

Założenie:

1. Portal ma być praktyczny indywidualnie i społecznie.
2. Portal ma zainteresować potencjalnie każdego Internautę, większość szuka informacji, nieliczni ją publikują. Portal musi mieć walory intratne również dla biznesu.

Jak zaspokoić użytkowników ?

Co ich przyciągnie?

Co przyciągnie biznes (oprócz reklamodawcy)

Jak obu połączyć w interesie?

1. Z początku każdy Publikujący wybiera nazwę dla swojego Parku Nazwy i ma ów Park Nazwy pod częściową ale wyłączną w tej części opieką (zarządzanie treścią). Nazwą PN jest słowo, temat, tytuł, fraza .
Np.: Nokia, Allegro.pl, Morze Bałtyckie, sterownik deskjet f2280 XP
2. Opiekun sortuje wyniki Google i zawartość innych portali i zbiera **najlepsze** linki, fotki, teksty itp. (najlepsze jego zdaniem – może lubi i zna się na temacie lepiej od nas)
3. Publikowana treść ma być z życia wzięta: **praktyczna i aktualna** - to wymóg po to aby użytkownik mógł sobie poradzić z jej edycją. W dużej części sprowadza się to do linkowania i cytowania = ręczne przesiewanie informacji www w tym wyników wyszukiwania wyszukiwarek.

mamy więc **Park Nazwy, opiekuna** i merytorycznie **prostą treść**

Podmówienie: jeśli wyniki wyszukiwania zostaną dodatkowo przeszukane przez **człowieka** za najbardziej reprezentatywnymi (widgety TOP) to będą chętnie odwiedzane przez statystyczną większość użytkowników w najbardziej popularnych tematach.

4. Opiekun jak i zwykły szukający użytkownik za każdy wpis (ruch) otrzymuje punkty, które mogą się przełożyć na wygrane i pieniądze. Punkty otrzymuje za wpis linki, fotki, treści, komentarza oraz ocenę treści, opiekuna, nazwy. Ocena jest formą zdobywania punktów dodatnich bądź ujemnych.

= **funkcją punktacji** i stojącej za tym **odpłatności** jest **motywacja do działania** oraz wpływ na **poprawę jakości treści** i samoregulacji portalu

= zarabianie **przyciąga**

= miejsce **wyróżnia**

= odwiedzający mój PN, komunikują się ze mną i **nawiązują ciekawe kontakty**

Podsumowanie: PN przyciągnie swoimi funkcjonalności wielu użytkowników.

5. Tworzona treść i linkowana dotyczy wszystkiego ale szczególnie trendowych produktów, usług, marek, firm, portali internetowych (domen), problemów, ulic, sklepów, i wszystkiego co związane z hobby, filmem, muzyką, sportem

= każdy temat to osobna strona Parku.

= zamiast klasy w nasza-klasa.pl mamy więc Park Nazwy i one skupiają zainteresowanych tematem, czy to **hobbystycznie** czy **zawodowo**. Tworzą się grupy zainteresowanych. Nazwy nie mogą się dublować.

Podsumowanie: mamy więc precyzyjną treść, wyselekcjonowanych użytkowników.

6. Parki Nazw to wizytówki produktów, firm, marek itp. Można je na bieżąco oceniać, komentować, przeprowadzać sondy, ankiety itp. (wszystkie czynności są punktowane) Portal jest **zarejestrowanym wydawnictwem** a więc opiekun pełni rolę dziennikarza czasopisma "Park Nazwy" – może swobodnie pisać

= **tworzy się baza opinotwórcza**

= **tworzy się baza budowy relacji biznesu z konsumentem**. Firmom zależy na dobrym wizerunku. Posiadanie opłaconej wizytówki /wek jest priorytetem.

Podsumowanie: powoli zaczyna przyłączać się biznes.

7. Użytkownik jest pojedynczy, wiemy w jakim jest wieku, płci, znamy lokalizację. Osiągamy te dane poprzez pierwszą płatność a docelowo przez autoryzację. A ponieważ jego obecność w serwisie jest zawsze związana z jakimś tematem - wiadomo też czym się aktualnie interesuje.
= **reklamodawca jest zainteresowany dotarciem do takiego użytkownika.**

Podsumowanie: Pojawiają się dochody portalu POI.

8. Opiekun Parku Nazwy zarabia za oglądalność i dobrą ocenę treści i siebie. Im lepiej opracowany i oceniony Park tym wyższa punktacja i korzyść.

Podsumowanie: Popularność pojedynczych Parków przekłada się na popularność całego serwisu.

9. **Zyski** portalu (blisko **całe 100%**) są rozdzielane **po połowie** do użytkowników za punktację (pkt.4) i w połowie na wspólne cele wybrane przez grupy użytkowników .

= To jest **mój portal** skoro **pieniądze z reklamy** trafiają **do mnie**. Inne spojrzenie na reklamę. Reklama będzie **skuteczniejsza** bo obieg kapitału jest zamknięty:

> **użytkownik** > reklama > **POI** > zapłata dla użytkownika > **uż. kupuje produkt**

Podsumowanie: z doświadczenia znamy sukces Adwords firmy Google. Podobny mechanizm w POI jest doskonalszy gdyż jest bardziej intratny i przejrzysty w swojej funkcjonalności.

10. Duży nacisk kładziemy na powstanie licznej i przeszkolonej grupy moderatorów. Są to przeszkoleni pracownicy, zarabiający na zdalnej pomocy innym. Podzieleni na tematy.

11. Innym priorytetem jest występowanie licznych konkursów rzeczowych jako alternatywy do płatności.

= **osobiste wsparcie użytkownika.**

12. Centrala portalu jest jawna i otwarta. Wiadomo, kto jest w jakim miejscu, ile zarabia, na co portal planuje wydać pieniądze. można zagłosować za inną opcją, przydzieleniem pieniędzy innych środków, przeprowadzeniem kolejnego konkursu.

= **POI budzi zaufanie**