, когда я занимался трафик-проектами на американском рынке.

Алексей выступил ангелом проекта, у него целый ряд проектов, где он участвует в подобном качестве. Мы близкие знакомые, познакомились еще в SpyLog в 99 году, много лет проработали вместе, поэтому мне было несложно привлечь его на этапе ангельских инвестиций и создания прототипа, а ему — донести до нас свое видение проекта, скорректировать некоторые идеи, расставить правильные акценты.

Мы взяли в команду Сергея Кедрова из OpenStat. Его огромный опыт аналитики, аудита и консалтинга крупных рекламодателей на рынке мы сопоставили с нашим идеям, и опытом рынка интернет-рекламы. За рубежом уже возникла технология RTB, мы оценили новый тренд, почувствовали новый виток развития медийной рекламы. И у нас есть все ресурсы: знание рынка и технологий, опыт, команда, наработанные связи с клиентами и партнерами, чтобы построить успешную кампанию в этом тренде.

**СП: Если взять Яндекс, Гугл, Ролад — что средней площадке будет выгоднее? Есть ли разница в тематике площадки?**

**АФ:** Мы даже из собственного жизненного опыта понимаем, что лучше там, где ты контролируешь ситуацию сам. Яндекс и Гугл эффективно монетизируют ту часть аудитории, о которой есть дополнительные поведенческие данные. При этом ценность площадки в рекламной сети размывается. В нашей системе, если площадка обладает качественной и востребованной рекламодателями аудиторией, она получает дополнительный доход, своего рода добавленную стоимость за имя, полностью контролирует кто на ней размещается, кому какие данные она готова предоставлять и на каких условиях.

Объединяя прямые продажи, продажи по модели Private marketplace через Rollad, продажи остаточного трафика в RTB и сети, сайты с качественной аудиторией начнут зарабатывать больше.

**СП: В презентации написано, что в 2013 году вы хотите привлечь дополнительные деньги. Я может быть не очень понимаю, но зачем они вам? У вас понятный бизнес, вы наверняка зарабатываете — зачем привлекать деньги? Возвращать инвесторам?**

**АФ:** В следующем году мы планируем серьезный рывок – рост доли на отечественном рекламном рынке и экспансию на зарубежный рынок. Эти шаги требуют ускоренного развития технологий, расширение внутренних ресурсов (рост клиентского отдела, аккаунтинга), интенсификации маркетинга. Мы не исключаем возможности привлечения дополнительных инвестиций.

**СП:** Спасибо!

ОЛЬГА ЗЕЛЕНАЯ

<http://www.siliconrus.com/2012/12/andrey-fomin-rollad-nasha-tsel-zanyatie-zametnoy-doli-reklamnogo-mediynogo-ryinka/>